



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Шаблон комбинированного плана SEO и PPC на 12 месяцев

Интегрированный подход для максимизации видимости и конверсий

Введение: Синергия SEO и PPC для роста бизнеса

В современном цифровом маркетинге SEO (поисковая оптимизация) и PPC (контекстная реклама) — это две стороны одной медали, которые при стратегической интеграции могут значительно усилить друг друга. Отдельное использование этих каналов означает упущенные возможности и недополученную прибыль (Brafton).

SEO обеспечивает долгосрочный органический рост, повышая авторитет сайта и привлекая трафик без прямых затрат за клик. PPC, напротив, даёт мгновенную видимость, позволяя быстро тестировать гипотезы и привлекать целевой трафик. Комбинируя их, вы получаете лучшее из обоих миров: стабильный органический рост и быструю, контролируемую видимость (Brafton).

Этот 12-месячный план поможет вам систематизировать и синхронизировать активности SEO и PPC, обеспечивая максимальный эффект от каждого канала и достигая синергии, которая недостижима при их раздельном использовании (vc.ru).

Квартал 1: Быстрый старт и сбор данных

Цели квартала	Основные активности PPC	Основные активности SEO	Ожидаемые результаты	Ключевые метрики для отслеживания
Быстрые продажи, тестирование гипотез, сбор данных о конверсионных запросах, первоначальная видимость.	Запуск PPC-кампаний по наиболее конверсионным ключевым словам (vc.ru). Тестирование различных офферов и объявлений. Настройка ретаргетинга для посетителей сайта. Сбор данных о CTR, CPL и конверсии по ключевым словам (vc.ru).	Технический аудит сайта (скорость загрузки, структура, метатеги, устранение ошибок). Сбор базового семантического ядра. Оптимизация существующих страниц под основные запросы.	Мгновенный трафик и первые продажи. Определение наиболее эффективных ключевых слов и офферов. Улучшение базовых технических параметров сайта.	CPL (стоимость лида), CPA (стоимость привлечения клиента), CTR (кликабельность объявлений), CPC (стоимость клика), количество лидов/продаж из PPC. Скорость загрузки сайта, количество технических ошибок, индексация страниц.

Квартал 2: Расширение охвата и контент-стратегия

Таблица не помещается на страницу PDF — она содержит слишком много столбцов. Полная таблица доступна для скачивания в файле Excel, который прилагается к этому материалу.

Квартал 3: Укрепление позиций и автоматизация

Цели квартала	Основные активности PPC	Основные активности SEO	Ожидаемые результаты	Ключевые метрики для отслеживания
Углубление аналитики, автоматизация процессов, усиление экспертизы, рост ROI.	Внедрение автоматических стратегий ставок (на основе целевого CPA/ROAS). Тестирование динамических поисковых объявлений (DSA). Сегментация аудиторий для более точного таргетинга. Использование данных SEO для улучшения качества объявлений (vc.ru).	Работа над E-A-T (Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness) — публикация экспертного контента, упоминания в авторитетных источниках. Анализ поведенческих факторов и их улучшение (UX-аудит, A/B-тестирование). Расширение семантического ядра за счет LSI-ключей. Продолжение линкбилдинга.	Рост ROI от PPC-кампаний. Улучшение поведенческих факторов на сайте. Увеличение видимости по широкому спектру запросов. Повышение авторитета домена.	ROAS (возврат инвестиций в рекламу), CPL, CPA. Поведенческие метрики (глубина просмотра, время на сайте, показатель отказов). Количество брендовых запросов. Динамика позиций по высокочастотным запросам.

Квартал 4: Долгосрочное развитие и масштабирование

Цели квартала	Основные активности PPC	Основные активности SEO	Ожидаемые результаты	Ключевые метрики для отслеживания
Масштабирование успешных стратегий, подготовка к новому году, анализ LTV клиентов.	Запуск сезонных и акционных кампаний. Тестирование новых рекламных каналов (например, медийная реклама, YouTube). Анализ LTV клиентов, привлеченных через PPC, для оптимизации ставок. Использование ремаркетинга для возврата пользователей, привлеченных SEO.	Обновление и актуализация старого контента. Разработка стратегии для голосового и мультимедийного поиска. Анализ конкурентов и поиск новых точек роста. Подготовка контент-плана на следующий год с учетом трендов (например, ИИ в поиске). Продолжение работы над техническим SEO и линкбилдингом.	Увеличение доли органического трафика. Повышение LTV клиентов. Подготовка к долгосрочному росту и адаптация к новым трендам. Улучшение общей рентабельности маркетинговых инвестиций.	LTV (пожизненная ценность клиента), ROI (возврат инвестиций). Общий органический трафик, конверсия из органики. Доля брендовых запросов в органике. Общая стоимость привлечения клиента (CAC) по всем каналам.

Рекомендации по бюджету

Квартал 1 (Старт)	PPC: 60-70%, SEO: 30-40%. На старте PPC обеспечивает быстрый приток клиентов и данные, пока SEO набирает обороты (vc.ru, dipustovalov.ru).
Квартал 2 (Развитие)	PPC: 50-60%, SEO: 40-50%. Постепенное увеличение инвестиций в SEO, так как начинают появляться первые результаты.
Квартал 3 (Укрепление)	PPC: 40-50%, SEO: 50-60%. SEO становится основным источником трафика, PPC используется для масштабирования и точечных кампаний.
Квартал 4 (Масштабирование)	PPC: 30-40%, SEO: 60-70%. Долгосрочно SEO дешевле, так как органический трафик не требует постоянных платежей за клики (seo.com). PPC сохраняется для брендовых запросов, ретаргетинга и акций.
Общая рекомендация	Начинать с PPC для быстрого сбора данных и продаж, затем постепенно перераспределять бюджет в пользу SEO для долгосрочного снижения стоимости лида и построения авторитета (vc.ru).

Важные аспекты интеграции SEO и PPC

☐ Использование данных SEO для PPC

Ключевые слова, найденные в SEO-анализе, используйте для запуска PPC-кампаний, чтобы быстро получить целевой трафик (vc.ru).

☐ Анализ успешных объявлений PPC для SEO-контента

Отслеживайте CTR и конверсию PPC-объявлений. Самые успешные тексты используйте для улучшения заголовков и описаний на сайте в рамках SEO (vc.ru).

☐ Быстрое тестирование ключевых слов в PPC с последующим применением в SEO

Запускайте краткосрочные PPC-кампании, чтобы быстро определить, какие запросы приводят к конверсиям, а затем используйте их в долгосрочной SEO-стратегии (vc.ru).

☐ Двойной охват в поисковой выдаче

Присутствие как в рекламных блоках, так и в органической выдаче одновременно увеличивает видимость и вытесняет конкурентов (seo.com).

☐ Ретаргетинг и ремаркетинг

Используйте PPC для возврата пользователей, которые пришли из органики, но не совершили целевого действия. Это особенно эффективно для B2B с длинным циклом сделки (seo.com).

☐ Улучшение поведенческих факторов

Трафик из PPC может улучшать поведенческие метрики (время на сайте, глубина просмотра), что косвенно влияет на SEO-позиции.

Оценка текущей стратегии SEO и PPC



Полностью разделены | Минимальная координация | Частичная интеграция | Высокая степень синергии | Полностью интегрированы

Насколько интегрированы ваши SEO и PPC стратегии на данный момент?

Больше интересного в нашем блоге



развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями

Получить пользу



 rocketlab.bz

 [@rocketlab](https://t.me/rocketlab)