Необходимо написать текст на тему «»

**>> 1. Размер текста (с учетом пробелов).**
\* Оптимальный размер текста статьи. Формируется как среднее по страницам конкурентов.
Пример формирования размера текста: <http://prntscr.com/hpx95b>

**>> 2. Раскрыть темы в статье.**

\* Самые интересные разделы и подразделы из страниц конкурентов, которые раскрывают текущую тему. Рекомендуется использовать для формирования собственной структуры статьи.

или

2.1. Самая релевантная структура страницы взята на сайте.
\* Из всех сайтов выбирается один, у которого самая полная, интересная и релевантная структура. Оптимально использовать данную структуру за основу. Не нужные пункты можно/нужно удалить. Данный раздел можно/нужно дополнить пунктами из раздела 2.2. или "с нуля" построить свою на основе раздела 2.2.

2.2. Дополнения разделов структуры отсортированных по релевантности.
\* Самые интересные разделы и подразделы из страниц конкурентов, которые раскрывают текущую тему.

**>> 3. Обязательно использовать фразы в точном вхождении (кол. раз).**
\* Данные запросы взяты из текущей группы excel файла ядра и встречаются в точной форме на страницах конкурентов, количество раз указано после тире. Желательно равномерно распределить эти запросы по тексту статьи.

**>> 4. Также необходимо использовать фразы в разбавленном вхождении (кол. раз).**
\* Данные запросы взяты из текущей группы и встречаются в разбавленном вхождении на страницах конкурентов. Их также желательно равномерно распределить по тексту страницы в указанном количестве. \* В скобках [ ] указываются самые популярные варианты неточных вхождений поисковых запросов.

**>> 5. Семантически близкие фразы из документов конкурентов.**
\* Это популярные фразы на страницах конкурентов, которые формируют/раскрывают данную тему.
Пример: <http://prntscr.com/hpxfqe>

**>> 6. Семантически близкие слова из документов конкурентов.**
\* Это популярные слова на страницах конкурентов, которые формируют/раскрывают данную тему.
Пример: <http://prntscr.com/hpxg6k>

**>> 7. Семантически близкие слова из подсветок поисковой выдачи.**
\* Это популярные слова, выделенные жирным, в поисковой выдаче по соответствующим запросам. Пример: <http://prntscr.com/hpnax6>

**>> 8. Семантически близкие слова из подсказок поисковой выдачи.**
\* Это слова из выпадающих подсказок поисковой системы. Пример: <http://prntscr.com/hpnbne>

Внимание! Фразы и слова из пунктов 5, 6, 7, 8 могут помочь копирайтеру при раскрытии темы статьи и это положительно скажется при ранжировании в поисковых системах.

**>> 9. Вспомогательный хвост тематических запросов.**
\* Указаны все остальные запросы из группы в ядре, которые не попали в пункты 3 и 4. Этих запросов нет на страницах конкурентов совсем или в достаточном количестве (конкуренция слабая / оптимизаторы или вебмастера не вписали их на страницы). Вы можете абсолютно свободно вписать на странице, title, h1 в разумных пределах самые частотные запросы группы и быстро выйти по ним в ТОП.

Главное не переспамить , использовать разнообразные запросы на странице из группы. Желательно, чем частотнее запрос, тем приоритетней и больше вписывать его на странице. Менее частотные запросы Вы можете использовать для перелинковки или для анкоров ссылок.

Пример: Если главный запрос «уборка квартир» указан в пункте 3, то в пункте 9 будут выведены все остальные запросы группы - <http://prntscr.com/hpxkey>

**>> 10. При написании текста можно обращать внимание на страницы конкурентов.**
\* Самые релевантные страницы конкурентов для всей группы запросов отсортированы по встречаемости запросов из группы на странице.

**>> 11. Академическая тошнота документа.**\* Это частота повторения в тексте одних и тех же слов. Академическая тошнота характеризует натуральность документа. Если в документе много различных повторяющихся слов, то показатель академической тошноты будет большим. Академическая тошнота измеряется в процентах и зависит от частоты повторения слов и объема текста. Вычисляется как отношение числа повторов самых частых слов к общему числу слов в тексте.

Пример расчета тошноты: <http://prntscr.com/hpx9q7>

**>> В ТЗ есть пометки где написано: фразы с точным вхождении и разбавленном. Так вот, если там пусто, значит ничего не должно быть, верно?**

Нет, не верно. Это значит, что запросы группы не встречаются на документах конкурентов и соответственно конкуренция слабая. Вы можете абсолютно свободно вписать/внедрить на странице, тайтле, h1-h6 в разумных пределах самые частотные запросы группы и быстро выйти по ним в ТОП. Главное не переспамить и использовать разнообразные запросы (хвосты) на странице из группы.

\* желательно, чем частотнее запрос, тем приоритетней и больше его вписать на странице.

\* более частотные запросы в title, h1-h6

\* все запросы, которые нельзя органично внедрить в текст или мета теги, всегда можно внедрить через комментарии

P.S. Отсутствие запросов в текстах конкурентов может говорит о более низкой конкуренции по данной группе запросов. Так как в конкурентных текстах всегда будет много вхождений запросов.