



Работая с высококонкурентными словами, нужно понимать, что это очень часто используемые, популярные выражения. Конкуренция, связанная с этими словами, крайне велика. Чтобы продвинуть сайт по такому запросу, нужно очень грамотно оценить ситуацию в поисковой выдаче.

К примеру, если человек интересуется покупкой современного телевизора, в поисковой строке он введёт запрос «купить телевизор». По статистике Яндекса, такие ключевые слова запрашиваются 180 000 раз в месяц. Безусловно, практически все продавцы телевизоров будут бороться за топ по этому запросу.

Среднеконкурентные слова имеют среднюю частотность, от 1000 до 10000 раз в месяц, и обладают средней конкуренцией. Браться за такие запросы рекомендуется проектам с возрастом от полугода и больше.

Постоянное количество трафика и не очень сильная конкуренция делают эту нишу особо привлекательной для продвижения и роста в поисковых системах.

Низкоконкурентные поисковые запросы, чаще всего являются низкочастотными. Пользователи ищут эти ключевые слова, не чаще чем 1000 раз в месяц. Почему эти запросы имеют низкую конкуренцию? Связано это с тем, что малое количество запросов, соответственно, приведёт малое количество пользователей на сайт.

Конкурентность запроса – один из первых пунктов, которые стоит рассмотреть при продвижении сайта, иначе можно потратить много времени и сил и не попасть на нужную позицию в поисковой выдаче.

Если вас интересует [горное дело](#), работа в данной отрасли, обучение или информация о горнодобывающей промышленности, то на сайте Mining24 вы найдете много полезного. Здесь вы сможете прочесть новости отрасли, информацию об оборудовании, предприятиях и правовых документах.