

# Урок 2 по курсу «Продвижение бесплатными способами»

## (курс 2)

### Продвижение пресс-релизами и новостями

Я часто рекомендую начинать продвижение нового сайта с сайтов для размещения пресс-релизов и новостей.

#### Почему?

1. При запуске нового сайта обычно имеется достаточно крупный информационный повод, который потом исчезнет. Куйте железо, пока горячо.
2. Новости и пресс-релизы обычно размещают крупные сайты, отраслевые и региональные порталы - т.е. сайты с хорошими показателями, чаще всего активные и на хорошем счету в течение многих лет. У меня прямые ссылки размещали и порталы с тИц 1200, например. Такое не часто можно получить другими бесплатными способами. Но, конечно, и к составлению, и к рассылке пресс-релиза нужно подойти ответственно и глобально.
3. Ссылка размещается не везде и не везде прямая. Но там, где она размещается, получается в тематическом контенте, в общем, в хороших условиях. Окружите ее в ближайших 20-30 знаках нужными ключами или, по возможности, поставьте анкор, нужный вам, и она принесет вам плюс к продвижению по ключевым словам в поисковых системах.
4. Это даже хорошо, что ссылка не везде подставится прямая – где-то это будет упоминание, где-то ссылка закрытая в nofollow (как любит Гугл, чтобы это было в пресс-релиза), где-то через редирект. Где-то вообще запретят ссылку и будет только

упоминание вашей компании или сайта или человека (что тоже хорошо). **Так это будет максимально естественно и хорошо для вашей ссылочной истории.**

**5. Пресс-релизовые сайты не заспамлены массовыми тысячными размещениями как те же каталоги сайтов.** Поисковые системы благоприятно отнесутся к такому началу ссылочной жизни сайта.

**6. Есть еще, несомненно, и ценный момент донесения информации о вашем проекте, товаре, услуге до вашей целевой аудитории.**

У меня были случаи и довольно много раз (я люблю рассылать пресс-релизы), когда после размещения пресс-релизов совершенно нулевого сайта, без какого либо еще продвижения, звонили клиенты, говорили, что нашли «в интернете». Или один раз мне написал мой брат, который случайно отмониторил мой пресс-релиз в крупном SEO-СМИ и узнал, наконец, чем конкретно я занимаюсь )

Также, например, звонили традиционные бумажные газеты и брали интервью по поводу, обозначенному в пресс-релизе (тот пресс-релиз, про который сейчас говорю, был об участии с крупным докладом на специализированной конференции, не о запуске сайта). И так далее.

То есть эффект от пресс-релизов есть, однозначно. Иногда вы его почувствуете не сразу, но возможно, через какое-то время старая рассылка себя проявит. Это кроме положительного SEO-эффекта.

**Таким образом, размещение в пресс-релизовых сайтах даст вам:**

- 20-50 % прямых ссылок в хорошем контенте на чаще всего действительно крупных весомых сайтах - тематических, региональных, общетематических, деловых (в процентах от общего количества размещенных пресс-релизов).
- Упоминания вашего сайта (без активной ссылки) и вашей компании, что тоже хорошо работает на траст сайта.
- Внимание и узнаваемость у некоторой части вашей целевой аудитории.

**Вам кажется, что все сложно, вы никогда этого не делали и откладываете на потом?**

**Все гораздо проще, чем кажется.**

## **Пресс-релизы для продвижения информационных, некоммерческих проектов**

Обычно пресс-релизы используются для размещения от имени компаний, для продвижения корпоративных сайтов. Это по умолчанию стандарт. Но можно найти способы, как разместиться и для некоммерческих ресурсов. Это даст не 100%, но, в зависимости от того, как качественно вы поработаете, даст какой-то выхлоп.

**Пресс-релизы для некоммерческих ресурсов размещать не так просто**, т.к. пресс-релиз — это не просто статья, это обычно новость, информационный повод или отчет о проведенном мероприятии.

На пресс-релизовых сайтах довольно жесткая модерация, и материал должен соответствовать.

Также, часто на пресс-релизовых сайтах сначала требуется регистрация фирмы (но не на всех), что отсекает ряд ресурсов для размещения некоммерческого проекта.

**Для продвижения пресс-релизами информационных проектов можно сделать так:**

Взять какое-то событие, мероприятие.

Типа, например, профильная конференция, фестиваль, крупный тренинг. Чем крупнее и известнее, — тем лучше.

И написать либо хороший рерайт разных новостей об этом событии или пострелиз о том, как оно прошло. И разместить у себя на сайте.

Кроме этого написать дополнительно уникальный текст непосредственно самого пресс-релиза (около 2000 знаков).

И размещать потом по пресс-релизовым сайтам со ссылкой на источник у себя на сайте.

**Есть еще, например, такой вариант, что «вышел такой-то сайт», «запущен такой-то проект»** (ваш портал, ваш сайт), но это примут с гораздо меньшей вероятностью.

В качестве фирмы можно пробовать указывать имя сайта типа vashsite.ru или vashsite а контакты указывать какие-то ваши личные.

Хотя, конечно, это и захламляет базу каталогов фирм не верной информацией и не самый правильный ход с этой точки зрения. Но с другой стороны, многие модераторы не примут такое описание, а те, где карточка фирмы не создается, а эта информация нужна только для размещения пресс-релиза — там пойдет.

Учитывая, что ряд сайтов не просит заполнять карточку, а где-то можно воспользоваться приемом, описанным выше, то получается разместиться где-то в 30-60% пресс-релизовых сайтов.

**Обязательно почитайте эту мою статью:**

[Кейс №1. Некоммерческий пресс-релиз для художника](#)

[База пресс-релизовых сайтов](#) продается как отдельно, так и в рамках [полной ТОП Базы](#) с кучей других видов сайтов.

**ВАЖНО!**

Текст пресс-релиза можно также размещать и на других видах сайтов

- на многих форумах,
- на профильных досках объявлений,
- анонсы в соцсетях и блоговых системах.

## Написание материала

Если вам не предоставил пресс-релиз заказчик, или если вы делаете его для своего личного проекта, то у вас 3 варианта:

**Вариант 1. Заказать написание.**

Если вы не можете написать пресс-релиз, закажите его! Хорошие **текстовые биржи** - textsale.ru, advego.ru и несколько других. Там можно кинуть клич, указав кратко задание и либо указать стоимость, которую вы готовы заплатить, либо выслушать встречные предложения.

Можно также за 5 минут **разместить проект на freelance.ru, free-lance.ru**. У вас будет выбор минимум из 10-20 потенциальных исполнителей уже в ближайшие несколько часов, а, скорее всего, и минут.

*Я лично люблю free-lance.ru. К примеру, на этом сайте мне член Союза журналистов, очень приятный мужчина, написал отличную аналитическую статью на агропромышленную тематику и очень даже не дорого. Потом там же я нашла исполнителя на «размножку». Выбирайте исполнителя с опытом в журналистике, уточните это, и у вас, наверняка, будет очень даже достойный пресс-релиз.*

## **Вариант 2, самостоятельный.**

Наберите в Яндекс-Гугле «Как написать пресс-релиз» и т.д. и найдете массу стоящих статей о структуре этого вида рекламного текста и о разных нюансах, с ним связанных.

**Я не буду здесь переписывать подробно правила создания пресс-релиза, скажу кратко основное:**

- 1. Пресс-релиз должен содержать хоть какую-то интересную для аудитории информацию**, а не только общую «воду», например, про разделы сайта и обтекаемые формулировки.
- 2. Пресс-релиз обязательно должен быть посвящен какому-либо информационному поводу, событию**
  - запуску сайта,
  - участию в выставке или конференции,
  - тому, что деятельности компании стукнуло дав года
  - компания открыла новое направление
  - получению наград,
  - открытию нового офисаи так далее.

Но это не может быть просто общая статья о компании.

- 3. В пресс-релизе по классике жанра должен быть ответ на 4 вопроса: «Кто. Где. Что. Когда»**. Ну, еще может быть ответ на вопросы «Зачем. Почему. Каким образом».

4. В конце, после описания события обычно идет **краткая справка о компании** - 1-2 абзаца.

5. **Помните о SEO-оптимизации пресс-релиза.** Не надо пичкать его ключевыми словами, но хотя бы раз упомянуть их, особенно **рядом со ссылкой** очень желательно.

6. **Размещение ссылки в пресс-релизе.** Ссылку где-то можно будет поместить через систему визуального редактирования на нужных словах или просто сделать ее ссылкой, т.е. контролировать, как она будет выглядеть. Но где-то просто вставляется чистый текст, даже без HTML-разметки.

**Внимание!** Я в таких случаях внутрь пресс-релиза помещаю ссылку в виде <http://www.imya.ru> без каких либо знаков препинания сразу после ссылки – без точки или скобок.

Заготовьте основной текст пресс-релиза в таком формате. Потому что бывали случаи, когда ссылка становилась активной, то при этом и захватывался знак скобки или запятой, идущий сразу после, ссылка получалась не корректной, битой.

7. **Все это располагается обычно на 2000-3000 знаках текста.** Разные сайты требуют разное количество. В среднем вам может понадобиться несколько расширенных и урезанных вариантов - до 1500, до 2000, до 3000 и до 5000 (по желанию) знаков.

8. **Лучше всего, конечно, пресс-релиз размножить** - с целью иметь больше уникальных текстов, чтобы Яндекс поменьше склеил. Но, зачастую это бывает довольно сложно, т.к. пресс-релиз часто утверждается или пишется заказчиком.

В идеале, чтобы на сайте у вас остался один текст, а по другим сайтам рассылался другой (еще и размноженный на десяток вариантов).

Это в идеале. Но хотя бы **можно разослать тот же вариант, что на сайте. Только очень желательно сначала добиться его индексации на вашем сайте** (хорошие твиты, фейсбук и пр. вам в помощь) и добавить его в уникальные тексты в Яндекс Вебмастере. И только потом рассылать.

Потому что если разместить одинаковый текст со своим сайтом, то поисковые системы могут

А) посчитать первоисточником какой-то пресс-релизовый сайт

Б) склеить много одинаковых вариантов размещения вашего пресс-релиза в одно размещение.

9. **Над заголовком стоит подумать чуть подольше.** Чем более «глобальным» и интересным он будет, тем больше шансов на публикацию. Лучше всего делать хотя бы штук 10 разных заголовков (с целью «размножения»).

10. Кроме составления общего текста для размещения через онлайн-формы, вы должны и **составить пресс-релиз в формате Microsoft Word для отправки электронной почтой на некоторые сайты.** Традиционно в шапке размещается логотип компании, контактные данные, ответственное за пресс-релиз лицо. Потом заголовок крупно. Текст пресс релиза. Далее, в самом конце - справка о компании, часто выделяется курсивом.

11. **Если есть фотографии (очень желательно, чтобы они были),** сделайте их в нескольких вариантах размера. Например, 150, 300 и 600 пикселей в ширину, сохраните в jpg весом до 200 Кб и сохраните в папку с пресс-релизом плюс заложите на сервер (кое-где просят указать ссылку на фотографии)

Потом при добавлении пресс-релизов вы будете смотреть на комментарии администрации данного сайта о том, какого максимального размера могут быть ваши прикладываемые фотографии. По размеру и по весу.

### **3 вариант. Воспользоваться сервисами рассылки пресс-релизов.**

Они и напишут, и размножат, и отлично, массово разошлют с некоторой гарантией размещения. Это более результативный способ, но платный.

Несколько таких сервисов есть у меня в базе в подкатегории ПРЕСС-РЕЛИЗЫ, НОВОСТИ - Общие - Сервисы рассылки пресс-релизов и статей.

Например, это:

<http://postprofit.net/>

<http://www.softpressrelease.ru/>

<http://b2blogger.com/about/features/>

Я ни одним из них не пользовалась, ничего точно сказать по размещению не могу.

## Создание проекта

Во многих пресс-релизовых сайтах **просят заполнить карточку о фирме**. Но не во всех.

Где-то вы можете выступать от имени сайта, вашего проекта, отдельного частного лица.

Или в поле «Название фирмы» можете пробовать писать [imyasayta.ru](http://imyasayta.ru) Но это в том случае, если там не требуется подробная информация о фирме, контактах, директоре и т.д.

Если у вас фирма и вы хотите охватить как можно больше пресс-релизовых сайтов, то **заготовьте всю нужную информацию о фирме и сам пресс-релиз, так как**

**пресс-релизовые или новостные сайты – это чаще всего помесь из каталога фирм и каталога статей.**

Здесь обычно нужна предварительная регистрация и чаще всего пресс-релизы рассылаются от имени, фирмы, поэтому карточка фирмы должна быть тоже заполнена или в ходе рассылки пресс релиза перед тем, как получить доступ к этой функции.

**Правила по описаниям к пресс-релизу примерно такие же, как для статьи.** Хотя размер полного текста может быть меньше.

Описание – около 1000-3000 знаков.

Заголовок – в среднем до 100 знаков (часто требуют заголовок пресс релиза уместить и в 50 знаков, заготовьте хотя бы один такой вариант)

**Самая большая разница со статьей** – пресс-релиз должен иметь какой-то новостной характер, подытоживающий или предваряющий какое-то событие или что-то происходящее в компании, онлайн-сервисе, сайте.

**Иногда разрешается использовать ВВ Код или есть панель визуального редактора,** при помощи которых можно вставить ссылки или выделить жирным в тексте.



**«Дополнительные поля», которые вам могут понадобиться (ДОПОЛНИТЕЛЬНО К тем, которые вам нужны в каталогах фирм, т.к. зачастую, как я уже сказала, вам придется сначала заполнить карточку фирмы):**

- Ваша должность
- Полные контакты (несколько видов контактов – e-mail, телефон, возможно ICQ в одном поле)
- Описание фирмы (т.к. основное «Описание» в вашем проекте будет заполнено текстом пресс-релиза и при этом возможно вам придется заполнять карточку фирмы)

**Для заполнения карточки фирмы приведу информацию из моих инструкций из файла «Примечания к Демо-проектам – Каталоги фирм»:**

### **Заголовок фирмы**

Обычно в 50-70 % каталогов фирм нужно указать только краткое название вашей фирмы. Иногда просят с указанием юридического лица, то есть [ООО «АвтоЗапчасти»](#).

Иногда можно указать и с указанием деятельности.

Например, [ООО «АвтоЗапчасти»](#) - производство запчастей.

Но т.к. название фирмы крайне редко бывает прямой ссылкой на сайт, то это имеет мало значения для продвижения сайта фирмы – будут ли ключевые слова в заголовке.

### **Описание фирмы**

#### **Пример НЕправильного описания:**

Наша фирма «АвтоЗапчасти» занимается производством и продажей лучших автозапчастей! Посетите раздел Каталог – там более 300 моделей. На форуме можно пообщаться на тему автомобилей и задать вопросы производителям.

*Здесь сразу несколько «нарушений»:*

- от первого лица,
- превосходная степень «лучший» и восклицательный знак,
- во второй части идет описание сайта и его разделов, а не фирмы.

#### **Пример правильного описания:**

[Фирма «АвтоЗапчасти» производит и продает на территории России и Ближнего зарубежья автозапчасти и авто аксессуары для автомобилей более 300 различных марок.](#)

Компания располагает собственными складами по всей территории России, что гарантирует быструю доставку.

**С вас часто могут потребовать дополнительные описания товаров и услуг – только названия и описания товаров и отдельно (или вместе) услуг, без дополнительной «воды».** Для этого делайте дополнительное поле.

**От вас могут еще потребовать на различных каталогах фирм:**

- Форма собственности, юр. Наименование фирмы
- Физический адрес
- Почтовый адрес
- Юридический адрес (с указанием индекса адреса конечно)
- Телефон и часто факс
- Ваша должность в фирме (и полное ФИО)
- ФИО директора
- Название должности директора
- Дата образование фирмы
- Количество сотрудников в фирме
- Географические рынки, на которых вы работаете
- Список услуг и товаров через перечисление
- ИНН, лицензия, ОКОНХ, ОКОПО
- Длинное описание фирмы – более 500, более 1000 знаков
- Ссылка на логотип (в таком случае его нужно закачать на сайт, но это редко, обычно нужно выбрать картинку у себя на компьютере)
- Адреса представительств фирмы в твиттере, фейсбуке, вконтакте
- ICQ
- Skype
- Схема проезда

**Все это очень желательно подготовить и сделать в закладке «Дополнительные поля»**

### **Логотип**

Логотип вас могут часто попросить закачать через выбор файла на вашем компьютере.

Я очень рекомендую сразу подготовить много вариантов размеров

в 2-х форматах gif и jpg - в размерах 100x100, 150x150, 200x200, 300x300.

Вам будет очень удобно раз сразу сделать в фотошопе разные варианты и больше к этому не возвращаться.

Файл желательно должен весить не более 50 кб. (часто стоит и ограничение на вес)

То же самое и со схемой проезда.

## В каком виде подготовить сам текст?

Есть 3 варианта размещения.

1. Чаще всего вам понадобится **просто текст** с указанием полной ссылки на нужную страницу вашего сайта (главную или 2-го уровня). Ссылка может вести на новость на вашем сайте или на страницу продукта, услуги, персоны и т.д.

То есть чаще всего это просто текст без какой либо верстки.

2. Часто встречается либо **визуальная система редактирования** (значки как в программе Microsoft Word). Причем иногда при размещении с такой системой редактирования на Java Script, Allsubmiter глючит и не хочет заполнять текст или вставлять ссылки. Изредка приходится переключаться в обычный браузер.

Либо разрешают использовать HTML верстку для разметки внутри новости. Но при этом обычно подобная разметка параграфов не нужна - `<p></p>`. Только что-то выделить жирным, вставить ссылку в виде `<a href=""></a>` и т.д.

### 3. BB Code

Это система разметки, которая обычно используется на форумах. Ссылка обычно ставится так:

```
[url]http://www.ssilka.ru[/url]
```

```
[url=http://www.ssilka.ru]имя ссылки, то есть любой анкор[/url]
```

Как именно можно поставить ссылку – просто на УРЛ или на любых словах – решает каждый пресс-релизовый сайт самостоятельно. Вам нужно посмотреть обычно по ссылке рядом с формой инструкции использования BB кода на данном сайте.

Жирным, к примеру, выделяется так

```
[b]жирным[/b]
```

**Почему и сложно работать с пресс-релизами на автомате.** Мало того, что много где идет сначала регистрация, заполнение карточки фирмы, постинг из личного кабинета, так еще и часто нужно заполнять ВВ код или работать с визуальной формой редактирования, если вы хотите максимально хорошо представить свой пресс-релиз, вставить активные ссылки.

## Размещение пресс-релиза

В ТОП Базе в разделе ПРЕСС-РЕЛИЗЫ, НОВОСТИ в основном собраны такие сайты, которые минимум в 50% успешно должны разместить обычный хорошо написанный пресс-релиз корпоративного сайта.

То есть это не просто СМИ, которые в принципе занимаются размещением «каких-то новостей», а именно большей частью специализирующиеся на размещении пресс-релизов. Это сайты, которые с большой вероятностью разместят ваш пресс-релиз, даже если он не является корпоративным пресс-релизом.

**Основная структура категории «ПРЕСС-РЕЛИЗЫ, НОВОСТИ» в [ТОП Базе](#):**

- Общие
- Региональные
- Тематические

Есть еще немного социальные новости, интервью.

**Частично раскрытая структура раздела "ПРЕСС-РЕЛИЗЫ, НОВОСТИ" ТОП Базы:**

## Категории

- [-] ПРЕСС-РЕЛИЗЫ, НОВОСТИ
  - [-] Региональные
    - [+] СНГ
    - [+] РОССИЯ
      - Все регионы
    - [+] Другие страны по-русски
  - [-] Тематические
    - [-] Туризм
      - Онлайн-форма
      - Почта
      - Платные
      - [+] Региональные
    - Развлечения
    - Сельхоз, агро
    - [-] Промышленность, оборудование, техника
      - почта
    - [-] Женские, дом, красота, мода, косметика
      - Детские
    - [-] Строительство, недвижимость
      - Почта
      - требуют обратную
    - [-] Авто
      - сельхоз и спецтехника
    - [-] IT, компьютеры, мобильная связь
      - почта
      - форумы
      - Ссылка прямая на источнике
    - [-] Деловые по тематикам
      - Форекс
      - Тренинги
      - Финансы, банки
      - [+] Юридические
      - Перевозки, логистика, внешнеэкономичес
      - Страхование
    - [+] Веб-дизайн, интернет
      - Юридические
    - [+] Реклама
      - Образование, наука
    - [+] Медицина, фармацевтика, химия
      - Зоо, животные, растения
    - [+] Спорт
    - [+] Торговля
      - Упаковка
    - [+] Искусство
      - Безопасность
      - Продукты питания, алкоголь
      - Работа
      - Охота, рыбалка
      - Морской, водный транспорт
      - Религия, психология, эзотерика
  - [+] КОЛЛЕКТИВНЫЕ БЛОГИ, сообщества, СОЦИАЛЬ
  - [-] ОБЩИЕ
    - [+] Онлайн-форма
      - Почта
      - Точно ссылка прямая, без nowfollow
      - просят обратную
      - Сервисы рассылки пресс-релизов и статей
    - [+] Самые крупные СМИ
  - [+] Платные
  - [+] Интервью

**В «общих» большинство пресс-релизов подается через онлайн-форму.** С предварительной регистрацией в большинстве случаев, но в некоторых и без. Конечно, в таких открытых формах действует премодерация. В тех, которые с регистрацией - зачастую постмодерация.

**Примеры типичных сайтов для размещения пресс-релизов из раздела «Общие»:**

<http://press-relizy.ru/account/release/add/>

<http://inthepress.ru/press/add.html>

<http://pr-releas.ru/index.php?do=addnews>

[http://www.rosfirm.ru/catalog/add\\_info/](http://www.rosfirm.ru/catalog/add_info/)

[http://www.firmlist.ru/add\\_news.html](http://www.firmlist.ru/add_news.html)

**В «тематических» же и «региональных» часть пресс-релизов нужно высылать кроме онлайн-формы и через e-mail.**

**Примеры тематических пресс-релизовых сайтов с отправкой через e-mail:**

<http://dignews.ru/dobavit-press-reliz> - Компьютеры, IT (подкатегория почта)

<http://www.abercade.ru/press/> Строительство (подкатегория почта)

### **Как я рассылала на e-mail в последний раз**

Сделала почтовый экаунт (я сделала на Яндекс почте) от имени клиента

Создала в настройках его профиль с фотографией и подписью

Подготовила пресс-релиз в удобном формате и фотографии к нему и вставленные внутри файла с текстом в Word, и отдельно фотографии дополнительными приложениями к письму

Отправила вручную на несколько десятков сайтов с подходящим для каждого типа сайтов вступительным текстом.

К примеру - на региональные сайты о том, что произошло крупное для данного региона событие. На сельскохозяйственные - что крупное для агропромышленного рынка России событие и т.д.

Отклик был очень высокий в отличие от тех раз, когда, к примеру, пресс-релиз был с менее оформленного экаунта и без фотографий и немного персонализированных текстов.

**Если вы рассылаете пресс-релиз не один раз, а несколько раз и по одной и той же базе (одной темы), и у вас уже после первой рассылки есть список e-mail адресов, то можно попробовать настроить тот же Allsubmitter - модуль Директ мейл для автоматизированной персонализированной рассылки.**

Некоторый Help по нему имеется

тут [http://help.weblogalyzer.biz/index.php/AllSubmitter\\_DirectMail](http://help.weblogalyzer.biz/index.php/AllSubmitter_DirectMail)

Я еще не разобралась с данным модулем, своих инструкций не писала пока.

Если какие-то вопросы, всегда можно спросить и у разработчиков Allsubmitter. Как это сделать и где, смотрите тут - <http://allsubmitter-topbase.ru/seo-poleznoe/technicheskij-faq-porabote-s-allsubmitter.html#6> пункт 6.3

**Как происходит рассылка пресс-релизов и новостей через онлайн-форму (при помощи Allsubmitter, но можно и без)**

Наиболее стандартный вид формы для пресс-релиза:

Раздел:

Заголовок:

Компания:

Анонс:

Содержание:  
BB-code: вкл

Комментарии:

E-mail:

контактное лицо:

Изображение:  Файл не выбран

Выслать уведомление с ссылкой на пресс-релиз при успешной модерации

*Примечание: BB код - скорее не норма, а исключение из правил. А сам набор полей у этой формы - наиболее часто встречающийся.*

Пресс-релиз это по своей сути - новость компании.

И если в вашем случае вы рассылаете новость именно от лица компании, то вам подойдет большинство сайтов из базы из разделов вашей и смежной тематики, вашего региона.



И приготовьтесь, что часто вам понадобится в ходе процесса сначала зарегистрировать фирму, а потом уже добавить из личного кабинета или привязать к данной фирме в системе управления пресс-релиз.

товar.ru – товары, услуги, фирмы

**товar.ru**

Мой кабинет

#### Мой профиль

[настройка](#)

[сообщения](#)

#### Фирма

[заявка на управление](#)

[добавить фирму](#)

[список фирм](#)

[данные фирмы](#)



[прайс-лист](#)

[коммуникатор](#)

#### Финансы

[мои заказы](#)

[сменить тариф](#)

[мой баланс](#)

[пополнить баланс](#)

#### Реклама на сайте

[добавить рекламу](#)

#### Объявления

[добавить объявление](#)

[список объявлений](#)

#### Новости

[добавить новость](#)

[список новостей](#)

ПОИСК НА САЙТЕ • ЗАДАТЬ ВОПРОС • ВЫ

Мой кабинет

### ДОБАВИТЬ НОВОСТЬ

Добавляйте, пожалуйста, сюда все новости Вашей компании: о Ва потенциальные Клиенты будут в курсе!

[Авторизоваться](#)


[Добавить фирму](#)

[Зарегистрироваться](#)


Пример сайта, где нужно сначала зарегистрировать фирму, потом из личного кабинета добавлять новость

Пример достаточно сложной формы о фирме, которую кое-где попросят заполнить:


**Поля, помеченные звездочкой, обязательны для заполнения.**

\* **Фактическое название предприятия** 

**Организационно-правовая форма**

**Юридическое название** 


Укажите юридическое название предприятия (без формы собственности) или фамил

\* **ИНН** 

10 цифр для юридических лиц, 12 - для физических лиц

\* **Область (регион)**

\* **Населённый пункт**


\* **Телефоны** 

	Код	Телефон
+7	<input type="text" value="495"/>	<input type="text" value="1234567"/>
+7	<input type="text" value="912"/>	<input type="text" value="1234567"/>
+7	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Вводите только цифры

**Факс**

	Код	Телефон
+7	<input type="text"/>	<input type="text"/>

\* **Виды деятельности** 

**Если же ваш сайт не корпоративный, то вам подойдет меньше сайтов из базы «ПРЕСС-РЕЛИЗЫ, НОВОСТИ».**

Возможно, процентов 50 от подходящих вам подкатегорий.

Где-то, где требуется не полное заполнение карточки фирмы, а только указание контактного лица и контактов, вы тоже можете подать ваш пресс-релиз. Если требуется название фирмы, попробуйте указать основную часть названия вашего сайта по-английски, тоже в ряде случаев это проходит.

**Вот так это выглядит (как пример)** при размещении пресс-релиза о четырехлетию ТОП Базы в Allsubmitter. Обратите внимание, что когда не существует возможности использовать "визуалку" (систему визуального редактирования), то и разметки HTML в основном тексте нет, ссылку я вставляю в основной текст просто в виде URL (без кода) - это довольно частый вариант размещения именно для пресс-релизовых сайтов (в отличие от многих каталогов статей).

Название компании у меня тут - ТОП База (хотя, по сути, это название моего продукта).

Название:	ТОП База – 4 года! Самая безопасная и эффективная база Рунета да	0/100 Title
Аннотация:	В марте 2012 года ТОП База исполнилось 4 года! На SEO-рынке база хорошо известна, имеет высокую репутацию и давно находится в арсенале всех, кто по-серьёзному занимается регистрацией	0/0 Description Short
Основной текст:	В марте 2012 года ТОП База <a href="http://www.topbase.ru">http://www.topbase.ru</a> исполнилось 4 года! На SEO-рынке база хорошо известна, имеет высокую репутацию и давно находится в арсенале всех, кто по-серьёзному занимается регистрацией и размещением информации в различных видах сайтов.  За 4 года ТОП База выросла практически с нуля до огромной мощной сборки из всех существующих видов сайтов для продвижения с развернутой структурой в более 800 подкатегорий.  В базу включены также все тематики, все регионы России и СНГ.	0/0 Description
Ключевые слова:	веб-дизайн, seo, seo, каталог, продвижение, реклама, каталог сайтов, сайт, рекламная,	0/0 Keywords Comma
Тип новости:	Пресс-релиз (add)	
Рубрика:	Интернет (add)	
Название организации:	Топ База	0/50 Company Name
Адрес сайта (страницы продукта):	http://www.topbase.ru	0/100 URL
Ваше имя:	Анна Яценко	0/50 First Name+Last Name
e-mail:	topbase@yandex.ru	0/50 Email
Вариант размещения:	<input checked="" type="radio"/> бесплатно, в соответствии с правилами <input type="radio"/> 1 USD, быстрая и мягкая модерация	

Добавить

Очистить

Скриншот из программы Allsubmitter

## Размещение пресс-релизов схоже с размещением статей в каталогах статей

### **СХОЖЕГО много:**

- 1) Также есть разные требования по размеру основного текста. Где-то требуется текст до 1500 знаков, где-то наоборот не менее 2000-3000.
- 2) Часто, как и у статей, тоже просят короткий текст вступления - до 250 знаков в среднем.
- 3) Где-то заголовок до 50 знаков (хотя это очень сложно, вписать название новости в такой размер, но иногда да, требуется не более 50), где-то любого размера, неограниченно.
- 4) Где-то можно вставить ссылку в текст просто в виде URL и рядом написано (или не написано), что она станет активной после публикации. Где-то можно вставить ссылку и сделать форматирование текста в форме визуального редактирования (визуалке - панели со значками, как в Microsoft Word). Где-то она идет источником в конце пресс-релиза
- 5) Так же, как и в статьях, можно вставлять чаще всего и ссылку на страницу 2-го уровня.

### **Основные РАЗЛИЧИЯ с размещением в каталогах статей:**

- 1) Если нет «визуалки» и каких-то комментариев по поводу размещения основного текста (например, что работает BB Code), то вставлять текст чаще всего нужно как он есть - без HTML разметки. Т.е. без html-тегов параграфов и ссылок. Ссылку нужно указать просто как <http://www.imya.ru> и на некоторых сайтах она становится активной.

С пробелами до и после URL - чтобы какой-то лишний знак не прилепился нечаянно к вашему адресу сайта. Потому что может получиться, что ссылка будет <http://www.imya.ru> - со скобкой или точкой на конце.

- 2) Часто есть обязательные поля - Источник (компания), требуют физический адрес и телефоны компании или заполнить полную карточку фирмы.
- 3) Иногда вначале должна пройти премодерация вашей фирмы на портале, и только после этого вам можно будет размещать пресс-релизы. Занимает от часа до нескольких дней.

## Отслеживание размещенных пресс-релизов

Существует удобная специализированная программка - **PressEffector (NewsEffector)**. Правда она уже больше не обновляется и возможно, проще искать пресс релизы по куску фразы из пресс-релиза в кавычках. Но я использую оба способа.

Программа PressEffector [скачивается бесплатно отсюда \(это дистрибутив, залитый ко мне на сервер, exe формат\)](#). Разработана она сервисом Прессуха.ком. В нее вы можете вставлять куски вашего пресс-релиза (если было несколько уникальных вариантов, то можно создать несколько проектов для одного пресс-релиза) и получать (перепроверять можно на автомате по графику) свежие ссылки на те сайты, которые вас опубликовали, экспортировать для отчета, при необходимости.

### Если у вас нет базы пресс-релизов

Сайты для размещения пресс-релизов (более 800 шт.) можно купить тут,  
или же лучше полную ТОП Базу (более 28.600 сайтов всех видов) - тут.

Для удобства размещения - Программу Allsubmitter последней версии + полную ТОП Базу с бесплатными обновлениями по моей акции с большой скидкой и бесплатными консультациями + SEO-Бонус можно приобрести тут.

### Прошлые уроки курса:

[http://kak-prodvinut-sait-besplatno.ru/uroki/Kurs\\_Besplantie\\_sposobi\\_1.pdf](http://kak-prodvinut-sait-besplatno.ru/uroki/Kurs_Besplantie_sposobi_1.pdf) **Вводный урок по естественному продвижению. Важные вещи. Ответы на самые частые вопросы**

#### Автор курса:



**Анна Яценко**

E-mail: [topbase@yandex.ru](mailto:topbase@yandex.ru)

Skype: [topbase.ru](#)

**Пишите с любыми вопросами!**

<http://www.topbase.ru> - ТОП База – лучшая в Рунете, профессиональная масштабная база для качественного продвижения

<http://www.allsubmitter-topbase.ru> - **единственный инструмент для самостоятельного бесплатного продвижения сайтов (качественного и безопасного)**

<http://www.seo-know-how.ru> - Мой проект, где я публикую новости по **SEO-обучению**: семинары, курсы, тренинги, новости и акции по теме продвижения в интернете

<http://www.seo-topshop.ru> - Все SEO-программы **со скидками**, сервисы, базы, руководства - все для автоматизации и удобства вашей работы

<http://www.seoandme.ru> – Мой SEO-блог где много разных полезных статей, записей лучших конференций и вебинаров и многое другое.

[Вот еще вам специальная ссылка для покупки комплекта Allsubmitter + ТОП База с ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ВРЕМЕННОЙ скидкой для читателей этого курса](#)

Вот ссылка для тех, кто хочет купить [только ТОП Базу со скидкой для участников курсов](#) – около 30.000 сайтов для бесплатного размещения любых видов сайтов, любых тематик (как минимум сотни, а скорее тысячи сайтов из базы подойдут для вашего сайта) по цене всего одной трастовой ссылки с биржи.