

— КОНЦЕПЦИЯ ЕДИНОГО САЙТА · OUTRIDE

Три сайта — одна производственная система

Новый сайт должен не просто объединить три направления, а показать масштаб одной компании: производство, инженерные компетенции, сложную логистику и способность создавать объект под задачу заказчика.

ИЗ РАЗРОЗНЕННОГО ПРИСУТСТВИЯ — В ЕДИНУЮ СИСТЕМУ

outridepark.ru

outride-ninja.ru

outride-module.ru

OUTRIDE

единая компания и репутация

Верёвочные парки

Ниндзя-парки

Модульные здания

Один бренд и общий слой доверия. Внутри — три самостоятельных раздела со своей семантикой, содержанием и сценариями выбора.

3

действующих сайта на общей производственной базе

13

адресов указано в sitemap трёх сайтов

7

из них содержательные; остальные — служебные

Продукты представлены. Поисковое присутствие ещё предстоит построить

Существующие сайты решают презентационную задачу, но открытая структура слишком мала, чтобы отвечать на разнообразный спрос трёх самостоятельных рынков.

Верёвочные парки	4	содержательных адреса в sitemap
Ниндзя-парки	1	содержательный адрес в sitemap
Модульные здания	2	содержательных адреса в sitemap

ГРАНИЦА НАБЛЮДЕНИЯ

Что ещё не измерено

Внешний осмотр показывает устройство сайтов, но не заменяет данные поисковых систем.

- фактическая индексация страниц;
- видимость и позиции по запросам;
- история доменов и ссылочные профили;
- реальный объём целевого спроса.

Поисковый спрос закрывается не одной общей страницей, а системой специализированных ответов: по типам объектов, сегментам заказчиков, требованиям к площадке, стоимости, эксплуатации и реализованным проектам. Именно такую структуру страниц нужно создать на сайте: она соответствует целевому поисковому спросу и даёт поисковым системам понятные, релевантные ответы на запросы потенциальных заказчиков.

Общая аудитория — заказчик объекта

У трёх направлений разные покупатели и критерии выбора. Объединяет их одно: они заказывают капитальный или инженерный объект и оценивают подрядчика по способности реализовать его в заданных условиях.

Заказчик объекта

Принимает инвестиционное, коммерческое, государственное или инфраструктурное решение.

Инвестор или оператор

Оценивает вложения, загрузку, сроки запуска, сезонность и эксплуатацию.

Коммерческая компания

Сопоставляет объект со своей площадкой, продуктом и экономикой бизнеса.

Государственный заказчик

Проверяет соответствие ТЗ, документы, сроки, безопасность и приёмку.

Промышленный заказчик

Смотрит на логистику, скорость ввода, условия монтажа и стоимость эксплуатации.



Посетитель парка или пользователь здания влияет на требования к объекту, но не является покупателем услуг OUTRIDE.

ПРИНЦИП РАЗРАБОТКИ И ПРОДВИЖЕНИЯ

На всех этапах важно не смешивать эти аудитории. Структура сайта, семантика, содержание и продвижение должны работать на запросы заказчиков объектов. Посетительский спрос учитывается при описании эксплуатации, но не определяет SEO-приоритеты и не привлекается как нецелевой трафик.

Техническое решение связано со сценарием эксплуатации

Компания продаёт не набор конструкций, а способность спроектировать, произвести, доставить и смонтировать объект под конкретную задачу.

OUTRIDE проектирует, производит и монтирует объекты под ключ, увязывая технические решения со сценарием эксплуатации и экономической моделью заказчика.

Задача заказчика	Требования к объекту	Полный цикл	Основа эксплуатации
Бюджет, площадка, назначение, срок запуска.	→ Пропускная способность, нагрузки, безопасность, комплектация.	→ Проектирование, производство, логистика и монтаж.	→ Объект соответствует сценарию, под который создавался.

ЗОНА ОТВЕТСТВЕННОСТИ OUTRIDE

Параметры технического решения

- состав и стоимость решения;
- пропускная способность и требования к площадке;
- качество, безопасность и сроки реализации;
- условия обслуживания и модернизации.

ЗОНА ОТВЕТСТВЕННОСТИ ВЛАДЕЛЬЦА

Фактическая окупаемость объекта

- локация и реальный спрос;
- ценовая политика и загрузка;
- управление, маркетинг и персонал;
- коммерческий результат эксплуатации.

Честность — часть предложения

Чёткое разграничение ответственности не означает дистанцирование от результата. Напротив, оно показывает деловой принцип: компания открыто называет параметры, на которые может влиять, и не обещает заказчику результат, зависящий от локации, спроса и управления. Такая точность формирует доверие ещё до начала проекта.

Объединяется доверие. Продуктовые направления остаются самостоятельными

Один сайт не означает одну универсальную посадочную страницу. Общими становятся бренд, производство, портфолио и репутация; продуктовые разделы сохраняют собственную логику.

ОСНОВАНИЕ 01

Полный перечень возможностей

Заказчик видит масштаб компании и все доступные специализации в одном месте.

ОСНОВАНИЕ 02

Общее портфолио работает сильнее

Сложные объекты, государственные заказчики и география подтверждают зрелость всей компании.

ОСНОВАНИЕ 03

Репутация не делится на три

Контент, упоминания и поисковый вес накапливаются на единой площадке.

Главная: OUTRIDE как производственно-монтажная компания

Верёвочные парки

- типы парков и элементы;
- для турбаз, парков и лагерей;
- требования к площадке;
- эксплуатация и сервис;
- реализованные объекты.

Ниндзя-парки

- полосы и отдельные снаряды;
- для фитнеса и спортивных школ;
- требования к помещению;
- соревновательные форматы;
- реализованные объекты.

Модульные здания

- офисные и туристические модули;
- медицинские и вахтовые объекты;
- каталог и ценовые ориентиры;
- логистика и скорость ввода;
- реализованные объекты.

Общий слой:

производство

портфолио

доставка и монтаж

документы

гарантии и сервис

контакты

Сначала — семантика. Затем — страницы и дизайн

Семантическое ядро — это карта формулировок, с которыми заказчики подбирают подрядчика. Его задача не собрать максимум частотности, а отделить целевой спрос от запросов посетителей объектов.

НЕЦЕЛЕВОЙ СПРОС

верёвочный парк Москва

верёвочный парк цена

ниндзя-парк для детей

полоса препятствий Москва

Формулировки выглядят близкими к продукту, но в выдаче обычно означают поиск места для посещения. Высокая частотность не делает их ценными для производителя объекта.

КТО ИЩЕТ?



ЦЕЛЕВОЙ СПРОС

строительство верёвочного парка

верёвочный парк под ключ

сколько стоит открыть парк

требования к помещению для полосы

Запросы заказчиков. Частотность ниже, но за каждой формулировкой стоит предметная задача.

Запросы

Собираются широко по трём направлениям.



Интенты

Отделяются заказчики от посетителей.



Смысловые группы

Формируются темы и отдельные сценарии выбора.



Страницы сайта

Каждая группа получает релевантный ответ.

Пример упрощён. В полной работе часть запросов допускает несколько прочтений, поэтому выдача по спорным формулировкам оценивается вручную. Итоговая структура появляется только после такого анализа.

Сайт создаётся подготовленным. После запуска начинается работа по данным

Шесть месяцев SEO отсчитываются от запуска сайта. Это не период исправления недоделок, а цикл наблюдения, проверки гипотез и развития на основании фактической видимости.

ЭТАП 0 Создание сайта	Семантика и анализ Спрос, интенты, конкуренты, карта релевантности.	Структура и содержание Разделы, страницы, портфолио, документы и тексты.	Дизайн и разработка Адаптивность, скорость, разметка и техническая готовность.
--------------------------	--	---	---

Ориентировочный срок разработки: 1–3 месяца — в зависимости от стартового объёма и готовности фактуры.

ЗАПУСК САЙТА · НАЧАЛО ШЕСТИМЕСЯЧНОГО ЦИКЛА

НАПРАВЛЕНИЕ	МЕСЯЦЫ 1–2	МЕСЯЦЫ 3–4	МЕСЯЦЫ 5–6
Внутренняя оптимизация	Обход и индексация, фиксация точки отсчёта, выявление исключённых страниц.	Первый полный цикл правок по показам, переходам и отчётам поисковых систем.	Второй цикл доработок, поведение на страницах и устранение повторяющихся причин.
Контент	Первые замеры позиций и восполнение пробелов стартовой структуры.	Усиление слабых групп и публикация экспертных материалов.	Расширение по подтверждённому спросу и развитие эксплуатационного слоя.
Внешняя репутация	Справочники, отраслевые каталоги и базовое присутствие.	Партнёрские упоминания, профильные площадки и отзывы.	Развитие профиля по результатам конкурентного анализа.
Наблюдаемый результат Не обещание позиций, а состояние данных.	Известны доля индексируемых страниц, первые показы и причины исключений.	Пройден первый цикл «данные → правка → переобход → оценка».	Оценена динамика охвата и подготовлен план следующего периода.

Управляемый объём Страницы, материалы, кластеры запросов и технические исправления.	Сигналы поиска Индексация, показы, позиции, переходы и причины исключений.	Бизнес-результат Обращения оцениваются по факту, но не обещаются к календарной дате.
--	---	---

25–35	ориентировочный стартовый объём содержательных страниц; точный состав определяется семантикой	60–100	возможный объём к концу первого года при регулярном развитии структуры, портфолио и контента
-------	---	--------	--

Это ориентир производственного объёма, а не прогноз позиций или обращений.

07

РИСКИ И РЕАЛИСТИЧНЫЕ ОЖИДАНИЯ

Сильная концепция начинается с честных ограничений

Результат зависит не только от качества разработки. Важны точность семантики, фактическая конкретика и время, необходимое поисковым системам для накопления данных.

01

Поиск — не быстрый канал

Первые месяцы дают индексацию и данные для работы. Устойчивый рост оценивается после нескольких циклов доработки, а не сразу после публикации.

02

Позиционирование требует фактов

Экономическая логика, сроки и преимущества должны подтверждаться реальными объектами, параметрами и документами. Общие обещания не заменяют доказательства.

03

Ошибка в семантике меняет весь сайт

Если структура построена под нецелевой спрос, исправлять придётся не отдельные тексты, а архитектуру страниц. Поэтому анализ предшествует дизайну.

Документ фиксирует основу концепции и показывает главное: **единый сайт OUTRIDE должен соединить масштаб производства с точным ответом на задачу каждого типа заказчика**. Каждый из представленных блоков может быть развёрнут в детальную проработку при переходе проекта на следующий этап.

OUTRIDE — концепция единого сайта и развития в поиске.

Подготовлено маркетинговым агентством **НА ВИДУ** · <https://marketingwedo.ru/>

Документ основан на внешнем осмотре трёх сайтов без доступа к системам управления, поисковой аналитике и данным о посещаемости. Числовые ориентиры описывают масштаб работ и уточняются после анализа спроса.