

Блог Антона Гладченко. Практика маркетинга

О фишках, секретах и инструментах интернет-маркетинга

Интервью → Елена Камская о профессии оптимизатора



На днях я пообщался с Еленой Камской – известным SEO-специалистом, ведущей блога «Оптимизаторша.ру». Наша беседа была посвящена профессии SEO-специалиста.

Елена, здравствуйте. Как вы пришли в профессию? Как увлеклись SEO и устраивались на первую работу? И как дальше развивалась ваша карьера?

Здравствуйте, Антон! Когда я начала заниматься SEO, это еще сложно было назвать профессией. Я искала работу, связанную с интернетом, через агентство устроилась в хостинг-компанию на должность IT-маркетолога. Компания работала на западный рынок (США, Европа).

Моя основная задача заключалась в разработке стратегий повышения продаж – мы регистрировали сайт в директориях, создавали ветки на форумах, договаривались с вебмастерами о размещении рекламы. Потом стали создавать отдельные сайты с обзорами хостинга и продвигать их в поиске. Не могу сказать, что у меня с самого начала все получалось идеально, но работа мне очень нравилась, я старалась. Через год мне предложили работу в другой очень известной на то время в Рунете компании, штаб которой находился в Одессе и я переехала в Южную Столицу жить и трудиться. Через пару лет эта компания распалась, а мы с одним из ее совладельцев создали сервис – Seolib.ru, который сейчас активно развиваем.

Практически во всех вакансиях на должность SEO-специалиста требуется опыт работы или солидное портфолио. Как быть тем людям, которых можно отнести к «начинающим теоретикам»? Т.е. они многое читали по теме, но опыта не имеют.

Честно говоря, я не до конца понимаю руководителей компаний, которые принципиально не берут на должность оптимизаторов (дизайнеров, программистов, верстальщиков и т.д.) людей без опыта. Люди, «выращенные» с нуля в компании, преданны ей намного больше, чем опытные специалисты, перешедшие из других студий (я писала об этом в посте [«Как найти хорошего SEO-специалиста на работу в офис»](#)). Поэтому лично для меня при выборе новых сотрудников интерес к работе играет намного большую роль, чем наличие навыков и опыта (это дело наживное).

В чем состоит основная работа SEO-специалиста в компании в отличие от фрилансера? В чем отличие в плане типов работ и полномочий? Над каким количеством сайтов он обычно работает? Каково его взаимодействие с остальной командой?

Фрилансер обычно делает все сам, начиная от поиска клиентов, заканчивая работами по продвижению. Подбор слов для раскрутки, аудит технического состояния сайта, внутренняя оптимизация, покупка ссылок, анализ достигнутого результата, корректировка стратегии продвижения – фрилансер вынужден все это делать самостоятельно. Насколько качественно может все это выполнить один человек, зависит от уровня его квалификации и опыта. В любом случае, продвигать одновременно и в одиночку несколько сайтов и достигать при этом высоких результатов будет непросто.

Касательно работы штатных SEO-специалистов – тут все зависит от внутренней политики компании. Есть фирмы, в которых обязанности штатного оптимизатора практически ничем не отличается от работы фрилансера (кроме зарплаты, конечно). Есть более ответственные компании, где оптимизатор делит обязанности по ведению проектов с другими специалистами – клиент-менеджером, контент-менеджером, аналитиком, линк-менеджером и т.д., но при этом самостоятельно держит ответ за достижение результата. То есть основная задача оптимизатора в таком случае – правильно разработать стратегию продвижения сайта и следить за тем, что б она была успешно реализована, оценивать результат.

Как вообще выглядит стандартное развитие карьеры успешного оптимизатора. Например, программист обычно начинает JuniorDeveloper'ом, затем становится обычным Developer'ом, потом Senior, после чего переходит на должность архитектора или менеджера проектов. Как обстоят дела с SEO?

Такой четкой схемы, как у программистов, в сфере оптимизации нет – у каждого своя история. Одни оптимизаторы «вырастают» с линк-менеджеров, другие – с контентщиков, третьи – с помощников оптимизатора. Потом обычный оптимизатор становится руководителем проектов в компании, где он работает, или начальником отдела продвижения. И последняя «ступень развития»

оптимизатора – создание и продвижение собственных проектов или создание собственной SEO-студии.

Сегодня вы сами собеседуете оптимизаторов. Назовите основные критерии, которыми вы руководствуетесь при выборе SEO-специалиста?

Наличие базовых знаний, желание работать, амбиции, обучаемость. Опыт работы для меня - второстепенный показатель, так как иногда обучить специалиста с нуля легче, чем переучить. Я готовлюсь к каждому собеседованию индивидуально – изучаю резюме, ищу информацию о соискателе в интернете, пишу список вопросов. Обычно отдаю предпочтение соискателям со средними знаниями и без опыта, которые проявили смекалку и особую заинтересованность к работе.

А каковы основные ошибки оптимизаторов на собеседовании, на ваш взгляд?

Основная ошибка большинства из тех соискателей, что попадались лично мне – полное отсутствие подготовки к собеседованию. Если человек заинтересован получить работу, он предварительно узнает, чем занимается компания, в которой он собирается работать, обдумывает возможные вопросы и ответы к ним, подготовит портфолио (если есть). Если же на вопрос «а вы знаете, чем Вам предстоит заниматься» я получаю ответ «понятия не имею», я сразу вычеркиваю кандидата и претендентов на должность. А еще сильно напрягают разные мелочи – опоздания на встречу, звонки мобильного во время собеседования, постоянное переспрашивание элементарных вопросов. Я считаю, что если соискатель равнодушно относится к собеседованию, то и к работе он будет относиться точно также.

Каким вы видите будущее профессии? Как она будет меняться в ближайшие 5-6 лет?

Думаю, что профессия оптимизатора будет все больше ассоциироваться с консалтинговыми услугами и аналитикой. Если еще пару лет назад оптимизатором мог назвать себя каждый, кто умел прописывать тайтлы и покупать ссылки через биржи, то уже сейчас эти знания не тянут даже на уровень помощника. Оптимизаторы, желающие развиваться в своей области, будут расширять спектр своих знаний в сторону юзабилити и аналитики. В итоге понятие «оптимизатор» будет полностью соответствовать буквальному смыслу этого слова – человек, который оптимизирует сайты, делает их лучше и для пользователей, и для поисковых систем.