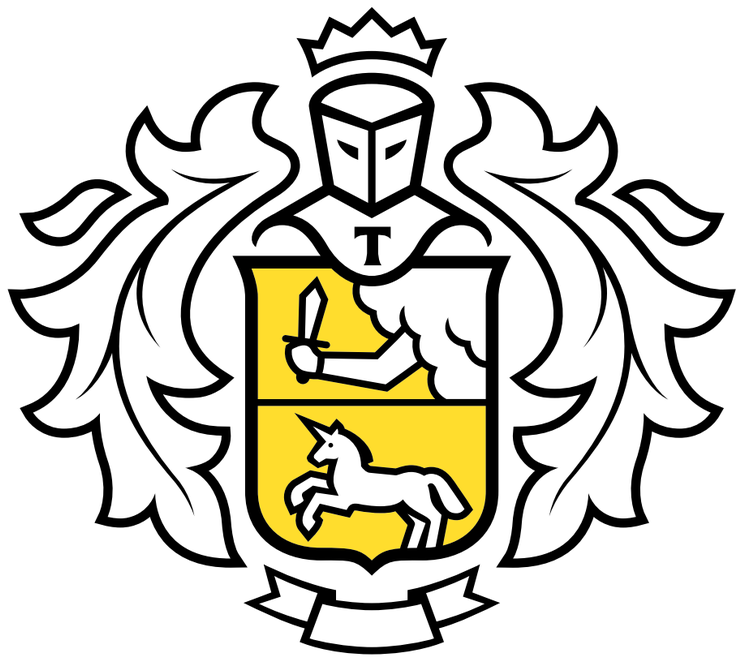


ЗОНА РЕСЕПШЕН

БАШНЯ 2

aurora ›


aurora

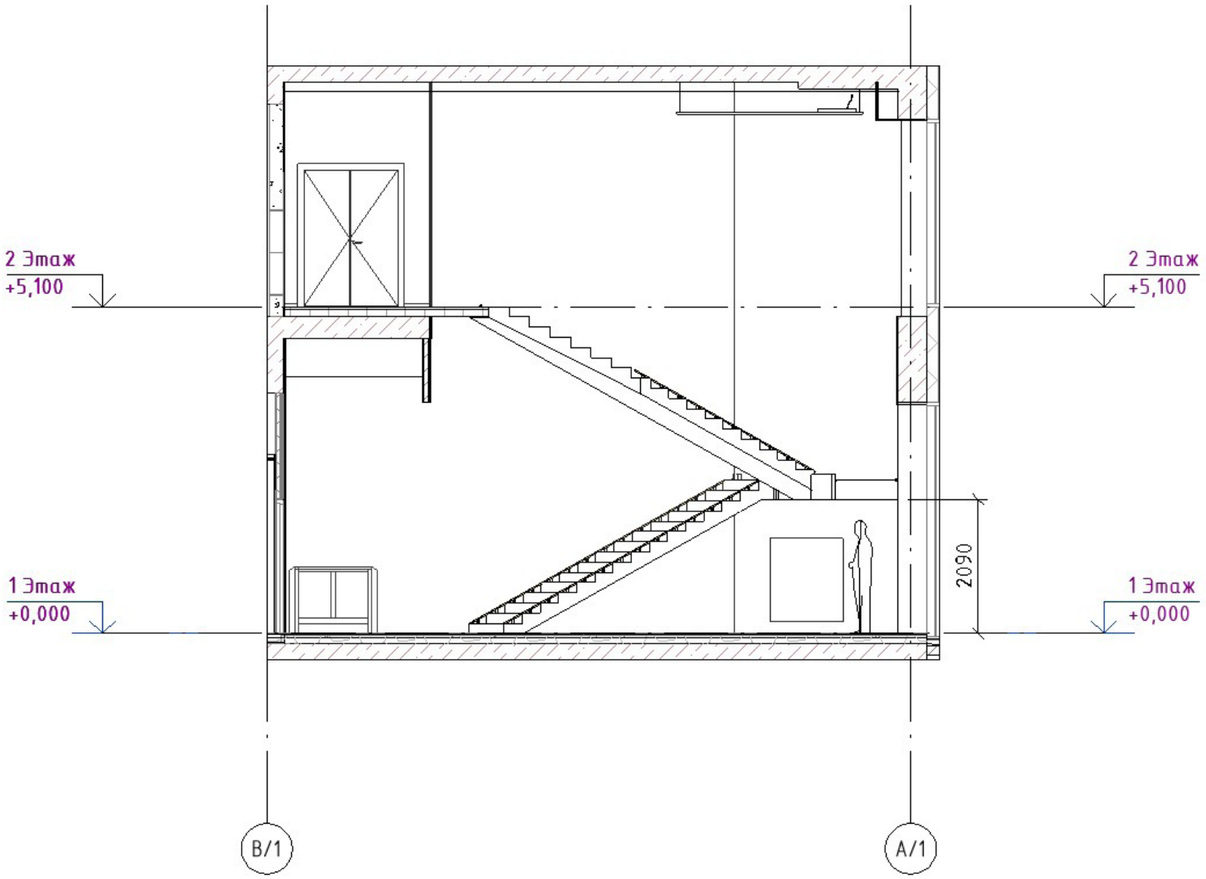

15 лет сотрудничества с платежной системой.
16:20

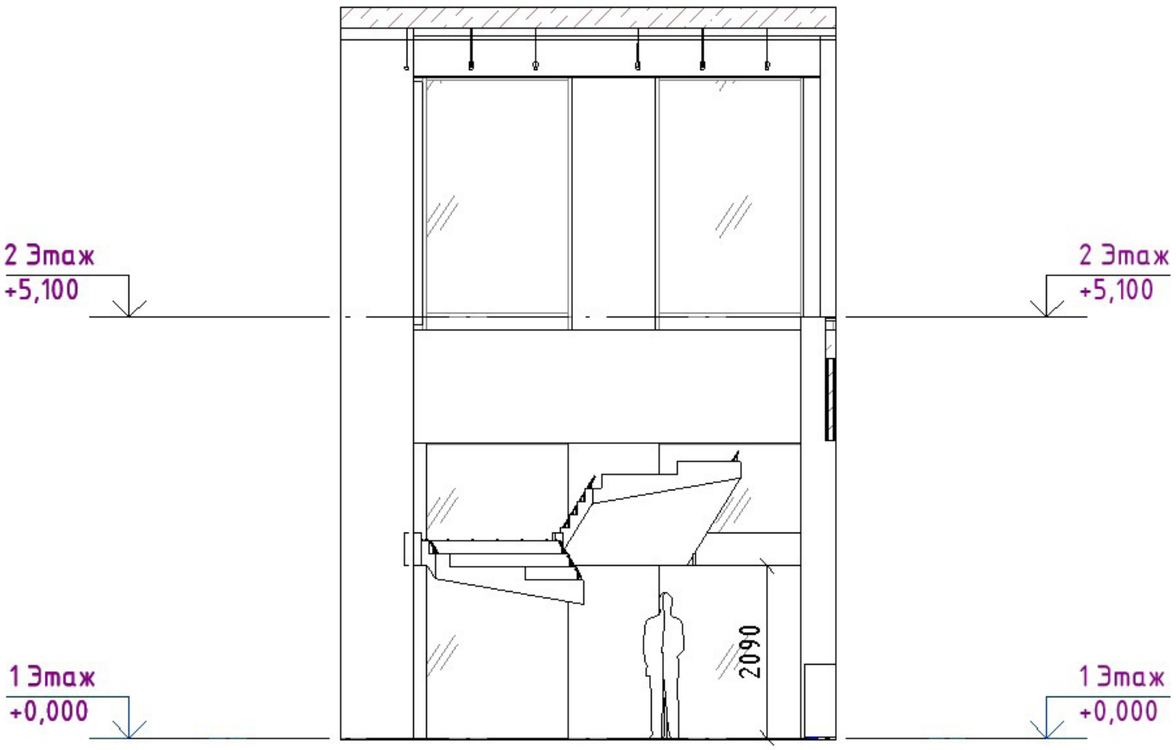

aurora


aurora


aurora


aurora


2 Этаж
+5,100
2 Этаж
+5,100
1 Этаж
+0,000
1 Этаж
+0,000
2090
B/1
A/1


2 Этаж
+5,100
2 Этаж
+5,100
1 Этаж
+0,000
1 Этаж
+0,000
2090


aurora

ЗОНА РЕСЕПШЕН

БАШНЯ 1

aurora ›


ничества с платежной



aurora ›


aurora

ЛИФТОВОЙ ХОЛЛ

aurora ›


aurora


aurora


aurora


10
1
aurora


aurora

РАБОЧАЯ ЗОНА

aurora ›



aurora›


10 37
aurora


10 37
10 37
aurora



aurora ›


10 37
aurora ›




10 37
aurora


10 37
aurora


10 37
aurora

aurora ›


10 37
aurora ›




ART FOR SURVIVAL
aurora


Weighting the Clusters of Ranking Factors in Google's Algorithm
Domain-Level Link Authority
20.94%
Page-Level Link Features
19.15%
Page-level Keyword Agnostic Content Features
14.99%
Page-Level Keyword-Agnostic Features
9.8%
Domain-Level Brand Features
8.89%
User, Usage & Traffic/Query Data
8.06%
Social Metrics
7.24%
Domain-Level Keyword Usage
6.98%
Domain-Level Keyword Agnostic Features
5.21%
Some Big Takeaways
#1) Correlation continues to increase; there's no single, dominant factor
#2) Links are still a BIG deal, both at the page and domain level
#3) Brand-related / brand-driven metrics are on the rise
#4) Social is still perceived to have a minor impact (despite the high correlations)
#5) Keyword-based domain names contain to lessen in perceived impact (and that's experience reinforces this)
SUGGESTION: Grab your SEO team/friends/colleagues, sit down in a room w/a whiteboard, list the broad groups of features, and create your own pie charts and compare where and why do your numbers/perceptions differ?

aurora ›


aurora



aurora


aurora

aurora ›



aurora ›


3
4
5
6
12
14
15
6


aurora


aurora


BRAINSTORM


aurora


What Does an SEO Do In Their Day to Day Work?
Customer/Profile Universe
Content Topics and Keywords
aurora


Tips for B2B Organizations
Most B2B content:
→ Exposes too little for free
→ Asks for too much to get access
→ Doesn't re-use the audience
for future content amplification
→ Doesn't make content web-accessible
Amazing Content!
aurora ›


Search BEFORE
Execution
Types of Market Research
Competitive
Roadmap
aurora

САНУЗЕЛ

aurora ›


aurora


aurora

ПЕРЕХОД

aurora ›


aurora



aurora ›


aurora



aurora ›

ПОЭТАЖНОЕ КАФЕ

aurora ›


aurora


aurora


aurora


aurora


aurora

КАФЕ

aurora ›


aurora


aurora




aurora


aurora

ЭТАЖ ПЕРЕГОВОРНЫХ

aurora ›

‹ aurora



aurora ›



aurora ›


aurora ›


aurora


aurora


aurora

КОНФЕРЕНЦ-ЗАЛ

aurora ›


aurora ›


aurora

ФИТНЕС

aurora ›




CARDIO


HOPE
REEBOK


CARDIO
WORKOUT ZONE

ЭТАЖНАЯ
WELCOME-ЗОНА

aurora ›



aurora ›


aurora

КАБИНЕТ

aurora ›


aurora


MOON PHASES
interior design
ZODIACS
aurora

ЗОНА РУКОВОДСТВА

aurora



aurora ›



aurora›

ВЫХОД НА КРОВЛЮ

aurora ›


aurora


aurora



aurora ›

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРОЕКТ В ЦИФРАХ

1 БАШНЯ

20 ЭТАЖЕЙ

ПЛОЩАДЬ РАБОЧЕГО ЭТАЖА 1740 М²

ДО **3600** СОТРУДНИКОВ НА 19 РАБОЧИХ ЭТАЖАХ

176 максимальное количество рабочих мест на этаже

10 ЛИФТОВ

ЭКСПЛУАТИРУЕМАЯ КРОВЛЯ **400** М²

ПЕРЕХОДНОЙ МОСТ 3–9 ЭТАЖИ

ПЛОЩАДЬ ЭТАЖА 160 М²

БАШНЯ **2**

13 ЭТАЖЕЙ

ПЛОЩАДЬ РАБОЧЕГО ЭТАЖА 2670 М²

ДО **2900** СОТРУДНИКОВ НА 9 РАБОЧИХ ЭТАЖАХ

264 максимальное количество рабочих мест на этаже

ФИТНЕС НА **250** ЧЕЛОВЕК

СТОЛОВАЯ НА **650** ЧЕЛОВЕК

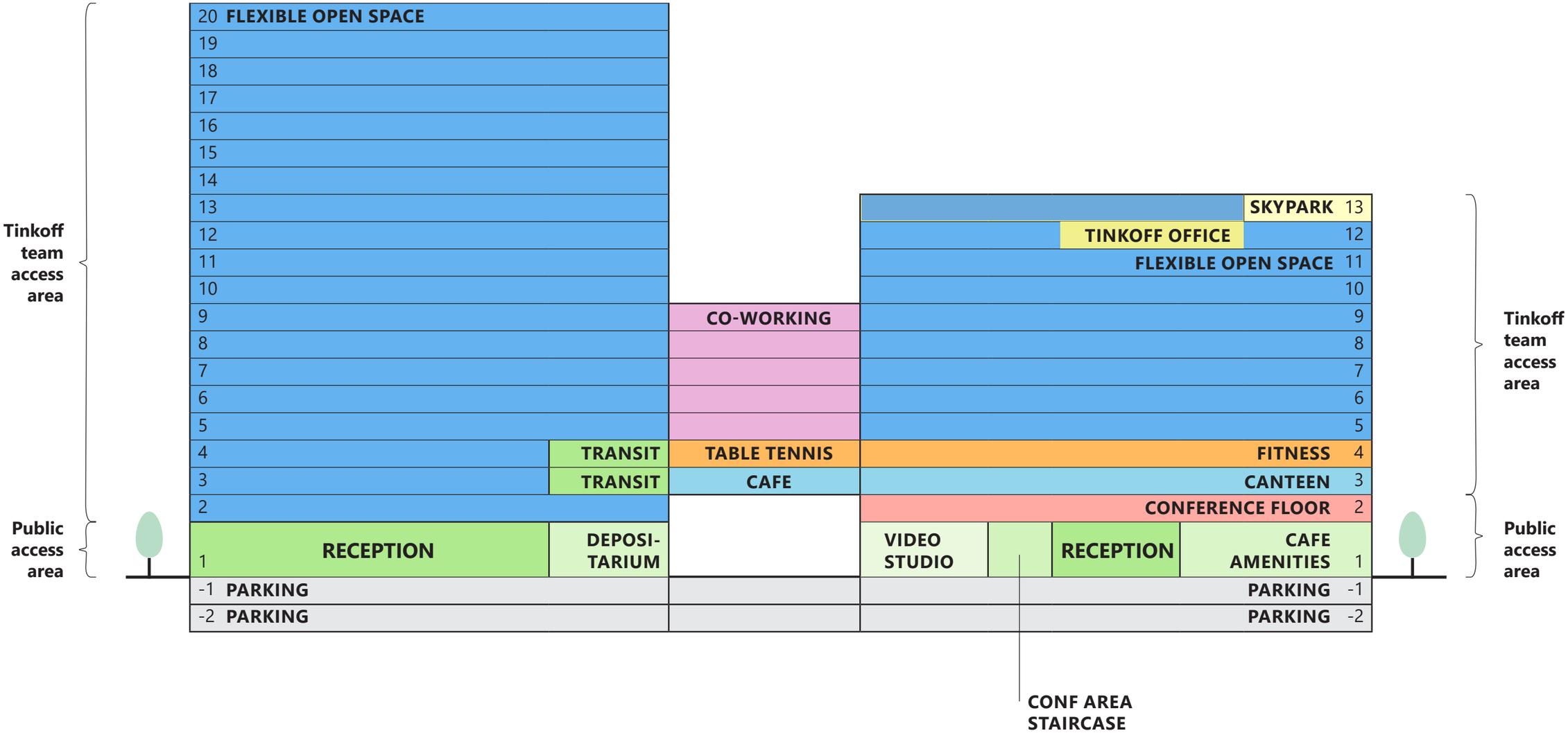
ЭТАЖ ДЛЯ МЕРОПРИЯТИЙ НА **1500** ЧЕЛОВЕК

8 ЛИФТОВ

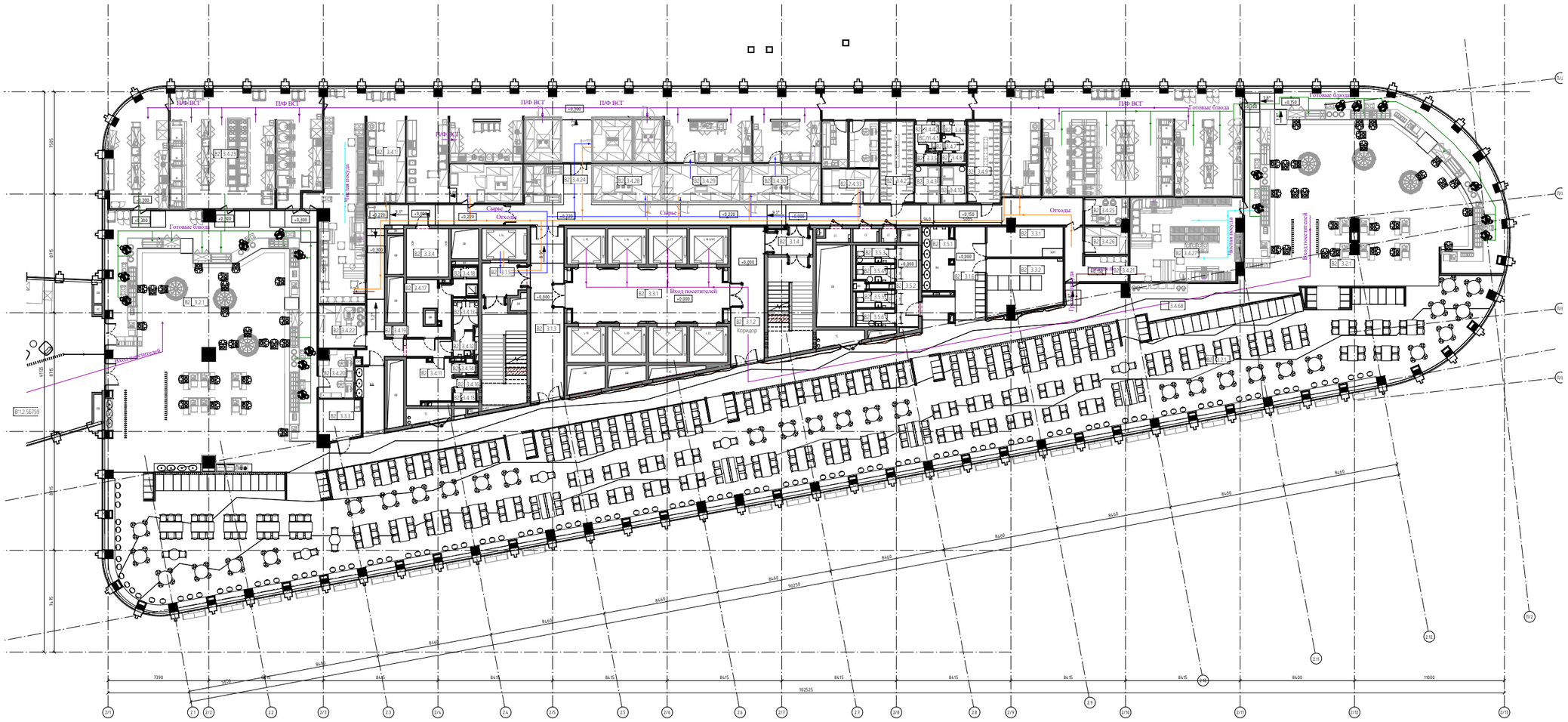
ДВУХЭТАЖНАЯ ПОДЗЕМНАЯ ПАРКОВКА НА **350** МЕСТ

aurora

СХЕМА ВЕРТИКАЛЬНОГО ЗОНИРОВАНИЯ



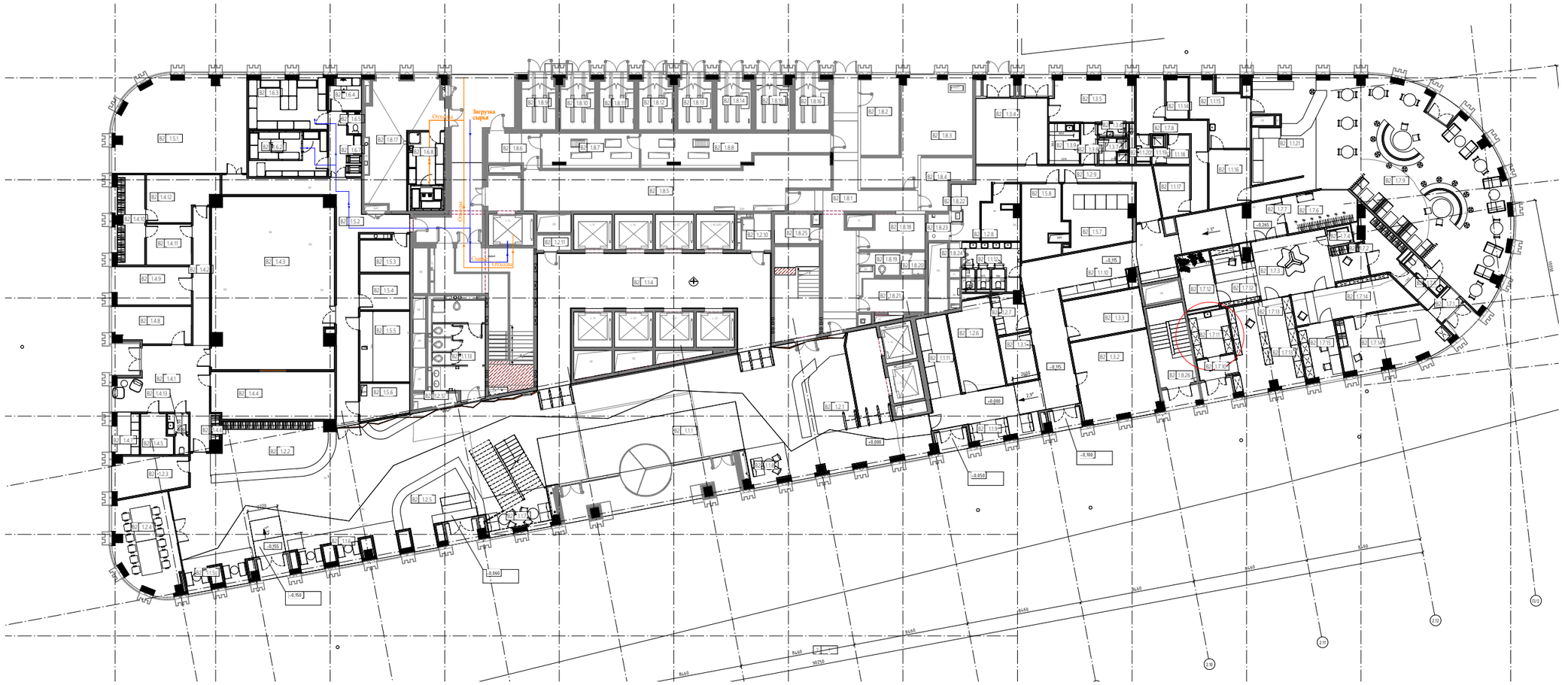
aurora


ПАФ ВСТ
Готовые блюда
Чистая посуда
Грязная посуда
Сырье
Отходы
Вход посетителей
Коридор
Вход персонала
Выход посетителей
8415
8400
11000
102525

aurora



aurora


Загрузка сырья
Отгрузка
Пар
Слив конденсата
Отгрузка
-0.265
-0.105
-0.100
-0.050
-0.000
-0.055
-0.150
-0.060
8640
90250

aurora

ООО «АВРОРА ГРУПП»
119180, Москва, ул. Малая Полянка, д. 3
Т/Ф +7 499 238 10 10
www.aurora-group.com
info@aurora-group.com