

12. ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЦЕССА ПРИВЛЕЧЕНИЯ КЛИЕНТОВ С ПОМОЩЬЮ SEO ОПТИМИЗАЦИИ ВЕБ-САЙТА

Ломако Е.Г., студентка гр.074002

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

Смирнов И.В. – старший преподаватель, магистр эк. наук

Аннотация. Актуальность темы работы обусловлена тем, что в условиях растущей конкуренции и стремительного развития интернет-технологий, вопрос продвижения в поисковых системах становится критически важным для веб-ресурсов, бизнеса и маркетинговых специалистов. Данная работа посвящена анализу стратегий и методов продвижения в поисковых системах. Основной фокус исследования будет сосредоточен на эффективности и различиях в использовании SEO оптимизации, которая является основным инструментом для улучшения видимости и рейтинга в результатах поиска.

Ключевые слова: продвижение, SEO, веб-сайт, поисковые системы, интернет-маркетинг, факторы ранжирования.

Поисковое продвижение является важным инструментом в интернет-маркетинге, позволяющим улучшить видимость и ранжирование веб-сайта в поисковых системах, таких как Google, Яндекс и другие. Эффективная SEO оптимизация может значительно увеличить трафик на веб-сайт и привлечь больше потенциальных клиентов.

С развитием поисковых систем и повышением важности SEO (Search Engine Optimization) владельцы веб –ресурсов стали использовать различные методы и стратегии для продвижения своих сайтов. Они исследовали алгоритмы поисковых систем, чтобы понять, какие факторы влияют на ранжирование страниц. Ключевые слова, контент, ссылки, заголовки страницы, пользовательский опыт - все это стало объектом внимания и оптимизации.

Поисковые системы сейчас гораздо более интеллектуальные и учитывают все больше факторов при ранжировании страниц. Введение алгоритмов, таких как Panda, Penguin и Hummingbird в Google, и ТИЦ (тематический индекс цитирования) в Яндекс, сделали продвижение в поисковых системах более сложным и требующим комплексного подхода [1].

С развитием социальных медиа и мобильных устройств продвижение в поисковых системах стало еще более разнообразным и сложным. Компании начали учитывать социальные сигналы, такие как лайки, репосты и комментарии, при оптимизации своих ресурсов. Наличие мобильных версий сайта также стало важным аспектом, учитывая растущую популярность смартфонов и планшетов.

В настоящее время продвижение в поисковых системах является сложным и динамичным процессом. Владельцы сайтов и компании должны постоянно отслеживать изменения в алгоритмах поисковых систем и адаптировать свои стратегии продвижения. Важно создавать качественный и

полезный контент, улучшать пользовательский опыт, строить естественные и качественные ссылки и использовать социальные сети для продвижения своих ресурсов [2].

Для эффективного продвижения и ранжирования в выдаче ПС необходимо определить цели, которых вы хотите добиться для своего бизнеса или веб-ресурса. Давайте рассмотрим основные и наиболее популярные цели, которые обычно ставят перед собой компании:

1. **Позиции.** Имеется ввиду рост позиций по определенным ключевым запросам до топ-10, с целью улучшения видимости ресурса. Это одна из наиболее популярных целей, которая подходит интернет-магазинам и сайтам с услугами. Чаще всего семантическое ядро собирается для ограниченного числа страниц, чтобы уделить внимание и проработать наиболее важные направления для компании.
2. **Трафик.** Цель заключается в увеличении количества посетителей сайта и актуальна для больших интернет-магазинов и информационных сайтов. Преимущество — полная проработка проекта, недостаток — внимание распыляется на огромное количество разделов, которое нужно увеличивать.

На практике же, две эти цели достаточно сильно связаны друг с другом: при увеличении позиций в выдаче, увеличивается и трафик на ту или иную страницу сайта. Соответственно, для увеличения видимости и привлечения трафика на веб-ресурс, необходимо расти в позициях. На рост позиций влияют различные факторы ранжирования поисковых систем, которые «сортируют» сайты в поисковой выдаче в зависимости от их релевантности запросам пользователей. Есть достаточно много факторов ранжирования, и все из них важны, но важно правильно определять их приоритетность, дабы избежать работы, которая приносит мало результата. Давайте подробнее рассмотрим факторы, влияющие на ранжирование веб-ресурсов.



Рисунок 1 – Факторы ранжирования сайтов

Как уже стало понятно, распределение позиций строится на основе релевантности отдельного ресурса.

Релевантность, как правило, является функцией от набора переменных (т.е. факторов). В виде факторов берутся различные числовые характеристики, которые должны помогать различать релевантные веб-ресурсы и неподходящие под запрос пользователя. Во многих поисковых системах итоговая функция релевантности – это достаточно простая комбинация небольшого количества факторов – 5-15 штук [3].

Стратегия SEO продвижения выбирается в зависимости от множества факторов. Но первоочередным является составление плана работ, с выявлением наиболее приоритетных к выполнению задач, которые больше повлияют на рост веб-ресурса в поисковой выдаче.

Безусловно, лучшей стратегией будет постепенная проработка всех факторов, которые могут повлиять на ранжирование вашего ресурса. Но также важно уметь правильно определять

приоритетность задач, которые повлияют больше, чем другие, потому что не всегда получается проработать веб-сайт «со всех сторон».

Еще одним важным фактором при выборе стратегии является сам тип вашего сайта: информационный или коммерческий. Даже если выдача коммерческая, учитывайте род деятельности: на сайте могут продаваться как товары, так и услуги. При таком, казалось бы, не сильном различии выбор стратегии и более приоритетных задач может отличаться.

Важно, также учитывать в какой сфере продвигается ваш сайт, учесть особенности регионов и привычные им методы продвижения. Например, в странах СНГ большое количество времени уделяется проработке тегов (title, h1 и description), которые вкратце позволяют понять, о чем ваш сайт и подходит ли он тому или иному пользователю. В то же время, в США, больше времени предпочитают отдавать за купку платных ссылок на специализированных биржах, чтобы увеличить общий вес страницы.

Кроме всего выше перечисленного, SEO-специалистам важно следить за обновлениями поисковых систем и изменения в их рабочей среде. Такая область, как продвижение веб-ресурсов имеет свойство быстро изменяться вслед за передовыми технологиями. Помимо этого, сами поисковые системы все чаще обновляют свои требования к ресурсам и все тех или иных факторов, влияющих на выведение в ТОП. Всего несколько лет назад, достаточно было закупить множество ссылок на авторитетных ресурсах, и ваш сайт мог выбиться в топ-10. Теперь же, наиболее значимым фактором, в процентном соотношении с остальными, является контент страницы. Ниже, для наглядности опишу приблизительную значимость факторов.

- Текстовые (контент) – 40%;
- Поведенческие (время, проведенное на сайте; глубина просмотра и тд.) – 30%;
- Ссылочное (внешние ссылочные связи сайта) – 15%;
- Технические (скорость загрузки страницы; коды ответа сервера и тд.) – 15% [4].

Соблюдение правил поисковых систем, планомерная работа над сайтом и улучшение его показателей являются важными факторами для достижения высокого ранжирования в выдаче поисковых систем. Эти действия помогают привлечь больше пользователей и постепенно увеличивать объемы посещений веб-сайта.

Оптимизация ресурса в Интернете, согласно требованиям поисковых систем, позволяет создать структурированную и информативную платформу, которая лучше отвечает на запросы пользователей. Путем анализа ключевых слов и их включения в контент и мета-теги, можно повысить релевантность сайта для целевой аудитории.

Подытожив, можно выделить несколько основных моментов, на которые крайне важно обратить свое внимание при выборе стратегии продвижения:

1. Создание своей компании и коммерциализация идеи в дальнейшем, очень сложный процесс, и в каждом бизнесе есть свои нюансы. Именно поэтому крайне важно разобраться в роде деятельности фирмы, которая хочет продвинуть свой веб-сайт, а также изучить нишу, в которой оперирует компания.
2. Не забывайте о приоритизации задач и выделения тех, которые не терпят отлагательств. Это поможет вам избежать неэффективной работы и не распылять свое внимание сразу на множество факторов продвижения.
3. Также, следует напомнить, про то, что любой специалист в сфере продвижения, обязан постоянно следить за обновлениями поисковых систем, чтобы не упустить важную информацию, которая может повлиять на процесс ранжирования.

Все эти действия направлены на создание веб-ресурса, который будет соответствовать требованиям поисковых систем и будет лучше виден для пользователей. Регулярное обновление и анализ показателей сайта, мониторинг конкурентов и адаптация стратегии SEO оптимизации помогут с увеличением посещаемости и ростом числа пользователей.

Список использованных источников:

- [1] Мелькин Никита «Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов» / 2017.
[2] SEO продвижение: эффективные стратегии и методы, история и интересные факты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/u/2066555-digital-agentstvo-go495/752348-seo-prodvizhenie-effektivnyye-strategii-i-metody-istoriya-i-interesnye-fakty>
[3] Ранжирование сайта – все факторы Яндекс и Google [Электронный ресурс] – Электронные данные. – Режим доступа: <https://www.rush-agency.ru/blog/ranzhirovanie-sajta-vse-factory-yandeks-i-google/>
[4] Факторы ранжирования сайтов [Электронный ресурс] – Электронные данные. – Режим доступа: <https://www.ashmanov.com/education/articles/factory-ranzhirovaniya/>