

Дарієнко К.С.

студентка спеціальності «Маркетинг»

Одеської державної академії будівництва та архітектури

м. Одеса, Україна

Селезньова О.О.

к.е.н., доцент кафедри маркетингу

Одеської державної академії будівництва та архітектури

м. Одеса, Україна

Робота з пошуковими системами та seo-оптимізація як інструмент інтернет-маркетингу

Анотація. В статті розкривається зміст роботи з пошуковими системами та SEO-оптимізація як інструмент Інтернет-маркетингу підприємств.

Ключові слова: Інтернет-маркетинг, SEO-оптимізація, пошукові системи, мережа Інтернет, підприємство.

Вступ. Актуальність дослідження проблеми зумовлена стрімким розвитком сучасних техніки та технологій, що впливає на особливості ведення бізнесу у ринковому середовищі суб'єктів господарювання. Тому важливим питанням постає вивчення інструментів Інтернет-маркетингу, зокрема роботи з пошуковими системами та SEO-оптимізації, що обумовило вибір та напрям дослідження.

Постановка завдання. Метою статті є вивчення роботи з пошуковими системами та SEO-оптимізації Інтернет сайтів для посилення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні кожне підприємство, фірма чи організація прагне використовувати Інтернет ресурс у своїй діяльності. Багато з них, зокрема,

мають власні сайти, які допомагають при спілкуванні та інформуванні споживачів про товари, їхні характеристики чи новинки.

За останнє десятиліття пошукові системи такі, як Google, Bing, Yahoo, і Yandex та інші досягли значних успіхів. Вони використовують неймовірно складні комп'ютерні програми для класифікації величезної кількості веб-сторінок. Принципи роботи більшості пошукових систем однакові. Коли користувач хоче щось знайти, він вводить слово або фразу, тобто пошуковий запит. Далі пошукова система порівнює цей запит зі своїм каталогом веб-сторінок і показує користувачеві найбільш підходящі варіанти на сторінці результатів пошуку. Мета пошукової системи - створити список найбільш релевантних результатів, щоб допомогти користувачам знайти потрібний вміст.

У кожен пошуковий систему закладена своя програма, проте всі вони діють подібно. Базові завдання, які вони виконують:

- вивчення виявленого змісту, до якого є доступ (це називається "сканування"),
- класифікація кожного фрагмента вмісту (індексування),
- вибір змісту, найбільш корисного для автора пошукового запиту (визначення рейтингу).

Кожна система використовує комп'ютерні програми для аналізу веб-сторінок. Такі програми називають веб-сканерами, павуками або роботами. Роботи переходять від сторінки до сторінки з посиланнями. Вони ніколи не зупиняються. Їх призначення - перегляд веб-сторінок для виявлення нових посилань або змісту для включення в індекс. Індексування - друга складова процесу. Це величезний список сторінок і змісту, виявленого роботами. Пошукова система використовує індекс як джерело інформації, яка відображається в результатах. Але не вся інформація, виявлена роботом,

додається в індекс. Пошукові системи можуть знаходити багато копій одного змісту, розміщеного на різних сайтах. Тому, дуже важливо не копіювати тексти на інших сайтах, а створювати свій унікальний текст.

Метод, яким робиться складання рейтингу, прихований. Це щось на зразок спеціального джерела. Існують сотні способів визначення рейтингу, зокрема аналіз лексики, що використовується на сторінці, кількості пов'язаних веб-сайтів і новизни змісту. Але якою б не була використовувана формула, мета залишається тією ж - спробувати знайти для користувача саме те, що він шукає.

Знаючи, як пошукова система визначає зміст сторінок, можна оптимізувати свої сторінки, щоб вони гарантовано з'являлися в результатах пошуку для людей, які шукають веб-сайти, схожі на ваш.

Пошукова оптимізація сайту або ж SEO (англ. searchengine optimization) — процес коригування HTML-коду, текстового наповнення (контенту), структури сайту, контроль зовнішніх чинників для відповідності вимогам алгоритму пошукових систем, з метою підняття позиції сайту в результатах пошуку в цих системах за певними запитами користувачів. Чим вище позиція сайту в результатах пошуку, тим більша ймовірність, що відвідувач перейде на нього з пошукових систем, оскільки люди зазвичай дують за першими посиланнями.

Перший компонент оптимізації - це заголовок сторінки в коді. Пошукова система бачить заголовок в фрагменті коду за тегом <title>. Щоб пошукова система правильно індексувала вашу сторінку, назва повинна точно описувати її зміст. Тоді сторінка з'являтиметься у відповідних результатах пошуку.

Також важливий елемент - це текст сторінки. Наповнюючи сайт, спробуйте говорити мовою своїх клієнтів. Це допоможе вам бути впевненими, що вони знайдуть ваш сайт при пошуку.

Нарешті, розглянемо зображення на сторінках. Пошукові системи не бачать всі фотографії на вашому сайті так, як їх бачимо ми. Шкода, але

єдине, що вони побачать, - це код цих зображень. Щоб допомогти пошуковим системам розпізнати зображення, дайте йому описову назву. Наприклад, "фото.jpg" - це не найкраща назва файлу для пошукових систем. Спробуйте назву, добре описує вміст зображення, як "крижаний м'ятний латте.jpg".

Разом всі ці поради можуть допомогти пошуковим системам розуміти ваші сторінки і пропонувати їх вашим потенційним клієнтам.

Одним з ефективних інструментів, які допоможуть збільшити трафік на вашому сайті - це безкоштовна служба GoogleSearchConsole. Це служба, яка надає відомості про те, як сайт відображається в результатах пошуку Google. Вона виконує дві основні функції:

- відслідковує ефективність сайту в результатах пошуку Google;
- показує, як система Google бачить ваш сайт.

За допомогою цієї служби можна отримати такі звіти про сайт: звіт "Аналіз пошуку" (відповідає на питання: Які пошукові запити направляють людей на ваш сайт? Які користувачі натискають ваші посилання? Цей звіт також містить дані про те, які сайти пов'язані з вашим), звіт про посилання на сайт, звіт про кількість кліків, а також можна перевірити зручність сайту на мобільних пристроях. GoogleSearchConsole має ще дві корисні функції: звіти про сканування і звіти про індекс Google. Звіти про скануванні показують, чи може сканер Google відвідувати ваші веб-сторінки. Це важливо: якщо Google не зможе отримати доступ до веб-сторінок, їх зміст не буде включений в результати пошуку Google. Звіт про індекс Google містить інформацію, яку система Google записує про вашому сайті, а також повідомляє, чи можна отримати доступ до ваших сторінок.

Висновки. Дані звітів допоможуть внести необхідні зміни в сайт, щоб система Google краще розуміла його тематику. Результатом стане підвищення його ефективності.

Список літератури:

1. Ілляшенко С.М. Сучасні тенденції застосування інтернет-технологій

- [Електронний ресурс] / С.М. Ілляшенко. – Режим доступу: http://www.nbuiv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Mimi/2011_4_2/2_1.pdf.
2. Интернет-магазин и его продвижение в поисковых системах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://forum.webasyst.ru/viewtopic.php?id=6193>.
3. Навчальний онлайн-курс інтернет-маркетингу від Google. Робота з пошуковими системами [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://digitalworkshop-ua.withgoogle.com>
4. Попова Ю.В. Сутність і технічні інструменти інтернет-маркетингу [Електронний ресурс] / Ю.В. Попова. – Режим доступу: http://www.nbuiv.gov.ua/portal/soc_gum/Uproz/2011_6/u1106pop.pdf.
5. Просування сайтів в пошукових системах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bankstatey.com/index.php?newsid=19768>.
6. SEO оптимізація – що це таке? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://andrey.lviv.ua/blog/seo>.
7. Шипуліна Ю.С. Застосування інноваційних Інтернет-технологій для підвищення конкурентоспроможності ВНЗ / С.М. Ілляшенко, Ю.С. Шипуліна // Сучасні проблеми економіки та менеджменту : тези доповідей Міжнар. наук.-практ. конференції. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2011. – С. 57-58.