

Министерство образования Республики Беларусь

Учреждение образования
Белорусский государственный университет
информатики и радиоэлектроники

УДК 004.738.1: 004.775

Воскобович Александр Александрович

МЕТОДИКА ОПТИМИЗАЦИИ САЙТА МЕДИЦИНСКОГО УЧЕРЕЖДЕНИЯ
ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ВИДИМОСТИ В ПОИСКОВЫХ СИСТЕМАХ

АВТОРЕФЕРАТ

на соискание степени магистра технических наук
по специальности 1-38 80 03

«Приборы, системы и изделия медицинского назначения»

Воскобович А.А.

Научный руководитель
Давыдов Максим Викторович
кандидат технических наук
доцент, зав. каф. ТОЭ

Минск 2017

КРАТКОЕ ВВЕДЕНИЕ

Актуальностью темы является ознакомление с существующими базовыми алгоритмами поисковых систем, разработка новой методики оптимизации запросов и сайтов медицинских учреждений в целом. Изучение и практическое использование поисковой оптимизации веб – сайтов во всем мире является перспективной и быстро развивающейся областью.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Целью данной работы является разработка методики оптимизации запросов и сайтов медицинских учреждений.

Задачами исследования являются:

- 1) проведение внутренней и внешней оптимизации веб – сайта, наиболее соответствующей цели данной работы;
- 2) анализ алгоритмов сайтов медицинских учреждений по запросам;
- 3) анализ метрик, полученных после оптимизации;
- 4) разработка методики оптимизации запросов;
- 5) исследование зависимости ранжирования сайта медицинского учреждения в поисковых системах от наличия семантической разметки.

При оптимизации запросов оценил корректность HTML-кодов, увеличил скорость загрузки страниц, протестировал систему управления сайта и стабильность сервера. При соблюдении этих параметров сайт начинает работать без задержек и сбоев, что увеличит его конкурентоспособность.

В отличие от широко распространённых способов продвижения сайтов, данная методика оптимизации исключает применение каких-либо способов, направленных на искусственное наращивание позиций в поисковой выдаче. Её процессы прежде всего построены на естественном развитии проектов, анализе поведения потребителей, которые и позволяют добиваться возрастания целевой посещаемости и популярности ресурса среди пользователей сети Интернет.

Структура диссертации состоит из 6 глав, включающих в себя общую характеристику работы, введение, заключение и список использованной литературы. Объем магистерской диссертации составляет 80 страниц пояснительной записки А4 и графического материала.

КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Все сайты в совокупности составляют Всемирную паутину, где коммуникация (паутина) объединяет сегменты информации мирового сообщества в единое целое – базу данных и коммуникации планетарного масштаба. Для прямого доступа клиентов к сайтам на серверах был специально разработан протокол HTTP.

Анализ конкурентов и конкуренции – это первое, чем необходимо заняться, приступая к продвижению интернет-сайта. Анализ сайтов-конкурентов позволяет составить семантическое ядро продвигаемого сайта. Для этой цели анализируют два-три сайта-конкурента, найденных по некому обобщенному поисковому запросу, например «санаторий», выбирают те ключевые слова, под которые оптимизированы данные сайты-конкуренты и составляют их список для последующего продвижения целевого сайта по тем же запросам, например: «отдых в санатории», «лечение в санатории», «путевки в санаторий» и т.д.

Анализ сильных и слабых сторон проще всего проводить в сравнительной оценке с ключевыми конкурентами. К сильным сторонам Вы можете отнести все то, в чем Ваша компания, товар или услугу лучше конкурентов. К слабым сторонам относятся те факторы, в которых Ваша компания хуже конкурентов.

Главная задача SEO-продвижения или улучшения позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем – это налаживание притока на сайт потенциальных клиентов из этих систем. Получается, что перед подрядчиком стоит комплексное задание. Он должен провести маркетинговое исследование и определить наиболее эффективные запросы для продвижения товара или услуги заказчика, а также вывести сайт на высокие позиции в выдаче поисковых систем. Чтобы добиться такого результата, нужно помнить о 2 важных факторах:

- 1 Грамотный подбор поисковых запросов. Выбранные ключи должны обеспечить трафик такого масштаба, чтобы средства, вложенные в продвижение, оперативно окупились.

- 2 Составление стратегии SEO-продвижения. Необходимо подобрать и применить наиболее эффективные способы продвижения по выбранным ключевым запросам.

Определяя целевую аудиторию сайта, который продвигается, нужно учитывать следующий важный нюанс. У общих вопросов наиболее высокая частотность в поисковых системах. Однако покупают продукт/заказывают услугу чаще всего те пользователи, которые пришли на сайт по более узкому

запросу, хотя и с более низкой частотностью. Такие пользователи задают более конкретный запрос, потому что уже ориентированы на покупку и теперь ищут наиболее выгодные условия и низкие цены. Так что если информация на сайте их устраивает, они делают покупку/заказывают услугу.

Одним из этапов оптимизации сайта является оптимизация HTML-кода страницы. До этого должны быть произведен подбор ключевых слов, под которые и будет производиться оптимизация.

Внутренняя оптимизация – это определенные действия, связанные с изменением содержания, как отдельных страниц, так и всего сайта в целом, направленные на улучшение его индексации. Если говорить проще, это практическое применение конкретных знаний для того, чтобы поисковые системы могли быстро и легко найти ваш сайт.

Внешняя оптимизация сайта и сейчас является одним из важнейших факторов, влияющих на успех продвижения любого ресурса в сети. По сути, цель оптимизации сводится к получению ссылок на свой сайт с других ресурсов. Ссылка на сайт – это та же рекомендация. И чем чаще ваш сайт рекомендуют, тем выше его авторитет для поисковых систем. Но и рекомендации могут быть разными. Например, лучший результат дают ссылки с трастовых площадок, односторонние, т.е. когда на ваш сайт ссылаются просто так, без обратной ссылки.

Поведенческие факторы – это совокупность действий посетителей на определенном сайте. Вход на сайт, время пребывания, просмотр страниц, “клики” на предлагаемые ссылки, возвращение на сайт – все эти моменты можно отнести к поведенческим факторам.

Все, кто начинает заниматься продвижением сайта в интернете, рано или поздно задумываются о том, как оценить результаты своей работы: отдачу от позиций и запросов, поведение пользователей на сайте и т.п. Самым доступным средством для этого является счетчик посещаемости. На данный момент самые популярные счетчики – Google Analytics (GA) и Яндекс.Метрика (ЯМ). Все они определяют количество и качество посещаемости сайта, анализируя при этом поведение пользователей.

За время своей деятельности я смог сформировать список факторов (чек-лист), влияющих на место сайта в выдаче поисковых систем. В отличие от широко распространённых способов продвижения сайтов, белая оптимизация исключает применение каких-либо способов, направленных на искусственное наращивание позиций в поисковой выдаче. Её процессы прежде всего построены на естественном развитии проектов, анализе поведения потребителей, которые и позволяют добиваться возрастания целевой посещаемости и популярности ресурса среди пользователей сети Интернет.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе выполнения магистерской диссертации были решены задачи:

- разработал правильную структуру сайта,
- проанализировал внутреннюю и внешнюю оптимизации веб – сайта, наиболее соответствующей цели данной работы;
- проанализировал алгоритмы конкурентов по запросам;
- провел исследование зависимости ранжирования сайта медицинского учреждения в поисковых системах от наличия семантической разметки;
- проанализировал метрики, полученных после оптимизации;
- разработал методику оптимизации запросов в поисковых системах.

Используя накопленные знания об алгоритмах внутренней и внешней оптимизации возможно с большой вероятностью вывести низкочастотные, среднечастотные и высокочастотные ключевые слов в поисковых системах Яндекс и Google. В ходе работы решил следующие задачи: разработал структуру сайта и добавил необходимые разделы в системе управления 1С - Битрикс, осуществил анализ конкурентов по запросам; провел анализ метрик, полученных после исследования и оптимизации сайта в целом.

СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ

- [1] Влияние мобильной версии сайта на ранжирование в поисковых системах. [Электронный ресурс]. – Электронные данные – Режим доступа: <http://izobretatel.by/>