

УДК 339.138:004.738.5

SEO КАК ИНСТРУМЕНТ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА



Е.А. Ручай
Студентка ИЭФ БГУИР



И.В. Смирнов
Старший преподаватель кафедры
экономики БГУИР

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники, Республика Беларусь.
E-mail: smirnoviv@bsuir.by.*

Е. А. Ручай

Окончила среднюю школу № 1 г. Берёзы. Студентка 4 курса инженерно-экономического факультета БГУИР.

И. В. Смирнов

Старший преподаватель кафедры экономики БГУИР.

Аннотация. Интернет-маркетинг это перспективный и уже широко применяемый метод направленный на получение максимального количества целевых действий в Интернете. Изначально это адаптация и систематизация традиционного маркетинга, затем создание специфических инструментов, которые применимы только в интернет пространстве. В нем есть все привычные элементы: продукт, стоимость, продвижение (методы и инструменты), в качестве основы приложения – веб-ресурс, который выступает платформой для выполнения целевых действий.

Ключевые слова: SEO, интернет-маркетинг, маркетинг, внутренняя оптимизация, внешняя оптимизация.

Введение.

Сеть Интернет сегодня больше не является просто платформой для обмена данными. В течении последних десяти лет в Интернет магазинах можно купить разнообразную продукцию, заказать различные услуги, следовательно проводить продажи в онлайн режиме эффективнее, чем в оффлайне. Так как они позволяют добиться высокой конверсии в довольно короткие сроки и перевести потенциальных клиентов сайта в разряд, тех, кто уже совершил целевое действие [1].

Основная часть.

Один из самых важных и значимых инструментов интернет-маркетинга это SEO. Поисковая оптимизация сайта – это работа по улучшению видимости ресурса поисковыми системами. Правильно оптимизированный сайт будет занимать высокие позиции в результатах поиска, а значит, на него будут посещать пользователи с большей вероятностью.

На сегодняшний день ни один сайт не обходится без оптимизации, так как чтобы получить прибыль, нужно чтобы клиенты совершали целевые действия. Есть два вида оптимизации: внутренняя и внешняя. Цель внутренней оптимизации – подогнать сайт под требования поисковых систем, для правильного ранжирования и быстрого продвижения в ТОП-ы. Цель внешней оптимизации – увеличение авторитетности и трастовости сайта. Есть очень много разных методов по внутренней оптимизации сайта, часть методов по внутренней оптимизации представлена на рисунке 1.



Рисунок 1. Методы внутренней оптимизации

Более подробное описание методов по внутренней оптимизации сайта:

– Внутренняя перелинковка.

Внутренняя перелинковка – это проставление ссылок из одной страницы на сайте на какие-то другие в пределах одного сайта. То есть, получается ссылочная структура, связывающая между собой страницы сайта, с помощью которой посетители могут легко ориентироваться на нем, что положительно сказывается на позициях в топ-е поисковых систем, увеличивает глубину просмотра, а также обеспечивает ускоренную индексацию добавляемых статей.

– Скорость загрузки сайта.

Все исследователи сходятся во мнении, что оптимальное время загрузки – от 1,5 до 3 секунд. Так как при медленной загрузке сайта или его страниц потенциальный клиент не станет ждать слишком долго, закроет сайт и уйдет к конкурентам.

– Robots.txt и sitemap.xml.

В SEO robots.txt – это текстовый документ, нужен для того, чтобы исключать из индексации страницы, не содержащие полезного контента и многое другое. Например, страницы с формами отправки информации или сайты-зеркала не должны сканироваться роботами, а именно потому им нужно указать на это с помощью данного документа.

Карта сайта (sitemap) – это html страница сайта или специальный xml файл, в котором отражены ссылки на все важные страницы сайта. Карта сайта помогает роботу быстро найти любую страницу сайта, совершая минимальное число переходов. Индексация страниц при правильной карте сайта происходит намного быстрее.

– Коммерческие факторы.

Коммерческие факторы – это элементы сайта, совокупность характеристик, которые влияют на удобство использования, совершение целевого действия. Например: контактная информация, сведения о компании, раздел отзывы, информация о доставке (также о оплате и гарантиях), страница с акциями и скидками, часто задаваемые вопросы и многое другое [2].

– Семантическое ядро.

Семантическое ядро – набор слов и словосочетаний, отражающих тематику и структуру сайта. Семантика – раздел лингвистики, изучающий смысловую наполненность единиц языка. Оно составляется для того, чтобы понять, какую информацию можно найти на сайте. То есть, оно поможет определить, с помощью каких поисковых запросов пользователи ищут информацию, которая будет опубликована на сайте.

– Текстовая оптимизация.

Оптимизация текста – процесс приведения текста в соответствие к факторам текстового ранжирования. Качество, уникальность, авторитетность контента могут быть решающими факторами ранжирования веб-страницы: чем лучше оптимизирован текст, тем выше релевантность страницы в глазах как поисковых систем, так и реальных пользователей.

– Структура ЧПУ.

Человекоподобные URL или ЧПУ – это адреса удобные для понимания и восприятия их посетителями. Определенный транслитированный адрес веб-страницы, содержащий в большинстве случаев продвигаемые запросы или их часть для данной страницы. Создание ЧПУ предполагает вместо непонятных и длинных URL, использовать лаконичные и понятные адреса. Выглядит это примерно так: /BMW/5/E-60/ – общая категория BMW, подкатегория 5 серия и E-60 кузов.

– Дублирование контента.

Очень часто у сайтов присутствуют проблемы с дублированием страниц, из-за чего результаты продвижения могут быть достаточно низкими. Дубликаты могут быть полными, например, URL может отличаться лишь на 1 символ. Также частичными: описание товара одинаковое в кратком и полном описании.

– SEO-тэги.

SEO-тэги – это функциональные элементы кода страницы интернет-магазина, которые не отображаются на экранах пользователей. Они не являются обязательными, однако несут в себе информацию для браузеров и поисковиков. SEO-тэги могут содержать в себе информацию о ключевых словах на странице, описание товара и прочее. Например: у вас плохо работает интернет и вместо картинки можно увидеть описание «краска для волос оттенок 3 (красное дерево)».

– Микроразметка.

Микроразметка – это разметка данных на странице и на сайте, которая используется для того, чтобы поисковый бот лучше распознавал контент на вашем сайте. Микроразметка данных предназначена для всех поисковых систем – Google, Yandex, Yahoo и другие. Она помогает поисковику более четко понимать, чем наполнены страницы интернет-ресурса. А это, в свою очередь, позволяет более корректно отображать контент в поисковой выдаче.

– Структура сайта.

Структура сайта – это иерархия страниц и связи между ними. Проектировать структуру сайта необходимо еще до запуска сайта, потому что без четкой логики получится бессвязный набор документов, в котором не смогут ориентироваться даже поисковые роботы, не говоря уже посетителях.

Внешняя оптимизация включает в себя множество методов, часть которых представлена на рисунке 2.



Рисунок 2. Методы внешней оптимизации

Ниже описаны методы по внешней оптимизации сайта:

– Регистрация в каталогах поисковых систем.

Каталог – это разбитые по тематикам ссылки на различные ресурсы Интернета. Каталоги, как правило, создаются вручную. Реже они собираются роботами. Изначально каталоги создавались как частная подборка наиболее интересных страниц и ресурсов. К сожалению, в настоящее время таких каталогов практически нет.

– Социальные сети.

Ни для кого не секрет, что социальные сети сейчас играют очень важную роль в жизни каждого человека и даже поисковые системы учитывают при ранжировании сайта два параметра: собственные аккаунты компании в социальных сетях и ссылки на сайт из социальных сетей.

– Создание и ведение блогов.

Блоги играют тоже большую роль в ранжировании, так как из блога можно набрать достаточно большую ссылочную массу, если вручную писать статьи и отставлять там ссылки, которые будут там «к месту».

– Обмен ссылками.

Обмен ссылками также позволит набрать ссылочную массу. Но он должен быть по тематике сайта или около того, ибо если сайт о цветах, а ссылка ведет на сайт о бытовой химии, то поисковые системы заподозрят что-то неладное и это скажется на выдаче.

– Размещение статей.

Статьи точно так же позволят нарастить ссылочную массу. Они тоже должны быть написаны вручную и текст статьи должен быть хорошо оптимизирован [3].

Заключение.

Таким образом, SEO является одним из важнейших инструментов интернет-маркетинга. Оптимизация сайта – это работа на перспективу, так как мгновенного эффекта от оптимизации получить невозможно. Нужно довольно долго и кропотливо заниматься изменением контента, структуры сайта и всего прочего для того, чтобы соответствовать требованиям поисковых систем. Однако, при правильном использовании данного инструмента долгосрочный эффект будет и авторитетность сайта потихоньку будет расти.

Список литературы

[1] «Методы интернет-маркетинга» [Электронный ресурс]. - Электронные данные.- Режим доступа: <https://www.kom-dir.ru/article/2253-metody-internet-marketinga>

[2] «Коммерческие факторы» [Электронный ресурс]. - Электронные данные. - Режим доступа: <http://new-marketing.ru/articles/>.

[3] <https://vc.ru/marketing/160896-kommercheskie-factory-ranzhivaniya-saytov-aktualnye-v-2020-godu>

[4] «SEO искусство раскрутки сайта» – Эрик Энж, Стефан Спенсер, Джесси Стрикчиола, СПб, 2017 г.

SEO AS AN INTERNET MARKETING TOOL

K.A. Ruchai
Student of BSUIR

I.V. Smirnov,
Senior Lecturer
Department of Economy BSUIR

Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics, Republic of Belarus
E-mail: smirnoviv@bsuir.by

Abstract. Internet marketing is a set of measures aimed at obtaining the maximum number of targeted actions on the Internet. Initially, this is the adaptation and systematization of traditional marketing, then the creation of specific tools that are applicable only in the Internet space. It has all the usual elements: product, cost, promotion (methods and tools), as the basis of the application — a web resource that acts as a platform for performing targeted actions.

Key words: SEO, internet marketing, marketing, internal optimization, external optimization.