

УДК 004.738.1:004.424.4

3. SEO ОПТИМИЗАЦИИ САЙТА ПОД ГОЛОСОВОЙ И ВИЗУАЛЬНЫЙ ПОИСК

Пикуза М.А., Свирид О.А., студентки гр. 174003

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

Архипова Л.И. – канд. экон. наук, доцент

Аннотация. В связи с развитием новых форм формирования поисковых запросов и их результатов, для русскоязычных сайтов важно адаптировать SEO стратегию в соответствии с новыми трендами. В данной статье рассматривается актуальность оптимизации сайта для голосовых и визуальных запросов, а также приводятся методы, которые могут быть использованы для адаптации веб-сайта к таким видам поиска.

Ключевые слова. SEO оптимизация, веб-сайт, голосовой поиск, визуальный поиск, поисковая система.

В 2024 году поисковая оптимизация остается одним из ключевых инструментов в продвижении бизнеса в Интернете. В эпоху цифровизации веб-сайт играет роль визитной карточки компании. Многие компании стремятся занять лидирующие позиции в выдаче поисковых систем «Google» и «Яндекс», чтобы привлечь внимание целевой аудитории к своей продукции и услугам. Согласно статистике, 95% всего трафика приходится на первую страницу поисковой выдачи, причем от 60% до 90% – на первые пять позиций. Если сайт не находится в топ-5 поисковой выдачи, шансы компании быть замеченной сведены к минимуму. Это ведет к уменьшению трафика на веб-сайте, а в последующем – к ухудшению финансового состояния бизнеса. Чтобы избежать этого, важно разработать качественную стратегию поисковой оптимизации для веб-сайта [1].

Для начала сформулируем понятие поисковой оптимизации. Поисковая оптимизация (Search Engine Optimization) – комплекс мероприятий по внутренней и внешней оптимизации для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определенным запросам пользователей с целью увеличения сетевого трафика (для информационных ресурсов), количества потенциальных клиентов (для коммерческих ресурсов) и последующей монетизации этого трафика [2]. Важно учесть, что SEO может быть ориентировано на различные виды поиска, включая поиск как текстовой информации, например, статей, так и поиск изображений, видео.

В 2024 году фиксируются изменения формы и структуры поисковых запросов и результатов, которые во многом связаны с развитием алгоритмов искусственного интеллекта для обработки графического, аудио и видео контента.

У популярных поисковых систем уже давно присутствует возможность поиска по изображению. Например, сервисы «Google Images» и «Yandex.Images» предлагают загрузить изображение или ввести URL изображения для поиска похожего или идентичного контента.

Распространение голосовых ассистентов, таких как «Alexa», «Siri», «Алиса», предоставило возможность формировать устный запрос как на поиск информации, так и на выполнение задач и совершение покупок. В результате исследований было выявлено, что почти 40% потребителей в США используют голосового помощника для поиска товаров в Интернете и более 50% потребителей ежедневно прибегают к использованию голосового поиска [3]. Активное развитие технологии выражается в стремительном росте рынка. Продажи умных колонок с голосовыми помощниками в России за 2022 год увеличились в 2.3 раза относительно объема предыдущего года и достигли 3 млн. штук [4]. Согласно «Demandsage», мировой рынок устройств распознавания голоса достигнет отметки в 26.8 миллиарда долларов и количество используемых голосовых помощников увеличится в 2 раза до 8.4 миллиардов уже к концу 2024 года [3].

Появление средств поиска на основе искусственного интеллекта, таких как «ChatGPT», «Copilot», расширило возможности в представлении результатов поиска: теперь алгоритмы обрабатывают контент, согласующийся с поступившим запросом пользователя, и выдают ему конкретный ответ вместо перечня ссылок. Таким образом, популярность искусственного интеллекта подкрепляется его возможностью в предоставлении точных и быстрых ответов. При таких условиях необходимо обеспечить наполнение сайта полезным для целевой аудитории контентом, чтобы попасть в результаты поисковых запросов, сделанных при помощи искусственного интеллекта.

Вследствие роста популярности новых способов взаимодействия пользователей с поисковыми системами, стандартной оптимизации веб-сайта для текстовых запросов с клавиатуры может быть недостаточно. Это значит, что традиционное понимание настройки поисковой оптимизации нуждается в пересмотре и совершенствовании. Рассмотрим несколько последних трендов в SEO: оптимизацию веб-сайта для голосового и визуального поиска.

Голосовой поиск – это технология, которая позволяет пользователям взаимодействовать с поисковыми системами с использованием своего голоса вместо клавиатуры. К такому виду поиска чаще всего прибегают пользователи мобильных устройств и «умных» гаджетов, в которые встроена функция распознавания голоса. Работа голосового поиска основана на технологии автоматического распознавания речи (automatic speech recognition) [2]. Принцип её работы заключается в следующем: голосовые импульсы преобразуются в текст, который используется для анализа намерения пользователя, затем алгоритмы поисковой системы анализируют этот текст и возвращают наиболее подходящие результаты.

Голосовой поиск имеет существенные отличия в сравнении с традиционным текстовым вводом. Выделим основные аспекты, которые важно учитывать при разработке стратегии оптимизации сайта для такого вида поиска:

1. Длина запроса. Голосовые запросы часто более длинные и конкретные, так как пользователи склонны формулировать их так, будто обращаются к человеку. Эта стратегия требует создания контента, который отвечает на подобные вопросы и содержит дополнительные детали.

2. Ответы в виде фрагментов. Поисковые системы, такие как «Google», могут выдавать ответы на голосовые запросы в виде выделенных фрагментов над результатами поиска. Оптимизация контента для выделенных фрагментов становится важной стратегией.

3. Локальный поиск. Голосовой поиск часто связан с запросами, связанными с локацией, поэтому упоминание адресов и контактной информации становится более важным.

4. Быстрый доступ к информации. Голосовой поиск часто используется для получения быстрых и кратких ответов. Оптимизация контента для быстрых ответов может привести к увеличению видимости в поисковой выдаче.

5. Скорость загрузки. Голосовой поиск может быть связан с использованием мобильных устройств и умных колонок, поэтому важно обеспечить оперативную обработку поступающих запросов.

После углубления в основные аспекты голосового поиска, рассмотрим практические методы оптимизации веб-сайта под голосовые запросы пользователей [1]:

1. Оптимизация длинных ключевых фраз. Следует оптимизировать контент на страницах сайта для длинных ключевых фраз, которые отражают запросы на разговорном языке. Можно включить вопросительные фразы и разговорные термины, которые будут соответствовать тому, как пользователи произносят свои запросы.

2. Закрепление избранных фрагментов. Надо стремиться закрепить избранные фрагменты на страницах результатов поисковых систем. Избранные фрагменты – это краткое изложение информации, которая появляется сверху результатов поиска. Необходимо структурировать контент на сайте так, чтобы предоставлять понятные и четкие ответы на самые часто задаваемые вопросы.

3. Разметка структурированных данных. Внедрение разметки структурированных данных на веб-сайт, предоставляет поисковым системам больше контекста о содержимом сайта. Это может помочь поисковым системам лучше интерпретировать информацию, увеличивая вероятность появления сайта в результатах поиска.

4. Настройка локальной SEO оптимизации. Голосовой поиск часто имеет локальное назначение, например, запросы, относящиеся к конкретному местоположению. Оптимизация веб-сайта для локального SEO, подразумевает добавление ключевых слов, специфичных для конкретного местоположения, а также обеспечение точной контактной информацией.

5. Создание контента на разговорном языке. Следует сфокусироваться на том, чтобы подробно отвечать на вопросы пользователей, используя краткие и понятные выражения. Можно рассмотреть включения дополнительного раздела на веб-сайт для ответа на часто задаваемые вопросы.

6. Оптимизация скорости загрузки страницы. Быстрая загрузка страниц повышает удовлетворенность пользователей и увеличивает вероятность того, что сайт будет рекомендован в результатах поиска.

7. Адаптация под мобильные устройства. Поскольку голосовой поиск выполняется преимущественно на мобильных устройствах, стоит убедиться, что веб-сайт адаптирован и корректно работает на мобильных устройствах. Важно учитывать такие факторы, как скорость загрузки мобильных страниц, адаптивность размера изображений, размер шрифта и простота навигации на небольших экранах.

8. Размещение отзывов. Улучшить видимость в локальных результатах поиска, можно оптимизировав профиль компании в «Google» или «Яндекс Бизнесе», а также поощряя положительные отзывы клиентов. Положительные отзывы и высокие оценки могут повлиять на результаты поиска и повысить доверие аудитории.

Визуальный поиск (Visual Search) – способ поиска, в котором изображение становится «телом» поискового запроса. Актуальность оптимизации сайта под визуальный поиск объясняется растущей

тенденцией к созданию визуально ориентированного пользовательского опыта. Он предлагает пользователям более интуитивный и эффективный способ поиска информации. Для инициирования поискового запроса достаточно сделать снимок или загрузить изображение. В таком случае нет необходимости тратить дополнительное время на набор текста или озвучивание запроса. Современные технологии помогают анализировать то, что изображено на фотографии, тем самым позволяя поисковым системам более точно понимать её контекст и содержание. На данный момент алгоритм визуального поиска работает следующим образом: пользователь указывает исходное изображение в качестве запроса, затем алгоритм поисковой системы идентифицирует внутренние объекты, ищет похожие по содержанию медиафайлы и посылает их в качестве результата поиска.

Визуальный поиск помогает увеличивать активность пользователей на маркетплейсах за счёт упрощения процесса поиска нужного товара, что показывает опыт интеграции такой функции в популярные платформы, такие как «Pinterest», «Amazon», «Wildberries». Опрос «Slyce», показал, что 74% потребителей используют визуальный поиск для онлайн-шоппинга в 2023 году [5]. Исследования «Pinterest» показали, что в 2024 году визуальный поиск на их платформе увеличился более, чем на 140% по сравнению с предыдущим годом [5].

Исходя из результатов приведенных выше исследований, становится очевидной потребность в оптимизации веб-сайтов под визуальный поиск для эффективного привлечения и удержания пользователей. Рассмотрим некоторые способы оптимизации веб-сайта для визуального поиска [6]:

1. Добавление изображений на сайт с помощью элементов HTML. Стандартные HTML-элементы помогают поисковым роботам находить и обрабатывать изображения. Например, поисковая система «Google» считывает HTML-элементы, но не индексирует изображения CSS.

2. Использование адаптивных изображений. Веб-страницы с адаптивным дизайном более удобны для аудитории, поскольку их можно просматривать на самых разных устройствах. Однако они распознаются не всеми браузерами и поисковыми роботами, поэтому рекомендуется добавлять в код резервный URL.

3. Использование корректных форматов изображений. Например, поисковая система «Google» поддерживает изображения следующих форматов: BMP, GIF, JPEG, PNG, WebP, AVIF и SVG. Также необходимо следить за тем, чтобы расширение файла соответствовало его типу.

4. Оптимизация качества контента. Пользователи с большей вероятностью перейдут на сайт, если уменьшенное изображение в результатах поиска будет четким и разборчивым. Зачастую именно изображения больше всего утяжеляют страницу и тормозят ее загрузку, требуя дополнительного расхода трафика. Рекомендуется решить эту проблему с помощью использования таких форматов изображений, как WebP, AVIF – технологичной замене JPEG и PNG.

5. Улучшить целевые страницы, связанные с изображениями. Контент и метаданные страниц, на которых размещено изображение, во многом определяют то, как и где оно может быть представлено в результатах поиска. Следует уделить внимание заголовку и описанию страницы. Поисковая система «Google» автоматически создает ссылки-заголовки и описания для изображений, чтобы пользователь понимал, почему показан тот или иной результат и стоит ли на него нажимать.

6. Использовать информативные названия файлов, заголовки и текст в атрибутах alt. «Google» извлекает информацию о теме изображения из другого контента на странице, включая заголовки картинок и подписи к ним. По возможности надо располагать изображения рядом с относящимся к ним текстом и на тех страницах, которые связаны с ними тематически. Названия должны быть короткими и информативными. Определяя тему изображения, «Google» учитывает описания в атрибутах alt, а также результаты распознавания образов и контент на странице. Необходимо придумать как можно более информативное описание с ключевыми словами, соответствующее содержанию страницы. Не стоит добавлять избыточное количество ключевых слов в атрибутах alt, поскольку это может быть воспринято как спам.

Таким образом, оптимизация веб-сайта для голосового и визуального поиска является важной частью стратегии SEO оптимизации сайта в 2024 году. Ввиду активного роста рынка голосовых помощников, появления более точных алгоритмов для обработки содержимого изображений, развития искусственного интеллекта, который обрабатывает пользовательские запросы и выдаёт конкретные ответы, важно использовать новые методы оптимизации. Они обеспечивают не только повышение позиций сайта, но и появление его контента в результатах выдачи по запросам, сделанных при помощи голосового ввода или загрузки изображения.

Список использованных источников:

1. Бучнев С. О. SEO-продвижение сайта в поисковых системах в 2023 году / С. О. Бучнев // Новые аспекты моделирования систем и процессов. – 2023. – 35 с.
2. Демиденко, А. SEO: Мастерство успешного продвижения в интернете / А. Демиденко. – SelfPub, 2023. – С. 20-30.
3. 67 Voice Search Statistics For 2024 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.demandsage.com/voice-search-statistics/>. Дата доступа: 20.03.2024.
4. Продажи умных колонок выросли вдвое за 2022 год [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2023/01/26/960481-prodazhi-umnih-kolonok-virosli-vdvoye/> Дата доступа: 23.03.2024.
5. Visual Search Optimization: Strategies to Dominate Image Searches in 2024 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://blog.emb.global/visual-search-optimization-strategies/> Дата доступа: 25.03.2024.
6. Рекомендации по поисковой оптимизации контента для Google Картинок [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://developers.google.com/search/docs/appearance/google-images?hl=ru/>. Дата доступа: 25.03.2024.