

УДК 004.45

АНАЛІЗ ПРОГРАМНИХ ЗАСОБІВ ПОШИРЕННЯ САЙТІВ В ІНТЕРНЕТ-ПРОСТОРИ

Т.І. Астісова, кандидат технічних наук, доцент
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: Інтернет, SEO-оптимізація, SMM, Google AdWords, контекстна реклама.

Розглянемо та проаналізуємо програмні засоби, які застосовують для поширення вашого сайту в Інтернеті. Це особливо важливо людині, яка бажає відкрити свій невеличкий бізнес в Інтернеті (наприклад, інтернет-магазин).

Чому важливо знаходитися на першій сторінці пошукової видачі?

По статистиці, Інтернет-користувачі, які хочуть зробити покупку, переходять на сайт:

- 80% з першої сторінки пошукової видачі,
- 15% з другої сторінки пошукової видачі,
- 5% з усіх наступних сторінок.

З цього вже можна зробити висновок: якщо Ваш сайт буде знаходитися на другій сторінці пошукової видачі, то Ви вже втрачаєте 85% потенційних покупців Вашого магазину, а на третій сторінці (або ще далі), то втрачаєте 95% потенційних користувачів.

На сьогодні існує багато інструментів, програм та сервісів для просування сайту на першу сторінку пошукової видачі. Кожен з цих сервісів ефективний в конкретному аспекті.

Види інструментів та програми для просування сайту:

1. Контекстна реклама.
2. SEO-оптимізація.
3. Медійна (банерна) реклама.
4. SMM (реклама в соціальних мережах).
5. Відеореклама в Інтернеті.
6. E-mail та sms розсилка по базі клієнтів.
7. Веб-аналітика.
8. Маркетинговий аналіз сайту.

Розглянемо деякі види сервісу.

Контекстна реклама – це інструмент для швидкого залучення цільової аудиторії (клієнтів). Робота цього інструменту полягає в підборі ключових слів (фраз, які будуть ефективно відповідати запитам клієнтів). Для контекстної реклами в пошукових системах є інструменти Google AdWords для пошукової системи Google, Yandex.Direct для Yandex.

Для того, щоб адекватно оцінювати рейтинг сайту, Google створила автоматичну програму, яка перевіряє сайт по багатьом параметрам, яких близько 200. Наприклад, параметр релевантності сайту – це відношення кількості переглядів до кількості переходів.

Seo-оптимізація – це інструмент для поширення вашого сайту на топові (перші) позиції пошукових систем.

Цей інструмент складається з декількох етапів:

- Внутрішня оптимізація (робота безпосередньо з самим сайтом)
- Зовнішня оптимізація (закупівля посилань)

Для оптимальної роботи SEO оптимізації потрібно врахувати, що вона залежить від:

- користувацький фактор (наскільки сайт цікавий клієнту), 40%
- посилання, які є в свою чергу постійні і непостійні (на місяць), 10%
- внутрішня оптимізація, написання SEO статей і робота з сайтом, 50%

Google запусив автоматизовану систему, яка перевіряє сайти. і знаходить сайти - порушники, які стимулюють популярність сайту штучним способом, що є забороненим.

Порівняльна характеристика SEO оптимізації та контекстної реклами представлена в табл. 1.

Таблиця 1 - Відмінності Adwords та SEO

Google Adwordsx	SEO
Оплата за перехід	Оплата за посилання
Покази одразу	Результат буде через 6-8 місяців
Доступи до сайту не потрібні	Потрібен повний доступ до сервера сайту
Змінюється в режимі реального часу	Не змінюється в режимі реального часу
Гнучке таргетування	Не гнучке таргетування
Є заборонені теми	Немає заборонених тем
Рекламні посилання	Натуральний(органічний) пошук

Список використаних джерел

1. Алістер Кролл Комплексний веб-моніторинг [Пер. з англ. і ред. М.А. Ройтмана] / Алістер Кролл, Шон Паєр- 2011. – 768 с.
2. Методы мониторинга веб-сайтов и сервисов [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://habrahabr.ru/post/138989/>