

УДК 339.138

DOI: 10.33813/2224-1213.25.2021.9



Пономаренко Ігор Віталійович

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну,
Київський національний університет технологій та дизайну,
вул. Немировича-Данченка, 2, м. Київ, 01011
[https:// 0000-0003-3532-8332](https://0000-0003-3532-8332)
igor_chip@ukr.net*

Сапян Аліна Сергіївна

*магістр кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну,
Київський національний університет технологій та дизайну,
вул. Немировича-Данченка, 2, м. Київ, 01011
<https://orcid.org/0000-0001-6167-8550>
alinaqwerty88@gmail.com*



ІНСТРУМЕНТ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ – SEO-ОПТИМІЗАЦІЯ САЙТУ ПІДПРИЄМСТВА

Мета статті – розгляд питань, пов'язаних з особливостями використання пошукової оптимізації в межах реалізації комплексної маркетингової стратегії в цифровому середовищі.

Методологія дослідження – системно-структурний і порівняльний аналіз (для дослідження напрямів застосування пошукової оптимізації в процесі підвищення ефективності функціонування компанії в інтернеті); монографічний (при вивченні різноманітних програмних рішень у сфері цифрового маркетингу); економічний аналіз (при здійсненні оцінки ефективності використання SEO в процесі залучення цільової аудиторії та її впливу на зростання рівня конверсії).

Наукова новизна. Розкрито особливості використання пошукової оптимізації як ефективного інструменту цифрового маркетингу в сучасних умовах. Доведено доцільність застосування SEO для підвищення рівня конкурентоспроможності компанії в мережі Інтернет. Вказано комплекс заходів інтернет-маркетингу для посилення комунікацій компанії із цільовою аудиторією в цифровому середовищі, а також окреслено роль у цій структурі пошукової оптимізації. Аргументовано доцільність побудови семантичного ядра як базисного елемента пошукової оптимізації вебресурсу компанії та створення передумов для довгострокового забезпечення високих позицій сайту в пошукових сервісах.

Висновки. Диджиталізація бізнесу призводить до інтенсифікації застосування різноманітних інструментів цифрового маркетингу, серед яких важливе місце посідає пошукова оптимізація. SEO-оптимізації сайту компанії передбачає реалі-

зацію комплексу заходів, орієнтованих на підвищення місця ресурсу в пошуковій видачі. Інноваційні підходи дають можливість інтегрувати актуальний перелік ключових слів у важливі елементи вебресурсу компанії та постійно оновлювати бібліотеки з метою забезпечення високих рейтингових позицій у пошуковиках.

Ключові слова: аудиторія, інтернет-маркетинг, пошукова оптимізація, сайт, цільовий трафік.

Пономаренко Игорь Витальевич

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры маркетинга и коммуникационного дизайна,
Киевский национальный университет технологий и дизайна*

Сапьян Алина Сергеевна

*магистр кафедры маркетинга и коммуникационного дизайна,
Киевский национальный университет технологий и дизайна*

**Інструмент інтернет-маркетингу –
SEO-оптимізація сайту підприємства**

Цель статьи – рассмотрение вопросов, связанных с особенностями использования поисковой оптимизации в рамках реализации комплексной маркетинговой стратегии в цифровой среде.

Методология исследования – системно-структурный и сравнительный анализ (для исследования направлений применения поисковой оптимизации в процессе повышения эффективности функционирования компании в интернете); монографический (при изучении различных программных решений в области цифрового маркетинга); экономический анализ (при оценке эффективности использования SEO в процессе привлечения целевой аудитории и ее влияния на рост уровня конверсии).

Научная новизна. Раскрыты особенности использования поисковой оптимизации как эффективного инструмента цифрового маркетинга в современных условиях. Доказана целесообразность применения SEO для повышения конкурентоспособности компании в сети Интернет. Указан комплекс мер интернет-маркетинга для усиления коммуникаций компании с целевой аудиторией в цифровой среде, а также обозначена роль в данной структуре поисковой оптимизации. Аргументирована целесообразность построения семантического ядра в качестве базисного элемента поисковой оптимизации веб-ресурса компании и создание предпосылок для долгосрочного обеспечения высоких позиций сайта в поисковых сервисах.

Выводы. Диджитализация бизнеса приводит к интенсификации применения различных инструментов цифрового маркетинга, среди которых важное место занимает поисковая оптимизация. SEO-оптимизация сайта компании предусматривает реализацию комплекса мероприятий, ориентированных на повышение места ресурса в поисковой выдаче. Инновационные подходы дают возможность интегрировать актуальный перечень ключевых слов в важные элементы веб-ресурса компании и постоянно обновлять библиотеки с целью обеспечения высоких рейтинговых позиций в поисковиках.

Ключевые слова: аудитория, интернет-маркетинг, поисковая оптимизация, сайт, целевой трафик.

Ponomarenko Ihor

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of
Economic Marketing and Communication Design Department Kyiv National
University of Technologies and Design*

Sapian Alina

*Master of Economic Marketing and Communication Design Department Kyiv
National University of Technologies and Design*

Internet marketing tool – SEO-optimization of the enterprise site

The purpose of this article is to consider issues related to the peculiarities of the use of search engine optimization in the implementation of a comprehensive marketing strategy in the digital environment.

Research methodology. The research methodology is system-structural and comparative analyzes (to study the application of search engine optimization in the process of improving the efficiency of the company on the Internet); monograph (the study of various software solutions in the field of digital marketing); economic analysis (when assessing the effectiveness of the use of SEO in the process of attracting the target audience and its impact on the growth of conversions).

The scientific novelty – features of using search engine optimization as an effective tool of digital marketing in modern conditions are revealed. The expediency of using SEO to increase the level of competitiveness of the company on the Internet is proved. A set of Internet marketing measures to strengthen the company's communications with the target audience in the digital environment is revealed, as well as the role in this structure of search engine optimization is outlined. The expediency of building a semantic core as a basic element of search engine optimization of a company's web resource and creating preconditions for long-term provision of high positions of the site in search services is proved. The subject of the research is the approach to the possibility of using search engine optimization methods in modern conditions to ensure a highly competitive position of the company and its web resources in the digital space in the long period.

Conclusions. The digitalization of business leads to the intensification of the use of various digital marketing tools, among which search engine optimization occupies an important place. SEO-optimization of the company's website involves the implementation of a set of measures aimed at increasing the place of the resource in search results. Innovative approaches make it possible to integrate an up-to-date keyword list into important elements of a company's web resource and to constantly update libraries in order to ensure high search engine rankings.

Keywords: *audience, Internet marketing, search engine optimization, site, targeted traffic.*

Постановка проблеми. Процеси диджиталізації та інтеграція великої кількості користувачів до мережі Інтернет призводять до трансформації діяльності переважної більшості компаній в усіх видах економічної діяльності. Посилився синергетичний ефект унаслідок інтенсифікації запровадження інноваційних інструментів і зростання конкуренції між компаніями в цифровому середовищі. Суб'єкти підприємницької діяльності активно використовують передові інструменти цифрового маркетингу для налагодження комунікації з потенційними клієнтами. Особливу увагу компанії приділяють створенню власних сайтів і веденню сторінок у профільних соціальних мережах. Кожен з представлених каналів комунікацій має окремі переваги та недоліки, що потребує вдосконалення маркетингових стратегій за рахунок оптимізації поєднання різноманітних інструментів цифрового маркетингу й урахування особливостей цільової аудиторії. Прийняття ефективних управлінських рішень щодо вибору оптимальних інструментів і відповідний розподіл фінансових ресурсів передбачають застосування комплексного статистичного аналізу всебічної інформації та формування на її основі відповідних висновків. Маркетингова стратегія повинна характеризуватись адаптивністю і гнучкістю, оскільки чинники зовнішнього та внутрішнього середовища на постійній основі змушують компанію корегувати короткострокові та довгострокові плани розвитку [1; 2].

Процес взаємодії із цільовою аудиторією в мережі Інтернет передбачає застосування сучасних підходів SEO-оптимізації сайту компанії. Завдяки використанню зазначеного підходу компанія має можливість підвищити позиції власного вебресурсу в пошуковій видачі таких сервісів, як Google, збільшуючи ймовірність привернення уваги потенційних клієнтів та, відповідно, унаслідок цільових дій – прибутку. SEO-оптимізація сайту вимагає реалізації комплексу заходів на постійній основі, що дозволить забезпечити сталий розвиток компанії в довгостроковій перспективі [3].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань використання інтернет-ресурсу в маркетинговій діяльності присвятили свої праці такі автори, як В. Д. Байкова, О. С. Варвиш, С. М. Ілляшенко, О. І. Маслак та ін. Поряд із цим питання SEO-оптимізації та використання різних інструментів під час просування сайту підприємства в мережі Інтернет потребують подальшого вивчення.

Формулювання цілей статті. Мета статті полягає в розгляді питань, пов'язаних з особливостями впровадження пошукової оптимізації вебресурсу як ключового елемента цифрового маркетингу компанії в мережі Інтернет, ідентифікації основних етапів процесу SEO з використанням передових технологій побудови семантичного ядра та підбором актуального переліку ключових слів.

Виклад основного матеріалу. Сучасні компанії намагаються забезпечити зростання прибутку завдяки використанню підходів електронної комерції. У процесі пошуку та залучення клієнтів у мережі Інтернет широко застосовують сучасні інструменти цифрового маркетингу, співвідношення використання яких залежить від специфіки діяльності компанії, особливостей певного продукту та соціально-економічних характеристик потенційних клієнтів.

Комплексний інтернет-маркетинг передбачає реалізацію таких заходів:

- залучення цільового трафіку;
- збільшення рівня конверсії завдяки підвищенню чисельності користувачів, які здійснили цільові дії на вебресурсах компанії;
- трансформація цільової аудиторії в постійних клієнтів [4].

У сучасних умовах компанії мають можливість використовувати різноманітні інструменти цифрового маркетингу, проте SEO-оптимізація належить до ключових елементів маркетингової стратегії в інтернеті, оскільки дозволяє забезпечити високий рівень залучення потенційних клієнтів. Пошукова оптимізація являє собою комплекс заходів, орієнтованих на прилаштування вебресурсу компанії до вимог алгоритмів пошукових систем відповідно до специфіки товарів і запитів потенційних клієнтів. Завдяки забезпеченню високого рівня відповідності опису продукції компанії запитам цільової аудиторії досягається збільшення рівня переходу потенційних клієнтів на вебресурс цього суб'єкта підприємницької діяльності. Фахівці у сфері пошукової оптимізації намагаються забезпечити високі рейтинги сайтів компаній у пошукових сервісах на основі максимально можливої кількості ключових слів, популярних у конкретних просторово-часових умовах [5; 6].

Сучасні науковці виокремлюють три основні чинники пошукової оптимізації:

1. Внутрішня оптимізація, що являє собою комплексні заходи з удосконалення функціонування сайту компанії з позиції пошукових сервісів (ключові слова, анкор посилань, людинозрозумілі URL, мета теги, мікророзмітка тощо).

2. Зовнішня оптимізація як комплекс заходів, що передбачають розміщення посилань на сайті компанії на інших вебресурсах з метою збільшення діапазону охоплення потенційних клієнтів.

3. Орієнтація на потреби цільової аудиторії (зручність та інтуїтивно зрозумілий інтерфейс, залучення користувачів на вебресурс, утримання потенційних клієнтів, корисний і цікавий для аудиторії контент) [7].

Слід відмітити, що фахівці компанії повинні приділяти значну увагу вдосконаленню внутрішніх чинників ранжування вебресурсу, оскільки мають можливість оперативно реагувати на зміни ситуації на ринку певних товарів і послуг, а також підлаштовуватись під трансформації алгоритмів пошукових сервісів. Для підтримки зацікавленості цільової аудиторії на сайті компанії необхідно постійно викладати тематичний контент (текстову інформацію, фото- та відеоматеріали тощо), певним чином здійснюючи розмітку за допомогою ключових слів, перелік яких постійно актуалізується. Завдяки оптимізації навігаційного меню також вдається збільшити ефективність взаємодії сайту компанії з пошуковими роботами, що теж позитивно впливає на позиції відповідного ресурсу в сервісах пошуку.

Високому рейтингу в пошуковій видачі сприяє і співпраця зі сторонніми вебресурсами, які виступають як посередники для залучення потенційних клієнтів. Варто зазначити, що співпраця зі сторонніми вебресурсами можлива лише завдяки наявності певних вигод:

- матеріальне заохочення сторонніх вебресурсів щодо розміщення посилань на сайті компанії;
- створення актуального тематичного контенту, який сторонні сайти розміщують на добровільній основі [8].

Оптимізація сайту є складним процесом і містить такі етапи:

1. Технічний аудит сайту, аналіз ніші та конкурентів.
2. Збір семантичного ядра.
3. Кластеризація запитів.
4. Розробка структури сайту.
5. Внутрішня оптимізація.
6. Оптимізація контенту.
7. Робота над юзабіліті.
8. Зовнішня оптимізація сайту.
9. Збільшення конверсії.
10. Оптимізація сайту для мобільних пристроїв.

Висновки.

1. Процеси диджиталізації потребують від компанії пошуку інноваційних інструментів для посилення комунікації із цільовою аудиторією на довгостроковій основі із залученням актуального тематичного контенту, який постає як генератор ефективного трафіку.

2. Пошукова оптимізація є ефективним інструментом виведення вебресурсів компанії на передові позиції в пошукових сервісах і дає змогу підвищити рівень конверсії.

Список використаних джерел

1. The Top 10 SEO Trends To Drive More Traffic in 2021. URL: <https://www.wordstream.com/blog/ws/2021/01/12/top-seo-trends-2021> (дата звернення: 02.06.2021).
2. 8 Expert Tips to Build a Winning SEO Strategy in 2021. URL: <https://www.wordstream.com/blog/ws/2021/03/05/seo-strategy> (дата звернення: 02.06.2021).
3. How to Create an Effective SEO Strategy In 2021. URL: <https://backlinko.com/seo-strategy> (дата звернення: 02.06.2021).
4. 21 Smart Google SEO Tips for 2021. URL: <https://moz.com/blog/21-seo-tips-2021> (дата звернення: 02.06.2021).
5. How to Create the Perfect SEO Strategy for 2021. URL: <https://increasilly.com/how-to-create-the-perfect-seo-strategy-for-2021/> (дата звернення: 02.06.2021).
6. Get Your SEO House in Order for 2021. URL: <https://www.cmswire.com/digital-marketing/get-your-seo-house-in-order-for-2021/> (дата звернення: 02.06.2021).
7. SEO Made Simple: A Step-By-Step Guide For 2021. URL: <https://neilpatel.com/what-is-seo/> (дата звернення: 02.06.2021).
8. Search Engine Optimization: A Simple Guide to SEO Strategy. URL: <https://www.masterclass.com/articles/seo-strategy-guide> (дата звернення: 02.06.2021).

References

1. *The Top 10 SEO Trends To Drive More Traffic in 2021*. Available at: <https://www.wordstream.com/blog/ws/2021/01/12/top-seo-trends-2021> (accessed 02 June 2021)
2. *8 Expert Tips to Build a Winning SEO Strategy in 2021*. Available at: <https://www.wordstream.com/blog/ws/2021/03/05/seo-strategy> (accessed 02 June 2021)
3. *How to Create an Effective SEO Strategy In 2021*. Available at: <https://backlinko.com/seo-strategy> (accessed 02 June 2021).
4. *21 Smart Google SEO Tips for 2021*. Available at: <https://moz.com/blog/21-seo-tips-2021> (accessed 02 June 2021)
5. *How to Create the Perfect SEO Strategy for 2021*. Available at: <https://increasilly.com/how-to-create-the-perfect-seo-strategy-for-2021/> (accessed 02 June 2021).
6. *Get Your SEO House in Order for 2021*. Available at: <https://www.cmswire.com/digital-marketing/get-your-seo-house-in-order-for-2021/> (accessed 02 June 2021)
7. *SEO Made Simple: A Step-By-Step Guide For 2021*. Available at: <https://neilpatel.com/what-is-seo/> (accessed 02 June 2021)
8. *Search Engine Optimization: A Simple Guide to SEO Strategy*. Available at: <https://www.masterclass.com/articles/seo-strategy-guide> (accessed 02 June 2021)