

УДК 004.22

Книш В.В.¹, Киричек Г.Г.²

¹ студ. гр. КНТ- 519сп, НУ «Запорізька політехніка»

² канд. техн. наук, доц., НУ «Запорізька політехніка»

SEO-ПРОСУВАННЯ ВЕБСАЙТУ

Процес просування сайту в мережі безперервний. Змінюються запити пошукової інформації користувачів (змінюється семантичне ядро), робиться оновлення дизайну та юзабіліті сайту, змінюється контент та модернізуються вимоги пошукових систем. До загальних технічних питань, які обов'язково потрібно вирішити перед початком SEO-просування, відносяться: дублювання контенту; непрацюючі посилання; навігації по сайту та інформація з файлів robots.txt і sitemap.xml. Це потребує великого обсягу роботи і повинно виконуватися постійно. Найкращими критеріями для оцінки ефективності просування є [1]:

кількісні параметри, які надають пошукові системи. Як загальний трафік на весь сайт, так і сегментації – саме з Google на конкретні розділи та сторінки сайту;

позиції сайту у пошукових системах по запитам у вибраних регіонах.

Розглянемо покращення показників сайту при SEO-просуванні на поліпшення його позицій у результатах пошуку. Поведінкові фактори (ПФ) – це метрики, що базуються на діях користувачів щодо певного сайту, його сторінок та враховуються пошуковими системами при ранжуванні і в процесі формування видачі за ключовими словами [2].

Ранжування - це процес сортування сайтів у пошукових системах, в результаті якого в топ потрапляють сторінки, які найбільше відповідають на пошуковий запит [3]. Основна мета ранжирування – визначити сайти, які мають максимальну практичну цінність для користувача. Додатково алгоритми пошукових систем видаляють з видачі нецільові сторінки та анулюють сайти з дубльованим контентом.

Релевантність відображає відповідність сторінки, яка просувається, у пошуковому запиті користувача і це дозволяє сайту потрапити у пошукову видачу. А за порядок сортування та позицію у топі відповідають фактори ранжування [4].

Позиції сайту у результаті пошуку можна легко покращити, якщо знати, як працює ранжування сайтів у мережі та які параметри враховуються пошуковими системами. Розберемо фактори ранжирування на прикладі. Компанія Google виділила контент сайту та зовнішні посилання як два основних фактори впливу на ранжування сайту у пошукових запитах [5]. Надалі ці фактори призвели до теоретичного ділення SEO-оптимізації на внутрішню та зовнішню.

На рисунку 1 показані основні фактори внутрішньої SEO оптимізації.

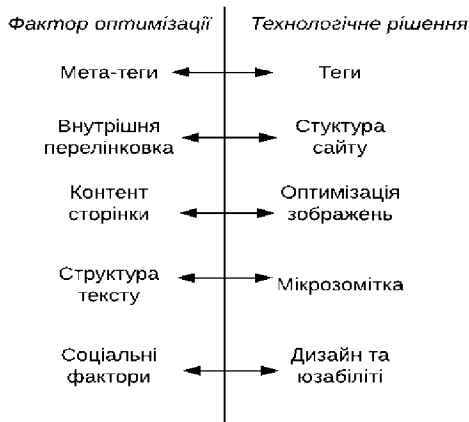


Рисунок 1 - Фактори внутрішньої SEO оптимізації

З технічної сторони до внутрішньої SEO-оптимізації включають наступні зміни програмної частини сайту:

- робота над створенням або покращенням головних сторінок;
- доопрацювання головної інформації в метатегах Title і Description;
- перевірка заповнених без помилок тегів H1;
- закриття непрацюючих сторінок від індексації пошуковими системами;
- розмір HTML-коду.

На рисунку 2 показані фактори зовнішньої оптимізації для SEO-просування сайту.

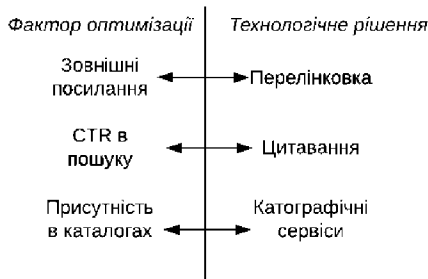


Рисунок 2 – Фактори зовнішньої SEO оптимізації

Складові компоненти зовнішніх факторів оптимізації сайту:

CTR є параметром, який відстежує пошукова система. Він вказує на відношення числа кліків по посиланню на сайт в результаті пошуку до загальної кількості показів посилання [6];

зовнішні посилання включають декілька складових: показник відмов, що відображає кількість користувачів, які відвідали не більше однієї сторінки за сеанс; тривалість відвідування сайту користувачами, що зайшли на сторінку сайту та кількість переглянутих сторінок за одне відвідування;

присутність у каталогах вказує на джерела трафіку, які вказують на сайт.

Висновки. Для SEO-просування важливо відстежувати два показники – це контент та позиції сайту у пошукових результатах. Пошукові системи роблять ранжування сайтів, відслідковують поведінку користувачів і врахують ці дані при формуванні результатів видачі. Відповідно SEO-просування ділиться на зовнішні фактори та внутрішні. До внутрішніх метрик просування відносяться мета-теги, контент, юзабіліті та структура тексту. Зовнішні параметри просування сайту складаються з клікабельності, зовнішніх посилань та джерел трафіку на сайту. Покращення цих факторів призводить до зростання відвідуваності сайту з органічного пошуку, а в наслідок покращення позицій сайту у видачі пошукових систем.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Barbar, A. Search engine optimization (SEO) for websites / A. Barbar, A. Ismail // Proceedings of the 2019 5th international conference on computer and technology applications. – 2019. – Vol. 3. – P. 51-55.
2. Patil, A. Comparative Study Of Google Search Engine Optimization Algorithms: Panda, Penguin and Hummingbird [Electronic resource] / Akshita Patil; Jayesh Pamnani; Dipti Pawade // 2021 6th International Conference for Convergence in Technology (I2CT). – IEEE, 2021. – Access mode: <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/9418074>
3. Энж, Э. SEO. Искусство раскрутки сайтов / Э. Энж, С. Спенсер, Р. Фишкин и др. – СПб. : Бхв-Петербург, 2014. – 668 с.
4. Jacson, S. The best ever SEO optimization tool online [Electronic resource] / S. Jacson. – Access mode: <https://digital-selling.org/seo-optimization-tool-online/>
5. Clarke, A. SEO 2018 Learn Search Engine Optimization With Smart Internet Marketing Strateg: Learn SEO with smart internet marketing strategies / A. Clarke. - CreateSpace Independent Publishing Platform, 2017. - 224 p.
6. Rahan, J. Using SEO techniques Google Panda to Improve the Website / J. Rahan, M. Raankin // International Journal of Engineering Works Kambohwell Publishers Enterprise. – 2014. – Vol. 1. – P. 6-9.