

SEO–ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

Пошукова оптимізація (англ. search engine optimization, SEO)—це комплекс заходів з внутрішньої та зовнішньої оптимізації сайту для підняття його позицій у результатах видачі пошукових систем за певними запитами користувачів, з метою збільшення мережевого трафіку (для інформаційних ресурсів) і потенційних клієнтів (для комерційних ресурсів) та подальшої монетизації цього трафіку.

У сучасному світі чи не кожен бізнес намагається використовувати Інтернет у своїй діяльності. Багато з них мають власні сайти, які допомагають вести комунікацію з клієнтами, інформувати, допомагати, пришвидшувати оформлення заказів тощо. З часом Інтернет-середовище стає все більш конкурентним і створення лише власного сайту є малоефективним.

Тож, в даний час вже немає сумнівів, що для зростання рентабельності та конкурентоздатності, а також збільшення обсягу цільової аудиторії бізнесу необхідно використовувати комплекс інструментів інтернет-маркетингу, одним із яких є пошукова оптимізація.

На даний час комплекс заходів з пошукової оптимізації дає можливість провести аудит сайту, виявити слабкі сторони, проаналізувати конкурентів та підібрати стратегію, що дозволить вивести компанію на вищі позиції в пошукових системах, закріпити її на цих позиціях, збільшити трафік й, як наслідок, прибуток.

Категоріями SEO-оптимізації є:

-внутрішня оптимізація—передбачає весь комплекс заходів, зосереджених на роботі над самим сайтом:

-зовнішня оптимізація—це комплекс заходів, спрямованих на отримання цільових зовнішніх посилань на ресурс.

Внутрішня оптимізація спрямована на покращення технічної та тематичної складових сайту, відповідно до вимог пошукових систем для отримання більш високих позицій у пошуковій видачі.

Основними роботами щодо внутрішньої оптимізації сайту є:

- а) комплексний аудит веб-ресурсу, аналіз ніші та стратегій конкурентів;
- б) складання технічного завдання для програміста для виправлення та усунення технічних проблем, а також доопрацювання сайту (оптимізація

швидкості завантаження, відповіді сервера, адаптивна верстка, усунення 404 помилок, налаштування коректних посилань тощо);

в) збір семантичного ядра і побудова SEO-структури для інтернет-магазину;

г) створення і розміщення унікального корисного контенту (SEO-тексти, інфо-статті у блог, описи товарів, відео-огляди).

Зовнішня оптимізація сайту спрямована на збільшення кількості зворотних посилань із різних джерел для отримання більшого числа зовнішніх посилань сайту чи Інтернет-магазину.

Зазвичай, нарощування кількості зовнішніх посилань здійснюється шляхом закупівлі через спеціальні біржі. Єдиного алгоритму закупівлі посилань немає, кожен сайт має потребу в різній швидкості нарощування зовнішніх посилань із різних джерел, однак існують загальні правила, яких необхідно дотримуватись, а саме:

-закупівля повинна здійснюватися плавно і поступово для того, щоб динаміка зростання була рівномірною;

-анкорні (прямі) посилання потрібно максимально урізноманітнювати, що дозволить надати контрольному портфелю посилань максимально природній вигляд.

Таким чином, SEO складається з регулярного професійного та грамотного виконання робіт по зазначеним вище параметрам внутрішньої та зовнішньої оптимізації сайту, що впливає на результати пошуку.

Під час проведення робіт з SEO-оптимізації необхідно також враховувати такі важливі фактори як:

-правила та ліцензії пошукових систем;

-поведінку мережевого користувача;

-зручність навігації по сайту;

-унікальність та корисність інформації для користувача.

Отже, як показує практика, основна кількість цільових відвідувачів заходять на сайт через пошукові системи. Тому розташування сайту на перших місцях в пошуковій видачі по ключовим запитах мотивує цільову аудиторію до відвідування цього сайту.

Саме тому послуги з оптимізації сайту є надзвичайно актуальними і затребуваними комерційними бізнес-організаціями, оскільки забезпечують зростання обсягів їх діяльності та підтримують ефективність ведення бізнесу.