

УДК 004.42

## **ПОДГОТОВКА ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА К ПОИСКОВОМУ ПРОДВИЖЕНИЮ**

Пунтус А.П., студент гр. ПИБ-172, IV курс.

Научный руководитель: Корниенко И.Л., старший преподаватель.

Кузбасский государственный технический университет

имени Т. Ф. Горбачева

г. Кемерово

Поисковая оптимизация (Search Engine Optimization) – трудоемкий процесс, который необходимо начинать с разработки грамотной стратегии. Она включает в себя следующие направления: анализ сайтов конкурентов; создание четкого алгоритма рабочего процесса; увеличение конверсии.

В ходе оптимизации важно проработать структуру сайта и каталог товаров. Если ключевые страницы интернет-магазина не наполнены, нет фото и описания продукции, то даже привлеченный целевой трафик не будет конвертироваться, а ваш ресурс вызовет недоверие у аудитории.

Структура должна быть удобной и понятной покупателю. В идеале пользователь должен добраться до нужной позиции за 2-3 клика. Необходимо структурировать каталог по категориям товара, а также на сайте должна быть размещена строка поиска и фильтры.

Грамотное SEO продвижение сайта( сайта магазина) с рационально реализованной и понятной навигацией поможет потенциальным клиентам ориентироваться на площадке, а поисковым системам – быстро индексировать страницы.

Одной из важнейших задач SEO-оптимизации является обеспечение максимальной релевантности продвигаемых страниц поисковым запросам. Чем выше частота запроса, тем сложнее по нему конкурировать и выйти в ТОП выдачи, поэтому на начальных этапах имеет смысл продвигать интернет-магазин, особенно молодой, по менее частотным запросам.[1]

На этапе создания текстового и графического контента важно оптимизировать тексты, обеспечив их уникальность, что позволит повысить релевантность контента поисковым запросам и, как следствие, улучшить видимость сайта в выдаче. Главная страница интернет-магазина, разделы и категории товаров, информация об особенностях оплаты, доставки и продажи продукции должна быть достоверной, четко структурированной и понятной клиенту.

В процессе оптимизации необходимо особое внимание уделять карточкам товаров. Уникальное описание товара с реальной фотографией и видео-обзором положительно скажется на ранжировании поисковиками.

Размещение внутренних ссылок (перелинковка) – отличный способ улучшить такой показатель, как время на сайте, снизить процент отказов и

дополнительно стимулировать пользователя к конверсии. Ссылки на акционные или похожие товары на страницах разделов и карточек товара позволят значительно увеличить конверсию.

Из-за некорректно настроенных редиректов, а также своевременно не исправленных «битых» ссылок пользователь попадает на несуществующие страницы. Чтобы этого избежать, необходимо периодически проводить технический аудит, выявлять и своевременно устранять ошибки, возникающие ввиду изменений структуры и наполнения каталога магазина.

Следует уделить внимание и оформлению страницы 404 ошибки сервера, сделав ее полезной и информативной. Необходимо разместить информацию о причинах ошибки, а также ссылки на главную страницу, разделы каталога, рекомендуемые и акционные товары.

Screaming Frog SEO Spider - полноценный ресурс для технического аудита сайта для выявления ошибок, которые могут негативно сказаться на результатах продвижения. Данный инструмент производит сканирование сайта, позволяя оптимизатору своевременно устранять возникающие технические проблемы.

Google Аналитика и Яндекс Метрика - универсальные инструменты аналитики, которые отражают все процессы, происходящие с сайтом. Установка счетчиков на сайт позволяет получать данные об источниках трафика, посетителях ресурса (пол, возраст, геолокация, интересы), длительности сессий и многом другом.

Коммерческие факторы – совокупность характеристик сайта, влияющих на доверие покупателей и мотивацию совершить целевое действие. Информация об оплате и доставке товара. Данная страница подробно расскажет о специфике работы интернет-магазина и проинформирует клиента об особенностях сотрудничества. Обязательно укажите все способы оплаты товара, сроки и регионы доставки, а также наличие скидочной или бонусной системы для постоянных покупателей. Актуальные фотографии и цены. Высокой конверсией будет обладать товар, который можно тщательно рассмотреть (при этом все фото- и видеоматериалы должны соответствовать действительности), с актуальной стоимостью. Актуальные списки желаний («Избранное»). Данный функционал используется интернет-магазинами, чтобы дать пользователю возможность составить список желаемых покупок и поделиться им через социальные сети.

Для повышения видимости сайта в поисковых системах важно тщательно работать над его контентом. Новые полезные тексты-описания, регулярное добавление статей в блог, обновленные фото товара, видео-обзоры и презентации, – все это помогает добиваться поставленных целей.

Заинтересуйте потенциального клиента и удержите его контентом. Глубина просмотра – один из основных показателей востребованности и полезности ресурса, который влияет на ранжирование поисковыми системами и видимость в выдаче. Для этого стоит регулярно актуализировать и обновлять

ассортимент, обеспечивать поддержание обратной связи с клиентом, укрепляя его лояльность.

Анализируйте поведение клиентов на сайте. Это простой и эффективный способ найти «слабые места» сайта и понять, что нужно потенциальным покупателям. Информация, откуда пришел клиент и какие товары являются приоритетными, поможет скорректировать стратегию продвижения и сделать упор на самые продающие страницы.

Наличие внешних ссылок со сторонних сайтов также увеличивает шанс выйти в ТОП. Важно, чтобы источники были релевантными тематике, начиная упоминаниями в соцсетях и заканчивая авторитетными интернет-порталами.

#### **Список литературы:**

1. Интернет ресурс AMDG [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://amdg.ru/blog/prodvizhenie-internet-magazina/>, свободный (дата обращения 28.03.2021)