

УДК 004

РЕАЛИЗАЦИЯ SEO ПРОДВИЖЕНИЯ ВЕБ-САЙТА

Ефимов Д.С., студент гр. ПИб-181, IV курс,

Научный руководитель: Трофимов Иван Евгеньевич, доцент Кафедры
прикладных информационных технологий

Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева

г. Кемерово

SEO (Search Engine Optimization, поисковая оптимизация) – это всестороннее развитие и продвижение сайта для его выхода на первые позиции в результатах выдачи поисковых систем (SERPs) по выбранным запросам с целью увеличения посещаемости и дальнейшего получения дохода.

Хорошая SEO-стратегия изначально включает в себя несколько шагов, а также постоянный мониторинг, отслеживание и отчетность, поскольку поисковые системы постоянно меняют свои алгоритмы определения того, какие факторы позволяют веб-сайту появляться в верхней части результатов поиска.

Конечно, начальные шаги SEO-процесса можно выполнить один раз, но постоянный мониторинг и настройка должны продолжаться и после этого. Рассмотрим основные этапы эффективного процесса реализации SEO.

Если у вас есть веб-сайт для вашего бизнеса, первым шагом будет его SEO-аудит. Аудит проверит ваш веб-сайт на предмет рейтинга ключевых слов, контента, текущего уровня SEO, входящих/исходящих ссылок, присутствия в социальных сетях и вашего рейтинга по сравнению с конкурентами.

Выполнение исследования ключевых слов — не всегда простой процесс. Некоторые ключевые слова, очевидно имеющие отношение к вашему бизнесу и продукту, могут быть высококонкурентными, что делает бесполезным их использование для ранжирования. Существуют инструменты, которые вы можете использовать для анализа и исследования того, какие ключевые слова и фразы могут работать лучше всего, но иногда для определения лучших требуется простая логика. Например, что моя целевая аудитория будет использовать в своих поисковых запросах, чтобы найти мой продукт? И если они найдут ваш сайт по определенным ключевым словам, понравятся ли им результаты; т. е. отвечает ли ваш веб-сайт на их вопросы и удовлетворяет ли их потребности? Приведет ли трафик, который принесут эти ключевые слова, к конверсии в продажу или денежную прибыль?

Просмотр деталей и основ дизайна вашего веб-сайта может выявить некоторые области, которые требуют изменений для улучшения SEO. Заголовки

страниц, мета-описания и внутренние/внешние ссылки — вот некоторые области, которые требуют проверки. Также помогает разработка карты «контент-ключевые слова».

Проведение анализа обратных ссылок. Обратные ссылки — это ссылки, которые указывают на другой веб-сайт. Они имеют решающее значение для успешного SEO, потому что они представляют собой доверие и уверенность. Такие ссылки на ваш сайт — это сигнал для поисковых систем, что другие ру чаются за ваш контент.

На этом этапе процесса реализации SEO анализируется профиль обратных ссылок вашего сайта и создается план создания качественных ссылок.

Оптимизация контента. Здесь просматривается контент на вашем веб-сайте, в социальных сетях, блогах и везде, где упоминается название вашего бренда, находящееся под вашим контролем. Календарь ведения блога должен быть настроен, чтобы включать даты и темы для публикации. Результаты анализа ключевых слов будут использоваться для разработки призывов к действию и других маркетинговых возможностей.

Утверждение списка вашей компании в Google My Business может значительно повысить SEO, поэтому важно сделать это. Существуют десятки каталогов, справочников и обзорных сайтов, где вы можете зарегистрироваться и заявить о своем бизнесе. Поисковые системы любят их, и они определенно будут работать в вашу пользу, если они имеют отношение к вашему бизнесу. Вам также необходимо убедиться, что ваше имя, адрес и телефон совпадают во всех ваших списках и на вашем веб-сайте.

Отчеты, показывающие статус вашего прогресса в SEO, помогут определить, работает ли стратегия хорошо или нуждается в некоторых изменениях. Следует проводить периодический обзор и анализ ключевых слов, чтобы убедиться, что они по-прежнему работают в вашу пользу.

Поскольку люди все чаще используют свои мобильные телефоны для доступа в Интернет, необходимо оптимизировать ваш веб-сайт для смарт-устройств. В противном случае у вас будет высокий показатель отказов, потому что, будем честными, никто не хочет оставаться на веб-сайте, который не отформатирован для вашего телефона. Неправильное форматирование может привести к раздражающим ошибкам, таким как неработающие кнопки или необходимость прокрутки в сторону, чтобы увидеть страницу целиком.

Положительный пользовательский опыт заставляет людей хотеть остаться и изучить ваш сайт, что еще раз указывает на то, что ваша страница релевантна выбранному вами ключевому слову.

Современные тенденции говорят о том, что сейчас продвигать сайт только в поисковой выдаче недостаточно — нужно работать со всем поисковым пространством: приводить пользователей с самых разных внешних площадок, привлекать новую аудиторию, собирать клиентскую базу и взаимодействовать с ней. Эти задачи также можно выполнять самостоятельно — важно

лишь продумать стратегию, выбрать информационные ресурсы и начать использование каналов продвижения (агрегаторы, маркетплейсы и классифайлы, сайты-отзовики, сайты с объявлениями).

Настоятельно рекомендуется вести журнал изменений на вашем сайте. Если вы не ведете временную шкалу (которая может быть простой, как онлайн-таблица, или сложной, как визуальная блок-схема профессионального управления проектами), вам будет сложнее выполнять свой план и управлять общим процессом SEO. Конечно, без него вы по-прежнему можете оценить непосредственный эффект от добавления/редактирования контента, получения ссылок и изменений в разработке, но видимость того, как технические модификации веб-сайта могли повлиять на ход поискового трафика, будь то в положительную или отрицательную сторону, неясна.

Одним из наиболее полезных способов документирования этой информации является использование аннотаций в Google Analytics, с помощью которых вы можете документировать определенные события на временной шкале вашего сайта для дальнейшего использования и для постоянной визуальной связи с вашими аналитическими данными.

Если вы не записываете и не отслеживаете изменения сайта — как те, которые предназначены для влияния на SEO, так и те, для которых SEO даже не рассматривалась, — вы в конечном итоге будете оптимизировать вслепую и можете упустить важные сигналы, которые могут помочь определить вашу стратегию в будущем. В идеале вы должны отслеживать больше, чем просто изменения на сайте, поскольку внешние факторы, которые могут оказывать большое влияние на ваши результаты SEO, могут быть не менее важными; к ним относятся подтвержденные обновления алгоритма поисковой системы, новостные события конкурентов (например, запуск продукта или компании), последние новости и актуальные темы в социальных сетях.

Сегодня необходимо продвигать веб-ресурс комплексно, учитывая все факторы. Методы, которые работали вчера, могут уже не работать сегодня. Необходимо следить за SEO-новостями и развивать свой ресурс.

Список литературы:

1. Oreilly [Электронный ресурс] URL:
<https://www.oreilly.com/library/view/the-art-of/9781491903629/ch04.html> (дата обращения: 30.03.2022).
2. SEO [Электронный ресурс] <https://seo.ru/chto-takoe-seo/> (дата обращения: 30.03.2022).