

Критерии поисковой оптимизации сайтов

Олесинский А.В., Попова Ю.Б.

Белорусский национальный технический университет

Поисковая оптимизация — это комплекс мер по улучшению взаимодействия сайта с поисковыми системами. В качестве критериев поисковой оптимизации рассмотрим следующие:

1. Повышение позиций сайта в поисковых системах по определенным запросам:

$$f(x) = \frac{D\{k_1, k_2, \dots, k_i\}, \text{ где } k_i < N}{M} * 100\%, \quad (1)$$

где D – множество продвигаемых запросов, N – целевая позиция запроса, M – общее число продвигаемых запросов.

2. Повышение количества конверсий, т.е. целевых действий пользователей:

$$f(x) = \frac{D}{N} * 100\%, \quad (2)$$

где N – количество посетителей сайта, D – количество пользователей, выполнивших целевое действие.

3. Повышение количества пользователей сайта:

$$f(x) = \frac{N}{Z} * 100\%, \quad (3)$$

где N – общее количество посетителей сайта, Z – возможное количество пользователей.

Для решения задачи поисковой оптимизации сайта необходимо сначала определиться с критерием оптимизации. Например, для информационных ресурсов таким критерием будет количество пользователей, для коммерческих ресурсов – конверсии. Критерий повышения позиций в поисковых системах подойдет для любых сайтов.

Затем необходимо провести анализ сайта и его базовую оптимизацию, под которой понимается комплекс работ, выполняемый, как правило, один раз согласно следующим действиям: составление структуры сайта (расположения страниц на сайте); составление семантического ядра, т.е. запросов, по которым пользователь будет искать оптимизируемый ресурс; внутренняя оптимизация сайта (решение проблем, препятствующих продвижению ресурса в поисковых системах); техническая оптимизация сайта (исправление ошибок скриптов, препятствующих правильной работе ресурса). Следует добавить, что для оптимизации крупных сайтов необходимо проводить дополнительные маркетинговые работы.