

ПУТИ ПРОДВИЖЕНИЯ ВЕБ-САЙТА ПРЕДПРИЯТИЯ

Студенты гр. 10302218 Зайцева Н.С., Шилько Р.Р.

Научный руководитель – ст. преподаватель Лавренова О.А.

Белорусский национальный технический университет

Минск, Беларусь

Проблемы белорусских производственных предприятий в настоящем времени связаны со сбытом продукции как внутри страны, так и за ее пределами. Это вынуждает обратить внимание на вопросы информатизации в Республике Беларусь на 2016 – 2022 годы в сфере продаж [1], провести анализ состояния деятельности белорусских предприятий на интернет-платформе, так как уже 74% белорусов пользуются данной сетью. [2]

Продвижению и интернет-рекламе принадлежит значительная растущая доля в общем медиа-пространстве. Поэтому один из возможных путей решения проблемы сбыта продукции может лежать в плоскости совершенствования и оптимизации веб-сайтов предприятий, как элемента системы маркетинга, рекламы, канала продаж и источника привлечения инвестиций.

Начнем с того, что эффективность работы сайта компании напрямую зависит от выбора стратегии продвижения и сопровождения рекламной кампании. В противном случае, продвижение, при отсутствии стратегии развития и прописанных каналов коммуникации с потенциальным клиентом, будет невозможно.

В общем виде методы продвижения веб-сайтов можно разделить на две группы: стандартные и нестандартные (рисунок 1).

К стандартным методам увеличения рейтинга сайта и привлечения трафика в поисковой оптимизации традиционно относят 6 способов:

1. *Разработка качественного дизайна сайта.* Одна из приоритетных задач по внутренней оптимизации сайта, влияющая на поведенческий фактор посетителей сайта.

2. *Оптимизация HTML-кода.* Поисковые системы при формировании сниппета (краткого описания ресурса в результатах поисковой выдачи) по своим установленным правилам обращают вни-

мание на заголовки, мета-теги и даже на выделение жирным шрифтом текста, что благоприятно сказывается на ранжировании сайта.

3. *Оптимизация текстов.* Уникальность текстов на веб-страницах – одна из самых важных задач для достижения хорошего результата поисковой выдачи. При оптимизации текстов также необходимо обращать внимание на релевантность заголовков и текста, на объём и структуру текста.

4. *Настройка доступа для поисковых роботов.* Правильная настройка файла доступа для поисковых роботов robot.txt позволяет определить поисковым системам, какие страницы нужно индексировать, а какие нет.

5. *Настройка карты сайта.* Карта сайта может представляться на сайте в двух форматах .xml и .html. Основная цель карты сайтов – навигация для поисковых роботов и ускорение индексации сайта в поисковых системах.

6. *Исправление ошибок и проверки кода на валидность.* Это соответствие HTML и CSS кода мировым стандартам World Wide Web. Ошибки в написании кода негативно сказываются на результатах поисковой выдачи.

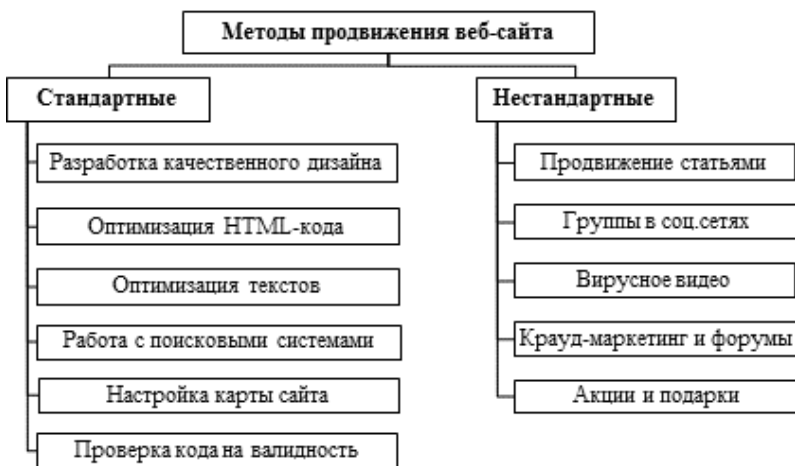


Рисунок 1 – Методы продвижения сайта

Работая только со стандартными и шаблонными методами, предприятие оказывается более уязвимым перед конкурентами. Поэтому традиционные методы можно применять в совокупности с нестандартными, что позволит добиться более высоких результатов в продвижении.

На основе анализа площадок по реализации нестандартных методов продвижения нами были выделены 6 наиболее действенных и применяемых креативных приемов продвижения веб-сайта: накрутка подсказок, продвижение статьями, использование групп в социальных сетях и мессенджерах, выпуск вирусного видео, оставление отзывов на форумах и проведение акций:

1. Нестандартный подход к привлечению трафика с поисковых подсказок или накрутка подсказок. Метод предполагает правильный подбор фразы запроса таким образом, что пользователь, увидев её, смог понять, что это именно то, о чём он подумал.

2. Продвижение статьями. Оговорим факт того, что статья должна быть уникальна и оригинальна на 80-90%. Она должна привлечь внимание не только поисковых роботов, но и целевых клиентов. Подняться по выдаче в поисковых запросах поможет и цитация данной статьи при написании других работ, или же ссылки на нее на других сайтах.

3. Группы в социальных сетях и мессенджерах. В настоящее время многие люди предпочитают поиск информации через группы и сообщества по любой тематике, где специалисты в любой из сфер предоставляют достоверные сведения или отзывы на продукцию. В данном вопросе самым популярным мессенджером, который используется в качестве канала привлечения трафика, является Telegram (максимальное количество участников чата в Telegram – 5000 человек).

4. Вирусное видео. Представленный способ предполагает наличие идеи и нового образа, заразительности, например реклама компании Билайн, предлагающая обменять количество пройденных шагов на Мбайты интернета. Однако компании останавливает сложность в реализации.

5. Крауд-маркетинг и форумы. Привлечение клиентов и работа с новой аудиторией при рекомендациях на форумах, в блогах и соцсетях. Целью данной стратегии является размещение ссылки на сайте и описание компании как лояльного эксперта.

б. Акции и подарки. Отклик на бесплатные услуги, тестовые режимы и возможность использования демо-версии очень высок. Работая над этим способом, следует помнить, что чем четче будет прописано целевое действие, тем лучше будет отклик.

Ежегодный рейтинг интернет-компаний и веб-разработчиков Беларуси показывает, что рынок SEO растет с каждым годом незначительно и остается на уровне 13-15 млн. долларов в год. Рост обусловлен естественными факторами увеличения количества бизнесов и сайтов. На продвижение в SMM белорусские рекламодатели тратят не более 10% интернет-бюджета. Следует заметить, что данный сегмент рынка динамично развивается, так как социальные сети сегодня – уникальная возможность взаимодействия с аудиторией.

Наблюдается тренд переориентации агентств по оказанию услуг продвижения веб-сайтов: отказ от применения ограниченного набора инструментов в узкой специализации и расширение спектра услуг за счет перехода на нестандартные модели.

Таким образом, только развивая и объединяя перечисленные методы повышения эффективности работы и применяя их при решении оптимизационных задач, стоящих перед белорусскими предприятиями, можно обеспечить их функционирование и инновационное развитие не только на отечественном рынке, но и за его пределами.

Литература

1. Стратегия развития информатизации в Республике Беларусь на 2016 – 2022 годы. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://e-gov.by/zakony-i-dokumenty/strategiya-razvitiya-informatizacii-v-respublike-belarus-na-2016-2022-gody>, свободный

2. Digital 2019: тренды использования интернета, соцсетей, мобильных платформ, электронной торговли по Беларуси. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://dev.by/news/digital-2019-belarus>, свободный

3. Некоторые особенности внутренней и внешней seo-оптимизации сайта. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/nekotorye-osobennosti-vnutrenney-i-vneshney-seo-optimizatsii-sayta>, свободный

4. Гроховский Л., Хохловский О., Шестаков О., Рзаев Р. SEO для бизнеса. М: Топ Эксперт, 2015. 200 с.

5. Исследование средств оптимизации системы продвижения сайтов. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-sredstv-optimizatsii-sistemy-prodvizheniya-saytov>, свободный