

этого периода бренд будет развиваться и увеличивать свою долю на рынке. Важно, чтобы руководство поддерживало эту эволюцию с помощью соответствующих показателей и адаптируемого отношения к изменениям [1].

Заключение. Этот процесс позволит бизнесу разработать стратегию бренда, стимулирующую рост. Отсюда их продукция вызовет позитивный сдвиг на рынке, повысив ценность предложения бренда. Как показали исследования, инновации сейчас являются важным элементом самооценки потребителя - в такой степени, что многие отдают предпочтение имиджу, а не функциональности. В результате технологии больше не являются отличительной чертой инноваций - теперь инновации представляют собой гораздо более сложный психологический процесс. Брендам необходимо разрабатывать убедительные и креативные идеи, которые привлекают и вдохновляют потребителей. По-настоящему ценный имидж бренда эмоционально соединяет с клиентами, выполняя их чаяния и цели. Помня об этом, бренды могут стремиться разрабатывать концепции и продукты, которые стимулируют рост в нестабильной бизнес-среде [2].

ЛИТЕРАТУРА

1. Бренд-менеджмент. Зарубежный опыт [Электронный документ]. – Режим доступа: <https://rep.bntu.by/handle/data/31654>. – Дата доступа: 14.03.2021
2. Роль брендинга в реализации стратегических целей организации [Электронный документ]. – Режим доступа: <https://rep.bntu.by/handle/data/12982>. – Дата доступа: 11.03.2021
3. Ребрендинг: причины, реализация, предотвращение неудач [Электронный документ]. – Режим доступа: <https://rep.bntu.by/handle/data/22758> – Дата доступа: 16.03.2021

УДК 339.138

ПОИСКОВАЯ И ТЕХНИЧЕСКАЯ ОПТИМИЗАЦИЯ ВЕБ-САЙТОВ ФИРМ. ВЛИЯНИЕ SEO НА ВЕДЕНИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

***В.В. Качанович**, студент группы 10508118 ФММП БНТУ,
научный руководитель – старший преподаватель **В.А. Кудрявцев***

Резюме - ежедневное развитие веб-сайтов пропорционально сокращает конкурентоспособность отдельного бизнеса, обладающего неоптимизированным сайтом, либо вовсе такового не имеющего. В статье рассматриваются преимущества поисковой оптимизаций сайта для организаций и аспекты, влияющие на эффективность оптимизации [1].

Summary - the daily development of websites proportionally reduces the competitiveness of an individual business that has an unoptimized website, or does not have one at all. The article discusses the benefits of site optimization for organizations and aspects that affect the effectiveness of optimization [1].

Введение. Пользователи проводят значительную часть времени на понравившихся им веб-сайтах, изучают необходимую информацию, читая тексты или просматривая изображения. Если веб-разработчик хочет продлить время пользовательского сеанса, то контекст веб-сайта и время его открытия становятся важными факторами. Поисковая оптимизация (SEO) напрямую связана с коэффициентом посещений страницы и их частотой, поскольку все большее количество веб-сайтов страдает от конкуренции с точки зрения рейтинга. Следовательно, поисковые системы являются наиболее важными инструментами, которые играют важную роль в привлечении веб-сайтов к потребителю в контексте получения более высокого рейтинга.

Основная часть. Важность поисковой оптимизации определяется тем, что в современных условиях развития экономики влияние интернета растет, быстро развивается ведение бизнеса через интернет, реклама различных видов продукции и услуг. Важно быть в числе первых и обращать внимание на потребности потенциальных покупателей. Если рассматривать поисковые системы как основной источник получения информации, то это чуть ли не единственный необходимый инструмент для охвата потенциальных пользователей веб-сайтов. Если адрес веб-сайта пользователям неизвестен, они используют поисковые системы для поиска связанных веб-сайтов в контексте своего запроса. Более того, многие пользователи создают запросы в поисковых системах, даже зная адреса необходимых им веб-сайтов [2].

Чтобы удержать пользователя на сайте, необходимо обращать внимание на сеансы пользователей: время пребывания на веб-сайтах и частота немедленного ухода с веб-сайтов. Можно сказать, что длинные сеансы являются показателем удовлетворенности пользователей веб-сайтом. Согласно Google, пребывание на веб-странице показывает качество и функциональность веб-страницы. Люди используют поисковые системы, чтобы удовлетворить поисковой запрос, и проверяют результаты поиска, чтобы найти нужные веб-страницы. Если процент немедленного ухода с веб-сайта высок, это признак того, что ключевое слово в поиске и веб-страница не релевантны или не связаны. Важными факторами, влияющими на оптимизацию, являются:

1. неправильное использование ключевого слова: в этом случае пользователь покинет сайт после того, как обнаружит, что заголовок, полученный поисковой системой, не соответствует используемому ключевому слову.

2. комплексное содержание: содержание страницы должно быть обогащено изображениями и видео. Вид и содержание веб-страницы одинаково важны для пользователей. Кроме того, видео действительно положительно влияет на время пребывания пользователя на веб-странице.

3. продолжительность и частота сеанса: также следует провести анализ скорости пребывания пользователя на определенных страницах веб-сайта.

Даже небольшое изменение может легко привести к положительному результату. Другими словами, добавление условной кнопки на сайте в нужное место может улучшить коэффициент кликов в разы [2].

Одним из существенных недостатков поисковой оптимизации является растянутость результата, должно пройти определённое количество времени, прежде чем результат будет виден на лицо.

SEO будет не лучшим вариантом для бизнеса, который находится на начальной стадии своей деятельности. Так как основная задача стартапа – это максимально протестировать спрос, привлечь первых клиентов для собственной поддержки [3]. Ещё одна категория, которой абсолютно не подходит SEO-оптимизация – это товары, которые находятся во временном тренде. Спрос на них быстро поднимается, но в течение нескольких месяцев резко падает и владельцу такого бизнеса необходимо искать новую группу, подобную данному товару, чтобы попасть в новый тренд.

Заключение. Поисковая оптимизация будет наиболее эффективной в том случае, если бизнес обладает следующими свойствами: существует от года и больше, и в планах будет существовать еще минимум 3- 5 лет; работает на установившемся, сформировавшемся рынке; область влияния бизнеса – это как минимум город или область.

ЛИТЕРАТУРА

1. Жарков С. Shareware: профессиональная разработка и продвижение программ / Жарков, С. – М.: СПб: ВHV, 2002. – 318 с.
2. Кажарнович, В.Ф. SEO на результат: простые и понятные методы продвижения в интернете / В.Ф. Кажарнович. – М.: Питер, 2017. – 473 с.
3. Ковалев, С.В. Базовое продвижение сайтов (SEO). Основные 20% информации по работе с сайтами для эффективного продвижения / С.В. Ковалев. – М.: Издательские решения, 2014. – 456 с.

УДК 658.3

ОСОБЕННОСТИ КРЕАТИВНО-РЕФЛЕКСИВНОЙ МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ

*А.Д. Ковган, студентка группы 10507116 ФММП БНТУ,
научный руководитель – старший преподаватель Т.К.Савко*

Резюме – в условиях постоянного развития менеджмента, появления новых моделей управления, проект-менеджеру необходимо адаптироваться к данным изменениям за счет их детального изучения, непрерывного улучшения своих профессиональных навыков и повышения скорости принятия решений.

Summary – in the conditions of constant development of management, the emergence of new management models, the project manager needs to adapt to these conditions, through their detailed study, continuous improvement of their professional skills and quick decision-making.