

УДК 004.4

SEO-ОПТИМИЗАЦИЯ И ПРОДВИЖЕНИЕ САЙТА

Студент гр. 10302219 Свирид А. Д.

Научный руководитель – ст. преподаватель Лавренова О.А.

Белорусский национальный технический университет

Минск, Беларусь

Появление и стремительное развитие сети Интернет способствовало созданию целого ряда инструментов, задача которых заключается в достижении цели продаж товаров и услуг, а также их продвижении посредством использования сети Интернет. К ним относятся: создание и продвижение веб-сайтов, формирование индивидуального имиджа компании в сети Интернет. Рост интернет-аудитории, изменение моделей поведения пользователей диктуют свои требования к созданию и наполнению сайтов в условиях все возрастающей конкуренции.

Чтобы противостоять конкурентам компании недостаточно просто создать официальный сайт. Важно грамотно продвигать веб-сайт, как инструмент продаж продукции или услуг, работать над повышением рейтинга сайта в поисковых выдачах. Очень важную роль в продвижении сайта играют: учет модели поведения пользователя, юзабилити и скорость загрузки сайта. Поисковые системы используют различные алгоритмы ранжирования итогов поисковой выдачи, с тем, чтобы на первой странице было как можно больше релевантных ссылок и полезного материала для пользователя. В связи с этим немаловажную роль играет SEO-продвижение.

SEO (Search Engine Optimization) – это совокупность мер, как внешней, так и внутренней оптимизации для подъема позиций в топ поисковых запросов с намерением увеличения визитов и последующего увеличения. Существуют белое и черное SEO-продвижение сайта. Работы по SEO-продвижению делятся на два подвида: внутренняя и внешняя оптимизация [1].

Целью SEO-продвижения является повышение позиции сайта в поисковых системах, увеличение продаж товаров и услуг, а также увеличение количества посетителей веб-сайта [2].

Возможности применения и эффективность SEO-продвижения веб-сайта рассмотрены на примере кейса digital-агентства ZIEX для интернет-магазина nosweat.by [3].

Интернет-магазин Nosweat.by работает на рынке с 2013 года. Основную категорию товаров составляет техника для здоровья: ортопедические матрасы, массажные столы, дарсонвали. Работа с веб-сайтом магазина как проектом по увеличению посещаемости сайта и его конверсии началась весной 2018 года. На тот момент средний ежедневный трафик из поисковых систем составлял 5300 визитов.

На первом этапе работы был оставлен один функционал выбора представления товаров в каталоге – «сетка», также было оставлено фиксированное количество выбора товаров на странице. Был удален список тегов в карточке товара, содержимое метатега keywords со всех страниц, лишние редиректы из меню и каталога, ссылка на производителя. Были прописаны метатеги для категорий и подкатегорий товаров, а для карточек товаров – шаблоны метатегов title и description.

На второй месяц работы по проекту был составлен план и технические задания по улучшению контента веб-сайта. Созданы тексты и на страницы категорий, подкатегорий, брендов и новости. На основе текстов и рекомендованных товаров была произведена перелинковка для всего каталога.

За год, после работ с технической оптимизацией, контентом, первой внешней оптимизацией произошел рост трафика в среднем на 60% [3].

На втором этапе проекта упор был на удобство работы с сайтом, улучшение взаимодействия с потребителями и увеличение числа заказов.

Важным фактором для решения этих задач являлась скорость загрузки сайта. По рекомендациям Google Page Speed были оптимизированы различные элементы: скрипты, картинки и т.д. В итоге скорость поднялась с 16 до 41 балла для мобильных и с 68 до 85 баллов для настольных ПК [3].

Дополнительно были выполнены работы по изменению контактов магазина и карточек товаров. Ранее, чтобы увидеть контактную информацию, необходимо было нажать кнопку «Показать». Устранили лишние клики для клиента, сделали все контакты – адрес, телефоны, время работы, почту, сделали открытыми.

Для повышения лояльности клиента в карточке товара были дополнительно реализованы блоки «Доставка», «Скидки» и «Гарантии», чтобы снять возможные возражения и сомнения клиентов.

И еще один немаловажный фактор наполнения сайта – раздел «Корзина», которую важно легко найти, особенно с добавленными товарами. Поэтому удалили лишние клики: промежуточный шаг «Открыть корзину». Оставили только конечную кнопку и форму «Оформить заказ».

Анализ поведения пользователей сайта показал, что чем меньше шагов нужно пройти клиенту при оформлении заказа, тем выше вероятность, что он их пройдет. Поэтому были удалены и все лишние пункты при оформлении заказа. Вариант с регистрацией или без (клиент не использует личные кабинеты), купоны и сертификаты (клиент также не использует). Также был удален и функционал сравнения товаров, добавления в закладки, поскольку за год этими функциями воспользовалось от силы 10 пользователей.

В результате данных мероприятий конверсия выросла с 0,8% до 1,43%. По результатам двух лет работы трафик на сайт вырос в 3 раза: с 5000 до 15 000 визитов.

Работа над сайтом и его продвижение не имеют конечной точки, это процесс постоянный и непрерывный. Сайты развиваются, дополняются, появляются новые тренды и ожидания аудитории. Все это важно учитывать и не останавливаться на задаче «SEO на n месяцев». С сайтом необходимо работать комплексно, а не просто исправлять технические ошибки и писать новые тексты. Удобство, анализ конкурентов, аналитика — сегодня это значительная часть мероприятий по продвижению.

Важно отметить, что заказчик еще до программной разработки сайта вместе с SEO-специалистом обязательно должен продумать структуру сайта и составить подробное техническое задание [3]. Это чрезвычайно важные и необходимые этапы разработки сайта, даже если разработчику заказывается сайт с готовой темой.

Литература

1. Внутренняя SEO оптимизация сайта в Google самостоятельно, поисковая оптимизация сайтов и ТОП стратегических ошибок в продвижении сайта. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://site-ok.ua/seo/>, свободный.

2. Этапы продвижения сайтов: как не споткнуться на этом сложном пути. [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<https://www.promo-webcom.by/analytics/seo/4680-etapyi-prodvizheniya-sajtov-kak-ne-spotknutsya-na-etom-slozhnom/>, свободный.

3. Кейс: SEO для интернет-магазина товаров для здоровья nosweat.by: с 5000 до 15 000 посетителей. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ratingbynet.by/keys-seo-dlya-internet-magazina-tovarov-dlya-zdorovya-nosweat-by-s-5000-do-15-000-posetiteley/>, свободный.

4. Итоги развития интернет-рынка Беларуси. Отдельные сегменты выросли на 40%. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ratingbynet.by/itogi-razvitiya-internet-rynka-belarusi-otdelnye-segmenty-vyrosli-na-40/>, свободный.