

Для кожного певного ключового слова, яке використовується в семантичному ядрі, створюється автономна сторінка, на якій присутня певна щільність ключа, – застосування в тексті ключового слова певну кількість разів. Але не слід забувати про те, що при застосовуванні слова в статті з точною частотою негативно впливає на змістовне сприйняття тексту цільовою аудиторією. Необхідно пам'ятати, що текст проглядатимуть не тільки пошукові боти, тому необхідно робити текст цікавим для цільової аудиторії. Для отримання якісного тексту компанії доцільно взяти на роботу SEO-копірайтера, який виконає всю роботу по написанню текстів з потрібною кількістю ключових слів і зробить текст досить цікавим і зрозумілим для читача.

УДК 339.138

СУТНІСТЬ МАРКЕТИНГУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Студ. Білоус К.С.

Наук. керівник проф. Чубукова О.Ю.

Київський національний університет технологій та дизайну

Сучасний світ є динамічним, прискореними темпами розвивається людське суспільство, тому цілком закономірною є поява нових еволюційних та інноваційних засобів, які слугують людству для задоволення визначених потреб. Останнім часом велике значення для суспільства має соціалізація оточуючого середовища, яка включає в себе соціальні комунікації між суб'єктами життєдіяльності на планеті. Внаслідок суспільного попиту на комунікації та стрімкий розвиток інтернету і кібернетики виникла пропозиція для сучасного суспільства – соціальні мережі.

Соціальні мережі – це існування суспільного середовища у віртуальному просторі. Поява такого явища вирішила більшість комунікаційних проблем та потреб у суспільстві окрім однієї – віртуальне соціальне середовище виключає можливість «живого» спілкування.

Досліджуючи простір та природу соціальних мереж, суспільство почало використовувати віртуальні об'єкти в комерційних цілях в умовах ринкової економіки, і не лише як мобільний та гнучкий засіб комунікацій, але й з метою просування власної господарської діяльності на території потенційних та існуючих споживачів, що не стало виключенням для транспортно-експедиційних підприємств. Діяльність суб'єктів господарювання на теренах соціальних мереж викликала потребу у створенні нового напрямку в комерційній діяльності людства, який отримав назву Social Media Marketing – просування в соціальних медіа, що має офіційно-суспільне скорочене найменування – SMM.

SMM має значну кількість визначень, але оптимальним є наступне: Social media marketing – комплекс заходів, направлений на просування продукту господарської діяльності, а також роботу і комунікації з потенційними та/або існуючими споживачами на інтернет платформах соціальних медіа ресурсів.

SMM відіграють важливу роль в просуванні послуг та товарів підприємства в соціальних мережах. Величезна популярність соцмереж, форумів і блогів зробила їх основними майданчиками для обміну думками з будь-яких питань, у тому числі з питань покупок тих чи інших товарів і послуг. Думка на форумі сприймається як рекомендаційний, незалежне, і до такої думки хочеться прислухатися. Мільйони людей мають акаунти в соціальних мережах, які використовуються, в тому числі і для отримання інформації про товари, послуги і т.п.

Поняття «соціальні медіа» поєднує у собі різні види інтернетресурсів, призначених для обміну інформаційними повідомленнями між користувачами. До соціальних медіа відносяться різні соціальні мережі, блоги, мікроблоги, відеохостінги та інші ресурси, що

характеризуються наявністю співтовариства користувачів та їх взаємодією навколо певного виду контенту. Ці ресурси збирають багатомільйонну аудиторію користувачів, які усе більше часу проводять в онлайн-середовищі.

У більшості випадків, SMM діяльність – це творчі підходи до створення та реалізації поставлених задач, тому в більшості випадків можливість встановити чіткі плани чи норми неможливо. Виключенням слугує лише робота з контентом, є можливість встановлення чітких планів, у тому числі й математично визначених планів

Завдяки технологіям SMM сьогодні стає можливим вирішувати різні завдання з просування бізнесу, такі як брендинг, підвищення лояльності споживачів, і разом з цим збільшення продажів і прибутків підприємства. Однак, маркетинг у соціальних медіа є довгостроковим процесом, що вимагає правильного й украй уважного використання.

УДК 339.138

СУТНІСТЬ СЕМАНТИЧНОГО ЯДРА САЙТУ

Студ. Данченко Я.О.

Наук. керівник проф. Чубукова О.Ю.

Київський національний університет технологій та дизайну

Активний розвиток цифрових технологій та зростання питомої ваги населення, що користується мережею Інтернет на постійній основі, істотно впливає на специфіку функціонування компаній у сучасних умовах. Значна кількість компаній у своїй діяльності починає використовувати різноманітні інструменти цифрового маркетингу, що позитивно впливає на розвиток електронної комерції. Поряд з цим, насичення Інтернету різноманітними товарами та послугами призводить до посилення конкуренції між брендами. В окреслених умовах при побудові маркетингової стратегії компанія повинна знайти ефективні механізми залучення цільової аудиторії, оптимально розподіливши фінансові ресурси між різними інструментами. Значна чисельність потенційних споживачів конкретних товарів чи послуг використовує для отримання інформації пошукові системи. Специфіка поведінки користувачів Інтернет у даному випадку пов'язана зі зверненням уваги на перші результати пошукової видачі. Зі зменшенням порядкового номеру інформаційного повідомлення про продукт певної компанії у результатах пошуковика істотно знижується ймовірність привертання уваги потенційних клієнтів.

У зазначених умовах компанії намагаються реалізувати комплексні маркетингові дії, які дозволяють посісти їх Інтернет-ресурсам високі місця у пошуковій видачі (топ-10, топ-20, топ-50, топ-100). Для досягнення поставлених цілей використовується пошукова оптимізація сайту (SEO, search engine optimization), що представляє собою комплекс дій стосовно формування словесно-текстових конструкцій, які нерозривно пов'язані з брендом та асортиментом його продукції і дозволяють з високим рівнем ймовірності отримати оптимальний обсяг трафіку з природньої видачі. Ключову роль у пошуковій оптимізації відіграє семантичне ядро, яке містить оптимальний набір слів та словосполучень, що дозволяють залучити найбільш можливу кількість споживачів в конкретних умовах простору та часу на певному ринку товарів чи послуг, з урахуванням особливостей цільової аудиторії та конкурентів.

Для роботи з семантичним ядром сайту доцільно використовувати стандартні інструменти SEO-фахівця: KeyCollector, Планувальник ключових слів (Google), Excel тощо. Для SEO-просування, як правило, використовується максимальна кількість ключових слів, а для контекстної реклами важливо підібрати такі слова, які будуть найбільш ефективні.

Семантичне ядро – це продуманий комплекс ключових слів і фраз, які повністю охоплюють всю тематику сайту, є репрезентативним виразом його структури, і