

SEO-ОПТИМІЗАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ

Студ. Богуславська М.В.
Наук. керівник ас. Мурована Л. В.
Київський національний університет технологій та дизайну

На сьогодні основна частина бізнес процесів переміщується в Інтернет-простір. Все більша кількість споживачів здійснюють свої покупки через сайти комерційних компаній і онлайн-магазини.

Інтернет-маркетинг дозволяє одночасно використовувати всі складові традиційного маркетингу в Інтернеті (ціна, продукт, місце продажу та просування) з метою отримання максимального ефекту від потенційної аудиторії сайту.

Продажі в Інтернеті мають визначену специфіку та значно відрізняються від торгівлі в звичайному магазині. При торгівлі через Інтернет необхідно багато чого надавати безкоштовно, щоб залучити відвідувачів, створити атмосферу довіри й співробітництва. Основна ідея полягає в тому, щоб зацікавити відвідувача, надаючи йому інформацію, пов'язану з тематикою віртуального магазину. Наприклад, огляди, новини, інформацію про новинки, інтерв'ю, тексти статей, інформацію про книги, посилання на Web-сайти із суміжною тематикою, відповіді на питання, що часто задаються.

Вивчення Web-сайтів різних фірм і компаній дає практично необмежені можливості з вивчення, як прикладів організації бізнесу і товарів, пропонованих в Інтернет, так і особливостей побудови та функціонування комерційних сайтів, призначених для продажу товарів і пропозиції послуг.

Роботи з позиціонування сайту в пошукових системах – це один з найважливіших заходів щодо залучення цільової аудиторії.

Одним із найбільш актуальних на сьогодні складових Інтернет-маркетингу є SEO- оптимізація, що є комплексом заходів для підняття позицій сайту в результатах видачі пошукових систем за визначеними запитами користувачів. Необхідно брати до уваги, що браузері (Google Chrome, Opera, Internet Explorer, Mozilla тощо) по-різному формують список видачі сайтів в одній і тій самій пошуковій системі. Зазвичай, чим вище позиція сайту в результатах пошуку, тим більше зацікавлених відвідувачів переходить до нього з пошукових систем.

Пошукова оптимізація є специфічним комп'ютерно-маркетинговим інструментом і потребує розгляду як з боку комп'ютерних, так і з боку маркетингових складових. До програмних (комп'ютерних) треба віднести роботи з переробки html-коду, окремих елементів дизайну сайту, формування мережі зовнішніх лінків, аналіз трафіка тощо. До маркетингових складових належать аналіз он-лайн стратегії організації, правильне визначення цільової аудиторії, редагування інформації на сайті, побудова списку анкорів. До спільних елементів потрібно віднести формування ключових слів та аналіз сайтів конкурентів.

Пошукова оптимізація служить постійним джерелом збільшення кількості відвідувачів (90% користувачів знаходять нові сайти через пошукові системи; 55% он-лайн покупок і замовлень здійснюються на сайтах, знайдених через пошукові системи). Люди, які потрапляють на сайт через пошукові системи - це цілеспрямовані користувачі мережі, які вже сформували свої інтереси і шукають саме той товар (послугу), який Інтернет-компанії пропонують; саме тому пошукова оптимізація є джерелом найякісніших відвідувачів для сайту.

Отже, розміщення інформації про підприємство/фірму в Інтернеті за допомогою SEO-оптимізації є найбільш дієвим на сьогодні методом збільшення популярності від потенційної аудиторії сайту.