

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
МЕХАНИКО-МАТЕМАТИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Кафедра Веб-технологий и компьютерного моделирования**

Сапунов
Илья Александрович

Исследование методик продвижения сайтов

Магистерская диссертация

Научный руководитель:
кандидат физико-математических
наук, доцент С.А. Барвенов

Допущен к защите

« ____ » _____ 2018 г.

Заведующий кафедрой
веб технологий и компьютерного моделирования
кандидат физико-математических наук,
доцент В.С. Романчик

Минск 2018

Оглавление

РЕФЕРАТ	3
ВВЕДЕНИЕ	6
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ	7
1.1. Поисковая оптимизация.....	7
1.1.1 Этапы развития	8
1.1.2 Как работает SEO	9
1.1.4. Внешняя оптимизация.....	10
1.1.4. Виды оптимизаций	10
1.1.5. Плюсы и минусы поисковой оптимизации	10
1.2. Контекстная реклама.....	11
1.2.1. Внешний вид контекстной рекламы	11
1.2.2. Цели контекстной рекламы	12
1.2.3. Плюсы и минусы контекстной рекламы	13
1.3. SMM.....	14
1.3.1. Плюсы и минусы SMM	15
1.4. Подведение итогов	15
ГЛАВА 2. ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ	16
2.1. Выбор CMS	16
2.1. SEO оптимизация	17
2.1.1. Февраль.....	17
2.1.2. Май.....	22
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	27
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	28

РЕФЕРАТ

Дипломная работа содержит

- 28 страниц,
- 4 иллюстраций (рисунков),
- 7 таблиц,
- 6 использованных источника.

Ключевые слова: SEO, ПРОДВИЖЕНИЕ, SMM, ИНТЕРНЕТ.

Цель дипломной работы – изучить методики продвижения сайтов.

В ходе выполнения работы:

1. Изучены методики продвижения;
2. Показано применение методик на практике.

Работа имеет практическую ценность. Расчет экономической эффективности не производился.

Магистерская диссертация выполнена автором самостоятельно.

РЭФЕРАТ

Дыпломная работа змяшчае

- 28 старонак,
- 4 ілюстрацый (малюнкаў),
- 7 табліца,
- 6 выкарыстаных крыніцы.

Ключавыя словы: SEO, прасоўванне, SMM, ІНТЭРНЭТ.

Мэта дыпломнай працы - вывучыць методыкі прасоўвання сайтаў.

У ходзе выканання работы:

1. Вывучаны методыкі прасоўвання;
2. Паказана ўжыванне методык на практыцы.

Праца мае практычную каштоўнасць. Разлік эканамічнай эфектыўнасці не рабіўся.

Магістарская дысертацыя выканана аўтарам самастойна.

ABSTRACT

The diploma work contains

- 28 pages,
- 4 illustrations (drawings),
- 7 tables,
- 6 sources used.

Keywords: SEO, PROMOTION, SMM, INTERNET.

The purpose of the thesis is to study the methods of website promotion.

In the course of the work:

1. Methods of promotion are studied;
2. The application of techniques in practice is shown.

The work is of practical value. The calculation of economic efficiency was not carried out.

Master's thesis is written by the author himself.

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время возрастает количество оказываемых услуг. Каждый день в интернете появляется огромное количество сайтов. Следовательно, возникает конкуренция. Для того, чтобы оказывать достойную борьбу в своей сфере услуг, создать сайт недостаточно. Для этого необходимо грамотно продвигать свой сайт, быть выше в поисковых запросах.

Таким образом моя тема затрагивает актуальные проблемы, связанные с продвижением сайта в интернете, и способы их решения.

Целью данной работы является изучение методик продвижения сайтов.

Для решения поставленной цели были сформулированы следующие задачи:

1. Изучение способов продвижения;
2. Практическое применение методик продвижения.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Продвижение сайта - это совокупность действий и методов для увеличения пользователей на сайт.

Основные методы продвижения сайтов:

- Поисковая оптимизация — оптимизация, главной задачей которой, является получения высоких позиций в интернет-поиске по запросам, которые отображают тематику сайта;
- Контекстная реклама — демонстрация объявлений пользователю, который в данный момент заинтересован в них;
- SMM — образование преданной публики в социальных сетях, путем размещения полезной информации и взаимодействия потенциальными клиентами.

Далее познакомимся с ними поближе.

1.1. Поисковая оптимизация

Поисковая оптимизация (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.

Поисковые системы(ПС) задают правила. У каждой ПС существуют собственные алгоритмы ранжирования, складывающихся из разных факторов, которые она постоянно обновляет. Данные формулы содержатся в секрете, но специалисты знают какие факторы обладают самым большим. Улучшить позиции в поисковой выдаче можно, влияя на эти факторы.

Очень важную роль для итогов продвижения имеют: как пользователь себя ведет, юзабилити и скорость загрузки сайта. С улучшением и затруднением алгоритмов, важность вышеупомянутых факторов постоянно увеличивается, что в конце концов делает итоги поиска более качественными. ПС устремляются показывать, как можно более полезный материал на запрос пользователя. Значит, обладателям ресурса нужно публиковать максимально интересные для целевой аудитории материалы.

И если это работает сегодня, возможно, что это уже не будет работать завтра. Сервисы совершенствуются каждый день. Совместно изменяются и подходы.

1.1.1 Этапы развития

- **Возникновение.** SEO возникло одновременно с рождением и развитием ПК – в середине 1990-х годов. Тогда поисковые машины избирали ресурсы очень просто: они проверяли слова в страницах. SEO до 1998 – это спам ключами. На первых позициях оказывались сайты с текстами вида: «Майки купить Минск». Поисковая выдача была ужасна. На первых позициях в большей мере был.
- **Появление ссылок.** В конце 1990-х появился PageRank (алгоритм ранжирования), который внедрил Google. Он определяет влияние страницы через подсчёт значимости ссылок на неё. Чем больше ссылок на страницу, тем она важнее. А в 1999 году Яндекс объявил о применении собственного индекса цитирования для ранжировки - Яндекс.Каталога. ТИЦ определяет насколько близок сайт по тематике с сайтами, ссылающимися на него.
- **MatrixNet.** В 2009 году произошло внедрение машинного обучения в поисковые системы. Один из лучших алгоритмов изобрел Яндекс — MatrixNet. Он помогает построить формулу ранжирования одноименного поисковика.
- **Период без ссылок.** 2012 год – начинается бессылочный период. ПК ведут борьбу с ссылками. В апреле 2012 Google был запущен алгоритм «Пингвин», который блокирует сайты за некачественные ссылки, которые веб-мастера для того, чтобы воздействовать на позиции. В мае 2015 был внедрен Минусинск - алгоритм от Яндекса. Продвижение только с помощью ссылочной закупки стало бесполезным.
- **Современное SEO.** К 2016 году специалисты окончательно убедились, что развитие - единственный путь развития сайта. Исключительно точный вердикт – это комплексное улучшение сервиса, материалов на нем и его дизайна, так сказать, инвестиции в удобство и оригинальность.

1.1.2 Как работает SEO

ПС систематически стараются усовершенствовать качество поисковых итогов, следовательно, надо продвигать сайт комплексно.

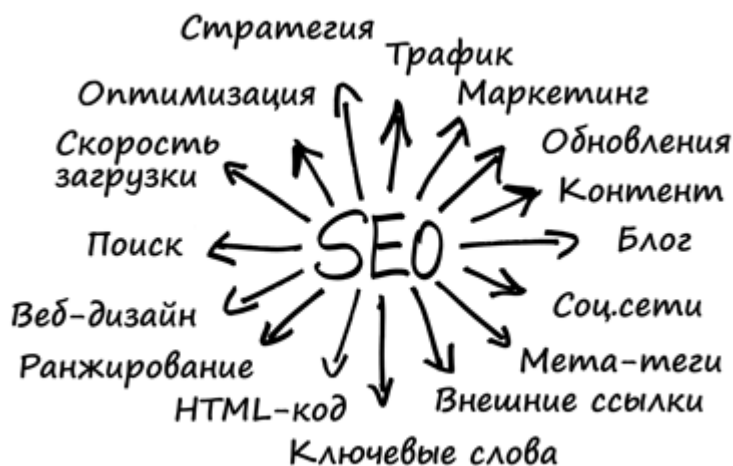


Рисунок 1.1 SEO

Работы делятся на два подвида: внутренняя и внешняя оптимизация.

1.1.3 Внутренняя оптимизация

Внутренняя оптимизация - ряд мер, направленных на правку внутреннего контента сайта, для самой лучшей индексации поисковиками.

Внутренняя оптимизация:

- **Составление семантического ядра.** Выбор ключевых слов, при помощи которых в дальнейшем будет происходить продвижение сайта;
- **Увеличение быстродействия сайта.** Оптимизация фото и видео материалов, оптимизация кода;
- **Улучшение внутренней структуры ресурса.** ЧПУ (человекопонятный URL), правильно составление Robots.txt и карты сайта;
- **Улучшение юзабилити.** Улучшение сайта для более комфортного использования пользователями;
- **Повышение релевантности страниц.** Совершенствование степени семантического сходства итогов поиска по запросу пользователя;
- **Реализация внутренней перелинковки.** Связать ссылками страницы одного сайта

Внутренняя оптимизация – является очень кропотливым занятием, так как ее надо осуществлять непрерывно. Собственно, от этого обуславливается успех проекта.

1.1.4. Внешняя оптимизация

Суть внешней оптимизации заключается в накоплении ссылочной массы, другими словами обретение ссылок с других Интернет-ресурсов на свой.

Для того, чтобы спонтанно и качественно увеличить ссылочную массу сайта используют способы приобретения ссылок, которые не противоречат правилам:

- регулярно опуббликовывать новую информацию;
- производить регистрацию в поисковых системах и каталогах;
- меняться ссылками с популярными источниками;
- активность на форумах и в блогах.

Также оптимизация содержит анализ конкурентов, который позволяет определить, что не хватает ресурсу для его.

1.1.4. Виды оптимизаций

Методы оптимизации условно можно поделить на три категории:

- 1) **Белые.** Оптимизация без бесчестных и запретных методов поисковыми системами;
- 2) **Серые;**
- 3) **Черные.** Используются методы, противоречащие правилам поисковых систем.

1.1.5. Плюсы и минусы поисковой оптимизации

Таблица 1.1

Плюсы	Минусы
Постоянный результат (при правильном подходе)	Требуется время для получения результата
Большинство заходов на ресурс, порядка 80%, происходит из поисковиков	Отсутствие гарантий
Большинство пользователей доверяет поисковым итогам больше чем рекламе	

1.2. Контекстная реклама

Реклама, которая отображается индивидуально для каждого пользователя, в зависимости от его интересов называется контекстной.

Преимущества контекстной рекламы:

- Ненавязчивость пользователю
- Дешевая стоимость;
- Уменьшение времени между рекламой и приобретением продукта;
- Контроль денежных средств в течении всей рекламной компании.

Услуги контекстной рекламы на данный момент предоставляют три сервиса:

- Яндекс –система Яндекс.Директ,
- Google – система Google AdWords,
- Rambler – система Бегун.

1.2.1. Внешний вид контекстной рекламы

Контекстная реклама делится на два вида:

- Поисковая;
- Тематическая

Отображение поисковой рекламы происходит в поисковой выдаче, для этого необходимо существование в явной форме запроса для поиска, который был задан пользователем.



Рисунок 1.2 Виды контекстной рекламы

Поисковые контекстные рекламные объявления отображаются на страницах результата поиска в нескольких:

1. **Спецразмещение** – три объявления перед поисковой выдачей. Данная позиция самая выгодная, так как рекламу пользователь увидит одной из первых;
2. **Гарантированные показы** – 4 объявления, которые находятся с правой стороны от результатов поиска. Данная позиция не такая выгодная как Спецразмещение, но из-за меньшей цены, то значительное количество рекламодателей публикуют в данный раздел свои рекламные.
3. **Динамические показы** – Место для рекламных объявлений, которое находится под Гарантированными показами (может вмещать до пяти объявлений). Данные объявления показываются с определенной периодичностью, при этом чередуются между собой. Также являются хорошим привлечением трафика на сайт при малобюджетной рекламной компании.

Контекстная реклама тематического вида, отображается на страницах сайта, который входит в Рекламную сеть Яндекс, в зависимости от интересов пользователей.

1.2.2. Цели контекстной рекламы

- Завлечение максимально возможного количества целевых клиентов;
- Подъем известности;
- Создание преданного отношения к продукту;
- увеличение посещаемости сайта и выведение ресурса в ТОП;
- увеличение продаж и поднятие прибыли при минимальных затратах;
- набирание максимального результата даже в ограниченные сроки.

Контекстная реклама в отличии от других видов рекламы в интернете, разрешает осуществлять контроль как над затратами бюджета и определением на что и когда были потрачены средства, так и незамедлительно вносить правки в распределение.

1.2.3. Плюсы и минусы контекстной рекламы

Таблица 1.2

Плюсы	Минусы
Видимость только для целевой аудитории	Работает только при наличии средств в бюджете
Для рекламы достаточно одной страницы с контактными данными	
Плата только за клики	
Получение клиентов сразу после публикации рекламного объявления	
Работает даже с минимально возможным бюджетом	

1.3. SMM

SMM (Social Media Marketing) или продвижение в соцсетях — это продвижение товаров и услуг в социальных сетях, которые воспринимаются маркетингом, как социальные медиа.

SMM — результативный механизм, благодаря которому приток посетителей на сайт происходит из социальных сетей, сообществ и т.д. Социальные медиа платформы - новейший инструмент для связи с целевой аудиторией. На текущий момент количество пользователей соцсетей сопоставима со зрителями телеканалов, с одним отличием: они более внимательны и активны. SMM, откровенно говоря, является работой в социальных сетях, охватывающих целевую аудиторию. Это также приспособление для прямой и открытой связи с аудиторией.

Задачи, решаемые при помощи SMM:

- развитие бренда;
- увеличение лояльности и известности;
- PR;
- увеличение трафика сайта компании.

Маркетинг в социальных медиа желаем любыми компаниями, от крупных лидеров рынка до компаний малого и среднего бизнеса, использующих SMM для личного продвижения и создания контакта со своими клиентами.

Стандартные механизмы маркетинга в социальных медиа:

- Создание, оформление, наполнение контентом (ведение) блога на разных площадках;
- Продвижение блога;
- Информационные сообщения в тематических сообществах, ведение дискуссий, ответы на комментарии;
- Ведение дискуссий от имени компании (прямой маркетинг);
- Прямая реклама в тематических сообществах и на страницах популярных блоггеров;
- Вирусный маркетинг;
- Наблюдение за позитивной и негативной информацией. Создание благоприятного информационного фона;
- Оптимизация интернет ресурсов компании под социальные медиа (SMO).

SMM не обладает мгновенным эффектом, но дает долгосрочный результат при условии его целевого и правильного использования.

1.3.1. Плюсы и минусы SMM

Таблица 1.3

Плюсы	Минусы
Огромная аудитория: В соцсетях огромное количество потенциальных клиентов	Работа на чужой территории: Необходимо вести активность на других сервисах, которые могут быть взломаны или есть возможность получить блокировку
Разнообразие и возможность сегментирования: Соцсети разнообразны, есть возможность подобрать наиболее удобную для своих нужд	Рост стоимости SMM: Бесплатное продвижение затруднено. Для того чтобы превзойти конкурентов или держаться с ними на одном уровне необходимо вкладывать средства в SMM
Низкие финансовые и временные затраты на старте: Очень легко начать SMM продвижение (завести аккаунт, создать группу)	Ограниченный функционал
	Конкуренция за внимание: Требуется борьба за каждого клиента

1.4. Подведение итогов

Проанализировав различные методы продвижения, нами были выявлены как положительные, так и отрицательные стороны каждого из них. Надо отметить, что выбор инструмента для достижения цели зависит от поставленной задачи и разработанной стратегии ее достижения, при этом использование всех методик одновременно не является обязательным: любая из методик может быть применена в любой момент при ее надобности.

ГЛАВА 2. ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Для определения влияния SEO-оптимизации на позиции ресурса в выдачах поисковых систем был разработан сайт-каталог печатной техники Canon.

2.1. Выбор CMS

Очень важно подобрать наиболее удобную по функционалу систему управления содержимым(CMS), которая соответствовала всем возможностям, реализованным на сайте.

Поскольку разрабатываем сайт - это интернет-каталог, то выбор был сделан в пользу CMS с открытым кодом. Этот выбор еще обусловлен тем, что данная CMS легка в использовании и на нее существует большое разнообразие плагинов для расширения функционала. Один из таких плагинов WooCommerce. WooCommerce - это, наверное, самый популярный плагин для электронной коммерции.

2.1. SEO оптимизация

2.1.1. Февраль

Статистика по позициям

Таблица 2.1

Запросы	Минск	
	Yandex	Google
	19.02.2018	19.02.2018
печатающий плоттер купить	8	--
плоттер canon	4	24
плоттер a1	--	--
плоттер a0	--	--
плоттер купить	--	59
широкоформатный принтер	6	79
широкоформатный принтер купить	7	23
купить плоттер canon	3	44
купить широкоформатный плоттер	17	24
широкоформатный плоттер	7	24
цветной плоттер	--	--
плоттер кэнон	4	--
купить плоттер в беларуси	69	47
купить плоттер в минске	--	28
ipf6400se	--	--
canon ipf6400se	3	--
canon imageprograf ipf840	3	--
canon ipf840	3	--
canon ipf850	3	--
canon imageprograf ipf850	3	--
плоттер canon imageprograf ipf830	2	--
canon imageprograf ipf830	3	--
canon imageprograf ipf8400se	5	--
canon ipf830	4	--
цветные мфу canon	21	--
мфу лазерный цветной купить	--	--
мфу лазерный цветной купить в минске	--	--
цветное многофункциональное устройство купить	--	--
плоттер сканер	--	--
мфу a0	--	--

Запросы	Минск	
	Yandex	Google
	19.02.2018	19.02.2018
мфу а1	--	53
широкоформатное мфу	1	12
широкоформатное мфу сапоп	1	9
широкоформатное мфу кэнон	1	13
копир а0	--	--
копир а1	--	--
купить широкоформатное мфу	16	11
плоттер со сканером	7	64
широкоформатные мфу а0	3	53
широкоформатное мфу а1	2	19
широкоформатные сканеры купить	5	12
сканер а0	--	--
сканер а0 купить	--	--
сканер а1	--	--
сканер а1 купить	--	--
сканер формата а0	--	--
сканер формата а1	--	--
широкоформатный сканер	--	--
широкоформатный сканер сапоп	3	88
сканер colortrac	--	--
копир купить	--	--
копир сапоп	2	94
копир цена	--	--
копиры лазерные купить	31	--
копиры минск	--	33
лазерные копир сканер	--	--
лазерный копир	--	--
копировальная техника минск	16	33
купить копировальный аппарат	16	27
копировальный аппарат сапоп	2	23
копир а3	12	--
копировальный аппарат купить	17	46
копиры сапоп купить	3	11
копир кэнон	5	90
цветной копир	13	--
цветной копировальный аппарат	8	74

Запросы	Минск	
	Yandex	Google
	19.02.2018	19.02.2018
купить цветной копир	19	--
купить цветной копировальный аппарат	5	66
монохромный копир	12	--
монохромный копировальный аппарат	--	31
черно-белый копир	--	--
черно белый копировальный аппарат	--	--
цветной копир а3	--	--
цветной копировальный аппарат а3	7	54
цифровые печатные машины цена	4	24
цифровая печатная машина купить	5	29
документ сканер canon	9	90
купить поточный сканер	15	15
купить сканер для документов	18	15
портативный сканер для документов	--	--
поточный сканер	--	--
поточный сканер	--	55
сетевой сканер	--	--
сетевой сканер canon	--	71
сканер а3	--	--
сканер документов	--	--
сканер а3 купить	--	--
сканер а3 формата купить	--	--
сканер а3 цветной	--	--
сканер ручной портативный для документов	--	59
сканер формата а3	--	--
ручной сканер для документов	--	71
сканер а4 для документов	9	31
сканер документов купить	15	27
промышленный планшетный режущий плоттер	--	84
планшетный режущий плоттер купить	16	10
планшетный плоттер резка	--	--
планшетные режущие плоттеры цена	19	--
canon расходники	22	37

Запросы	Минск	
	Yandex	Google
	19.02.2018	19.02.2018
расходники для принтера сапоп	54	--
расходные материалы для принтеров сапоп	28	58
расходные материалы и детали для плоттеров	13	82
расходные материалы сапоп купить	15	18
расходные материалы плоттер	18	64

Из статистики мы видим, что наш сайт стал попадать в поисковую выдачу Google и Яндекс, по ключевым словам, из составленного семантического ядра. А по некоторым запросам попасть даже в ТОП-10, я считаю, что это очень хороший результат за два месяца.

Общая посещаемость и поведенческие факторы

Визиты

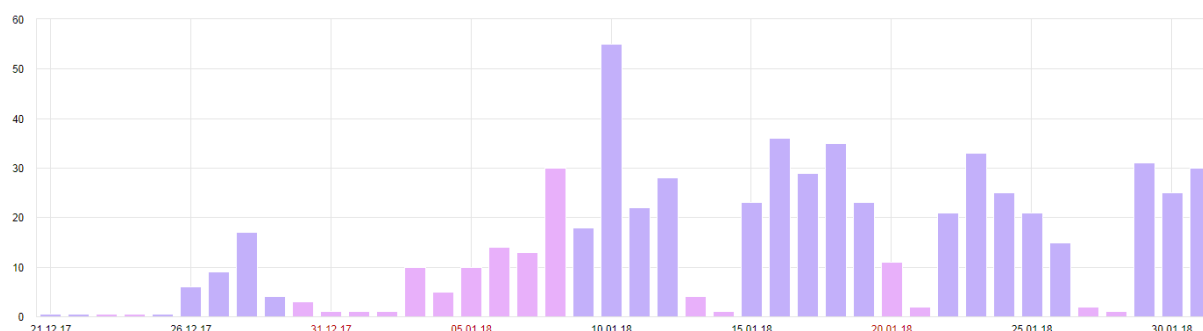


Рисунок 2.1 Диаграмма визитов

На данной диаграмме видно, когда на сайт поставили метрики и открыли для индексации. Также из диаграммы видно, что в среднем около 30 визитов в день

Таблица 2.2

615 Количество визитов	7,91 Глубина просмотра (число страниц, на которое переходит посетитель за свой визит в среднем)
4862 Количество просмотров страниц	13:08 Длительность визита
162 Количество уникальных посетителей	9,59% Показатель отказов (процент визитов, ограниченных просмотром одной страницы продолжительностью менее 15 секунд)

Проведенные работы по оптимизации

- Расширение семантического ядра
- Корректировка Title и Description в основных разделах каталога
- Оптимизация текстового контента в разделах каталога
- Перелинковка разделов каталога
- Технические доработки и правки
- Были написаны и добавлены описания товаров в каталог
- Покупка статьи с ссылками на сайт

Информацию важно добавлять на сайт постепенно, а не в один присест всю. Таким образом поисковые роботы видят, что сайт развивается и поднимают его в ТОП по поисковым запросам.

2.1.2. Май

Статистика по позициям

Таблица 2.3

Запросы	Минск	
	Yandex	Google
	01.06.2018	01.06.2018
печатающий плоттер купить	5	--
плоттер canon	5	19
плоттер a1	7	31
плоттер a0	7	--
плоттер купить	5	36
широкоформатный принтер	8	4
широкоформатный принтер купить	6	7
купить плоттер canon	3	14
купить широкоформатный плоттер	5	10
широкоформатный плоттер	4	16
цветной плоттер	--	--
плоттер кэнон	4	13
купить плоттер в беларуси	11	30
купить плоттер в минске	--	14
ipf6400se	36	40
canon ipf6400se	29	24
canon imageprograf ipf840	3	24
canon ipf840	3	22
canon ipf850	3	16
canon imageprograf ipf850	3	22
плоттер canon imageprograf ipf830	3	9
canon imageprograf ipf830	3	17
canon imageprograf ipf8400se	5	14
canon ipf830	4	19
цветные мфу canon	14	--
мфу лазерный цветной купить	28	--
мфу лазерный цветной купить в минске	--	57
цветное многофункциональное устройство купить	29	--

Запросы	Минск	
	Yandex	Google
	01.06.2018	01.06.2018
плоттер сканер	2	39
мфу a0	6	--
мфу a1	48	31
широкоформатное мфу	2	5
широкоформатное мфу canon	2	2
широкоформатное мфу кэнон	1	3
копир a0	2	--
копир a1	4	98
купить широкоформатное мфу	3	4
плоттер со сканером	3	--
широкоформатные мфу a0	3	31
широкоформатное мфу a1	3	6
широкоформатные сканеры купить	3	18
сканер a0	2	--
сканер a0 купить	3	41
сканер a1	6	--
сканер a1 купить	14	22
сканер формата a0	4	--
сканер формата a1	5	--
широкоформатный сканер	3	--
широкоформатный сканер canon	22	30
сканер colortrac	--	--
копир купить	4	16
копир canon	1	1
копир цена	3	7
копиры лазерные купить	10	--
копиры минск	7	5
лазерные копир сканер	38	--
лазерный копир	9	--
копировальная техника минск	11	8
купить копировальный аппарат	3	11
копировальный аппарат canon	1	1
копир a3	5	--

Запросы	Минск	
	Yandex	Google
	01.06.2018	01.06.2018
копировальный аппарат купить	3	11
копиры сапоп купить	1	2
копир кэнон	3	3
цветной копир	5	--
цветной копировальный аппарат	2	5
купить цветной копир	5	10
купить цветной копировальный аппарат	3	6
монохромный копир	7	67
монохромный копировальный аппарат	3	10
черно-белый копир	--	--
черно белый копировальный аппарат	3	77
цветной копир а3	7	--
цветной копировальный аппарат а3	6	10
цифровые печатные машины цена	4	8
цифровая печатная машина купить	4	5
документ сканер сапоп	4	48
купить поточный сканер	6	7
купить сканер для документов	16	10
портативный сканер для документов	8	40
поточный сканер	--	--
поточный сканер	4	7
сетевой сканер	--	--
сетевой сканер сапоп	--	4
сканер а3	13	--
сканер документов	11	--
сканер а3 купить	--	73
сканер а3 формата купить	13	--
сканер а3 цветной	22	--
сканер ручной портативный для документов	9	70

Запросы	Минск	
	Yandex	Google
	01.06.2018	01.06.2018
сканер формата a3	--	--
ручной сканер для документов	10	58
сканер a4 для документов	12	9
сканер документов купить	14	31
промышленный планшетный режущий плоттер	11	--
планшетный режущий плоттер купить	--	15
планшетный плоттер резка	--	--
планшетные режущие плоттеры цена	10	--
сапоп расходники	7	47
расходники для принтера сапоп	51	--
расходные материалы для принтеров сапоп	33	35
расходные материалы и детали для плоттеров	16	86
расходные материалы сапоп купить	8	13
расходные материалы плоттер	12	10

Как мы видим из актуальной статистики по позициям снятыми за первое июня, наш сайт попал уже в ТОП-100 почти по всем запросам. По некоторым из этих запросов даже держится на первых местах.

Сравнивая две статистики за февраль и за май, мы видим однозначно положительную динамику.

Общая посещаемость и поведенческие факторы

Визиты

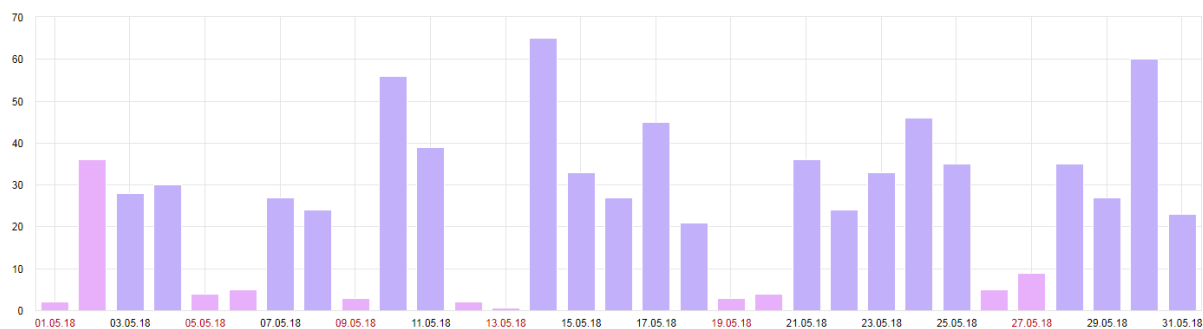


Рисунок 2.2 Диаграмма визитов за май

По сравнению с диаграммой за январь, на этой, за май, визиты на сайт в среднем увеличились.

Таблица 2.4

787 Количество визитов	 3,91 Глубина просмотра (число страниц, на которое переходит посетитель за свой визит в среднем)
3074 Количество просмотров страниц	 7:03 Длительность визита
301 Количество уникальных посетителей	 9,28% Показатель отказов (процент визитов, ограниченных просмотром одной страницы продолжительностью менее 15 секунд)

Проведенные работы по оптимизации

- Расширение семантического ядра
- Оптимизация текстового контента в разделах каталога
- Перелинковка разделов каталога
- Написаны уникальные тексты описания товаров в каталог
- Технические доработки и правки
- Добавление новых разделов на сайт
- Покупка статьи с ссылками на сайт

На сайте постоянно ведется оптимизация - расширяется СЯ, добавляются новые статьи в блог, пишутся уникальные тексты. Следовательно, прогнозируется положительная динамика в росте позиций по ключевым словам.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Целью моей работы было исследовать методики продвижения сайтов и применить их на практическом примере.

При написании данной дипломной работы мной были изучены способы продвижения сайтов.

В итоге работы был разработан сайт интернет-каталог и к нему были применены методы внутренней и внешней поисковой оптимизации.

В результате оптимизации выявлена положительная динамика роста позиций сайта в поисковых выдачах Google и Яндекса.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Эрик Энж, SEO - искусство раскрутки сайтов / Эрик Энж, Стефан Спенсер, Джесси Стрикчиола – БХВ-Петербург, 2017. – 816 с.
2. Гроховский, Л. SEO руководство по внутренним факторам / Гроховский, Сливинский – ТопЭксперт.РФ, 2011. – 133 с.
3. Яндекс Помощь [Электронный ресурс] Яндекс Метрика. – Режим доступа: <https://yandex.ru/support/metrika/> – Дата доступа: 19.06.2018
4. SEO.RU [Электронный ресурс]/ Что такое SEO и как оно работает? – Режим доступа: <https://seo.ru/chto-takoe-seo/> – Дата доступа: 18.06.2018.
5. Habr [Электронный ресурс]/ Как продвигать новый сайт? – Режим доступа: <https://habr.com/company/seopult/blog/169263/> – Дата доступа: 14.06.2018.
6. Habr [Электронный ресурс]/ 61 способ улучшить SEO вашего сайта – Режим доступа: <https://habr.com/company/iloveip/blog/322206/> – Дата доступа: 10.06.2018.