

SEO КАК ЭЛЕМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Т. Ю. Зеленская, П. Д. Астрейко

*Белорусский государственный университет, г. Минск;
tanyazelenskayaaa@gmail.com; astreikopolinadmitrievna@gmail.com;
науч. рук. – Н. И. Шандора, ст. преподаватель*

Данная статья иллюстрирует актуальность SEO-продвижения в наши дни, а также описывает оптимизацию как способ повышения конкурентоспособности организации. Пошагово описывается работа, план мероприятий по продвижению сайта, а также «плюсы» и «минусы» SEO-продвижения.

Ключевые слова: SEO; поисковая оптимизация; продвижение сайта; маркетинг; конкурентоспособность.

С каждым годом бизнес, независимо от направления деятельности, все больше зависит от продвижения сайта в интернете. Чтобы потенциальные клиенты или партнеры выбрали среди множества предложений определенную компанию необходимо, чтобы ссылка на ее сайт в поисковых системах располагалась как можно выше. Согласно проведенным исследованиям, количество переходов на сайты, выдаваемые поисковыми системами, от первого в списке к последующим уменьшается практически в геометрической прогрессии. Для поднятия сайта в рейтинге необходимо, чтобы представленная на нем текстовая информация была оптимизирована под алгоритм поиска. Работы по проведению такой оптимизации обозначаются аббревиатурой SEO (search engine optimization). Конкурентоспособность сайта, а значит и предлагаемой услуги или производимой продукции, напрямую зависят от уровня квалификации специалистов по SEO [1].

Оптимизация сайтов под популярные поисковые запросы, связанные с направлением его деятельности, а также подбором текстов и заголовков согласно требованиям поисковиков, заключается в следующем:

- Использование оригинального контента – текстовая и визуальная информация на сайте должна быть уникальна, строго упорядочена, повторяться в разных разделах и не дублировать контент конкурентов;
- Правильный акцент в заголовках – должна содержаться информация о наиболее важных аспектах деятельности компании;
- качественные обратные ссылки – поисковые сервисы часто ориентируются на ссылки, по которым пользователи переходят на исходный сайт, качество оценивается специализированными программами и приложениями, их можно найти в сети, и на основе полученных данных скорректировать работу по seo-продвижению;

- Упоминание сайта на сторонних ресурсах – информация о сайте может быть размещена в качестве экспертного мнения сотрудников, отдельной журналистской статьи, отзывах партнеров и клиентов, такие упоминания являются основой для размещения обратных ссылок;

- Контроль спам-обращений – некоторые поисковые системы отрицательно воспринимают обратные ссылки, связанные с сайтами, которые замечены в распространении спама. Существуют бесплатные сервисы, позволяющие проанализировать обратные ссылки и сообщить поисковику адреса нежелательных страниц (например, такой бесплатный сервис предлагает поисковая система Google);

- Привязка SEO к географическому положению – если работа компании ориентирована на конкретный регион, стоит подумать об ориентации SEO-оптимизации на местные рынки, проверить правильность данных о размещении компании, внести данные о ее работе в специализированные сервисы (Google Мой бизнес), с указанием точных адресов, размещением актуальной контактной информации [2].

Все этапы по проведению SEO-оптимизации можно разделить на внутренние и внешние. Внутренняя оптимизация связана с наполнением и структурированием сайта, внешняя – направлена на работу с поисковыми системами и сторонними ресурсами, включающая в себя создание правильных заголовков и мета-тегов, подбор ключевых слов, разработку структуры сайта с учетом грамотных внутренних ссылок [3].

Применение SEO не всегда может оказаться полезно для бизнеса. Все зависит от его особенностей, срочности раскрутки товара или услуги и выделенного бюджета (табл.).

Таблица

Плюсы и минусы SEO-оптимизации

Плюсы SEO-оптимизации	Минусы SEO-оптимизации
Снижение стоимости перехода на сайт со страниц поисковых сервисов	Привязка продвижения сайта к определенным регионам, необходимость развития лендингов
Параллельная доработка сайта в части удобства пользования, качества наполнения и безопасности	Зависимость от изменений в работе поисковых сервисов
Дополнительный приток посетителей сайта	Низкая гибкость системы при смене направления SEO, накопительный эффект работы
Оплата работ по оптимизации является фиксированной и не зависит от полученных в результате прибылей	Длительность достижения необходимого результата до 2-3 месяцев

Плюсы SEO-оптимизации Минусы SEO-оптимизации.

Снижение стоимости перехода на сайт со страниц поисковых сервисов. Привязка продвижения сайта к определенным регионам, необходимость развития лендингов.

Параллельная доработка сайта в части удобства пользования, качества наполнения и безопасности. Зависимость от изменений в работе поисковых сервисов.

Дополнительный приток посетителей сайта. Низкая гибкость системы при смене направления SEO, накопительный эффект работы.

Оплата работ по оптимизации является фиксированной и не зависит от полученных в результате прибылей. Длительность достижения необходимого результата до 2-3 месяцев.

Оптимизация сайта компании и продвижение ее продукции при помощи SEO имеет свои особенности. Однако, существует ряд мероприятий, типичных для большинства сфер экономики:

1. Подготовительный этап – разработка семантического ядра, изучение особенностей компании и сайтов-конкурентов, определение целевой аудитории.

2. Технический этап – проверка и доработка технических параметров сайта.

3. Внутренняя оптимизация – разработка мета-тегов, заголовков, текстового и визуального наполнения.

4. Разработка контента – создание уникального контента, соответствующего подготовленным ТЗ, согласно заранее проработанному плану.

5. Юзабилити – постоянный контроль и доработка сайта для упрощения навигации и пользования.

6. Подготовка коммерческой составляющей сайта – описание работы компании, контактная информация, способы доставки и оплаты, юридические сертификаты.

7. Внешняя оптимизация – работа с поисковыми сервисами и сторонними сайтами.

8. Окончательная проверка и верстка сайта (рис) [4].

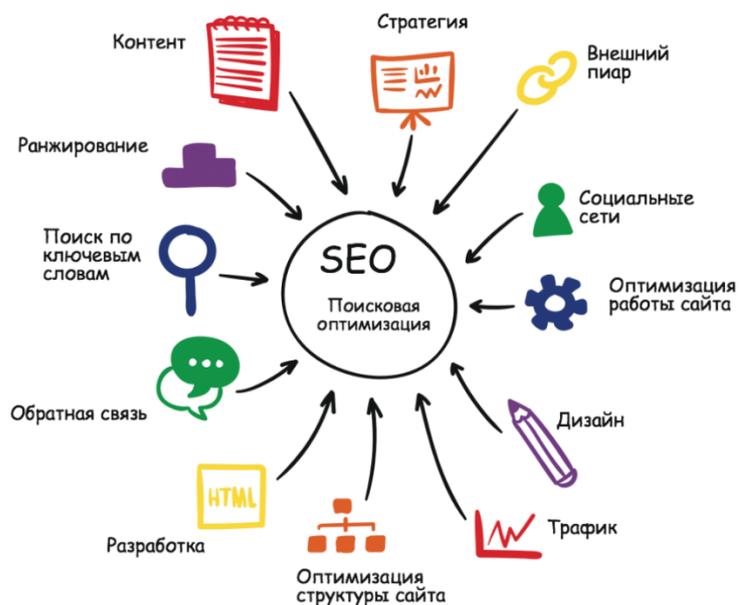


Рис. 1. Ключевые моменты плана мероприятий по продвижению сайта

Можно сделать вывод, что SEO-оптимизация является неотъемлемой частью современного бизнеса. Ее грамотная организация и последовательная работа по развитию данного направления в результате повысит конкурентоспособность компании и принесет ожидаемый экономический эффект. Однако, продвижение сайта с помощью SEO требует постоянного внесения необходимых корректировок в стратегию развития.

Библиографические ссылки

1. Geniusmarketing.me [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://geniusmarketing.me/lab/konkurentosposobnost-kak-s-pomoshhyu-seo-povysit-konkurentosposobnost-internet-magazina/>. – Дата доступа: 10.05.2021.
2. Тильда [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tilda.education/articles-how-seo-works>. – Дата доступа: 10.05.2021.
3. Brave-agency [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://brave-agency.ru/articles/151/>. – Дата доступа: 10.05.2021.
4. SEODEV [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://seodev.by/seo-check-list/>. – Дата доступа: 10.05.2021.