

## КОМПЛЕКСНАЯ СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ: ОСНОВЫ УСПЕШНОГО ВЕБ-САЙТА

**П. С. Царик**

*студент, Белорусский государственный университет, г. Минск, Беларусь,  
polya.tsarik03@gmail.com*

Научный руководитель: **В. А. Макаревич**

*старший преподаватель, Белорусский государственный университет, г. Минск,  
Беларусь, makarevichva@bsu.by*

В статье рассматриваются ключевые стратегии продвижения веб-сайтов, необходимые для успешного бизнеса в цифровом пространстве. Анализируются актуальные методы, такие как определение целевой аудитории, контент-маркетинг, SEO, маркетинг в социальных сетях и анализ данных. Каждая стратегия освещается с акцентом на её значимость и практическое применение.

**Ключевые слова:** стратегии; веб-продвижение; сайт; маркетинг; аудитория.

## COMPREHENSIVE PROMOTION STRATEGY: THE BASICS OF A SUCCESSFUL WEBSITE

**P. S. Tsarik**

*student, Belarusian State University, Minsk, Belarus, polya.tsarik03@gmail.com*

Supervisor: **V. A. Makarevich**

*senior lecturer, Belarusian State University, Minsk, Belarus, makarevichva@bsu.by*

The article discusses the key website promotion strategies necessary for a successful business in the digital space. Current methods such as target audience identification, content marketing, SEO, social media marketing and data analysis are analyzed. Each strategy is covered with a focus on its relevance and practical application.

**Keywords:** strategies; web promotion; website; marketing; audience.

Комплексная стратегия продвижения веб-сайта является основополагающим аспектом успешного онлайн-присутствия и включает в себя ряд

ключевых элементов, таких как определение целевой аудитории, разработка качественного контента, активное использование маркетинга в социальных сетях, эффективная поисковая оптимизация (SEO), глубокий анализ данных и применение маркетинга влияния. Все эти компоненты взаимосвязаны и играют решающую роль в повышении видимости сайта, привлечении новых пользователей и поддержании их интереса, что в конечном итоге способствует достижению бизнес-целей.

*Целевая аудитория* представляет собой определённую группу потребителей, которые, вероятнее всего, заинтересуются приобретением продукта или услуги. Данная группа формируется на основе различных факторов, таких как возраст, пол, доход, местоположение и интересы. В зависимости от характеристик предлагаемого продукта, целевая аудитория может варьироваться от узкоспециализированной до более широкой. Определение и сегментация целевой аудитории являются критически важными для разработки эффективных креативных сообщений, которые смогут вызвать отклик, а также для выбора предпочтительных каналов коммуникации [4].

*Контент-маркетинг* – это разновидность цифрового маркетинга, целью которого является просвещение читателей, а не продвижение товаров или услуг [3]. Компании используют контент-маркетинг для привлечения потенциальных клиентов и превращения их в лояльных клиентов. Эта стратегия также является эффективной, поскольку она предоставляет потенциальным клиентам бесплатные товары, которые в какой-то момент побудят их к покупке.

*Маркетинг в социальных сетях* предполагает органичное продвижение бизнеса через различные социальные сети. Но это не просто рекламный канал – социальные сети эффективны для цифрового маркетинга, поскольку позволяют компаниям общаться один на один со своими наиболее активными подписчиками. Социальные сети есть везде, поэтому нужно, чтоб бизнес был активен на разных платформах. Facebook, Twitter, Instagram, YouTube и TikTok в настоящее время являются самыми популярными социальными платформами. Цель маркетинга в социальных сетях – вовлечь подписчиками. Чем больше аудитория вдохновлена на участие в контенте, тем больше вероятность того, что она поделится им, что поможет побудить других стать клиентами.

*Поисковая оптимизация (SEO)* – это процесс оптимизации контента, технических настроек и охвата веб-сайта, чтобы страница отображалась в верхней части страницы результатов поиска по определенному набору ключевых слов [1]. С помощью поисковой оптимизации компании анализируют эффективность своих веб-сайтов, оценивают конкурентов и разрабатывают стратегию, основанную на данных, для улучшения своего рейтинга с течением времени. В цифровом маркетинге цель состоит в том,

чтобы разместить контент в верхней части страницы результатов поисковой выдачи [2].

*Анализ данных* предоставляет понимание пользователей, их ожиданий и эффективности маркетинговых кампаний, а также помогает определить необходимость изменений в стратегии. Важным шагом является выбор метрик, включая количественные данные о конверсии, рекламе, социальных сетях, email-маркетинге и веб-сайте, а также качественные данные о демографии, узнаваемости бренда и поведении пользователей. Для сбора данных следует использовать аналитические платформы, инструменты для социальных сетей и рекламы.

*Маркетинг влияния* — это стратегия цифрового маркетинга, в рамках которой бренды продвигают свои товары или услуги через популярных создателей контента [4].

Эффективные стратегии продвижения веб-сайтов, такие как целевая аудитория, контент-маркетинг, SEO и маркетинг в социальных сетях, являются ключевыми для успешного бизнеса.

#### **Библиографические ссылки**

1. Трафик сайта [Электронный ресурс]. URL: <https://www.similarweb.com/> (дата обращения: 17.09.2024).

2. Что такое SEO продвижение сайта [Электронный ресурс]. URL: <https://www.i-media.ru/seo/searchengineoptimization/> (дата обращения: 21.09.2024).

3. Что такое контент-маркетинг, кому он подходит и с чего начать запуск [Электронный ресурс]. URL: <https://www.unisender.com/ru/blog/что-такое-контент-маркетинг-i-kak-s-nim-rabotat/> (дата обращения: 23.09.2024).

4. 11 стратегий для продвижения сайтов в 2022 году [Электронный ресурс]. URL: <https://brave-agency.ru/articles/159/> (дата обращения: 23.09.2024).