

Поисковая оптимизация как инструмент маркетинга

*Магер Д. В., студ. I к. БГЭУ,
науч. рук. Пунчик З. В., канд. соц. наук, доц.*

Сегодня, когда среди пользователей Интернета во всём мире поисковые системы стали самым широко распространённым инструментом поиска информации, возникло понятие поисковой оптимизации. Поисковая оптимизация (SEO — Search Engine Optimization) — **комплекс мер, направленных на увеличение посещаемости Интернет-ресурса путём поднятия позиций сайта в выдаче поисковых систем по определённым запросам пользователей.**

Согласно статистическим данным, количество пользователей Интернета в Республике Беларусь в 2010 году составило 41% от всех жителей страны. И этот показатель постоянно увеличивается. Это говорит о повышении числа людей, которые заходят в сеть Интернет для получения необходимой им информации об интересующем продукте или услуге. При этом около 90% используют для этого поисковые системы, а 80% из них ограничиваются просмотром только первой страницы результатов поиска[1]. Поэтому нахождение Интернет-ресурса на первых позициях в поисковой выдаче по ключевым запросам дает значительный приток на сайт целевой аудитории, у которой уже сформирована потребность в определенных товарах и услугах. Эта аудитория посредством поисковых систем ищет поставщика необходимых ей товаров и услуг. Именно SEO и увеличивает число посетителей сайта, готовых совершить покупку товаров или заказ услуг, предлагаемых компанией.

Благодаря поисковой оптимизации достигается более широкий охват Интернет-аудитории, повышенное доверие клиентов за счет позиций в топ поисковой выдачи и минимальные затраты на их привлечение.

Основными целями поисковой оптимизации являются:

- поднятие позиций сайта в выдаче поисковых систем по определённым запросам пользователей;
- увеличение числа переходов пользователей на сайт;
- привлечение новых клиентов из поисковых систем;
- увеличение рентабельности и коммерческой эффективности оптимизируемого ресурса;
- целевое привлечение посетителей на сайт.

Поисковая оптимизация является комплексной услугой, направленной на увеличение посещаемости ресурса. Следствием увеличения посещаемости является приток целевых клиентов и партнеров.

В результате успешной работы по SEO **должны возрасти следующие показатели:** Позиции сайта по определённому запросу в выдаче поисковой системы.

Глубина просмотра сайта — показатель просмотренных страниц. К наиболее простым и эффективным способам увеличения глубины просмотра сайта

можно отнести: размещение ссылок по теме и ссылки на главную страницу внизу страницы под статьями.

Переходы пользователей на сайт (трафик). Обмен ссылками, создание и ведение блогов, предоставление пользователю возможности ссылаться на страницу через социальные сети — всё это является элементарными способами привлечения клиентов.

Длительность просмотра страницы. Этот показатель напрямую зависит от качества размещаемого на сайте контента.

Конверсия — отношение числа посетителей сайта, выполнивших на нём какие-то целевые действия, к общему числу посетителей сайта. Для её повышения необходимо исследовать поведение пользователей на сайте и затем на основании результатов данных исследований вносить изменения в Интернет-ресурс. Кроме того, важную роль играет простота оформления покупки товара или услуги, представленных компанией в сети Интернет.

И снизить:

Показатель отказов — это процент посещений сайта, во время которых было просмотрено не более одной страницы или при которых посетитель покинул сайт со страницы входа (целевой страницы) [2, с.138–139]. Причинами высокого показателя отказов может быть плохое Usability сайта или нахождение необходимой пользователю информации на первой странице сайта, например контактные телефоны.

Таким образом, поисковая оптимизация обеспечивает прирост целевой аудитории на сайте, что ведет к увеличению продаж с него и одновременно выполняет маркетинговую функцию по увеличению узнаваемости компании на рынке. Это говорит об эффективности поисковой оптимизации как инструмента маркетинга.

Литература

1. Продвижение и оптимизация сайтов // "Bevalex" [Электронный ресурс]. — 1999-2011. — Режим доступа: www.bevalex.ru/service/seo.html. — Дата доступа: 10.11.2011.
2. Интернет-маркетинг на 100% / Под общ. ред. С.Сухова — Питер, 2011. — 240 с.