

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования

**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра социальной информатики

**ОРГАНИЗАЦИЯ ЕСТЕСТВЕННОГО ПРОДВИЖЕНИЯ В
ПОИСКОВЫХ СИСТЕМАХ ИНТЕРНЕТ ПРОЕКТА**

(автореферат бакалаврской работы)

студенки 5 курса 581 группы
направления 38.03.05 - Бизнес - информатика
профиль Социально-информационные системы в бизнесе
Социологического факультета
Ивановой Виктории Алексеевны

Научный руководитель
профессор, доктор социологических наук

_____ С.В. Ситникова
подпись, дата

Зав. кафедрой
кандидат социологических наук, доцент

_____ И.Г. Малинский
подпись, дата

Саратов 2020

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность выбранной темы для данной работы заключается в том, что в условиях жесткой конкуренции, грамотно-составленная программа для продвижения зачастую играет решающую роль для увеличения продаж с сайта. Зачастую, как следствие неправильно выбранного подхода для разработки программы продвижения, компания может многое потерять, начиная от неоправданных финансовых затрат и заканчивая снижением конкурентоспособности фирмы, а то и вовсе бан со стороны поисковых систем. Таким образом, в наше время актуальность составления качественной программы продвижения в сети Интернет не вызывает сомнения, что и определило выбор темы дипломной работы.

Степень научной разработанности проблемы: с 2000 по 2010 года в России активно начала развиваться сеть интернет, а вместе с ней и SEO оптимизация. На данный момент произошло множество изменений в системе ранжирования сайтов, однако основы остались прежними. В процессе изучения данной работы были рассмотрены работы таких авторов как Ашманов И.С., Абрамова И.С., Иванова А.А. и их книга «Продвижение сайта в поисковых системах», Крохина О. И., Полосина М. Н., Рубель А. В., О. И. Сахно, Селин Е. В., М. С. Ханина. «Первая книга SEO-копирайтера. Как написать текст для поисковых машин и пользователей», Яковлев А.А. «Раскрутка и продвижение сайтов: основы, секреты, трюки». Эти работы носят в себе фундаментальные основы.

Так же в работе были использованы статьи/правила, размещенные от поисковых систем, таких как Яндекс и Гугл, которые на данный момент являются основоположниками в сфере поисковой оптимизации.

Несмотря на то, что естественное продвижение в поисковых системах разработано и широко применяется достаточно давно, мало уделяется внимания тому, что поисковые системы продолжают совершенствовать свои алгоритмы, поэтому необходимо регулярно проверять обновления на различных сервисах поисковиков.

Объектом исследования является система маркетинговой коммуникации между коммерческими организациями и аудиторией в сети Интернет, SEO-оптимизация сайта как технология его продвижения.

Предметом моего исследования является организация процесса естественного продвижения ресурса в поисковых системах сети Интернет, эффективность SEO-оптимизации как технологии продвижения сайта организации.

Методы проведенного исследования. В качестве общенаучных методов исследования применялись: формально-логический и системный методы научного познания, описание, индукция, дедукция, наблюдение, сравнение, анализ и синтез. Методы работы основываются на принципах естественного продвижения интернет-ресурса. Исследование проводилось посредством изучения предметной области. Подбор необходимых материалов по продвижению сайтов осуществлялся из Интернет, личного опыта и соответствующей литературы.

Целью данной работы является систематизация методов Интернет-продвижения сайта с учетом факторов конкурентной рыночной среды, SEO продвижение сайта.

Данные цели конкретизируются в постановке и решении ряда следующих основных задач:

1. Дать общую характеристику продвижения в бизнесе;
2. Исследовать теоретические основы продвижения в Интернет-пространстве;
3. Исследовать процесс развития коммуникационной составляющей сети Интернет;
4. Рассмотреть технологии продвижения сайтов, изучить способы и средства продвижения товаров и услуг в сети Интернет;
5. Выявить особенности современных методов продвижения продукта в Интернете на основе анализа их применения;
6. Разработать комплекс мероприятий по продвижению сайта;
7. Оценить эффективность предложенных мероприятий.

Структура работы. Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав (основная часть), заключения, списка использованных источников.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Первая глава «Теоретические аспекты продвижения» отведена под теоретическую часть работы. Данная часть работы будет представлять собой детальное изучение продвижения товара в бизнесе, описанию его этапности, цели и стратегии маркетинга. Будет раскрыта важность применения интернет-коммуникаций для современного бизнеса, обозначена роль поисковых систем сети интернет. Кроме того, раскрыты «продающие» возможности глобальной сети и многообразие методов интернет-продвижения.

В начале главы рассматриваются цели, роль и стратегии продвижения.

Продвижение - специальная активность, рассчитанная на формирование и стимулирование интереса к товару, личности, организации или направлению деятельности.

Продвижение товара на рынке - совокупность самых разных мер, усилий, действий, предпринимаемых производителями, продавцами товара, посредниками в целях повышения спроса, увеличения сбыта, расширения рыночного поля товара.

Цели и стратегии маркетинга в главном определяются миссией организации в целом и поведением потребителей. Миссия - это предельно точно и кратко сформулированная цель организации.

Разработка стратегии маркетинга направлена на решение нескольких взаимосвязанных задач, среди которых основными являются:

- оценка текущего состояния, в котором находится организация;
- определение основных целей организации с точки зрения гарантий окупаемости инвестиций, а также эффективного использования ресурсов;
- привлечение всех ресурсов организации для достижения целей и задач ее развития.

Стратегия продвижения представляет собой разработку методов стимулирования реализации продукции (стимулирования сбыта). При помощи рекламы, персональных продаж или прямого маркетинга, в современном маркетинге представляется разработка такого комплекса продвижения, который позволит осуществлять эффективное стимулирование покупателей для организации сбыта.

Далее идет рассмотрение основных методов интернет-продвижения.

Здесь будут рассмотрены такие методы как контекстная реклама - это реклама, которая соответствует текущим интересам пользователя, в последнее время является одним из самых популярных и часто используемых инструментов интернет-продвижения, поисковая оптимизация (по-английски search engine optimization, SEO) - оптимизация HTML-кода, структуры и внешних факторов сайта с целью поднятия его в выдаче поисковой системы, партнерская программы - это особый вид рекламы в интернете, используя который рекламодатель платит не за факт размещения рекламы, а за действие, которое пользователь совершил, нажав на объявление, спам (от английского "spam") - массово рассылаемая корреспонденция рекламного или иного характера, отправляемая людям, не выразившим желание её получать, а так же продвижение в социальных сетях (по-английски social media marketing, SMM).

Контекстный вид рекламы является избирательным, показывается только тем, кто в ней действительно нуждается, это и является основным преимуществом данной рекламы. А основной недостаток - контекстная требует постоянного вложения дополнительных средств. Использование этого вида продвижения возможно только в совокупности с другими, иначе он становится невыгодным.

Поисковая оптимизация (по-английски search engine optimization, SEO) включает в себя работу с внутренними факторами сайта - улучшение качества и количества текста и картинок на сайте, оптимизация структуры и контента, навигации и внутренних ссылок сайта; а также внешними факторами - обмен ссылками, регистрация в каталогах и прочие мероприятия для повышения и стимулирования другие ресурсы ссылаться на сайт и кликабельности на самом этом сайте для повышения сайта в поисковой выдаче.

Основным недостатком является, что этот метод продвижения рассчитан на перспективу и чтобы увидеть первые плоды, необходимо минимум 3-4 месяца стабильно работать над ресурсом. Однако основное преимущество - долгий эффект от оптимизации и повышенный уровень доверия к сайту со стороны поисковых систем.

Партнерские программы являются одним из самых мощных инструментов интернет-продвижения и одним из самых действенных по количеству привлечённых пользователей и одновременно более дешёвым по сравнению с использованием баннерных сетей является использование партнёрской программы сайта. Однако для каждой из сторон, включая клиентов есть как свои преимущества, так и недостатки.

Спам – самый распространённый «чёрный» метод интернет-продвижения и известный каждому пользователю всемирной паутины на сегодняшний день.

Главным недостатком SMM является в первую очередь – большая конкуренция. Необходимо регулярно тратиться на таргетинг, рекламу у блогеров, на разные алгоритмы для накрутки. Плюс, далеко не все сферы могут продвигаться таким образом, потому что просто не найдут свою аудиторию.

Плюсы же очевидны. Социальные сети вызывают куда большее доверие у пользователей. Поэтому при правильном составлении комплекса мероприятий, обычная страница в Инстаграм может приносить ежемесячную прибыль в виде 1 млн. рублей..

Вторая глава «Естественное продвижение в поисковых системах во всех его проявлениях» так же является теоретической, но здесь раскрывается тема самой дипломной работы.

В начале была рассмотрена оптимизация как инструмент маркетинга.

SEO (Search Engine Optimization – «Оптимизация под Поисковые Системы» или «Поисковая Оптимизация») является основным инструментом в интернет-маркетинге. Данный инструмент позволяет обеспечивать высокий уровень посещаемости и заинтересованности сайтом, как по количественным, так и по качественным показателям. Этот вид продвижения заключается в выполнении так называемым «сеошником» (специалистом по SEO продвижению) работ и действий с

сайтом заказчика, направленных на лучшее соответствие его внутреннего содержимого (контента) алгоритмам ранжирования (сортировки сайта в поисковой выдаче) в поисковых системах (поисковиках), а также в повышении «веса» сайта в интернете, заключающемся в количестве упоминаний о нем среди авторитетных интернет-ресурсов специализированной тематической или информационной направленности.

SEO не является подходящей стратегией для каждого веб-сайта, и другие стратегии интернет-маркетинга могут быть более эффективными, например, платная реклама посредством кампаний с оплатой за клик (СРС), в зависимости от целей оператора сайта. Поисковый маркетинг (SEM) — это практика разработки, проведения и оптимизации рекламных кампаний в поисковых системах¹. Благодаря поисковой оптимизации сайт получает естественный трафик.

Далее в работе были рассмотрены внутренние и внешние факторы ранжирования и что они в себя включают.

Ранжирование – «упорядочивание результатов поиска по их релевантности».²

Внутренние факторы ранжирования – это все работы, проводимые над сайтом, а также домен и серверные настройки³. Другими словами, это качества сайта, которые влияют на его оценку поисковыми системами.

Внешние факторы ранжирования – это использование рекомендательных ссылок, размещаемых на внешних ресурсах⁴, или, другими словами, учитываемые поисковой системой факторы, которые не относятся к качествам сайта.

Далее говорится о семантическом ядре и уникальном контенте, как языковом аспекте оптимизации.

Семантическое ядро – это набор запросов, по которым продвигается сайт.⁵

¹ Introduction to Search Engine Optimization.

² Ашманов И.С., Абрамова И.С., Иванова А.А. Продвижение сайта в поисковых системах. – М.: «И.Д. Вильямс» - 2007 – 304 с.

³ Гроховский Л. SEO: руководство по внутренним факторам. – М.: Центр исследований и образования «ТопЭкспертРФ» - 2011 – 133 с.

⁴ Там же.

⁵ Там же.

Для правильного составления семантического ядра необходимо тщательно проанализировать товары и/или услуги, а также всю информацию, которую можно найти на сайте. Ранжирование будет эффективнее, если семантическое ядро будет соответствовать содержимому веб-ресурса. Еще одной составляющей при анализе являются мониторинг конкурирующих фирм/сайтов и статистика сайта.

Распределение всех ключевых слов и фраз по сайту состоит из нескольких этапов.

- 1) Создание основной ключевой фразы и формирование основных ключевых слов, схожих с ней.
- 2) Определение интересов потенциальных клиентов.
- 3) Построение структуры сайта с учетом логического порядка и юзабилити (удобство использования).
- 4) Описание содержания страницы сайта в соответствии с ключевым словом или фразой.

Не повторяющийся нигде больше контент, является важным аспектом поисковой оптимизации. Для его составления, как и для других методов, существуют определенные критерии:

- 1) Актуальность веб-ресурса;
- 2) Грамматика и орфография;
- 3) Выделение подзаголовков и списков;
- 4) Длина предложений;
- 5) Контекстная близость;
- 6) Уникальность.

Далее в работы были описаны технические аспекты поисковой оптимизации.

Смысл технической составляющей заключается в том, чтобы настроить сайт для его правильной индексации поисковыми системами, что в будущем положительно скажется и на ранжировании сайта. А. А. Яковлев делит технические аспекты на три основные группы: легальные SEO-техники, поисковый спам и дополнительные техники.

В заключении к данной главе идет вывод, что технический и языковой аспекты оптимизации тесно связаны. Технический аспект поисковой оптимизации является исполнителем языкового, рассматривать тот или иной аспект без связи с другим невозможно и не имеет смысла. Пересечения в описании связаны с одной стороны с разными точками зрения отдельных исследователей, предлагаемыми ими классификациями, структурой SEO и т.д., а с другой – с возрастающей в последнее время ролью языкового аспекта SEO и тем, что поисковики стали учитывать поведенческие факторы. Так технический базис отходит на второй план.

Третья глава «Комплекс мероприятий по продвижению сайта» содержит в себе практическую работу, т.е произведена работа с анализом конкурентных сайтов, разработка и выполнение комплекса мероприятий по продвижению сайта компании ООО «КРАНТЕХМАШ».

В начале главы описываются основные функции сайта как такового:

- Информационная функция
- Коммуникационная функция
- Маркетинговая функция

Следующим этапом было немного рассказано о самой компании «КРАНТЕХМАШ».

После был разработан комплекс мероприятий:

- Подготовка веб-ресурса к продвижению
- Оптимизация сайта в поисковых системах
- Перелинковки между страницами
- Работа с рекомендациями из первого этапа.

Следующим этапом работы была работа над семантическим ядром. Были рассмотрены представленные заказчиком поисковые забросы, разбиты на кластеры для удобного распределения по страницам и оформления технического задания для копирайтера. Так же было заказано 7 статей и 3 новости.

Анализ конкурентов был проведен по нескольким пунктам:

- 1) возраст сайта
- 2) возраст домена

- 3) количество ссылок
- 4) количество страниц в поисковой системе Google
- 5) количество страниц в поисковой системе Яндекс
- 6) количество посещений в месяц
- 7) наличие социальных сетей

Исходя из статистики сайтов-конкурентов был прописан перечень мероприятий, необходимых для оптимизации сайта. Основными из которых стали:

- На страницах товаров добавить кнопку связи;
- Увеличить количество страниц на сайте;
- Изменить каталог на сайте, чтобы пользователям было удобнее ориентироваться при поиске товаров.

Далее необходимо было проверить техническую составляющую оптимизации, на наличие ошибок на сайте по мнению поисковых систем. Чтобы проверить это, была проведена работа с сервисом Яндекс.Вебмастер.

Так как Яндекс Вебмастер нам не выдал никаких проблем, следующей частью работы стала перелинковка.

После размещения ранее заказанных новостей и статей на сайте, на ключевые запросы необходимо поставить ссылки на соответствующие страницы. По фразе «барабанные лебедки» прописан переход на страницу из каталога с барабанными лебедками, с «лебедка электрическая» на страницу электрических лебедек, а с «Лебедки ТЭЛ» стоит ссылка на тяговые лебедки, потому что лебедки ТЭЛ – это одна из моделей тяговых лебедек. Далее были прописаны соответствующие мета-теги.

Следующим этапом идет работа с кнопкой связи на сайте.

Было составлено техническое задание для верстальщика с приблизительным прототипом, описанием всех обозначений и указанием цветов в кодировке html. После полученной работы, код был размещен в определенном блоке на каждой странице.

Следующим пунктом рекомендаций было изменить каталог на сайте. Каталог размещен в 3 местах: в выпадающем меню, на главной странице и на странице продукции.

Здесь было рассказано о системе управления контентом на сайте. Процессе работ с изменением раздела на страницах и в выпадающем меню сайта.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проанализировав выполненную работу, можно подвести следующие итоги.

Когда мы ищем какую-либо информацию, например, в Яндекс или Google, будь то товар, который мы хотим приобрести, или помощь в обучении, в большинстве случаев мы берем те сайты, которые находятся на первых позициях в выдаче результатов запроса. Для того, чтобы оказаться на месте лидера, веб-ресурсу необходимо прибегать к различным технологиям продвижения сайта, самым популярным, известным и эффективным из которых является SEO-оптимизация.

SEO-оптимизация – это инструмент продвижения сайта, при помощи которого он получает более высокие позиции при выдаче результатов запроса пользователями поисковыми системами.

Поисковая оптимизация, как и следует из определения, служит для повышения позиций сайта среди конкурентов при определенном поисковом запросе. Технология, в свою очередь, классифицируется в зависимости от применения определенных методов. Разделяют белую, серую и черную SEO-оптимизацию. Белая оптимизация является правильной, легальной и рекомендуемой, в то время как другие виды чаще всего запрещаются правилами поисковых систем, а их применение влечет за собой бан по отношению к веб-ресурсу со стороны поисковых систем, что значительно снизит позицию сайта и в будущем не позволит ему подняться выше.

Процесс назначения сайтам того порядка, в котором они будут представлены в результатах выдачи поисковых запросов, называется ранжированием сайта. В зависимости от отношения к сайту выделяют внутренние и внешние факторы ранжирования.

Языковой аспект SEO-оптимизации, так же, как и технический, сложно отнести к конкретной группе факторов ранжирования, ведь большинство приемов технологии осуществляется внутри сайта. Речь идет о составлении семантического ядра сайта, то есть подбора ключевых слов и фраз, которые прописываются в коде страницы, и о создании собственного качественного и уникального контента на сайте.

Разделение на языковой и технический аспекты поисковой оптимизации предопределяет разделение функций SEO-оптимизатора на функции, относящиеся к технической составляющей (работа программиста или верстальщика) и функции, отвечающие за контент (работа копирайтера, дизайнера, фотографа и контент-менеджера). Таким образом, работа по оптимизации веб-ресурса часто является коллективным трудом специалистов различных областей деятельности.

SEO-оптимизация является одной из технологий интернет-маркетинга. Статистика показывает, что в современном интернет-пространстве неэффективно применять только лишь поисковую оптимизацию. Так как требования и критерии оценки интернет ресурсов постоянно модернизируются и усложняются как со стороны поисковых систем, так и пользователей, необходимо использовать комплексные меры по продвижению сайта. Сегодня поисковая оптимизация переживает кризис, выйти из которого можно только при использовании комплексного подхода к продвижению сайта. SEO справедливо сравнивают с контекстной рекламой. Оба инструмента digital-маркетинга относятся к поиску, образуя вместе SEM (Search Engine Marketing). Клиент всегда выбирает, во что вкладываться, и, как правило, выбирает более дешевые и эффективные методы, увеличивая конкурентность и повышая цену входа. Однако, современное качественное SEO влечет за собой повышение качества сайта: работа с конверсией, аналитика, оптимизация поведенческих сценариев и, как результат, повышение конверсии сайта со всех его посетителей из всех возможных каналов, в том числе и из контекстной рекламы.

Всё это означает, что на текущий момент SEO-продвижение является инструментом, требующим профессионального использования и не допускающим

применения иных методов и технологий, кроме способствующих при максимальной экономии бюджета достижению желаемых заказчиком показателей по целевому трафику для его сайта. При данных условиях использование чёрных методов поисковой оптимизации, несмотря на быстрое достижение высоких поисковых позиций и количественных результатов посещаемости, является совершенно неприемлемым и влечет за собой жесткие санкции со стороны поисковых систем.

Значимость проведенных работ для ООО «КРАНТЕХМАШ» заключается в том, что с помощью SEO сайт стал понятным для поисковых систем и привлекательным для пользователей. Таким образом была повышена значимость сайта для поисковиков. Благодаря выполненным действиям, на сайт пришло больше людей, которые нашли свой запрос в строке поиска Яндекс. Каждый новый пользователь является потенциальным клиентом, а увидев всю необходимую информацию, благодаря новому распределению товаров в разделе продукции, эти люди осуществляют заказы у данной фирмы. Соответственно, можно сделать вывод, что проведенный комплекс мероприятий положительно повлиял на ведение бизнеса для ООО «КРАНТЕХМАШ» на рынке грузоподъемной техники.

Таким образом, можно сделать вывод, что SEO-оптимизация – это эффективная технология продвижения сайта в интернете, необходимая не только для повышения позиций в результатах выдачи по запросам в поисковых системах, но и для формирования положительного имиджа веб-ресурса (а также организации, которую он представляет в интернете). Веб-ресурсы, имеющие хорошую репутацию, являются уважаемыми и предпочтительными в сопоставлении с другими сайтами. Тем не менее в современных условиях развития глобальной сети и рынка интернет-продвижения для достижения наибольшей эффективности SEO-оптимизацию необходимо применять в системе мер с другими инструментами интернет-маркетинга. Комплексный подход к продвижению гарантирует достижение ожидаемых результатов и поддержание стабильных позиций в долгосрочной перспективе.