

АКТУАЛЬНІСТЬ ЗАДАЧІ SEO ОПТИМІЗАЦІЇ САЙТУ

Колесник Л. В., Бакланов О. М.

Харківський національний університет радіоелектроніки, Харків, Україна

В умовах постійного розвитку риночних відносин та під впливом жорсткої конкуренції підприємці постійно розвивають та розробляють нові продукти та послуги, більшість з яких використовують Інтернет для їх надання чи продажу. Для постійної наявності клієнтів необхідно, щоб сайт, який пропонує послуги або товари, був зручний і доступний для користувачів, а заодно і для пошукових роботів. Саме цим аспектом і займається SEO-оптимізація.

SEO складається з трьох важливих частин: звичайних результатів пошуку, якості та кількості природного трафіку.

Звичайні результати пошуку це безкоштовні списки на сторінках результатів пошукової системи (SERP), які пошукова система визначила як найбільш релевантні до запиту користувача.

Результати простого пошуку відомі тим, що вони позиціонуються з урахуванням алгоритмів природного ранжування пошукової системи, а не ставок рекламодавця.

Якість природного трафіку це те, наскільки користувач та його пошуковий запит релевантні змісту сайту. Якісний трафік включає лише тих відвідувачів, які справді зацікавлені у продуктах, інформації чи інших ресурсах, що пропонуються сайтом.

Кількість природного трафіку – це кількість користувачів, які потрапляють на сайт через звичайні результати пошуку. Користувачі набагато частіше натискають на результати пошуку, які з'являються у верхній частині пошукової видачі, тому важливо використовувати правильну SEO-стратегію, щоб ранжувати релевантні сторінки якомога вище.

Дослідження BrightEdge показало, що у 2019 році у трафіку веб-сайтів 68% всього відстежуваного трафіку надходить із природного та платного пошуку, що значно перевищує всі інші канали, включаючи медійну рекламу та соціальні мережі. Показник природного пошуку на рівні 53% став вищим, ніж 51%, отриманий у дослідженні 2014 року [1].

Оскільки природний пошук є найбільш популярним способом для людей знаходити та отримувати доступ до онлайн-контенту. Це також цінний інструмент для підвищення впізнаваності бренду, побудови відносин з потенційними клієнтами і позиціонування себе як авторитетного та заслуговуючого довіри експерта у своїй галузі.

Список літератури

1. Erik Newton Organic share of traffic increases to 53%, 2020 URL: <https://www.brightedge.com/glossary/how-has-ai-changed-search-marketing>