

## **SEO (ПОШУКОВА ОПТИМІЗАЦІЯ) ТА ЇЇ ВАЖЛИВІСТЬ У СФЕРІ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ**

**Громова Ольга Євгеніївна**

*доктор економічних наук,*

*професор кафедри маркетингу та реклами*

*Вінницького торговельно-економічного інституту*

*Державного торговельно-економічного університету*

**Добровольський Максим Віталійович**

*здобувач ОС «молодший бакалавр»*

*Вінницького торговельно-економічного інституту*

*Державного торговельно-економічного університету*

Сьогодні конкуренція в мережі Інтернет є дуже високою. Так, в україномовному Інтернеті за останні п'ять років загальна кількість сайтів збільшилася в декілька разів. В умовах гострої конкурентної боротьби вибір стратегії інтернет-просування продукту відіграє надзвичайно важливу роль. Сам процес просування товарів або послуг за допомогою мережі Інтернет є тривалим і практично не припиняється, і чим вище поставлена мета, тим більших витрат він вимагає. На сучасному етапі розвитку Інтернету й інформаційних технологій питання не стосується досягнення конкретного результату, а більшою мірою полягає в автоматизації процесу, скороченні часових і фінансових витрат. Саме тому необхідно приділяти більше уваги сайтам як одному з головних інструментів просування. Адже чим вища позиція сайту в результатах пошуку, тим більша ймовірність, що відвідувач перейде на нього з пошукових систем, оскільки люди зазвичай ідуть за першими посиланнями [1].

Пошукова оптимізація сайту або ж SEO (search engine optimization) – процес коригування HTML-коду, текстового наповнення (контенту), структури сайту, контроль зовнішніх чинників для відповідності вимогам алгоритму пошукових систем, з метою підняття позиції сайту в результатах пошуку в цих системах за певними запитами користувачів. Чим вище позиція сайту в результатах пошуку, тим більша ймовірність, що відвідувач перейде на нього з пошукових систем, оскільки люди зазвичай йдуть за першими посиланнями.

Визначення SEO словами більшості людей, які не розуміються на інтернет маркетингу звучить так: «*SEO – це як зробити так, щоб вибивало на першій сторінці Google*» [2].

Мета роботи: дослідження особливостей впровадження SEO-оптимізації сайту як одного з головних інструментів інтернет-

маркетингу в діяльність підприємства, виявлення етапів процесу SEO-оптимізації та найбільш ефективних інструментів.

Матеріали та методи: ознайомлення зі статтями в інтернеті та відеоматеріалами, аналіз, порівняння інформації, висновки.

Результати дослідження. Згідно з Вікіпедією, інтернет-маркетинг (англ. internet marketing) визначається як практика використання всіх аспектів традиційного маркетингу в Інтернеті, що стосується основних елементів маркетинг-міксу: ціни, продукту, місця продажу та просування. SEO-оптимізація – дії, скеровані на поліпшення видимості сайту в пошукових системах за тематичними запитам користувачів і, як наслідок, збільшення цільового трафіку, що надходить із пошукових систем. Сьогодні просування сайту в пошукових системах є одним з найефективніших способів залучення цільової аудиторії. З огляду на це вона з кожним днем привертає увагу дослідників, метою яких є розроблення нових методів та засобів для її автоматизації. Основна мета – отримання максимального ефекту від потенційної аудиторії сайту.

Відповідно до досліджень компанії Forrester Research Inc. у 2017 році, найважливішим джерелом відвідувачів для сайту є пошукові системи.

В Україні серед пошукових систем незмінним лідером залишається Google. Термін «пошукова оптимізація» (search engine optimization) увійшов у широкий обіг у 1997–1998 роках і приписується Денні Салівану (Danny Sullivan), який тоді працював із сайтом Search Engine Watch, хоча сам він стверджує, що точно не знає, хто придумав цей термін. Терміни, що передували цьому, включали «розміщення в пошукових системах», «пошукове ранжування», «пошукове позиціонування» та «пошукове просування», причому останнє належить Джиму Родосу (Rhodes), автору збірки «Мистецтво пошукового просування». Їхні попередники, такі як Джим Хіт (Jim Heath), який написав статтю «Вказівки, як створювати бізнес-сайти, які працюють», не мали формального визначення для пошукової оптимізації. Аналіз джерел показав, що є три основних види оптимізації: біла, сіра та чорна.

У кожного SEO-методу є свої переваги і недоліки, тому для вибору надійного інструменту, за допомогою якого буде здійснюватися розкрутка, необхідно спробувати все. Кожен фахівець, який просуває сайт, сам для себе визначає надійні способи роботи, адже тільки на особистому досвіді можна розробити оптимальні рішення для досягнення результату на максимальний термін і з максимальним ефектом. Найбільш прийнятним методом є біла оптимізація. Не варто вдаватися до заборонених методів оптимізації. На жаль, виходить так, що здебільшого за інерцією використовуються старі SEO стратегії.

Згідно із сучасним уявленням теорії пошукової оптимізації, SEO базується на трьох «китах»:

1. Внутрішня оптимізація передбачає весь комплекс заходів, зосереджених на роботі над самим сайтом (ключові слова, анкор посилань, людино-зрозумілі url, метатеги і мікророзмітка тощо).

2. Зовнішня оптимізація – це комплекс заходів, спрямованих на отримання цільових зовнішніх посилань на ресурс (посилання тощо).

3. Поведінкові фактори (зручність та інтуїтивно зрозумілий інтерфейс, залучення користувачів на сайт, їх утримання, читабельні тексти, відео, ігри на сайті, новини з теми).

Внутрішні чинники ранжування – це ті, які контролює адміністратор веб-сайту (текст, оформлення тощо). Основними внутрішніми факторами, які впливають на положення ресурсу, є: кількість ключових слів та їх щільність, текстове оформлення сторінки та метатеги. Поряд із внутрішніми факторами вагома роль у просуванні інтернетресурсу належить зовнішнім факторам [3].

Висновки. Отже, створення сайту – це досить складний процес, який потребує не тільки творчих, але й аналітичних здібностей. Для того щоб сайт став ефективним, він повинен мати цікавий контент, швидко працювати на різних пристроях і в різних країнах. У цьому на допомогу приходять SEO-оптимізація та багато корисних програм, завдяки яким сайт стане окремим ефективним інструментом інтернет-маркетингу.

### **Список використаних джерел:**

1. Ілляшенко Н.С., Савченко О.С. SEO-оптимізація як сучасний інструмент Інтернет-маркетингу. URL: [https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/29141/1/Internet marketing.pdf;jsessionid=D1208D96F75BC210C8D9088CF8B0F89C](https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/29141/1/Internet%20marketing.pdf;jsessionid=D1208D96F75BC210C8D9088CF8B0F89C) (дата звернення: 07.12.2023).

2. Павленко Ю.С. Пошукова оптимізація, технології та сервіси веб-аналітики. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/21864> (дата звернення: 07.12.2023).

3. Дрокіна Н.І. SEO-оптимізація сайту підприємства як інструмент інтернет-маркетингу. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/24211> (дата звернення: 07.12.2023).