

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет комп'ютерних наук,
управління та адміністрування
Кафедра інформаційних
технологій

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: Seo оптимізація веб-сторінок для підвищення позицій в
органічному пошуку

Виконав студент 2 курсу групи МІС-21
Будилін Микита Сергійович

Керівник д-р філософії
Бучинська Ірина Вікторівна

Рецензент д.ф.-м.н., проф.
Ковальчук Володимир Володимирович

Одеса 2022

АНОТАЦІЯ

Тема магістерської роботи «Розробка алгоритмів пошукової оптимізації для інтернет-ресурсів».

Актуальність магістерської роботи полягає в розробці та застосуванні алгоритмів пошукових систем, які призначено для просування та реклами сайтів у пошукових системах.

Метою роботи є розробка алгоритму просування сайту, щоб просунуться вгору пошукової видачі, збільшити кількість трафіку і конверсій з боку користувачів.

Об'єкт дослідження – алгоритми пошукових систем, завдяки яким можна збільшити кількість трафіку та цільових конверсій на сайті.

Предмет дослідження – сайт з низькою кількістю трафіку та відсутніми конверсіями.

В роботі був проведено аналіз та розробка поетапного алгоритму просування у пошукових системах. За допомогою якого було збільшено трафік та конверсії на сайті, що було метою даної роботи.

Ключові слова: SEO, ТРАФІК, КОНВЕРСІЯ, ПОШУКОВА СИСТЕМА, ПОШУКОВИЙ АЛГОРИТМ, ПОСИЛУВАЛЬНА МАСА, АНКОР, ГІПЕРПОСИЛКА.

Магістерська робота містить 61 сторінок, 2 таблиць, 18 рисунків, 8 посилань.

ABSTRACT

The topic of the master's work is "Development of algorithms in per-shook optimization for Internet resources".

The relevance of the master's work is reflected in the development and deployment of algorithms in push systems, as it is recognized for pushing and advertising sites in push systems.

The method of work is to expand the algorithm for pushing the site, to push through the hill of the search engine, increase the amount of traffic and conversions from the side of the core.

The object of follow-up is the algorithms of push systems, which can increase the amount of traffic and the number of conversions on the site.

The subject of research is a site with low traffic and daily conversions.

The analysis and development of a step-by-step algorithm for pushing through poshuk systems was carried out in robotic buy. For the help of which the traffic and conversion on the site was increased, which was the method of this work.

Key words: SEO, TRAFFIC, CONVERSION, SHUTTLE SYSTEM, SHUTTLE ALGORITHM, POSITIVE MASS, ANCOR, HYPERPOSITION.

Master's work 61 sides, 2 tables, 18 drawings, 8 letters.

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК СКОРОЧЕННЯ ТЕРМІНІВ	8
1 ОПИС ПРЕДМЕТНОЇ ОБЛАСТІ	9
1.1 Основні визначення веб-сайтів.....	9
1.2 Визначення стандартних типів сайтів	11
1.2.1 Дослідження опису корпоративного веб-сайту.....	12
1.2.2 Дослідження визначення сайт-візитка	12
1.2.3 Дослідження визначення сайт-вітрина	12
1.2.4 Дослідження визначення веб-сайту.....	13
1.2.5 Детальний опис інтернет-магазину	13
1.2.6 Основні характеристики блогу.....	14
1.3 Основні ознаки веб-маркетингу та реклами	15
1.4 Основні ознаки за типами реклами	16
2 ДОСЛІДЖЕННЯ РОБОЧОЇ СТАДІЇ ПРОЕКТУ	20
2.1 Детальний аналіз Search Engine Optimization	20
2.2 Провідні засоби для просування сайту	25
2.2.1 Опис сервісу Google Analytics	25
2.2.2 Опис сервісу Google AdWords.....	27
2.3 Опис основного комплексу з технічного аудиту сайту	30
3 ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОЕКТУ	36
3.1 Основне визначення проекту	36
3.2 Впровадження алгоритму пошукової оптимізації для вебресурсу.....	36
3.2.3.1 Основний аналіз конкурентів	36
3.2.3.2 Основні характеристики збору семантичного ядра.....	38
3.2.3.3 Основний перелік внутрішньої оптимізації.....	38
3.2.3.3.1 Реалізація технічного аудиту, опис і правка помилок	38
3.2.3.3.3 Основний розгляд та пошук значень для зростання трафіку	39

3.2.3.3 Вивчення оптимізації внутрішніх сторінок	40
3.2.3.4 Реалізація мікророзмітки.....	40
3.2.3.5 Детальний опис реалізації перелінковки.....	42
3.2.5 Детальна характеристика зовнішньої оптимізації закупівлі посилань	43
3.2.5 Аналіз поведінкового чиннику ранжирування	44
3.2.6 Опис комерційного фактору ранжирування	46
3.4 Перелік опису структури сайту	48
Приклад створення даних сайту при реалізації алгоритмів пошукової оптимізації	58
ВИСНОВКИ.....	61

ПЕРЕЛІК СКОРОЧЕННЯ ТЕРМІНІВ

ЗМІ – засоби масової інформації;

CPC – Cost Per Click;

CPM – cost Per Millenium;

GA – Google Analytics;

ROI – Return on Investment;

RSS – Rich Site Summary;

SEO – Search Engine Optimization – пошукова оптимізація;

SMM – Social Media Marketing – маркетинг у соціальних мережах

SMO – Social Media Optimization – оптимізація соціальних мереж

1 ОПИС ПРЕДМЕТНОЇ ОБЛАСТІ

1.1 Основні визначення веб-сайтів

Інтернет-сайт – це ресурс, що складається з однієї або декількох веб-сторінок, які містять гіпертекст, текст, мультимедіа та інші типи контенту, доступ до яких можливий через один із мережевих протоколів. Основна мета цього сайту – познайомити користувача з компанією, перевагами її веб-ресурсу перед іншими аналогічними інтернет-ресурсами, його значущістю в інформаційному світі та пропонованими товарами або послугами.

Сайт виконує такі основні завдання:

- реклама товарів, послуг або ідей;
- добре спроектований веб-сайт дає змогу клієнтам легко вирішити, що їм потрібно купувати ваші продукти або послуги чи просувати свої ідеї про них.
- продавайте товари, послуги, інформацію та ідеї.
- у сучасних людей не так багато часу для покупок (тому можливість замовляти товари і послуги, не відходячи від комп'ютера, значно розширює можливості покупців і продавців).
- надання інформації або послуг безкоштовно.

На практиці надання інформації або послуг - це спосіб залучення відвідувачів на той чи інший ресурс (для рекламних майданчиків), наприклад, для отримання статистики або показу реклами.

Веб-сайти, які можна використовувати тільки в рекламних цілях. Такі сайти не займаються продажами і призначені для донесення рекламних повідомлень до цільових користувачів. Ці сайти зазвичай використовують багато графіки та Flash-анімації. Для залучення клієнтів на Сайт використовуються ігри та розважальні методи.

Продавці на Сайті розміщують описові рекламні матеріали для товарів або послуг, каталоги цих товарів або послуг, інформацію про продавців

компанії та контактну інформацію. Додаткові послуги, такі як корисна інформація, простота замовлення на веб-сайті та супутні рекламні акції, можуть зробити веб-сайт привабливим для сторонніх рекламодавців.

"Альтруїстичний" веб-сайт (або інформаційний веб-сайт) необхідно підтримувати, розвивати та інвестувати в нього. Оскільки збиткові проекти не існують довго, для них характерне заробляння грошей на рекламі та статистиці. Такі сайти зазвичай пропонують реєстрацію або отримання додаткових послуг. Такі веб-сайти можна розпізнати за вашим браузером, роздільною здатністю екрана та банківським рахунком. Навіть якщо ви не зареєстровані на сайті, він може визначити ваші уподобання, ментальний портрет, приблизний вік і, зрештою, показати вам безліч рекламних оголошень.

Сайт підтримки - це підтримка клієнтів. На цьому веб-сайті зазвичай публікуються програмні продукти та оновлення новин. Якщо це його веб-сайт у банку, це може бути система управління клієнтами. Ці інтернет-ресурси є рекламою компаній, продуктів тощо. Імена веб-сайтів визначаються доменними іменами, які мають бути унікальними в межах одного домену. Доменне ім'я може використовуватися для ідентифікації сайту в Інтернеті. Веб-сайт може розміщуватися на одному сервері або на декількох серверах (наприклад, веб-сайт порталу). Послуги хостингу веб-сайтів називаються хостингом і пропонуються на погодинній ставці. За умовами хостингу їх прийнято ділити на платні та безкоштовні.

Залежно від наявності послуг вони класифікуються таким чином:

- Відкритий - усі відвідувачі та користувачі мають повний доступ до всіх сервісів.
- Напіввідкритий - доступ до реєстрації (зазвичай безкоштовний).
- Закритий - повністю закритий офіційний сайт організації (наприклад, сайт його компанії), його особистий сайт.

- Такі сайти підходять тільки для невеликих груп. Ви можете познайомитися з новими людьми на запрошення.
- Веб-сторінка - це інформаційний ресурс у всесвітній павутині, який можна переглядати за допомогою веб-браузера. Ця інформація зазвичай записується у форматі HTML або XHTML і може містити гіпертекст із навігаційними гіперпосиланнями на інші веб-сторінки.

Створення сайту починається зі створення інформаційної моделі сайту. Веб-сторінку можна оцінити за двома її параметрами: змістом і зовнішнім виглядом. Але спочатку потрібно вирішити, яку інформацію розміщувати. Вам необхідно детально проаналізувати, скільки інформації вам потрібно надати на своєму веб-сайті. Під час створення сайту проєкту слід ретельно продумати загальну структуру, зміст і посилання.

Кожен сайт унікальний зовні, але всі сайти можуть знайти спільну мову за функціональністю. Домашня сторінка - це перше, що відкривається на будь-якому сайті. Його розвитку приділяється особлива увага, оскільки дослідження засвідчили, що люди не можуть читати інформацію, відображену на моніторі, так само уважно, як читають книжки чи журнали. Зазвичай до цього ставляться поверхнево, як до реклами. Якщо на домашній сторінці є те, що шукає відвідувач, він продовжує читати, а якщо ні, то переходить на інші веб-сайти, багато з яких знаходяться в Інтернеті. збільшувати.

1.2 Визначення стандартних типів сайтів

Хоча офіційної класифікації сторінок в Інтернеті не існує, ці основні характеристики можна використовувати для класифікації наявних веб-сайтів, які обслуговують діловий світ.

1.2.1 Дослідження опису корпоративного веб-сайту

Сайт компанії є більш серйозною формою представництва компанії в Інтернеті. Це важливий інструмент для успішної діяльності будь-якої компанії. Перш за все, такий тип веб-сайтів допомагає сформувати позитивний імідж компанії, залучаючи нових клієнтів, які можуть не знати про присутність вашої компанії на ринку, тим самим розширюючи ринок компанії. За допомогою веб-сайту компанії клієнти та замовники можуть легко отримувати інформацію про ціни на товари та послуги. Ви можете значно збільшити прибуток, маючи можливість розміщувати замовлення безпосередньо у клієнтів в Інтернеті на сторінці.

Отже, корпоративний сайт – це: серйозність та перспективи вашого бізнесу; представництво вашої компанії на ринку; найдешевший і найпопулярніший вид реклами; зручно та комерційно обґрунтовано.

1.2.2 Дослідження визначення сайт-візитка

Це корисний набір інформації для поширення в Інтернеті серед новачків і майстрів бізнесу. Це каталог афілійованих компаній, який містить усю необхідну контактну інформацію та інформацію про діяльність компанії. Це має бути коротка, чітка та важлива інформація про вашу діяльність чи сферу інтересів. Не розміщуйте на сайтах-візитках інформацію, яка може не знадобитися потенційним клієнтам або партнерам.

Сайт-візитка – корисний інструмент для сканування ґрунту ринку. Недорогий, Швидко, Допомагає організувати офлайн бізнес.

1.2.3 Дослідження визначення сайт-вітрина

Бюджетний варіант, який використовується для реклами вашої компанії, – це виставковий сайт. Цей тип веб-сайту ідеально підходить, якщо ви хочете продавати певний продукт або групу продуктів в Інтернеті. Така сторінка містить усю інформацію, необхідну покупцеві, щоб побачити,

зацікавитися і купити цей продукт, не відволікаючись на новини та посилання. Це структурований каталог вашої компанії. Однак організація цього каталогу (зображення, описи, ціни) дає змогу покупцям зробити якомога менше кліків, щоб знайти потрібний товар. Основна мета вітрини – продажі.

Сайт-вітрина – це той, який приносить максимальну користь за мінімальних зусиль і витрат. стабільний дохід; позитивний імідж компанії.

1.2.4 Дослідження визначення веб-сайту

Веб-сайт компанії – більш серйозна форма представлення компанії в Інтернеті. Це найважливіший інструмент успіху будь-якої компанії. Перш за все, цей тип веб-сайту сприяє створенню позитивного іміджу вашої компанії за рахунок залучення нових клієнтів, які можуть не знати про присутність вашої компанії на ринку, тим самим розширюючи ринок збуту вашої компанії. Через сайт компанії клієнти та замовники можуть легко отримати інформацію про ціни на товари та послуги. Дозволивши вашим онлайн-клієнтам розміщувати замовлення прямо на вашій сторінці, ви можете значно збільшити свій прибуток.

Тому сайт компанії це: Бізнес серйозність і перспектива. Представництво вашої компанії на ринку; найдешевший і найпопулярніший вид реклами. зручно і комерційно раціонально.

1.2.5 Детальний опис інтернет-магазину

На відміну від демонстраційних веб-сайтів, клієнти можуть перевірити наявність усіх продуктів. Через ваш інтернет-магазин ваші клієнти також можуть розміщувати замовлення, вибирати способи оплати, отримувати замовлення й отримувати рахунки на оплату. Такий сайт має бути зручним і практичним, щоб відвідувачі могли легко знайти те, що їм потрібно, надіслати товар у кошик і здійснити купівлю всього за кілька кліків.

Інтернет-магазини економлять багато грошей, тому що вам не потрібно орендувати приміщення або платити співробітникам. До інших переваг можна віднести більшу аудиторію, можливість розміщувати товари без обмежень, можливість своєчасно реагувати на зміни ринку, враховувати потреби клієнтів та інші потреби. Інтернет-магазин – це нова можливість для бізнесу. Розширення ринку збуту; Залучення широкого кола клієнтів. Зниження ціни.

Крім класифікації веб-сайтів за функціональністю, ви також можете розрізняти веб-сторінки за складністю. Є два типи його статичний сайт і динамічний сайт. Тому сайт із фіксованим набором сторінок називається статичним сайтом. Наприклад, сайти-візитки та дисплеї. Інформація на цих сторінках є суворою і може бути змінена тільки технічними експертами мережі. Цей тип його веб-сайту завантажується швидко, його можна переглядати в браузері і він вимагає мінімальних вимог до веб-сервера. Для бізнесу такий сайт - бюджетне рішення. Однак для підтримки та оновлення інформації на сторінці, як і раніше, потрібен професіонал.

У цьому плані динамічні сайти мають безліч переваг. Для управління такими веб-сторінками використовується CMS (система управління контентом). Це програмне забезпечення дає змогу оновлювати, публікувати і змінювати без професійної участі.

Загалом, вирішуйте самі, який сайт підходить для вашої компанії і яких цілей він має досягати. У будь-якому разі сторінки в Інтернеті, незалежно від їхніх характеристик, приносять додаткову або істотну користь вашому бізнесу.

1.2.6 Основні характеристики блогу

Її веб-сайт, творець теми, який оновлюється більш-менш часто і має дуже потужний соціальний компонент, який називається "можливість коментувати повідомлення".

1.3 Основні ознаки веб-маркетингу та реклами

Інтернет-маркетинг являє собою комплексне застосування традиційних маркетингових інструментів, методів і принципів з метою розміщення реклами в Інтернеті. Ключові елементи комплексу мережевого маркетингу: товари, ціни, акції та POS. Інтернет-маркетинг є невід'ємною частиною електронної комерції. Також називається інтернет-маркетингом. Інтернет-маркетинг розвивається дуже швидко порівняно з іншими видами медійного маркетингу (друк, радіо, телебачення). Він став популярний не тільки серед бізнесу, а й серед звичайних користувачів, які хочуть заробляти на просуванні ефективних сайтів і блогів.

Він заснований на трьох основних компонентах, які дають змогу розрізнити класичний та інтернет-маркетинг.

- інтерактивність – Підтримувати можна будь-якими засобами: соцмережами, налаштуваннями відвідуваності сайту, SEO.
- таргетинг – це механізм, за допомогою якого інформація може бути точно адресована цільовій аудиторії.
- веб-аналітика – на основі вашої активності ми можемо точно зрозуміти, які дії та дії підвищили інтерес до ваших продуктів, послуг або дій.

Інтернет-маркетинг включає в себе такі системні елементи, як:

- медійна реклама;
- контекстна реклама;
- пошуковий маркетинг загалом і його SEO зокрема.
- просування в соціальних мережах: SMO і SMM.
- прямий маркетинг із використанням електронної пошти, RSS тощо.
- вірусний маркетинг;
- партизанський маркетинг;
- інтернет-брендинг.

Реклама – це особлива комунікативна діяльність, що супроводжує розвиток людини в процесі розвитку людини. Історично тривалий час під поняттям реклами розуміли все, що стосується використання всіх доступних засобів комунікації для поширення інформації про товари і послуги в суспільстві. Це призвело до того, що вона відокремилася від реклами і стала розвиватися як самостійна комунікативна сфера. Важко уявити сучасне життя без реклами. Вона слідує за нами, де б ми не були: на вулицях, у магазинах, у транспорті, на телебаченні, на концертах і в найнесподіваніших місцях. Оригінальність, значущість і навіть сміливість рекламників викликають захоплення, їхня фантазія безмежна. Мало просто виробити продукт, важливо знайти споживача. Ось і доводиться масам розповідати споживачам, що важливо і цікаво, що особливого і особливого, чого немає в жодному іншому продукті. Вимоги до реклами мають бути правдивими, перевіреними і своєчасно викладеними, щоб покупці могли звернути увагу на рекламовані товари (послуги) і покупки.

1.4 Основні ознаки за типами реклами

Медійна реклама – це реклама, розміщена в ЗМІ. Термін "ЗМІ" часто використовується для позначення друкованих ЗМІ, радіо, телебачення та Інтернету. Інтернет-маркетингові компанії часто називають медійну рекламу банерною рекламою. Насправді, банерна реклама становить найбільшу частку медійної реклами, але не все. Медійна реклама включає в себе: банерну рекламу; електронну пошту (не спам); контекстну рекламу; статті зі зв'язків з громадськістю.

Найбільш привабливою частиною медійної реклами є її візуальна привабливість та інтерактивність. Відповідайте на банери. Тобто, клікнувши на банер, відвідувач одразу переходить в інтернет на своє поле, яке веде за посиланням на банер. Анімовані банери зазвичай від самого початку дозволяють інтерактивно брати участь у грі. Слоган відразу наближає

користувача до продукту або інформації про рекламований продукт. Жоден інший вид реклами не є таким інтерактивним, як банери. Контекстна реклама – один із найпопулярніших способів реклами в Інтернеті. Контекстна реклама – це банер або текстова реклама на веб-сторінці, вигляд якої одразу дає зрозуміти, що це реклама. Більшість цих банерів та оголошень розміщуються одразу під заголовком сайту, бічною панеллю або в нижній частині веб-сторінки. Тільки ті, хто зацікавлений, будуть показані на моніторі.

Таргетована реклама – це рекламний канал у соціальних мережах, орієнтований на конкретних цільових користувачів на основі чітко визначених параметрів.

Цей вид реклами з'явився приблизно в той самий час, що й соціальна мережа Net, де рекламодавці стали складати списки адрес людей, яких може зацікавити пропозиція, на основі їхніх особистих даних. Це дає змогу інтернет-магазинам і салонам краси виділяти сегменти ринку, які можуть бути цікаві широкій аудиторії. Просування в соціальних мережах – діяльність, спрямована на те, щоб максимальна кількість учасників соціальної мережі (Соціальної мережі) була поінформована про просувні нами ресурси. Концептуально просування сайту в соціальних мережах здійснюється двома способами: SMO (оптимізація в соціальних мережах) і SMM (маркетинг у соціальних мережах).

Просуваючи свій сайт в інтернет-спільнотах, вона може проводити рекламні кампанії тільки серед своєї цільової аудиторії. У цьому особливому випадку забороніть їй групу користувачів, які не мають відношення до інтернет-маркетингу. Крім того, він також дозволяє геотаргетовану рекламу, тобто просування товарів і послуг у певній географічній області. На думку експертів, ринок реклами в соціальних мережах нині є найбільш швидкозростаючим. Це підтверджує збільшення бюджетів рекламних кампаній.

Вірусний маркетинг – це спосіб впливу на цільову аудиторію, коли аудиторія свідомо або ненавмисно просуває бренд, продукт або послугу. Вірусний маркетинг – одна з тих ситуацій, коли нещасні випадки і неприємності – справа хитра. Щільна аудиторія віддає перевагу стриманій рекламі, яка привертає увагу до вашого продукту, оскільки викликає емоції. Люди із задоволенням діляться рекламою зі своїми друзями та родиною, якщо вони в цьому зацікавлені.

Мережеві інтернет-технології для використання брендів для управління брендами. Інтернет-бренди дають змогу швидко донести ваші ідеї до набагато ширшої аудиторії.

Робота зі створення інтернет-бренду може включати в себе розробку товарних знаків, товарних знаків, інформаційних баз даних, моделей позиціонування і майбутніх стратегій просування бренду.

Слоганна реклама. Незважаючи на простоту методу, слоганна (медійна) реклама дуже ефективна. Розміщуючи банерну рекламу на популярних інтернет-ресурсах, ви зможете привернути увагу великої кількості відвідувачів. Грамотно розміщений графічний банер може підвищити популярність вашого продукту і залучити більше клієнтів.

YouTube є найпопулярнішим сервісом і дає змогу всім користувачам безкоштовно публікувати свої відео. Ось чому багато рекламодавців, які просувають свої продукти, створюють цікаві оголошення для залучення своєї аудиторії.

Спільне використання декількох методів інтернет-маркетингу може підвищити ефективність просування сайту. Щоб зрозуміти, чому ви повинні просувати свій сайт, важливо враховувати, що залучення вашої цільової аудиторії є головним пріоритетом будь-якого бізнесу. Друге важливе завдання – конвертувати вашу цільову аудиторію в потенційних користувачів, які можуть стати активними і довгостроковими партнерами. Найкращим інструментом для вирішення цих завдань є SEO-просування

сайту. Ця форма маркетингу ефективніша, ніж реклама на телебаченні, у пресі або на радіо.

Грамотне просування сайту може принести величезний прибуток у рекордно короткі строки за мінімальних витрат часу та коштів. Тому в епоху інтернет-глобалізації цей вид маркетингової техніки є найбільш ефективним мета.

2 ДОСЛІДЖЕННЯ РОБОЧОЇ СТАДІЇ ПРОЕКТУ

2.1 Детальний аналіз Search Engine Optimization

SEO, скорочення від пошукової оптимізації, являє собою набір дій, спрямованих на поліпшення видимості веб-сайту в пошукових системах для цільових пошукових запитів.

"Заходи/алгоритми внутрішнього SEO-просування" – це комплекс завдань, спрямованих на підвищення рейтингу сайту в пошуковій видачі та збільшення припливу на сайт. Примітно.

Ще одне докладне визначення – розробка вебсайту, зміна середовища, аналіз поведінки користувачів, спрямований на поліпшення поточної позиції (в Google та інших пошукових системах) цільового запиту і хорошої позиції в топ-10. Низка завдань для отримання. Також створіть новий запит. Що ж стосується загальної кількості та популярності розширених пошуків, то це безпосередньо залежить від відвідуваності його пошукового сайту, а отже, і від його "розкрутки".

Набір запитів, використовуваних для просування, називається семантичним ядром сайту.

Робота з SEO оптимізації (оновлення пошукової системи) включає в себе:

- аналізуйте алгоритми ранжування пошукових систем, визначайте ключові фактори ранжування і відстежуйте інновації пошукових систем;
- поточний аналіз попиту (статистика пошукових запитів, відвідувань сайту за темою);

- створення розширеного списку запитів (семантичне ядро).
- зусилля щодо поліпшення самого сайту (внутрішня оптимізація);
- зусилля зі збільшення кількості посилань на сайт і кількість згадок в інтернеті (зовнішня оптимізація);
- аналізувати поведінку користувачів на веб-сайті та сторінках результатів (покращувати поведінкові фактори).

Відстежуйте результати (місце розташування і потік цільових запитів) і координуйте поточні графіки роботи. Позиція сайту (видимість) за цільовими запитами та пошуковий трафік за бізнес-запитами (без урахування розрахунку CPC – вартість залучення 1 цільового користувача на канал) для відстеження результатів просування й оптимізації сайту), використовуються дві важливі метрики:).

Для пошуку веб-сайту необхідно вказати:

Пошукові запити, пошуковики, напрямки просування. на діаграмі. На рис. 1 показано результати пошуку Google за ключовими словами.

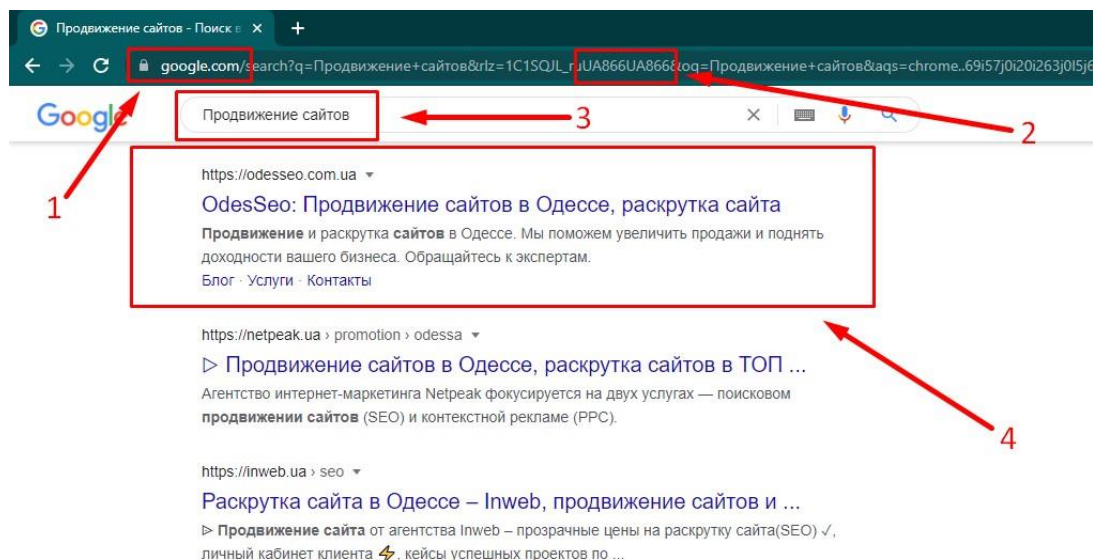


Рисунок 1 – Приклад місця розташування: 1) пошукова система;
2) регіон; 3). запит [просування та виготовлення веб-сайтів];

4) перше місце.

Для аналізу трафіку ми використовуємо системи аналізу, такі як Google Analytics. Ці системи дають змогу оцінити ваш цільовий трафік, його розмір, конкретні пошукові запити (конвертовані) та іншу корисну інформацію про SEO. на діаграмі. На рис. 2 показано приклад аналізу вхідного трафіку на ваш сайт за запитами, що містять слово "подвійний*". Цей звіт було отримано за допомогою системи аналізу Google Analytics.

Ключевое слово ?		Источники трафика		
		Сеансы ?	Новые сеансы, % ?	Новые пользователи ?
		2 755 % от общего количества: 26,51 % (10 392)	71,32 % В среднем по сайту: 78,06 % (-8,63 %)	1 965 % от общего количества: 24,22 % (8 112)
1.	дублёнки женские 2013-2014 каталог цены	220 (7,99 %)	85,91 %	189 (9,62 %)
2.	дубленки	141 (5,12 %)	81,56 %	115 (5,85 %)
3.	дубленки распродажа	109 (3,96 %)	68,81 %	75 (3,82 %)
4.	дубленки женские	81 (2,94 %)	75,31 %	61 (3,10 %)
5.	купить дубленку	72 (2,61 %)	76,39 %	55 (2,80 %)
6.	дубленка	40 (1,45 %)	62,50 %	25 (1,27 %)
7.	купить дубленку в москве женскую	40 (1,45 %)	65,00 %	26 (1,32 %)
8.	распродажа дубленок в москве	32 (1,16 %)	62,50 %	20 (1,02 %)
9.	купить дубленку в интернет магазине	28 (1,02 %)	89,29 %	25 (1,27 %)
10.	дубленка женская 2013-2014 цена	23 (0,83 %)	60,87 %	14 (0,71 %)
11.	дубленки из тосканы	22 (0,80 %)	63,64 %	14 (0,71 %)

Рисунок 2 – Аналіз трафіку: 1) пошуковий трафік веб-сайту;
2) ключові фрази; 3) абсолютне значення

Приклади пошукової оптимізації та контекстної реклами Надання результатів звичайного пошуку на вимогу (що стало можливим завдяки веб-

сайтам завдяки пошуковій оптимізації) інколи поєднується з контекстною рекламою та професійними послугами Google.

на діаграмі. На малюнку 3 показано приклад відокремлення природних результатів (SEO) від результатів реклами (контекстної реклами) у пошуковій системі Google. Google - ще один виділений результат - Google Business. на діаграмі. Рисунок 3 представляє Google Business. Перший абзац описує гібридний сервіс Google Pictures, другий абзац описує передбачувані результати органічного поширення, а наступний абзац представляє афілійованих осіб на сторінці. Розташування гібридної служби може змінюватися залежно від поведінки користувача на сторінці завдання.

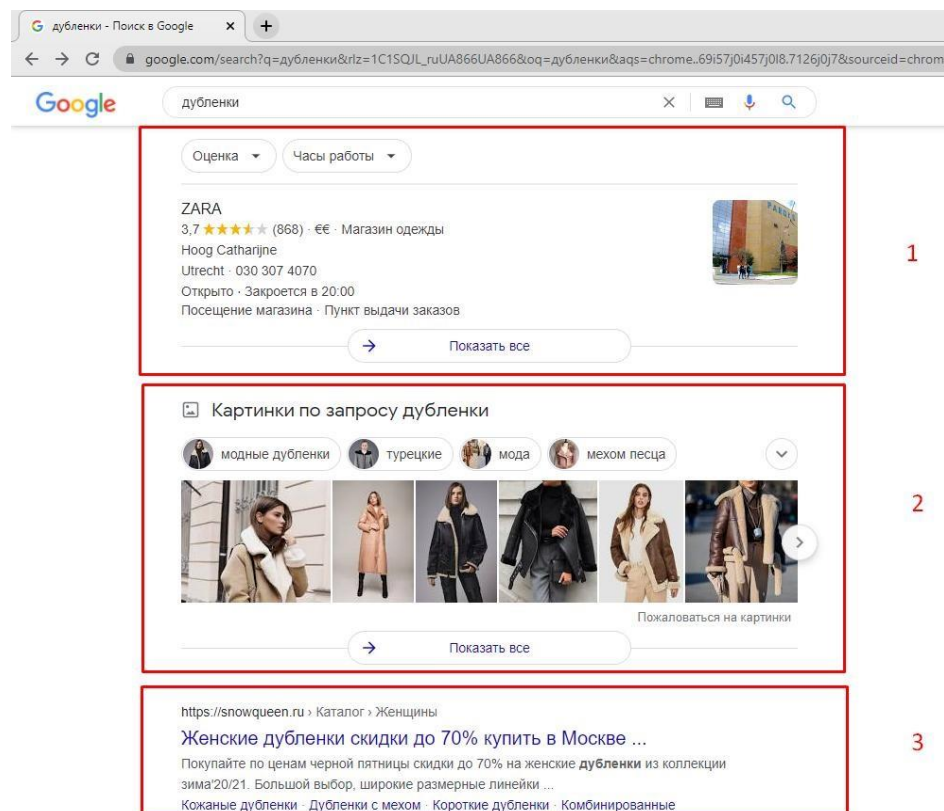


Рисунок 3 – Приклад Google Business

Оскільки немає платної реклами, результати звичайного пошуку (як правило) дуже привабливі для користувачів. Таким чином, це може підвищити довіру і збільшити кількість цільових відвідувань сайту.

Умовою досягнення результатів у SEO є повернення коштів після початку просування сайту, що займає від 3 тижнів до 9-12 місяців.

Терміни визначаються рівнем конкуренції за запитом і загальним рівнем конкуренції за темою просування. Такі фактори, як:

- вік сайту (критерії довіри пошукових систем до сайту);
- кількість сайтів, що активно просувають тему (критерій "щільності" результатів);
- загальна відвідуваність сайту (показник оцінки корисності сайту для користувачів);
- кількість і якість ресурсів, пов'язаних із рекламним сайтом (критерії авторизації ресурсів);
- кількість релевантних запитів документів на вашому сайті (оцініть відповідність вашого сайту пошуковим запитам);
- згодом кількість інструментів автоматизації, необхідних для виконання рутинних операцій у SEO та організації робочих процесів і звітів, значно скоротилася (Ahrefs/Seolib, Pixel Tools тощо).

Збільште рекламний бюджет. Не завжди є можливість прискорити Топ-10 сайтів. Верхні показники входу сильно залежать від самих пошукових систем і не можуть бути скорочені з 4-6 місяців до 1 місяця простим збільшенням бюджету. Більшість тем можуть залучити цільових відвідувачів на її сайт за низькою ціною (CPC) за допомогою SEO. Для пошукової оптимізації вартість одного відвідувача коливається від приблизно 0,1 гривні до приблизно 30 гривень, що в кілька разів нижче за аналогічні витрати, пов'язані з використанням систем контекстної реклами, що пояснює його привабливість для SEO як одного з основних каналів онлайн-реклами.

Вартість просування безпосередньо залежить від набору просувних запитів (семантичного ядра) і загальної довіри пошукових систем до сайту.

Нижче наведено загальні правила визначення кількості.

- що вища кількість, то більше конкуруючих запитів планується в топ-10 результатів запиту, і то вища вартість такої роботи;
- що вища довіра пошукових систем до сайту (вік сайту, кількість посилань на інші сайти, кількість відвідувачів) - то нижча вартість роботи;
- що більше сайтів активно просувається за вашою тематикою, то вища вартість вашої роботи.
- чим привабливіше, зручніше і дієвіше просування сайту, тим нижчі трудовитрати.

2.2 Провідні засоби для просування сайту

2.2.1 Опис сервісу Google Analytics

Google Analytics (GA) - це безкоштовний сервіс, що надається компанією.

Google генерує детальну статистику відвідувачів сайту.

Статистика збирається на її серверах Google, і користувачі просто розміщують її JS-код на своїх сторінках її веб-сайту. Код відстеження спрацьовує, коли користувач відкриває сторінку у своєму веб-браузері (у його браузері дозволено Javascript).

Безкоштовна версія не гарантує обробку понад 10 мільйонів переглядів сторінок на місяць. Ми рекомендуємо таким сайтам використовувати Google Analytics Premium (починаючи з 150 000 доларів США на рік), який може генерувати до 1 мільярда відвідувань з вересня 2011 року.

Цей сервіс інтегрований з Google AdWords. Послуга включає аналіз даних, отриманих Google Analytics, про те, звідки приходять відвідувачі, як

довго вони залишаються на сайті та де вони перебувають, що дає змогу веб-майстрам оптимізувати свою рекламну та маркетингову діяльність у Google AdWords. Це можливо. Користувачі побачать групи оголошень і ключові слова, повернуті у звіті. Також передбачено інші функції, такі як групування відвідувачів.

Користувачі сервісу можуть визначати мету і порядок перетворень. Мета полягає в тому, щоб увійти на сторінку продажів, переглянути певну сторінку або завантажити файл. За допомогою цього інструменту маркетологи можуть визначити, які рекламні кампанії успішні, і знайти нові джерела цільових аудиторій [5].

Ця служба є розширенням його аналітичної системи Urchin за запитом від Urchin Software (Google придбала компанію у квітні 2005 р.). Google продовжує пропонувати свою програму Urchin окремо. Клієнти Urchin отримують ту саму підтримку програмного забезпечення, що й до купівлі в Google. Крім того, у жовтні 2007 року було випущено нову бета-версію програми. Сервісу було запропоновано ідею адаптивних шляхів, а 2006 року його картографічний продукт був придбаний Мейджором і названий Google Analytics.

Загальна реєстрація в сервісах під брендом Google почалася в листопаді 2005 року. Однак через наплив туристів реєстрацію нових було зупинено через кілька днів. Завдяки своїй зростаючій потужності Google запрошував людей зареєструватися. З середини серпня 2006 року ця послуга доступна всім. Нову версію користувацького інтерфейсу було випущено 17 травня 2007 р.

Усі користувачі можуть додати до 50 профілів сайту. Кожен профіль зазвичай відповідає сайту.

Google Analytics представляє основну інформацію на "приладовій панелі", а більш детальна інформація доступна у вигляді звітів. Наразі доступно понад 80 різних налаштувань звітів.

15 березня 2015 р. Google випустив Google Analytics 360 Suite, нове розширення для платної версії Analytics.

Платні платформи надають інформацію, яку компанія може використовувати для розрахунку рентабельності інвестицій та ефективності маркетингу. Розширення включають Analytics 360, Tag Manager 360, Optimize 360, 360 Attribution, Audience Center 360 і Data Studio 360.

2.2.2 Опис сервісу Google AdWords

Ads (раніше AdWords) – це сервіс контекстної реклами, що надається Google. Він пропонує зручний інтерфейс і безліч інструментів для створення ефективних рекламних повідомлень. Реклама – це основний рекламний проект Google і основне джерело доходу компанії.

Створення стандартного оголошення Google Ads займає менше 30 хвилин. Цей рекламний процес можна розбити на такі вісім кроків:

- по-перше, рекламодавці повинні створити обліковий запис у Google Ads (для цього достатньо вказати адресу електронної пошти та пароль, які вони використовують для доступу до інших служб Google; Ви можете зареєструвати рекламний акаунт, використовуючи свою адресу електронної пошти);
- на кроці 6 рекламодавцям пропонується вибрати ключові слова, які будуть використовуватися для показу їхніх оголошень у пошукових запитах користувачів. Використовуйте засіб вибору ключових слів, наданий на цьому етапі, щоб вибрати ключові слова, подивитися їхню популярність (кількість запитів від користувачів) і подивитися, як ці терміни конкурують серед рекламодавців. Ви можете дізнатися.
- потім ви можете створити інші варіанти вашого оголошення (надалі ваше оголошення обиратиме найефективніший варіант, зважаючи на ваш досвід). На останньому етапі рекламодавець має обрати спосіб

оплати та ввести платіжні реквізити (способи оплати включають банківський переказ, кредитні картки Visa та MasterCard і Webmoney).

Після завершення перевірки оголошення хост заплатить відповідно до своїх вимог Google Ads, і онлайн-оголошення з'являться в Інтернеті.

Вирішуючи, кому рекламувати, і обираючи правильні ключові слова, оператори веб-сайтів можуть створювати текстові оголошення для інформування потенційних клієнтів (цільової аудиторії) про пропоновані ними продукти та послуги. Для створення спонсорованого повідомлення існують деякі редакційні правила Google Реклама, які застосовуються до опису вашого веб-сайту в спонсорованому повідомленні і до унікальних переваг пропонованого продукту або послуги. Усі оголошення проходять попередню перевірку.

Оголошення, що розміщуються в нашій рекламній системі, короткі і мають однакову структуру (назва посилання, адреса сайту і текстовий блок не більше 3-х рядків). Перший рядок до 25 символів, другий і третій його рядки до 35 символів. Рядок 4 - показує цільовий URL. Розгорнуті текстові оголошення можна використовувати для націлювання на певні країни Східної Європи та Азії (включно з Росією та Україною). Тема - 30 символів, 2 і 3 рядки - 38 символів.

Щоб вибрати найкращий набір ключових слів, вам потрібно використовувати ключові слова. Оголошення мають вибір ключових слів.

Особливості інструменту:

Вам також слід впорядкувати список ключових слів (за популярністю, історією ефективності AdWords, ціною та передбачуваною позицією оголошення на сторінці результатів пошуку Google), щоб вам було легше працювати з ключовими словами (файл .csv з різних джерел).

Варіанти пошуку за ключовими словами:

- за введеними ключовими словами;

- слова з високою клікабельністю;
- URL-адреса веб-сторінки.

Представлена статистика регулярно оновлюється. Творці оголошень можуть змінювати параметри відповідності ключових слів, щоб показувати ключові слова найбільш релевантним клієнтам, знижувати ціну за клік (CPC) або ціну за показ (CPM) і збільшувати дохід, який я можу отримати від інвестиції (ROI). Наразі існує п'ять способів таргетингу оголошень на користувачів.

Частковий збіг (налаштування за замовчуванням). Приклад. Якщо ви внесете тенісні туфлі до списку ключових слів, ваші оголошення показуватимуться за пошуковим запитом "теніс і взуття". Ці слова можна розташовувати в будь-якому порядку і комбінувати з іншими словами.

Модифікатор часткової відповідності. Виберіть за допомогою команди "+ Ключове слово". Приклад. Якщо ви введете +теніс+взуття в поле ключового слова, ваше оголошення відобразатиметься за всіма запитами, що містять слова "теніс" і "взуття". Приклад: Купіть тенісні туфлі. Види тенісного взуття, що продається в ЦУМі.

Приклад поганого тенісного взуття; На відміну від стандартної широкої відповідності модифікована широка відповідність є одним із найпопулярніших і найефективніших типів відповідності ключових слів.

Доступне модифіковане налаштування часткового збігу. Якщо у вашому пошуковому запиті використовуються схожі слова, але не синоніми (наприклад, загальні ключові слова), ви можете використовувати оператор "+" між ключовими словами для показу своїх оголошень.

Фразова відповідність. Ви можете використовувати ключове слово, уклавши його в лапки. Приклад: "взуття для тенісу" покаже оголошення на основі пошукового запиту "взуття для тенісу" (м'яке взуття для тенісу, а не взуття для тенісу) з тим самим порядком слів.

Позиціонування для цього матчу більш точне, ніж широке, але більш вільне, ніж точне.

Цілком підходить. Якщо ключове слово укладено в квадратні дужки. Приклад: [взуття для тенісу] покаже ваше оголошення тільки в тому разі, якщо ви шукаєте фразу "взуття для тенісу" в точному порядку слів і запит не містить інших запитів (запит "м'яке взуття для тенісу" не працюватиме). затицати). Це найбільш цільова гра.

негативні слова. Вони вводяться як окремі набори на рівні групи оголошень або кампанії (замість окремих слів можна використовувати іменовані списки). Приклад. Якщо як ключове слово ви виберете взуття для тенісу – розмір, знак мінус буде проігноровано як спеціальний символ, і ваше оголошення буде показано відповідно до розміру взуття для тенісу.

Важлива примітка. Під час пошуку негативних слів усі форми слова розглядаються окремо. Це означає, що крім розміру слів слід (принаймні, часто) віднімати такі параметри, як розмір, розмір, розмір.

Ви можете використовувати окрему URL-адресу видавця для кожного ключового слова або пов'язаного з ним розділу ключових слів на своєму веб-сайті.

2.3 Опис основного комплексу з технічного аудиту сайту

Технічний аудит – комплекс заходів, що виконуються для визначення ефективності сайту або окремих його частин з технічного погляду. Під час аналізу надаються рекомендації щодо виправлення виявлених помилок.

Виїзний аудит можна порівняти з технічним оглядом автомобіля. Навіть за належного догляду можуть виникати несправності, які потребують професійного огляду і заміни неправильно підібраних або зношених деталей. Щоб зрозуміти, що таке механізм технічного аудиту, розглянемо приклад. Швидко увійдіть у десятку найкращих Google або отримайте технічно надійний сайт. І навпаки, навіть якщо ваш сайт має ідеальну архітектуру,

оптимізовані метатеги та високоякісний контент, помилки у вашому кодї або непрацюючі посилання можуть вплинути на ваш рейтинг. можна забути.

Відмінності технічного аудиту від інших видів. Прийнято розрізняти такі види робіт:

- SEO-аудит (проводиться, щоб показати, наскільки добре пошукові системи знають ресурс, чи є опубліковані в тексті запити, наскільки добре працюють посилання);
- юзабіліті-аудити (такі перевірки показують привабливість ресурсу для пересічного користувача: зручність навігації по сторінках, корисність інформації, що розміщується, тощо;)
- маркетинг (ведеться робота з визначення ефективності сайту в розрізі сегментів ринку);
- Технічний (на відміну від інших технічних аудитів, що включають аналіз працездатності ресурсів).

У процесі дослідження необхідно провести наступні аспекти:

- наявність помилок у кодї;
- архітектурна правильність;
- швидкість завантаження сторінки;
- точність відповідей сервера;
- відсутність дублікатів сторінок;
- точність роботи переадресації;
- точність карти сайту і robots.txt;
- наявність битих посилань тощо.

Оптимізація ресурсів повільного завантаження сторінок, безліч помилок безглузді. Це робиться для того, щоб користувачі не витрачали час на очікування завантаження потрібної сторінки, навіть якщо це її ідеальний заголовок H1.

Технічний аудит необхідний, коли сайт тільки запускається і коли він уже працює. Цей аналіз він рекомендує робити не рідше двох разів на рік. Це дає змогу своєчасно виявляти особливості верстки, нові принципи роботи пошукових систем, інтереси користувачів тощо, а також проводити відповідну оптимізацію ресурсів. Технічні аудити мають проводитися достроково з цілої низки причин. До них належать: Низька позиція сайту при вкладенні в нього великих зусиль і грошей. Високий трафік, низька конверсія. Низька продуктивність через санкції з боку Google та інших пошукових систем.

Мета технічного аудиту – виявити функціональні проблеми з сайтом і вжити своєчасних заходів щодо їх усунення. Існує кілька варіантів проведення технічного аудиту.

Перший варіант – виконати роботу самостійно. Це метод, що вимагає мінімальних фінансових вкладень. Підходить для тих, хто не бачить у просуванні глобальних цілей і для професіоналів у цій галузі. В іншому випадку великий ризик втратити час і не отримати бажаного результату. У найпопулярніших пошукових систем є спеціальні сервіси, такі як Google Webmaster Center. Це допоможе вам проаналізувати сайт самостійно. Наприклад, Google Search Console дає змогу оптимізувати ваш сайт відповідно до вимог пошукових систем. Цей інструмент показує наявні критичні помилки та пропонує найкращі варіанти їх виправлення. Наприклад, якщо метатег показує помилку, тобто заголовок відсутній або налаштований неправильно, ви отримаєте повідомлення про те, де перебуває робот і яка дія потрібна. помилка;

Биті посилання (посилання на сторінки не знайдено, помилка 404) також не ігноруються. Робот запропонує замінити їх на правильні, прибрати тощо.

Наступний варіант – використання спеціальних програм, що допомагають аналізувати технічні аспекти різних ресурсів. Є платні (Screaming Frog, Netpeak Spider та ін.) і безплатні (RDS bar, Xenu та ін.) програми, які можна використовувати для виявлення та подальшого усунення технічних помилок, що заважають просуванню.

Screaming Frog і Netpeak Spider мають зрозумілий інтерфейс і ідеально підходять як для звичайних, так і для просунутих користувачів. Результати технічних аудитів, проведених за допомогою цих програм, можна завантажити у вигляді таблиці Excel, що значно прискорить обробку результатів. Ці програми дають змогу дізнатися, на яких сторінках зареєстровано метатеги опису та заголовка і наскільки вони унікальні в межах ресурсу. З їхньою допомогою robots.txt можна використовувати для пошуку дублікатів сторінок, які просять видалити або закрити з індексів пошукових систем.

RDS Bar – це плагін для Opera, Firefox і Chrome. Його встановлення відбувається швидше, ніж встановлення вищевказаних програм. Цей плагін надає понад 60 параметрів для аналізу сторінки. З них ви можете вибрати той, що вас цікавить, або додати новий, натиснувши "Хочу новий параметр".

Наступний крок – звернення до фахівця. Цей метод є одним із найоптимальніших способів, за допомогою якого наші фахівці можуть проаналізувати ваш сайт, надати докладні звіти про знайдені помилки та запропонувати допомогу в їх усуненні. Професійний підхід заощадить вам багато часу.

Контрольний список може бути використаний для проведення технічного аудиту. Це список технічних параметрів, які перевіряються для досягнення хороших результатів без пропусків, а також можуть використовуватися для розуміння того, на які чинники впливає технічний аналіз.

У табл.1 наведено контрольний список того, що має бути перевірено під час технічного аудиту.

Таблиця 1 – Чек-ліст з технічного аудиту

Параметр	Норма
Швидкість завантаження	Сторінка вантажиться не довше ніж семи секунд.
Розмір коду	Файл, який містить код сторінки, важить не більш 200 Кбайт.
Індексація меню	На сайті система навігації повинна бути відкритою для індексування.

Кодування	Всі сторінки сайту повинні мати одне кодування.
Розташування тега <code>body</code> і блоку контенту сторінки	Блок з контентом на сторінці повинен знаходитися поруч з тегом <code>body</code> .
Оформлення картинок	У зображень, представлених на сторінці, має бути наповнений атрибут <code>alt</code> .
Чистота коду сторінки	Опис стилів <code>CSS</code> має виноситися з коду сторінки.
Функціональність системи управління сайтом	<code>CMS</code> повинна дозволяти редагувати розміщений контент і додавати новий, прописувати метатеги, створювати нові цільові сторінки.
Коментарі до коду	Вони повинні мати невеликий розмір.
Коректність відображення тексту	Щоб текст відображався на сторінці, не потрібні <code>Flash</code> або <code>JS</code> .
Відсутність фреймів	Існують ситуації, коли наявність фреймів обгрунтовано, але краще, коли вони не використовуються на сайті.
Коректність використання <code>JS</code> -скриптів	<code>JS</code> -скрипти та <code>JS</code> -код повинен бути винесеним з коду сторінки, а скрипт – підключається в її кінці.
Наявність логотипа	Сайт повинен мати оптимізований логотип.
Коректна розмітка сторінки	Вона повинна мати тільки один заголовок <code>H1</code> . Для заголовків <code>H2</code> – <code>H6</code> повинна бути дотримана правильна вкладеність і ієрархія.
Кросбраузерність верстки	В різних браузерах ресурс повинен однаково відображатися: елементи не повинні роз'їжджатися, пропадати або перекривати один одного.
Урли понятні для людини	Користувач повинен розуміти з адреси сторінки, що на ній представлено.
Коректність <code>HTML</code> -коду	Він повинен бути перевірений валідатором.
Відсутність дублів	Сайт не повинен мати технічні дублі сторінок. У головної сторінки вони повинні бути відсутніми повністю.
Наявність дзеркал	Сайт повинен мати одне головне дзеркало.
Коректність файлу <code>robots.txt</code>	У файлі повинні ховатися від індексації технічні сторінки ресурсу, тестові домени і піддомени.
Наявність «хлібних крихт»	У них повинна відображатися логічна структура сайту.
Нормативний профіль <code>V</code> ньому мають бути відсутні биті посилання.	В ньому мають бути відсутні биті посилання.

Продовження Таблиці 1

Наявність сторінки 404 Вона повинна мати посилання на головну сторінку і хоча б на 1 розділ сайту.	Вона повинна мати посилання на головну сторінку і хоча б на 1 розділ сайту.
Коректна робота з дублями Тег link rel = "canonical" / може застосовуватися тільки при роботі з дублями.	Тег link rel = "canonical" / може застосовуватися тільки при роботі з дублями.
Правильність роботи на мобільних пристроях	Ресурс повинен пройти перевірку мобільних сторінок в Google.
Наявність позитивної репутації	Не допускається торгівля посиланнями.
Наявність іконки favicon	Вона повинна привертати увагу користувачів.
Коректність карти сайту	Кількість адрес не перевищує 50 тисяч одиниць, розмір – до 10 Мб і ін.
Відсутність вірусів	Сайт безпечний для відвідувачів.
Відсутність клоакінга	На сайті немає підміни контенту.

Технічний аналіз ресурсів охоплює не тільки пошук помилок у технічних компонентах, а й пропозицію варіантів вирішення виявлених проблем. Результатом виконаної роботи має стати докладний звіт із зазначенням виявлених проблем і можливих рішень. Результати аудиту дають нам змогу налаштувати роботу нашого сайту так, щоб отримати максимальний результат за мінімальних вкладень.

Технічний аудит ваших ресурсів – це безперервний процес виявлення та виправлення помилок на вашому сайті.

3 ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОЕКТУ

3.1 Основне визначення проекту

Основною метою цього проекту є аналіз поведінки алгоритмів пошукової оптимізації для сайтів із продажу житла. Завдання полягало в тому, щоб вийти на 110 позицій в органічно публікованих провідних запитах і отримати в кілька разів більше відвідувачів за рахунок розробки алгоритмів пошукової оптимізації веб-ресурсів.

3.2 Впровадження алгоритму пошукової оптимізації для вебресурсу

Алгоритми пошукової оптимізації веб-ресурсів – це покрокові реалізації певних завдань на сайті, що розробляються індивідуально для кожного сайту залежно від поставленого перед оптимізатором завдання.

Алгоритм оптимізації сайту, що призвів до вищевказаних результатів, складається з:

3.2.31 Основний аналіз конкурентів

SEO-аналіз конкурентів визначає, як конкуренти розвивають свої сайти. На рис. 4 і 5 показано приклади конкурентного аналізу.

	Конкуренти	Індекс Yandex	Індекс Google	Вік	Кол-во запитів	Кол-во доменів, що посилляються на сайт	Ahrefs Rank
		кол-во сторінок в індексі Yandex	кол-во сторінок в індексі Google	Вік сайту	Кол-во запитів у сайті	Кол-во доменів, що посилляються на сайт	Показатель качества ссылочной массы. Чем меньше показатель, тем лучше
Основные конкуренты	https://www.terem-pro	1 330	2 250	10 лет 5 месяцев	56 222	642	1.483.050
	https://sk.teremok	378	398	9 лет 3 месяца	17 129	178	12.340.018
	https://busina	783	957	4 года 3 месяца	33 950	246	11.169.672
	https://www.home-projects	3702	4420	11 лет 3 месяца	45 148	291	7.696.915
	https://www.mechtaevo	1 024	1 080	11 лет 1 месяц	19 798	285	6.480.349
	https://ms-hous	263	286	2 года 11 месяцев	5 992	64	14.188.050
	https://canadskaya-lba	824	734	7 лет 8 месяцев	20029	173	5.609.781

Рисунок 4 – Таблица аналізу конкурентів частину 1

Проверить наличие микроразметки	Особенности сниппетов в ПС Google	Кол-во страниц по объему (проверить по sitemap.xml)	География услуг
С помощью сервиса https://search.google.com/structured-data/testing-tool/u/0/?hl=ru выписать все типы микроразметки, которые применяются на этой странице Например Product, Article.		Переходим на карту сайта sitemap.xml домена. В поиске Ctrl+F вбиваем протокол домена/ Кол-во результатов поиска и есть кол-во страниц сайта http://prntscr.com/i5ythq	Региональные В пределах страны Международные
Organization, Product	нет	-	В пределах страны
Breadcrumb	нет	250	Региональный
hcard, BreadcrumbList, Store, Product	нет	815	Региональный
Organization, Product, BreadcrumbList	нет	1 806	Региональный
SiteNavigationElement, Organization, ListItem, Product	нет	1 383	Региональный
Breadcrumb, Product	нет	255	Региональный
Organization, ImageObject, BreadcrumbList, Product	нет	8 390 (с изображениями) 585 страниц	Региональный

Рисунок 5 – Таблица аналізу конкурентів частину 2

Наприклад, за якими ключовими словами вони рекламуються, як швидко завантажеться ваш сайт тощо. Вивчіть структуру ваших ресурсів, сторінки, які отримують найбільше трафіку, та інші критерії.

3.2.3.2 Основні характеристики збору семантичного ядра

Семантичне ядро сайту являє собою впорядкований набір слів, їхніх морфологічних форм і словосполучень, що найточніше характеризують види діяльності, товари або послуги, пропоновані сайтом. на діаграмі. 6 Надає інформацію про збір ключових слів.

Раздел	Категория	Подкатегория	Запрос	URL	URL ранжирования	Позиция в SEOLIB	Базовая частота [YWW]	Частота ** [YWW]	Частота *!# [YWW]
Дом из бруса	Дом из бруса по размеру	100x100	дом из бруса 100x100	/z-brusa/100x100	/z-brusa/100x100	16	228	33	29
Дом из бруса	Дом из бруса по размеру	100x100	дом из бруса 100 100	/z-brusa/100x100	/z-brusa/100x100	13	2066	21	5
Дом из бруса	Дом из бруса по размеру	100x100	брус 100 100 дома	/z-brusa/100x100	/z-brusa/100x100	31	2066	13	0
Дом из бруса	Дом из бруса по размеру	100x100	дом из бруса 100x100 под ключ	/z-brusa/100x100	/z-brusa/100x100	20	0	0	0
Дом из бруса	Дом из бруса по размеру	10x10	дом из бруса 10 на 10	/z-brusa/10x10	/z-brusa/10x10	40	1729	84	48
Дом из бруса	Дом из бруса по размеру	10x10	дом из бруса 10 10	/z-brusa/10x10	/z-brusa/10x10	37	1729	48	41
Дом из бруса	Дом из бруса по размеру	10x10	дома из бруса 10 на 10	/z-brusa/10x10	/z-brusa/10x10	38	1729	84	36
Дом из бруса	Дом из бруса по размеру	10x10	дом из бруса 10x10 двухэтажный	/z-brusa/10x10	/z-brusa/10x10	35	69	20	15
Дом из бруса	Дом из бруса по размеру	10x10	дом из бруса 10x10	/z-brusa/10x10	/z-brusa/10x10	34	226	18	5
Дом из бруса	Дом из бруса по размеру	10x10	проект дома из бруса 10x10	/z-brusa/10x10	/z-brusa/10x10	21	41	5	5
Дом из бруса	Дом из бруса по размеру	10x10	проекты домов из бруса 10 на 10	/z-brusa/10x10	/z-brusa/10x10	38	54	6	4
Дом из бруса	Дом из бруса по размеру	10x10	деревянный дом 10 на 10	/z-brusa/10x10	/karkasnie/10x10	62	691	6	2
Дом из бруса	Дом из бруса по размеру	10x10	одноэтажный дом из бруса 10x10	/z-brusa/10x10	/z-brusa/10x10	34	21	2	2
Дом из бруса	Дом из бруса по размеру	10x10	дом из бруса 10x10 одноэтажный	/z-brusa/10x10	/z-brusa/10x10	46	21	2	2
Дом из бруса	Дом из бруса по размеру	10x10	проект дома из бруса 10 на 10	/z-brusa/10x10	/z-brusa/10x10	20	54	6	1
Дом из бруса	Дом из бруса по размеру	10x10	проект дома 10 на 10 из бруса	/z-brusa/10x10	/z-brusa/10x10	25	54	6	1
Дом из бруса	Дом из бруса по размеру	10x10	дома из бруса 10 10	/z-brusa/10x10	/z-brusa/10x10	42	1729	48	0
Дом из бруса	Дом из бруса по размеру	10x10	дом из бруса 10 на 10 цена	/z-brusa/10x10	/z-brusa/10x10	42	174	22	0
Дом из бруса	Дом из бруса по размеру	10x10	проекты дома из бруса 10 на 10	/z-brusa/10x10	/z-brusa/10x10	35	54	6	0
Дом из бруса	Дом из бруса по размеру	10x10	дом из бруса 10 на 10 проекты	/z-brusa/10x10	/z-brusa/10x10	35	54	6	0
Дом из бруса	Дом из бруса по размеру	10x10	проект домов из бруса 10x10	/z-brusa/10x10	/z-brusa/10x10	38	41	5	0
Дом из бруса	Дом из бруса по размеру	10x10	проекты домов из бруса 10x10	/z-brusa/10x10	/z-brusa/10x10	36	41	5	0

Рисунок 6 – Таблица збору ключових слів

Семантичне ядро – це набір ключових слів і словосполучень, які користувачі використовують для пошуку сайтів в Інтернеті за темою.

3.2.3.0 Основний перелік внутрішньої оптимізації

3.2.3.1 Реалізація технічного аудиту, опис і правка помилок

Технічний аудит – комплекс заходів, що виконуються для визначення ефективності сайту або окремих його частин з технічного погляду. Під час аналізу надаються рекомендації щодо виправлення виявлених помилок. на діаграмі. На рис. 7 представлено документ технічного аналізу та рекомендації щодо усунення помилки.

Технический аудит сайта canadskaya-izba.	
1. Настроить корректное отображение фильтров	2
2. Добавить sitemap	3
3. Убрать шаблонную часть в заголовках	4
4. Исправить работу мобильной версии	4
5. Убрать дубликаты Description	6
6. Убрать дубликаты H1	7
7. Убрать дубликаты Title	7
8. Прописать отсутствующий Description	7
9. Прописать отсутствующий Alt	8
10. Заменить кодированные URL	8
11. Заменить одинаковый Title и H1	8

Рисунок 7 – Документ технічного аналізу і рекомендацій щодо виправлення помилок

3.2.3.3 Основний розгляд та пошук значень для зростання трафіку

Під час аналізу піків трафіку було обрано запити з високою частотою трафіку. на діаграмі. 8 представлено таблицю бажаних ключових слів для просування в ТОП-15 позицій.

Ключевое слово	Частота запрос	
дома цена	306024	31
недорогие дома	277627	31
проенты дом	208226	
каркасных	188432	12
дома из бруса	179947	13
каркасные дома	161683	15
деревянных домов	145244	9
деревянный дом	145232	21
дом деревянный	145232	14
деревянные дома из	145232	19
дома деревянные	145232	25
деревянные дома	145232	21
дом брус	138769	10
дом в москве купить	129276	90
каркасных домов	117382	22
каркасного дома	117379	16
дом каркасный	117379	5
каркасные дома дома	117379	14
каркасный дом	117379	24
каркасный дома	117379	12
дома каркасный	117379	15
дома каркасные	117379	13
дома из каркасные	117379	15

Рисунок 8 – Таблица пріоритетних ключових слів для просування на ТОП–15 позиціях

Крім того, сторінки були оптимізовані на основі релевантності ключових запитів шляхом застосування входжень до метатегів, тексту і заголовків.

3.2.3.3 Вивчення оптимізації внутрішніх сторінок

Приклад внутрішньої оптимізації сторінки показано на малюнку 1. 9.

Дата	URL	Изменение	Было	Стало
22.1.2021	https://canadskaya-izba.karkasnie/oftenkhem	Текст	*	-
22.1.2021	https://canadskaya-izba.karkasnie/trol-9	Текст	*	-
22.1.2021	https://canadskaya-izba.karkasnie/aberno	Текст	*	-
22.1.2021	https://canadskaya-izba.karkasnie/slavjanka	Текст	*	-
22.1.2021	https://canadskaya-izba.karkasnie/skanditavia	Текст	*	-
22.1.2021	https://canadskaya-izba.iz-ocyindrovannogo-brevna/aj	Текст	*	-
22.1.2021	https://canadskaya-izba.iz-ocyindrovannogo-brevna/dj	Текст	*	-
22.1.2021	https://canadskaya-izba.iz-ocyindrovannogo-brevna/cc	Текст	*	-
22.1.2021	https://canadskaya-izba.iz-ocyindrovannogo-brevna/kj	Текст	*	-
22.1.2021	https://canadskaya-izba.iz-ocyindrovannogo-brevna/cj	Текст	*	-
22.1.2021	https://canadskaya-izba.iz-ocyindrovannogo-brevna/dj	Текст	*	-
22.1.2021	https://canadskaya-izba.iz-ocyindrovannogo-brevna/mj	Текст	*	-
22.1.2021	https://canadskaya-izba.iz-ocyindrovannogo-brevna/gj	Текст	*	-
22.1.2021	https://canadskaya-izba.iz-ocyindrovannogo-brevna/gj	Текст	*	-
22.1.2021	https://canadskaya-izba.iz-ocyindrovannogo-brevna/vj	Текст	*	-
22.1.2021	https://canadskaya-izba.iz-ocyindrovannogo-brevna/vj	Текст	*	-
24.2.2021	https://canadskaya-izba.iz-ocyindrovannogo-brevna/le	Текст	*	верхний текст
24.2.2021	https://canadskaya-izba.iz-ocyindrovannogo-brevna/mj	Текст	*	верхний текст
24.2.2021	https://canadskaya-izba.iz-ocyindrovannogo-brevna/dj	Текст	*	верхний текст
24.2.2021	https://canadskaya-izba.iz-ocyindrovannogo-brevna/vj	Текст	*	верхний текст
24.2.2021	https://canadskaya-izba.iz-ocyindrovannogo-brevna/mj	Текст	*	верхний текст
24.2.2021	https://canadskaya-izba.iz-ocyindrovannogo-brevna/dj	Текст	*	верхний текст
24.2.2021	https://canadskaya-izba.iz-ocyindrovannogo-brevna/dj	Текст	*	верхний текст
24.2.2021	https://canadskaya-izba.iz-ocyindrovannogo-brevna/dj	Текст	*	верхний текст
24.2.2021	https://canadskaya-izba.iz-ocyindrovannogo-brevna/dj	Текст	*	верхний текст
24.2.2021	https://canadskaya-izba.iz-ocyindrovannogo-brevna/dj	Текст	*	верхний текст
24.2.2021	https://canadskaya-izba.iz-ocyindrovannogo-brevna/dj	Текст	*	верхний текст
24.2.2021	https://canadskaya-izba.iz-ocyindrovannogo-brevna/dj	Текст	*	верхний текст
22.4.2021	https://canadskaya-izba.iz-brusa/5x6	Техничка	*	добавлен AggregateRating
22.4.2021	https://canadskaya-izba.iz-ocyindrovannogo-brevna/8j	Техничка	*	добавлен AggregateRating
22.4.2021	https://canadskaya-izba.iz-brusa/9x9	Техничка	*	добавлен AggregateRating
22.4.2021	https://canadskaya-izba.karkasnie/7x9	Техничка	*	добавлен AggregateRating
22.4.2021	https://canadskaya-izba.karkasnie/pristreika	Техничка	*	добавлен AggregateRating
22.4.2021	https://canadskaya-izba.iz-ocyindrovannogo-brevna/150-r	Техничка	*	добавлен AggregateRating
22.4.2021	https://canadskaya-izba.iz-brusa/5x5	Техничка	*	добавлен AggregateRating
22.4.2021	https://canadskaya-izba.iz-brusa/7x8	Техничка	*	добавлен AggregateRating
22.4.2021	https://canadskaya-izba.iz-brusa/do-100-m2	Техничка	*	добавлен AggregateRating
22.4.2021	https://canadskaya-izba.iz-ocyindrovannogo-brevna/profil	Техничка	*	добавлен AggregateRating

Рисунок 9 – Таблица внутрішньої оптимізації сторінок

Створено метатеги під час оптимізації внутрішніх сторінок: заголовок, опис, h1, заголовки та списки в тексті, виправлення дрібних помилок у технічній частині сайту.

3.2.3.4 Реалізація мікророзмітки

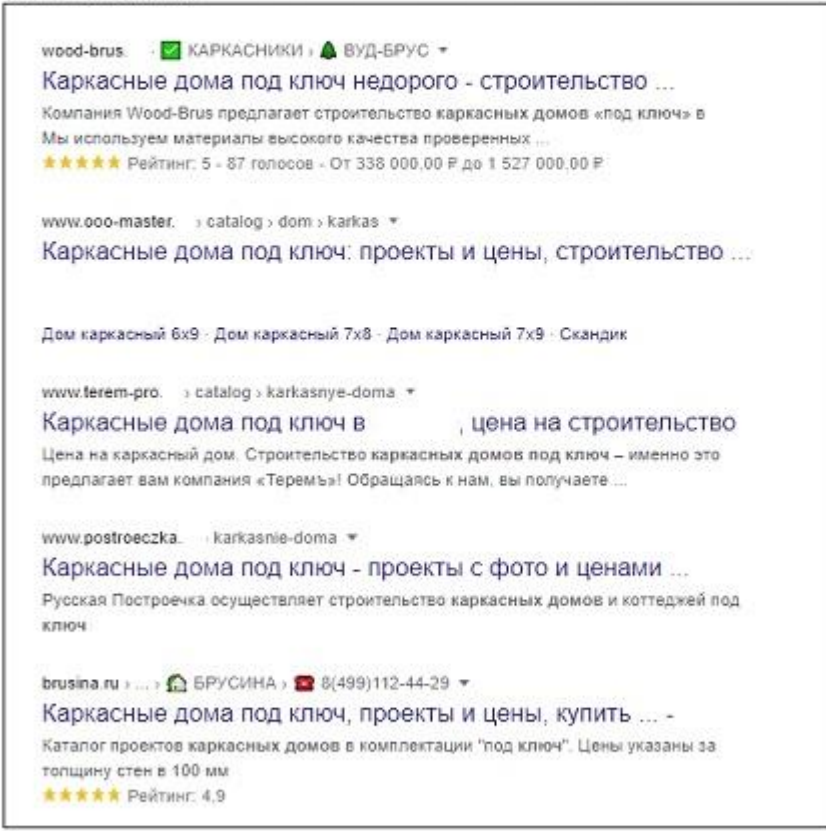
Приклад впровадження мікророзмітки представлений на рис. 10

ТЗ по улучшению сниппетов в поисковой выдаче
[Canadskaya-izba.](#)

1. Разметка AggregateRating

Улучшить сниппет можно через добавление разметки AggregateRating на страницы категорий.

Скриншот выдачи



The screenshot shows search results for 'каркасные дома под ключ'. The first result is from wood-brus.ru, featuring a green checkmark icon, the text 'КАРКАСНИКИ | ВУД-БРУС', and a star rating of 5. The second result is from www.ooo-master.ru, showing a breadcrumb trail 'catalog > dom > karkas' and a star rating of 5. The third result is from www.ferem-pro.ru, showing a breadcrumb trail 'catalog > karkasnye-doma' and a star rating of 4.9. The fourth result is from www.postroeczka.ru, showing a breadcrumb trail 'karkasnie-doma' and a star rating of 4.9. The fifth result is from brusina.ru, showing a phone number '(499)112-44-29' and a star rating of 4.9.

Реализована разметка AggregateRating у конкурентов через микроданные, то есть html-тегами.

Скриншот кода страницы <https://wood-brus.ru/doma-iz-brusa>

Рисунок 10 – Документ аналізу і рекомендацій щодо впровадження мікророзмітки

Приклад реалізації мікроданих показано на малюнку 1.10

Впровадження розмітки схеми на сайті для отримання розширених фрагментів в органічній видачі створив своє ТЗ для програмістів і написав такі види мікророзмітки:

- сукупний рейтинг;

- хлібні крихти;
- організація;
- дисертація;
- особистий;
- товар;
- додано яскраві емодзі в мету.

3.2.3.5 Детальний опис реалізації перелінковки

Далі, щоб збільшити внутрішню кількість посилань на сторінці та краулінговий бюджет, ми перелінкували сторінку, збільшивши її позицію та відвідуваність сторінки (рис. 11).

Дата	Изм	Было
19.3.2021	https://canadskaya-izba.ru/iz-ocylindrovannogo-brevna/0/	Перелінковка на мобільні бани
19.3.2021	https://canadskaya-izba.ru/iz-ocylindrovannogo-brevna/1/	Перелінковка на мобільні бани
19.3.2021	https://canadskaya-izba.ru/iz-ocylindrovannogo-brevna/1/	Перелінковка на мобільні бани
19.3.2021	https://canadskaya-izba.ru/iz-ocylindrovannogo-brevna/8/	Перелінковка на мобільні бани
19.3.2021	https://canadskaya-izba.ru/iz-ocylindrovannogo-brevna/6/	Перелінковка на мобільні бани
26.4.2021	https://canadskaya-izba.ru/brick-house/dom-004/	Перелінковка на мобільні бани
26.4.2021	https://canadskaya-izba.ru/brick-house/dom-008/	Перелінковка на мобільні бани
26.4.2021	https://canadskaya-izba.ru/brick-house/dom-001/	Перелінковка на мобільні бани
26.4.2021	https://canadskaya-izba.ru/brick-house/dom-006/	Перелінковка на мобільні бани
26.4.2021	https://canadskaya-izba.ru/iz-brusa/house-from-a-bar-of-c/	Перелінковка на мобільні бани
26.4.2021	https://canadskaya-izba.ru/brick-house/dom-007/	Перелінковка на мобільні бани
26.4.2021	https://canadskaya-izba.ru/iz-brusa/lakeside/	Перелінковка на мобільні бани
26.4.2021	https://canadskaya-izba.ru/iz-brusa/romashkovo/	Перелінковка на мобільні бани
26.4.2021	https://canadskaya-izba.ru/doma-iz-sip-panelej/svetli/	Перелінковка на мобільні бани
26.4.2021	https://canadskaya-izba.ru/karkasno-shitovie/huntsman/	Перелінковка на мобільні бани
26.4.2021	https://canadskaya-izba.ru/karkasnye-bani/banja-medved/	Перелінковка на мобільні бани
26.4.2021	https://canadskaya-izba.ru/karkasnye-bani/suite/	Перелінковка на мобільні бани
26.4.2021	https://canadskaya-izba.ru/karkasnye-bani/kupava/	Перелінковка на мобільні бани
26.4.2021	https://canadskaya-izba.ru/karkasnye-bani/zhemchuzhina/	Перелінковка на мобільні бани
26.4.2021	https://canadskaya-izba.ru/karkasnye-bani/sap/	Перелінковка на мобільні бани
26.4.2021	https://canadskaya-izba.ru/brick-house/dom-003/	Перелінковка на мобільні бани
20.5.2021	https://canadskaya-izba.ru/karkasnye-bani/acteon/	Перелінковка на мобільні бани
20.5.2021	https://canadskaya-izba.ru/karkasnye-bani/banya-mini/	Перелінковка на мобільні бани
20.5.2021	https://canadskaya-izba.ru/karkasnye-bani/sanduny2/	Перелінковка на мобільні бани
20.5.2021	https://canadskaya-izba.ru/karkasno-shitovie/bustah/	Перелінковка на мобільні бани
20.5.2021	https://canadskaya-izba.ru/karkasno-shitovie/vologda/	Перелінковка на мобільні бани
20.5.2021	https://canadskaya-izba.ru/karkasno-shitovie/dagomys/	Перелінковка на мобільні бани
20.5.2021	https://canadskaya-izba.ru/karkasno-shitovie/darnitsya/	Перелінковка на мобільні бани
20.5.2021	https://canadskaya-izba.ru/karkasno-shitovie/enisey/	Перелінковка на мобільні бани
20.5.2021	https://canadskaya-izba.ru/karkasno-shitovie/essey/	Перелінковка на мобільні бани
20.5.2021	https://canadskaya-izba.ru/karkasno-shitovie/lama/	Перелінковка на мобільні бани

Рисунок 11 – Таблиця проведених робіт по впровадженню перелінковки на сторінки сайту

3.2.5 Детальна характеристика зовнішньої оптимізації закупівлі посилань

Було побудовано стратегію зі збільшення посилального обсягу сайту

- 10 – крауд-посилань;
- 5 – статей через біржі + 10 посилань в довідниках;
- 20 – крауд-посилань + 5 посилань в довідниках;
- 10 – статей через біржу;
- 20 – крауд-посилання.

Оскільки посилальний профіль є одним із чинників ранжування в пошукових системах, ми побачили збільшення трафіку і вищу позицію в результатах звичайного пошуку (рис. 12).

Дата	Изм	Было	Стало	Группа
26.2.2021	https://canadskaya-izba	Ссыл *	http://sovross.ru/articles/2090/50991	
26.2.2021	https://canadskaya-izba	Ссыл *	https://cultmoscow.com/poleznoe/medvixhimosty-chem-raznitsa-mezhdu-domom-i-dachej/	
26.2.2021	https://canadskaya-izba	Ссыл *	http://www.ultracomput.ru/65711	
26.2.2021	https://canadskaya-izba	Ссыл *	https://figis.ru/blog/item-16886	
26.2.2021	https://canadskaya-izba	Ссыл *	http://allpravda.info/fasad-doma-i-nanzhnyaya-otdelka-doma-kakim-dolzhen-byt-sovremennyy-dom-ctob	
20.3.2021	https://canadskaya-izba	ИЗ-brusa/profilirovannogo	Ссыл *	http://life-crimea.com/forum/thread-2011/
20.3.2021	https://canadskaya-izba	ИЗ-brusa/profilirovannogo	Ссыл *	https://forum.bayrum.ru/topic/4827-stroik-li-dom-iz-brusa-pod-kluych/
20.3.2021	https://canadskaya-izba	ИЗ-brusa/profilirovannogo	Ссыл *	https://lubercy.kbb.ru/viewtopic.php?id=768#p2149
20.3.2021	https://canadskaya-izba	ИЗ-brusa/profilirovannogo	Ссыл *	https://mpab.ru/forum/?PAGE_NAME=message&FID=1&TID=2057&TITLE_SFO=2057-stroitelstvo-bani-
20.3.2021	https://canadskaya-izba	ИЗ-brusa/200x200	Ссыл *	https://www.okna55.ru/phpBB3/viewtopic.php?f=22&t=82524&p=222114#p222114
20.3.2021	https://canadskaya-izba	ИЗ-brusa/pod-usadku	Ссыл *	https://smetdlysmet.ru/forum/viewtopic.php?f=22&t=10755&p=26563#p26563
20.3.2021	https://canadskaya-izba	ИЗ-brusa/profilirovannogo	Ссыл *	http://stroitelni-portal.ru/forum/thread11379-1.html#69520
20.3.2021	https://canadskaya-izba	ИЗ-brusa/profilirovannogo	Ссыл *	https://pro100dom.org/forum/73-9300-1#68844
20.3.2021	https://canadskaya-izba	ИЗ-brusa/150x150	Ссыл *	http://vn.best-city.ru/forum/thread540005649/
20.3.2021	https://canadskaya-izba	ИЗ-brusa/150x150	Ссыл *	http://www.forum.zavolgie.ru/viewtopic.php?f=24&t=68118&p=101823&sid=f43a2ce993657937922f9004
20.3.2021	https://canadskaya-izba	ИЗ-brusa/150x150	Ссыл *	http://www.engineer-constructor.ru/index.php/topic/440162-%d1%81%d1%82%d1%80%d0%be%d0%b8
20.3.2021	https://canadskaya-izba	ИЗ-brusa/150x150	Ссыл *	http://www.dkd.ru/forum/derevyannie-doma/9170/
20.3.2021	https://canadskaya-izba	ИЗ-brusa/200x200	Ссыл *	https://www.izhforum.info/forum/izhevsk/viewtopic.php?f=13&t=128381&p=249142#p249142
20.3.2021	https://canadskaya-izba	ИЗ-brusa/150x150	Ссыл *	http://partnensia.net/post/158566.html#p158566
20.3.2021	https://canadskaya-izba	ИЗ-brusa/150x150	Ссыл *	http://forum.ssa.ru/cat-stroitelstvo-doma-bani-kotteja/topic-20823.html
15.4.2021	https://canadskaya-izba	ИЗ-brusa/sip-panelei	Ссыл *	https://kakpravilnosdelat.ru/dom-iz-brusa-dlya-zimnego-prozhivaniya-doma-iz-brusa-dlya-pmzh/
15.4.2021	https://canadskaya-izba	ИЗ-brusa/sip-panelei	Ссыл *	https://idnaop.com/article/cat31/1833/
15.4.2021	https://canadskaya-izba	ИЗ-brusa/sip-panelei	Ссыл *	http://agro-portal.su/it-stati/19457-tehnologiya-stroitelstva-karkasnoo-doma.html
15.4.2021	https://canadskaya-izba	ИЗ-brusa/sip-panelei	Ссыл *	https://onezdoparanoika.ru/news/26385-banya-bochka-karkasnaya-ii-traditsionnaya-banya-chto-vybrat.html
15.4.2021	https://canadskaya-izba	ИЗ-brusa/sip-panelei	Ссыл *	https://center-bereg.ru/svoj-dom-ii-kyarira-preimushhestva-i-nedostatki.html
15.4.2021	https://canadskaya-izba	ИЗ-brusa/sip-panelei	Ссыл *	http://stroibloger.com/banya-s-mansardoj-kak-mozhno-ispol-zovat-dopolnitelny-j-e-tazh/
15.4.2021	https://canadskaya-izba	ИЗ-brusa/sip-panelei	Ссыл *	https://krovati-i-divany.ru/sovetyi/stoimost-karkasnoo-doma-pod-kluych-za-vse-etapy-rabot.html
15.4.2021	https://canadskaya-izba	ИЗ-brusa/sip-panelei	Ссыл *	http://allremont.com/article/-kak-pravilno-krepit-osb-plity
15.4.2021	https://canadskaya-izba	ИЗ-brusa/sip-panelei	Ссыл *	https://moinstrumenty.ru/svezhle-zapisi/sip-panell-luchshij-material-dlya-stroitelstva-domov.html
15.4.2021	https://canadskaya-izba	ИЗ-brusa/sip-panelei	Ссыл *	http://promeat-industry.ru/stroitelstvo/4914-doma-po-sip-tehnologii-kachestvo-i-osobnosti-materiala-dly
16.4.2021	https://canadskaya-izba	ИЗ-brusa/krasnodar	Ссыл *	https://zarabotau.ipb.su/index.php?act=ST&f=198t=9841
16.4.2021	https://canadskaya-izba	ИЗ-brusa/krasnodar	Ссыл *	https://lavochka.ipb.su/index.php?showtopic=1664
16.4.2021	https://canadskaya-izba	ИЗ-brusa/the-project-of-the-cou	Ссыл *	https://www.baby-countr.ru/forum/topic.php?forum=21&topic=3896
16.4.2021	https://canadskaya-izba	ИЗ-brusa/the-project-of-the-cou	Ссыл *	https://forum.shareman.tv/viewtopic.php?f=39&t=44772
16.4.2021	https://canadskaya-izba	ИЗ-brusa/the-project-of-the-cou	Ссыл *	https://smetdlysmet.ru/forum/viewtopic.php?f=8&t=11266
16.4.2021	https://canadskaya-izba	ИЗ-brusa/the-project-of-the-cou	Ссыл *	http://samaramed.ru/forum/health/topic_15861.html
16.4.2021	https://canadskaya-izba	ИЗ-brusa/terem	Ссыл *	http://mailprofi.7910.org/forum/showthread.php?tid=3468&fid=3&block=0
16.4.2021	https://canadskaya-izba	ИЗ-brusa/terem	Ссыл *	http://mockwa.com/forum/thread-95398/
16.4.2021	https://canadskaya-izba	ИЗ-brusa/terem	Ссыл *	http://life-crimea.com/forum/thread-20341/

Рисунок 12 – Таблица закупівлі посилань на сторінок

Крім того, показники посилального профілю сайту вимірюються параметрами "Рейтинг домену", "Рейтинг URL", "Рейтинг Ahrefs" і "Трафік служби Ahrefs" (рис. 13).

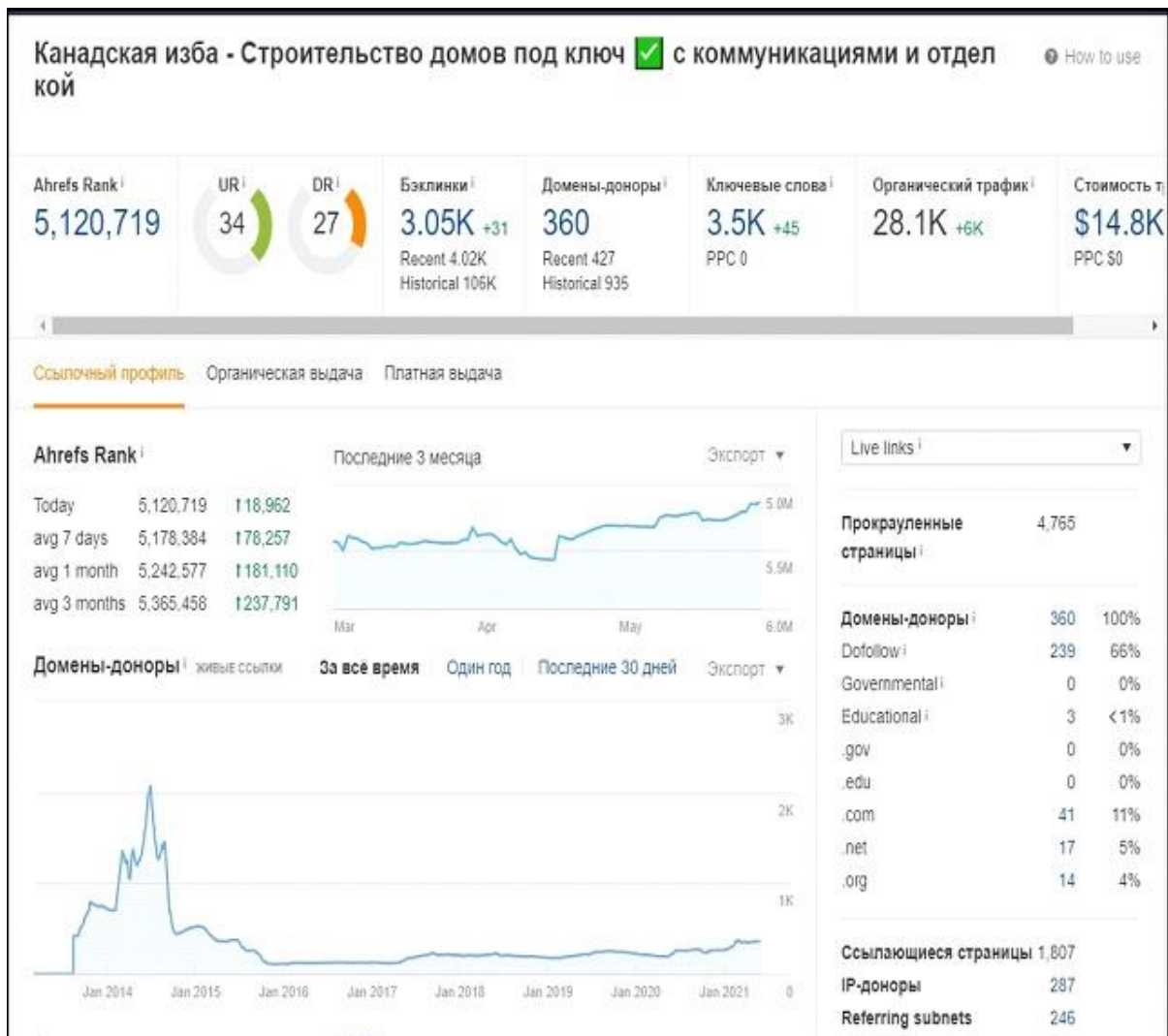


Рисунок 13 – Посилальний профіль сайту з сервісу Ahrefs

3.2.5 Аналіз поведінкового чиннику ранжирування

Аналіз описує поліпшення на основі аналізу поведінкових факторів. Мобільна версія сайту була детально проаналізована у зв'язку з її популярністю у користувачів (рис. 14).

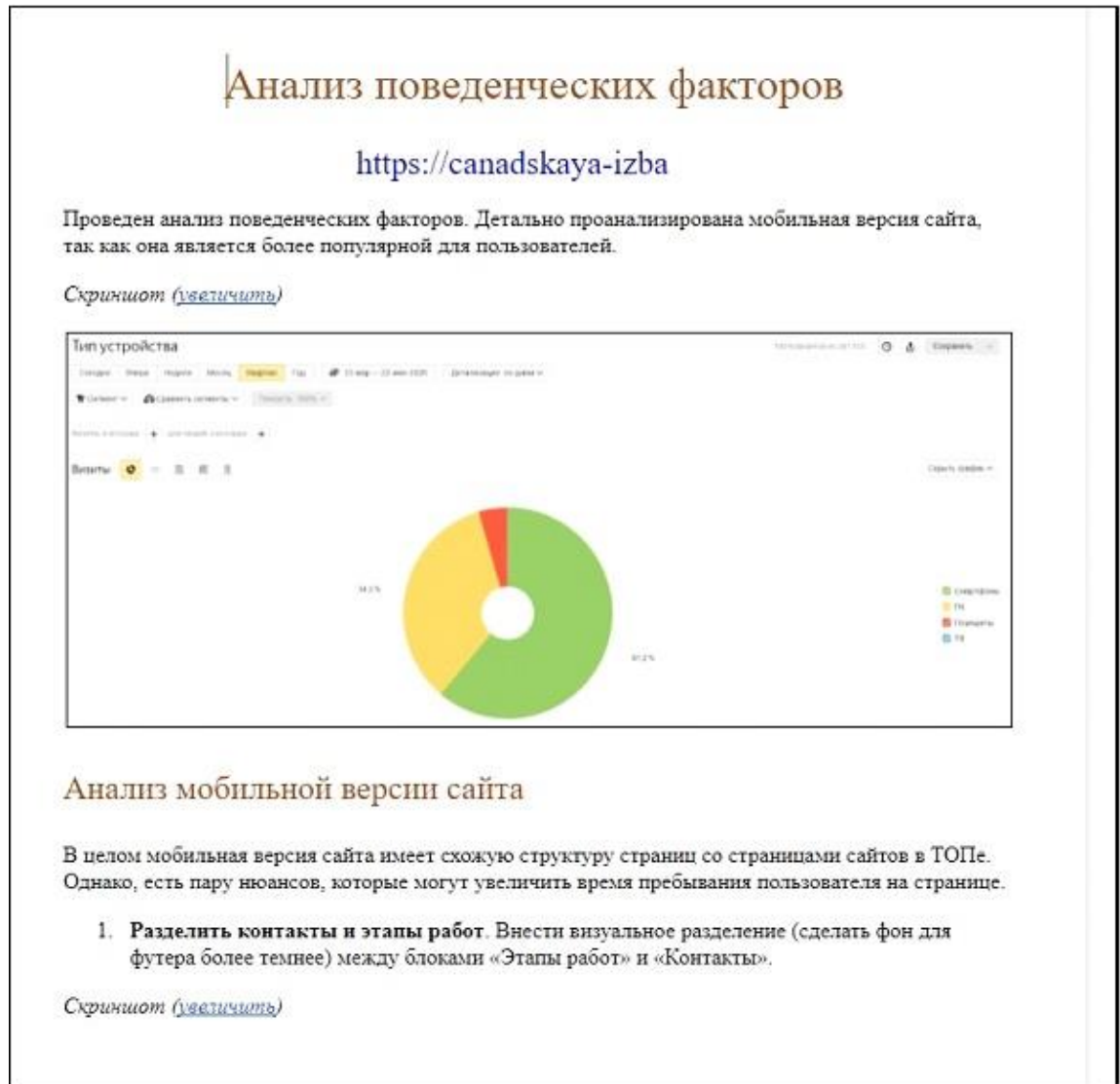


Рисунок 14 – Документ аналізу і рекомендацій поведінкових факторів

Загалом мобільна версія сайту має схожу структуру сторінок із топовими сторінками сайту. Однак є деякі нюанси, які можуть збільшити час перебування користувачів на сторінці:

- Для розділення контактів та етапів роботи введіть візуальний поділ між блоками "етапи роботи" та "контакти" (для футера слід обрати темний фон).
- Унікальність картки товару (збільшення унікальності картки товару та ідентифікація відео на сторінці у випадковому порядку).

- Балкони і тераси в один рядок (для поліпшення вигляду мобільної версії сайту перемістіть елементи фільтра в один рядок).
- мобільна версія сторінок сайту (потрібно оптимізувати мобільну версію сторінки "Гендер вдома в подарунок" і створити ТЗ на оптимізацію сторінки під мобільні пристрої);
- Деякі картки товарів також не оптимізовані для мобільних пристроїв. Він має створити ТЗ для відбору проблемних карток та їх редагування. Необхідно відібрати проблемні картки і скласти ТЗ на їх редагування.

Аналіз десктопної версії сайту не виявив явних проблем, що погіршують поведінкові фактори. Щоб підвищити значущість сторінок категорій, потрібно бачити роботу з наповнення таких сторінок корисним контентом, що дає додаткову інформацію користувачам. Це таблиці, огляди, ліцензії тощо. Картки товарів містять дуже багато корисної інформації, а категорії мають тільки список карток товарів.

Також розглядалося питання нанесення одного з її водяних знаків на всі зображення будинку.

3.2.6Опис комерційного фактору ранжирування

Цей аналіз описує поліпшення, що ґрунтуються на порівнянні його двох версій сайту (поточний дизайн сайту і планований дизайн сайту). Аналізи проводили за 15 комерційними факторами. Ось деякі рекомендації, які слід виконати (рис. 15):

- контакти не мають можливості спілкуватися через месенджер, оскільки основна категорія відвідувачів заходить із мобільної версії. Важливо додати у свої контактні дані можливість спілкування через WhatsApp, Telegram, Viber або Skype.

- у новій версії сайту немає подробиць. Це досить необхідний елемент будь-якого комерційного сайту.

Анализ коммерческих факторов сайта [canadskaya-izba](http://canadskaya-izba.ru)

Мы будем сравнивать две версии сайта: актуальный и планируемый дизайн сайта. Проведён анализ по 15 коммерческим факторам. Ниже перечислены рекомендации, которые нужно внедрить:

1. **В контактах отсутствует возможность для связи с Вами через мессенджеры.** Так как основная категория посетителей приходит с мобильной версии, важно в контактные данные добавить возможность для связи через WhatsApp, Telegram, Viber или Skype.
2. **В новой версии сайта отсутствуют реквизиты.** Это достаточно необходимый элемент коммерческого сайта.

Скриншот актуального дизайна сайта ([увеличить](#))

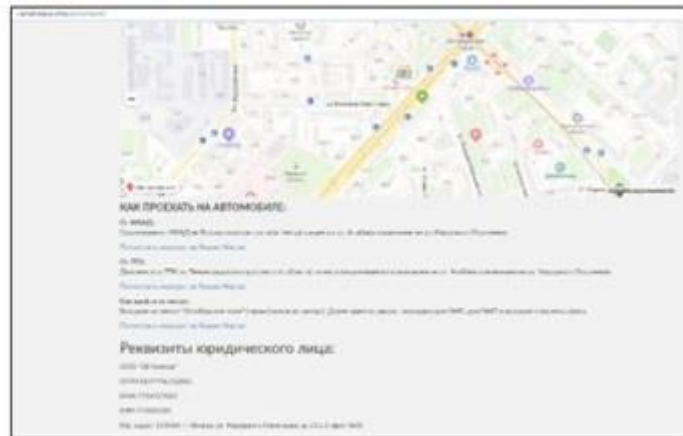


Рисунок 15 – Документ аналізу і рекомендацій комерційних факторів

- не повністю заповнені контактні дані офісу Синдика. На обох версіях сайту відсутня інформація про те, як дістатися до офісу.
- введіть необхідну інформацію в розділ офісу "Синдика", як і в будь-який інший офіс.
- відсутність інтерактивної карти (у новому шаблоні тільки одна інтерактивна карта).
- наповнити інші офіси інтерактивними картами, як це було зроблено в офісі "Біла Дача".

- фото офісу (як це зроблено в поточному дизайні, додайте фото офісу і за можливості додайте кілька фото з різних ракурсів);
- знижки на житло (в обох версіях сайту діють знижки, зазначені в каталозі, але пересічний відвідувач не зовсім розуміє, що означають ці дати)
- немає розділу поширених запитань (щоб користувачі могли отримати необхідну їм інформацію).

3.4 Перелік опису структури сайту

Типи структур сайту

Процес створення будь-якого сайту чи його реконструкції починається із розробки структури. Необхідно сформулювати скільки та яких розділів і підрозділів доцільно зробити, скільки сторінок має бути у кожному з розділів (підрозділів). Особливу увагу доцільно надати повноті охоплення, логіці подачі матеріалу.

Така класифікація, звичайно, є загальною, і структура багатьох сайтів може бути комбінацією основних видів, а іноді і зовсім не підходити ні під один з описів.

Лінійна структура сайту

Це найпростіша структура сайту. Web-сторінки йдуть одна за одною, користувач повинен переглядати їх як презентацію чи слайд-шоу.



Рисунок 15 – Лінійна структура сайту

У лінійній структурі немає поділу контенту (сторінок) на рівні. Всі сторінки на таких сайтах рівноправні, і їх слід побачити кожен відвідувач.

Реалізувати такий вид структури дуже легко, так як у більшості випадків вона є набором html-сторінок, з кожної з яких є посилання на наступну-попередню.

Дуже важливо, щоб на кожній сторінці сайту були назва та посилання на першу сторінку, бажано також вказувати загальну кількість сторінок та позначати ту, на якій користувач зараз знаходиться. Але навіть при створенні сайту з такою простою структурою веб-майстра припускаються помилок. Таким чином, створюється своєрідна карта проекту, яка допомагає відвідувачу здійснювати перегляд сайту.

Особливості лінійної структури сайту

1. Акцент однією продукте;
2. Можливість викласти великий обсяг спеціалізованої чи маркетингової інформації;
3. «По дефолту» очевидний процес купівлі товару, що може бути спроектований з специфіки товару.
4. Приклад: сервіс для покращення тексту "Главред"

Область застосування лінійної структури сайту

Область застосування сайтів із лінійною структурою чітко обмежена. Вона може використовуватись на іміджевих сайтах (т.зв. "візитних картках") та в онлайн навчальних посібниках.

Лінійна структура з альтернативними варіантами

Цей вид структури дуже схожий на лінійну, з тією лише відмінністю, що користувачі мають більше варіантів для пошуку інформації, а точніше – вибір

між двома гілками. Наприклад, коли на сайті поділяються корпоративні та приватні клієнти.

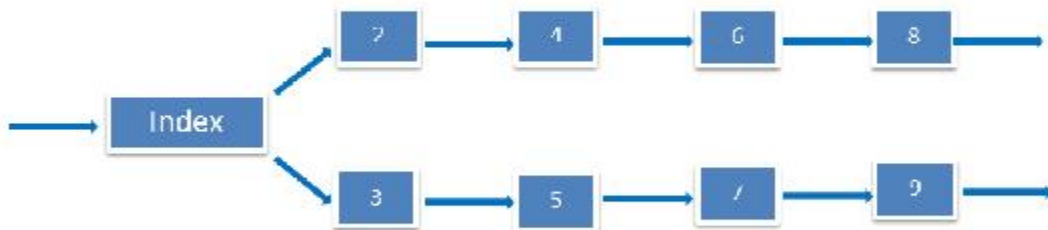


Рисунок 16 – Лінійна структура сайту з альтернативним варіантом А

Область застосування лінійної структури сайту

Найчастіше подібна структура використовується для заповнення форм реєстрації відвідувачів сайту. В цьому випадку всі люди починають роботу зі стартової сторінки. Однак потім приватним особам пропонується запровадити одну інформацію, а представникам комерційних структур іншу.

Досить часто зустрічається ситуація, коли вже "розділені по гілках" відвідувачі проте зустрічаються на будь-якій сторінці - наприклад, оплата або відгук про роботу.

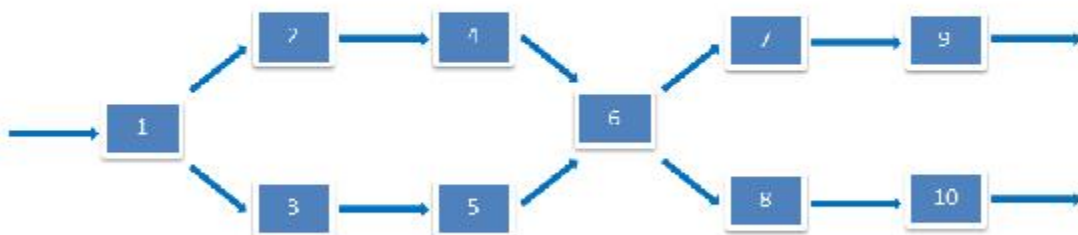


Рисунок 17 – Лінійна структура сайту з альтернативним варіантом Б

Лінійна структура сайту з відгалуженнями

Ця структура аналогічна дорозі з множинними відгалуженнями від неї. Людина переходить з однієї сторінки на іншу у строгой послідовності як при лінійній структурі. Однак відвідувач у разі потреби може завжди перейти на інше відгалуження, а потім повернутися назад.

Основною перевагою лінійної структури з відгалуженнями – це відносно нескладна можливість web-майстрам перейти на неї зі звичайної лінійної структури. При розвитку сайту часто виникає необхідність. Контент сильно розростається і необхідно покращити навігацію.

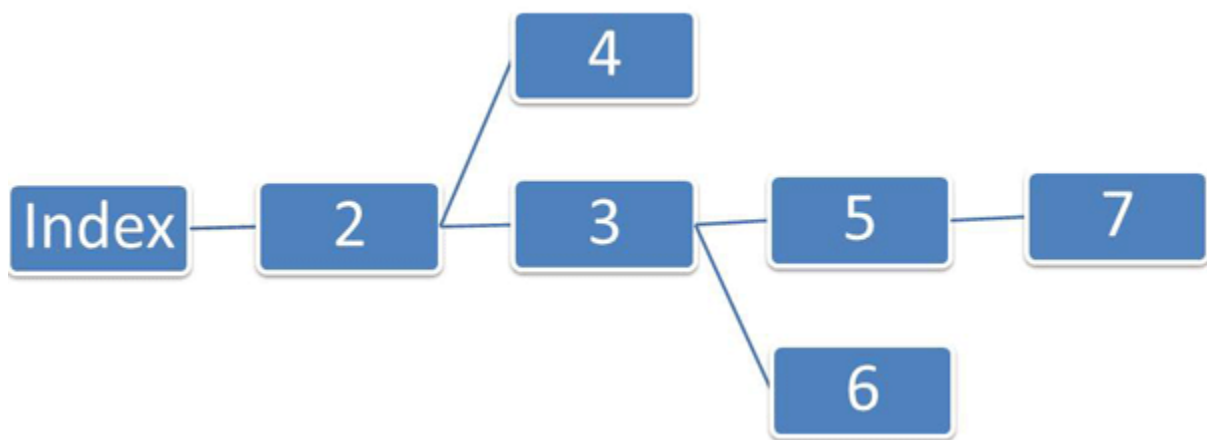


Рисунок 18 – Лінійна структура сайту з відгалуженнями

Це трохи складніша структура, властива невеликим корпоративним ресурсам, сайтам-візиткам, деяким авторським блогам. Як правило, тут також немає розділів, а є лише окремі статичні сторінки. Але посилання на всі ці сторінки (або більшість з них) розміщені на головній. Завдяки цьому система навігації тут дуже проста та інтуїтивно-зрозуміла, а доступ до всіх сторінок здійснюється лише за 1 або 2 кліки. Характерний приклад сайту з подібною

структурою - візитівка якоїсь фірми (з головної проставлені посилання на сторінку з каталогом товарів, прайс-листом, контактними даними, вакансіями тощо).

Гратчаста структура сайту

Одна з найскладніших структур сайту, де всі документи розташовуються у різних гілках. Однак відвідувач може легко переміщатися цими гілками як горизонтально (зліва направо або між гілками на різних рівнях), так і вертикально (зверху вниз).

Цей вид структури характерний переважно для каталогів статей чи посилань.

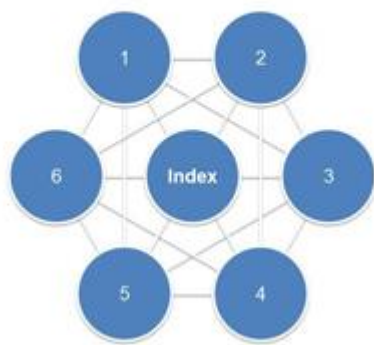


Рисунок 19 – Гратчаста структура сайту

На перший погляд, вона дуже зручна для користувачів, але для звичайних сайтів її краще не використовувати.

Справа в тому що:

- Гратчасту структуру складно створити, тому що доведеться довго копатися в кодї або налаштовувати під неї CMS
- при організації гратчастої структури можна легко заплутатися не тільки користувачеві під час пошуку інформації, але й самому веб-майстру при розміщенні контенту

- на сайті розміщується велика кількість гіперпосилань, тому застосування ґратової структури обмежене для великих сайтів

Деревоподібна структура сайту

Деревоподібна структура сайту часто використовується багатьма веб-майстрами як найоптимальніша.

Ідея застосування такої структури полягає в тому, що людина має вибір і можливість як з головної сторінки сайту, так і будь-якої іншої, перейти в будь-який розділ, підрозділ і на конкретну сторінку (документ).

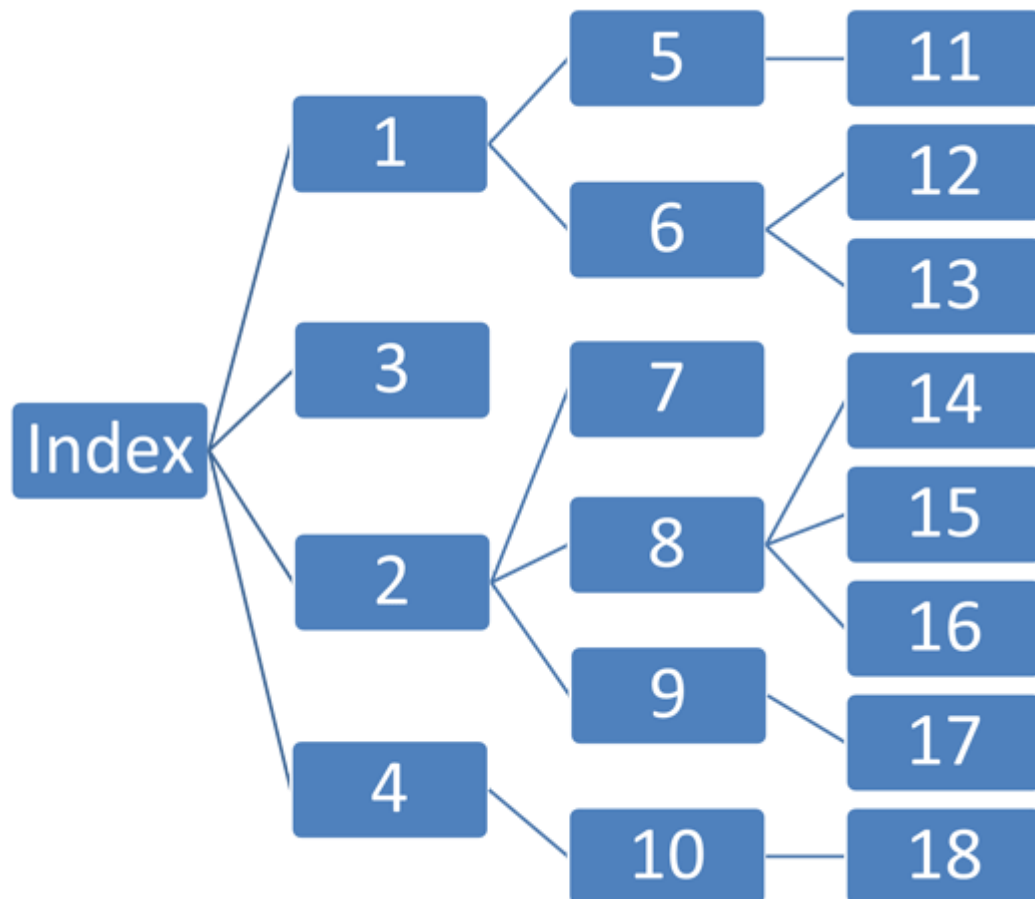


Рисунок 20 – Деревоподібна структура сайту

Переваги деревоподібної структури сайту

- Головна перевага деревоподібної структури сайту – універсальність. Деревоподібна структура чудово може підійти для

будь-якого виду сайту, будь то домашня веб-сторінка, сайт-візитка, корпоративний сайт, портал або каталог.

- Чудова навігація. Ідея застосування такої структури полягає в тому, що людина має вибір і можливість як з головної сторінки сайту, так і будь-якої іншої, перейти в будь-який розділ, підрозділ і на конкретну сторінку (документ).
- Велика гнучкість. Хоча на звичайному HTML таку структуру сайту практично неможливо організувати (та й не потрібно), для її створення пишеться двигун або використовується CMS.

Недоліки деревоподібної структури сайту

При використанні деревоподібної структури дуже складно дотримуватися балансу між "глибиною і шириною". Якщо «дерево» сайту зростатиме лише вглиб, то користувачам, щоб дійти якоїсь інформації, доведеться завантажити та переглянути занадто багато сторінок, що дратуватиме користувачів. Якщо створити дуже широку деревоподібну структуру, то відвідувачі будуть змушені щоразу витратити дуже багато часу для вибору потрібної гілки. А це також погано. Таким чином, при використанні деревоподібної структури сайту необхідно постійно стежити за її розростанням та дотримуватись золоті середини.

Змішана структура сайту

Ця структура характеризується, присутні два або більше елементів вище перерахованих структур в одній, проте через складність її реалізації, вона рідко використовується.

Ця структура вже на порядок складніша за всі розглянуті раніше. У ній всі сторінки також розміщуються у різних гілках. Але користувач має можливість переміщатися по них не тільки вертикально (вгору-вниз), але й горизонтально (тобто між гілками на різних рівнях). Використовується грати в

основному тільки в каталогах. При цьому переміщення між гілками на глибинних рівнях здійснюється за допомогою посилань на рубрики в інших розділах.

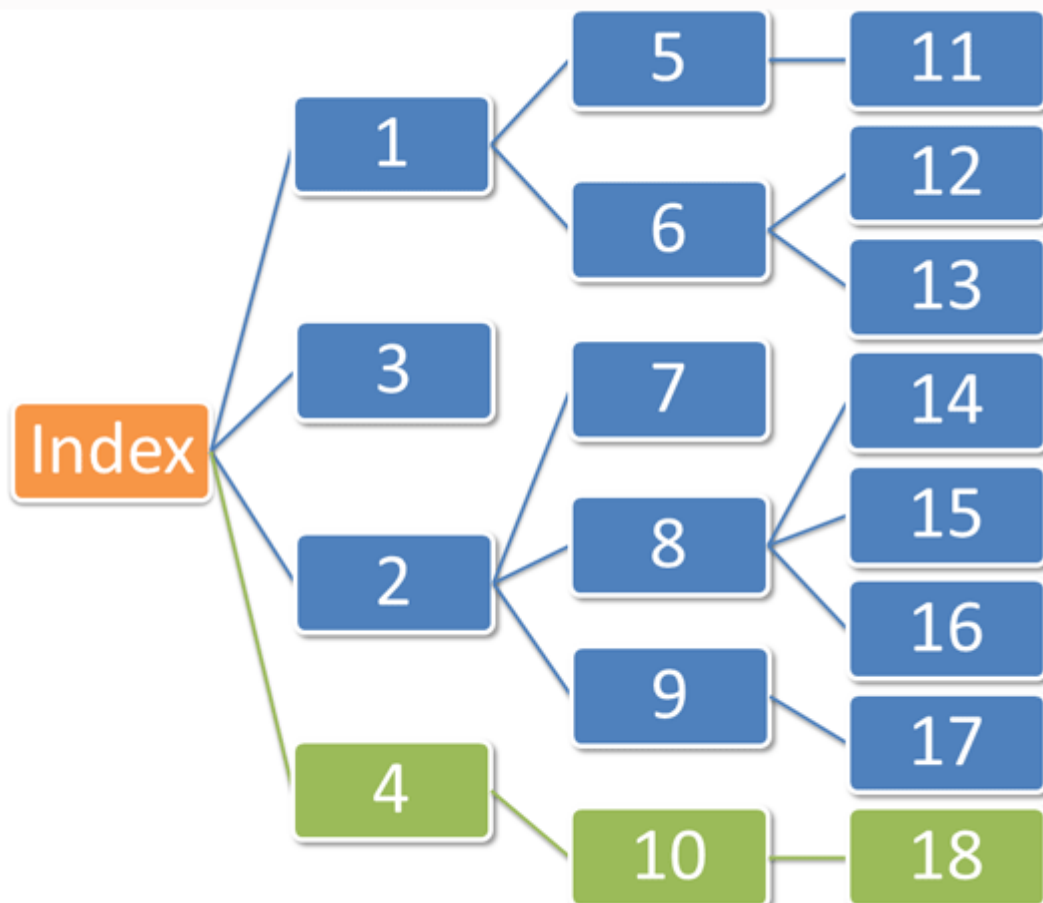


Рисунок 21 – Змішана структура сайту

Аналіз структури існуючого сайту

Якщо ресурс має великий обсяг, включає складну ієрархію розділів, і грамотно не структурований, то перебування на такому сайті і пошук інформації бувають проблематичними для більшості користувачів, також утрудняється і індексація ресурсу.

Для усунення можливих помилок в організації та логіці структури ресурсу, при проведенні внутрішнього та технічного аудитів, виконується також аналіз структури сайту.

Навіщо ж потрібен аналіз структури сайту?

Метою проведення аналізу структури сайту є виявлення внутрішніх взаємозв'язків сайту, ефективність їх організації та розробка плану оптимізації структури сайту для подальшої його розкрутки в пошукових системах. Цей аналіз враховує наступні аспекти:

- Логічна структура веб-сайту. Відповідність назви папок та вміст файлів нижчого рівня тематиці папок (розділів) вищого рівня.
- Розміщення однотипних файлів на одній директорії. Наприклад, файли з розширенням .png, .gif, .jpg у папці "img", а файли .pdf у папці "download"
- Відповідність існуючої структури сайту (кластеризованого) семантичного ядру
- Семантична структура сайту. Мета – використання максимальної кількості ключових слів та словосполучень у тексті сайту за допомогою оптимальної кількості файлів.
- Використання ЧПУ (Людино-зрозумілий урл) або URL Design в назві папок (підпапок)
- Аналіз структури сайтів – конкурентів
- Оптимальність структури сайту (внутрішня перелінковка)
- Глибина сайту
- Ефективність та коректність індексації інформаційних сторінок сайту.
- Коригування ранжування алгоритмом пошукових систем сторінок Вашого сайту.

Глибина сайту важлива оцінки релевантності сторінки. Як правило, внутрішні гіперзв'язки не оптимізованого сайту (відсутнє або недостатнє внутрішнє перелінкування) не сприяють успішному розкручуванню сайту.

Робот пошукової машини, як і відвідувач ресурсу, переходить за посиланнями на внутрішні сторінки сайту.

При неписьменній організації структури, її заплутаності, відсутності перелінування сторінок, індексація сторінок сайту роботами пошукових систем стає проблематичною.

Якщо на якісь сторінки, які містять інформацію та підлягають пошуковому просуванню, не ведуть посилання з інших розділів, робота пошукової машини не включає її в індексацію.

Для спрощення пошукової системи можливості аналізу ресурсу існує можливість створення карти сайту у форматі, зрозумілому для пошукового робота. Карта сайту міститиме посилання на сторінки сайту, які містять корисну інформацію. Наявність такої карти дозволить роботу швидко обійти та проіндексувати всі сторінки ресурсу.

Найчастіше сайт має ієрархічну (деревоподібну) структуру, коли головна сторінка посилається на розділи, а розділи на підрозділи тощо. Таким чином, найбільшу вагу має головна сторінка, потім розділи та підрозділи.

Іноді найважливіші сторінки, наприклад, з комерційними пропозиціями, не виводяться у пошуку. Щоб це виправити, використовують перелінкування сторінок. Грамотна перелінковка допоможе рівномірніше розподілити вагу сайту по всіх сторінках, а також підвищить юзабіліті веб-ресурсу.

Основні етапи проведення аналізу структури сайту

- Аналіз структури сайтів – конкурентів
- Перевіряє відповідність внутрішніх посилань сайту правильної індексації сайту. Аналіз структури посилання сайту.
- Перевірка наявності непрацюючих посилань та посилань на неіснуючі сторінки.
- Перевірка зручності навігації по сайту як з погляду пошукових систем, так і погляду користувача.
- Перевірка наявності та правильного функціонування картки сайту.

Приклад створення даних сайту при реалізації алгоритмів пошукової оптимізації

Аналіз трафіку за еквівалентний період з 7 серпня 2021 р. по 31 грудня 2021 р. порівняно з періодом з 1 січня 2022 р. по 27 травня 2022 р., де 1 січня – дата початку.

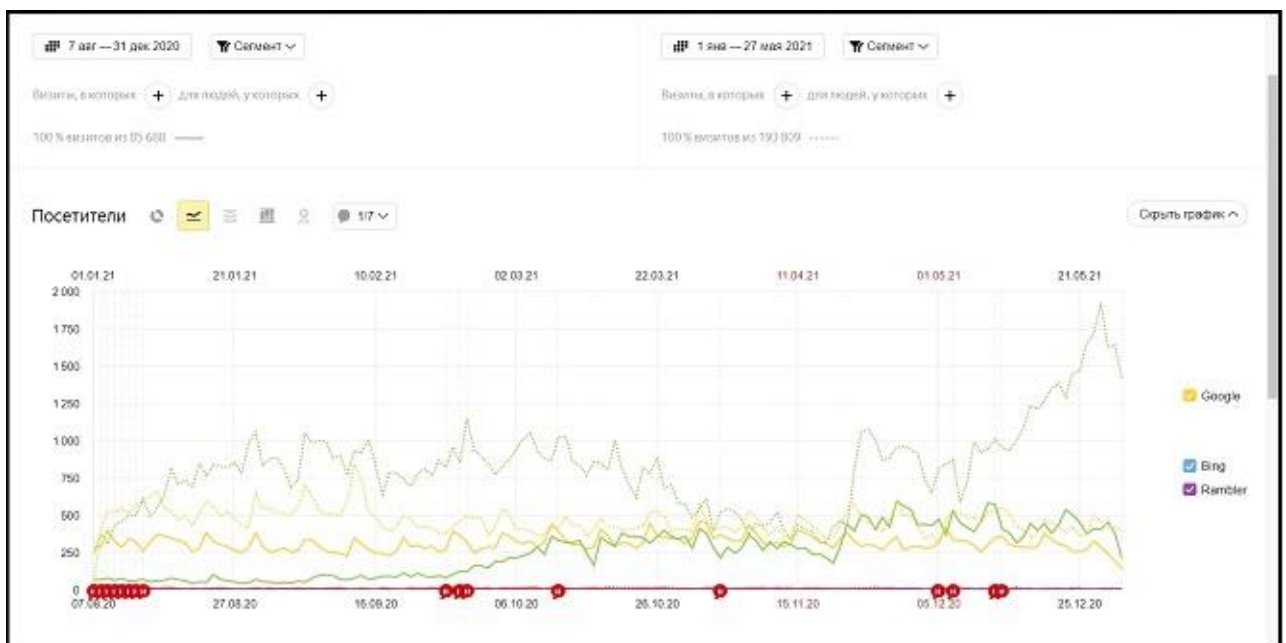


Рисунок 16 – Графік приросту порівняльного періоду

Дані, використані для аналізу, було отримано за допомогою сервісу лічильника трафіку, оскільки алгоритми пошукової оптимізації просуваються і розробляються на основі основних алгоритмів ранжування пошукових систем (рис. 17).

Группировки		Метрики		Выберите цель			
Поисковая система, Поисковая система (детально), Поисковая фраза		Визиты		Посетители			
		%	Bar	%	Bar		
<input type="checkbox"/>	Итого и средние	85 688	+2.26x	193 809	76 928	+2.30x	176 952
<input checked="" type="checkbox"/>	Google	47 173	+1.49x	70 094	41 318	+1.48x	61 272
<input type="checkbox"/>							
<input type="checkbox"/>							
<input checked="" type="checkbox"/>	Bing	45	+1.02x	46	44	-1.02x	43
<input type="checkbox"/>	Yahoo!	38	+1.45x	55	35	+1.40x	49
<input type="checkbox"/>	DuckDuckGo	36	+1.42x	51	32	+1.50x	48
<input type="checkbox"/>	Zapmeta	8	–	0	6	–	0
<input type="checkbox"/>	Ecosia	3	-3x	1	2	-2x	1
<input type="checkbox"/>	Ask.com	1	=	1	1	=	1
<input type="checkbox"/>	Tut.by	0	–	1	0	–	1
<input type="checkbox"/>	Ukr.net	0	–	3	0	–	2

Рисунок 17 – Графік приросту відвідувачів з кожної пошукової системи порівняльного періоду

За допомогою даних, отриманих під час аналізу, ми бачимо, що загальний приріст відвідувачів від початку роботи на сайті збільшився на 230%, тобто кількість відвідувачів за порівняльний період сягнула 100 023 (рис. 18).).

Аналіз позицій за період з 27 листопада 2020 р. по 18 травня 2021 р.

Дані, що використовуються під час видалення позиції, було отримано з сервісу Seolib. За допомогою отриманих даних відображаються очевидні результати роботи алгоритмів пошукової оптимізації. Мета досягнута.

SEOLib					
	Ключевое слово	Страница в поиске	Частота запросов	27.11.2020	18.05.2021
1	щитовые дома дешево	https://canadskaya-izba.ru/karkasno-shitovye	486	13	8
2	каркасные дома терем	https://canadskaya-izba.ru/karkasnie/terem	834	12	9
3	дома с отделкой	https://canadskaya-izba.ru/karkasnie/pod-otdelku	70996	21	7
4	каркасный дом	https://canadskaya-izba.ru/karkasnie/kererovo	2	11	9
5	каркасные дома	https://canadskaya-izba.ru/karkasnie/kererovo	2	15	10
6	недорогие каркасные дачные дома	https://canadskaya-izba.ru/karkasnie/dachnie	316	22	10
7	каркасные дачные дома	https://canadskaya-izba.ru/karkasnie/dachnie	1543	16	4
8	каркасный дом без отделки	https://canadskaya-izba.ru/karkasnie/bez-otdelki	363	11	6
9	стройка каркасного дома	https://canadskaya-izba.ru/karkasnie	112	24	7
10	строительство каркасных домов под ключ	https://canadskaya-izba.ru/karkasnie	6429	11	6
11	строительство каркасных домов в	https://canadskaya-izba.ru/karkasnie	1586	13	4
12	строительство каркасного дома под ключ	https://canadskaya-izba.ru/karkasnie	5383	14	8
13	сборные дома	https://canadskaya-izba.ru/karkasnie	3262	11	4
14	постройка каркасного дома под ключ	https://canadskaya-izba.ru/karkasnie	139	11	4
15	постройка каркасного дома	https://canadskaya-izba.ru/karkasnie	593	70	10
16	построить каркасный дом под ключ	https://canadskaya-izba.ru/karkasnie	947	12	4
17	лучшие каркасные дома под ключ	https://canadskaya-izba.ru/karkasnie	72	19	4
18	лучшие каркасные дома	https://canadskaya-izba.ru/karkasnie	2423	33	10
19	купить проект каркасного дома	https://canadskaya-izba.ru/karkasnie	521	11	7
20	купить каркасный коттедж	https://canadskaya-izba.ru/karkasnie	7	14	3
21	купить готовый каркасный дом	https://canadskaya-izba.ru/karkasnie	442	15	9
22	каркасные дома	https://canadskaya-izba.ru/karkasnie	3	13	3
23	компании по строительству каркасных домов	https://canadskaya-izba.ru/karkasnie	337	14	2
24	каталог домов под ключ	https://canadskaya-izba.ru/karkasnie	743	17	10
25	каркасные дома	https://canadskaya-izba.ru/karkasnie	0	11	3
26	каркасный дом с коммуникациями под ключ	https://canadskaya-izba.ru/karkasnie	1089	15	6
27	каркасный дом с коммуникациями	https://canadskaya-izba.ru/karkasnie	1511	11	9
28	каркасный дом построить	https://canadskaya-izba.ru/karkasnie	3428	20	4
29	каркасный дом под ключ	https://canadskaya-izba.ru/karkasnie	2059	12	10
30	каркасный дом купить под ключ	https://canadskaya-izba.ru/karkasnie	3673	11	6
31	каркасный дом в	https://canadskaya-izba.ru/karkasnie	169	19	5
32	каркасные дома стоимость	https://canadskaya-izba.ru/karkasnie	2921	11	3
33	каркасные дома проекты	https://canadskaya-izba.ru/karkasnie	25476	11	4
34	каркасные дома под ключ проекты и цены	https://canadskaya-izba.ru/karkasnie	6997	15	8
35	каркасные дома	https://canadskaya-izba.ru/karkasnie	2059	17	7
36	каркасные дома	https://canadskaya-izba.ru/karkasnie	159	20	6

Рисунок 18 – Таблица приросту відвідувачів з кожної пошукової системи порівняльного періоду

ВИСНОВКИ

Створив сайт і зіткнувся з тим, що публіці чомусь не сподобалася оригінальна ідея, і ресурс приверне людей, але тільки якщо люди зрозуміють, що він їх приверне. Крім того, сайти в Інтернеті оптимізуються і просуваються. Це низка взаємопов'язаних елементів за допомогою розроблення алгоритмів пошукової оптимізації, які вимагають більш ніж дня складної роботи та потребують терпіння і часу.

Тренд 2022 року – комплексне просування сайту. Іншими словами, комплексний підхід до внутрішніх і зовнішніх чинників, що впливають на ранжування в пошуку. Тому термін "повне просування сайту" має на увазі не тільки постійне поліпшення самого сайту, а й активне використання якомога більшої кількості інструментів інтернет-маркетингу для залучення нових відвідувачів. Вам потрібна переконлива комунікація під час реклами вашого бізнесу: щоб переконати інших купити.

Під час написання дипломної роботи я проаналізував загальні базові знання в галузі SEO-оптимізації. Була написана робота алгоритмів пошукової оптимізації, і результати призвели до значного збільшення трафіку та позицій. Поглиблений аналіз алгоритмів пошукових систем, інтернет-маркетингу, розробки веб-сайтів і теорії реклами, а також практичні знання і прийшли до рішення у вигляді алгоритму.

Сайт повністю оптимізований для внутрішнього і зовнішнього SEO. У майбутньому сайт зможе залучати користувачів пошукових систем.

Для досягнення мети було виконано такі завдання:

- ознайомтеся з найпопулярнішими програмами для створення сайтів.
- розширюйте коло своїх знань і навичок у процесі створення сайту.
- застосовувати отримані знання при написанні практичної частини дипломної роботи.

- розвинути наявні навички узагальнення, аналізу, організації наявної інформації та складання висновків, розроблення проектних рішень для практичного застосування отриманих результатів.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Шютце Х., Введение в информационный поиск, М.: ООО “И.Д. Вильямс”, 2011. 528 с.
2. Ашманов И., Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах, 2012. 463 с.
3. Евдокимов Н., Раскрутка Web-сайтов. Эффективная Интернеткоммерция, М.: Вильямс, 2008. 166 с. ISBN: 978-5-8459-1307-4.
4. Бабаев А., Евдокимов Н., Боде М., Костин Е., Штарев А. Раскрутка.
5. Секреты эффективного продвижения сайтов, 2013. 272 с. ISBN-978-5-496-00600-2.
6. Севостьянов И., Поисковая оптимизация. Практическое руководство по продвижению сайта в Интернете, 2016. 272 с.
7. Спенсер С., SEO – искусство раскрутки сайтов, 2016. 368 с.
8. Неелова Н., Sembook. Энциклопедия поискового продвижения Ingate, 2014. 520 с.
9. Кокшаров С., SEO: Поисковая Оптимизация от А до Я, М.: Вильямс, 2011. 779 с.