

Seo-аналіз та оптимізація консолідованого інформаційного веб-ресурсу магазину автомобільних запчастин

Олійник Василь
Кафедра СКІД
НУ “Львівська політехніка”
Львів, Україна
oliynik.vasya@gmail.com

Білушак Тетяна
Кафедра СКІД
НУ “Львівська політехніка”
Львів, Україна
Tetiana.M.Bilushchak@lpnu.ua

This article examines the main stages of SEO-optimization and analysis of the consolidated information resource auto parts store.

Ключові слова: SEO, оптимізація, Інтернет-магазин, магазин автозапчастин, консолідований інформаційний веб-ресурс.

ВСТУП

Існують такі групи товарів і послуг, попит на яких практично не зникає ніколи. До однієї з таких груп відносять автомобільні запчастини. Ця сфера бізнесу є надзвичайно конкурентною, тому в ній свою нішу посідають ті керівники, які попри своє вміння вести бізнес, велику частину ресурсів направляють саме в інформаційне забезпечення, особливо в час розквіту комп'ютерних технологій.

ОПИС ОТРИМАНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

Одним із дієвих способів збільшення обсягу продажу автозапчастин, являється створення консолідованого інформаційного веб-ресурсу та в кінцевому результаті його якісна SEO-оптимізація (Search Engine Optimization) [1-5]. Це комплекс заходів, для підняття позицій сайту в результатах видачі пошукових систем по певним ключовим словам, з ціллю збільшення цільового трафіку. У сучасному світі люди звикли здійснювати покупки в Інтернеті, тому дуже важливо для кожного керівника вивести свій веб-ресурс на перші позиції пошукових систем. SEO-оптимізація Інтернет-магазину автозапчастин – це складний і тривалий процес, який потребує часткового занурення фахівця у бізнес власника. Окрім цього, важливим аспектом являється надання клієнтам швидкого та

якісного доступу до інформаційних ресурсів магазину.

Дослідивши дану тематику, були визначені основні етапи роботи SEO-оптимізатора. До першого етапу можна віднести планування, коли працівник разом із керівником визначає, які саме сторінки потрібно просувати першочергово, як саме буде здійснюватись стратегія просування, тощо. Наступним етапом є аудит сайту, на якому фахівець повністю аналізує структуру сайту, всі його слабкі місця, перевіряє наявність внутрішніх зв'язків між сторінками сайту, переглядає основні мета-теги сторінок, і на основі зібраних даних отримує уявлення для подальших дій. Далі здійснюється підбір семантичного ядра, в якому потрібно зібрати список ключових слів та словосполучень, які б повністю описували напрямок і тематику сайту. Необхідно визначитись із гео-локацією своєї цільової аудиторії, визначити за якими запитами потрібно просуватись, сформувані уявлення про кількість трафіку, який ми отримаємо в кінцевому результаті роботи. Після цього потрібно визначати релевантні сторінки, які б повністю відповідали запитам користувачів. У разі їх відсутності, створити нові, підлаштувати їх під вимоги пошукових систем. Наступним кроком є повне здійснення внутрішньою та зовнішньою оптимізації, та нарощення посилальної маси. До нарощення посилальної маси можна віднести роботу з іншими ресурсами, які в кінцевому результаті повинен і посилатись на наш сайт, таким чином, збільшивши «авторитетність» сайту в очах пошукових систем. Важливим етапом також є збільшення конверсії сайту. Сюди вже відносять психологічний фактор. Оптимізатор повинен зробити все можливо, щоб людина при переході на сторінку захотіла здійснити покупку. Фінальним етапом являється звітність. Це

кінцевий результат роботи SEO-спеціаліста, в якому він демонструє збільшення росту позицій сайту своєму керівникові (див. рис.1).

Основні етапи робіт для оптимізації



- Основні етапи робіт для оптимізації консолідованого інформаційного веб-ресурсу

Для проведення швидкого SEO-аналізу власного сайту чи сайту конкурентів пропонуються ресурси, які зображенні на рис. 2.

Сервіси для аналізу сайту конкурентів

Ресурс	Особливості
Similarweb.com	Інформація про відвідуваність; Географія переходів; Реферальний трафік.
PR-CY.RU	Загальна оцінка якості проекту; Кількість сторінок в індексі Google/Яндекса; Дані по зворотнім посиланням.
Serpstat.com	Визначення найпопулярніших сторінок; Відстеження позицій; Проведення аудиту.
Ahrefs.com	Глибокий аналіз зворотніх посилань на сайт
Megaindex.ru	Текстовий аналіз для окремих URL; Дані по видимості сайту в пошуку; Аналіз сторінок у видачі по запиту.

- Сервіси для аналізу сайтів конкурентів

Отже, якісне просування консолідованого веб-ресурсу у пошукових системах відіграє велику роль в іміджі компанії, та її кінцевих прибутках. Якісний доступ до інформації, контент сайту, зручність у навігації, значно покращує сприйняття компанії користувачем. SEO-оптимізація Інтернет-магазину є дуже дієвим інструментом маркетингу, яку успішно застосовують вже дуже багато років [6].

ЛІТЕРАТУРА

- [1] Р.О.Голошук, М.Л.Федорів, "Консолідований інформаційний ресурс маркетингової діяльності книготоргівельної мережі Видавництва Львівської політехніки, " Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Інформаційні системи та мережі, № 783, С. 313-321, 2014.
- [2] А. М. Пелешишин, Інтернет-технології опрацювання консолідованих інформаційних ресурсів, В-во «Львівськ аполітехніка», 2010.
- [3] П. І. Жежнич, Консолідовані інформаційні ресурси баз даних та знань, В-во «Львівськ аполітехніка», 2010.
- [4] Ю. Серов, Т. Чорна, "Консолідований інформаційний ресурс профорієнтаційної діяльності Національного університету "Львівська політехніка", " Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Інформаційні системи та мережі, № 751, С. 78-87, 2013.
- [5] О. Марковець, К. Козловська, "Створення консолідованого інформаційного ресурсу оцінювання якості надання адміністративних послуг в органах місцевого самоврядування," Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Інформаційні системи та мережі, № 771, С. 160-166, 2013
- [6] Т. Білушак, В. Олійник, "Використання видів соціальних медіа у популяризації розважального закладу ПП «Клуб достойних львів'ян „Лялька“», " Матеріали V Міжнародної наукової конференції «Інформація, комунікація, суспільство» (ICS-2016), С. 108– 109, 2016.