

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/glava-diploma/103487>

Тип работы: Глава диплома

Предмет: Информационные технологии

Оглавление

1. SEO-оптимизация как инструмент интернет-маркетинга 2

1.1 Способы продвижения сайтов. 2

1.2 Этапы seo-продвижения сайтов. 9

1.3 Основные принципы работы поисковых систем. 15

1. SEO-оптимизация как инструмент интернет-маркетинга

1.1 Способы продвижения сайтов.

Сущность продвижения любого предприятия на рынок заключается в создании и поддержании постоянных связей между компанией и рынком с целью активизации продажи товаров и формирования положительного имиджа путем информирования, убеждения и напоминания о собственной деятельности. При этом, как отмечает известный специалист в области стратегического управления П. Дойль, процесс формирования и реализации стратегии продвижения предприятия является прямой обязанностью руководителя компании, ведь связанные с ней решения чрезвычайно важны [20, с. 107].

Согласно Википедии [7], интернет-маркетинг (англ. internet marketing) определяется как практика использования всех аспектов традиционного маркетинга в Интернете, что касается основных элементов маркетинг-микса: цена, продукт, место продаж и продвижение. SEO-оптимизация - действия, направленные на улучшение видимости сайта в поисковых системах по тематическим запросам пользователей и, как следствие, увеличения целевого трафика, который поступает из поисковых систем [8, с. 44]. Сегодня продвижение сайта в поисковых системах является одним из самых эффективных способов привлечения целевой аудитории. Учитывая это, она с каждым днем привлекает внимание исследователей, целью которых является разработка новых методов и средств для ее автоматизации. Основная цель - получение максимального эффекта от потенциальной аудитории сайта.

Согласно исследованиям компании Forrester Research Inc. в 2017 году, важнейшим источником посетителей для сайта являются поисковые системы [9, с. 49].

В России среди поисковых систем неизменным лидером остается Google. Лидеры за последние 12 месяцев согласно данным gs.statcounter.com [10] приведены на рис. 1.1

Рисунок 1.1 - Рынок поисковых систем за последние 12 месяцев

Термин «поисковая оптимизация» (search engine optimization) вошел в широкий оборот в 1997-1998 годах и приписывается Дэнни Салливану (Danny Sullivan), который тогда работал с сайтом Search Engine Watch, хотя сам он утверждает, что точно не знает, кто придумал этот термин. Сроки, предшествовавшие этому, включали «размещение в поисковых системах», «поисковое ранжирование», «поисковое позиционирование» и «поисковое продвижение», причем последнее принадлежит Джиму Родоса (Rhodes), автору сборника «Искусство поискового продвижения». Их предшественники, такие как Джим Хит (Jim Heath), который написал статью «Указания, как создавать бизнес-сайты, которые работают», не имели формального определения для поисковой оптимизации. Анализ источников [6; 11] показал, что существует три основных вида оптимизации: белая, серая и черная (табл. 1.1).

Таблица 1.1 Методы SEO-оптимизации сайта предприятия

У каждого SEO-метода есть свои преимущества и недостатки, поэтому для выбора надежного инструмента, с помощью которого будет осуществляться раскрутка, необходимо попробовать все. Каждый специалист, который продвигает сайт, сам для себя определяет надежные способы работы, ведь только на личном

опыте можно разработать оптимальные решения для достижения результата на максимальный срок и с максимальным эффектом. Наиболее приемлемым методом является белая оптимизация. Не стоит прибегать к запрещенным методам оптимизации. К сожалению, получается так, что в основном по инерции используются старые SEO стратегии [9, с. 50].

Продвижение сайта предполагает решение следующих задач:

- определение цели, рынка, потребителей;
- выбор методов продвижения;
- выбор посредников и определение приемлемой формы работы с ними.

Необходимо, чтобы маркетинговые службы компании не только занимались стимулированием спроса, поощряя потребителей покупать продукцию или услуги, а еще и сообщали потребителям информацию о том, где и как можно получить услуги компании. Именно поэтому, стратегия продвижения разрабатывается компанией на основе принятой общей стратегии маркетинга с учетом всех остальных ее компонентов (продукт, цена, коммуникации, прочее).

Процесс разработки стратегии продвижения сайта представляет собой определенный алгоритм действий:

- а) определение внешних и внутренних факторов, влияющих на организацию продвижения компании - первый и один из важнейших этапов разработки данной стратегии. На нем необходимо понять, что, кому, где и каким образом компания стремится реализовывать продукт;
- б) после сбора исходных данных, необходимо сформулировать основные цели и задачи продвижения. Основной целью стратегии продвижения товаров и услуг любого агентства графического дизайна является доведение информации до потребителя в максимально удобной для него форме, в кратчайшие сроки и в доступном месте;
- в) выбор метода продвижения и методов управления ими - основной этап в разработке данной стратегии. Методы продвижения определяются исходя из целей и задач компании, объемов реализации и скорости обращения товаров и услуг. На этом этапе важно, чтобы методы продвижения оставались управляемыми, компания сохраняла гибкость и способность адаптироваться к требованиям потребителя, а также возможность повышения эффективности его использования;
- г) как и любой компонент маркетинга стратегия продвижения предусматривает постоянный анализ и контроль осуществляемых мероприятий с целью накопления информации об эффективности действующей стратегии, а также разработку и внедрение корректирующих мероприятий в рамках ее оптимизации. Основными элементами стратегии продвижения агентства графического дизайна, подлежащими анализу, являются: объемы реализации, издержки на поддержание выбранных методов продвижения и обеспечения качества обслуживания потребителей, соблюдение установленных стандартов, технологий; при этом создание и реализация совмещены по времени [18, с. 121].

Сущность стратегии «проталкивания» заключается в том, что основные маркетинговые усилия направлены на посредников услуг с целью побуждения их к принятию услуг студии в свой товарный портфель и использования инструментов продвижения, которые бы поощряли конечных потребителей обращаться за услугами конкретного агентства.

1. Ильяшенко Н.С. SEO-оптимизация как современный инструмент интернет-маркетинга / Н.С. Ильяшенко, А. С. Савченко // Маркетинг и менеджмент инноваций. 2012. № 3. С. 63-74. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/29141/1/Internet-marketing.pdf> (дата обращения: 15.05.2020).
2. Байков В.Д. Интернет: поиск информации и продвижение сайтов / В.Д. Байков. Санкт-Петербург: «БХВ-Санкт - Петербург», 2000. 288 с.
3. Варвиш А.С. Проблемы становления и перспективы развития интернет-маркетинга в современной экономике / А.С. Варвиш. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/inek/2011_5/235.pdf (дата обращения: 15.05.2020).
4. Вертайм К. Цифровой маркетинг. Как увеличить продажи с помощью социальных сетей, блогов, вики-ресурсов, мобильных телефонов и других современных технологий (DigiMarketing: The Essential Guide to New media & Digital Marketing) / К. Вертайм, Я. Фенвик. М.: Издательство Альпина Паблишер, Юрайт, 2010. 384 с.
5. Ильяшенко С.М. Современные тенденции применения интернет-технологий / Сек.М. Ильяшенко. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Mimi/2011_4_2/2_1.pdf (дата обращения: 15.05.2020).
6. Маслак А.И. Применение маркетинговых инструментов в сфере электронной коммерции / А.И. Маслак, С.С. Романенко. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Natural/Vkdpu/2010_1_1/PDF_1_2010_ch1/183.pdf (дата обращения: 15.05.2020).
7. Интернет-маркетинг URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Интернет-маркетинг> (дата обращения: 15.05.2020).

8. Басюк Т.М. Принципы построения системы анализа и продвижения интернет ресурсов / Т.М. Басюк // Компьютерные науки и информационные технологии. - Львов: Нац. ун-т «Львовская политехника». 2012. № 784. С. 43-48.
9. Терещенко В.В. Анализ современных методик поисковой оптимизации (SEO) / В.В. Терещенко // Вестник Кременчугского национального университета имени Михаила Остроградского. 2015. Вып. 6(1). С. 48-54. URL: http://www.kdu.edu.ua/PUBL/statti/2015_6_48_6_2015.pdf (дата обращения: 15.05.2020).
10. Search Engine Market Share // StatCounter. URL: <http://gs.statcounter.com/search-engine-market-share/all> (дата обращения: 15.05.2020).
11. Необходимые критерии оценки сайта. URL: <http://www.svoysite.info/sozдание/kriterii-dostupnosti-i-udobstva-sajta.html> (дата обращения: 15.05.2020).
12. Оптимизация сайта. URL: <http://bankstatey.com/index.php?newsid=20732> (дата обращения: 15.05.2020).
13. SEO оптимизация - что это такое? URL: <http://andrey.lviv.ua/blog/seo> (дата обращения: 15.05.2020).
14. Басюк Т.М. Проектирование системы автоматизации процесса seo-оптимизации / Т.М. Басюк // Компьютерные науки и информационные технологии. Львов: Нац. ун-т «Львовская политехника». 2014. № 800. С. 92-97. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/VNULPKNIT_2014_800_16.pdf (дата обращения: 15.05.2020).
15. Басюк Т.М. Ранжирование сайтов в сети интернет / Т.М.Басюк, А.С. Василюк // Информационные системы и сети. - Львов: Нац. ун-т "Львовская политехника", 2013. № 770. С. 3-12. URL: http://science.lp.edu.ua/sites/default/files/Papers/3_2_0.pdf (дата обращения: 15.05.2020).
16. Крохина О.И. Первая книга SEO-копирайтера. Как написать текст для поисковых машин и пользователей / О.И. Крохина, М.Н. Полосина. М.: «Инфра-Инженерия», 2012. 216 с.
17. Мозговая Г.В. Сайт как инструмент интернет-маркетинга. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/9_ukr/90.pdf (дата обращения: 15.05.2020).
18. Как проверить позиции сайта: сервисы и софт. URL: <http://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/kak-proverit-pozitsii-sajta-servisy-i-soft/> (дата обращения: 15.05.2020).
19. 7 способов проверки внешних ссылок на сайт. URL: <https://seo-studio.ua/blog/7-sposobov-proverki-vneshnih-ssylok-na-sayt> (дата обращения: 15.05.2020).
20. Яковлев А.А. Раскрутка и продвижение сайтов: основы, секреты, трюки / А.А. Яковлев. - СПб.: БХВ-Петербург, 2007. 336 с.
21. Яновский М.В. Системы SEO-оптимизации / М.В. Яновский // Computer World. К.: Препресс. - 2011. - № 8 (2011). С. 72-75.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/glava-diploma/103487>