



УДК 004.4

ЕФЕКТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ «ПРОСУВАННЯ» САЙТА В МЕРЕЖІ «ІНТЕРНЕТ»

Михайлюта Сергій Леонтійович,
доцент, кандидат технічних наук,
доцент кафедри вищої математики і інформаційних технологій
Черкаського навчально-наукового інституту
ДВНЗ «Університет банківської справи»
e-mail: 0472563563@mail.ru

Добруцька Лілія Романівна,
студентка обліково-економічного факультету
Черкаського навчально-наукового інституту
ДВНЗ «Університет банківської справи»
e-mail: lil.dobrutzka105@yandex.ru

Анотація. Проаналізовано поведінку відвідувачів сайтів. Виділено основні способи, якими відвідувачі потрапляють на сайт. Досліджено «чорні», «сірі» та «білі» методи просування сайту, виділено їхні переваги і недоліки. Визначено високоефективні технології «просування» сайту в мережі «Інтернет» і поєднання таких технологій, які дозволяють досягти найкращого результату.

Ключові слова: Інтернет, сайт, відвідувачі, інформаційні технології, ефективність, просування.
Формул: 0; рис.: 0; табл.: 0; бібл.: 5.

EFFICIENT TECHNOLOGIES «PROMOTION» SITES ON THE INTERNET

Mykhailiuta Serhii,
Ph. D. in of Technical Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department
of Mathematics and Information Technology
of the Cherkassy Institute
of SHEI «Banking University»
e-mail: 0472563563@mail.ru

Dobrutzka Liliia,
Student of Faculty of Accounting and Economics
of the Cherkassy Institute
of SHEI «Banking University»
e-mail: lil.dobrutzka105@yandex.ru

Abstract. Analyzed the behavior of site visitors. Determined that the importance of quality performance promotion is very high because it largely determines the number of visitors and their quality – compliance visitors target audience of the site. The basic ways in which visitors enter your site. Investigated «black», «gray» and «white» promotion methods highlighted their advantages and disadvantages. Designated enabling technologies «promotion» site on the Internet and a combination of technologies to achieve the best results. Major companies Internet systematically include in their advertising campaigns. The Internet provides many tools to influence the target audience. Among them are: advertising and general information on content sites, banner ads, promotion on search engines and directories, link exchange, ratings.

Keywords: Internet, website visitors, information technology, performance, promotion.
Formulas: 0; fig.: 0; tabl.; 0; bibl.: 5.



ЭФФЕКТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ «ПРОДВИЖЕНИЯ» САЙТА В СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»

Михайлюта Сергей Леонтьевич,
доцент, кандидат технических наук,
доцент кафедры высшей математики и информационных технологий
Черкасского образовательного-научного института
ГВУЗ «Университет банковского дела»
e-mail: 0472563563@mail.ru

Добруцкая Лилия Романовна,
студентка учетно-экономического факультета
Черкасского образовательного-научного института
ГВУЗ «Университет банковского дела»
e-mail: lil.dobrutzka105@yandex.ru

Аннотация. Проанализировано поведение посетителей сайтов. Выделены основные способы, которыми посетители попадают на сайт. Исследованы «черные», «серые» и «белые» методы продвижения сайта, выделенные их преимущества и недостатки. Определены высокоэффективные технологии «продвижение» сайта в сети «Интернет» и сочетание таких технологий, которые позволяют достичь наилучшего результата.

Ключевые слова: Интернет, сайт, посетители, информационные технологии, эффективность, продвижение.
Формул: 0; рис.: 0; табл.: 0; библи.: 5.

Вступ. Глобальна комп'ютерна мережа «Інтернет», як світова інформаційно-технічна система, існує більше ніж 40 років. Володіння власним Інтернет-сайтом сьогодні є звичним для більшості підприємств, окремих приватних представників творчих професій. Вдала назва сайту і «правильне» подання на ньому інформації про компанію, її товари чи послуги є запорукою збільшення попиту на товари та послуги компанії на світовому рівні, що забезпечує конкурентні переваги, хорошу репутацію, отримання нових клієнтів і партнерів. Але висока популярність сайту може бути досягнута лише завдяки його «просуванню» в мережі «Інтернет», тому завдання пошуку ефективних інструментів «просування» сайту в мережі є актуальним і надзвичайно важливим.

Отже, об'єктом нашого дослідження виступає мережа «Інтернет», а предметом – заходи і засоби збільшення кількості відвідувачів сайту.

Метою роботи є визначення ефективних технологій «просування» сайту в мережі «Інтернет» (заходів і засобів збільшення кількості відвідувачів сайту).

Аналіз досліджень і постановка завдання. На сайті відомого Міссурійського науково-технічного університету [1] зазначено, що за результатами проведених досліджень, щоб отримати перше уявлення про сайт, достатньо п'ятої частки секунди. Для участі в експерименті було відібрано 20 добровольців з числа студентів. Їм показали 25 сайтів і попросили їх оцінити. На оцінку сайту в середньому йшло 20 секунд, з яких по 180 мілісекунди витрачалося на вивчення окремих сегментів сайту і ще 2,6 секунди займало фокусування на тій частині сторінки, яка привернула найбільшу увагу. Що довше учасник експерименту залишався на сайті, то більш прихильною була його оцінка.

Також з'ясувалося, що перш за все учасники експерименту звертали увагу на сім областей сайту: логотип, головне навігаційне меню, рядок пошуку, по-

силання на аккаунти в соціальних мережах, зображення, текстове наповнення сайту, нижня частина сторінки [1].

Для створення першого враження від зовнішнього вигляду веб-сторінки людині достатньо всього 50 мілісекунд, про що свідчать експерименти, проведені в Університеті Карлтона (Carleton University) у Канаді [1]. З такою швидкістю спрацьовує мозок, що одержує зображення. Раніше вважалося, що для оцінки дизайну потрібно півсекунди. «У веб-дизайнерів є близько 50 мілісекунд, щоб справити хороше враження», – написали дослідники в академічному журналі Behaviour & Information Technology.

Разом з тим слід зазначити необхідність упорядкування результатів відомих і проведення подальших досліджень питань, пов'язаних із визначенням інструментів «просування» сайтів з метою визначення максимально ефективного комплексу таких інструментів.

Результати дослідження. У наш час кожна з поважних організацій, фірм, майже кожне підприємство вважають правилом хорошего тону бути представленим у мережі «Інтернет», мати власний сайт, на якому розміщено опис підприємства, його коротка історія, продукція і послуги. Більш того, успіх значної кількості підприємств визначається кількістю відвідувачів, популярністю сайту.

Виділяють три основні способи, якими відвідувачі потрапляють на сайт:

- 1) сторінки сайту можуть бути виявлені за допомогою пошукових машин;
- 2) на сторінку можна потрапити, скориставшись гіпертекстовими посиланнями, розміщеними на інших серверах, у тому числі з рекламних банерів;
- 3) ім'я сторінки можна знайти в інших джерелах інформації, у тому числі традиційних, таких як газети, журнали, радіо, телебачення тощо.



Правильне «просування» сайта дозволяє не лише домогтися лідируючих позицій у рейтингу пошукових систем, а й привернути на популяризований ресурс зацікавлених у товарах (послугах) підприємства цільових відвідувачів (потенційних покупців).

«Просування сайта» є комплексом заходів щодо збільшення його відвідуваності цільовими відвідувачами. Часто під просуванням сайта розуміють лише пошукове «просування» – комплекс технологій, спеціальних заходів і дій, що застосовуються для поліпшення позицій сайта в результатах видачі пошукових систем. Ключовим елементом пошукового просування є оптимізація сайта. Існує більш загальне уявлення про поняття «просування» сайта. Згідно з ним метою будь-якого просування є конверсія, тобто співвідношення відвідувачів сайта, які вчинили очікувану дію, до всіх відвідувачів (подається у відсотках). Наприклад: відсоток відвідувачів Інтернет-магазину від загальної їх кількості, які здійснили в ньому покупку. Оскільки для різних сайтів очікувані дії відвідувачів можуть відрізнятися (наприклад, скачування фільму, телефонний дзвінок, реєстрація профілю користувача і т. д.), поняття конверсії поширюється не тільки на комерційні ресурси [3].

Методики просування сайтів з'явилися відносно недавно і продовжують з'являтися, постійно змінюючись і поповнюючись новими. Для залучення відвідувачів на сайт доречно використовувати найрізноманітніші способи, уміло поєднуючи їх, імпровізуючи. Методи просування сайта розрізняють такі: «чорні», «сірі», «білі».

«Чорна» розкрутка застосовується для сайтів, які планують «жити» вельми недовго. Звичайно, грамотна розкрутка зможе принести дуже велику кількість відвідувачів за маленький проміжок часу, але завдяки «чорній» розкрутці відвідувачі будуть потрапляти на сайт обманним шляхом, а як тільки про це дізнається пошукова машина сайт неминуче накличе на себе бан та інші санкції пошукових систем.

Звідси висновок – «чорні» методи просування є найбільш неефективним видом розкрутки сайта, який стовідсотково призводить до бану сайта.

До «чорних» методів розкрутки сайтів належать ось які.

1. Використання невидимого тексту, який кольором збігається з фоном, або дуже близький до нього, що робить текст непомітним для ока. Текст складається із фраз, які не стосуються конкретного сайта, призначення цієї хитрості – залучити на сайт максимум відвідувачів, байдуже, що вони не є цільовими, потрапили на сайт завдяки обману. Але пошуковики, і в тому числі Яндекс, навчилися розпізнавати цей прийом і автоматом відправляють сайт у «чорний» список (бан).

2. Створення дорвеїв. Створюється ресурс, що складається з однієї – трьох сторінок, мета якого – залучення відвідувачів, після чого він перенаправляє їх на основний сайт. На даний момент цей спосіб, зокрема перенаправлення (редирект) на основний сайт, не працює тому, що пошукачі не індексують сторінку, у метатеггах якої є редирект.

3. Клоакинг – різна видача текстового змісту сторінки пошуковому роботів і відвідувачеві.

4. Пошуковий спам. Вставляючи в текст ключові слова, важливо не перестаратися, оскільки зловживання ними може бути розцінено пошуковиками як пошуковий спам, що призведе до бану.

5. Використання лінкаторів – програм автоматичного обміну посиланнями і використання сервісу автоматичного обміну статтями.

6. Спам поштою – безладне відправлення повідомлень за допомогою програм із проханням відвідати сайт мільйонам користувачам мережі. Робити цього не варто, у деяких країнах це вважається кримінальним злочином.

«Сірі» методи просування сайта є напівлегальними і тому існує ризик, що просувний ресурс може бути забаним.

До «сірих» методів відносять:

1. Занадто часте використання тегів «strong», «b» та інших, які дають можливість впливати на алгоритм ранжирування в пошукових системах і допомагають хоч трохи піднятися за рахунок них.

2. Нетематичний обмін посиланнями і нетематичними статтями, а так само купівля посилань на інших сайтах.

3. Використання сервісів автоматичного обміну статтями, хоча поки що пошукові системи не можуть розпізнати сайти, які ними користуються і беруть участь у них. Так само платні лінкатори, за допомогою яких купують посилання на сайт. Пошуковики знають, як розпізнати швидке збільшення кількості посилань низької якості, тепер уже ці дії не призводять до бажаного результату.

4. Купівля місць для статей на інших ресурсах або розміщення за плату статей із посиланнями на свій сайт. Власники сайтів, які продають місця під статті, можуть потрапити під санкції з боку пошукачів. У такому разі кращим результатом розміщення статті на сайті буде неврахування її при ранжируванні посилань. Таким способом користуються, щоб зашкодити конкурентам (наприклад, накупити статей із посиланнями на сайт конкурента і повідомити про них пошуковика).

«Білими» називають легальні методи і способи просування сайта. На жаль, «білі» методи вимагають більших витрат часу і грошей.

До «білих» методів просування належать:

1. Постійне додавання унікального і цікавого контенту на сайт, публікація різних інформаційних матеріалів і новин.

2. Прохання інших популярних і авторитетних сайтів розмістити якісну статтю з посиланнями на ваш сайт.

3. Створення своєї власної розсилки, яка дозволить отримати додатковий трафік.

4. Купівля контекстної реклами для отримання цільових відвідувачів [5].

Якщо розкручувати сайт легальним шляхом, то слід робити сайт «для людей», створити його посправжньому цікавим, багатим інформаційним матеріалом, якого дійсно потребують користувачі. Як



зазначено на Яндексі: реклама – це далеко не єдине, заради чого відвідувачі приходять на сайт.

Репутація сайту – це насамперед оцінка сайту його відвідувачами і вже потім – репутація, створена пошуковими системами. Сайт має високу репутацію, якщо:

- його знаходять за назвою;
- дизайн сайту знайомий великій кількості людей;
- сайт має постійну аудиторію;
- сайт здатний утримувати стабільно високу відвідуваність;
- сайт має логотип, легкий для впізнання;
- матеріали або сервіс, розміщені на сайті, унікальні і затребувані;
- відвідувачі довіряють сайтові, користуються його сервісом, читають матеріали і рекомендують іншим.

Це основний перелік параметрів, що відображають репутацію сайту. Існує також пряма залежність репутації сайту від його тематичного індексу цитування (ТІЦ) Яндексом, показника Google PageRank та ін. Що вищий показник сайту, то вища його репутація як у відвідувачів, так і в пошукових системах.

Практично будь-яка фраза, що має смислове навантаження і введена в пошуковий рядок як запит, здатна як відповідь у пошуковій видачі отримати мільйони посилань на ресурси, де вона згадується. Природно, що більшість користувачів обмежуються найвищими позиціями видачі. За даними досліджень [3], не більше ніж 85% користувачів переходять навіть на другу сторінку і не більше ніж 10% – далі другої. Таким чином, будь-який власник веб-ресурсу (комерційна компанія, державна організація, соціальна мережа, ігровий майданчик, клуб за інтересами тощо), який бажає, щоб його сайт було «видно» користувачам Інтернету і зібрати якомога більше число відвідувачів, зобов'язаний забезпечити собі попадання на перші сторінки (а краще – на перші рядки, ТОП) пошукової видачі. Вирішення цього завдання забезпечує процес SEO-просування. У поняття пошукового просування також входять заходи, що забезпечують максимально довгий період знаходження сайту на досягнутих позиціях.

Досить часто компанії, які мають якісний сайт, не можуть зрозуміти, чому його не відвідують, чому він не працює на свого власника. Розглянемо коротко суть проблеми та її розв'язання.

Людина, зацікавлена в отриманні деякої інформації через Інтернет, насамперед шукає її за допомогою пошукових систем (наприклад, Google або Yandex), задаючи в пошуковому вікні слова, які найбільш точно відповідають інформації, яку потрібно знайти. На його запит пошуковик видає результат у формі посилань на веб-сторінки. У 80% випадків користувач переглядає перші 2-3 сторінки результатів і визначається, яке з посилань, що ведуть на веб-сайт, найбільш підходять пошуковому запиту. Що вище в результатах пошуку посилання на сайт, то більша відвідуваність.

Перед початком робіт з просування сайту необхідно використовувати навички стратегічного планування, виділити головне серед важливого. Факторів, що впливають на просування сайту, багато. Тому прості-

ше обрати правильну стратегію, маючи перед собою список таких факторів.

Існує декілька технологій просування сайту: за допомогою контекстної реклами, надійної реклами, оптимізації контенту, посилального ранжування, а також просування сайту в Google.

1. Просування сайту за допомогою контекстної реклами – дуже ефективний спосіб залучення цільової аудиторії на сайт. Контекстна реклама – це спосіб розміщення рекламної інформації, за якого вона відповідає змісту сторінки, на якій він розташований. Рекламним матеріалом для контекстної реклами може бути як просто текстове оголошення, так і банер (прямокутне графічне зображення, наприклад у форматі GIF чи JPG, розташоване на сторінці) [2].

Можемо виокремити такі різновиди банерів:

- цільовий банер. Його завданням є залучення на сайт потенційних клієнтів, які зацікавлені в інформації, яку надає даний Інтернет-ресурс, або ж у запропонованих на сайті товарах чи послугах;
- інформаційний банер. Його завдання – збудити інтерес користувача і викликати бажання дізнатися більше про рекламований продукт;
- брендовий банер. Його метою є збільшення індексу популярності і впізнання торгової марки рекламодавця серед користувачів Інтернету;
- внутрішній банер. Його мета – привернення уваги відвідувачів до певної новини на сайті або повідомлення про нові послуги чи товари.

Банерна рекламна кампанія сприяє досягненню таких цілей: залученню відвідувачів на сайт, створенню і просуванню позитивного іміджу підприємства та його товарів. Один банер можна розмістити на тисячах сайтів, які щодня відвідують десятки тисяч людей. Якісно виготовлені і розміщені на вдало підібраних тематичних ресурсах банери обов'язково привертають до себе увагу. Цікавий графічний зміст підсвідомо збуджує цікавість користувача відвідати пропонований сайт.

2. Важливим кроком до розширення, розвитку бізнесу є просування сайтів за допомогою медійної реклами – реклами з використанням різних медійних засобів (популярний вид реклами в Інтернеті, яка має вигляд мультимедійних та анімованих банерів). Банери медійної реклами розміщують на тематичних сайтах, порталах, пошукових системах у результатах пошуку. Таке просування сайту здатне створити у свідомості споживача стійкий зв'язок між назвою фірми і відповідною продукцією або послугами. В основному для медійної реклами використовують банери у форматах Flash, Gif і Jpg [2]. Медійна реклама використовується для розкрутки бренду, формування певної думки, впливу на бажання. Для залучення конкретного відвідувача-клієнта на сайт використовується контекстна реклама, текстове оголошення.

3. Один із важливих прийомів просування сайту в мережі «Інтернет» є оптимізація контенту. Завдання оптимізації контенту полягає:

- у доборі ключових слів;
- насиченні змісту сайту заданими пошуковими запитамі (при цьому зміст не повинен бути

спотвореним, а текст – залишатися легким для сприйняття);

- верстці сторінок відповідно до стандартів WWW. Одну й ту саму сторінку можна оформити різними способами, при цьому вона може виглядати однаково. Проте неграмотне використання засобів розмітки сторінки веде до неправильних результатів. Цей момент дуже важливий, оскільки некоректну розмітку визначають лише пошукові системи й фахівці в цій галузі. Правильна розмітка сторінки дозволяє пошуковій системі виділити зі сторінки найважливіші моменти, що надалі позитивно відіб'ється на рейтингу цієї сторінки у видачі пошукових систем;
- додаванні крос-посилань на сторінки сайта. Крос-посилання, або перехресні посилання, поставлені у правильних місцях, допоможуть пошуковим системам знайти і проіндексувати всі сторінки сайта. Також крос-посилання є одним із чинників виділення ключових слів [2].

Етапи контент оптимізації такі:

- складання та аналіз семантичного ядра (на підставі аналізу статистики ключових запитів визначаються і впроваджуються слова і словосполучення, які найбільш підходять тематиці сайта);
- оцінка конкурентоспроможності (оцінка тематичної конкурентної ситуації сайта – кількості і якості сайтів з аналогічною інформацією);
- аналіз структури змісту сайта (аналіз інформаційної структури сайта – кількісний і якісний);
- оптимізація сайта (оптимізація інформаційного вмісту і коду сторінок сайта).

Оптимізація сайта під пошукові системи або пошукове просування є одним із малозатратних та ефективних способів просування сайта – це цілий комплекс заходів, спрямованих на збільшення рейтингу сайта в пошукових системах [найбільш важливі з яких Google PageRank, тематичний індекс цитування (ТІЦ) системи Яндекс], що дозволяє значно збільшити кількість відвідувачів сайта. Оптимізувати сайт не менш важливо, ніж його створити. У пошукове просування сайта також входить і його реєстрація у веб-каталогах і тематичних рейтингах, обмін посиланнями з іншими сайтами. Оптимізація сайта під пошукові системи має низку переваг:

- близько 75–80% відвідувачів приходять на сайт із пошукових систем;
- оптимізація під пошукові машини значно випереджає інші методи просування за співвідношенням витрати / результат;
- реєстрація сайта в тематичних каталогах дозволяє підвищити кількість нових відвідувачів.

Контент сайта створюється відповідно до конкретних вимог:

- повинен мати визначений обсяг;
- бути максимально інформативним і легким у прочитанні;
- грамотно і доступно написаним,
- систематично оновлюваним.

Контент ресурсу створюється відповідно до встановлених правил оптимізації веб-сторінок та алгоритмів роботи пошукових роботів, а його якість та актуальність є запорукою підвищення трафіку – збільшення кількості залучених на сайт користувачів. Але найважливіша вимога, якій повинен відповідати контент, – це його унікальність. Велике значення унікальності текстів ресурсу пов'язане ось із чим.

Унікальний контент – це оригінальні авторські статті, які не мають жодних копій у пошукових системах. Пошукові машини містять у своїй пам'яті унікальні сторінки і мають фільтри для текстів, які повторюються. Тому ресурси, які на своїх сторінках розміщують «запозичені тексти», мають невисокі рейтинги та песимістичний прогноз у пошукових системах [4]. Унікальний контент, оригінальне текстове наповнення сайта, упорядковане відповідно до основ Seo-оптимізації та навколо семантичного ядра сайта, допомагає ресурсу вийти на перші позиції в пошуковій видачі.

Ресурс з унікальним контентом має певний рівень довіри (траст) з боку користувачів і пошукових машин. Що вищий траст сайта, то більший авторитет ресурсу в пошукових системах і тим легше йому потрапити в ТОП за більшістю запитів.

4. Додавання зовнішніх посилань на сайт (посилальне ранжування). Цей метод допоможе підвищити індекси цитованості (такі, як PageRank і ТІЦ). Кількість посилань на сайт також впливає на його позицію у видачі пошукових систем [2].

При роботі над збільшенням кількості посилань на сайт використовуються такі способи:

- обмін посиланнями з іншими сайтами. Цей спосіб помірно ефективний, оскільки пошукові системи намагаються не враховувати такі посилання;
- перехресний обмін з іншими сайтами. Це найнадійніший спосіб «обманути» Google та інші пошукові системи;
- реєстрація в каталогах. Є можливість поставити багато посилань вручну або за допомогою спеціалізованих сервісів, таких як 1ps.ru, uhuu.ru. Спосіб малоефективний, тому що пошуковики занижують вагу посилань із каталогів;
- публікація статей. Надаються статті (контент) для розміщення на інших сайтах з умовою встановлення посилання на сайт власника статті (зазвичай у кінці статті в розділі «Про автора»). Перевага цього методу полягає в тому, що такі посилання забезпечують вплив більшої кількості відвідувачів. І до того ж після прочитання статті відвідувачі, швидше за все, будуть уже налаштовані на відвідування створеного сайта.

5. Просування картинками – один із досить молодих способів просування сайта. Пошукові роботи поміщають зображення на першій сторінці пошукової видачі, тим самим даючи користувачеві додаткову графічну інформацію, а власникам сайтів – можливість отримати унікальних відвідувачів. Завдяки



тому, що цей вид просування поки що мало освоєний, відкриваються широкі можливості перед тими, хто його використовує.

6. Крім стандартного просування в мережі «Інтернет», реклама сайтів може вестися і за межами віртуального простору. Наприклад, у формі зовнішньої реклами, листівок, реклами на радіо і телебаченні тощо. Такі рекламні кампанії приносять свої плоди шляхом збільшення кількості цільових відвідувачів. Тому рекламу сайтів офлайн цілком доречно розглядати як ще один, додатковий інструмент просування.

7. Просування сайта в Google і в інших пошукових системах – на нинішній день є пріоритетним завданням веб-майстрів, які хочуть, щоб їхній сайт відвідувала якомога більша кількість користувачів і зростає кількість продажів, якщо це ресурс якої-небудь компанії. Для просування сайта в Google пріоритетним є простота форми сайта, наповнення його якісним вмістом і доступність для всіх користувачів. Google у цілому відрізняється постійністю, простотою і зрозумілою структурою, на відміну від її конкурента Яндекс, який постійно щось змінює у своїх складних алгоритмах пошуку й індексації. Просування сайта на Google відбувається за допомогою ПЗ, яке практично миттєво здійснює індексацію сторінок. Перевага цієї технології в тому, що оптимізація сайта під Google досягається в мінімальні терміни, а помилки, які призводять до випадання сайта з ТОП-рейтингу, також усуваються швидко.

Зрозуміло, що свій сайт хотілося б побачити в першій десятці вже через кілька днів. Це можливо, але, як свідчить практика, – новостворений або неавторитетний сайт, що швидко виходить у першу десятку, так само швидко звідти зникає і опиняється у хвості видачі і довго не може підняти свої позиції. Причиною цього є заходи, які застосовують пошукові системи для запобігання пошуковому спаму і забезпечення релевантності результатів. Саме тому терміни розкрутки сайта становлять від двох до п'яти місяців залежно від складності проекту. Визначити термін розкрутки сайта складно, оскільки це залежить від багатьох чинників, серед них: кількість і популярність пошукових запитів, що відповідають тематиці ресурсу, від того, наскільки сильними є сайти конкурентів, оскільки їх доведеться подолати для того, щоб піднятися наверх у пошуковій видачі.

Для того, щоб про сайт дізналися зацікавлені люди чи потенційні клієнти, не достатньо сайт тільки створити, потрібно його оптимізувати, що допоможе пошуковій системі правильно позиціонувати його в результатах пошукової видачі. Величезною перевагою, яку має розкрутка сайтів в Інтернеті як метод реклами, є те, що на ресурс потрапляє людина, котра цікавиться товарами чи послугами саме тут і тепер.

Список використаної літератури

1. Новини освіти та науки в Україні та світі. Учені порахували типовий час оцінки сайта [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.osvita.org.ua/news/62636.html>.
2. Просування сайта в мережі Internet [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.webtec.com.ua/uk/articles/index/view/2011-05-05/prodvizhenie-web-sajta>.

Висновки. У ході проведених досліджень, метою яких було визначення ефективних технологій «просування» сайта в мережі «Інтернет» (заходів і засобів збільшення кількості відвідувачів сайта), встановлено ось що.

1. Найкращі сайти – це ті, котрі привабливо виглядають, яскраво виражають основну ідею і не змушують користувачів чекати одержання інформації на їхніх екранах занадто довго.

2. Для успішного просування сайта необхідно розуміти і ретельно аналізувати різні тонкощі роботи, якими збагачується будь-яка пошукова система. Зокрема, має особливе значення унікальність вмісту сайта, а тематика сайта повинна чітко відповідати його призначенню. Кваліфікована робота з наповнення сайта може стати передумовою до ефективного просування сайта.

3. Використання тільки одного з методів просування сайта, нехай навіть найефективнішого, може не принести очікуваних результатів – найкраще скомбінувати ці методи. Процес цей трудомісткий і дуже складний, адже різних проектів у глобальній мережі безліч і, щоб чимось здивувати допитливих інформаційним достатком Інтернет-користувачів, треба докласти масу зусиль.

4. Існують «чорні», «сірі» і «білі» методи «просування» сайтів.

«Чорні» методи просування сайтів дають короткотерміновий ефект, але результатом використання таких методів може бути потрапляння сайта в «бан». До «чорних» методів належать: використання невидимого тексту, створення дорвеїв, клоакинг, пошуковий спам, використання лінкаторів, спам поштою.

«Сірі» методи просування сайтів за їхнього вмілого використання можуть допомогти швидко «підняти» сайт у пошукових запитах, але при цьому також існує небезпека потрапляння сайта в «бан». До «сірих» методів відносять: використання тегів «strong», «b» та інших, які дають можливість впливати на алгоритм ранжирування в пошукових системах; нетематичний обмін посиланнями і статтями, купівля посилань на інших сайтах; використання сервісів автоматичного обміну статтями; купівля місць для статей на інших ресурсах.

До «білих» методів просування належать: постійне додавання унікального і цікавого контенту; прохання популярних і авторитетних сайтів розмістити якісну статтю; створення своєї власної розсилки; за допомогою контекстної реклами (рекламним матеріалом для контекстної реклами може бути як просто текстове оголошення, так і банер), медійної реклами, оптимізації контенту, посилального ранжування, просування сайта в Google, просування картинками, у формі зовнішньої реклами, листівок, реклами на радіо і телебаченні тощо.



3. Просування сайту [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://igroup.com.ua/seo-articles/prosuвання-sajtu>.
4. Унікальний контент як інструмент для просування сайту в Інтернеті [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://welldostudio.com/blog/unikalnii_kontient_iak_instrument_n.
5. Розкрутка сайту: чорні, сірі, білі методи просування сайтів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://blog-rivne.pp.ua>.

References

1. Novyny osvity ta nauky v Ukraini ta sviti. Ucheni porakhuvaly typovyi chas otsinky сайту [News of Education in Ukraine and the world. Scientists considered typical evaluating site]. (n. d.). www.osvita.org.ua. Retrieved from <http://www.osvita.org.ua/news/62636.html> [in Ukrainian].
2. Prosuвання сайту v merezhi Internet [Promotion of sites on the Internet]. (n. d.). www.webtec.com.ua. Retrieved from <http://www.webtec.com.ua/uk/articles/index/view/2011-05-05/prodvizhenie-web-sajta> [in Ukrainian].
3. Prosuвання сайту [Website Promotion]. (n. d.). igroup.com.ua. Retrieved from <http://igroup.com.ua/seo-articles/prosuвання-sajtu> [in Ukrainian].
4. Unikalnyi kontent yak instrument dlia prosuвання сайту v Interneti [Unique content as a tool to promote your site online]. (n. d.). welldostudio.com.ua. Retrieved from http://welldostudio.com.ua/blog/unikalnii_kontient_iak_instrument_n [in Ukrainian].
5. Rozkrutka сайту: chorni, siri, bili metody prosuвання сайтів [Site Promotion: black, gray, white website promotion methods]. (n. d.). blog-rivne.pp.ua. Retrieved from <http://blog-rivne.pp.ua> [in Ukrainian].