

Міністерство освіти і науки України
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Економічний факультет
Кафедра менеджменту та маркетингу

ГАВРИЛЮК ВІКТОРІЯ ВІКТОРІВНА

**ПОШУКОВА ОПТИМІЗАЦІЯ (SEO) В
ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА**

075 Маркетинг

Автореферат

на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

м. Івано-Франківськ - 2023 рік

Дипломна робота виконана в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника

Науковий керівник: викл. Ціжма О.А.

Рецензенти: к.е.н., доц. Ємець О.І.

Захист відбудеться: 23 червня 2023р.

Дипломну роботу надано до захисту: 1 червня 2023р.

Завідувач кафедри проф. Романюк М.Д.

(підпис)

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПОШУКОВОЇ ОПТИМІЗАЦІЇ (SEO) В ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Суть поняття SEO-оптимізації та просування сайту в пошуковій системі

1.1.1 Типи SEO: зовнішня оптимізація, внутрішня оптимізація і технічна оптимізація

1.2 Фактори ранжування сайту

1.3 Роль SEO-оптимізації сайту підприємства як інструменту інтернет-маркетингу

РОЗДІЛ 2. СТВОРЕННЯ СТРАТІГІЇ SEO-ОПТИМІЗАЦІЇ ТА ПРОСУВАННЯ САЙТУ ПІДПРИЄМСТВА «ТІК»

2.1 Аналіз конкурентів і ніші підприємства «ТІК»

2.1.1 Аналіз загальних показників сайтів конкурентів

2.1.2 Аналіз посилальної маси сайтів-конкурентів підприємства «ТІК»

2.1.3 Аналіз контенту сайтів конкурентів підприємства «ТІК»

2.1.4 Аналіз УТП конкурентів та інших особливостей

2.2 Створення майбутньої структури сайту «ТІК»

2.3 Аналіз застосування інструментів SEO-оптимізації для підприємства «ТІК»

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ ЗА ДОПОМОГОЮ SEO-ОПТИМІЗАЦІЇ

3.1 Проблеми пошукової оптимізації в інтернет-маркетингу підприємства

3.2 Рекомендації із покращення роботи сайту підприємства на основі SEO-оптимізації

3.3 Стратегія і план розвитку «ТІК» за допомогою SEO-оптимізації сайту підприємства

ВИСНОВКИ

ДОДАТКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність роботи обумовлена тим, що електронна комерція та інтернет середовище починає відігравати все більшу роль у маркетингу підприємства. Чимала доля припадає саме на сайти, оскільки саме вони служать майданчиками для продажу товарів та послуг. Для просування сайтів найефективнішими залишаються стратегії пошукової оптимізації, оскільки саме вони забезпечують генерацію органічного трафіку цільової аудиторії в довгостроковій перспективі. Дослідженню проблематики інтернет-маркетингу та ролі пошукової оптимізації сайтів присвячені праці таких вчених: Браян Ден [8, 22], Котлер [13], Романенко [19], Снайдер [21], Фортін [23], Варвиш [39], Терещенко [42].

Метою дослідження є аналіз актуальності виходу на ринок електронної комерції магазину «ТІК», аналіз найбільш ефективних інтернет-маркетингових стратегій, а саме стратегії пошукової оптимізації сайту. Як результат необхідно отримати детальну інструкцію для подальшого створення сайту та його оптимізації для пошукових систем.

Відповідно до поставленої мети було сформульовано та вирішено такі завдання:

- розкрити завдання, цілі та функції інтернет-маркетингу та його роль в діяльності підприємства;
- розкрити поняття пошукової оптимізації та його роль у інтернет-маркетингу підприємства;
- визначити переваги та недоліки пошукової оптимізації сайту;
- визначити основний інструментарій для проведення SEO-аналізу сайту та формування ефективних стратегій просування сайтів;
- провести аналіз конкурентів та ніші підприємства «ТІК», у рамках якого проаналізувати загальні показники сайтів конкурентів, посилальну масу сайтів, контент, УТП та інших особливостей;
- зібрати семантичне ядро для майбутнього сайту «ТІК»;

- визначити основні проблеми пошукової оптимізації в інтернет-маркетингу підприємства;

- запропонувати рекомендації із покращення роботи сайту підприємства на основі пошукової оптимізації;

- на основі зібраного семантичного ядра та аналізу конкурентів сформувавши майбутню структуру сайту;

- сформувавши стратегію просування сайту «ТІК».

Об'єктом дослідження даної роботи є стратегія пошукової оптимізації для підприємства «ТІК».

Предметом дослідження є інтернет-маркетинг та власне пошукова оптимізація сайту, як складова інтернет-маркетингу.

Методи дослідження. Методами дослідження є вивчення та аналіз джерел, аналіз конкурентів та ніші за допомогою популярних SEO-інструментів, аналіз ефективних стратегій пошукової оптимізації, їх сильних та слабких сторін, можливостей та загроз та на основі отриманих результатів формування повноцінної стратегії створення та оптимізації сайту для магазину «ТІК».

Інформаційною базою є наукові публікації, аналітичні матеріали, публікації маркетингових підприємств та спеціалістів у сфері маркетингу, тематичних книг. Також використано дані, отримані під час аналізу конкурентів та ніші за допомогою інструменту Serpstat.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у поглибленні існуючих теоретичних основ та розробці рекомендацій щодо використання стратегії пошукової оптимізації сайту підприємства в мережі інтернет.

Практичне значення одержаних результатів. ПП «ТІК» має можливість використати результати дослідження для створення, оптимізації та майбутнього просування сайту, що допоможе отримати і утримати позиції на ринку електронної комерції, збільшити шляхи надходження доходів.

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків, списку використаної літератури та додатків. Загальний

обсяг роботи становить 75 сторінок, включаючи 4 таблиці, 10 рисунків, 1 додаток, список використаної літератури складається з 52 найменувань на 71 сторінці.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У розділі 1 “Теоретичні основи пошукової оптимізації в інтернет-маркетингу підприємства” розглядаються завдання, цілі та функції інтернет-маркетингу та пошукової оптимізації. У розділі розкривається актуальність виходу на ринок електронної комерції, аналізуються канали трафіку та чому пошуковий трафік є найбільш важливим. Аргументується, чому пошукова оптимізація сайтів є ефективною стратегією просування підприємства в інтернеті.

Також висвітлюється основна теоретична база та складові пошукової оптимізації сайту, такі як:

- типи пошукової оптимізації сайтів;
- зовнішня оптимізація;
- внутрішня оптимізація;
- технічна оптимізація;
- фактори ранжування сайту;
- роль пошукової оптимізації сайту підприємства як інструменту інтернет-маркетингу.

Дається вичерпна теоретична база важливості, актуальності у пошуковій оптимізації сайтів, порівнюється методика залучення платного трафіку та органічного.

Також було проведено популярності запитів в Google Trends за останні 5 роки в Україні і світі по одним із найпопулярніших інструментів інтернет-маркетингу – SEO, SMM, Email-розсилки і контекстна реклама – результати вийшли наступні: SEO є незаперечним лідером.

У розділі 2 “Створення стратегії SEO-оптимізації та просування сайту підприємства” проведено поглиблений аналіз конкурентів та ніші, інструментів пошукової оптимізації, основних проблем, загроз та викликів. Так, було проведено аналіз основних показників сайтів конкурентів, таких як канали трафіку, видимість у пошукових мережах, дизайн сайту, аналіз

контенту основних типових сторінок, таких як головна, блог, сторінки категорій та карточок товарів.

Також проаналізовано посилальну масу сайту, включаючи такі показники як, аналіз доменів та сторінок, що посилаються, анкорів, типів стратегії посилального просування сайтів. У рамках аналізу конкурентів було виявлено основні структурні та бізнесові особливості, які можуть бути використані для пошукової стратегії підприємства «ТІК». Також було зібрано базову семантику, яка більш детально подана в додатку. На основі зібраної семантики, аналізу конкурентів було сформовано орієнтовну структуру сайту «ТІК», яка включає в себе найпопулярніші категорії товарів.

Розробка та підтримка правильно організованої структури сайту є невід'ємною частиною успішної інтернет-присутності. Цей підхід дозволяє забезпечити зручність та задоволення для користувачів, покращити показники пошукової оптимізації та створити сприятливі умови для успіху в онлайн-середовищі.

Також проаналізовано основні загрози та виклики пошукової оптимізації сайту, такі як:

- великий вибір інструментів для аналізу та фіксації показників, який може стати у загрозу та створити невизначеність вибору;
- непередбачуваність оновлено та змін правил у роботі пошукових систем, а також можливі санкції;
- довготривалий процес пошукової оптимізації, який потребує постійного та методичного опрацювання.

У розділі 3 “Проблеми інтернет-маркетингу та шляхи їх вирішення за допомогою пошукової оптимізації” було встановлені основні проблеми інтернет-маркетингу та можливі способи їх вирішення за допомогою пошукової оптимізації сайту. Проаналізовано, що ефективна SEO-стратегія може допомогти не лише залучати пошуковий трафік на сайт, але й стати джерелом генерації трафіку для інших інтернет-ресурсів, наприклад, для email-маркетингу чи маркетингу соціальних мереж, оскільки на сайті може

міститись заклик підписатись на поштову розсилку чи посилання на соціальні мережі.

Отже, вирішення проблем та максимізація потенціалу інтернет-маркетингу вимагають ефективного використання SEO-оптимізації, що може стимулювати створення стратегій маркетингу соціальних мереж та впровадження email-маркетингу. Ці стратегії сприяють покращенню видимості бренду, залученню нових відвідувачів та підвищенню конверсії, що в результаті допомагає бізнесу рости та прогресувати в онлайн-середовищі.

Пошукове просування сайту підприємства включає пені загрози та виклики. До зовнішніх викликів можна віднести оновлення алгоритмів пошукових систем та можливих санкцій, високий рівень конкуренції, недобросовісні дії конкурентів, широкий вибір інструментів, що породжує проблему вибору.

Однак, не зважаючи на всі переваги SEO, існують деякі недоліки. Їх можна узагальнити, виділивши наступні:

1. Довготривалість та відносно висока вартість.
2. Постійні зміни в алгоритмах та технологіях.
3. Проблеми, пов'язані з якісним виконанням безпосередніх SEO-задач.
4. Надто великий інструментарій, що може ускладнити виконання робочих завдань, та при не правильній оптимізації робочих процесів, підвищити витрати.

Проблем, які стосуються реалізації SEO-стратегії та вибору інструментів можна уникнути при правильній оптимізації усіх процесів. Інших нюансів, таких як постійні оновлення алгоритмів чи довготривалість, не уникнути, це особливості галузі, до яких можна лише підстосуватись та використати на свою користь.

Отже, SEO-оптимізація грає важливу роль у формуванні інтернет-маркетингових стратегій просування. При правильній та грамотній організації

усіх процесів, наявність проблем не зможе стати на заваді в пошуковій оптимізації.

ВИСНОВКИ

Аналіз місця пошукової оптимізації в інтернет-маркетингу компанії продемонстрував як позитивні аспекти і переваги, так і можливі виклики. До переваг SEO-стратегії можна віднести:

1. Сильний канал привертання клієнтів. Дослідження підтверджують, що пошуковий трафік є одним з провідних джерел відвідувань на сайті.

2. Зростаюча важливість та популярність електронної комерції стимулює потребу використовувати онлайн-продвиження.

3. Для досягнення високих позицій у пошуковій видачі в умовах жорсткої конкуренції на ринку електронної комерції необхідно впроваджувати пошукову оптимізацію, яка допоможе здобути і зберегти позиції.

4. Пошукова оптимізація має тривалий ефект і привертає трафік протягом довгого періоду. Фактично, результати можуть погіршитись лише у випадку радикальних змін у алгоритмах пошукових систем або серйозних проблем на сайті, які порушують правила та призводять до виключення з індексу та видачі.

До загроз та недоліків реалізації пошукової стратегії з точки зору інтернет-маркетингу можна віднести наступне:

1. Пошукова оптимізація є довготривалим процесом, результати не будуть такими швидкими, які може забезпечити, наприклад, цільова реклама.

2. Хоча трафік, залучений через пошукову оптимізацію, фактично є безкоштовним, проте вона вимагає витрат на оплату праці фахівців, розміщення посилань та інше.

3. Пошукові системи часто змінюють свої алгоритми, що може призвести до втрати позицій у видачі та потребувати коригування стратегії.

У рамках заходів, спрямованих на створення та реалізацію стратегії пошукової оптимізації, слід приділити особливу увагу аналізу конкурентів та семантичному ядру. Наприклад, аналіз конкурентів допоміг виявити, що окрім продажу продуктів харчування звичайним споживачам, конкуренти також продають товари оптом для ресторанів, готелів, кафе. Також деякі з них займаються виробництвом екологічної продукції, наприклад, корисних сніданків. Наразі підприємство "ТІК" не має достатніх ресурсів для реалізації цих можливостей, проте якщо виходження на ринок електронної комерції виявиться ефективним і забезпечить додатковий прибуток, то в майбутньому слід розглянути таку можливість.

Основною метою для входу на ринок електронної комерції є створення сайту та його подальша оптимізація. У рамках дипломної роботи було виконано такі кроки:

1. Проаналізовано конкурентів та нішу, виявлено їх слабкі та сильні сторони. Визначено, які елементи зі стратегії просування конкурентів можна використати, а від яких слід утримуватись.
2. Визначено найефективніші існуючі стратегії просування.
3. Створено стратегію просування та створення сайту для компанії "ТІК".
4. Зібрано базове семантичне ядро та на його основі створено початкову структуру майбутнього сайту.
5. Покроково описано процес створення та оптимізації сайту.

Серед результатів бакалаврської роботи можна виділити наступне:

1. Проаналізовано теоретичну базу та обґрунтовано актуальність входу на ринок електронної комерції та подальшого закріплення на ньому за допомогою пошукової оптимізації сайту. Проаналізовано також можливі ризики та загрози під час реалізації пошукової оптимізації сайту.
2. Проаналізовано сайти конкурентів, які є відповідними.
3. Зібрано базове семантичне ядро.

4. Створено структуру майбутнього сайту на основі зібраного семантичного ядра.

5. Розроблено стратегію просування та оптимізації сайту після його реалізації.

Отже, ринок електронної комерції є дуже актуальним сьогодні. Проте висока конкуренція вимагає великих зусиль для успіху. Одним з провідних каналів привернення трафіку є пошуковий трафік. Для отримання та збереження високих позицій у пошуковій видачі за конкурентними запитами потрібно використовувати стратегію пошукової оптимізації сайту. Пошукова оптимізація сайту вимагає багато зусиль і часу. Важливо пам'ятати, що це постійний процес, і досягнення успіху можливе лише завдяки послідовному та постійному впровадженню стратегічних заходів.

СПИСОК ОСНОВНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Що таке пошукова оптимізація сайту та які основні цілі цього процесу? / М. Токарєв. URL: <https://rozkrutka.site/shcho-take-SEO/>
2. Просування сайту. URL: <https://igroup.com.ua/SEO-articles/prosuvannya-sajtu/>
3. Pay per click. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Pay_per_click
4. Як отримати максимум користі з PPC & SEO. URL: <https://ideadigital.agency/blog/yak-otrimati-maksimum-koristi-z-ppc-SEO/>
5. What 3.25 Billion Website Visits Tell Us About the Internet's Top Traffic Sources / Kyle Byers. 2020. URL: <https://growthbadger.com/traffic-study/#overall-traffic>
6. SEARCH ENGINE OPTIMIZATION / Jakub Zilincan // Cbuinternational conference on innovation, technology transfer and education. 2015. March
7. The Beginner's Guide To Link Building / Paddy Moogan. 2014. 89 с.
8. LINK BUILDING FOR SEO: The Definitive Guide (2022) / Brian Dean. – Режим доступу: <https://backlinko.com/link-building>
9. Search Engine Optimization for Websites / Akshi Tak, Dr.Gajendra Singh Rajawat, Manan Bindra // Journal of Analysis and Computation (JAC). 2021.
10. Google Ranking Factors – Ultimate SEO Checklist for 2018 (Updated). URL: <https://mytasker.com/blog/google-ranking-factors/>
11. Фактори ранжування Інтернет-ресурсів пошуковою системою Google / Басюк Т. М., Василюк А. С. 2016.
12. АНАЛІЗ ВПЛИВУ ЗНАЧЕНЬ ФАКТОРІВ РАНЖУВАННЯ ВЕБ-СТОРИНОК / І.С.Яковлєв, І.Д. Яковлєва, І.Д. Лісовенко. 2014.
13. Основи маркетингу / Котлер Ф., Армстронг Г та інші, 2002. С. 487.
14. Е-commerce в Україні: цифри, факти, перспективи розвитку онлайн-торгівлі / Максим Дімура. URL: <https://wwwsite2b.ua/web-blog/e-commerce-v-ukraine-cifry-fakty-perspektivy-razvitiya-onlajn-torgovli.html>

15. Ринок e-commerce в Україні у 2020 році / EVO. URL: <https://evo.business/107-mlrd-grn-vitratili-ukra%D1%97nci-na-pokupki-v-interneti-yakim-buv-ecommerce-u-2020-roci/>
16. Як змінився ринок eCommerce в Україні у 2022 році / Elit-Web. URL: <https://elit-web.ua/ua/blog/kak-izmenilsja-rynok-ecommerce-v-ukraine-v-2022-godu>
17. Сучасні тренди Інтернет-маркетингу / Люба Турчин, Віктор Островерхов. 2019 р.
18. SEO-аналіз конкурентів: докладна інструкція / Олена Воскобойник. URL: <https://netpeak.net/uk/blog/SEO-analiz-konkurentiv-dokladna-instruksiya/>
19. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ SEO-ОПТИМІЗАЦІЇ ТА ПОДОЛАННЯ ІСНУЮЧИХ РИЗИКІВ / Романенко Л. Ф., Брайловська О. О. Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. 2022. URL: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.7684891>
20. Top 4 SEO marketing challenges for 2023 / Tim Murphy . 2022. URL: <https://www.techtarget.com/searchcontentmanagement/feature/Top-4-SEO-marketing-challenges>
21. SEO Risks to Take and SEO Risks to Avoid / Sarah Snider. URL: <https://www.seo.com/blog/seo-risks-to-take-and-seo-risks-to-avoid>
22. How to Create an Effective SEO Strategy In 2023 / Brian Dean. URL: <https://backlinko.com/seo-strategy>
23. How to Create an SEO Strategy for 2022 / Drew Fortin. URL: <https://blog.hubspot.com/marketing/seo-strategy>
24. Проблеми становлення та перспективи розвитку інтернет-маркетингу в українській економіці / Варвиш О.С. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/inek/2011_5/235.pdf