

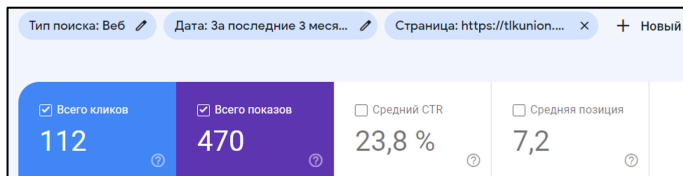
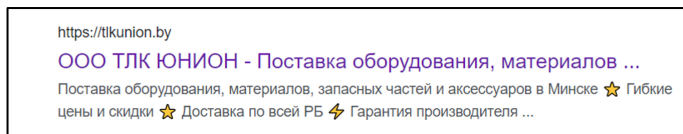
ОЦЕНКА CTR КАК УСЛОВИЕ ПОВЫШЕНИЯ ОБЪЕКТИВНОСТИ АНАЛИЗА ВОСПРИЯТИЯ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСА КЛИЕНТАМИ

Поведенческие факторы отражают степень удовлетворения пользователя интернет-ресурсом (интернет-магазин, сайт услуг и др.). Для поисковых систем поведенческие факторы являются одним из важнейших аспектов при оценке и в последующем ранжировании веб-ресурса в поисковой выдаче. Несмотря на многочисленные апдейты и изменения в алгоритмах ранжирования, особое внимание поисковики уделяют взаимодействию пользователя с интернет-ресурсом. Поэтому для получения высокой позиции в поисковой выдаче, которая впоследствии в разы увеличивает трафик и процент конверсий, помимо технических и других SEO-факторов, необходимо постоянно работать над улучшением поведенческих индикаторов.

Каждая поисковая система выделяет для себя приоритетные поведенческие факторы. Неизменно важными среди них для любого поисковика являются внешние факторы. К их числу относится CTR (click-through rate — показатель кликабельности) — процентное соотношение общего количества кликов к общему количеству просмотров веб-страницы. Значение данного показателя прямо пропорционально зависит от качества сниппета веб-сайта (блока информации о странице сайта в поисковой выдаче, в который входят метатеги <title> и <description>). Оптимизация метатегов сайта является одним из внутренних факторов оптимизации продвижения веб-сайта в поисковых системах. Однако если оптимизация title, осуществляемая по ключевым запросам, предназначена в большей степени для поисковика, то оптимизация description необходима непосредственно для отражения той информации (номер телефона организации, информация о доставке, скидках, адреса и др.), которая способна привлечь внимание пользователя и тем самым увеличить вероятность перехода на веб-сайт, т.е. увеличить CTR.

Еще одним эффективным способом повышения CTR является оптимизация сниппета сайта по количеству символов в метатегах исходя из рекомендаций поисковиков (для title 50–70 символов, для description 135–155 символов), чтобы сниппет сайта был замечен в поисковой выдаче среди других сниппетов для увеличения кликабельности.

Представленная на рисунке страница сайта имеет среднюю позицию 7,2 в поисковой выдаче. Согласно статистике средний CTR для страниц на данной позиции составляет 1,88 %, т.е. ниже в 12,7 раза CTR, представленной на рисунке страницы. Этому обстоятельству способствовала грамотная оптимизация сниппета сайта.



Пример оптимизированного сниппета и CTR страницы сайта

Таким образом, увеличение CTR сайта приводит к непосредственному увеличению объема трафика интернет-ресурса, т.е. является важнейшим фактором повышения конкурентоспособности в эпоху цифровизации бизнес-процессов.

Источники

1. Статистика кликов в первой десятке результатов Google [Электронный ресурс] // kom-dir.ru. — Режим доступа: <https://www.kom-dir.ru/article/2298-vykladka-tovara>. — Дата доступа: 23.11.2022.
2. Эффективность [Электронный ресурс] // search.google.com. — Режим доступа: <https://search.google.com/>. — Дата доступа: 23.11.2022.