

Пожиток А.А.

ЧИУП, ФМ, гр.111э, 1 курс

РОЛЬ ПРОДВИЖЕНИЯ САЙТОВ В СОВРЕМЕННОМ МАРКЕТИНГЕ

В современном мире уже, наверное, никто не сомневается в важности и необходимости создания полноценного интернет-портала, который был бы не просто визитной карточкой организации, но ресурсом, поддерживающим весь цикл продаж товаров и услуг. Однако мало создать сайт, необходимо, чтобы он работал и приносил прибыль. Он должен являться полнофункциональным инструментом для интернет-маркетинга, без которого уже никак не обойтись. Одним из важнейших вопросов в этой сфере является продвижение сайтов в сети интернет.

В начальный период развития Интернет, число его пользователей было невелико, а объем доступной информации относительно небольшим. В большинстве случаев доступ к сети интернет имели сотрудники различных университетов и лабораторий, а в целом Сеть использовалась в научных целях. Однако по мере возрастания объема информации в глобальной сети, появилась потребность поиска нужной информации, и, соответственно, появились системы, поддерживающие и осуществляющие поиск во всемирной паутине.

В настоящее время существует 3 основных международных поисковых системы – Google, Yahoo и MSN Search, имеющих собственные базы и алгоритмы поиска. Большинство остальных поисковых систем использует в том или ином виде результаты 3 перечисленных. В рунете основной поисковой системой является Яндекс, за ним идут Rambler, Google.ru, Aport, Mail.ru и KM.ru [1].

Логически понятно, что чем выше будет положение сайта в результате поискового запроса, то тем больше будет популярность компании, продвигающей свой бизнес через интернет. Все факторы, влияющие на положение сайта в выдаче поисковой системы, можно разбить на внешние и внутренние.

Внутренние факторы ранжирования (которые находятся под контролем владельца веб-сайта):

- текстовое оформление веб-страниц (объем текста на странице, число ключевых слов на странице, плотность ключевых слов, расположение ключевых слов на странице, стилистическое оформление текста, тег «TITLE», ключевые слова в тексте ссылок, теги «ALT» изображений, мета-тег Description, мета-тег Keywords);

- структура сайта (число страниц сайта, навигационное меню, ключевое слово в названии страницы, подкаталоги, главная страница сайта).

Внешние факторы ранжирования (которые не находятся под непосредственным контролем владельца веб-сайта):

- количество внешних ссылок на сайт;
- важность ссылок (индекс цитируемости);
- ссылочный текст;
- релевантность ссылающихся страниц [2].

Соответственно, если учитывать все эти факторы при разработке и дальнейшей поддержке сайтов, это может гарантировать высокий рейтинг в результатах, выдаваемых поисковыми системами. Соответственно, увеличится число посетителей сайта и, следовательно, количество клиентов. Поэтому важность продвижения сайтов в глобальной сети Интернет трудно переоценить.

Список использованных источников

1 Продвижение сайта шаг за шагом // TheEye.ru [Электронный ресурс]. – 2012. – Режим доступа : <http://www.theeye.ru/prologue.php>. – Дата доступа : 05.02.2013.

2 Раскрутка и оптимизация сайта // SEMONITOR [Электронный ресурс]. – июнь 2012. – Режим доступа : <http://tutorial.semonitor.ru/>. – Дата доступа : 05.02.2013.

БДЭУ Беларуска дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.
БГЭУ Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.

BSEU Belarus State Economic University. Library.
<http://www.bseu.by> elib@bseu.by