

Христина ЧЕРНОВА

Тернопільський національний економічний університет

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ПРОСУВАННЯ ВЕБ-САЙТУ ПІДПРИЄМСТВА

Сьогодні просування сайтів в пошукових системах орієнтується насамперед на комплексні системні чинники. Вже ні для кого не секрет, що в просуванні беруть участь і соціальні мережі, які раніше ігнорувалися пошуковими системами як фактори, що беруть участь в повноцінному ранжируванні веб-ресурсів. Зараз соціальні мережі все більше впливають на позиції сайту в результатах пошуку. Так, зокрема Яндекс і Google стежать за частотою згадування бренду або назви сайту, відстежують якість трафіку на сайт з соціальних мереж і звичайно враховують посилання, розміщені в Однокласниках, Вконтакті, Facebook, Instagram, Google плусі.

Особливості використання інтернет-ресурсу в маркетинговій діяльності досліджувалися в працях І. Т. Балабанова, Л. А. Брагіна, М. Б. Зуєва, В. А. Холмогорова, І. В. Успенського та ін.

Веб-сайт насамперед це майданчик на якому виробник працює з аудиторією, отримує від неї зворотний зв'язок та взаємодіє в процесі продажу товарів або послуги. Соціальні мережі допомагають зміцнити той зв'язок між організацією і споживачем [3].

Просування і його основні показники, залежать у тому числі від кількості і аудиторії в офіційних групах для даного сайту. Наприклад, якщо створена група в соціальній мережі є офіційною групою просувається, пошукові системи рано чи пізно звернуть увагу на те, наскільки часто користувачі вступають в групу, залишають лайки і репости, коментарі до записів, залишеним в даній групі. Найпопулярніші групи індексуються пошуковими системами з максимальною частотою, що забезпечує стабільний потік трафіку не тільки з самих соціальних систем, а й з пошукових систем [2].

Можна вивести основні правила для грамотного просування сайту, використавши обліковий запис в соціальній мережі:

- 1) підтримка акаунта і регулярні оновлення;
- 2) сайт компанії обов'язково повинен взаємодіяти з мікроблог;
- 3) постійний пошук передплатників в цільової аудиторії;
- 4) застосування хештегів і ключових слів;
- 5) інформація, яка розміщується не повинна носити рекламний характер.

Краще представити як контент, без сумніву, корисний користувачам, у вигляді рекомендації або ради [4].

Основний сенс офіційної групи в соціальній мережі – просування інтересів сайту або компанії в співтоваристві. Ось чому важливим моментом є підтримка іміджу на рівні компанії в соціальній мережі. Основним засобом підтримки якісного іміджу в Інтернеті є модерація записів і відстеження негативних коментарів, а також управління ними. Важливий момент, який відповідає за просування, це підтримка позитивної думки про бренд і відповіді на позитивні коментарі.

Ось список того, що в соціальних мережах впливає на просування сайту:

- 1) кількість коментарів з згадками бренду або назви сайту;
- 2) частота репоста;
- 3) кількість і якість посилань на сайт;
- 4) обсяг аудиторії в офіційних групах;
- 5) кількість трафіку на сайт.

Якщо говорити безпосередньо про якість трафіку, на нього впливає якість залученої до групи аудиторії. Зокрема соціальна мережа Вконтакте ускладнила можливості для залучення користувачів в групи, дозволивши запрошувати тільки друзів. Це безумовно позитивний момент і його відзначили пошукові системи. Тепер Яндекс надає свіжим групам, створеним після введення в ВК даного обмеження, більшого значення в просуванні web-сайту.

Автором пропонується заходи, щодо оцінки ефективності просування web-сайту компанії:

- 1) базовий аналіз – це короткий аналіз відвідувачів web-сайту компанії.
- 2) аналіз аудиторії, включає такі критерії: кількість візитів, тривалість візитів, кількість переглядів за візит, кількість днів на сайті, оновлення списку відвідувачів.
- 3) аналіз джерел трафіку–переходи між сторінками, зовнішні переходи, переходи на зовнішні сайти, точки входу і виходу.
- 4) аналіз функціонального наповнення web-сайту, основна мета – виявити переваги діяльності компанії.
- 5) аналіз пошукових запитань. завдяки аналізу параметра пошукові запити можна найбільш детально виділи ти важливі моменти, а саме, сформувані перелік ключових слів [1].

Розвиток мережі Інтернет дає нові маркетингові можливості для кожного підприємства, які є обов'язком кожної компанії, у випадку, якщо вона хоче виграти конкурентну боротьбу.

Запропоновано заходи щодо оцінки просування web-сайту компанії. Також для ефективно просування сайту пропонується використовувати соціальні мережі, розвиток яких необхідно постійно підтримувати, для того щоб збільшитися кількість клієнтів і товарообіг компанії.

Література:

1. Зуєв М. Б. Интернет-маркетинг : взгляд практиков / М. Б. Зуев, Д. Е. Разваляев – М. : Вершина, 2008. – 248 с.

2. Ілляшенко С. М. Сучасні тенденції застосування інтернет-технологій [Електронний ресурс] / С. М. Ілляшенко. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Mimi/2011_4_2/2_1.pdf.

3. Паньковецький О. Ю. Особливості маркетингових комунікацій Інтернет-магазину в мережі Інтернет [Електронний ресурс] / О. Ю. Паньковецький. – Режим доступу: [http://kneu.edu.ua /ua/departments/Faculty_of_Economics_and_Administration/confere_nce/conf_social_dev_ukr_12/secti on1/tez6/](http://kneu.edu.ua/ua/departments/Faculty_of_Economics_and_Administration/confere_nce/conf_social_dev_ukr_12/secti on1/tez6/).

4. Эффективная раскрутка сайта с использованием ресурсов социальной сети Twitter [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://joomdom.com/1555-effektivnaya-raskrutka-sayta-s-ispolzovaniem-resursov-socialnoy-seti-twitter.html>.