

УДК 658.8

**Бекмурзаев Иса Дуквахович**

к.э.н., доцент, ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет»

Россия, Грозный.

**Bekmurzaev Isa Dukvahovich**

Ph.D., Associate Professor, FGBOU VO "Chechen State University"

Russia, Grozny.

**ПРЕИМУЩЕСТВА SEO ДЛЯ БИЗНЕСА: РУКОВОДСТВО ДЛЯ  
НАЧИНАЮЩИХ  
ADVANTAGES OF SEO FOR BUSINESS: GUIDE FOR BEGINNERS**

***Аннотация.** В данной статье мы не только расскажем о том, что такое SEO, но и дадим несколько советов по его эффективному применению, интересных для начинающих бизнесменов. Выделена важность качества и объема трафика на веб-сайте. Обоснована актуальность результатов работы по изучению органических поисков. Сделаны соответствующие выводы.*

***Abstract** In this article we will not only talk about what SEO is, but also give some tips on how to use it effectively, interesting for beginners. Highlighted the importance of quality and volume of traffic on the website. The relevance of the results of the work on the study of organic searches is substantiated. The corresponding conclusions are drawn.*

***Ключевые слова:** seo, сайт, бизнес, трафик, система, поисковый, посетитель, результат, страница, преимущество, усиленный, поиск, информация, маркетинг, пользователь, оптимизация, ранжирование, улучшение, повышение, отслеживать, коммерция, слово, услуга, качество, продукт, метод.*

***Keywords:** seo, site, business, traffic, system, search, visitor, result, advantage, strengthened, search, information, marketing, user, optimization, ranking, improvement, enhancement, tracking, commerce, word, service, quality, product, method.*

У Вас есть небольшой сайт по продвижению бизнеса, будет ли SEO полезным для Вас?

Поможет ли SEO при запуске электронной коммерции?

Увеличит ли SEO количество моих подписчиков?

Вот некоторые из вопросов по поводу SEO, которые появляются в умах новичков. Чтобы понять, будет ли SEO полезен именно вам, нужно изучить его основы и понять, как с его помощью можно развить бизнес.

Итак, что же такое SEO?

Данная аббревиатура означает следующее: Оптимизация Поисковых Систем. SEO-ресурс относится к методам передачи веб-сайта на лицевые страницы различных поисково-технических систем, таких как Яндекс, Google, Bing, Yahoo и т.д.

Основное назначение SEO направлено на повышение качества и объема трафика на веб-сайте. Сделать это возможно с помощью результатов работы по проведению органических поисковых систем [8].

Качество трафика

Несмотря на то, что на собственном сайте вы хотели бы видеть любого посетителя (за исключением, конечно, хакеров), важно выбрать ту поисковую систему, где ваша тема является актуальной. К примеру, если вы решили открыть гаражный бизнес, а Яндекс в это время ведет трафик для бизнеса, связанного с уничтожением отходов, то вряд ли такой ресурс будет вам полезен. Качество трафика относится только к тем посетителям, которым интересно ваше предложение на веб-сайте, в этом случае вы можете рассчитывать на плодотворные результаты.

Объем трафика

После того, как у вас есть посетители, переходящие из поисковой системы, важно понимать: чем больше трафик, тем лучше.

#### Целевой трафик

Трафик на вашем сайте, полученный от нецелевых средств может привести лишь к временному скачку в бизнесе. В долгосрочной перспективе только целевой трафик сможет активно продвигать его вперед, и тогда вам не придется за него платить.

#### Как SEO приносит выгоду владельцам бизнеса?

Владельцы и руководители предприятий постоянно ищут пути улучшения своего бизнеса. В то время как традиционные способы ведения бизнеса становятся все дороже, цифровые средства дешевеют. Кроме того, как правило, они более эффективны.

Безусловно, наличие веб-сайта является первым шагом в интерактивном бизнесе. Тем не менее устойчивость и рост могут обеспечить только постоянные SEO компании [5]. Преимущества таких компаний реализуются в соответствующее время. Давайте рассмотрим некоторые из этих преимуществ.

#### Увеличение трафика

Когда ваш сайт отображается на верхних позициях поисковых систем, он начинает получать много кликов, и это сказывается на увеличении трафика. Вместе с SEO системой на веб-узле имеются ключевые слова, которые чаще всего используются посетителями для поиска информации в Интернете.

#### Повышенное удобство использования

Все усилия SEO направлены на то, чтобы облегчить поиск, и упростить каталог веб-сайта для пользователей. Одновременно эти усилия делают ваш сайт более удобным для посетителей.

Различные функции, имеющиеся на странице, добавляют сайту удобные для поиска ключевые слова. Они улучшают структуру переходов с различных внутренних страниц. Если эти усилия облегчают поисковые системы для ранжирования веб-узла, то, соответственно, они упрощают поиск соответствующей информации на сайте.

#### Повышение фирменной символики

Очень важно, чтобы веб-сайт надолго оставался в памяти пользователя и вспоминался в тот момент, когда ему будет нужна информация или предлагаемый вами продукт. Этот простой способ является результатом настойчивых усилий со стороны SEO, направленных на ранжирование веб-сайта на первой странице различных поисково-двигательных систем.

Фирменная символика выполняется оптимизацией поисковых систем и очень необходима в любом бизнесе. Вспомните, склонны ли мы доверять результатам, которые всплывают сверху? Чем больше страниц веб-сайта занимают высокое положение на странице результатов поиска, тем лучше будет работать бренд вашего сайта.

#### Заметный эффект

Когда дело касается маркетинга, речь заходит о самых различных каналах. Однако, эти каналы имеют свои плюсы и минусы. От телевизионных рекламных объявлений до плакатов, направленных на прямой маркетинг - все они направлены на стимулирование бизнеса. Однако, эффективность этих методов сильно варьируется. Если говорить о SEO, то фактически, это наиболее эффективный метод маркетинга, особенно с точки зрения затрат. Все дело в том, что он ориентирован непосредственно на посетителей, которые ищут для себя продукты и услуги [6].

SEO - наиболее эффективная стратегия, поскольку она объединяет опыт посетителей веб-сайта, обращающихся за товарами и услугами. Трафик, поступающий на сайт в результате ваших SEO усилий, является более квалифицированным, чем другие маркетинговые приемы. Он делает ваш сайт его более рентабельным по сравнению с другими веб-сайтами.

#### Круглосуточный маркетинг

Одним из самых больших преимуществ оптимизации поисковой системы является непрерывная открытость веб-узла. Оптимизированный сайт занимает свое место в странице результатов не только в течение одного дня, но и в течение всего года. Он остается на своих позициях до тех пор, пока вы сами это не отмените.

#### Повышение рентабельности инвестиций

SEO позволяет гарантировать результаты, которые можно отслеживать для релевантности и окупаемости инвестиций. Вы можете без особого труда отслеживать улучшение ранжирования, трафик и преобразования. Аналитика предоставляет подробную информацию даже о географии и профиле пользователей, посетивших ваш сайт. Что касается сайтов электронной коммерции, то здесь можно отслеживать все пути, которые были предприняты клиентами для завершения продажи. Можно даже определить ключевые слова, с помощью которых пользователи выбирали желаемый продукт или услугу. Если у вас нет веб-узла электронной коммерции, можно просто наблюдать за процессом заполнения форм, чтобы рассчитать эффективность SEO-ресурса.

#### Чем больше ссылок, тем эффективнее бизнес

При оптимизации основных поисковых систем более высокие позиции приводят к наиболее продуктивным результатам. У вас становится все больше клиентов, переходящих из контактов. Увеличивается количество тех посетителей, кому просто нравится информация, и растет число подписчиков вашей торговой марки. В любом случае это идет на пользу вашему бизнесу [15].

#### Итак, подведем итог.

Чтобы воспользоваться преимуществами SEO, необходимо:

- 1) иметь удобный для посетителей веб-сайт, по которому посетители смогут легко перемещаться;
- 2) иметь привлекательное содержание, сделать его наиболее информативным и полным;
- 3) оптимизировать сайт для поисковых роботов с помощью улучшения индексирования и навигации;
- 4) верить в долгосрочные преимущества SEO.

#### Литература

1. Акулич Т.В., Микова Е.А. // ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДИДЖИТАЛ-КОММУНИКАЦИЙ НА ПРИМЕРЕ ЛОКАЛЬНОЙ СФЕРЫ УСЛУГ // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2017. № 5-3 (45). С. 3-7.
2. Амирагян Л.М., Пантыкин Д.С. // ВЫБОР CMS СИСТЕМ ДЛЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ // Экономика и социум. 2017. № 2 (33). С. 1584-1586.
3. Блюм М.А., Самокрутова Л.В., Радько О.Ю. // РОЛЬ WEB-САЙТА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИРМ: ТЕХНОЛОГИЯ СОЗДАНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ // Вестник научных конференций. 2016. № 10-7 (14). С. 64-71.

4. Голованова Д.П. // РАЗРАБОТКА АЛГОРИТМА СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГОМ В ОРГАНИЗАЦИИ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ // Интернет-журнал Науковедение. 2017. Т. 9. № 4. С. 18.
5. Горбунова О.Н., Чепурова И.Ф., Андреев Д.А. // ИЗМЕНЕНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА // Синергия Наук. 2017. № 16. С. 212-226.
6. Демина Д.С., Коноплева М.В., Смагина И.В. // ИНСТРУМЕНТАРИЙ И СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА // Экономическая среда. 2016. № 3 (17). С. 6-10.
7. Джабарова С.С. // РАЗВИТИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА В РОССИИ // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. 2017. № 7. С. 183-186.
8. Долгополов Р.Г., Сапинская К.О. // ТЕХНОЛОГИИ ВИРТУАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА // Научный вестник Южного института менеджмента. 2016. № 4 (16). С. 81-84.
9. Егорова Е.С., Капезина Т.Т., Карпова М.К. // СЕТЬ ИНТЕРНЕТ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ КАНАЛ КОММУНИКАЦИИ МЕЖДУ ОРГАНИЗАЦИЕЙ И ПОТРЕБИТЕЛЕМ // Социально-гуманитарные знания. 2017. № 9. С. 252-262.
10. Каримов Р.М. // КАК РАБОТАЕТ КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ // Аллея науки. 2017. Т. 2. № -9. С. 137-140.
11. Кензина Ц.З., Манджиев Б.А. // ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ // Молодой ученый. 2016. № 27-2 (131). С. 17-18.
12. Комлева Н.В., Данченко Л.А. // ТРАНСФОРМАЦИЯ МЕНЕДЖМЕНТА В ЭПОХУ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ SMART-ОБЩЕСТВА // Вестник факультета управления СПбГЭУ. 2017. № 1-2. С. 171-175.
13. Кривошапка И., Восканян Е. // АВТОРСКИЕ РЕШЕНИЯ В ПОИСКАХ СТАБИЛЬНОЙ ПЕРСПЕКТИВЫ // Эффективное антикризисное управление. 2016. № 6. С. 12-19.
14. Лопаткин Д.С., Голикова О.М. // ОЦЕНКА СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2016. Т. 5. № 4 (17). С. 259-261.
15. Лужнова Н.В., Радченко В.С. // ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ВОЗМОЖНОСТЕЙ И ОГРАНИЧЕНИЙ В ПРИМЕНЕНИИ // Проблемы экономики и менеджмента. 2017. № 2 (66). С. 39-42.
16. Назаренко Т.С. // ОТ IT-СПЕЦИАЛИСТА К ТТ-КОМПАНИИ: ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ IT-БИЗНЕСА // Транспортное дело России. 2016. № 5. С. 28-30
17. Нидзий Е.Н. // ОСНОВЫ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ БРЕНДА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОТРАСЛИ // Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. 2017. № 2 (368). С. 73-77.
18. Саркисян Д.Д. // ХАРАКТЕРИСТИКА И ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА // Проблемы науки. 2017. № 9 (22). С. 57-62.
19. Чичеров К.А., Рубцов О.Е., Азерников А.Д., Мысева Е.Р. // ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ В КОНТЕКСТЕ ИННОВАЦИОННЫХ МЕТОДОВ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ // Аллея науки. 2017. Т. 1. № 11. С. 180-184.
20. Шидловский И., Аюрзанаев О., Разуваева Т. // КАК СОЗДАТЬ ПРОДАЮЩИЙ САЙТ // Менеджмент и кадры: психология управления, соционика и социология. 2016. № 5-6 (161-162). С. 56-70.
21. Щетилина И.П. // ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ УВЕЛИЧЕНИЯ ПРОДАЖ // Экономика. Инновации. Управление качеством. 2016. № 3 (16). С. 56а-57.

## References

1. Akulich TV, Mikova EA // USE OF DIGITAL COMMUNICATIONS ON THE EXAMPLE OF THE LOCAL SPHERE OF SERVICES // Competitiveness in the global world: economics, science, technology. 2017. No. 5-3 (45). Pp. 3-7.
2. Amiragyan LM, Pantykin DS // SELECTION OF CMS SYSTEMS FOR ELECTRONIC COMMERCE // Economy and society. 2017. No. 2 (33). Pp. 1584-1586.
3. Blum MA, Samokrutova LV, Radko O.Yu. // THE ROLE OF WEB-SITE IN ACTIVITIES OF FIRMS: TECHNOLOGY OF CREATION AND PROMOTION // Vestnik of scientific conferences. 2016. No. 10-7 (14). Pp. 64-71.
4. Golovanova, D.P. // DEVELOPMENT OF THE ALGORITHM OF THE INTERNET MARKETING MANAGEMENT STRATEGY IN THE ELECTRONIC TRADE ORGANIZATION // Internet Journal of Science. 2017. Т. 9. № 4. P. 18.
5. Gorbunova ON, Chepurova IF, Andreev DA // CHANGES TO INTERNET MARKETING INSTRUMENTS // Synergy of Sciences. 2017. No. 16. P. 212-226.

6. Demina DS, Konopleva MV, Smagina IV // INSTRUMENTATION AND STRATEGIES FOR PROMOTING INTERNET MARKETING // Economic Environment. 2016. No. 3 (17). Pp. 6-10.
7. Jabarova SS // DEVELOPMENT OF INTERNET MARKETING IN RUSSIA // Education and science without borders: social and human sciences. 2017. No. 7. P. 183-186.
8. Dolgoplov RG, Sapinskaya K.O. // TECHNOLOGIES OF VIRTUAL MARKETING // Scientific Herald of the Southern Institute of Management. 2016. No. 4 (16). Pp. 81-84.
9. Yegorova ES, Kapesina TT, Karpova MK // NETWORK INTERNET AS EFFECTIVE COMMUNICATION CHANNEL BETWEEN ORGANIZATION AND CONSUMER // Social and humanitarian knowledge. 2017. No. 9. P. 252-262.
10. Karimov R.M. // HOW CONTENT-MARKETING WORKS // Alley of Science. 2017. T. 2. №9. Pp. 137-140.
11. Kenzina TsZ, Mandzhiev BA // INTERNET-MARKETING AS A TOOL OF ENTERPRISE DEVELOPMENT // Young Scientist. 2016. No. 27-2 (131). Pp. 17-18.
12. Komleva N.V., Danchenok L.A. // TRANSFORMATION OF MANAGEMENT IN THE ERA OF THE FORMATION AND DEVELOPMENT OF SMART-SOCIETY // Bulletin of the Faculty of Management of SPbGU. 2017. № 1-2. Pp. 171-175.
13. Krivoshapka I., Voskanyan E. // AUTHOR'S SOLUTIONS IN SEARCHING FOR A STABLE PROSPECTIVE // Effective anti-crisis management. 2016. № 6. With. 12-19.
14. Lopatkin DS, Golikova O.M. // EVALUATION OF THE CONTEMPORARY STATUS OF INTERNET TRADE IN THE RUSSIAN FEDERATION // Azimuth of Scientific Research: Economics and Management. 2016. Vol. 5. No. 4 (17). Pp. 259-261.
15. Luzhnova N.V., Radchenko V.S. // TOOLS OF MARKETING ACTIVITY OF ENTERPRISE IN INTERNET-SPACE: COMPARATIVE ANALYSIS OF OPPORTUNITIES AND LIMITATIONS IN APPLICATION // Problems of Economics and Management. 2017. No. 2 (66). Pp. 39-42.
16. Nazarenko TS // FROM IT-SPECIALIST TO IT-COMPANY: ECONOMIC STRATEGIES OF INSTITUTIONAL FUNCTIONING AND INNOVATIVE DEVELOPMENT OF IT-BUSINESS // Transport business of Russia. 2016. № 5. C. 28-30
17. Nidziy E.N. // BASES OF EFFICIENT MANAGEMENT OF BRAND DEVELOPMENT IN THE INDUSTRY OF THE INDUSTRY // News of higher educational institutions. Technology of the textile industry. 2017. No. 2 (368). Pp. 73-77.
18. Sargsyan D.D. // CHARACTERISTICS AND FEATURES OF MODERN INTERNET MARKETING // Problems of science. 2017. No. 9 (22). Pp. 57-62.
19. Chicherov KA, Rubtsov OE, Azernikov AD, Miseva ER // INTERNET MARKETING IN THE CONTEXT OF INNOVATIVE METHODS OF INCREASE COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE // Alley of Science. 2017. T. 1. No. 11. P. 180-184.
20. Shidlovsky I., Ayurzanaev O., Razuvaeva T. // HOW TO CREATE A SELLING SITE // Management and Personnel: Management Psychology, Sociotics and Sociology. 2016. No. 5-6 (161-162). Pp. 56-70.
21. Shchetilina I.P. // INTERNET-MARKETING AS A TOOL OF INCREASE IN SALES // Economics. Innovation. Quality control. 2016. № 3 (16). Pp. 56a-57.