

УДК 004

Алиев Ризван Идрисович

ассистент кафедры «Бизнес-информатика», ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет»

Грозный, Россия.

Aliev Rizvan Idrisovich

assistant of the Chair "Business Informatics", FGBOU VO "Chechen State University"

Grozny, Russia.

ПРОДВИЖЕНИЕ, РАСКРУТКА БИЗНЕС-САЙТА PROMOTION, BUSINESS SITE DISCLOSURE

***Аннотация.** В данной статье раскрывается понятие «раскрутка» бизнес-сайта. Анализируется различие между раскруткой и продвижением. Обосновывается необходимость уникального контента. Исследуются меры, увеличивающие шансы на ускорение индексации сайта роботом.*

***Abstract.** In this article, the concept of "promotion" of a business site is disclosed. The difference between promotion and promotion is analyzed. The need for unique content is justified. Measures that increase the chances of accelerating the indexing of the site by a robot are being investigated.*

***Ключевые слова:** раскрутка, бизнес-сайт, анализ, раскрутка, продвижение, уникальный контент, ускорение индексации сайта.*

***Keywords:** promotion, business site, analysis, promotion, promotion, unique content, acceleration of site indexing.*

Основной задачей, кроме разработки, является «раскрутка» бизнес-сайта, задача сделать его привлекательным, посещаемым. Основная методика раскрутки – получение большого количества ссылок. Успешность сайта определяется больше не дизайном, а его контентом (содержанием). Излишняя графика «тормозит» сайт. Графика без подписей не воспринимается поисковиками. Продвижение зависит напрямую от контента. ценный, интересный контент продвигает товар (услугу), привлекает посетителей, задерживает на сайте.

У поисковых систем - соответствующие алгоритмы, подсистемы, базы, которые предоставляют пользователю необходимую информацию по его запросу. Они выводят ранжированный по релевантности поисковому запросу перечень найденных сайтов по запросу. Например, один тип алгоритма ранжирования использует подсчет ключевых слов текущей страницы сайта, затем ранжирование по этой частоте (релевантности). Были попытки массового искусственного повышения рейтинга, поэтому компания Google предложила PageRank, алгоритм, который определяет количество ссылок в итоге ведущих к запрашиваемой странице. Чем информативнее будет сайт, тем к нему будет больше обращений, а также ведущих на него ссылок извне, с иных сайтов. Учитывается и рейтинг ресурсов, из которых идут ссылки.

Находим условную информацию ансамбля ссылок $H(f|a)$ поисковой процедуры f при заданном a :

$$H(f | a) = \sum_{b=0}^1 p(b|a) I(b | a).$$

Взаимная информация $I(f \leftrightarrow a)$ между поисковой функцией f и атрибутом a определяется выражением

$$I(f \leftrightarrow a) = \sum_{b=0}^1 p(ba) I(b \leftrightarrow a).$$

В чем различие раскрутки, продвижения?

Между ними имеется принципиальное различие? Это лишь различные термины? Эти процедуры, процессы опираются и на разные технологии реализации. Нужно определиться: какая процедура нужна?

Раскрутка – повышение популярности, не обязательно лишь только в Интернете (онлайн), еще и офлайн. Широкое понятие. Раскрутка это наука, искусство.

Продвижение – это более узкое понятие, означает, скорее, продвижение по рейтинговому ряду к началу ряда. Минимум, для «взгляда» поисковых роботов или программ. Часто продвижение – этап раскрутки, не обязательно всегда так. Продвижение сайта, – собственно говоря, реклама сайта. Но это верно частично: продвижение сайтов – точная наука (математическая статистика и математические методы используется широко), гуманитарная, высокое искусство [12].

Раскрутка сайта - дорогое мероприятие, не стоит, может быть, гоняться за ней. Например, интернет-магазину одного товара (одной товарной категории) это не нужно. А вот продвижение этому магазину вовсе не «повредит», наоборот, обеспечат поток посетителей, конверсию. Сайт государственного учреждения, портал крупного мегамаркета будет мало посещаем без раскрутки бренда, а ограничится лишь продвижением. Нужна ведь целевая аудитория! Раскрутка выведет сайт на первые строчки выдач, где "крутится" потенциальный посетитель, просматривающий лишь первые два-три десятка релевантных ресурсов выдачи. Если сайт Интернет-магазина на 200-м месте – с самым лучшим, недорогим товаром (отличное соотношение «цена-качество»!), до него доберется мизерная часть «ищущих», самых настырных. Раскрутка необходима, она увеличит шанс посещения, попадания в группу часто «кликаемых» сайтов.

Способы раскрутки, гарантирующие сайту попадание в Топ-10 (хотя бы «Топ-20») в список выдачи известных поисковых систем, называется поисковым продвижением. Оно достаточно дешевое и осуществляется надолго, не требует регулярного обновления первых позиций [1].

Search Engine Optimization (SEO) – оптимизация, ориентированная на поисковых роботов, алгоритмов. Поисковые системы придирчивы, поэтому практически все страницы должны содержать качественный контент, seo-контент или контент с «приманками» для роботов (небольших программ для поиска нового материала в Интернете). Приманки - специальные ключевые слова, прямые вхождения (несклоняемые), косвенные (склоняемые), которые чаще используют поисковые запросы.

Продвижение – кропотливая работа, если при этом добились выхода в список Топ-10 по конкурентоспособным запросам, то вы добились очень неплохого результата. Для сложных сайтов индексация более кропотливая работа, односторонние статические сайты очень легко «загнать в индекс».

Необходим уникальный контент. Регулярное оперативное обновление контента увеличивает шанс ускорения индексации сайта роботом [3].

К мерам, увеличивающим такие шансы, относятся:

- выделение на сайте разделов новостей, отзывов;
- установление на сайте новостного RSS-канала, поисковый бот будет узнавать число публикации нового контента, и анализировать активность сайта;
- регистрация в FeedBurner, Твиттер (включая RSS в Твиттере – RSS2Twitter), что улучшит и индексацию, и маркетинговые возможности сайта.

Как же протекает этап продвижения сайта? Продвижение (поддержание Топ-10) сайта может затянуться надолго. Продвижение нового сайта начинается с его информационного наполнения и индексации. Чтобы тексты робот оценивал и учитывал при индексации, необходима их seo-оптимизированность. Так пишут тексты seo-копирайтеры, по специальным ТЗ, которые составляются специалистом по оптимизации, продвижению нового сайта, seo-оптимизатором.

Как только копирайтеры разработают контентное наполнение сайта, оптимизатор размещает контент по критериям оптимизации в разделе сайта. Далее необходимо грамотно подать контент сайта поисковику (роботам).

Наращивание массы – наиболее эффективный метод продвижения. Ссылки можно продавать и покупать (например, на специальных биржах), получать в обмен (например, напрямую через веб-дизайнера или веб-программиста, менеджера). При излишней «пряткости» в этом, резком росте ссылок, поисковик может наложить санкции, посчитав, достаточно справедливо, что это идет спам.

Литература

1. Васильева С.А. // ПРОДВИЖЕНИЕ САЙТА В ПОИСКОВЫХ СИСТЕМАХ // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2011. № 4. С. 40-42.
2. Вольфсон В.Л. // КОМПЛЕКСНОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ САЙТА В INTERNET // Приборы и системы. Управление, контроль, диагностика. 2008. № 5. С. 54-57.
3. Галямов С.Н. // КОМПЛЕКСНОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ САЙТА В ИНТЕРНЕТЕ // Актуальные вопросы экономических наук. 2012. № 28. С. 112-116.
4. Данилов Е.А. // НОВЫЕ ФОРМАТЫ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ – РАЗДРАЖИТЕЛЬ ДЛЯ ПОСЕТИТЕЛЕЙ САЙТА ИЛИ ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ? // Интернет-маркетинг. 2008. № 6. С. 382-387.
5. Диева А.В. // ПРОБЛЕМА ВЫБОРА SMS СИСТЕМЫ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ И ПРОДВИЖЕНИЯ WEB-САЙТА // Горный информационно-аналитический бюллетень (научно-технический журнал). 2014. № 9. С. 310-312.
6. Егорова И.Н., Бондаренко Е.А. // ИССЛЕДОВАНИЕ НОВЕЙШИХ ВЕБ-ТЕХНОЛОГИЙ И АЛГОРИТМОВ ПРОДВИЖЕНИЯ САЙТОВ // Восточно-Европейский журнал передовых технологий. 2012. Т. 6. № 2 (60). С. 63-66.
7. Ермолович И.С. // ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ БИЗНЕСА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ ПУТЕМ ОПТИМИЗАЦИИ ВЕБ-САЙТА // Управление в социальных и экономических системах. 2016. № XXV. С. 61-62.
8. Жарикова Е.В. // МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ САЙТОВ // Интернет-маркетинг. 2008. № 3. С. 156-162.
9. Жураң Е.А., Коляда О.С. // ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ САЙТА // Экономика: реалии времени. 2013. № 1 (6). С. 050-054.
10. Зарубина В.Р., Зарубин М.Ю. // ИНТЕРНЕТ-САЙТ КАК СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ ВУЗА // Экономика и политика. 2014. № 1 (2). С. 89-93.
11. Иванов А. // АУДИТ САЙТА ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ В ПОИСКОВЫХ СИСТЕМАХ // Интернет-маркетинг. 2003. № 5. С. 18-27.
12. Кечин А.В., Кечин А.И., Кузьмин А.Л. // АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ И ПРОДВИЖЕНИЯ САЙТА // Интернет-маркетинг. 2009. № 3. С. 158-167.
13. Куприков А.В. // МОДЕЛЬ ПРОЦЕССА ПРОДВИЖЕНИЯ САЙТА // Транспортная инфраструктура Сибирского региона. 2013. Т. 1. С. 371-375
14. Лужнова Н.В., Исмагилова Г.Ш. // АКТУАЛЬНЫЕ СПОСОБЫ ПРОДВИЖЕНИЯ САЙТА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ // Актуальные вопросы экономических наук. 2012. № 28. С. 159-163.
15. Луин Д. // ПРОДВИЖЕНИЕ САЙТОВ В ПОИСКОВЫХ СИСТЕМАХ: РАСКРЫВАЯ ПОДРОБНОСТИ // Интернет-маркетинг. 2005. № 3. С. 49-52.
16. Малышев С. // ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОДВИЖЕНИЕ САЙТА // Туризм: практика, проблемы, перспективы. 2006. № 8. С. 48-49.

17. Маматов Е.М., Брусенская И.Н. // О ПРОДВИЖЕНИИ САЙТА В ПОИСКОВЫХ СИСТЕМАХ ЯНДЕКС И GOOGLE // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. 2014. Т. 29. № 1-1 (172). С. 130-134.
18. Митяев О. // ПРИВЛЕЧЕНИЕ КЛИЕНТОВ МЕТОДОМ КОМПЛЕКСНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ САЙТА // Директор по маркетингу и сбыту. 2013. № 2. С. 25-26.
19. Михайлов С. // ПРОДВИЖЕНИЕ САЙТА: ВЗГЛЯД ПРОГРАММИСТА // Интернет-маркетинг. 2005. № 5. С. 24-28.
20. Овчинников С.А., Белков С.В. // РОЛЬ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ТЕМАТИКИ ВЕБ-САЙТА ДЛЯ ПОИСКОВОЙ ОПТИМИЗАЦИИ ВЕБ-САЙТА БИЗНЕСА В РОССИЙСКОМ СЕГМЕНТЕ СЕТИ ИНТЕРНЕТ // Бизнес. Образование. Право. 2010. № 2. С. 67-70.
21. Петренко С. // РОЛЬ ОПТИМИЗАЦИИ В ПРОДВИЖЕНИИ САЙТОВ // Интернет-маркетинг. 2004. № 3. С. 41-45.
22. Рогов В.Р., Николаев А.Б. // ОСНОВНЫЕ СЕКРЕТЫ ОПТИМИЗАЦИИ И ПРОДВИЖЕНИЯ САЙТОВ В ПОИСКОВЫХ СИСТЕМАХ // Молодой ученый. 2011. № 4-3. С. 47-53
23. Селин Е.В., Рубель А.В., Сахно О.И. // ИНТЕРНЕТ, МУЛЬТИМЕДИА И ПРОДВИЖЕНИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА. ОПТИМИЗАЦИЯ МУЛЬТИМЕДИА-СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ИНТЕРНЕТ-САЙТА КАК СПОСОБ ПОСТРОЕНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА // Российское предпринимательство. 2011. № 1-2. С. 99-103.
24. Текутьева И.А. // ПРЕИМУЩЕСТВА СОЦСЕТИ «ВКОНТАКТЕ» ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО САЙТА В РОССИИ // Медиасреда. 2017. № 12. С. 270-275.
25. Филиппов В.М. // АНАЛИЗ ВЕБ-САЙТОВ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА // Наука - промышленности и сервису. 2012. № 7. С. 402-405.
26. Чичеров К.А., Рубцов О.С., Азерников А.Д., Мысева Е.С. // SEO-ОПТИМИЗАЦИЯ, КАК ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПОИСКОВОГО ПРОДВИЖЕНИЯ САЙТОВ // Современные аспекты экономики. 2017. № 7 (239). С. 101-106.
27. Шабалин А.М., Вьюшков П.А. // РАЗРАБОТКА МЕТОДИКИ ПРОДВИЖЕНИЯ САЙТОВ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИЙ МАЛОГО БИЗНЕСА // Новый университет. Серия: Технические науки. 2016. № 4-5 (50-51). С. 48-51.
28. Шмелев Д.В. // ПОИСКОВАЯ АНАЛИТИКА: РАСЧЕТ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ САЙТА // Интернет-маркетинг. 2013. № 3. С. 180-183.
29. Якименко А.Н., Костромицкий А.И. // ОСОБЕННОСТИ ОПТИМИЗАЦИИ САЙТОВ ДЛЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ И ПРОДВИЖЕНИЕ САЙТОВ В НИХ // Восточно-Европейский журнал передовых технологий. 2011. Т. 5. № 2 (53). С. 28-31.

References

1. Vasileva S.A. // PROMOTION OF THE SITE IN SEARCH SYSTEMS // Actual problems of the humanities and natural sciences. 2011. № 4. P. 40-42.
2. Wolfson V.L. // COMPLEX PROMOTION OF THE SITE IN THE INTERNET // Devices and systems. Management, control, diagnostics. 2008. № 5. P. 54-57.
3. Galyamov S.N. // COMPLEX PROMOTION OF THE SITE IN THE INTERNET // Actual questions of economic sciences. 2012. № 28. P. 112-116.
4. Danilov E.A. // NEW FORMATS OF INTERNET-ADVERTISING - IRRITATING FOR VISITORS OF THE SITE OR EFFECTIVE INSTRUMENT OF PROMOTION? // Internet Marketing. 2008. № 6. P. 382-387.
5. Diyeva A.V. // THE PROBLEM OF CHOICE OF CMS SYSTEM FOR DEVELOPMENT AND PROMOTION OF WEB-SITE // Mining information-analytical bulletin (scientific and technical journal). 2014. No. 9. P. 310-312.
6. Egorova I.N., Bondarenko E.A. // RESEARCH OF THE LATEST WEB TECHNOLOGIES AND WEBSITE PROMOTION ALGORITHMS // East-European Journal of Advanced Technologies. 2012. Vol. 6. No. 2 (60). Pp. 63-66.
7. Ermolovich IS // ORGANIZATION OF PROMOTION OF BUSINESS IN THE INTERNET NETWORK BY OPTIMIZATION OF THE WEB-SITE // Management in social and economic systems. 2016. No. XXV. Pp. 61-62.
8. Zharikova E.V. // METHODS OF PROMOTING SITES // Internet Marketing. 2008. № 3. P. 156-162.
9. Zhuran EA, Kolyada O.S. // INTERNET-MARKETING AS A TOOL FOR THE PROMOTION OF THE SITE // Economics: realities of time. 2013. No. 1 (6). Pp. 050-054.
10. Zarubina V.R., Zarubin M.Yu. // INTERNET SITE AS A WAY OF PROMOTING THE HIGHER EDUCATION // Economics and Politics. 2014. No. 1 (2). Pp. 89-93.

11. Ivanov A. // AUDIT OF THE SITE FOR PROMOTION IN SEARCH SYSTEMS // Internet Marketing. 2003. № 5. With. 18-27.
12. Kechin AV, Kechin AI, Kuzmin AL // ANALYSIS OF EFFICIENCY OF ADVERTISING CAMPAIGN AND SITE PROMOTION // Internet Marketing. 2009. № 3. P. 158-167.
13. Kuprikov A.V. // MODEL OF PROCESS OF SITE PROMOTION // Transport infrastructure of the Siberian region. 2013. Vol. 1. P. 371-375
14. Luzhnova NV, Ismagilova G.Sh. // ACTUAL WAYS OF PROMOTING THE SITE IN THE NETWORK INTERNET // Actual questions of economic sciences. 2012. № 28. P. 159-163.
15. Lunin D. // PROMOTION OF SITES IN SEARCH SYSTEMS: OPENING DETAILS // Internet Marketing. 2005. № 3. P. 49-52.
16. Malyshev S. // ORGANIZATION AND PROMOTION OF THE SITE // Tourism: practice, problems, prospects. 2006. № 8. P. 48-49.
17. Mamatov EM, Brusenskaya IN // ABOUT THE PROMOTION OF THE SITE IN SEARCHING SYSTEMS OF YANDEX AND GOOGLE // Scientific bulletins of the Belgorod State University. Series: The Economy. Computer science. 2014. V. 29. No. 1-1 (172). Pp. 130-134.
18. Mityaev O. // ATTRACTION OF CLIENTS BY METHOD OF COMPLEX PROMOTION OF THE SITE // Director for Marketing and Sales. 2013. № 2. P. 25-26.
19. Mikhailov S. // SITE PROMOTION: THE PROGRAMMER'S LOOK // Internet marketing. 2005. № 5. With. 24-28.
20. Ovchinnikov SA, Belkov S.V. // THE ROLE OF DETERMINING THE THEMES OF THE WEB-SITE FOR SEARCHING OPTIMIZATION OF THE BUSINESS WEB-SITE IN THE RUSSIAN SEGMENT NETWORK INTERNET // Business. Education. Right. 2010. № 2. P. 67-70.
21. Petrenko S. // THE ROLE OF OPTIMIZATION IN PROMOTING SITES // Internet Marketing. 2004. № 3. P. 41-45.
22. Rogov V.R., Nikolaev A.B. // MAIN SECRETS OF OPTIMIZATION AND PROMOTION OF SITES IN SEARCH SYSTEMS // Young Scientist. 2011. № 4-3. Pp. 47-53
23. Selin EV, Rubel AV, Sakhno OI // INTERNET, MULTIMEDIA AND PROMOTION OF SMALL BUSINESS. OPTIMIZATION OF THE MULTIMEDIA-COMPONENTS OF THE INTERNET-SITE AS A METHOD FOR BUILDING A COMPETITIVE STRATEGY OF PROMOTION OF SUBJECTS OF SMALL ENTERPRISE // Russian Entrepreneurship. 2011. № 1-2. Pp. 99-103.
24. Tekutyeva I.A. // ADVANTAGES OF SOCIETY "VKONTAKTE" FOR PROMOTION OF THE INFORMATION SITE IN RUSSIA // Mediasreda. 2017. No. 12. P. 270-275.
25. Filippov V.M. // THE ANALYSIS OF WEB-SITES AS A TOOL OF PROMOTION OF ELECTRONIC BUSINESS // Science - to the industry and service. 2012. № 7. P. 402-405.
26. Chicherov K.A., Rubtsov OS, Azernikov AD, Miseva E.S. // SEO-OPTIMIZATION, AS IMPROVEMENT OF EFFICIENCY OF SEARCH OF SITE PROMOTION // Modern aspects of economics. 2017. No. 7 (239). Pp. 101-106.
27. Shabalin AM, Vjushkov PA // DEVELOPMENT OF THE METHOD OF PROMOTING SITES IN THE INTERNET NETWORK FOR SMALL BUSINESS ORGANIZATIONS // New University. Series: Engineering. 2016. No. 4-5 (50-51). Pp. 48-51.
28. Shmelev D.V. // SEARCH ANALYTICS: CALCULATION OF EFFICIENCY OF THE SITE PROMOTION // Internet Marketing. 2013. No. 3. P. 180-183.
29. Yakimenko AN, Kostromitsky AI // FEATURES OF OPTIMIZATION OF SITES FOR SOCIAL NETWORKS AND PROMOTION OF SITES IN THEM // East-European Journal of Advanced Technologies. 2011. T. 5. № 2 (53). Pp. 28-31.