

УДК 004.738.4 : 659

**Ю.П. АШАЕВ, С.Ю. АШАЕВ**  
Брест, БГТУ

## **ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ**

Интернет-маркетинг – это молодая профессия, и рамки ее весьма размыты. Для изучения интернет-маркетинга на первоначальном этапе необходимо ознакомление со следующими понятиями:

1. *«Фильтры Яндекса и Гугла»*

Поисковые машины постоянно обновляются, и приходится непрерывно следить, не навредили ли вы своему portalу.

2. *«Оптимизированно-продающий текст».*

Контент занимает ключевую роль на странице, так как качественный отредактированный материал поможет поднять ваш веб-сайт в поиске.

3. *«Идеальные ссылки»*

Необходимо выявить, какие гиперссылки действительно нужны ресурсу.

4. *«Яндекс. Метрика» и эффективность ресурса*

Для определения эффективности проведенных мероприятий по продвижению сайта необходимо установить систему статистики, которая поможет узнать, в чем причины и что еще можно модернизировать.

Это лишь малая часть, которая нужна маркетологу, чтобы понять принцип работы поисковиков.

Чтобы стать маркетологом, нужно отлично разбираться в следующих вещах:

1. *Интернет-реклама.*

Рекламировать свой ресурс можно на веб-страницах, в социальных сетях или поисковиках. Но сначала надо изучить тонкости рекламной сферы.

2. *Анализ.*

Чтобы не навредить сайту и привлечь посетителей, добавьте систему статистики.

3. *Юзабилити сайта.*

Развивайте постоянно макет и навигацию.

4. *Контент и оптимизация.*

Если у вас большой показатель отказов, характеризующийся тем, что пользователи проводят на сайте минимум времени, то рекомендуется оптимизированный текст.

В настоящее время эффективность сайта зачастую зависит не от яркого дизайна сайта, а от того, насколько высоко его ставит поисковая система при соответствующих запросах. Поэтому все веб-сайты, сразу

после выхода в мировую паутину, начинают продвигать, и это не просто. Прошло время, когда, закупив ссылки, можно было попасть быстро в десятку. Поэтому рассмотрим последовательность действий для продвижения сайта в поисковых системах.

Первый шаг – внутренняя оптимизация.

Анализ семантического ядра, т.е. низко- и среднечастотные запросы вашей тематики – это первый этап продвижения.

Вторым шагом будет анализ внутреннего кода. Последовательность действий здесь следующая:

- 1) исправляем описание и все виды заголовков;
- 2) прописываем атрибуты изображения;
- 3) убираем дефекты в работе, редактируем копии страниц, вредоносные скрипты;
- 4) смотрим уникальность текстов – убираем с ресурса неуникальные;
- 5) ставим карту сайта и ограничитель для роботов;
- 6) проводим грамотную перелинковку своего веб-ресурса в статьях;
- 7) присоединяем детище к приложениям для вебмастера Гугла и Яндекс.

Знайте, что сео-оптимизация и развитие сайта являются бесконечным процессом.

Третий шаг – эффективный текст.

Неповторимый полезный контент будет большим плюсом. Чем познавательнее и зрелищнее веб-сайт, тем положительнее к нему будут относиться поисковики. Ваши статьи должны решать проблемы посетителей.

Четвертый шаг – правильные гиперссылки.

Яндекс отменил ссылочное ранжирование, и сео-ссылки перестали работать, а за их покупку стали накладывать санкции. Многие после этого переключились на поведенческие факторы.

Новым ресурсам надо наращивать ссылочную массу с умом и равномерно:

- Регистрируем страницы в поисковые машины.
- Добавляем материалы в каталоги статей.
- Принимаем участие в рейтингах.
- Заносим в белые базы.

Это лишь начальные сведения, которые необходимо знать начинающему разработчику сайтов для эффективного продвижения вашей информации в глобальной сети Интернет.