

SEO-ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ АНАЛИЗА И ПРОДВИЖЕНИЯ САЙТА



Карягина Татьяна Васильевна

кандидат технических наук, доцент кафедры информатики и прикладной математики, факультет информационных технологий, Российский государственный социальный университет, г. Москва



Цкипуришвили Александр Константинович

магистр 2 курса экономического факультета, профиль «Бизнес-аналитика», Образовательное учреждение профсоюзов высшего образования «Академия труда и социальных отношений»

Аннотация: В данной работе представлен процесс оптимизации сайта под поисковые запросы, а также рассмотрены инструменты получения аналитических данных сайта.

Ключевые слова: оптимизация, аналитические сервисы, продвижение сайта, домен, контент, браузер, поисковые системы.

Abstract: This paper presents the process of optimizing the site for search queries, as well as tools for obtaining analytical data of the site.

Keywords: optimization, analytical services, website promotion, domain, content, browser, search engines.

Введение. С появлением и развитием интернета добавился ряд инструментов, чья функция состоит в достижении цели продвижения товаров, а также дополнительных задач, связанных с использованием сети [4], [8]. К ним относятся: создание и продвижение веб-сайта, формирование собственного уникального имиджа в Интернете. Веб-сайт компании обычно выступает главным элементом коммуникативной политики, проводимой в интернете. Поэтому очень важна задача его продвижения, от успешной реализации которой в наибольшей степени зависит эффективность всей коммуникативной политики компании. Именно этим и обуславливается актуальность рассмотрения данной темы в нашей работе.

SEO оптимизация и описание некоторых аналитических сервисов

Внутренняя оптимизация играет одну из главных ролей для продвижения сайта, ее нужно постоянно улучшать, обновлять и следить за трендами. Продвижение сайта с помощью внешних инструментов принесет большой охват целевой аудитории за оптимальную стоимость. Детально рассмотрим основные этапы внутренней оптимизации сайта для повышения позиции в поисковой выдаче браузера:

- установить SSL-сертификат и перенести сайт с http на https;
- прописать все мета-теги (keywords, description, title);

- настроить редиректор www/ без www;
- проверить скорость загрузки страниц.

Поисковые системы (Яндекс, Google) предупреждают о том, что сайты с защищенным соединением https будут подниматься вверх, а http опускаться ниже. Рассмотрим метод перехода сайта с http на https в OpenCart [6]. При регистрации домена у хостинга beget, нужно запросить установку сертификата SSL. Следующий шаг – заходим в корневую папку сайта, потом в папку public_html, далее следует открыть для редактирования config. Открыв данный файл, нужно под строкой //https добавить букву s к http и сохранить изменение. Аналогично делаем и в папке admin, где расположен файл config от административной панели. После этого следует зайти в административную панель сайта (настройки), где в разделе безопасность необходимо включить SSL сертификата. В этом случае сайт с защищенным сертификатом будет функционировать. Осталось только настроить автоматический переход на защищенный протокол. Чтобы это осуществить, требуется зайти в папку public_html и открыть файл .htaccess. После директивы «RewriteEngine On» пропишем специальный код, который показан на рис. 1 [2].

В системе управления контентом CMS необходимо воспользоваться опцией заполнения мета-тегов. Для этого нужно прописать их в настройках интернет-магазина, а также при добавлении товара или

```

23
24 RewriteCond %{HTTPS} off
25 RewriteRule (.*) https://%{HTTP_HOST}%{REQUEST_URI} [R=301,L]

```

Рис. 1. Код для перенаправления на защищенный сайт

нового раздела [5]. Ввод адреса может происходить как с «www.tskipu.ru», так и с «tskipu.ru». Сайт откроется вне зависимости от написания «www», но поисковики будут считать их как 2 разных варианта, что сделает статистику некорректной. Для того чтобы это исправить, нужно прописать переадресацию в файле конфигурации. На рис. 2 показан пример кода, который необходимо использовать [1].

301 редирект с www на без www (главное зеркало – домен без www)

```

RewriteCond %{HTTP_HOST} ^www\.(.*)$
RewriteRule ^(.*)$ http://%1/$1 [L,R=301]

```

301 редирект с без www на www (главное зеркало – домен с www)

```

RewriteCond %{HTTP_HOST} ^([^\www].*)$
RewriteRule ^(.*)$ http://www.%1/$1 [L,R=301]

```

Рис. 2. Код для перенаправления на сайт

После проведенных мер по оптимизации сайта, следует его проверить на специальном сервисе от Google – Page Speed Insights (<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?hl=ru>). В этом случае сервис предложит решение по ускорению данного сайта. На рис. 3 показан результат оценки сайта «tskipu.ru», где мобильная платформа показала идентичный результат [3].

Рассмотрим систему для анализа проиндексированных страниц Яндекс. Вебмастер. Чтобы начать пользоваться любыми системами от компании Яндекс, необходимо завести почтовый ящик в данной поисковой системе. В административной панели будет предложен выбор для авторизации сайта. Нами выбран способ создания документа в корневой папке с кодом, предоставленным сервисом

Яндекса. С получением права доступа у пользователя появляется возможность настроить индексирование, получать данные по количеству поисковых запросов, по которым сайт был показан и выбран пользователем, а также защитить от копирования содержание сайта путем добавления его в специальную форму. На этом сервисе можно увидеть быстрые ссылки, которые присвоены сайту, также предоставляется возможность проверить сайт на вредоносный код. Яндекс.Метрика – бесплатный сервис, который используется для сбора и анализа данных о посещаемости интернет-ресурса и поведении пользователей. Для этого необходимо установить счетчик, добавив специальный код в определенное место основного кода. Функционал кода заключается в сборе информации, которую ресурс превращает в сформированные отчеты. Отчеты можно использовать для оценки результатов рекламной активности. На сервисе установлен инструмент, позволяющий записывать видео с действиями совершенными пользователями на сайте, есть тепловая карта кликов, которая отражает эффективность позиции баннеров на странице.

Google Analytics – это альтернатива Яндекс.Метрика, процесс регистрации аналогичен. В отличие от Яндекс.Метрика, система Google Analytics оповещает администратора о скачках конверсии и сильном упадке трафика. Здесь появляется возможность разделить данные на SEO-трафик и на рекламный трафик.

Таким образом, Яндекс.Метрика и Google Analytics – это два основных инструмента, используемых для web-аналитики. Оценка этих данных позволяет эффективно планировать рекламные кампании, распределять ресурсы наиболее оптимальным образом и помогает в формировании долгосрочной стратегии [7].

SimilarWeb – это дополнительный онлайн-

PageSpeed Insights

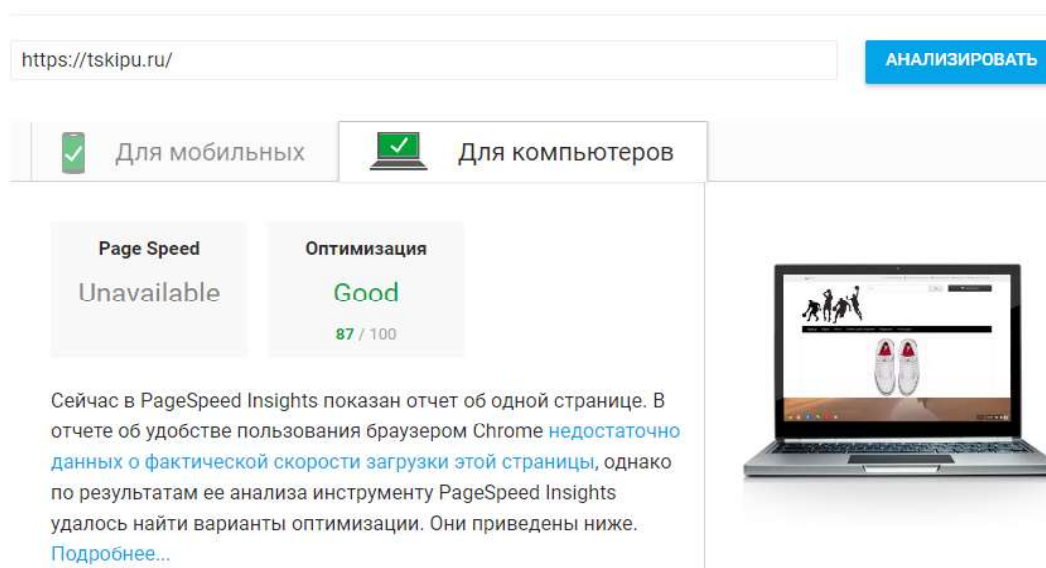


Рис. 3. Результат оценки сайта

сервис для получения аналитических данных, его преимущество в определении ключевых игроков сегмента и анализе основных конкурентов бренда.

Выводы.

В заключение отметим, что SEO-инструменты (информация по мета-тегам сайта) используют для оптимизации и продвижения сайта, делая его более продуктивным. В работе использовались наиболее доступные и востребованные бесплатные онлайн-инструменты поисковых систем для веб-мастеров. В современных условиях развития интернет и рынка интернет-продвижения для достижения наибольшей эффективности SEO-оптимизацию применяют в системе мер с другими инструментами интернет-маркетинга [4], [5]. Только комплексный подход к продвижению гарантирует достижение ожидаемых результатов, а также поддержание стабильных позиций в перспективе.

Список литературы:

1. «Настройка переадресации через .htaccess» источник url: <https://web-optimizator.com/301-redirect-htaccess/>
2. «Настройка перехода на защищенный протокол» источник url: <https://webformymself.com/kak-perevesti-opencart-s-http-na-https/>
3. «Проверка оптимизации сайта» источник url: <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?hl=ru>
4. Бакаева О.А. О сущности информационных технологий. В сборнике: Юность и Знания - Гарантия Успеха - 2018. Сборник научных трудов 5-й Международной молодежной научной конференции: В 2-х томах: Т.2. 2018. – С. 36-39.
5. Карягина Т.В., Левкова Т.В., Подзорова М.И. Аудит интернет-магазина и факторы повышения его конверсии // Современная экономика: проблемы и решения. 2015. № 5 (65). – С. 42-52.
6. Карягина Т.В., Пронькина Т.В. Теоретические аспекты создания интернет-магазина // Теория и практика проектного образования. 2019. № 2 (10). – С. 30-32.
7. Юрасов А.В. Основы электронной коммерции. М.: Горячая линия – Телеком. 2015. – 480 с.
8. Veretekhina S.V., Mnatsakanyan O.L., Altimentova D.Y., Simonov V.L., Dmitrieva T.V., Kuchmezov K.K. Advanced production technologies of the russian federation. influence on the development of industries // Espacios. 2018. Т. 39. № 1. – С. 16.