

ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО СЕМАНТИЧНОГО ЯДРА ВЕБ-САЙТУ

З кожним днем Інтернет усе глибше проникає у кожен з аспектів нашого життя. Соціальні мережі, блоги, інформаційні портали, відео архіви, месенджери та хмарні сервіси стали невід'ємною частиною нашої суспільної та професійної діяльності. За допомогою Інтернету ми можемо спілкуватися і ділитися думками, дізнаватися новини та навчатися, шукати інформацію або поширювати її, купувати товари і послуги та відкривати інтернет-магазини. Очевидно, що Інтернет відкриває перед людством практично необмежені можливості, виступаючи каталізатором створення нової, інформаційної моделі суспільства.

Не зважаючи на множину технологій, інструментів та засобів мережі Інтернет основною структурною одиницею Інтернету усе ж залишається веб-сайт. Під веб-сайтом будемо розуміти сукупність веб-сторінок, доступних у мережі Інтернет, які об'єднані як за змістом, так і за навігацією [1]. Як відомо, у мережі Інтернет функціонують мільйони сайтів. Не зважаючи на розмір, тип чи цільове призначення, кожен із них має певну структуру, яка є своєрідним кістяком для розміщення сторінок, розділів, підрозділів, додаткових матеріалів. Очевидно, що першочерговим завданням розробника є створення стрункого порядку з хаотичного скупчення інформації.

Саме вдале структурування якісного контенту, робота із семантикою забезпечує ефективність та рейтинговість сайту. Структура сайту – це та основа (ядро), на якому базується його подальше проектування та просування у мережі Інтернет [2]. Таким чином, ми можемо зробити висновок, що в основі проектування якісної структури сайту лежить ефективно сформоване семантичне ядро сайту.

З наукової точки зору, семантичне ядро сайту – це набір пошукових слів, їх морфологічних форм і словосполучень, які найбільш точно характеризують вид діяльності, товар або послугу, пропонувані сайтом. Саме тому ядро повинно бути чітко і якісно сформульованим ще на початку роботи над сайтом, адже воно є основою для подальшого розвитку сайту.

Для пошуку оптимального алгоритму побудови ефективного семантичного ядра веб-сайту розглянемо основні категорії та поняття нашого дослідження.

Цільова аудиторія сайту

Ефективність та успіх веб-сайту безпосередньо залежить від кількості

відвідувачів (масштабу аудиторії). Проте, ця аудиторія повинна бути цільовою, тобто цілі користувачів повинні збігатися з цілями сайту. Люди, знайшовши на ваш веб-сайт повинні побачити його чітку та зрозумілу структуру. Зміст сайту повинен відповідати тим ключовим словам, за якими користувачі знайшли ваш веб-сайт у пошуковій системі. Інакше, враження про ваш веб-сайт різко погіршується і користувач іде із нього. Уявіть ваші відчуття, коли б ви розраховували потрапити у крутий гіпермаркет, а прийшли у складські приміщення із напівпорожніми полицями.

Спируючись на сказане вище, можна зробити висновок: якщо сайт матиме навіть 10 тис. відвідувачів у день, однак, вони не будуть зацікавлені у тому що пропонує даний сайт, то його можна вважати неефективним. Натомість, коли користувач прийде на сайт і знайде бажану інформацію, запит даного користувача як і самого користувача можна назвати цільовим.

Тому важливо ще на початку роботи :

1. Правильно визначити цільову аудиторію сайту.
2. Сформувати ефективне семантичне ядро сайту для визначеної категорії користувачів.

Пошукова система та частотність запиту

Одним із основних інструментів пошуку у мережі Інтернет є пошукові системи. Кожен із нас знає, що для того, щоб відшукати необхідну інформацію, необхідно лише ввести у пошукове певну обмежену кількість слів – сформувати *пошуковий запит*. Під *пошуковим запитом* ми будемо розуміти кількість введених запитів користувачем пошукової системи, щодо певного слова чи фрази за певний проміжок часу або ж міра популярності сайту серед користувачів [2].

Таким чином, створюючи семантичне ядро сайту, дуже важливо ввести таке поняття як «частотність запитів» – як часто користувачі набирають певний запит в пошукових системах.

Нехай, ми ведемо у пошукове поле словосполучення «купити телефон у Львів». Google запропонує вам 568 тисяч пошукових результатів. Yandex – 395 тисяч пошукових результатів. Якщо ж написати «купити телефон **PROBA** у Львів», то пошукових результатів буде лише приблизно 170 тисяч.

Таким чином, за частотністю бувають такі види пошукових запитів:

- Високочастотні – ті, що ми набираємо кожного дня (наприклад, купити телефон, читати книгу, скачати реферат, тощо).
- Середньо частотні є більш конкретизовані (наприклад, купити телефон Proba).
- Низькочастотні (запити, що граматично чи лексично складно побудовані або дуже конкретизовані, наприклад, купити телефон Proba Piligrum S4 червоного кольору із чорними кнопками).

У залежності від того, на який вид пошукових запитів орієнтується сайт, буде залежати стратегія його просування. При побудові семантичного ядра сайту, надзвичайно важливо вибрати оптимальну кількість ключових слів кожної із вищезгаданих категорії. Оскільки їх некоректний підбір може привести до неочікуваних наслідків. Наприклад, ваш сайт просто ніхто не знайде серед сотень-тисяч більш рейтинговіших.

Методи створення семантичного ядра сайту/

Спираючись на сказане вище, розглянемо шляхи створення ефективного семантичного ядра веб сайту.

По-перше, за умови, що ви працюєте над створення невеликого веб-сайту(до 50-60 сторінок) семантичне ядро сайту можливо створити, використовуючи, умовно кажучи, лише папір та ручку. Якщо ви маєте багато вільного часу, сил і бажання, ви за певний час таки впораетесь із цим завданням.

Іншим шляхом створення семантичного ядра веб-сайту є використання сучасних спеціалізованих веб-сервісів. Існує велика кількість онлайн сервісів та програм, що зроблять процес створення семантичного ядра легким та швидким. Виділимо такі основні їх класи:

Системи аналітики: Google Analytics, Яндекс.Метрика, LiveInternet, тощо.

Сервіси пошукових систем: Яндекс Вордстат, Keyword Planner від Google, Тренди Google, тощо.

Готові оффлайн та онлайн бази: База Пастухова, UP Base, KeyBooster, тощо

Сервіси аналізу конкурентів: SpyWords, Prodvigator, Spy Fu, Alexa, тощо.

Спеціалізовані сервіси підбору семантики: keywordtool.io, keywords.megaindex.ru, wordtracker.com, тощо.

Програми для роботи із семантичним ядром: Key Collector, Yandex Wordstat Helper, Макрос от Devaka

З їх допомогою ви зможете підібрати ключові слова для власного сайту, а також оцінити конкурентів, за якими ключовими словами просувають сайт вони. І, зробивши відповідні висновки, сформувані ефективне семантичне ядро сайту, яке забезпечить прихід саме вашої цільової аудиторії.

Етапи створення семантичного ядра

1. «Мозковий штурм»

На даному етапі джерелом усіх можливих слів є ваш власний мозок. Перед собою можна поставити такі питання:

- Чим я займаюсь ?
- Якими загальними словами можна описати тематику моєї справи ?
- Чи існує спеціальна термінологія чи сленг ?

«Мозковий штурм» бажано проводити декілька разів, щоб зібрати якнайбільше варіантів.

2. Аналіз статистики пошукових систем

Як вже згадувалось, існує безліч сервісів які стануть вам у пригоді, проаналізують статистику пошукових систем і частоту введення подібних запитів.

3. Відсіювання слів

На даному етапі вам потрібно буде видалити ті слова, за якими ви точно не збираєтеся просуватися. Таких, як правило, більше половини. Для цього бажано відразу скористатися готовими списками стоп слів як загальними, так і спеціальними по вашій тематиці.

Також, варто очистити запит від фраз, які не несуть особливого смислового навантаження і не впливають на пошук.

Наприклад, для інтернет магазинів можна видалити такі фрази, які містять такі ключові слова: купити, продаж, ціна, інтернет магазин, тощо.

4. Розподіл списку запитів по сторінках сайту

Варто розмістити основні ключові слова на головній сторінці та на початку всіх категорій чи підкатегорій, це допоможе пошуковій системі краще зорієнтувати користувача і привести саме до вас.

Висновки

1. *Сторінка повинна відповідати на запит користувача.* Всім до вподоби, коли серед масиву інформації можна швидко і легко знайти те, що потрібно, тому саме це приваблюватиме відвідувачів вашого сайту.

2. *Кількість та якість ключових слів.* Кількість ключових слів не повинна бути замалою чи зavelикою на обсяг тексту; а також ви повинні охоплювати занадто загальні запити, а натомість більш конкретні. І навпаки, занадто вузькі запити не дадуть вам достатньої кількості відвідувачів. Потрібно шукати золоту середину.

3. *Подальший розвиток сайту.* Зібравши одного разу семантичне ядро, не можна залишати його незмінним. З'являються нові товари і технології, тому відповідно з'являються нові запити, а старі в свою чергу втрачають актуальність. Тому, мінімум один раз на півроку-рік необхідно проводити актуалізацію семантичного ядра, підключати нові запити, а старі – що втратили актуальність – виключати.

1. *Веб-сайт* [Електронний ресурс] // Вікіпедія. Вільна енциклопедія. – Режим доступу : <https://uk.wikipedia.org/wiki/Веб-сайт>

2. *Кокшаров С.* SEO: Поисковая Оптимизация от А до Я – Средний уровень / С. Кокшаров, 2014.- 576 с.

3. *Seo Словник* – Igroup Ukraine [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://igroup.com.ua/seo-articles/>