

SEO – технологии в PR

Научный руководитель – Заможных Елена Александровна

Потапова Кристина Викторовна

Студент (бакалавр)

Северо-Кавказский федеральный университет, Факультет филологии, журналистики и межкультурной коммуникации, Кафедра средств массовой информации, Ставрополь, Россия

E-mail: cristina.potapova2018@yandex.ru

Использование SEO-технологий - важный инструмент продвижения сайтов (а через них - брендов и имиджей) в Internet. Тем не менее, лишь узкий круг специалистов знаком с SEO на практике. Еще меньше людей могут дать классификацию приемов сетевого продвижения и оценить их эффективность. SEO - (англ. *Search Engine Optimization*) в переводе означает **оптимизация под поисковые системы** или просто **поисковая оптимизация**.

Цель любого сайта - получение максимального числа посетителей. Цель любого коммерческого сайта - получение максимального числа заинтересованных посетителей и превращение их в клиентов. Получение дохода от создания сайта, возможно лишь при наличии устойчивого интереса со стороны пользователей. Не все сайты могут быть известными и популярными, проблема в том, что необходимо скрупулезно работать над продвижением определенного проекта, для этого и созданы SEO-технологии.

По области применения все типы SEO делятся на 3 категории:

Внутренняя оптимизация

Внешняя оптимизация

Продвижение в социальных сетях

Внутренняя оптимизация - действия по оптимизации сайта. Основные этапы: подбор ключевых слов, наполнение сайта контентом, выделение ключевых слов, соединение перекрестными гиперссылками (для улучшения поиска информации на сайте), стандартизация HTML кода, оптимизация графики, добавление ключевых фраз в мета-теги веб-страниц. Внутренняя оптимизация сайта является мощным инструментом для привлечения посетителей, она не требует особых затрат, все ложится на плечи оптимизатора.

Внешняя оптимизация - повышение качества и цитирования сайта на сторонних ресурсах в Интернете. Ссылка на сайт - это рекомендация, которая повышает авторитет среди конкурентов. Внешняя оптимизация влияет на успех продвижения любого ресурса в сети, но уделять ей внимание стоит только после того, как закончена работа с внутренней оптимизацией.

Продвижение в социальных сетях - использование скрытого малобюджетного маркетинга. Распространенными типами SEO оптимизации являются SMO и SMM продвижения с использованием ресурса социальных медиа.

В процессе исследования, я пришла к выводу, что каждая коммерческая компания должна иметь личный сайт. Его содержание (контент) должно превращать пользователей сети в потенциальных клиентов. SEO- оптимизация помогает выделить сайт, а так же поднять его рейтинг.

Источники и литература

- 1) Акопов, А.И. Типологические признаки сетевых изданий / А.И. Акопов // Филологический вестник Ростовского государственного университета. – 2000. – №1. – С. 42-44,8.
- 2) Горошко, Е.И. Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии / Е.И. Горошко // Жанры речи. – Саратов. – 2009. – Вып. 6. – С. 11–27, 18.
- 3) Клименко, Р.А. Веб-мастеринг на 100% / Р.А. Клименко. – СПб.: Питер, 2013. – 512 с., 29.
- 4) Дементий, Д. Как построить SMM-стратегию: пошаговый план продвижения в социальных сетях. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://texterra.ru/blog/> (дата обращения 03.02.2018).