

Тютюнникова Г.С., Плешаков В.Є.

ДОСЛІДЖЕННЯ ЗАСОБІВ СТВОРЕННЯ LANDING PAGE ТА ЇХ ОПТИМІЗАЦІЯ ДЛЯ ПОШУКОВИХ СИСТЕМ

У статті узагальнено та систематизовано результати дослідження, пов'язані з проблемою вибору технологічних засобів створення Landing Page та їх оптимізації для пошукових систем. Проведено дослідження сучасних актуальних технологій, які дозволяють створювати Landing Page, здійснено порівняння найпопулярніших із них, розглянуто засоби оптимізації Landing Page для пошукових систем. Матеріал статті визначає загальні напрямки дослідження та вирішення проблеми пошукової оптимізації Landing Page.

Ключові слова: Landing Page, інтернет-маркетинг, HTML 5, CSS3, WordPress, SEO.

Актуальність дослідження. Використання веб-технологій помітно зростає в усіх сферах людського життя, зокрема це стосується сфери бізнесу, де все частіше заходить мова про використання в бізнесі можливостей мережі Інтернет та веб-технологій. Однією з головних причин посиленої уваги бізнесменів до проблеми впровадження веб-технологій є зручність та простота використання наявних інструментів інтернет-маркетингу (ІР). Необхідно зазначити, що бізнес в Інтернеті розвивається через рекламу і просування сайту компанії. Сайт виступає, як своєрідний додатковий офіс компанії, який працює неперервно. Основним трендом сучасного інтернет-маркетингу є розробка посадочних сторінок (*Landing Page*).

Постановка проблеми. Вибір сучасних інструментів створення *Landing Page*, покращення візуального сприйняття сторінки та її оптимізація для пошукових систем.

Теоретичний аналіз дослідження.

1. Андросов Н. Інтернет-маркетинг на 100% / Андросов Н., Ворошилова І., Долгов В., Замарацкая С., Манн І., Носова Е., Овчинников Р., Рижиков С., Сухов С., Черницкая М. СПб.: Питер, 2014. – 228 с.

Проаналізувавши дану книгу, можна сказати, що вона містить всі основні аспекти присутності компанії в Інтернеті. Використовуючи матеріал даних авторів можна дізнатися, як: створити сайт найкращим шляхом, який підтримує роботу з клієнтами; вести рекламні та PR-компанії в Інтернеті; забезпечити просування проекту в соціальних мережах; підвищити рейтинг сайту в пошукових системах; використовувати Інтернет для персонального маркетингу. Дана книга орієнтована на директорів та менеджерів по маркетингу, спеціалістів які відповідають за підтримку веб-проекту компанії.

2. Руководство по поисковой оптимизации для начинающих [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://static.googleusercontent.com/media/www.google.ru/uk/ru/intl/ru/webmasters/docs/search-engine-optimization-starter-guide-ru.pdf>

Дана публікація є корисною для веб-майстрів, які раніше не мали практичного досвіду пошукової оптимізації та бажаним вдосконалити видимість свого сайту, як для користувачів, так і для пошукових систем. Незважаючи на те, що в назві публікації зустрічається “пошукова оптимізація” автори закликають, що, в першу чергу, необхідно оптимізувати сайт для користувачів, тому що вони являються цільовою аудиторією будь-якого сайту. Оптимізація для пошукових систем є способом вирватись трішки вперед в тому, що стосується видимості пошукових роботів, але цільовою аудиторією залишаються користувачі інтернету. Створений сайт може бути, більшим або меншим, ніж приклад, наведений в даній публікації, але розмір контенту буде різним, а теми оптимізації, які розглянуті, відносяться до сайтів будь-якого розміру та типу.

Мета статті. Метою даної статті є пошук інструментів для створення *Landing Page*, їх візуального покращення та методів оптимізації для пошукових систем.

Задачі дослідження. Для досягнення мети розв'язано такі задачі:

- проведено аналіз типів *Landing Page* та методів і засобів їх створення;
- проведено аналіз переваг та недоліків кожного з методів;
- проведено аналіз актуальних параметрів *Landing Page* для SEO.

Викладення основного матеріалу дослідження. Відомо, що в сучасному світі, в тому числі, в просторах Інтернет конкуренція велика в будь-якій області та сфері діяльності. Основний відсоток населення вважає за краще користуватися послугами інтернету, вибираючи для себе той чи інший товар, перебуваючи в пошуку певної послуги і т.д.. Якщо відвідувач зайшов на сторінку, яка не буде повною мірою відповідати всім його вимогам, то він покине її, так і не скориставшись запропонованою послугою.

Відвідуючи ту чи іншу сторінку в Інтернеті, будь-який користувач завжди ставить перед собою наступні питання:

- Чи відповідає дана сторінка параметрам пошуку? Як здійснити замовлення ?
- Чи можна довіряти саме цьому джерелу інформації і чому потрібно зробити покупку саме тут?
- Чи унікальна пропозиція і в чому полягає унікальність?
- Куди звертатись у випадках виникнення питань і де знаходиться компанія, що надає свої послуги або пропонує ті чи інші товари?

Відповіді на всі ці питання відвідувач сторінки зможе знайти без проблем, якщо сама сторінка буде створена за відомими правилами.

Будь-який бізнесмен, який прагне розвинути свій бізнес на максимально високому рівні, звернеться за допомогою до Інтернету. Адже саме ця всесвітня мережа останнім часом стала основним джерелом найактуальнішої інформації щодо всіх сфер життєдіяльності. І створити свій власний і ефективний Landing Page – це основна запорука успіху для сучасного бізнесу.

Landing Page – це окрема сторінка сайту в просторах Інтернет, на яку кожен бажаючий може потрапити, клікнувши по рекламному оголошенню. Основною відмінною рисою таких сторінок можна назвати те, що вони є потужним закликом і побудником до дії. Відвідувач, зайшовши на таку сторінку, отримує тільки ту інформацію, яка його цікавила спочатку.

Landing Page ще прийнято називати посадковою сторінкою або цільовою сторінкою. Як правило, це цілком логічне продовження оголошення, яке покликане спонукати користувача сайту до певних дій, тобто, здійснювати покупку або скористатися іншими пропонованими послугами, підписатися на пропоновану розсилку, зареєструватися і тому подібне. Основним призначенням таких сторінок є перетворення відвідувача сайту в потенційного клієнта з наданням йому найбільшої, найактуальнішої і самої достовірної інформації щодо даного товару, послуги і т.д.

Існують чотири основні складові успішної цільової сторінки: дослідження, дизайн, копірайтинг і тестування. Важливо виділяти достатні ресурси для кожного компонента – тільки так можна досягнути високих значень по продажах своїх товарів або послуг онлайн. Landing Page служить основою створення успішного інтернет бізнесу. Можна отримати контакти користувача в обмін на вигідну для нього пропозицію, а з часом запропонувати свій товар або послугу.

Найголовніше завдання при створенні цільових сторінок і усіх інших маркетингових матеріалів полягає в тестуванні. Слід перевіряти різні заголовки, основний текст, зображення, заклики до дії і ін.

Для запровадження Landing Page кафедри “Комп’ютерних систем та мереж”, необхідно, в першу чергу, зробити аналіз способів створення landingPage, та перевірити доцільність написання унікального лендінгу. Потрібно визначити, якою має бути сторінка, вибравши її тип і елементи, якими вона повинна володіти, можна перейти безпосередньо до її технічної реалізації.

Одними з найпопулярніших способів підготовки та створення Landing Page є:

1. Створення LP на аутсорсингу

Існує безліч компаній, які надають послуги з підготовки лендінгів всіх типів. Однак, цей спосіб найдорожчий і, вибравши його, потрібно завжди враховувати можливості свого бюджету. Слід пам'ятати, що необхідно контролювати дії компанії, якою б професійною вона не була, а також стежити за просуванням роботи над створеним лендінгом.

2. Створення сторінки для продажу самостійно

Цей спосіб значно заощадить бюджет. Однак, при цьому необхідно мати професійні навички в сфері веб-розробки, дизайну, аналітики. В інтернеті існує більшість сайтів, які продають вже готові шаблони Landing Page, де достатньо просто замінити текст на власний, виконати необхідні технічні роботи по налаштуванню хостингу і домену, що не складає особливих труднощів. Все більше і більше людей, з метою економії вкладення коштів використовують даний метод. Він відрізняється тим, що немає ніяких перешкод для зміни дизайну сторінки (на відміну від інших способів). В інтернеті дуже велика кількість різнобічної тематики шаблонів лендінгів. Більшість з них продають вже готові комплекти з інформацією по швидкій установці, а також програмним забезпеченням по редагуванню та відеоінструкціям. Вартість даних комплектів може у багато разів бути менше інших аналогів реалізації продажі сторінок.

3. Використання спеціалізованих сервісів з підготовки лендінгів.

У мережі існує величезний вибір інструментів для створення сайтів і посадкових сторінок по шаблонах. Більшість сервісів платні, проте в їх функціоналі є також безкоштовні версії терміном 14-30 днів. За цей час можна не тільки створити якісний Лендінг, а й оцінити його конверсійну ефективність.

Розглянемо детальніше деякі з цих сервісів:

LPgenerator – сервіс, що надає інструменти для створення лендінгів. Є можливість як створити і налаштувати унікальні landing page, так і скористатися вже готовими розширеннями серед уже наявних 200 шаблонів сторінок. При цьому можна не мати професійні знання в сфері веб-дизайну і HTML. Є 4 тарифи, кожен з яких надає можливість безкоштовного використання протягом 2-х тижнів.

wPPage – сервіс для створення Лендінга, який адаптований під WordPress. У число його функцій входить створення посадкових, використовуючи готові шаблони, які можна редагувати в залежності від потрібних цілей. Є можливість працювати в сервісі як онлайн, так і, скопіювавши плагін на комп'ютер. Для володарів сайту на WordPress підійде останній варіант. Є також безкоштовна версія, розрахована на 7 днів.

WIX – онлайн-конструктор сайтів. Тут можна вибрати шаблони, що цікавлять нас, більш ніж в 10 різних категоріях ("Бізнес і послуги", "Ресторани і готелі", "Дизайн", "Фото" і т. д.) і безкоштовно редагувати кожного з них відповідно до потреб або створювати власні. Якщо жоден із запропонованих макетів не підходить, то можна скористатися платною бізнес-версією конструктора і отримати ще більше варіантів для створення сайту.

Пошукова оптимізація сайту або ж SEO — процес коректування HTML-коду, текстового наповнення (контенту), структури сайту, контроль зовнішніх чинників для відповідності вимогам алгоритму пошукових систем, з метою підняття позиції сайту в результатах пошуку в цих системах за певними запитами користувачів.

Чим вище позиція сайту в результатах пошуку, тим більша ймовірність, що відвідувач перейде на нього з пошукових систем, оскільки користувачі, зазвичай, йдуть за першими посиланнями. Пошукове просування (SEO) – основний інструмент просування сайту. Практично будь-який вислів, що володіє змістовим навантаженням і введений в пошуковий рядок як запит, здатен в якості відповіді в пошуковій видачі отримати мільйони посилань на ресурси, де він згадується. Більшість користувачів обмежуються найвищими позиціями видачі: за даними досліджень, не більше 85% користувачів переходять навіть на другу сторінку, і не більше 10% – далі другої. Таким чином, будь-який власник веб-ресурсу (комерційна компанія, державна організація, соціальна мережа, ігровий майданчик, клуб за інтересами тощо), який бажає, щоб його сайт було “видно” користувачам інтернету і зібрати якомога більше число відвідувачів, зобов’язаний забезпечити собі попадання на перші сторінки (а краще – на перші рядки, ТОП) пошукової видачі. Вирішення цього завдання забезпечує процес SEO-просування. У поняття пошукового просування також входять заходи, що забезпечують максимально довгий період знаходження сайту на досягнутих позиціях.

При SEO-просуванні існує кілька обов’язкових заходів, об’єднаних поняттям пошукового просування:

- аудит сайту (на першому етапі просування, проводиться повне дослідження ресурсу, виробляється стратегія і рекомендації щодо подальшої оптимізації ресурсу);
- оптимізація сайту (в ході цього етапу виконуються робота над ресурсом у відповідності зі стратегією та рекомендаціями, виробленими на етапі аудиту, а також інша робота, яка відповідає загальним вимогам оптимізації та просування);
- безпосередньо просування сайту у пошуковій видачі.

Складання органічної видачі пошуковими системами здійснюється за допомогою спеціальних пошукових алгоритмів (пошукових роботів, “павуків”), які здійснюють ранжування сайтів за певними критеріями. По-перше, ресурс повинен потрапити в каталоги пошукової системи, для чого повинен бути проіндексований нею (можлива як індексація всього сайту, так і окремих його сторінок). Іншими словами, ПС повинна “побачити” сайт і описати для себе певні його параметри, відповідно до яких і визначатиметься позиція сайту в пошуковій видачі. Далі пошуковий робот сканує каталог своєї ПС відповідно до запиту і певним параметрам, і складає список пошукової видачі з сайтів, контент яких найбільш релевантний заданому запиту.

SEO оптимізацію можна розділити на дві категорії – внутрішню і зовнішню.

Внутрішня оптимізація включає в себе весь комплекс заходів, зосереджених на роботі над самим сайтом. Це оптимізація текстів, структури сайту, оновлення сайту, наповнення його контентом, оптимізація мета-тегів сторінок «keywords» і «description». Мета-тег «keywords» вказує пошуковим роботам, які слова є ключовими. Важливо, щоб цей мета-тег містив ті ключові слова, які є безпосередньо в тексті сторінки. Мета-тег «description» містить короткий опис сторінки сайту. Цей опис відображається в результатах пошуку разом з посиланням на сторінку сайту. Внутрішня оптимізація сайтів включає також створення файлів robots.txt і sitemap у форматі, сумісному з Google і Яндекс. Правильні файли robots.txt і sitemap сприяють прискоренню індексації сайту пошуковими системами.

Зовнішня оптимізація сайту передбачає його так звану розкрутку, просування з допомогою сторонніх інтернет ресурсів. Сюди можна віднести реєстрацію в пошукових системах, каталогах сайтів, каталогах статей, розміщення інформації на дошках оголошень, блогах, форумах, в соціальних мережах, а також контекстну та банерну рекламу, розміщення реклами на тематичних сайтах, в засобах масової інформації і т.д. Зовнішню оптимізацію варто починати після того, як сайт оптимізований внутрішньо.

Висновки. В даній статті було підібрано актуальну інформацію відповідно до тенденцій українського інтернет-маркетингу. Також розглянуто актуальні технології та інструменти для створення Landing Page та представлено основні засоби, які входять в термін SEO, підняття параметрів сайту, основні параметри оптимізації та методи, які для цього використовуються.

Література

1. Андросов Н. Интернет-маркетинг на 100% / Андросов Н., Ворошилова И., Долгов В., Замарацкая С., Манн И., Носова Е., Овчинников Р., Рижиков С., Сухов С., Черницкая М. СПб.: Питер, 2014. – 228 с.
2. Кит Д. HTML5 для веб-дизайнеров / Кит Д., Манн И., Иванов и Фербер. – Москва, 2012. – 112 с.
3. Руководство по поисковой оптимизации для начинающих [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <http://static.googleusercontent.com/media/www.google.ru/uk/ru/intl/ru/webmasters/docs/search-engine-optimization-starter-guide-ru.pdf>

References

1. Androsov N. Internet marketing for 100% / Androsov N., Voroshilova I., Dolgov V., Zamaratska S., Mann I., Nosova E., Ovchinnikov R., Ryzhikov S., Sukhov S., Chernitskaya M. St. Petersburg: Peter, 2014. - 228 p.
2. Keith D. HTML5 for web designers / Keith D., Mann I., Ivanov and Ferber. - Moscow, 2012. - 112 p.
3. Search engine optimization for beginners [Electronic Resource] - Resource Access Mode: <http://static.googleusercontent.com/media/www.google.ru/en/intl/en/webmasters/docs/search-engine-optimization-starter-guide-ru.pdf>

Тютюнникова Г.С., Плешаков В.Є. Дослідження засобів створення Landing Page та їх оптимізація для пошукових систем

В статье обобщено та систематизировано результати експериментів, пов'язаних з проблемою вибору технологічних засобів створення Landing Page та їх оптимізації для пошукових систем. Проведено випробування сучасних актуальних технологій, які дозволяють створювати Landing Page, проведено порівняння найпопулярніших серед них, розглянуто способи оптимізації Landing Page для пошукових систем. Матеріал статті визначає загальні напрями випробувань та рішення проблеми пошукової оптимізації Landing Page.

Ключевые слова: Landing Page, интернет-маркетинг, HTML 5, CSS3, WordPress, SEO.

Tiutiunnykova G.S., Pleshakov V.Ye. An investigation of the development tools of Landing Page and their optimization for search systems

The article generalizes and systematizes the results of the research, related to the problem of choosing the technological means of creating a Landing Page and their optimization for search systems. The research of modern topical technologies, which allow to create a Landing Page, is done, comparisons of the most popular ones are made, the means of optimization of the Landing Page for search systems are considered. The article's topic defines the general direction of research and solving of the Landing Page search optimization problem.

Keywords: Landing Page, Internet marketing, HTML 5, CSS3, WordPress, SEO.

Тютюнникова Г.С. – старший викладач кафедри «Комп'ютерні системи та мережі» Державного вищого навчального закладу «Ужгородський національний університет», e-mail: ganna.tyutyunnykova@uzhnu.edu.ua

Плешаков В.Є. – магістр 2-го курсу спеціальності «Комп'ютерні системи та мережі» Державного вищого навчального закладу «Ужгородський національний університет», e-mail: vlad.pleshakov1295@gmail.com