

Міністерство освіти і науки України
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Факультет комп'ютерно-інформаційних систем і програмної інженерії
(повна назва факультету)

Кафедра комп'ютерних наук
(повна назва кафедри)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня

Магістр

(назва освітнього ступеня)

на тему: Дослідження, проектування та реалізація стратегії просування веб-ресурсів методами Search engine optimization (SEO)

Виконав: студент
спеціальності

VI курсу, групи СНІМ-61
122 Комп'ютерні науки

(шифр і назва спеціальності)

(підпис)

Станько І.В.

(прізвище та ініціали)

Керівник

(підпис)

Струтинська І.В.

(прізвище та ініціали)

Нормоконтроль

(підпис)

Мацюк О.В.

(прізвище та ініціали)

Завідувач кафедри

(підпис)

Боднарчук І.О.

(прізвище та ініціали)

Рецензент

(підпис)

Пастух О.А.

(прізвище та ініціали)

Тернопіль
2022

Міністерство освіти і науки України
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Факультет комп'ютерно-інформаційних систем і програмної інженерії

(повна назва факультету)

Кафедра комп'ютерних наук

(повна назва кафедри)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Боднарчук І.О.

(підпис)

(прізвище та ініціали)

«__» _____ 2021 р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

на здобуття освітнього ступеня Магістр

(назва освітнього ступеня)

за спеціальністю 122 Комп'ютерні науки

(шифр і назва спеціальності)

Студенту Станько Ірині Володимирівні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Дослідження, проектування та реалізація стратегії просування веб-ресурсів методами Search engine optimization (SEO)

Керівник роботи Струтинська Ірина Володимирівна., д.е.н., професор кафедри КН

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Затверджені наказом ректора від «__» _____ 2021 року № _____.

2. Термін подання студентом завершеної роботи _____

3. Вихідні дані до роботи Наукові публікації по темі дослідження

4. Зміст роботи (перелік питань, які потрібно розробити)

Вступ. 1. «Теоретичні аспекти проектування та реалізації стратегії просування веб-ресурсів методами Search Engine Optimization (SEO)»; 2. «Аналітична частина проектування та реалізації стратегії просування веб-ресурсів методами Search Engine Optimization (SEO)»; 3. «Рекомендації з проектування та реалізації стратегії просування веб-ресурсів методами Search Engine Optimization (SEO)»; 4 Охорона праці та безпека в надзвичайних ситуаціях. Перелік використаних джерел. Додатки.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень, слайдів)

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Охорона праці	Дмитроца Л. П., доцент		
Безпека в надзвичайних ситуаціях	Клепчик В.М., проректор з адміністративно-господарської роботи та будівництва		

7. Дата видачі завдання _____ 2021 року _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1.	Ознайомлення з завданням до кваліфікаційної роботи	27.09.21-30.09.21	Виконано
2.	Підбір наукових джерел по темі дослідження	01.10.21-19.10.21	Виконано
3.	Обґрунтування актуальності дослідження	20.10.21-21.11.21	Виконано
4.	Аналіз предмету дослідження та предметної області	22.11.21-25.11.21	Виконано
5.	Оформлення розділу «Теоретичні аспекти проектування та реалізації стратегії просування веб-ресурсів методами Search Engine Optimization (SEO)»	26.11.21-06.03.22	Виконано
6.	Оформлення розділу «Аналітична частина проектування та реалізації стратегії просування веб-ресурсів методами Search Engine Optimization (SEO)»	07.03.22-16.03.22	Виконано
7.	Оформлення розділу «Рекомендації з проектування та реалізації стратегії просування веб-ресурсів методами Search Engine Optimization (SEO)»	17.03.22-03.04.22	Виконано
8.	Виконання завдання до підрозділу «Охорона праці»	04.04.22-14.04.22	Виконано
9.	Виконання завдання до підрозділу «Безпека в надзвичайних ситуаціях»	15.04.22-25.04.22	Виконано
10.	Оформлення кваліфікаційної роботи	25.04.22-01.05.22	Виконано
11.	Нормоконтроль	10.05.22-12.05.22	Виконано
12.	Перевірка на плагіат	09.05.22	Виконано
13.	Попередній захист кваліфікаційної роботи	11.05.22	Виконано
14.	Захист кваліфікаційної роботи	26.05.22	

Студент

_____ (підпис)

Станько І.В.

_____ (прізвище та ініціали)

Керівник роботи

_____ (підпис)

Струтинська І.В.

_____ (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Дослідження, проектування та реалізація стратегії просування веб-ресурсів методами Search engine optimization (SEO) // Кваліфікаційна робота освітнього рівня «Магістр» // Станько Ірина Володимирівна // Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, факультет комп'ютерно-інформаційних систем і програмної інженерії, кафедра комп'ютерних наук, група СНм-61 // Тернопіль, 2022 // с. 109 , рис. – 59, додат. – 4 , бібліогр. – 68.

Ключові слова: СТРАТЕГІЯ ПРОСУВАННЯ, ВЕБ-РЕСУРСИ, ПОШУКОВИЙ МАРКЕТИНГ, SEARCH ENGINE OPTIMIZATION, SEO

У кваліфікаційній роботі проведено аналіз наукових статей та публікацій по темі роботи.

Досліджено основні питання просування веб-ресурсів методами Search Engine Optimization (SEO). Проведено конкурентний аналіз. Проаналізовано: основні інструменти, платформи пошукової оптимізації сайтів; компоненти та важливі елементи роботи з платформою Google my business.

Досліджено, спроектовано та реалізовано на практиці стратегію просування веб-ресурсу компанії “Країна Мрій” методами Search engine optimization (SEO).

ANNOTATION

Research, design and implementation of strategy for promoting web resources using Search engine optimization (SEO) // Qualification work of educational level «Master» // Станько Ірина Володимирівна // Ternopil Ivan Pulyk National Technical University, Faculty of Computer Information Systems and of software engineering, department of computer sciences, group SNm-61 // Ternopil, 2022 // p. 109, Fig. - 59, added. - 4, bibliogr. - 68.

Keywords: PROMOTION STRATEGY, WEB RESOURCES, SEARCH MARKETING, SEARCH ENGINE OPTIMIZATION, SEO

In the qualification work the analysis of scientific articles and publications on the topic of work is carried out.

The basic questions of promotion of web resources by methods of Search Engine Optimization (SEO) are investigated. Competitive analysis was conducted. Analyzed: basic tools, search engine optimization platforms; components and important elements of working with the Google my business platform.

The strategy of promoting the web resource of the company "Dreamland" by Search engine optimization (SEO) methods has been researched, designed and implemented in practice.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

ІКТ – інформаційно-комунікаційні технології

ІТ – інформаційні технології

SEM (англ. Search Engine Marketing) – пошуковий маркетинг

МСБ – малий та середній бізнес

МСП – мале та середнє підприємництво

SEO (Search Engine Optimization) – пошукова оптимізація сайту

ТЗ – Технічне завдання

ЦА – Цільова Аудиторія

ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПРОЕКТУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ВЕБ-РЕСУРСІВ МЕТОДАМИ SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO).....	10
1.1 Дефініції понять «Стратегія просування веб-ресурсів» та «Пошукова оптимізація» для бізнесу.....	10
1.2 Алгоритм пошукових систем Google.....	23
1.3 Основні етапи пошукової оптимізації веб ресурсів.....	28
1.4 Висновок до першого розділу.....	35
2 АНАЛІТИЧНА ЧАСТИНА ПРОЕКТУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ВЕБ-РЕСУРСІВ МЕТОДАМИ SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO).....	37
2.1 Основні методи Search Engine Optimization (SEO).....	37
2.2 Робота із Google business: переваги та можливості.....	41
2.3 Основні інструменти та платформи: пошукової оптимізації сайтів...	44
2.4 Висновок до другого розділу.....	46
3 РЕКОМЕНДАЦІЇ З ПРОЕКТУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ВЕБ-РЕСУРСІВ МЕТОДАМИ SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO).....	47
3.1 Спроектowana стратегія пошукової оптимізації веб-ресурсу компанії “Країна Мрій” з метою його просування.....	47
3.2 Технічне завдання: просування компанії “Країна Мрій ” в Google my business	56
3.3 Аналіз конкурентів: формування чек-листа перевірки конкурентів.....	58
3.4 Результати реалізації стратегії просування ТОВ «Країна Мрій».....	60
3.5 Висновок до третього розділу.....	64
4 ОХОРОНА ПРАЦІ ТА БЕЗПЕКА В НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ.....	65

4.1 Організація охорони праці для малих та середніх підприємств.....	65
4.2 Фактори, що впливають на функціональний стан користувачів комп'ютерів.....	72
Висновок до четвертого розділу.....	77
ВИСНОВКИ.....	78
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	79
ДОДАТКИ	86

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. На даний момент онлайн ринок розвивається дуже стрімко, але мало хто з власників бізнесу приділяють увагу ефективному просуванню своїх веб-ресурсів

В умовах стрімко зростаючої конкуренції на цифровому ринку в галузі оптимізації веб-ресурсів особливо важливим є забезпечення високого та якісного цільового трафіку. Проблема посилюється зростанням вартості просування та неефективності проведених робіт. Тому дана тема дослідження сегменту оптимізації ресурсів є актуальною.

SEO – оптимізація є надзвичайно важливим каналом розвитку сайту. Оптимізація веб-ресурсу дає змогу збільшити органічний трафік, видимість та швидке опрацювання замовлення, збільшити конверсій з органіки. Досліджуючи алгоритми пошукової системи та притримуючись усіх правил ми формуємо ефективну маркетингову концепцію розвитку. Дані методи дають змогу бути більш гнучкими та надають змогу більше впливати на нашу ЦА та розширювати її за допомогою усіх видів семантики.

Однією із проблем у даній сфері є застарілі методи, які не дають належних результатів у органічній видачі. Саме тому слід підходити комплексно досліджуючи оновлені фактори ранжування та створюючи детальну стратегію розвитку із урахуванням усіх факторів.

Мета і завдання дослідження є обґрунтування та розробка теоретико-методичних положень і практичних рекомендацій щодо проектування та реалізації стратегії просування веб-ресурсів методами Search engine optimization (SEO).

Досягнення поставленої мети вимагає вирішення наступних завдань:

- здійснити аналіз літературних джерел щодо проблематики дослідження;
- виокремити виклики та передумови проектування та реалізації стратегії просування веб-ресурсів малого та середнього бізнесу;

- охарактеризувати основні методи пошукової оптимізації та алгоритм роботи Google my business;
- на основі аналізу конкурентів та системи оцінки технічних показників сайтів запропонувати тактичний план дій для покращення роботи веб-ресурсу;
- надати практичні рекомендації щодо проектування та реалізації стратегії просування веб-ресурсів методами Search engine optimization (SEO);
- сформулювати комплексний алгоритм пошукової оптимізації веб ресурсів та на основі нього розробити стратегію просування веб-ресурсу компанії “Країна Мрій” та реалізувати її практики.

Об’єктом дослідження є процеси розробки стратегії просування веб-ресурсів методами Search engine optimization (SEO).

Предметом дослідження є теоретико-методичні, наукові, практичні положення просування веб-ресурсів методами Пошукової оптимізації.

Науковою новизною роботи є розроблена стратегія просування веб-ресурсу компанії “Країна Мрій” методами Search engine optimization (SEO), реалізація якої надасть можливість покращити розвиток організації.

Практичне значення отриманих результатів. Розробка стратегії просування веб-ресурсу компанії “Країна Мрій” методами Search engine optimization (SEO).

Апробація результатів магістерської роботи. Окремі результати роботи представлені на двох наукових конференціях:

1. VI Міжнародної науково-технічної конференції молодих учених та студентів. На тему: «Тенденції розвитку мобільного інтернет-маркетингу».
2. IX науково-технічної конференції «інформаційні моделі, системи та технології». На тему: «Огляд методів оптимізації процесів».

1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПРОЕКТУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ВЕБ-РЕСУРСІВ МЕТОДАМИ SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO)

1.1 Дефініції понять «Стратегія просування веб-ресурсів» та «Пошукова оптимізація» для бізнесу

Сьогодні, як ніколи раніше, менеджери та маркетологи організацій повинні покращувати ефективність ведення бізнесу за допомогою раціональної організації бізнес-процесів та перенесення маркетингових бюджетів з традиційних каналів на цифрові, як-от пошукової оптимізації сайту (Search engine optimization (SEO)) та маркетингу в соціальних мережах (Social Media Marketing (SMM)). Існують значні переваги від поєднання стратегії та тактики пошукової оптимізації та маркетингу в соціальних мережах, починаючи від розширення пошуку соціальних мереж за допомогою пошуку до можливості залучати посилання для покращення SEO.

Обидва ці напрямки доповнюють один одного, адже досягнути максимальної віддачі від поєднання даних про SEO з тактикою маркетингу в соціальних мережах можна досягнути за допомогою побудови стратегії та дорожньої карти, які є основою для досягнення тактичних кроків, а саме: визначення аудиторії, яку ви шукаєте, цілі, яких ви намагаєтеся досягти (і можете виміряти).

Незважаючи на велику кількість перехресних посилань у публікаціях, базова оптимізація шаблону блогу з використанням ключових слів та інших незначних коригувань може істотно покращити пошуковий трафік для цього сайту – без будь-якого компромісу в якості вмісту або досвіду користувачів.

Соціальна взаємодія та обмін медіа між учасниками соціальних мереж створюють такий контент, який може покращити видимість бренду в результатах пошуку за допомогою профілів, відео, дописів у блозі чи інших

медіа. Хорошим прикладом є перша сторінка рейтингу Stormhoek wines в Google, включаючи блоги, Facebook і Twitter.



Рисунок 1.1 – Стратегічні та тактичні процеси для досягнення цілей SEO

Вміст + посилання = успіх пошукової системи.

Перш за все знайдіть свою аудиторію, зрозумійте їхню поведінку, уподобання, методи публікації та інше.

Визначте свої цілі. Цілі часто визначаються маркетингом або продажами, а мета SEO покращити веб-продажі. Роль SEO в соціальних мережах полягає в тому, щоб безпосередньо впливати на виявлення соціальних спільнот або вмісту за допомогою пошуку.

Опосередковано соціальний контент може посилити посилання на вміст веб-сайту, покращуючи пошуковий трафік та онлайн-продажі.

Зараз пошукова оптимізація сайту є необхідною для кожного сайту, який має на увазі приносити своєму власнику прибуток.

Пошукова оптимізація сайту вона ж *SEO-оптимізація сайту*, «розкручування сайту» і «просування сайту» – це послідовний комплекс дій для підвищення значущості сайту для пошукових систем і підвищення заданих позицій сайту в результатах пошуку.

Таблиця 1.1 - Дефініції поняття «Пошукова оптимізація сайту»

Організація (Джерело)	Дефініція
<u>SeoProfy:</u>	“SEO – це аббревіатура на англійській мові, яка розшифровується як пошукова оптимізація, що в перекладі означає – пошукова оптимізація сайту» [1].
<u>NetPeak:</u>	“SEO – аббревіатура від англійської "Search Engine Optimization", що перекладається як "оптимізація під пошукові системи". Найчастіше термін скорочують до «пошукової оптимізації». Цей термін слід розуміти як приведення сайту у відповідність до вимог пошукових систем. Але в нас у це поняття включають набагато більше, тому синонімом даної послуги на пострадянському просторі є поняття «просування сайту» та «розкрутка сайту». Але це все демагогія, і ми легко обійдемося без неї, якщо просто дамо цьому поняттю чітке визначення. Отже, SEO (розкрутка сайту) – це комплекс заходів, які мають на меті залучення на сайт цільової аудиторії з результатів пошуку пошукових систем” [2].
<u>Devaka:</u>	“...пошукова оптимізація це процес роботи на сайтом, його внутрішніми факторами, що впливають на ранжування в пошукових системах – структурою, контентом, кодом HTML, його зовнішніми факторами ранжування – посиланнями на сайт з метою збільшення релевантності ресурсу певним, заздалегідь відомим ключовим словам, збільшення популярності сайту пошукових машин та, відповідно, збільшення позицій у пошукових результатах для залучення більшої кількості відвідувачів на сайт. Професіонали SEO повинні розумітися на алгоритмах роботи різних пошукових систем, як вони індексують контент, алгоритмах пошуку та ранжирування сайтів, а також професіонали повинні розуміти те, як користувач шукає потрібний матеріал, його психологічні особливості при роботі з мережею Інтернет” [3].
<i>Вікіпедія</i>	“Пошукова оптимізація сайту або ж SEO (англ. search engine optimization) – процес коригування 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 люди зазвичай йдуть за першими посиланнями” [4].

SEO – аббревіатура від «search engines optimization», що в перекладі означає “оптимізація для пошукових систем”. Також в Україні використовують такі терміни як:

- пошукова оптимізація;
- seo-оптимізація;
- просування сайтів;
- розкрутка сайтів.

SEO – це вдосконалення сайту для пошукових систем та користувачів, що відбувається шляхом проведення заходів по **внутрішній** (все що стосується сторінок сайту) та **зовнішній** (підвищення авторитету в очах пошукової системи) оптимізації. Метою seo оптимізації є **збільшення трафіку** на сайт та

його подальшої монетизація (для інформаційних ресурсів) або перетворення в клієнтів (для комерційних ресурсів).

Визначення SEO словами більшості людей, які не розуміються на інтернет маркетингу звучить так: “SEO – це як зробити так щоб вибивало на першій сторінці Google”. До речі аббревіатура SEO також має значення як – search engine optimizer, тобто seo-оптимізатор або сеошнік. Для тих хто ще не зрозумів, результат SEO виглядає так (рис. 1.2):

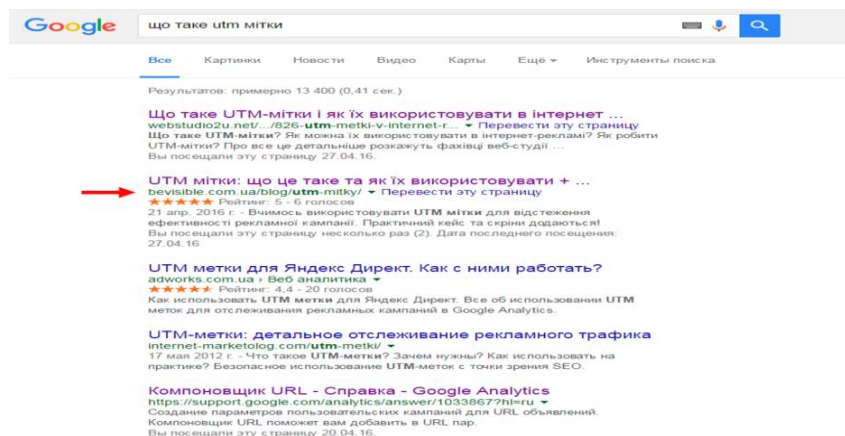


Рисунок 1.2 – Фрагмент видачі пошукового запиту

Отже, стратегія пошукової оптимізації сайту (Search engine optimization (SEO)) – це процес організації вмісту веб-сайту за темами, щоб підвищити ймовірність появи в результатах пошуку. По суті, це процес, якого ви дотримуєтеся, щоб максимізувати можливість отримати органічний трафік від пошукових систем.

Базові принципи роботи SEO.

1. Необхідно розуміти алгоритми роботи пошукових систем;
2. Коли ми починаємо набирати слова (запит) в стрічці пошуку, то Google не шукає в Інтернеті, а в власній базі даних (мільярди різноманітних сторінок).

Виникає запитання, де саме назбрана ця інформація і як? Її збирає програма, пошуковий Бот – веб павук. Виглядає він як два жучки. Перший із них сканує картинки, текст, відео файли та ін. Другий жучок шукає і збирає

лінки (покликання). Коли просканував одну і побачив іншу, він автоматично переходить і сканує, і т.д. Бот рухається по покликаннях.

Після цього Бот формує два файли, а саме 1-й відсканований вміст, 2-й усі ссилки які він назбирав. Після цього він передає ці два файли у Базу даних Google. Перед тим як її зберегти здійснюється опрацювання. Адже це математична система і вона повинна її структурувати в певний алгоритм, тобто набір якихось міток.

Створення частотних таблиць у яких відображаються усі слова і кількість їх згадувань.

Потрібно розуміти, що число роботів досить велике, завдання з пошуку та збору інформації у них різні. Вся ця інформація реєструється індексатором і являє собою базу даних пошукової системи, яка також є відносно непостійною величиною. Це природно, адже постійно додаються нові веб-сторінки, а старі часто доводиться вичищати з бази даних. Щоб отримати доступ до необхідної інформації, відвідувач звертається до веб-сервера пошуковика. Він володіє системою видачі, тобто можливістю миттєво сортувати наявні дані і видавати релевантні відповіді. Основні пошукові системи Пошукових систем існує досить багато, кожна з них наділена своїми цілями і завданнями, часто – комерційними. Однак, глобальних, світового значення пошукових систем, які користуються більшою довірою клієнтів, не так вже багато. За дослідженнями поточного року домінуючу позицію в світі займає система Google. Цією системою обробляється 85% запитів в Інтернеті. Наступна в цій категорії йде більш “старша” Yahoo!, на частку якої припадає менше 7% запитів. Враховуючи це, весь комплекс заходів з SEO–оптимізації спрямований, власне, на просування українських сайтів саме в цих двох системах – Google і Яндекс. Саме топ-позиції у видачі цих пошукових систем дають реально додатковий трафіку на сайт. Істотні відмінності у структурі та алгоритмах пошукових систем обумовлюють те, що різні сайти індексуються і ранжуються по-різному в Яндексі і Google.

Для кращого розуміння роботи пошукових систем, а саме їх алгоритму, можна скористатися однією із платформ Simple SEO Tools.

Simple SEO Tools – це безкоштовний інструментарій, який дає можливість зрозуміти цей механізм, адже він так само сканує сторінку і структурує її. Для прикладу візьмемо сторінку Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя .

Введите Ваш текст для анализа

Ваш текст или адрес сайта (Пример: http://example.com):

http://tntu.edu.ua/ru/index.html

Слова для поиска в тексте (через пробел или с новой строки):

точно
наиболее
проформа

Словосочетания для поиска в тексте (каждое с новой строки):

АНАЛИЗОВАТЬ

СВІ

ОЧИСТИТЬ

Плотность слов

#	Слово	Кол-во	Процент
1	index.html	1	7.69 % (1)
2	corpus	1	7.69 %
3	ukraine	1	7.69 %
4	itviti	1	7.69 %
5	science	1	7.69 %
6	evanlyia	1	7.69 %
7	admity	1	7.69 %

Плотность слов(группы слов)

#	Слово	Кол-во	По Цифра	Процент
1	слово (1): ю (1)	2	0	15.38 % (1.41)
2	admity (1)	1	0	7.69 %
3	avtor (1)	1	0	7.69 %
4	design (1)	1	0	7.69 %
5	evanlyia (1)	1	0	7.69 %
6	evanlyia (1)	1	0	7.69 %
7	evropeiskoprogno (1)	1	0	7.69 %

Рисунок 1.3 – Аналіз веб сторінки ТНТУ імені І. Пулюя в Simple SEO Tools

Маємо можливість завантажити дану статистику на наш комп'ютер і в подальшому використовувати результати даної аналітики для формування власного семантичного ядра нашого сайту.

Отже, у нас є дані, щільність слів, щільність групи слів. Для чого вони нам потрібні, адже системі легше знати і знайти вашу сторінку, адже якщо слова згадувались велику кількість раз, то бот одразу переходить на відповідну сторінку, а якщо мало раз, то він може і не перейти на вашу сторінку, тобто не видати її вашому клієнту.

Після цього опрацювання в базу даних зберігається три файли, а саме: відскановані файли, зібрані покликання та набір цих маркерів (Пошуковий Індекс) (таблиця із словами та кількість їх згадування).

Програма яка здійснює цю обробку перед зберіганням в базу даних називається «Індексер», а база даних де зберігаються усі ці дані називається «Пошуковий індекс».

Процес сканування, зберігання та формування цих маркерів називаються «Індексація».

Отже, завдання будь-якого SEO-шника проіндексувати усі сторінки нашого сайту, щоб його змогли знайти пошукові боти.

Отже, якщо ми створили для прикладу нову сторінку на нашому сайті, то нам потрібно на сторінці яку уже знає Пошуковий Бот створити посилання на сторінку яку ми тільки створили, тоді одразу зрозуміло, що Бот одразу перейде на неї щоб її відсканувати, структурувати, змаркерувати і занести у Базу даних.

Отже, якщо ми хочемо щоб наш сайт був знайдений у результатах пошуку ми маємо перевірити чи наш сайт є в Базі даних Google, тобто чи ми проіндексовані. Якщо ми хочемо щоб він був проіндексований, то ми повинні створити посилання (лінк) на якійсь відомій сторінці (сайті чи соціальній мережі, каталог товарів, відомий блог та ін.). Отже стає логічно, що чим більше ми залишили таких посилань (лінків) на таких сторінках, то можливість того, що Пошуковий бот швидше знайде нашу сторінку і проіндексує її.

Можна також повідомити про те, що ми створили новий сайт і запросити Пошукового бота. Проте, цей процес потребує додаткової деталізації.

Окрім усього цього алгоритму, в процесі Пошукової оптимізації існує ще дві важливі складові, а саме: Пошукова машина і Веб сервер (рис. 1.4).

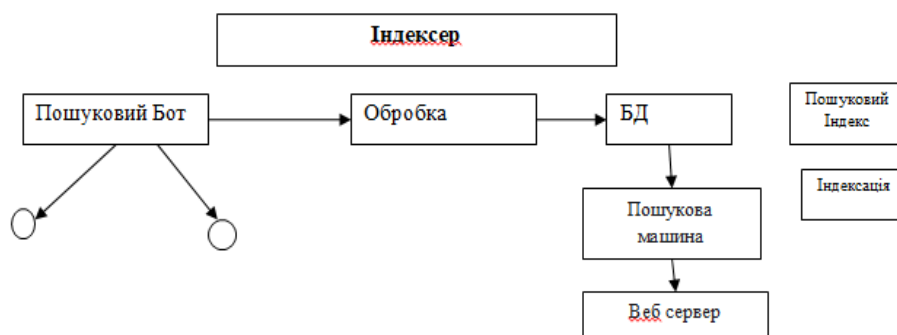


Рисунок 1.4 – Вид алгоритму Індексації

Веб сервер – це та частина пошукової системи де ми вводим запит, для прикладу Google.com і отримали відповідь.

Пошукова машина – це програмно-апаратний комплекс який займається сортуванням і аналізом результатів пошуку, тобто він вирішує яка сторінка буде на першому місці, а яка на останньому.

Якщо ж ми беремо аббревіатуру SEO (англ. search engine optimization) – то ми зрозуміємо, що ми займатимемося оптимізацією сайтів під пошукову машину.

Для того щоб це ефективно робити потрібно зрозуміти як працює ця пошукова машина, а саме розібратися із такими двома значеннями, а саме: релевантність та ранжування.



Рисунок 1.5 – Загальний вид алгоритму Індексації

Релевантність – відповідність, адекватність.

Це сканування тексту на сайті, частота згадування певних слів (плотність). Саме тому інколи дехто спекулює цим алгоритмом, а саме згадує велику кількість раз даних слів, щоб його Бот видавав у топові позиції.

Зараз у Google це чітко відслідковують, у них тепер призначені люди, які перевіряють дані сторінки і складають список таких сторінок і направляють на відповідне машинне навчання, щоб після цього пошукова машина могла розпізнати щільність таких слів і знайшла такі сторінки.

Розрахунок цієї щільності здійснюється так. Кількість слів (ключових) / на кількість слів у тексті на відповідній сторінці (наприклад 1/100, то щільність дорівнюватиме 0,01 або 1%).

Пошукова система повинна розуміти, що саме ми хочемо знайти. Інколи ми вводимо фрази які мають багато значень, а ми хочемо знайти саме те, що ми уявляємо в себе в голові. Для прикладу це слово гольф. Давайте спробуємо знайти дане слово в Google (рис. 1.6).

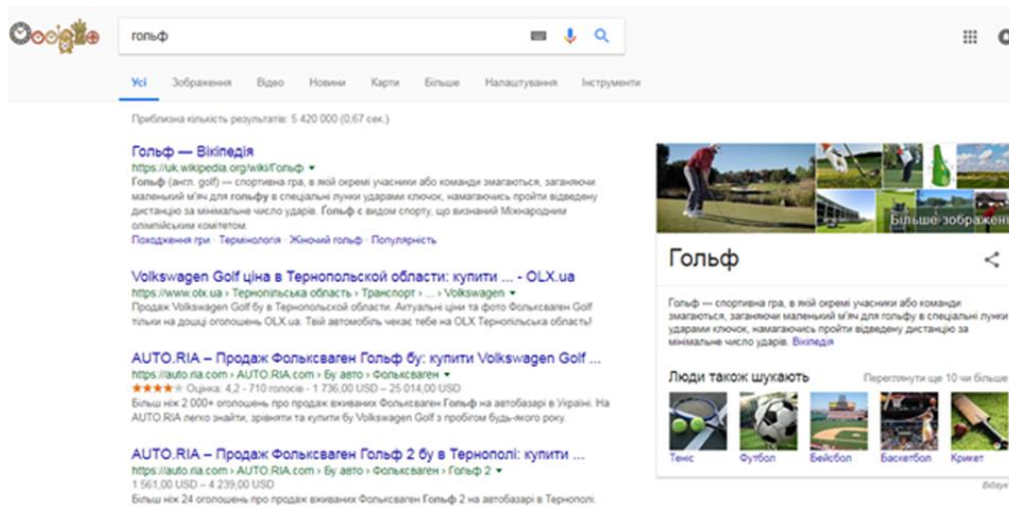


Рисунок 1.6 – Фрагмент пошукового запиту «Гольф»

Як бачимо як категорію одягу він не видає, хоча можливо ми це і шукали (переважно люди коли шукають такий вид одягу, то він найчастіше формує запит трішки інше). Так само якщо задати запит Київ, то у нас першочергово відобразяться топ сторінок із описом столиці України, енциклопедії та прогнозу погоду. Це і є релевантністю, тобто найбільш часті запити які шукають користувачі. Якщо ви відкрили ресторан Київ, то це не факт, що він буде відображатися у топі, тому, що люди задають запит Київ у іншому релевантному значенні.

Коли ми починаємо просувати наш сайт ми повинні розуміти, чи ми хочемо зайняти позиції по релевантних запитах, чи ні, потрібно переглянути це у Google. Саме тому сортування по цих релевантностях називається ранжування.

Загалом потрібно розуміти, що коли сайт є проіндексований і на це ще накладено добру релевантність, то **вага сайту** збільшиться і його пошукова машина видаватиме у топових позиціях.

Для того щоб легше було знайти пошуковому боту інформацію, загалом, людині у пошуковій системі, ми повинні навчитися формувати семантичне ядро сайту.

Семантичне ядро сайту – це список ключових слів і фраз, під які оптимізується як проект в цілому, так і окремі його сторінки. При складанні семантичного ядра необхідно враховувати, що воно повинно містити цільові запити, тобто ті, які актуальні для бізнесу або тематики контентного проекту.

Якщо мова йде про новий сайт, воно є основою для проектування його структури, майбутніх сторінок і формування контент-плану. При роботі над вже існуючим веб-проектом, семантичне ядро може бути використане для покращення оптимізації розділів і сторінок, а також, збільшення кількості посадочних сторінок, що необхідно для росту трафіку з пошукових систем.

Сторінка, яка не оптимізована під ключові слова, по суті, не приносить якої-небудь користі власнику сайту. Пошукові системи не розуміють, у відповідь на які запити користувачів її показувати, і яка від неї може бути користь. Тому, навіть якщо таких сторінок на сайті будуть сотні, його відвідуваність може бути мізерною.

Тому, слова з семантичного ядра використовуються для оптимізації як заголовків, так і решти тексту, в тому числі, зображень. Для цього використовуються спеціалізовані сервіси та програми. Щоб зібрати максимально повний список ключових слів, необхідно комбінувати різні джерела. Тільки тоді ви зможете отримати максимально повний набір фраз.

Грамотно структурувати семантичне ядро можна за допомогою різних програм і сервісів (таблиця 1.2), в тому числі і таких, які призначені для аналізу конкурентів.

Програма Key Collector. Незамінний інструмент для SEO-фахівця, програма, яка є справжнім «комбайном» можливостей, для роботи з ключовими словами. Дозволяє збирати ключові слова з сервісів статистики Яндекс і Google, пошукових підказок, і парсити дані з ряду інших джерел. Окремо, варто

відзначити наявність можливостей для ефективної фільтрації і кластеризації запитів, а також, оцінки ключових фраз по декільком десяткам параметрів.

Таблиця 1.2 - Програми та сервіси для побудови семантичного ядра сайту та аналізу конкурентів

Програма та сервіс	Характеристика	Рік та країна заснування	Умови використання
Google AdWords (Keyword planner)	Багатофункціональний продукт від компанії Google	Google, 2014	Потрібно мати обліковий акаунд Google. Необхідно створювати контекстну рекламу.
Key Collector	Збір “ключових” слів; Побудова семантичного ядра; Визначення основних ключових слів, які використовуються конкурентами для просування своїх ресурсів; Експрес-аналіз сайту на його відповідність свого вмісту заданому семантичному ядру; Визначення цінності, а так само вартість ключових фраз; Знімання позицій. Видача рекомендацій щодо необхідної перелінковки; Визначення релевантних сторінок ресурсу; Аналіз позиції ресурсу при формуванні пошукової видачі; Вивантаження даних в форматі SAPE, Rookee, MainLink у всього лише один клік; Імпорт даних в CSV або Excel	США, 2017	Платний
Serpstat	Це платформа пошукової оптимізації, яка надає дослідження ключових слів, відстеження рангів, аналіз зворотних посилань, аудит сайту та деталізований аналіз ключових слів конкурентів для цифрових маркетологів. Понад 30 інструментів на одній платформі на допомогу SEO-спеціалістам і великим digital-агентствам для повного аналізу сайту, збору семантики, аналізу посилань, аудиту, кластеризації, щоденного моніторингу позицій.	Одеса, Україна, 2013	Частково безкоштовний (декілька спроб)

Google AdWords (Keyword planner).

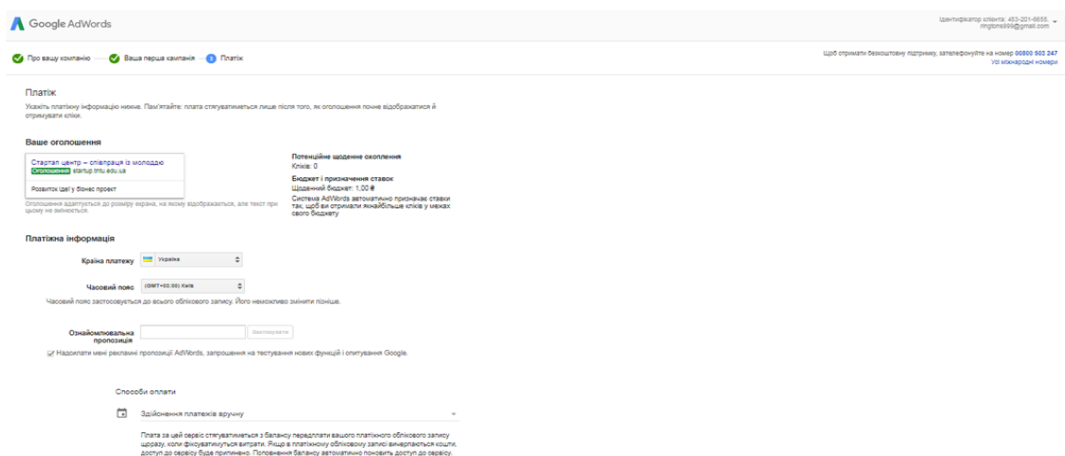


Рисунок 1.7 – Фрагмент платформи Google AdWords

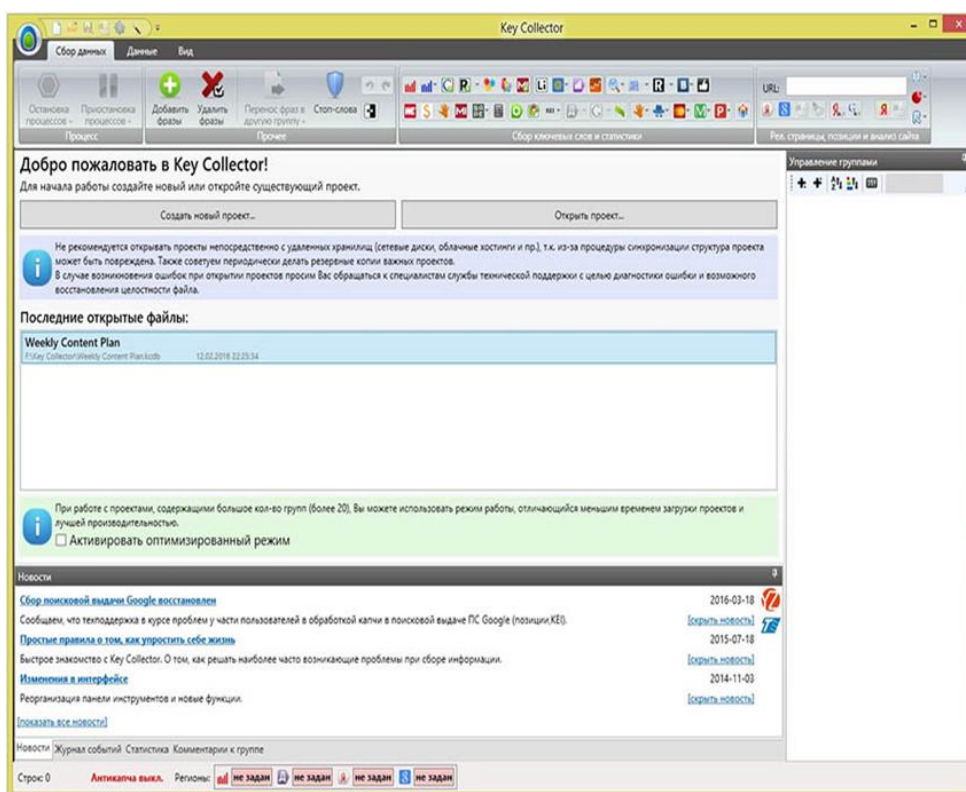


Рисунок 1.8 – Фрагмент платформи Key Collector

Комбінуючи використання всіх перерахованих інструментів, в залежності від завдання, ви можете зібрати максимально повне семантичне ядро для свого проекту.

Serpstat (частково безкоштовний (декілька спроб) орієнтований на Україну (Google) (завантажувати дані у Excel форматі).

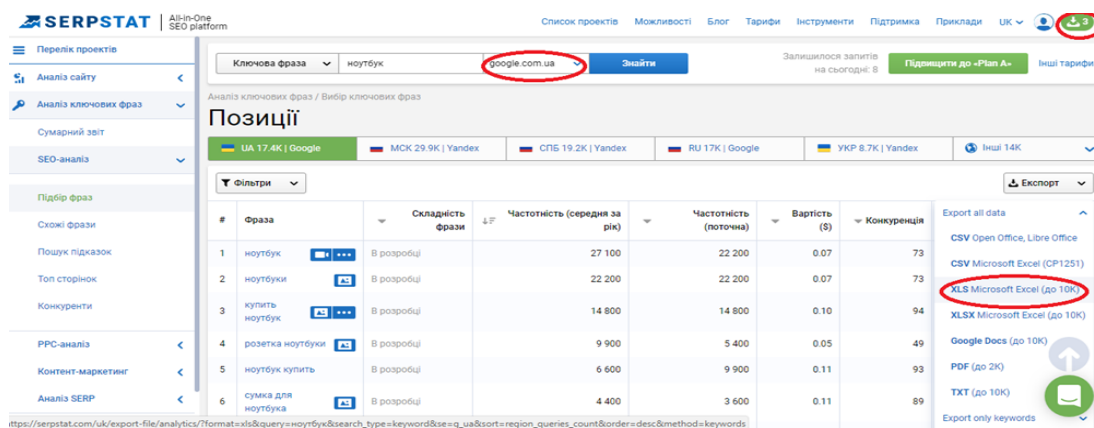


Рисунок 1.9 – Фрагмент платформи Serpstat

На цих інструментах ми маємо змогу завантажити дані рекомендовані слова, чи слова які використовують конкуренти, чи успішні підприємства у своїй справі у файл Excel або зберегти у Google таблиці. Коли парсинг ключових слів з різних джерел буде завершено, необхідно почистити їх від слів-пустушок, неявних дублів і нецільових запитів. Потім, кластеризувати і розподілити по сторінках сайту.

Необхідно позбутися непотрібних колонок, залишити лише: ключові слова, конкуренти, середньостатистична кількість запитів (як часто шукали), рекомендована ставка контекстної реклами. Далше видаляємо дублікати, якщо у нас багато слів вручну це важко робити, тому для автоматичного видалення дублікатів при роботі із Excel таблицями необхідно вибрати Дані- видалити дублікати або при роботі з Google таблиці завантажити безкоштовний додаток Remove duplicates

Сортувати від найбільшої кількості запитів до меншої.

Залишити слова які приведуть нам клієнтів, тому ми маємо знати види запитів і під нього обрати ці слова. Бувають 3 види запитів: **навігаційний запит** (фейсбук, твіттер, найчастіший запит це в пошуковій стрічці Google людина шукає Google); **інформаційний запит** (рецепт приготування борщу, історія України та ін.) – завдання знайти багато джерел інформації; **комерційний пошуковий запит** (купити ноутбук), більш детально який (конверсійний запит). Отже, ми маємо розділити у нас на сайті ключові слова

так, щоб відкинути по максимумі навігаційні запити, а розгрупувати на два семантичних ядра інформаційні та комерційні запити (конверсійний запит).

Наступний етап це **кластеризація ключових слів**. Забираємо слова які не мають відношення до нашої ніші,

Дана кластеризація семантичного ядра дозволяє вірно структурувати сторінки сайту для того щоб добре відобразити та згрупувати товари. Наприклад, здійснити семантику по видах комп'ютерів (ігрові, бізнес та ін.) та по брендах (HP, Apple, ін.) (коли людина шукає ноутбуки HP, то у нас повинна бути сторінка «ноутбуки HP»).



Рисунок 1.10 – Структура сайту у вигляді дерева

Виходячи із цього дуже добре сайт структурувати у вигляді дерева (це добре коли сайт може вмістити всі сторінки в три рівні дерева) (доступність сторінки в два кліки).

1.2 Алгоритми пошукових систем: Google

Основними факторами ранжування сайту, які впливають на індексацію сторінок є:

Якісний контент. Створювати корисний контент завжди вигідно, адже при створенні тексту ви вводите максимальну кількість релевантної семантики,

що допоможе якомога швидше та якісніше підняти вагу сторінки та потрапити на перші сторінки видачі.

Основні аспекти які потрібно врахувати при створенні текстового контенту:

- Ключові запити;
- Обсяг текстового контенту;
- Наявність графічного контенту;
- Структура статті.

Основні складові якісного контенту відображено у таблиці 1.3.

Таблиця 1.3 - Основні складові якісного контенту

№	Основні елементи	Примітки
1	Орфографія	Перед публікацією необхідно вчитувати матеріали і виправити орфографічні помилки, якщо такі є
2	Структура	Будь-який текстовий матеріал зручніше читати, якщо він розбитий на логічно пов'язані абзаци, містить релевантний і яскравий заголовок, містить маркований та нумеровані списки.
3	Читабельність	Лаконічність й простота розповіді – запорука успіху. Матеріали повинні бути написані доступно для цільової аудиторії мовою
4	Відсутність води	Не варто писати великі статті тільки для обсягу. Нехай матеріал буде менш довгим, але лаконічним та корисним.

Технічна та внутрішня оптимізація сайту. Одними з найпопулярніших технічних помилок:

- Биті посилання та картинки;
- Проблеми з навігацією сайту;
- Погано прописані або відсутні файли robots.txt і sitemap.xml;
- Не прописані або некоректно прописані мета-теги;
- Відсутні або некоректно заповнені теги H1..H2..;
- Корисні сторінки сайту закриті тегом no Follow;
- Обсяг і якість HTML-кода;
- Час відповіді сервера та безліч інших питань.

На рисунку 1.11 відображено структурований алгоритм оптимізації сайту.



Рисунок 1.11 – Алгоритм оптимізації сайту

Посилання (покликання). Важливим фактором в алгоритмах просування є посилання.

Посилання були, і залишаються важливим фактором ранжування у пошукових системах. І в 2022 році це не стає винятком. Формула в даному випадку проста: чим більше релевантних та авторитетних посилань з'являється на ваш сайт, тим вище він ранжуватиметься у пошуку. При цьому варто розуміти, що пошукова система починає враховувати посилання через 2-3 місяці після їх індексації.

Кількість не дорівнює якості - головна формула оновленого алгоритму від Google. І саме якісні посилання виходять на перший план. Навіть одне релевантне посилання з авторитетного тематичного сайту може забезпечити кращий ефект для вашого проекту, ніж ціла сотня посилань з різного роду низькоякісних сторінок.

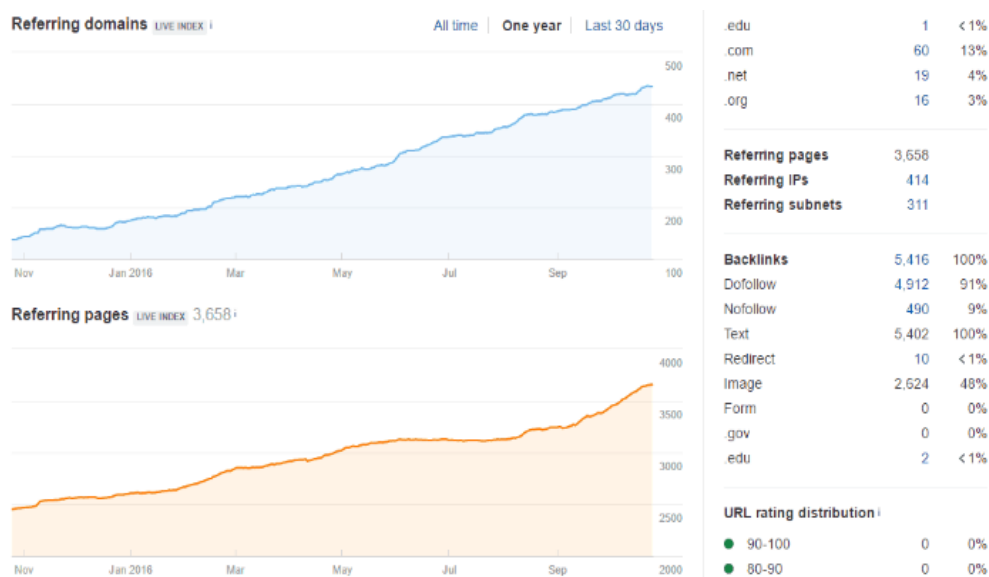


Рисунок 1.12 – Статистика посилань

Посилання є двох видів: Внутрішні і Зовнішні.

Внутрішні посилання - перелінокка сторінок завдяки яким з сторінки на сторінку ми передаємо вагу і збільшуємо її частотність

Зовнішні посилання - посилання впливових зовнішніх ресурсів на сторінки вашого сайту тим самим вони передають вашому сайту свою вагу та трафік даного ресурсу. Чим більш впливовий та якісний ресурс посилається на веб-сайт тим краще буде ранжуватися Ваш сайт та видаватись у топах пошукової видачі.

У таблиці 1.4 структуровано основні алгоритми від Google.

В черні 2021 в компанії Google здійснили нове оновлення ядра основного алгоритму ("The June 2021 Core Update" - Анонс цієї події зробили в офіційному акаунті Google Search в Twitter).

Це було глобальне оновлення, яке Google випускає кілька разів на рік. Останні два великих апдейти були розгорнуті в грудні 2020 та травні 2021 року. І якщо минулі апдейти були спрямовані на загальні поліпшення в пошуковій видачі, то червневий - є першою частиною великого оновлення, яке компанія буде реалізовувати у 2 етапи (але кажуть, що все літо). Основною метою даного алгоритму є збільшення швидкості загрузки сайту, тому сайти які мали

високу швидкість прогрузки, індексуються швидше і у видачі на перших сторінках.

Безпека сайту – це дуже важливий момент в оптимізації сайту. Пошукові системи активно борються зі зловмисниками та забезпечують безпеку ваших особистих даних в мережі.

HTTPS протокол- шифрування даних, який не допускає “злиття” особистих даних та платежів користувачів.

З початку 2019 року в браузері Google Chrome сайти без SSL сертифікату, який підтверджує безпеку web-ресурсу, позначаються як небезпечні.

Таблиця 1.4 - Основні алгоритми від Google

	<p>Алгоритм Панда. Завдання Панди виявити корисний контент і відсікти від топу низькоякісну інформацію. Для того, щоб зрозуміти як ставитися до Вашого сайту Панда, чесно відповідайте на питання: «Чи допомагає мій сайт реальним людям?».</p>
	<p>Алгоритм Пінгвін. Даний алгоритм покликаний боротися з неприродними посиланнями. Сюди відносяться: покупні посилання, посилання з обміну, посилання з сайтів-сателітів, посилання з нерелевантних сайтів. Посилання так само повинні приносити користь, а не служити засобом накрутки рейтингу.</p>
	<p>Алгоритм Колібрі. Більш «розумний» алгоритм, здатний ставитися до запитів не тільки як до набору ключових слів, а й розуміти їх зміст. Наприклад, якщо Ви запитаете «Скільки коштує долар», то пошуковик зрозуміє, що Вам потрібен курс валюти.</p>
	<p>Алгоритм Опосум. Оновлення Google внесло зміни в ранжування локальних компаній. Виросли позиції фірм, що не точно входять в конкретну локацію, але знаходяться поблизу від неї.</p>

Адаптація під мобільну версію. Мобільні версії сайту з кожним роком набирають більших обертів у розвитку, ажде користувачі що раз то більше

відкривають веб ресурси з мобільних телефонів. Тому компанія Google випустила спеціальний мобільний індекс для кращої роботи сайту який стане первинним, а десктопна версія вторинною.

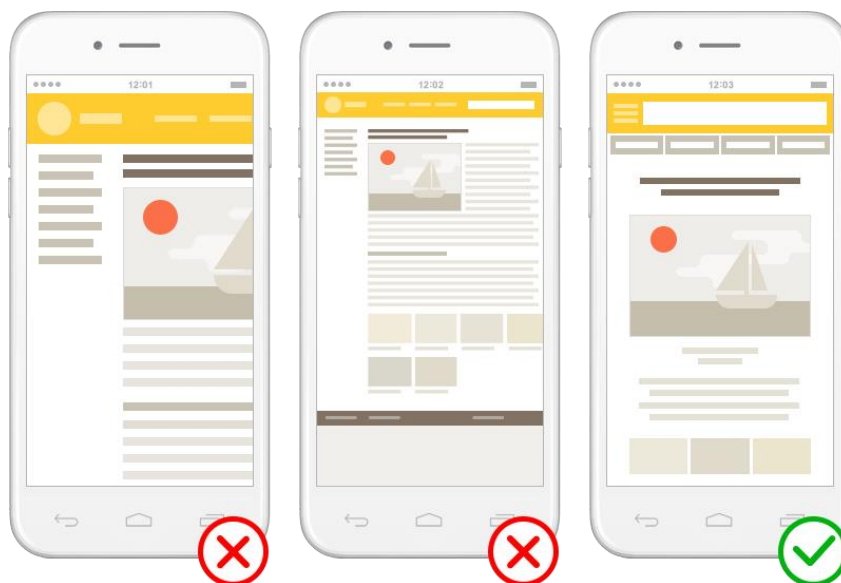


Рисунок 1.13 – Адаптація під мобільну версію

Адаптивність дизайну та контенту повинна зберігатися для зручності користування сайтом та екранах смартфонів, це дуже важливо для користувачів. Сайти які будуть не адаптивні під мобільну версію будуть знижені в ранжуванні та видачі. Головним моментом адаптивності під мобільну версію - зручність користувача та збільшення конверсій на сайті. Чим краще оптимізований сайт тим кращі результати він буде видавати..

1.3 Основні етапи пошукової оптимізації веб-ресурсів

SEO-оптимізація великий механізм, який надає вашому сайту нові можливості. Оптимізація веб ресурсів - це багатоетапна робота для отримання результату на довготривалий термін. Щоб результати були ефективними потрібно виконувати багато важливих пунктів.



Рисунок 1.14 – Основні етапи SEO оптимізації

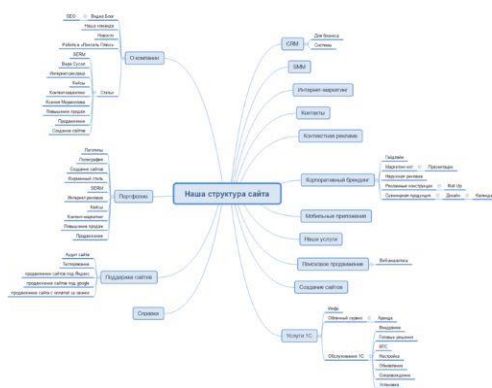
Бриф. Один з першочергових інструментів, які допомагають спеціалісту ознайомитись та покращити роботу над проектом. Бриф - це історія, детальна інформація по бізнесу, емоційна концепція, шрифти, тони спілкування. Чим детальніше описана інформація про сайт, тим краще та точніше буде розроблена стратегія просування сайту.

Детальна інформація дозволяє глибше зрозуміти суть бренду, його особливості сильні та слабкі сторони та переваги над конкурентами. Побажання щодо роботи над зовнішнім виглядом, “ton of voice” посилом та емоційної концепції яку собою являє даний бізнес.

Структура сайту. Структура сайту є одним з найважливіших елементів стратегії оптимізації сайту, яка впливає на швидкість і ефективність просування. Структура вашого ресурсу показує Google, які сторінки вашого сайту є важливі. Це означає що ви можете по впливати на ієрархію свого сайту та його вкладеність, які сторінки будуть важливіші які менш важливі для пошукової системи (рис. 1.15).

Головна

1. Продукція
 - 1.1. Поліграфія
 - 1.1.1. Візитки
 - 1.1.1.1. Корпоративні візитки
 - 1.1.1.2. Особисті візитки
 - 1.1.2. Єврофлаєри
 - 1.1.3. Листівки
 - 1.1.4. Буклети
 - 1.1.5. Афіші | Постери
 - 1.1.6. Наліпки
 - 1.1.7. Папки
 - 1.1.8. Хенгери
 - 1.2. Широкоформатний друк
 - 1.3. Пластикові картки
 - 1.4. Пакети
 - 1.4.1. Пакети "Банан"
 - 1.4.2. Пакети "Майка"
 - 1.4.3. Пакети з крафт паперу
 - 1.4.3.1. Білі крафт пакети
 - 1.4.3.2. Бурі крафт-пакети
 - 1.4.3.3. Кольорові крафт-пакети



Рівень вкладеності	Назва сторінки	URL
0	Головна	http://paperika.com.ua/
1	Продукція	http://paperika.com.ua/ua/productia.html
2	Поліграфія	http://paperika.com.ua/ua/productia/poligrafia.html
3	Візитки	http://paperika.com.ua/ua/productia/poligrafia/business-card.html
4	Корпоративні візитки	http://paperika.com.ua/ua/productia/poligrafia/business-card/corporate-business-card.html
4	Особисті візитки	http://paperika.com.ua/ua/productia/poligrafia/business-card/individual-business-card.html
3	Єврофлаєри	http://paperika.com.ua/ua/productia/poligrafia/evro-flaj.html
3	Листівки	http://paperika.com.ua/ua/productia/poligrafia/listivki.html
3	Буклети	http://paperika.com.ua/ua/productia/poligrafia/buklety.html
3	Афіші Постери	http://paperika.com.ua/ua/productia/poligrafia/postery.html
3	Наліпки	http://paperika.com.ua/ua/productia/poligrafia/nalipky.html
3	Папки	http://paperika.com.ua/ua/productia/poligrafia/papky.html
3	Хенгери	http://paperika.com.ua/ua/productia/poligrafia/hengery.html
2	Широкоформатний друк	http://paperika.com.ua/ua/productia/shyrokoformatnyi-druk.html
2	Пластикові картки	http://paperika.com.ua/ua/productia/plastikovy-kartky.html
2	Пакети	http://paperika.com.ua/ua/productia/pakety.html
3	Пакети "Банан"	http://paperika.com.ua/ua/productia/pakety/pakety-banan.html
3	Пакети "Майка"	http://paperika.com.ua/ua/productia/pakety/pakety-majka.html
3	Пакети з крафт паперу	http://paperika.com.ua/ua/productia/pakety/pakety-krafft-papery.html
4	Пакети з крафт паперу	http://paperika.com.ua/ua/productia/pakety/pakety-krafft-papery.html

Рисунок 1.15 – Фрагмент розробки структури сайту

Структура сайту - це те з чого складається ваш сайт як згруповані ваші сторінки товарні позиції та навіть публікації сайту.

Карта сайту має бути максимально легка для користувача ресурсу, вкладеність логічно продумана та відповідати основним вимогам пошукової системи.

Основні правила проектування структури сайту (рис. 1.16):

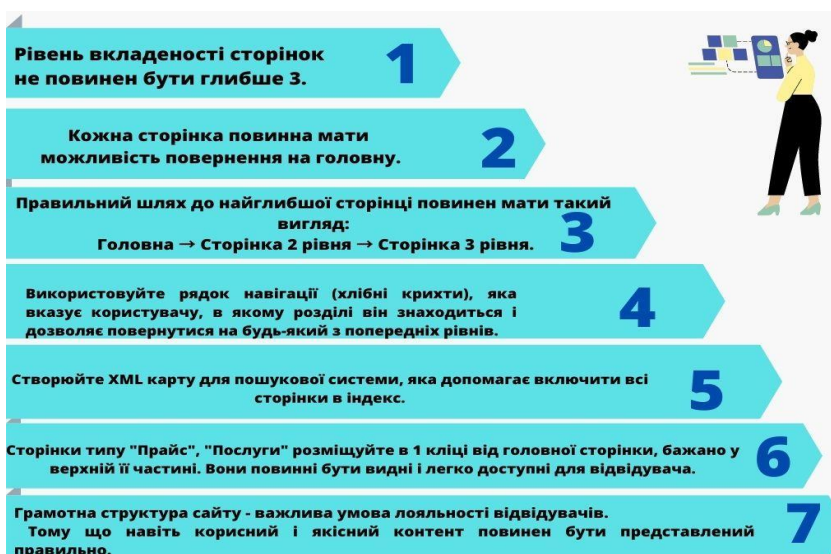


Рисунок 1.16 – Основні правила проектування структури сайту

Чому структура веб-ресурсу так важлива? Одним з основних факторів це є створення URL та збереження її вкладеності для індексацій сторінки.

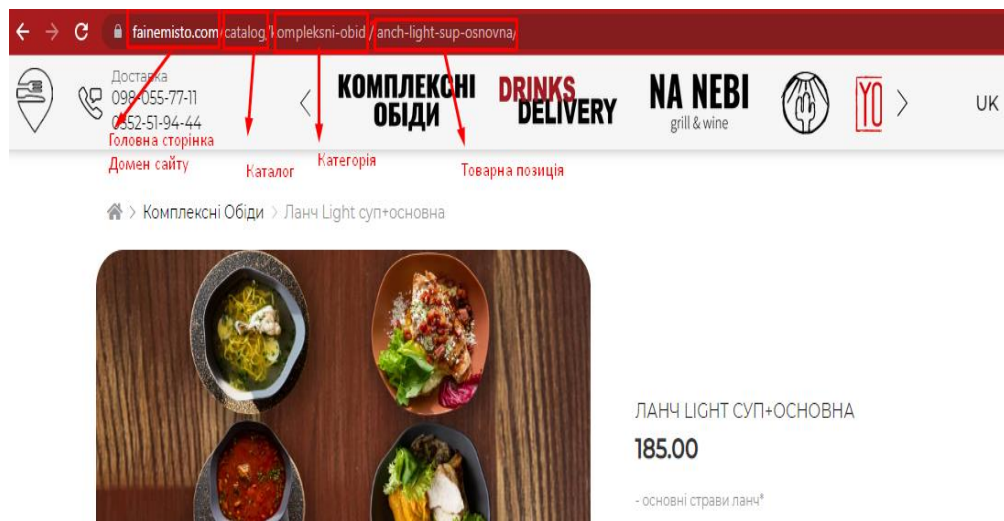


Рисунок 1.17 – Приклад формування посилання

Чим простіша та структурована архітектура сайту тим швидше пошукові роботи можуть розпізнати та проіндексувати цільові сторінки сайту.

Рівень вкладеності сайту - це наповненість сайту від Головної сторінки до товарних позицій.

Рівні вкладеності є важливі для формування структури. Чим вище рівень, тим важче користувачеві подолати шлях від головної сторінки до місця, де розташована потрібна йому інформація.

Головна сторінка вважається найважливішою та має найбільшу вагу.

Далі йдуть користувацькі сторінки, категорії, підкатегорії. Оптимально для сайту є 4 рівні вкладеності від Головної сторінки.

Рівень вкладеності сторінки впливає на фактор, чи знайде пошуковий робот потрібну сторінку для індексування чи ні.

Як порахувати рівень вкладення, використовуючи URL-адресу? Вкладеність сторінки яку ви шукаєте вираховуємо так - кількість косих рисок у вашій ссилці такий і рівень вкладеності і є. Для прикладу:

`http://example.com/folder1/folder2/folder3/folder4/...` У даному прикладі рівень вкладення 4.

Рівень вкладення – це кількість кліків до потрібної сторінки від основної, незважаючи на те, якою була початкова сторінка.

Початкові роботи зі структурою сайту структуровано у таблиці 1.5.

Таблиця 1.5 - Початкові етапи роботи зі структурою сайту

№	Основні елементи	Характеристика та рекомендації
1	Видаліть старий зміст	Багато бізнесів є сезонними і продають різні продукти. Якщо у вас немає даної товарної позиції в асортименті або на плануєте її продавати або на сайті є сторінка зі застарілою інформацією їх потрібно видаляти.
2	Оцініть свої категорії	Потрібно перевірити чи мають категорії однакову вагу. Вага сторінки має бути однаковою і розподілена по ієрархії без великого відриву. Також варто пам'ятати, навіть якщо певна категорія є для даного ресурсу важливою не можна на неї давати масовий посилковий потік та контент, так як пошукова система, може через це кинути даний ресурс під фільтр
3	Покращуйте внутрішню структуру зав'язків	Потрібно посилатися на найважливіший зміст сайту, щоб показати Google, що ці статті є вашими найкращими та найповнішими статтями. Чудова внутрішня структура посилань має вирішальне значення для Google, але вона має сенс і для користувачів.

Важливість аналізу конкурентів при оптимізації веб-ресурсу. Мета проведення аналізу є потрібним для того, щоб не тільки знати все про них, але й знайти сильні сторони та переваги вашого бізнесу.

При проведенні аналізу конкурентів, важливо бути ініціативним щоб якомога більше інформації дізнатись про них.

При аналізі конкурентів ми можемо поділити їх на такі 3 групи (табл. 1.6). Аналіз конкурентів це коротке інтерв'ю в якому ви маєте дізнатись всі сильна та слабкі сторони конкурента.

Таблиця 1.6 - Види конкурентів

Прямі конкуренти	Пропонують ті самі продукти та послуги, орієнтовані на той самий цільовий ринок і клієнтську базу, з тією ж метою збільшення прибутку та зростання частки ринку. Це означає, що ваші прямі конкуренти націлені на ту саму аудиторію, що й ви, за аналогічною моделлю розповсюдження.
Непрямі конкуренти	Це інша компанія, яка пропонує ті ж продукти та послуги, як і прямі конкуренти, але кінцеві цілі інші.
Замінні конкуренти	Інша компанія, що пропонує продукт або послугу вашим клієнтам, які ви також надаєте

Перевірити всю технічну частину, структуру сайту, тексти, емоційну концепцію та якість обслуговування. Зрозуміти де ви вважаєте конкурента, а які частини потрібно підтягнути. Також ви маєте гуртовні факти які потрібно ввести на свій сайт.

Семантичне ядро сайту – це набір слів і фраз, які відображають структуру і тематику сайту. При цьому основний акцент робиться не на тому, як пишуться ці слова і фрази, а саме на їх смисловому значенні.

Семантику кластеризують на 2 частини. Перша за частотністю запиту.



Рисунок 1.18 – Кластеризація частотності

Наступним видом є - цілі ключових слів.



Рисунок 1.19 – Кластеризація по цілях

Необхідно дотримуватись наступної покрокової інструкції формування семантичного ядра сайту (табл. 1.7).

Втілення стратегії. Весь план робіт який ми прописали в стратегії, потрібно втілювати на сайті за для високих результатів вашого ресурсу. Роботи потрібно виконувати по чергово. Прописуємо технічне завдання для копірайтера в якому будуть враховані такі пункти як

Бриф - чим більше інформації технічний працівник буде знати про компанію, тим якісніші тексти

Категорії - в технічному завданні ми приписуємо над якими категоріями ми будемо працювати як на внутрішній так і на зовнішній стороні сайту для закріплення результату також використовуємо локальне просування

Семантика - Використовуємо семантику зібрану для нашої стратегії , також контролюємо які запити “зайшли”, а які “вилитіли ” для того щоб знати яку семантику використати в даному ТЗ.

Таблиця 1.7 - Етапи формування семантичного ядра сайту

1-й етап: Підбираємо основні ключові запити.	На першому етапі вам доведеться продумати дуже багато запитів самостійно. Потрібно сісти і влаштувати мозковий штурм: по яких запитах буде йти наша основна тема. Випишете всі ключові слова, які підходять вашому бізнесу. Якщо ремонтують техніку, то варто виписати: «полагодити ноутбук», полагодити телефон», «де відремонтувати ноутбук» і т. д. Все, що прийде вам в голову, потрібно асоціювати з тим, чим ви займаєтеся.
2-й етап: Розширюємо семантичне ядро.	Після того як ми зібрали основні ключові слова, з якими хочемо працювати на власному сайті, потрібно розширювати семантичне ядро. З цим у багатьох користувачів виникають проблеми. Ви можете це робити навіть з допомогою Планувальника ключових слів Google, але ми рекомендуємо збирати ядро за допомогою повноцінного Key Collector, який позбавить вас від великої роботи. Ви запишете основні запити в програму, і вам видають купу варіацій того слова, які шукали користувачі. Ось так ви отримujete величезну базу ключів, які підходять під вашу тему. Це і буде розширенням семантичного ядра. Розширювати семантичне ядро можна скільки завгодно раз, особливо на інформаційних сайтах. Ви додали якусь нову рубрику? Збирайте по ній запити, фільтруйте, розширюйте, адаптуйте під кожен тему.
3-й етап: Позбавляємося від сміття	Після того, як ви розширили семантичне ядро, залишиться тільки позбутися від сміття. Сміття – ті ключові слова, за якими ви не будете працювати. Навіть якщо ви користуєтесь Key Collector, все одно доведеться трохи попрацювати руками. Але воно того варте. Потрібно перевірити весь список ключових слів, який вам видала програма, і відсіяти з них.

Аналіз результатів по виконаній роботі - загальний показники по виконаній роботі. Застосовуючи певні ресурси ви зможете чітко побачити динаміку росту по всіх критеріях також бачити, які категорії потрібно “прокачувати”, а над якими працювати постійно, також які сторінки є нерентабельні забирають багато трафіку і їх потрібно закрити від індексу та інші фактори.

1.4 Висновок до першого розділу

У даному розділі охарактеризовано основні завдання та мету формування стратегії просування веб-ресурсів методами Пошукової оптимізації. .

Ознайомлено із дефініціями понять «Стратегія просування веб-ресурсів» та «Пошукова оптимізація» для бізнесу. За основу визначено наступне трактування терміну «Стратегія просування веб-ресурсів» – це процес організації вмісту веб-сайту за темами, щоб підвищити ймовірність появи в результатах пошуку. По суті, це процес, якого ви дотримуєтеся, щоб максимізувати можливість отримати органічний трафік від пошукових систем.

Встановлено роль просування веб-ресурсів методами Search engine optimization (SEO), а також виокремлено основні виклики та передумови проектування та реалізації стратегії просування веб-ресурсів малого та середнього бізнесу.

Проаналізовано та охарактеризовано основні алгоритми пошукових систем Google.

Структуровано основні етапи пошукової оптимізації веб ресурсів у відповідний алгоритм.

2 АНАЛІТИЧНА ЧАСТИНА ПРОЕКТУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ВЕБ-РЕСУРСІВ МЕТОДАМИ SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO)

2.1. Основні методи Search Engine Optimization (SEO)

В даний час існує багато методів просування веб-ресурсів. Використовувати тільки одну не варто, так як розвиток відбувається із залученням як і в внутрішніх так і зовнішніх ресурсів. Комплексний підхід - ідеальний підхід до розвитку бізнесу в Інтернеті (рис. 2.1).

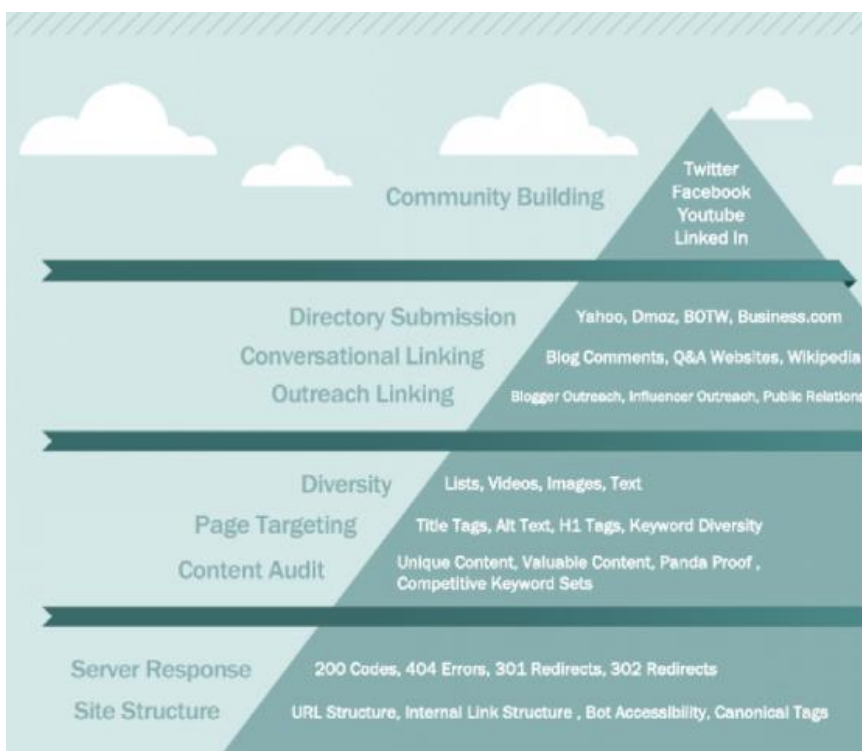


Рисунок 2.1 – Основні методи SEO

Складові пошукової оптимізації ресурсів відображено на рисунку 2.2:

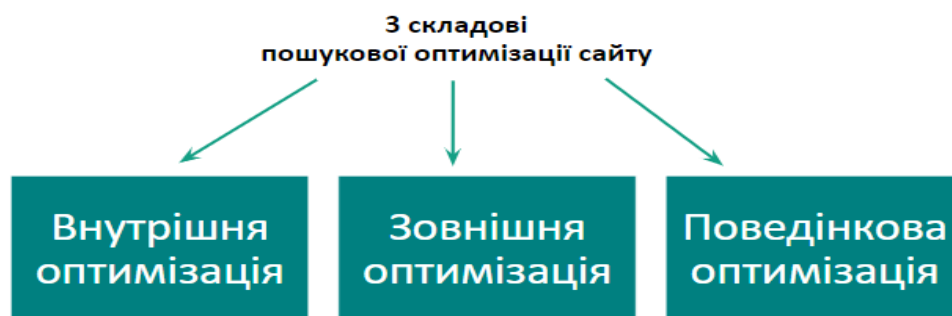


Рисунок 2.2 – Основні складові пошукової оптимізації веб ресурсів

Складові пошукової оптимізації ресурсів поділяють на:

- Внутрішні фактори - спрямовані на оптимізацію самого сайту, його контенту, його коду (сайт, структура, навігація, контент, хостинг, домен, seo-метатеги, технічна правильність (відсутність дублів, битих посилань, краденого контенту), правила індексації і ін.) (рис. 2.3);

- Зовнішні фактори - спрямовані на підвищення авторитету сайту з точки зору SEO, на покращення зовнішньої видимості (посилання, згадування, цитування);

- Поведінкові фактори (+ Usability)- спрямовані на роботу з користувачами на самому сайті. Йдеться про той досвід, який відвідувачі вашого сайту отримують при взаємодії з ним (час перебування на сайті, глибина, показник відмов, взаємодія, повернення).

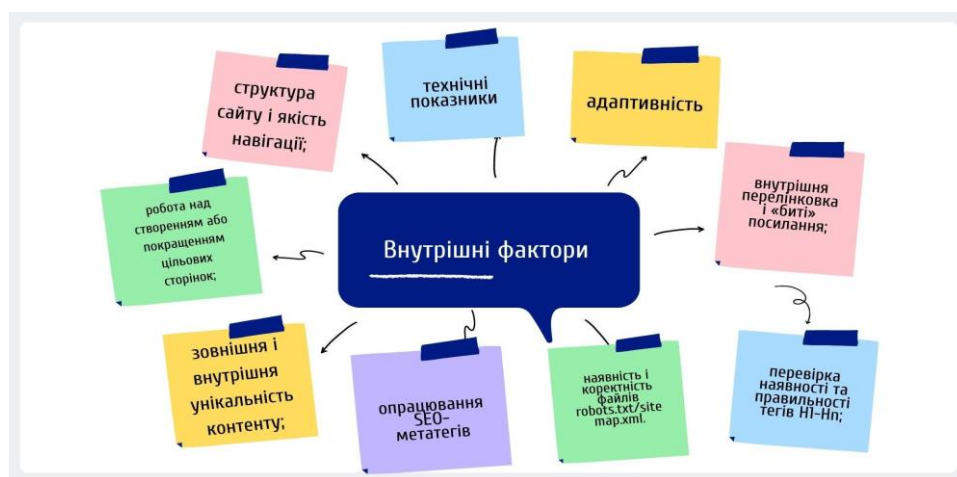


Рисунок 2.3 – Внутрішні фактори оптимізації веб сайту

Білі методи оптимізації - це робота зі створення актуального, інформативного, корисного для відвідувача ресурсу. Основним параметром даного методу є якісний текстовий контент який максимально впливає на ранжування сайту. Вимоги щодо розміщення статей на сторінках сайту (табл. 2.1):

Таблиця 2.1 - Базові вимоги щодо розміщення статей на сторінках сайту

Параметри	Характеристика
Чистий HTML-код	Його структуру важливо постійно перевіряти і підчищати в міру необхідності, видаляючи непотрібні модулі, елементи, символи і т.д.
Висока швидкість завантаження	Ефективне використання кеш браузерів, оптимізацію графічного і відео-контенту, грамотне використання CSS і JavaScript-файлів і т.д.
Внутрішня перелінковка та зрозуміла структура сайту	Бажано, щоб кожна із сторінок містила посилання на одну або кілька інших. Просте головне меню також підвищує юзабіліті для користувача ці способи SEO оптимізації дозволяють пошуковому роботу швидко переміщатися між сторінками, що прискорить індексацію оновлень
Налагоджені основні технічні моменти	Передбачає створення і правильну настройку файлів robots.txt і sitemap.xml, усунення помилок 404 і дублів, налагодження 301-редіректів та ін.
Грамотно заповнені метатеги та заголовки	Тут основна увага приділяється основним мета тегам title та description. Забезпечення їх унікальності та відповідності змісту сторінок. Не менше значення надаються розташуванню заголовків H1-H6, які визначають структуру контенту.

Методи зовнішнього просування ресурсів. Білі методи SEO при зовнішній оптимізації зводяться до поступового нарощування ссилочної маси, тобто кількості посилань зі сторінок сайту на майданчиках-донорах. При різкому зростанні кількості лінків, пошукова система може запідозрити даний сайт та застосувати фільтри. При застосуванні даного методу варто звернути увагу на авторитетність ресурсу, на якому розміщується посилання.

Якщо ресурс має велику кількість лінків, і співпрацює з сумнівними ресурсами, це погано позначитись на сайті який просувається. Щоб уникнути

таких ресурсів потрібно аналізувати та моніторити подібні сайти, та реагувати на спамні посилання.



Рисунок 2.4 – SEO процеси білої оптимізації сайту

Основний фактор органічно збільшення посилань – якісний і корисний контент сайту, на який будуть посилатися інші авторитетні ресурси веб сайти.

Також ефективним та безпечним способом є взаємодія з соцмережами. Головним фактором, які містять згадки про веб-ресурс, були справжніми, не фейковими.

Ще один метод зовнішньої оптимізації і підвищення авторитетності – реєстрація в каталогах. Важливо, щоб вони були рейтинговими, популярними, добре модерувалися.

Чорне SEO - тїньова сторона оптимізацій ресурсів, швидкий результат та легкий спосіб потрапити під фільтри (рис. 2.5).

Даний метод нещадний до своїх конкурентів, застосовуючи будь які методи скарги, негативні відгуки, також “склікування” платної реклами.

Єдиною перевагою даного методу є - швидке підняття на перші позиції у видачі пошукової системи. Також через даний спосіб ви маєте великий шанс потрапити під фільтри або бан. Всі шляхи обходження алгоритмів, система швидко вираховує та карає максимально сильними санкціями.

Чорне оптимізація - Метод SEO



Рисунок 2.5 – Параметри Чорного просування сайтів

Чорна оптимізація може принести швидкий прибуток, та довгостроковий вихід з фільтрів через порушення алгоритмів також може призвести до втрати даного сайту.

2.2. Робота із Google business: переваги та можливості

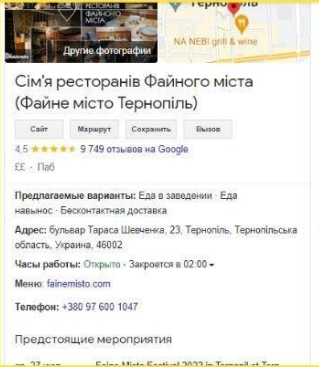
Google Business основний метод локального просування сайтів, який дозволяє збирати інформацію про Вашу компанію її розташування та видачу у пошуковій системі ,а також збирати відгуки про компанію.

Google my business є обличчям вашої компанії у пошуковій системі, та місце де користувач вашої продукції зможе прочитати про вас всю інформацію(розташування , години роботи тощо)

Головними перевагами реєстрації в сервісі Google бізнес є (рис. 2.6).

Профіль у Google Business - безкоштовний та найлегший спосіб в оптимізації на перших етапах роботи з бізнесом онлайн.

Основні переваги Google My Business



- 01** Додаткові переходи на вебсайт. Вводячи пошуковий запит, пов'язаний зі сферою діяльності Вашої компанії або її назвою, користувач бачитиме не стандартне посилання на сайт із його описом на 200 символів, а розширений опис з логотипом, фото, переліком основних послуг та графіком роботи. Це, своєю чергою, збільшує кількість переходів з результатів видачі.
- 02** Додаткова взаємодія з цільовою аудиторією. Гугл бізнес надає змогу розмістити картку компанії в Google Maps, що збільшує можливості переходу потенційними користувачами навігаторів для пошуку послуг. Якщо Ви надаєте послуги офлайн, тоді зростає необхідність реєстрації в Google Maps за допомогою гугл бізнес, оскільки цей сервіс в перспективі може стати головним джерелом нових клієнтів в мережі Інтернет.
- 03** Переваги в локальному SEO оптимізація сайту. Розміщення додаткової інформації про компанію через google my business, зокрема сфери діяльності, адреси та основних послуг, може вплинути на ранжування системою результатів локальної видачі.
- 04** Збільшення довіри потенційних клієнтів завдяки можливості залишати відгуки та коментарі в картках товарів та розміщенню їх якісних фото й детальних описів.
- 05** Зростання рівня впізнаваності бренду. Якщо логотип, назва та фото компанії розміщені в пошуковій видачі, то зростає шанс запам'ятовування бренду користувачами.

Рисунок 2.6 – Основні переваги реєстрації в Google бізнес

Все що варто знати про створення карти компанії в Google бізнес (табл. 2.2).

Таблиця 2.2 - Базові моменти створення карти компанії в Google бізнес

Етапи	Характеристика
Кожен користувач може вносити зміни	Користувачі Google Maps можуть запропонувати зміни до інформації про компанію, а сервіс, відповідно, може їх затвердити у разі десятків подібних пропозицій від інших користувачів. Отже, люди, що використовують сервіс на постійній основі, самостійно сприяють актуалізації інформації та виправленню її неточностей. Водночас варто пам'ятати, що будь-хто може жартівливо змінити інформацію про компанію, наприклад, вказавши її неправильну адресу або назву, використовуючи кілька фейкових облікових записів.
Модерація відгуків та оцінка користувачів на власний лад.	З одного боку, це підвищує довіру потенційних клієнтів до Вашої компанії, якщо вони знайомляться із відгуками, а з іншого боку – Ви залишаєтесь вразливим до Ваших конкурентів, що застосовуватимуть різноманітні інструменти, наприклад, залишаючи негативні коментарі під виглядом клієнта, для максимального зниження Вашої репутації. Якщо Вам чітко вдалось виявити замовленість конкретного відгуку або коментаря, рекомендуємо звернутись до підтримки Google для його видалення, однак Ви повинні надати неспростовні докази його неправдивості.
Власний рейтинг	Користувач, вводячи в Google Maps назву послуги з сфери, в якій Ви працюєте, бачить перелік компаній в його місті. Рейтинг в переліку залежить від рейтингу компанії в сервісі та місця перебування користувача: що ближчим є об'єкт, то вище він розташовуватиметься в списку.

Google My Business легко відстежувати поведінку та активність користувачів на картці компанії із використанням наступних різновидів статистики, представленими у вигляді інфографіків. Усі вони є корисними для майбутньої пошукової оптимізації сайту та картки компанії, оскільки дозволяють глибше зрозуміти особливості цільової аудиторії

Ось кілька основних, але важливих рекомендацій щодо оптимізації вашого профілю (рис. 2.7).



Рисунок 2.7 – Рекомендації щодо оптимізації профілю в Google My Business

1. Активування профілю. Результати місцевого пошуку надають перевагу релевантним результатам пошуку. Сторінки в яких буде більш детальна та точна інформація в пріоритеті. Детально опишіть чим займається ваша компанія, де вона знаходиться та як клієнти можуть придбати товари та/або послуги, які пропонує ваш бізнес;

2. Включити локальну семантику. Використовуйте у публікація локальну семантику, тим самим Ви піднімете частотність запитів, особливо коли працює в комплексі з зовнішньою та внутрішньою оптимізацією

3. Графік роботи. Вкажіть години роботи підприємства, та не забувайте оновлювати дані при усій зміні графіку.

4. Зображення. Фотографії допомагають клієнту ознайомитись з вашим товаром, зовнішнім виглядом підприємства (якщо є і офлайн бізнес) також подіями, які проводите та працівниками. За даними Google зображення у профілі набирають 42%, більше запитів аніж карти Google.

5. Відгуки клієнтів. Одна з найкращих функцій Google My Business по взаємодією з клієнтами. Адже саме відгуки підвищують рейтинг вашої компанії. При виборі певного товару клієнт завжди перевіряє надійність сайту - основними критеріями яких є відгуки та рейтинг, тому не нехтуємо даною функцією та активно відповідаємо користувачам на них.

6. Локальні дописи. Дописи Google My Business - 500 символів де ви можете описати ваш товар, пропозиції послуги та новини компанії. Не забуваємо про локальну семантику.

2.3 Основні інструменти та платформи: пошукової оптимізації сайтів

Для роботи з просуванням сайту ми використовуємо багато інструментів, для досягнення наступних цілей:

- ✓ Аналізу конкурентів;
- ✓ Збирання семантичного ядра;
- ✓ Аналізу текстів;
- ✓ Аналізу технічної сторони сайту.

Найактуальнішими програмами для роботи з сайтами та їх оптимізацією є наступні (табл. 2.3).

Усі ці інструменти надають можливість отримати більше інформації, даних для вашого ресурсу. Кожен з даних ресурсів допоможуть вам покращувати свою роботу над оптимізацією та результати роботи.

Таблиця 2.3 - Найактуальніші програми для роботи з сайтами та їх оптимізацією

Назва ресурсу	Характеристика
Google Search Console	безкоштовний інструмент для відстеження органічного пошукового трафіку вашого веб-сайту, що надає великий обсяг даних про рейтинг в пошуку Google, кількість показів, кліків і CTR. Цей інструмент потрібен кожному, хто розвиває сайти. Отримані дані дозволять вам визначати сторінки з високим потенціалом і з низькою ефективністю на сайті, для цього достатньо фільтрації по пошуковому рейтингу і показам. Цей інструмент також дозволить вам відправляти карти сайту, виявляти технічні або мобільні помилки і діагностувати проблеми зі скануванням.
Google Analytics	безкоштовний і дуже складний інструмент, який повинен використовувати кожен SEO-спеціаліст. Відстежуючи трафік вашого веб-сайту в режимі реального часу, Google Analytics пропонує вичерпну розбивку по аудиторії, відображаючи дані про все: від кількості сеансів, до каналів залучення, географічного поширення, пристроїв, рівнів взаємодії, поведінки на сайті і конверсій. Google Analytics ідеально підходить для отримання звітів. По суті, Google Analytics надає загальний огляд результатів ваших зусиль з пошукової оптимізації. Система демонструє прогрес у тих областях, в яких ви зробили все можливе, і також в тих областях, де ще є можливості для подальшого зростання.
Screaming Frog	Складний пошуковий робот Screaming Frog пропонує компаніям аудит всього сайту, а також можливість безкоштовно виявляти і виправляти технічні проблеми такі, як непрацюючі посилання, перенаправлення і помилки сканування. Крім того, його програмне забезпечення буде аналізувати мета-заголовки, дубльований контент і створювати карти сайту в форматі XML. Screaming Frog також пропонує преміум-сервіс з додатковими функціями, включаючи необмежене сканування, рендеринг JavaScript, перевірку AMP і інтеграцію з Google Analytics.
Ahrefs	Сервіс преміум-класу для SEO-фахівців, які готові вивести свою стратегію просування на новий рівень. Сервісу довіряють світові гіганти, включаючи Facebook, Adobe, Netflix і eBay. Пропонуючи платну послугу, яка конкурує з Alexa, Ahrefs пропонує комплексні інструменти SEO, які надають конкурентний аналіз вашого сайту (дослідження ключових слів і зворотних посилань, власне відстеження рейтингу, дослідження контенту та веб-моніторинг), щоб допомогти вам поліпшити SEO для вашого бізнесу.
Moz Local	Хоча локальна пошукова оптимізація може зайняти багато часу і ресурсів, наявність правильного набору інструментів може підвищити ефективність вашого робочого процесу. Moz Local - один з найпопулярніших локальних інструментів SEO. Він спеціалізується на управлінні даними про місцезнаходження, надсилаючи та постійно синхронізуючи дані про вашу компанію з партнерською мережею пошукових систем, додатків, каталогів і бізнес-агрегаторів Moz. Він також переглядає всі ваші оголошення і повідомляє про будь-які помилки, які можуть зашкодити вашій локальній стратегії SEO.
Serpstat	Платформа має багато можливостей, одна з переваг те що це український продукт, який співпрацює з навчальними закладами даючи студентами змогу спробувати їх продукт з середини. В програмі реєкцій функціонал та велика база ключових слів понад 100 000 тисяч, що дає змогу максимально розширити Ваше семантичне ядро. Є можливість відстежувати власні рейтинги та конкурентів та є функція із кластерування слів та тегів. Також аналіз зворотніх посилань завдяки цьому отримаєте дані зворотнього посилання в один клік. Тепер отримайте всі докладні звіти про аналіз зворотніх посилань та список якорів з усіма доменами які посилаються на сторінки.

2.4 Висновок до другого розділу

У даному розділі охарактеризовано основні методи пошукової оптимізації та алгоритм роботи Google my business.

Проведено аналіз основних інструментів та платформ пошукової оптимізації сайтів.

На основі проведеного аналізу конкурентів та систем оцінки технічних показників сайтів запропоновано тактичний план дій для покращення роботи веб-ресурсу.

3 РЕКОМЕНДАЦІЇ З ПРОЕКТУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ВЕБ-РЕСУРСІВ МЕТОДАМИ SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO)

Найкращий та один з найефективніший методів просування сайтів на довготривалий термін - SEO. Для ефективної роботи з оптимізацією потрібно дотримуватись таких кроків (рис 3.1).



Рисунок 3.1 – Етапи оптимізація ресурсу

3.1 Спроектована стратегія та технічне завдання пошукової оптимізації веб-ресурсу компанії “Країна Мрій” з метою його просування

Створення та розробка стратегії для запуску сайту складається з декількох етапів (рис. 3.2).

Перший Етап. Початковий етап формування стратегії є структурований Бриф (Додаток Д).



Рисунок 3.2 – Структура стратегії оптимізації

Для нашого Проекту заповнюємо максимально детально інформацію по усіх аспектах (рис. 3.3).

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ	Назва компанії:	Майстерня дерев'яних виробів Країна Щастя
	Пропозиція неймінгу: 1) Тернопільська майстерня дерев'яних виробів "Країна Щастя" 2) Дерев'яні вироби ручної роботи "Країна Щастя"	Ще варіанти: -Тернопільська майстерня Країна Щастя - Майстерня екологічних виробів із дерева Країна Щастя - Еко майстерня дерев'яних виробів Країна Щастя - Майстерня дерев'яних виробів Країна Щастя Країна Щастя залишається головним маркером нашого бренду ми виготовили. #Країна Щастя Свято залишається святковою рубрикою #Країна Щастя Коробку #Країна Щастя Майстерклас #Країна Щастя Артпростір #Країна Щастя Розмальовку #Країна Щастя Меч
	Корпоративні кольори	
	Регіон, в якому знаходиться компанія / офіс (вказати точний адрес)	м. Тернопіль, вулиця Шептицького 2,
	Регіони, на які орієнтується робота і просування	Україна
	На що звернути увагу?	емоційні, екологічні, українські, від українського виробника. см

Рисунок 3.3 – Фрагмент брифу. Загальна інформація про бізнес "Країна Мрій"

Основною сторінкою сайту є Головна сторінка. Тому важливо, щоб на ній було максимальна детальна інформація саме про інтернет-магазин. По даних відповідях ми формуємо для сайту “тон” спілкування з клієнтами.

Головна сторінка - це лице вашого сайту та бізнесу яке відповідає за такі сторони як:

- Інформаційна;
- Комунікативна;
- Технічна;
- Направляюча;
- Продаюча;
- Формування бренду.

Це перша і основна сторінка яка відповідає за те наскільки довго користувач залишиться на вашому сайті та чи зацікавить даний асортимент його? Так як аналогів і конкурентів дуже багато, а для даного юзера ви повинні залишитись незабутніми, щоб він на даному ресурсі провів якомога більше часу та рекомендовано повернувся повторно для замовлення та щоб збільшити показники сайту та збільшити дохід. Головна сторінка повинна мати привабливий дизайн та бути максимально наповненою інформативно та технічно, щоб бути привабливою та корисною не тільки для покупця, але і для пошукового робота. Основною метою Головної сторінки – це можливість розповісти про себе і показати свої сильні сторони бізнесу, пояснити чим ви кращі за своїх конкурентів (рис. 3.4).

ГОЛОВНА СТОРІНКА	Напишіть інформацію, яка має бути ОБОВ'ЯЗКОВО на головній сторінці про вас. Напишіть про асортимент і його особливості, ми якісно використаємо даний контент	Розказати про ідею створення майстерні, та реалізацію
	Опишіть основні пріоритети (краще в форматі переліку) вашого продукту:	- якісний, український, екологічний, емоційний, радісний
	Опишіть основні пріоритети вашого обслуговування, співробітництва з вами	надійність, гнучкість, оперативність, учасність, соціальне спрямування,

Рисунок 3.4 – Інформація для Головної сторінки

Клієнт повинен знати про вас і навіть більше. Вашу історію, все про ваш розвиток при перевірці надійності сайту людина завжди перевіряє користувацьку сторінку про нас.

ПРО НАС	Історія успіху компанії Про структуру компанії, історія створення, головні переваги, особливості співпраці, особливі пропозиції.	Історія бренду 1 рік на ринку Реальна історія бренду, побудованого на створенні сімейного бізнесу. Експертність у дизайні та виробництві Технічна база з 60 Досвід роботи з великими об'ємами корпоративних замовлень наявність спеціалістів у дизайні та виробництві Взяте із інтерв'ю: Під час карантину прийшла ідея створити такий екологічний бізнес. Якраз наближалися новорічно-різдвяні свята, і я подумала, що треба зробити щось таке, що фінансово допоможе нам їх пережити. Ідея фанерних витребок прийшла з архітектури. Напередодні ми робили об'єкт джазового спрямування, де була барна стійка з вирізаними силуетами гітар. Я почала розпитувати, як це зробити, і столяр розповів про лазерну прорізку. Відразу подумала, що було б, якби ми використали цю технологію.
---------	---	--

Рисунок 3.5 – Фрагмент брифу. Історію бренду “Країна Мрій”

Асортимент. Індивідуальні замовлення. З чого зроблений товар?
Інформація яка детально дасть картинку вашого бізнесу (рис. 3.6).

АСОРТИМЕНТ	(інформація про асортимент) та надайте фото контент для наповнення	У бренду існують такі напрямки роботи: - виготовлення дизайнів продукції - виготовлення індивідуальної продукції на замовлення - виготовлення продукції із дерева та фанери (В2В, В2С) - виготовлення дизайнів та унікальної продукції із дерева та фанери на замовлення - виготовлення корпоративної продукції (брендівані виробі) - виготовлення коробок для реалізації (В2В, В2С) - додатковий послуги Рімарка: майстерня повного циклу - це обов'язково потрібно комунікувати та пояснювати. У бренду існують наступні групи продуктів: - дерев'яні іграшки - перспектива (позасезонний виріб) - дерев'яні ігри (+блокові) - виробі із дерева та фанери (аксесуари, декор, інше) - виробі із дерева та фанери на замовлення (індивідуальні) - виготовлення коробок (подарункові) - виготовлення коробок-інших продуктів для корпоративних клієнтів на замовлення Також говоримо про колаборації - робити для інших брендів для спільної реалізації продуктів Рімарка: перша група напрямку залежить від сезону. Розписати сезонність усіх продуктів.
------------	--	---

Рисунок 3.6 – Фрагмент брифу. Асортимент продукції організації “Країна Мрій”

Також потрібно описати повну інформацію по умовах співпраців для користувачів ресурсу (рис. 3.7).

А	В	С
СПІВПРАЦЯ	Надайте, будь ласка, інформацію для наповнення даної сторінки Опишіть всі особливості і нюанси співпраці, які мають знати замовники вашої продукції (кількість, особливості розрахування, логістики і т.д.). Також можете додати інформацію про вигоду співпраці	Корпоративні замовлення. З чого почати? - визначити свій бюджет та кількість подарунків Кожне замовлення унікальне, тому вартість та термін виготовлення товару, його кількості та вартості брендуння продукту. - визначити варіант корпоративного подарунку Якщо ви обрали варіант подарунку з нашого асортименту, напишіть корпоративного замовлення. Якщо у Вас є власні задумки, ми може - брендуння подарунків Будь-які виробі, що розміщені на нашому сайті, можуть бути бренд-різні варіанти брендуння) Етапи співпраці 1. Запит Надішліть запит на нашу електронну пошту: 2. Обговорення Уточнення усіх побажань та деталей, прорахунок вартості замовлен 3. Виробництво Погодивши усі деталі, ми приступаємо до виконання замовлення. 4. Відвантаження

Рисунок 3.7 – Фрагмент брифу. Умови співпраці.

Аналізуючи ринок з товарним сегментом як у даному проекті. Вибираємо дані сайту та проводимо детальний аналіз порівнюючи з нашим бізнесом.

КОНКУРЕНТИ	
	https://zrk.ua/
	https://boxy.ua/
	https://ugears.ua/
	https://eko-land.com.ua/uk/

Рисунок 3.8 – Фрагмент брифу. Конкуренти компанії “Країна Мрій”

За даними нашого брифу Формуємо стратегію розвитку веб-ресурсу (Додаток Д). Враховуємо всі алгоритми системи та побажання клієнтів (рис. 3.9).

Головна	<p>Оптимізація сторінки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - збір релевантної семантики для Головної - заведення основних запитів на сторінку сайту за допомогою створення вірного контенту - розробка Технічного завдання на копірайтера в розмірі: - 2000 символів унікального контенту - структуризація інформації за допомогою графічного контенту - іконок, банерів, картинок - коректно прописати, переписати всі існуючі H - оптимізація сторінки відповідно до алгоритмів Google (Title, Description, H1, H2, H3, alt-атрибути до зображень, перелінювка по ключовим запитам) <p>Інформація на сторінці повинна давати такі відповіді:</p> <p>Переваги нашої компанії на ринку Хто ми? Наша філософія Чим займаємось? який у нас товар? Що унікального ми можемо запропонувати чого немає в конкурентів? Ассортимент та ціноутворення</p>
---------	---

Рисунок 3.9 – Стратегія для оптимізації Головної сторінки “Країна Мрій”

При написанні стратегії для користувацьких сторінок додаємо основну інформацію та прописуємо мета-теги з урахуванням релевантної семантики.

14	Обмін та повернення	<p>Оптимізація сторінки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оптимізація сторінки відповідно до алгоритмів Google (Title, Description, H1, H2, H3, alt-атрибути до зображень, перелінювка по ключовим запитам) 	<p>Title: Умови обміну та повернення майстерня Країна Шість</p> <p>Description: Обмін і повернення товару в Інтернет магазині еко іграшок ручної роботи Країна Шість. Ознайомитися з умовами обміну і повернення іграшок можна на сайті kraynashestva.com.ua, або за номером ☎ 063-841-30-16</p>
15			
16	Блог	<p>Оптимізація сторінки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оптимізація сторінки відповідно до алгоритмів Google (Title, Description, H1, H2, H3, alt-атрибути до зображень, перелінювка по ключовим запитам) 	<p>Title: Цікаві статті та новини від майстерні Країна Шість</p> <p>Description: Цікаві статті про дерев'яні іграшки та ігри. Новини компанії про виробництво та асортимент в Інтернет-магазині дерев'яних виробів kraynashestva.com.ua.</p>
17			
18	Контакти	<p>Оптимізація сторінки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оптимізація сторінки відповідно до алгоритмів Google (Title, Description, H1, H2, H3, alt-атрибути до зображень, перелінювка по ключовим запитам) 	<p>Title: Контактна інформація Інтернет-магазину дерев'яних виробів Країна Шість</p> <p>Description: Контактна інформація Інтернет-магазину дерев'яних виробів Країна Шість. Зв'язатися з нами можна на сайті kraynashestva.com.ua та за тел. ☎ 063 656-30-16</p>

Рисунок 3.10 – Стратегія для користувацьких сторінок “Країна Мрій”

Наступним кроком при написанні стратегії є оптимізація категорій. Вибираємо основні категорії, які є актуальними на даний момент прописуємо усе по плану.

21	Дитячі іграшки для розвитку та творчості	Внутрішня оптимізація: - Працюємо з семантикою яку берем в роботу для оптимізації та над розширенням семантики за допомогою створення нових сторінок на сайті у вигляді статей в блозі - В роботу берем запити які взяли для оптимізації сторінки + нові високочастотні - Розробка ТЗ на написання 1 статті в розмірі 3000 символів, з заведенням ключових запитів. - Оформлення та структуризація інформації за допомогою графічного контенту - Прописуем мета-теги, alt-атрибути до зображень, H1, H2....згідно до алгоритмів Гугл	3000
23		Дооптимізація категорій: - збір семантики семантики - Заводимо релевантні запити на сторінку сайту за допомогою створення вірного контенту - розробка Технічного завдання на копірайтера в розмірі: - 1000 символів унікального контенту - структуризація інформації за допомогою графічного контенту - іконок, банерів, картинок - коректно переписати існуючі H - оптимізація сторінки відповідно до алгоритмів Google (Title, Description, H1, H2, H3, alt-атрибути до зображень, перелінювка по ключовим запитам) Внутрішня оптимізація: - Працюємо з семантикою яку берем в роботу для оптимізації та над розширенням семантики за допомогою створення нових сторінок на сайті у вигляді статей в блозі - В роботу берем запити які взяли для оптимізації сторінки + нові високочастотні - Розробка ТЗ на написання 2 статті в розмірі 1000 символів, з заведенням ключових запитів. - Оформлення та структуризація інформації за допомогою графічного контенту - Прописуем мета-теги, alt-атрибути до зображень, H1, H2....згідно до алгоритмів Гугл	Title: 1000 Description:
24	Новорічні іграшки та прикраси		3000

Рисунок 3.11 – Стратегія оптимізації категорій

Провівши аналіз діючого веб-ресурсу “Країна Мрій” було структуровано наступні кроки по технічній оптимізації сайту (рис.3.12).

Семантика	На основі аналізу конкурентів та ніші буде збирана семантика сайту - Формування, збір укр. семантики та кластеризація семантики сайту - Вигрузка та аналіз семантики по якій видається сайт
URL - хлібні крихти	- URL має відповідати хлібним крихтам - При необхідності прописати аліас на товарних позиціях на яких він відсутній, для того щоб зробити правильну
Мета-теги Генерація Title/Description на товарних позиціях	- Прописуем мета-теги на сторінках сайту, які берем в роботу, згідно до алгоритмів Гугл - Прописуем шаблоном мета-теги на усіх товарних позиціях
Аналіз конкурентів	Зібрати дані про основних конкурентів видачі, взяти до уваги конкурентів, яких вказав клієнт. Дані індексування, запити, приклади формулення сторінок, розміщення блоків та інформації (Перед тим, як розпочати пошукову оптимізацію сайту, ми детально вивчаємо сферу й особливості професійної діяльності клієнта та аналізуємо поточний рівень конкуренції в ній)

Рисунок 3.12 – Технічні роботи на сайті які потрібно виконати в даній стратегію

Формуємо структуру сайту згідно з вимогами пошукової системи. Враховуємо все для того, щоб пошуковому роботу було легше індексувати сайт (рис. 3.13).

1. Забираємо розгортку каталогу та вносимо всі категорії							
2. Переназиваємо головні категорії на більш релевантні та високочастотні запити							
3. Створюємо підкатегорії							
4. Рекомендація розширити асортимент та створити ще категорію: Декор для дому							
Головні категорії:	Товари для розвитку та творчості	Новорічні прикраси	Пасхальний декор	Різне	Коробки	Блокноти	Гіп
	Переназиваємо на:	Переназиваємо на:	Переназиваємо на:	Переназиваємо на:	Переназиваємо на:	Переназиваємо на:	Пейна:
	Дитячі іграшки для розвитку та творчості	Новорічні іграшки та прикраси	Великодній декор	Подарунки з дерева	Корпоративні подарунки	Дерев'яні коробки	Блокноти з дерев'яною обкладинкою
підкатегорії:	розвиваючі іграшки для дітей - 720	ялинкові прикраси - 1900 набори новорічних іграшок - 210 новорічні подарунки - 2400	великодні прикраси	великодні розмальовки		подарункові коробки - 2900	дерев'яні ящики - 260
	розмальовки для дітей - 8100						
	дерев'яні іграшки для дітей - 1300		підставки під пасхальні яйця				

Рисунок 3.13 – Структура сайту

Для покращення структури сайту було проведено аналіз веб-ресурсів одних з основних конкурентів (рис.3.14). Критерії аналізу конкурентів відображено в додатку В.

Домен	Відвідуваність в місяць з Органіки	кількість запитів	кількість зворотніх посилань	вік домену	Семантика	Основні враження від сайту Що можна запозичити?
КОНКУРЕНТИ						
https://zrk.ua/	26.13К	346К	76	2019-04-05	<p>Запити та позиція по яких видається</p> <p>Запозичити:</p> <ul style="list-style-type: none"> писанки своїми руками для дітей - 260 іграшки ручної роботи - 170 новорічна іграшка своїми руками в українському стилі - 60 подарункові ручної роботи - 50 блокноти ручної роботи - 50 декоративні писанки своїми руками - 30 іграшка своїми руками 20 <p>запити з "хенд мейд" та "handmade"</p>	<p>Гарний, стильний сайт з першого враження, великий асортимент товарів</p> <p>Але не зовсім ваш конкурент, оскільки у них трішки інша тематика магазину, інший асортимент.</p> <p>З сайтом раніше працювали по SEO, проте станом на сьогодні бачимо що сайт не зовсім коректно оптимізований.</p>

Рисунок 3.14 – Фрагмент аналізу конкурентів “Країна Мрій”

Одним з основних моментів в оптимізації ресурсів є семантичне ядро. Чим ширший діапазон ключових слів тим більше ЦА ви зможете залучити до даного веб-сайту. Завівши на сайт усі види семантики, ви покращуєте видимість та видачу сайту на перших сторінках. Нами було розроблене розширене семантичне ядро (рис.3.15-3.17) (Додаток Е).

Інтернет магазин іграшок	ч.сть	вироби з дерева	ч.сть	Інтернет магазин подарунків	ч.сть
Інтернет магазин іграшок	590	вироби з дерева	4400	Інтернет магазин подарунків	70
Інтернет магазини дитячих іграшок	210	виріб з дерева	4400	Інтернет магазин подарунків	70
Інтернет магазин іграшок львів	110	вироби з дерева своїми руками	880	Інтернет магазин подарунків для чоловіків	10
дитячий інтернет магазин іграшок	110	легкі вироби з дерева	210	новорічні подарунки інтернет магазин	10
Інтернет магазин іграшок львів	110	вироби з дерева на трудове навчання	170	подарунки на новий рік інтернет магазин	10
дитячі іграшки інтернет магазин	50	вироби з дерева для дітей	170	Інтернет магазин подарунків на новий рік	10
дитячі іграшки інтернет-магазин	40	вироби з дерева на замовлення	140	Інтернет магазин подарунків львів	10
іграшки інтернет магазин	40	маленькі вироби з дерева	140	Інтернет магазин новорічних подарунків	10
Інтернет магазин іграшок недорого	30	сучасні вироби з дерева	110	Інтернет магазин подарунків україна	10
Інтернет магазин іграшок україна	20	вироби з дерева на подарунок	110	подарунки львів інтернет магазин	10
Інтернет магазин дитячих товарів та іграшок	20	вироби з дерева львів	90	подарунки інтернет магазин	10
іграшки інтернет магазин україна	10	вироби з дерева сувеніри	70	Інтернет магазин подарунків для дітей	10
Інтернет магазин новорічних іграшок	10	вироби з дерева купити	50	Інтернет магазин оригінальних подарунків	10
Інтернет магазин іграшок у львові	10	купити вироби з дерева	50	Інтернет магазин подарунки до нового року	1-5
Інтернет магазин іграшок для дівчаток	10	цікаві вироби з дерева	40	Інтернет магазин подарунків доставки по Україні	1-5
купити іграшки в інтернет магазині	10	оригінальні вироби з дерева	30	Інтернет магазин подарунків блокноти	1-5
Інтернет магазин іграшок в Україні	10	дитячі вироби з дерева	30	Інтернет магазин подарунків на 23 лютого	1-5
дитячий інтернет магазин іграшок львів	10	художні вироби з дерева	30	Інтернет магазин прикольних подарунків	1-5
Інтернет магазин дитячих іграшок недорого	10	Інтернет магазин виробів з дерева	20	Інтернет магазин подарунків для жінок	1-5

Рисунок - 3.15 – Фрагмент семантики. Загальні ключові слова “Країна Мрій”

На рисунку 3.16 зображені комерційна семантика, яка направлена на збільшення продаж компанії “Країна Мрій”.

дитячі іграшки	ч.сть	іграшки для дітей	ч.сть	іграшки для розвитку дрібної моторики	ч.сть
дитячі іграшки	5400	іграшка для дітей	5400	іграшки для розвитку дрібної моторики купи	110
дитячі іграшки для дівчаток	880	іграшки для дітей	5400	іграшки для розвитку дрібної моторики	50
дитячі іграшки для хлопчиків	720	розвиваючі іграшки для дітей	720	іграшки для розвитку дитини	50
іграшки дитячі	320	іграшки для дітей 7 10 років	720	іграшки для розвитку	20
дитячий магазин іграшок	320	розвиваючі іграшки для дітей 4 5 років	590	іграшки для розвитку дітей	10
дитячі іграшки купити	260	розвиваючі іграшки для дітей 2 3 років	390	іграшки для розвитку дрібної моторики рук	10
дитячі іграшки недорого	260	іграшки для дітей 2 років	390	іграшки для розвитку моторики рук	10
дитячі іграшки львів	260	розвиваючі іграшки для дітей 1 рік купити	390	іграшка для розвитку мовлення	1-5
Інтернет магазини дитячих іграшок	210	іграшки для дітей 1 рік	390	дерев'яні іграшки для розвитку	1-5
дитячі іграшки від виробника	170	розвиваючі іграшки для дітей 2 роки	320	дерев'яні іграшки для розвитку дітей	1-5
дитячі іграшки дешево	170	розвиваючі іграшки для дітей 3 роки	260	іграшки своїми руками для малюків для роз	1-5
купити дитячу іграшку	ч.сть	іграшки для дітей 5 років	260	іграшки для дитячого розвитку	1-5
купити дитячу іграшку	480	іграшки для дітей 9 10 років	260	іграшки для розвитку дитини старшого дошк	1-5
купити дитячі іграшки	480	розвиваючі іграшки для дітей 1 рік	260	дитячі іграшки для розвитку	1-5
дитячі іграшки купити недорого	320	розвиваючі іграшки для дітей 7 8 років	260	іграшки для розвитку дитини дошкільного в	1-5
дитячі іграшки купити	260	розвиваючі іграшки для дітей 3 роки	260	іграшки для розвитку це	1-5
дитячі іграшки купити	260	іграшки для дітей 10 років	260	найкращі іграшки для розвитку	1-5
купити дитячі іграшки недорого	110	розвиваючі іграшки для дітей до 1 року	260	розвиваючі іграшки для розвитку дітей	1-5
купити дитячі іграшки дешево	70	купити іграшки для дітей	260	іграшки для розвитку творчих здібностей	1-5
іграшки дитячі купити	50	розвиваючі іграшки для дітей 3 4 років	260	товари для творчості	ч.сть

Рисунок 3.16 – Фрагмент семантики. Комерційні ключові слова “Країна Мрій”

Семантика яку підбрали під окремі категорії для розширення кількості залучених ключових слів та покращення результатів уже заведеної семантики. Відображено на рисунку 3.17.

іграшки ручної роботи	ч.сть	Розвиваючі іграшки	ч.сть	з дерева	ч.сть	Новорічні іграш
іграшки ручної роботи	10	розвиваючі іграшки	2400	розвиваючі іграшки з дерева	50	новорічні іграшк
іграшки ручної роботи	170	розвиваючі іграшки для дітей	720	розвиваючі дерев'яні іграшки для	50	іграшки на ялин
іграшки ручної роботи купити	30	дитячі розвиваючі іграшки	320	дерев'яні розвиваючі іграшки	140	ленд мейд іграш
іграшки ручної роботи львів	20	купити розвиваючі іграшки	140	дерев'яні іграшки розвиваючі	50	новорічні іграшк
іграшки ручної роботи	10	іграшки розвиваючі	140	дерев'яні розвиваючі іграшки купити	10	іграшки на ялин
іграшки ручна робота купити	1-5	купити розвиваючі іграшки	110	дерев'яні іграшки для малюків	20	ручна робота но
іграшки ручної роботи купити	1-5	дитячі іграшки розвиваючі	70	іграшки з дерева для дітей	30	іграшки на ялин
ручна робота іграшки	1-5	іграшки для дітей розвиваючі	40	дитячі іграшки з дерева	50	ялинкові іграшк
купити іграшки ручної роботи	1-5	розвиваючі дерев'яні іграшки	40	дерев'яні розвиваючі іграшки	140	купити іграшки н
		розвиваючі дитячі іграшки	30	розвиваючі дерев'яні іграшки	40	купити новорічні
		інтерактивні розвиваючі іграшки	20	дерев'яні дитячі іграшки	20	роботи іграшки н
		розвиваючі іграшки львів	20	іграшки з дерева купити	10	іграшки на ялин
мастільні ігри ручної роботи	10	купити розвиваючі іграшки для дітей	20	дерев'яні розвиваючі іграшки купити	10	ялинкові іграшк
		купити дитячі розвиваючі іграшки	20	дерев'яні іграшки розвиваючі	50	

Рисунок 3.17 – Фрагмент семантики під категорії товарів “Країна Мрій”

Розробка та виконання технічного завдання. Технічне завдання (рис 3.18-3.22) розробили для копірайтерів та для того щоб дану розроблену стратегію втілити на практиці. В ТЗ ми прописуємо наступні елементи:

- Категорію;
- Семантику;
- План контенту;
- Мета-теги.

<p>Головна</p>	<p>інтернет магазини іграшок тернопіль 110 дитячі іграшки українського виробництва 40</p> <p>дитячі іграшки 5400 еко іграшки 140</p> <p>вироби з фанери 1900 вироби з дерева 4400</p> <p>купити дитячі іграшки 480 вироби з дерева купити 10</p> <p>інтернет магазин подарунків 70 інтернет магазин декору 30</p> <p>krayinashchastyia.com.ua іграшки українського виробництва Країна Щастя інтернет магазин іграшок у львов Країна Щастя майстерня дерев'яних виробів Країна Щастя</p>	<p>В загальному інформація на сторінці повинна давати такі відповіді: Переваги нашої компанії на ринку Хто ми? Наша філософія Чим займаємось? Який у нас товар? Що унікального ми можемо запропонувати чого немає в конкурентів? Ассортимент та ціноутворення</p> <p>1-Вступ</p> <p>2- Розповідаємо чому у підборі подарунків варто звернутись до майстерні зробив тато (актуальність, довговічність, екологічність, доступна ціна) Описуємо позиціювання компанії, акцентуємо увагу на тому що це вироби ручної роботи і у них відповідна якість, адже майстри в кожну деталь вкладають душу Описуємо асортимент інформація детальніше про дитячі іграшки беремо з абзацу дерев'яні вироби що ми можемо запропонувати саму назву абзацу перепишемо та додаєм ключовий запит</p> <p>3 - пишемо про Переваги майстерні зробив тато У тексті згадуємо наступне: - співпраця з компаніями так і з роздрібними покупцями, - можливість індивідуального замовлення(втілюємо в життя ваші ідеї та є можливість робити деталі з вашим лого) - вигідні ціни та великий вибір</p>
--------------------------------	---	--

Рисунок 3.18 – Фрагмент ТЗ для Головної сторінки сайту “Країна Мрій”

Розробка та виконання технічного завдання. Включає в себе написання мета тегів, так як це є першочергові тексти які індексує пошукова машина. У тайтлі та дискріпшині використовуємо високочастотну семантику та пишемо максимально інформаційний текст.

Тайтл	Дискріпшин
<p>Вироби з дерева ручної роботи Тернопільська майстерня Країна щастя</p>	<p>Купити вироби з дерева - оригінальні еко подарунки для дітей та дорослих, для декору дому та офісу від майстерні - Країна Щастя. ✨ Великий вибір іграшок та інших дерев'яних виробів власного виробництва в магазині krayinashchastyia.com.ua.</p>

Рисунок 3.19 – Розроблені мета-теги для Головної сторінки сайту “Країна Мрій”

Актуальну інформацію по вашому бізнесу розміщуємо в категорію користувачьких сторінок "Про нас". На даній сторінці описуємо дані про історію бізнесу, виробництво, деталі роботи (рис. 3.20).

Про нас	<p>Оптимізація сторінки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - збір релевантної семантики на сторінку Про Нас - заведення ключових запитів на сторінку сайту за допомогою створення вірного контенту - розробка Технічного завдання на копірайтера в розмірі: - 2500 символів унікального контенту <p>- Прописуєм коректний H1 для даної сторінки:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Історія створення (Історія успіху) лтернопільської майстерні дерев'яних виробів " Країна Шастя " 2) Історія створення (Історія успіху) дерев'яних виробів ручної роботи " Країна Шастя " <ul style="list-style-type: none"> - структуризація інформації за допомогою графічного контенту - іконок, банерів, картинок - оптимізація сторінки відповідно до алгоритмів Google (Title, Description, H1, H2, H3, alt-атрибути до зображень, перелінювка по ключовим запитам) - час заснування компанії, скільки років на ринку онлайн - з чого все почалося? історія заснування бренду - Чим ви особливі? Чим гордитесь? - про Ассортимент - які факти доказують якість товару і викликають довіру? - з ким співпрацюєте?
---------	---

Рисунок 3.20 – Фрагмент ТЗ сторінки "Про нас"

Беремо в роботу основні категорії сайту. Для збільшення трафіку та частотності запитів по даному сегменту. Приклад розробки відображено на рисунку 3.21.

Дитячі іграшки для розвитку та творчості	<p>Дооптимізація категорій:</p> <ul style="list-style-type: none"> - збір семантики семантики - Заводимо релевантні запити на сторінку сайту за допомогою створення вірного контенту - розробка Технічного завдання на копірайтера в розмірі: - 1500 символів унікального контенту - структуризація інформації за допомогою графічного контенту - іконок, банерів, картинок - коректно переписати існуючі H - оптимізація сторінки відповідно до алгоритмів Google (Title, Description, H1, H2, H3, alt-атрибути до зображень, перелінювка по ключовим запитам) <p>Внутрішня оптимізація:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Працюємо з семантикою яку берем в роботу для оптимізації та над розширенням семантики за допомогою створення нових сторінок на сайті у вигляді статей в блозі - В роботу берем запити які взяли для оптимізації сторінки + нові високочастотні - Розробка ТЗ на написання 1 статті в розмірі 3000 символів, з заведенням ключових запитів. <ul style="list-style-type: none"> - Оформлення та структуризація інформації за допомогою графічного контенту - Прописуєм мета-теги, alt-атрибути до зображень, H1, H2...згідно до алгоритмів Гугл
--	---

Рисунок 3.21 – Фрагмент ТЗ для категорій ресурсу "Країна Мрій"

Категорії ресурсу відображають основні елементи дооптимізації категорій та внутрішньої оптимізації

3.2 Технічне завдання: просування компанії "Країна Мрій" в Google My Business

З метою максимального представлення компанії "Країна Мрій" на локальному рівні було прийнято рішення, представити компанію платформі Google My business (Google Business Profile).

Основні базові елементи які повинні бути представлені в особистому акаунті компанії відображено на рисунку 3.22.

Інформація про компанію	<p>- Оскільки ""Google My Business"" вже створений, то перед початком роботи ми перевіряємо всю вказану інформацію, та при потребі корегуємо дані акаунту:</p> <p>Інформація яку варто переглянути, якщо якісь дані не відповідають дійсності, відкорегувати:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Назва компанії 2. Адреса компанії 3. Номер телефону 4. Пошта 5. Графік роботи 6. Зона обслуговування 7. Лого компанії
-------------------------	--

Рисунок 3.22 – Фрагмент ТЗ для створення акаунту на платформі Google My Business

Створюємо акаунт додаючи всю інформацію щодо нашої компанії. Та починаємо локальну оптимізацію з мінімальним бюджетом та максимальним залученням місцевої ЦА (рис. 3.23).

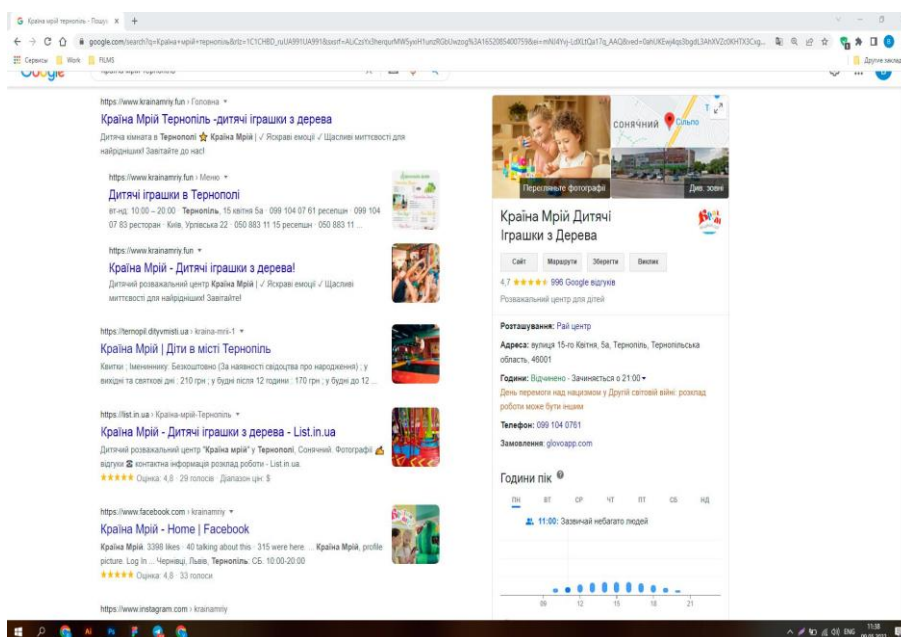


Рисунок 3.23 – Створена сторінка Google My Business “Країна Мрій”

Також прописуємо контент план для дописів (рис. 3.24), з просувань товарних позицій та актуальних акцій та розпродажів.

Google My Business			
500	Допис 1	Тернопільська майстерня подарунків, що створює емоції. Що пропонуємо?	магазин подарунків тернопіль 170 подарункові магазини тернопіль 140 магазин подарунків у тернополі 10 подарункит тернопіль 210
500	Допис 2	Де у Тернополі придбати небанальні подарунки до різдвяних свят?	тернопільська майстерня Країна Щастя новорічні подарунки купити львів 10 новорічні подарунки львів 10 тернопіль новорічні подарунки 1-5
500	Допис 3	Подарунки на Миколая, що навчають. Де придбати у Тернополі ?	майстерня виробів ручної роботи Країна мрій розвиваючі іграшки тернопіль 20 розвиваючі іграшки для дітей тернопіль 10 купити іграшки для дітей тернопіль 10
500	Допис 4	Іграшки, що допомагають говорити з дітками про Різдво - оригінальні подарунки для малечі	інтернет магазин іграшок КРАЇНА мрій майстерня іграшок ручної роботи Країна мрій новорічні іграшки тернопіль 20 іграшки ручної роботи тернопіль 20 подарунки ручної роботи тернопіль 10 майстерня виробів ручної роботи Країна мрій

Рисунок 3.24 – Фрагмент ТЗ для дописів “Країна Мрій ” для Google My Business

Саме слідуючи даному ТЗ копірайтер матиме змогу виконувати свою роботу чітко, дотримуючись усіх рекомендацій та побажань клієнта.

3.3 Аналіз конкурентів: формування чек-листа перевірки конкурентів

Створюємо загальний чек-лист для аналізу конкурентів, для перевірки технічної частини, наявності блогу, та інших критеріїв (рис. 3.25).

Перелік робіт	Наявність (+/-)
1. Налаштування платного ssl	
2. Видалення дублів сторінок.	
3. Налаштування 301 редіректу (з ssl та без)	
4. Видалення html-заголовків на сторінках сайту	
5. Налаштування дзеркала сайту.	
6. Закриття головної за адресами index.php, index.html, main.php, main.html.	
8. Налаштування атрибуту canonical для уникнення подальшого створення дублів сторінок.	
9. Налаштування 404 сторінки.	
10. Ввімкнення кешування браузера.	
11. Видалення JavaScript та CSS, блокуючих відображення верхньої сторінки сайту.	
12. Ввімкнення зжимання gzip.	
13. Оптимізація завантаження видимого контенту сайту.	
14. Скорочення та оптимізація CSS, JavaScript та HTML-коду сторінок.	
15. Підключення сервісів аналізу (додавання коду в сайт)	
16. Вивід блогу та головну сторінку та в меню	
17. Наявність файлу robots.txt (якщо немає, то потрібно створити. Редагує далі seoшник)	
18. Видалення прихованих посилань	
Хлібні крихти (підключення модулю, якщо немає та відповідність крихт до урли)	
Підключення та налаштування SEO-модуля	
Тематичний блог	

Рисунок 3.25 – Чек-лист аналізу конкурентів

Для більшого розуміння ринку та наших переваг та недоліків в даному сегменті проводимо аналіз наших основних конкурентів.

1. Налаштування платного ssl	Налаштовано
3. Налаштування 301 редіректу (з ssl та без)	Налаштовано
4. Видалення html-заголовків на сторінках сайту	Виявлено проблему
5. Налаштування дзеркала сайту.	Виявлено проблему
6. Закриття головної за адресами index.php, index.html, main.php, main.html.	Виявлено проблему
8. Налаштування атрибуту canonical для уникнення подальшого створення дублів сторінок.	Налаштовано
9. Налаштування 404 сторінки.	Виявлено проблему
Швидкість завантаження сайту	На мобільних 11 зі 100, 35 зі 100. Відповідно потрібно працювати над прогрузкою
15. Підключення сервісів аналізу (додавання коду в сайт)	Google analytics налаштовано.
16. Вивід блогу та головну сторінку та в меню	Блог на сайті присутній, але потрапити туди можна тільки з головної сторінки. Відповідно по
17. Наявність файлу robots.txt (якщо немає, то потрібно створити. Редагує далі seoшник)	Файл robots.txt не знайдено, потрібно додати
Хлібні крихти (підключення модулю, якщо немає та відповідність крихт до урли)	Відповідність є
Підключення та налаштування SEO-модуля	Без доступу до admin панелі неможливо перевірити
Текстовий блоки	Без доступу до admin панелі неможливо перевірити

Рисунок 3.26 – Аналіз конкурента “Країна Мрій”

1. Налаштування платного ssl	+
3. Налаштування 301 редіректу (з ssl та без)	+
4. Видалення html-заголовків на сторінках сайту	-
5. Налаштування дзеркала сайту.	-
6. Закриття головної за адресами index.php, index.html, main.php, main.html.	потрібно "почистити" заголовки, їх мають прописувати SEO спеціалісти
8. Налаштування атрибуту canonical для уникнення подальшого створення дублів сторінок.	- (по можливості налаштувати, не факт що це вдасться зробити на престі)
9. Налаштування 404 сторінки.	+
10. Ввімкнення кешування браузеру.	-
11. Видалення JavaScript та CSS, блокуючих відображення верхньої сторінки сайту.	-
12. Ввімкнення зжимання gzip.	+
13. Оптимізація завантаження видимого контенту сайту.	-
14. Скорочення та оптимізація CSS, JavaScript та HTML-коду сторінок.	-
15. Підключення сервісів аналізу (додавання коду в сайт)	Google Analytics налаштовано, Google Search Console без доступу перевірити немає можливості
16. Вивід блогу та головну сторінку та в меню	
17. Наявність файлу robots.txt (якщо немає, то потрібно створити. Редагує далі seoшник)	+

Рисунок 3.27 – Аналіз конкурента “Країна Мрій”

На рисунках 3.26-3.28 результати проведеного аналізу конкурентів, де представлені всі роботи які проводились на даних ресурсах.

Перелік робіт	Наявність (+/-)
Налаштування платного ssl	налаштовано
Налаштування 301 редіректу (з ssl та без)	налаштовано
Видалення html-заголовків на сторінках сайту	проблеми не виявлено
Налаштування дзеркала сайту.	налаштовано
Закриття головної за адресами index.php, index.html, main.php, main.html.	проблеми не виявлено
Налаштування атрибуту canonical для уникнення подальшого створення дублів сторінок.	налаштовано
Налаштування 404 сторінки.	налаштовано
Швидкість завантаження сайту	на мобільних 57 зі 100, десктопи 73 зі 100. При можливості покращити, проблема не є критичною.
Підключення сервісів аналізу (додавання коду в сайт)	Google analytics налаштовано Search Console, перевірити немає можливості
Вивід блогу та головну сторінку та в меню	Блогу на даний час не знайдено, але можливо він не виведений
Наявність файлу robots.txt (якщо немає, то потрібно створити. Редагує далі сеошник)	файл знайдено
Хлібні крихти (підключення модулю, якщо немає та відповідність крихт до урли)	Хлібні крихти коректні, співпадають з URL
Підключення та налаштування SEO-модуля	для перевірки потрібно доступ до сайту
Текстовий блоки	наявні, але перевірки потрібно доступ

Рисунок 3.28 – Аналіз конкурента “Країна Мрій”

Виділяємо основні моменти у яких ми їх переважаємо та які потрібно доопрацювати на нашому веб-сайті.

3.4. Результати реалізація стратегії просування компанії “Країна Мрій”

SEO – це робота з органічною видачею вашого сайту, основа трафіку і прибутків при правильній реалізації, саме з даного інструменту, але за умови, що оптимізацію проводиться щомісячно без перерв.

Як показує наша практика, перші помітні результати по SEO (після початку роботи) можна побачити через 3-4 місяці стабільної роботи з SEO оптимізацією. Проте, після першого місяця роботи з просуванням сайту, ми вже бачимо позитивні результати.

На рисунку 3.29 відображено динаміку росту сайту за останні 28 днів в порівнянні з минулим періодом (попередні 28 днів).

Особливо спостерігаємо позитивний ріст кліків та показів. Досягли це за рахунок оптимізації сторінок на сайті, заведення на сайт пошукових запитів, оптимізація сторінок відповідно до алгоритмів Google.

- Зросла кількість кліків та становить 244;
- Зросли покази та становлять 10500;

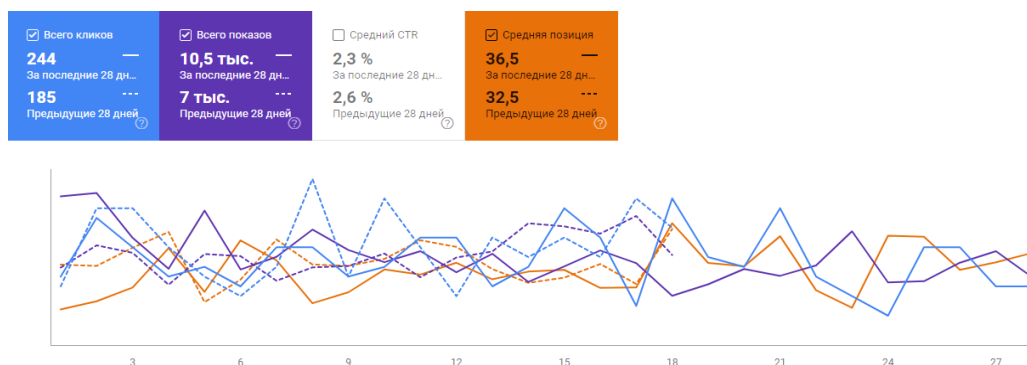


Рисунок 3.29 – Динаміка росту сайту “Країна Мрій ”
(порівняння по 28 днях)

Спостерігаємо незначне падіння середньої позиції сайту, проте, це не є критично, та цілком очікувано, так як збільшилась кількість показів. Це говорить про те що сайт наразі має низькі показники ранжування, та запити, які були заведені на сайт, наразі зайшли на низькі позиції.

Щодо результатів з Аналітики, то можливо спостерігати наступну динаміку (рис. 3.30).

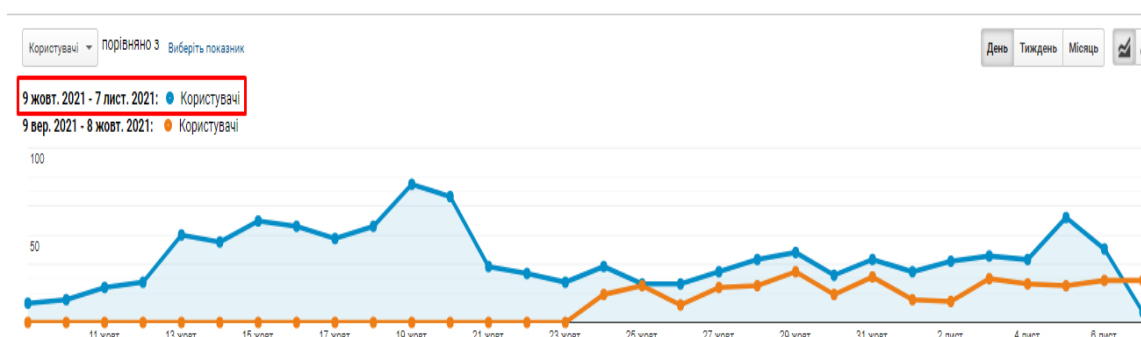


Рисунок 3.30 – Графік трафіку ресурсу “Країна Мрій ”

На рисунку 3.30 бачимо графік трафіку на сайту в порівнянні за останні 30 днів та попередній період.

Нижче розглянемо порівняння відвідуваності сайту з Органічного пошуку за 2 місяці (рис. 3.31).

Ключове слово [?]	Джерела трафіку			Поведінка		
	Користувачі [?] ↓	Нові користувачі [?]	Сеанси [?]	Показник відмов [?]	Сторінок за сеанс [?]	Сер. тривалість сеансу [?]
	87,58% ▲ 287 порівняно з 153	76,82% ▲ 267 порівняно з 151	119,68% ▲ 413 порівняно з 188	12,82% ▼ 54,72% порівняно з 62,77%	40,91% ▲ 3,69 порівняно з 2,62	100,72% ▲ 00:04:27 порівняно з 00:02:13
1. (not provided)						
9 жовт. 2021 - 7 лист. 2021	275 (95,82%)	255 (95,51%)	401 (97,09%)	53,62%	3,76	00:04:35
9 вер. 2021 - 8 жовт. 2021	153 (100,00%)	151 (100,00%)	188 (100,00%)	62,77%	2,62	00:02:13
Змінення %	79,74%	68,87%	113,30%	-14,58%	43,79%	106,57%

Рисунок 3.31 – Відвідуваність сайту з органічного пошуку

Загалом спостерігаємо позитивний ріст по всіх показниках (рис. 3.32):

- Трафік сайту зріс на 87,58%;
- Збільшилась кількість нових користувачів;
- Збільшилась кількість сеансів (період часу, протягом якого користувач активно взаємодіє з вашим веб-сайтом);
- Зменшився показник відмов;
- Збільшилась кількість сторінок за сеанс;
- Збільшилась середня тривалість сеансу.

Default Channel Grouping	Джерела трафіку			Поведінка		
	Користувачі ? ↓	Нові користувачі ?	Сеанси ?	Показник відмов ?	Сторінок за сеанс ?	Сер. тривалість сеансу ?
	986 % від загальної кількості: 100,00% (986)	966 % від загальної кількості: 100,10% (965)	1 299 % від загальної кількості: 100,00% (1 299)	69,44% Сер./перегляд: 69,44% (0,00%)	2,49 Сер./перегляд: 2,49 (0,00%)	00:02:46 Сер./перегляд: 00:02:46 (0,00%)
<input type="checkbox"/> 1. Paid Search	566 (56,15%)	562 (58,18%)	638 (49,11%)	86,83%	1,31	00:00:26
<input type="checkbox"/> 2. Organic Search	287 (28,47%)	265 (27,43%)	438 (33,72%)	53,20%	3,92	00:05:27
<input type="checkbox"/> 3. Direct	116 (11,51%)	109 (11,28%)	180 (13,86%)	51,67%	2,92	00:04:22
<input type="checkbox"/> 4. Referral	22 (2,18%)	14 (1,45%)	26 (2,00%)	46,15%	4,88	00:05:29
<input type="checkbox"/> 5. Social	12 (1,19%)	12 (1,24%)	12 (0,92%)	83,33%	1,17	00:00:56
<input type="checkbox"/> 6. (Other)	5 (0,50%)	4 (0,41%)	5 (0,38%)	0,00%	3,40	00:00:53

Рисунок 3.32 – Показники веб-ресурсу “Країна Мрій”

Електронна комерція (результати Органічного пошуку) відображено на рисунку 3.33.

Конверсії Електронна комерція ▼		
Коефіцієнт трансакцій ?	Трансакції ?	Дохід ?
0,91% Сер./перегляд: 0,38% (137,26%)	4 % від загальної кількості: 80,00% (5)	7 233,00 грн. % від загальної кількості: 87,00% (8 313,79 грн.)
0,94%	4 (100,00%)	7 233,00 грн. (100,00%)

Рисунок 3.33 – Показники електронної комерції компанії “Країна Мрій”

Коефіцієнт трансакцій зріз із 0,91% до 0,94%. Це означає, що відсоток сеансів, які призвели до трансакції електронної комерції зростає. Кількість трансакцій становить 4 одиниці, дохід становить 7233 гривні від здійснених трансакцій.

Щодо показників ефективності роботи над просування сторінки на ресурсі Google my business, то можемо спостерігати наступні статистичні дані (рис. 3.34).

Перегляди	Пошуки	Дії
151	90	0
Перегляди результатів пошуку		31 (+121%)
Перегляди на Картах		120 (+216%)
Ефективність за минулі 28 днів		
Прямий пошук Клієнти, які знайшли профіль вашої компанії за її назвою або адресою		41 (+5%)
Категорійний пошук Клієнти, які знайшли профіль вашої компанії за категорією, товаром або послугою		49 (+717%)

Рисунок 3.34 – Результати Google my business “Країна Мрій”

Здійснено 151 перегляд сторінки компанії, зросли показники переглядів результатів пошуку; значно зросла кількість перегляду на Картах, а також зросли показники прямого пошуку та категорійного пошуку компанії.

3.5 Висновок до третього розділу

Сьогодні надзвичайно актуальним є просування бізнесу методами пошукової оптимізації. Малий та середній бізнес потребує допомоги у розробці стратегії просування їх веб-ресурсів методами SEO.

Саме тому у відповідному розділі розроблено практичні рекомендації щодо проектування та реалізації стратегії просування веб-ресурсів методами Search engine optimization (SEO). Спроектовано ТЗ просування компанії “Країна Мрій ” в Google my business

На основі сформованого комплексного алгоритму пошукової оптимізації веб ресурсів розроблено стратегію просування веб-сайту компанії “Країна Мрій” та запущено її реалізацію на практиці. Структуровано досягнуті показники ефективності реалізації стратегії просування.

4 ОХОРОНА ПРАЦІ ТА БЕЗПЕКА В НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ

4.1 Організація охорони праці для SEO-спеціаліста

Конституція України гарантує кожному право на належні, безпечні і здорові умови праці, в тому числі для найманих працівників ІТ-сфери, в даному випадку SEO-спеціаліста.

Слід зважати, що безпечні умови праці – не тільки запорука комфортного існування працівників у межах офісу, а в першу чергу – їх здоров'я та працездатності, а відтак і прибутковості підприємства. Однак у сучасних реаліях ведення бізнесу є не завжди коректним і часто власники економлять на приміщеннях та забезпеченнях належного місця роботи для працівників. Робота в офісах, що розташовані у підвальних, складських, тісних, малоосвітлених і поганопровітрюваних приміщеннях, не є рідкістю для сьогоденних «білих комірців».

SEO-спеціаліст є офісним працівником, тому повинні бути забезпечені належні умови праці в офісних приміщеннях.

Загальні вимоги до умов праці на підприємствах встановлено законодавством про працю. Відповідно до ч. 1 ст. 6 Закону України «Про охорону праці» [1] від 14.10.92 р. № 2694-ХІІ - умови праці на робочому місці, безпека технологічних процесів, устаткування та інших засобів виробництва, стан засобів колективного та індивідуального захисту, що використовуються працівником, а також санітарно-побутові умови повинні відповідати вимогам законодавства.

Більшість нормативів щодо умов праці офісних працівників встановлено на рівні державних стандартів. Основними з них є:

- Державні санітарні норми виробничого шуму, ультразвуку та інфразвуку ДСН 2.3.6.037-99, затверджені постановою Головного державного санітарного лікаря України від 01.12.99 р. № 37;

- Державні санітарні норми виробничої загальної та локальної вібрації ДСН 3.3.6.039-99, затверджені постановою Головного державного санітарного лікаря України від 01.12.99 р. № 39;
- Державні санітарні норми мікроклімату виробничих приміщень ДСН 3.3.6.042-99, затверджені постановою Головного державного санітарного лікаря України від 01.12.99 р. № 42;
- Державні санітарні правила і норми роботи з візуальними дисплейними терміналами електронно-обчислювальних машин ДСанПіН 3.3.2.007-98, затверджені постановою Головного державного санітарного лікаря України від 10.12.98 р. № 7;
- Правила охорони праці під час експлуатації електронно-обчислювальних машин, затверджені наказом Держгірпромнагляду від 26.03.2010 р. № 65
- Загальні вимоги стосовно забезпечення роботодавцями охорони праці працівників, затверджені наказом МНС від 25.01.2012 р. № 67.

Відповідно до ч. 1 ст. 13 Закону про охорону праці роботодавець зобов'язаний створити на робочому місці в кожному структурному підрозділі умови праці відповідно до нормативно-правових актів.

На жаль, на практиці роботодавці рідко їх дотримуються, що у більшості випадків пов'язано з необізнаністю з цього питання. Проте не тільки обраний Україною шлях до євроінтеграції, але й встановлена законодавством відповідальність за порушення таких норм та правил, зобов'язує ознайомитись з цим питанням більш детально.

Площу приміщень, в яких розташовують персональні комп'ютери, визначають згідно з чинними нормативними документами. Відповідно до ДСанПіН 3.3.2.007-98 з розрахунку на одне робоче місце, обладнане ПК, встановлено такі норми:

- площа – не менше 6,0 кв. м;
- об'єм – не менше 20,0 куб. м.

Заземлені конструкції, що знаходяться у приміщеннях (батареї опалення, водопровідні труби, кабелі із заземленим відкритим екраном тощо), мають бути надійно захищені діелектричними щитками або сітками від випадкового дотику.

Також в цих приміщеннях повинні бути медичні аптечки першої допомоги, системи автоматичної пожежної сигналізації та переносні вуглекислотні вогнегасники. Підходи до засобів пожежогасіння повинні бути вільними.

Робочі місця, згідно з п. 4.3 ДСанПіН 3.3.2.007-98, слід розташовувати відносно світлових прорізів так, щоб природне світло падало переважно з лівого боку. Конструкція робочого місця користувача персонального комп'ютера має забезпечити підтримання оптимальної робочої пози офісного працівника. Конструкція робочого столу має відповідати сучасним вимогам ергономіки і забезпечувати оптимальне розміщення на робочій поверхні використовуваного обладнання (дисплея, клавіатури, принтера) і документів.

Відповідно до п. 4.8 ДСанПіН 3.3.2.007-98 робочий стілець має бути підйомно-поворотним, регульованим за висотою, з кутом нахилу сидіння та спинки, від спинки до переднього краю сидіння поверхня сидіння має бути плоскою, передній край – заокругленим. Регулювання за кожним із параметрів має здійснюватися незалежно, легко і надійно фіксуватися.

Поверхня сидіння і спинки стільця має бути напівм'якою з нековзним, повітронепроникним покриттям, що легко чиститься і не електризується (п. 4.12 ДСанПіН 3.3.2.007-98).

Робочий стіл для ПК, як правило, має бути обладнаним підставкою для ніг, вимоги до її розмірів та конструкції також прописані в правилах. Застосування підставки для ніг тими, у кого ноги не дістають до підлоги, є обов'язковим. Приміщення можуть обладнуватись шафами для зберігання документів, магнітних дисків, полицями, стелажми, тумбами тощо з урахуванням вимог до площі приміщень.

Поверхня підлоги має бути рівною, неслизькою, з антистатичними властивостями. Забороняється для оздоблення інтер'єру приміщень з персональними комп'ютерами застосовувати полімерні матеріали (шпалери, що миються, рулонні синтетичні матеріали, шаруватий паперовий пластик тощо), що виділяють у повітря шкідливі хімічні речовини.

Відповідно до розділу VI Правил № 65 щодня перед початком роботи необхідно очищати монітор від пилу та інших забруднень. Після закінчення роботи персональний комп'ютер і периферійні пристрої повинні бути відключені від електричної мережі. У разі виникнення аварійної ситуації необхідно негайно відключити персональний комп'ютер і периферійні пристрої від електричної мережі.

Персональні комп'ютери, периферійні пристрої повинні підключатися до електромережі тільки з допомогою справних штепсельних з'єднань і електророзеток заводського виготовлення (п. 2.9 Правил № 65). Необхідно унеможливити з'єднання контактів фазових провідників з контактами нульового захисного провідника. Неприпустимим є підключення комп'ютерів, периферійних пристроїв до звичайної двопровідної електромережі, в тому числі – з використанням перехідних пристроїв.

Є неприпустимими:

- експлуатація кабелів та проводів з пошкодженою або такою, що втратила захисні властивості за час експлуатації, ізоляцією;
- застосування саморобних подовжувачів, застосування для опалення приміщення нестандартного (саморобного) електронагрівального обладнання або ламп розжарювання;
- користування пошкодженими розетками, розгалужувальними та з'єднувальними коробками, вимикачами та іншими електровиробами, а також лампами, скло яких має сліди затемнення або випинання;
- використання електроапаратури та приладів в умовах, що не відповідають вказівкам (рекомендаціям) підприємств-виготовлювачів.

Приміщення для роботи з персональними комп'ютерами мають бути обладнані системами опалення, кондиціонування повітря, або припливно-втяжною вентиляцією. У приміщеннях на робочих місцях мають забезпечуватись оптимальні значення параметрів мікроклімату: температури, відносної вологості та рухливості повітря відповідно до норм та правил, а також ДБН В.2.5-67:2013 «Опалення, вентиляція та кондиціонування», затверджених наказом Мінрегіону від 25.01.2013 р. № 24.

Відповідно до санітарних норм мікроклімату виробничих приміщень ДСН 3.3.6.042-99 в офісних приміщеннях температура повітря повинна становити 22–25°C, відносна вологість повітря – 40–60%, швидкість руху повітря – не більше 0,1 м/с.

Як відомо, тривала робота за комп'ютером при недостатньому рівні освітленості може призвести до значного перенапруження зору, тому вимоги до освітлення є досить важливими. Додатково, окрім вже перелічених документів, вимоги до освітлення встановлено ДБН В.2.5-28-2006 «Природне і штучне освітлення», затвердженими наказом Мінрегіону від 15.05.2006 р. № 168.

Відносно вікон робоче місце необхідно організувати так, щоб природне світло було з лівого боку (п. 4.3 ДСанПіН 3.3.2.007-98). Робоче місце необхідно розміщувати таким чином, щоб уникнути попадання прямого світла в очі. Для забезпечення захисту і досягнення нормованих рівнів комп'ютерних випромінювань необхідне застосування приєкраних фільтрів, локальних світлофільтрів (засобів індивідуального захисту очей) та інших засобів захисту, що пройшли випробування в акредитованих лабораторіях і мають щорічний гігієнічний сертифікат (п. 4.19 ДСанПіН 3.3.2.007-98).

Штучне освітлення приміщення має здійснюватись системою загального рівномірного освітлення (п. 3.2.2 ДСанПіН 3.3.2.007-98). У приміщеннях при переважній роботі з документами допускається використання системи комбінованого освітлення, тобто встановлення світильників місцевого освітлення додатково до загального.

Як джерела штучного освітлення необхідно використовувати люмінесцентні лампи. Згідно з п. 3.2.5 ДСанПіН 3.3.2.007-98 система загального освітлення має бути у вигляді суцільних або переривчатих ліній світильників, що розташовані збоку від робочих місць (зазвичай ліворуч) паралельно лінії зору працівників.

Допускається застосування ламп розжарювання у світильниках місцевого освітлення та, у разі влаштування відбитого освітлення у виробничих чи адміністративно-громадських приміщеннях, метало галогенних ламп потужністю 250 Вт.

Рівні шуму та вібрації на робочих місцях осіб, що працюють з ПК, визначаються відповідно до ДСанПіН 3.3.2.007-98. Для забезпечення дотримання допустимих рівнів шуму на робочих місцях застосовуються засоби звукопоглинання, вибір яких обґрунтовується спеціальними інженерно-акустичними розрахунками (п. 3.3.3 ДСанПіН 3.3.2.007-98).

Перелік організаційно-технічних заходів щодо обмеження несприятливого впливу шуму та вібрації на працюючих наведено в ДСН 2.3.6.037-99 та ДСН 3.3.6.039-99, серед яких зменшення шуму та вібрації на шляху розповсюдження засобами ізоляції та поглинання, наприклад, за рахунок використання гумових, поролонових, інших шумо- чи вібропоглинаючих матеріалів, або інших матеріалів аналогічного призначення, що дозволені для оздоблення приміщень органами державного санітарно-епідеміологічного нагляду.

При організації праці, що пов'язана з використанням персональних комп'ютерів, для збереження здоров'я працюючих, запобігання професійним захворювання і підтримки працездатності слід передбачити регламентовані перерви для відпочинку. Режими праці і відпочинку мають передбачати додаткові нетривалі перерви в періоди, що передують появі об'єктивних і суб'єктивних ознак стомлення і зниження працездатності. За основну роботу з персональним комп'ютером слід вважати таку, що займає не менше 50% часу впродовж робочої зміни.

Відповідно до п. 5.3 ДСанПіН 3.3.2.007-98 протягом дня мають передбачатися:

- перерви для відпочинку і вживання їжі (обідні перерви);
- перерви для відпочинку і особистих потреб (згідно з трудовими нормами);
- додаткові перерви, що вводяться для окремих професій з урахуванням особливостей трудової діяльності.

Тривалість обідньої перерви визначається чинним законодавством про працю і правилами внутрішнього трудового розпорядку.

Пунктом 5.8 ДСанПіН 3.3.2.007-98 встановлюються такі внутрішньозмінні режими праці та відпочинку при роботі з ЕОМ при 8-годинній денній робочій зміні залежно від характеру праці. У всіх випадках, коли виробничі обставини не дозволяють застосувати регламентовані перерви, тривалість безперервної роботи з персональним комп'ютером не повинна перевищувати 4 години. При 12-годинній робочій зміні регламентовані перерви повинні встановлюватися в перші 8 годин роботи аналогічно перервам при 8-годинній робочій зміні, а протягом останніх 4-х годин роботи, незалежно від характеру трудової діяльності, через кожну годину тривалістю 15 хвилин (п. 5.9 та п. 5.10 ДСанПіН 3.3.2.007-98).

З метою зменшення негативного впливу монотонності є доцільним застосовувати чергування операцій обробки тексту і числових даних (зміна змісту роботи), чергування вводу даних та редагування текстів. Для зниження нервово-емоційного напруження, стомлення зорового аналізатора, поліпшення мозкового кровообігу, подолання несприятливих наслідків гіподинамії, запобігання втомі доцільні деякі перерви використовувати для виконання комплексу вправ, приклади яких також наведено в ДСанПіН 3.3.2.007-98.

В окремих випадках – при хронічних скаргах працюючих на зорове стомлення, незважаючи на дотримання санітарно-гігієнічних вимог до режимів праці і відпочинку, а також застосування засобів локального захисту очей – допускається індивідуальний підхід до обмеження часу робіт з персональним

комп'ютером, зміни характеру праці, чергування з іншими видами діяльності, не пов'язаними з персональним комп'ютером.

4.2 Здоровий спосіб життя людини та його вплив на професійну діяльність

Здоров'я людини ґрунтується на основі способу життя та екологічних умов. Однак певною мірою воно залежить також від свідомого ставлення людини до себе та оточуючого середовища. Здоров'я людини – стан повного комфорту коли функція всіх органів і систем організму виважені з природним і соціальним середовищем, відсутні будь-які хвилювання, хворобливі стани та фізичні дефекти. Критерій здоров'я визначається комплексом показників. Однак за найзагальнішими рисами здоров'я індивідуума можна визначити як природний стан організму, що характеризується повною врівноваженістю будь-яких виражених хворобливих змін. Слід пам'ятати, що здоров'я залежить від багатьох факторів, які об'єднуються в одне поняття – здоровий спосіб життя. Його метою є навчити людину розумно ставитися до свого здоров'я, фізичної та психічної культури, загартовувати свій організм, вміло організовувати працю і відпочинок.

До основних складових здорового способу життя належать:

1. Спосіб життя. Має велике значення для здоров'я людини і складається з чотирьох категорій:

- економічної (рівень життя),
- соціологічна (якість життя)
- соціально-психологічної (стиль життя),
- соціально-економічної (устрій життя)

2. Рівень культури. Слід пам'ятати, що людина – суб'єкт і одночасно головний результат своєї діяльності. Культура з цієї точки зору – це самосвідоме ставлення до самого себе. Однак люди дуже часто нехтують своїм здоров'ям, ведуть неправильний спосіб життя, не дотримуються режиму

переїдають, курять. Тому для здоров'я потрібні знання, які увійшли б у повсякденну звичку людини.

3. Здоров'я в ієрархії потреб. Не завжди в житті людини здоров'я займає перше місце порівняно з речами та іншими матеріальними благами. У результаті це призводить до шкоди не лише своєму здоров'ю, а й здоров'ю майбутніх поколінь. Отже, здоров'я повинно займати перше місце в ієрархії потреб людини.

4. Мотивування. На превеликий жаль, ціну здоров'я більшість людей усвідомлює лише тоді, коли воно значно втрачено. Тільки тоді виникає прагнення вилікувати захворювання, стати здоровим.

5. Зворотні зв'язки – нерозумне і довге випробовування стійкості свого організму нездоровим способом життя (алкоголь, нікотин). Тільки через певний час спрацьовують зворотні зв'язки людини, коли вона кидає шкідливі звички, проте це вже часто запізно.

6. Установа на довге здорове життя. У повсякденному житті вміло мобілізувати резерви свого організму на подолання розладів життєвого характеру, на зменшення ризику захворювань, що сприяє довголіттю

7. Навчання здоровому способу життя. Джерелом навичок з цього питання є передусім приклад батьків, допомагає також і санітарна освіта. Важливим фактором, що визначає реакцію людини на екстремальну ситуацію, є її психофізичні якості та загальний стан. Вони проявляються через чутливість людини до виявлення сигналів небезпеки, перед реакцією на ці сигнали. Показники, які зумовлюють можливості людини виявити небезпечну ситуацію та адекватно реагувати на неї, залежать від індивідуальних особливостей, зокрема від її нервової системи. На поведінку людини у небезпечній ситуації впливає й її психічний та фізичний стан.

8. Психічний стан. Сучасна людина зустрічається з багатьма факторами ризику, що негативно впливають на стан її нервової та серцево-судинної систем, знижує опірність організму. При цьому виникає стресова реакція організму. Так, наприклад, психічна травма, отримана внаслідок конфлікту,

виводить людину з нормального психічного стану, що може призвести до суттєвих змін у виконанні професійних функцій і загального функціонального стану. У перекладі «стрес» означає «напруження», тобто відповідь організму на поставлену перед ним проблему.

Стрес – це сукупність загальних неспецифічних біохімічних, фізіологічних і психологічних реакцій організму внаслідок дії надзвичайних подразників різної природи і характеру, які викликають порушення функцій органів.

Повне звільнення від стресу означає смерть, тому слабкий стрес є нормальним явищем у житті і потрібним для реалізації людської повноцінності. Однак якщо він інтенсивний і довготривалий, то може стати основою розвитку захворювань або зумовити смерть.

Медичні та соціологічні дослідження серед різних категорій населення показують, що люди по-різному реагують на надзвичайні ситуації. Є люди, стресостійкі до побутових негараздів, але дуже стресореактивні до сімейних проблем та невдач у коханні, інші боляче сприймають невдачі на роботі, ще інші втрату соціального статусу.

Відомо, що в осіб до 30 років життєві потреби значно більші, ніж у людей старшого віку, а відтак стресові стани у них переважають.

Велике значення для розвитку стресового стану має поведінка в екстремальних умовах (аварія, кримінальна ситуація, стихійне лихо). Неправильна поведінка у таких ситуаціях найчастіше є причиною шкідливих наслідків стресу. Вона зумовлює результат стресу більше, ніж фактори зовнішнього середовища. У цих випадках стрес може виявитись у вигляді паніки, суєти, істерики.

Стійкість організму до різноманітних стресових станів є дуже індивідуальною. Деякі люди без усіляких наслідків переносять надзвичайно складні екстремальні ситуації, ніколи не непритомніють, не втрачають сили волі, психологічної рівноваги. Інші вже при незначних екстремальних ситуаціях втрачають витримку і віру в себе.

Це залежить, по-перше, індивідуальна чутливість до екстремальних ситуацій зумовлена типом вищої нервової діяльності. Чотири типи темпераментів: холерик, сангвінік, флегматик, меланхолік. Холерик – характеризується швидкістю дій, сильними почуттями і пристрастями, що швидко виникають. Це яскраво виражається в мові, жестах, міміці. Холерик завжди вважає себе правим, важко визнає свої помилки. Сангвінік – характеризується жвавістю, швидкою збуджуваністю та легкою зміною емоцій. Сангвінік товариський, але не є постійним, на нього не можна покладатися у скрутну хвилину. Флегматик – характеризується поміркованістю, не поспішає у вирішенні проблем. Надійний, не дратівливий, не скаржиться, проте байдужий до інших. Меланхолік – характеризується схильністю до депресії, настроїв суму, пригніченості. Впадає у відчай у надзвичайних екстремальних ситуаціях, стає нездатним подолати труднощі. Належність до того чи іншого типу залежить від уміння володіти собою, своєю волею, почуттями та пристрастями в екстремальних умовах.

Для загартованості психічного стану людині треба використовувати фізичну працю, заняття спортом, прогулянки на свіжому повітрі та інші природні фактори.

По-друге, уміння володіти собою, керувати емоціями, психо-емоційним напруженням. Це значить постійно контролювати свої дії, вчинки, залишатися врівноваженим навіть у найбільш напружених обставинах

Слід зазначити, що існують різноманітні психологічні засоби зняття нервового напруження для відновлення працездатності, до яких належать: психотерапія, психопрофілактика, психогігієна.

Психотерапія – це терапевтичне використання гіпнозу, коли він є лікувальним, не піддаючи хворого ніякому ризику. Психотерапію можна використовувати при невротичних розладах, які сталися внаслідок надзвичайних ситуацій, для послаблення страху і тривоги.

Психопрофілактика – аутогенне психом'язове тренування, яке має на меті навчити людину свідомо корегувати деякі процеси в організмі, які дають змогу

захистити психіку людини від шкідливих дій і «настроїти» її на переборення труднощів та стресових станів. Його можна застосовувати для відновлення сил перед робочим днем, у перервах, а також після робочого дня.

Для зняття почуття тривоги, страху є певні тести, формули. Для більш швидкого відновлення сил після втоми рекомендується використовувати навіюваний сон, тобто навчитися вводити себе на певний час у сон і самостійно виходити з нього бадьорим. Тривалість навіюваного сну 30 - 40 хв.

Психогігієна – включає мистецтво взаємовідносин між людьми, гармонію людини і природи, комфортні умови побуту, різні види відпочинку.

Найважливішим для людини є її фізичний стан здоров'я, який залежить як від біологічних факторів (спадковості), так і від складного комплексу соціальних, економічних, гігієнічних, кліматогеографічних та інших умов навколишнього середовища. Під впливом несприятливих факторів рівень фізичного стану здоров'я знижується, а поліпшення умов сприяє його підвищенню.

Виходячи із концепції фізичного здоров'я, основним його критерієм слід вважати енергопотенціал біосистеми, оскільки життєдіяльність будь-якого живого організму залежить від акумуляції і мобілізації енергії для забезпечення фізичних функцій. Виходячи з цього, стан фізичного розвитку людини характеризується його антропометричними даними. Ріст людини в основному завершується до 23 років, у дівчат – до 18, у юнаків – до 20. Найпростіший метод визначення оптимальної маси тіла полягає в тому, що ідеальна маса в кілограмах дорівнює зросту в сантиметрах мінус 100; інші дані: форма грудної клітки, мускулатура.

Здоров'я людини, опірність її організму до несприятливих умов навколишнього середовища, працездатність значною мірою залежать від харчування. Правильне і раціональне харчування є важливим фактором забезпечення життєдіяльності людини, росту та розвитку організму, запобігання та лікування хвороб, у тому числі й тих, які сталися внаслідок надзвичайних ситуацій.

Важливим фактором фізичного здоров'я є загартування організму.

Загартування – це підвищення стійкості організму до несприятливих умов деяких факторів навколишнього середовища (наприклад низької і високої температур) шляхом систематичного дозованого впливу цих факторів на організм. В основі загартування лежить властивість організму людини пристосовуватись до зміни умов навколишнього середовища. У людини відбувається процес пристосування організму до нових умов існування – виникає адаптація. Загартування холодом є практично найважливішим, оскільки переохолодження організму сприяє виникненню респіраторних вірусних захворювань. В організмі, стійкому до низьких температур, тепло утворюється інтенсивніше, що сприяє кращому кровообігу і зменшує можливість виникнення інфекційних захворювань та обморожень.

Інші засоби зміцнення здоров'я – ранкова гігієнічна гімнастика, перебування на природі – у лісі, парку, біля моря, у горах.

4.3 Висновки до четвертого розділу

В цьому розділі розглянуто важливі питання охорони праці та безпеки в надзвичайних ситуаціях, зокрема описано загальні вимоги до умов праці SEO-спеціаліста, детально проаналізовано чинні нормативно – правові акти щодо створення належних і безпечних умов праці для працівників, які у своїй роботі використовують персональні комп'ютери, розглянуто режими праці і відпочинку, проаналізовано вплив здорового способу життя людини на професійну діяльність

Дані питання є надзвичайно актуальними для вивчення та вироблення рекомендацій для розробки стратегії просування бізнесу, а також здоров'я суспільства та його професійного зростання.

ВИСНОВКИ

У результаті виконання кваліфікаційної роботи магістра було досягнуто поставленої мети дослідження, а саме обґрунтовано та розроблено теоретико-методичні положення і практичні рекомендації щодо проектування та реалізації стратегії просування веб-ресурсів методами Search engine optimization (SEO). У ході виконання даного дослідження отримано наступні результати:

- здійснено аналіз літературних джерел щодо проблематики дослідження;
- виокремлено основні виклики та передумови проектування та реалізації стратегії просування веб-ресурсів малого та середнього бізнесу;
- охарактеризовано основні методи пошукової оптимізації та алгоритми роботи Google my business;
- на основі аналізу конкурентів та системи оцінки технічних показників сайтів запропоновано тактичний план дій для покращення роботи веб-ресурсів;
- розроблено практичні рекомендації щодо проектування та реалізації стратегії просування веб-ресурсів методами Search engine optimization (SEO);
- сформовано комплексний алгоритм пошукової оптимізації веб ресурсів та на основі нього розроблено стратегію просування веб-ресурсу компанії “Країна Мрій” та здійснено частково її реалізацію.

Подальше дослідження, модифікація, розробка та впровадження відповідних стратегій просування веб-ресурсів методами SEO, матиме лише позитивний ефект як для бізнесу, споживачів, так і для економіки країни в цілому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Що таке SEO? URL: <https://seoprofy.ua/blog/wiki/chto-takoe-seo>
2. SEO. Netpeak. URL: <https://netpeak.net/uk/ua/>
3. Чи померло SEO? Відповідає Devaka. URL: <https://webpromoexperts.net/ua/blog/umerlo-li-seo-otvechaet-devaka/>
4. Оптимізація для пошукових систем. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D0%BF%D1%82%D0%B8%D0%BC%D1%96%D0%B7%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F_%D0%B4%D0%BB%D1%8F_%D0%BF%D0%BE%D1%88%D1%83%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%85_%D1%81%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC
5. SEO 2019: Learn Search Engine Optimization With Smart Internet Marketing Strategies. Simple Effectiveness Publishing, 2019.
6. McDonald J. SEO Fitness Workbook: The Seven Steps to Search Engine Optimization. Independently Published, 2018. 358 с.
7. Ілляшенко Н.С. SEO-оптимізація як сучасний інструмент інтернет-маркетингу / Н.С. Ілляшенко, О. С. Савченко // Маркетинг і менеджмент інновацій. 2012. № 3. С. 63–74. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/29141/1/Internet-marketing.pdf> (дата звернення: 15.04.2022).
8. Байков В.Д. Интернет: поиск информации и продвижение сайтов / В.Д. Байков. Санкт-Петербург: «БХВ-Санкт-Петербург», 2000. 288 с.
9. Варвиш О.С. Проблеми становлення та перспективи розвитку інтернет-маркетингу в українській економіці / О.С. Варвиш. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/inek/2011_5/235.pdf (дата звернення: 15.04.2022).
10. Вертайм К. Цифровой маркетинг. Как увеличить продажи с помощью социальных сетей, блогов, вики-ресурсов, мобильных телефонов и других современных технологий (DigiMarketing: The Essential Guide to New media & Digital Marketing) / К. Вертайм, Я. Фенвик. М.: Издательство Альпина

Паблішер, Юрайт, 2010. 384 с.

11. Ілляшенко С.М. Сучасні тенденції застосування інтернет-технологій / С.М. Ілляшенко. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Mimi/2011_4_2/2_1.pdf (дата звернення: 05.04.2022).

12. Маслак О.І. Застосування маркетингових інструментів у сфері електронної комерції / О.І. Маслак, С.С. Романенко. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Natural/Vkdpu/2010_1_1/PDF_1_2010_ch1/183.pdf (дата звернення: 05.04.2022).

13. Інтернет-маркетинг. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/> Інтернет-маркетинг (дата звернення: 15.05.2018).

14. Басюк Т.М. Принципи побудови системи аналізу та просування інтернет ресурсів / Т.М. Басюк // Комп'ютерні науки та інформаційні технології. – Львів: Нац. ун-т «Львівська політехніка». 2012. № 784. С. 43–48.

15. Терещенко В.В. Аналіз сучасних методик пошукової оптимізації (SEO) / В.В. Терещенко // Вісник Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського. 2015. Вип. 6(1). С. 48–54. URL: http://www.kdu.edu.ua/PUBL/statti/2015_6_48_6_2015.pdf (дата звернення: 15.04.2022).

16. Search Engine Market Share Ukraine // StatCounter. URL: <http://gs.statcounter.com/search-engine-market-share/all/ukraine> (дата звернення: 05.03.2022).

17. Необхідні критерії оцінки сайта. URL: <http://www.svoysite.info/sozdanie/kriterii-dostupnosti-i-udobstva-sajta.html> (дата звернення: 05.03.2022).

18. Оптимізація сайта. URL: <http://bankstatey.com/index.php?newsid=20732> (дата звернення: 15.05.2018).

19. SEO оптимізація – що це таке? URL: <http://andrey.lviv.ua/blog/seo> (дата звернення: 15.03.2022).

20. Davis H. Search engine optimization. Building Traffic and Making Money with SEO / H. Davis. – O'Reilly Media Inc., 2006. SoftwareGarage. How to create a

semantic kernel for site promotion, 2021 [Online], available at: <https://software-garage.com/blog/how-to-create-a-semantic-kernel-for-site-promotion/>

21. OdesSeo. Семантичне проектування сайту, 2021 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://odesseo.com.ua/semanticheskoe-proectirovanie/>

22. Blue Corona. Measurable marketing solutions. Writing for different types of search queries, 2021 [Online], available at: <https://www.bluecorona.com/blog/types-of-search-queries>

23. WordStream. Online Advertising made easy. The 3 types of search queries & how you should target them, 2021 [Online], available at: <https://www.wordstream.com/blog/ws/2012/12/10/three-types-of-search-queries>

24. Key collector – an easy way to process your keywords. The professional tool for keyword research, 2021 [Online], available at: <http://www.key-collector.com/>

25. Wordstat yandex. Підбирання слів Яндекс, 2021 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://wordstat.yandex.ua/>

26. Google Adwords. Планувальник ключових слів, 2021 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://adwords.google.com/intl/uk_ua/home/tools/keyword-planner/

27. Блог Олексія Чекушина. Кластеризація семантики, 2021 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://just-magic.org/serv/grp_onl.php

28. Fomin. Software developer. Кластеризація семантичного ядра сайту, 2021 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua.seo-engines.com/klasterizaciya-semanticheskogo-yadra-sai%CC%86ta/> (Accessed 12 December 21).

29. Басюк Т.М. Проектування системи автоматизації процесу seo-оптимізації / Т.М. Басюк // Комп'ютерні науки та інформаційні технології. Львів: Нац. ун-т «Львівська політехніка». 2014. № 800. С. 92–97. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_

file_name=PDF/VNULPKNIT_2014_800_16.pdf (дата звернення: 05.03.2022).

30. Басюк Т.М. Ранжування веб-сайтів в мережі інтернет / Т.М.Басюк, А.С. Василюк // Інформаційні системи та мережі. – Львів: Нац. ун-т «Львівська політехніка», 2013. № 770. С. 3–12. URL: http://science.lp.edu.ua/sites/default/files/Papers/3_2_0.pdf (дата звернення: 15.03.2022).

31. Крохина О.И. Первая книга SEO-копирайтера. Как написать текст для поисковых машин и пользователей / О.И. Крохина, М.Н. Полосина. М.: «Инфра-Инженерия», 2012. 216 с.

32. Мозгова Г.В. Сайт як інструмент інтернет-маркетингу. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/9_ukr/90.pdf (дата звернення: 05.12.2021).

33. Як перевірити позиції сайта: сервіси та софт. URL: <http://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/kak-proverit-pozitsii-sajta-servisy-i-soft/> (дата звернення: 05.02.2022).

34. 7 способів перевірки зовнішніх посилань на сайт. URL: <https://seo-studio.ua/blog/7-sposobov-proverki-vneshnih-ssylok-na-sayt> (дата звернення: 15.03.2022).

35. Яковлев А.А. Раскрутка и продвижение сайтов: основы, секреты, трюки / А.А. Яковлев. – СПб.: БХВ-Петербург, 2007. 336 с.

36. Яновский М.В. Системы SEO-оптимизации / М.В. Яновский // Computer World Україна. К.: Препрес. – 2011. – № 8(2011). С. 72–75.

37. Human, S.E., Provan, K.G.: External Resource Exchange and Perceptions of Competitiveness within Organizational Networks: An Organizational Learning Perspective. *Frontiers of Entrepreneurship* (1996)

38. Kratzer, J., Leenders, R.T., van Engelen, J.M.L.: Stimulating the potential: Creative performance and communication in innovation teams. *Creativity and Innovation Management* 13(1), 63–71 (2004)

39. Lakhani, K.R.: Innocentive.com. Harvard Business School case No. 9-608-170 (2008)

40. Levy, M., Powell, P.: Strategies for Growth in SMEs – The Role of Information and Information Systems. Information Systems Series (ISS). Elsevier, Oxford (2005)
41. Martins, E.C., Terblanche, F.: Building Organizational Culture that Stimulates Creativity and Innovation. *European Journal of Innovation Management* 6(1), 64–74 (2003)
42. McAfee, A.P.: Enterprise 2.0: The Drawn of Emergent Collaboration. *Sloan Management Review* 47(3), 21–28 (2006)
43. McKinsey and Company: Building the Web 2.0 Enterprise: Mc Kinsey Global Survey Results. *The McKinsey Quarterly* (July 2008)
44. Milles, M.B., Huberman, A.M.: *Qualitative Data Analysis*, 2nd edn. Sage Publications, Thousand Oaks (1994)
45. Oldham, G.R., Cummings, A.: Employee creativity: Personal and Contextual Factors at Work. *The Academy of Management Journal* 39(3), 607–634 (1996)
46. Social Computing News Desk (2008): Web 2.0 is All About Using the Power of the Web Business Advantages, Says Expert. *Social Computing Magazine* (May 25, 2007) (2008) (last access: March 12, 2022), <http://www.socialcomputingmagazine.com/viewcolumn.cfm?colid=249#bio>
47. Street, C.T., Cameron, A.F.: External Relationships and the Small Business: A Review of Small Business Alliance and Network Research. *Journal of Small Business Management* 45(2), 239–266 (2007)
48. The Economist Intelligence Unit: *Serious Business – Web 2.0 Goes Corporate*. Report from the Economist Intelligence Unit Sponsored by FAST (2007)
49. Thielemann, F.: *Die Gestaltung von Kooperationen kleiner und mittlerer Unternehmen*. Innovation: Forschung und Management. No.7, IAI Institut für angewandte Innovationsforschung, Bochum (1996)
50. Tierney, P., Farmer, S.M., Graen, G.B.: An examination of leadership and employee creativity: the relevance of traits and relationships. *Personnel Psychology* 52, 591–620 (1999)

51. Van der Meer, H.: Open Innovation – The Dutch treat: Challenges in thinking in business models. *Creativity and Innovation Management* 16(2), 192–202 (2007)

52. Volery, T., Mensik, S.: The Role of Trust in Creating Effective Alliances: A Managerial Perspective. *Journal of Business Ethics* 17, 987–994 (1998)

53. Von Hippel, E.: Sticky Information and the Locus of Problem Solving. *Management Science* 40, 429–439 (1994)

54. Von Hippel, E.: *Democratizing Innovation*. MIT Press, Cambridge (2005)

55. Вплив комп'ютера на здоров'я користувача - інформатики - Методоб'єднання вчителів - Відділ освіти та ММК - Відділ освіти Миргородської міської ради. Відділ освіти Миргородської міської ради - Головна сторінка. URL: http://mirgorod-gorono.at.ua/publ/metodob_39_ednannja_vchiteliv/inform/vpliv_komp_jutera_na_zdorov_ja_koristuvacha/26-1-0-238 (дата звернення: 17.12.2021).

56. Охорона праці в галузі. Для спеціальностей «Комп'ютерні системи та мережі», «Спеціалізовані комп'ютерні системи» - Література з питань охорони праці - Підручники та інша література - Охорона праці та пожежна безпека - Охорона праці та пожежна безпека. Охорона праці та пожежна безпека. URL: https://otipb.at.ua/load/okhorona_praci_v_galuzi_dlja_specialnostej_komp_juterni_sistemi_ta_merezhi_specializovani_komp_juterni_sistemi/13-1-0-3328 (дата звернення: 17.12.2021).

57. Охорона праці на підприємстві: що потрібно знати? – Управління Держпраці у Тернопільській області. Управління Держпраці у Тернопільській області – Офіційний сайт. URL: <https://te.dsp.gov.ua/ohorona-pratsi-na-pidpryemstvi-shho-potribno-znaty/> (дата звернення: 17.12.2021).

58. Охорона праці на підприємстві: що має знати роботодавець? | Блог бухгалтера від М.Е.Дос. М.Е.Дос – своєчасна звітність та простий обмін документами. URL: <https://medoc.ua/blog/ohorona-praci-na-pidprimstvi-shho-ma-znati-robotodavec> (дата звернення: 17.12.2021).

59. Охорона праці на підприємстві: головні вимоги. Бериславська

ДОДАТКИ

Навчально-методична література

**АКТУАЛЬНІ ЗАДАЧІ СУЧАСНИХ
ТЕХНОЛОГІЙ**
Збірник
тез доповідей

Том II

**VI Міжнародної науково-технічної
конференції молодих учених та студентів 16-17
листопада 2017 року**

Комп'ютерне макетування та верстка *В.О. Дзюра*

Формат 60x90/16. Обл. вид. арк. 14,57. Тираж 300 прим. Зам. № 2972.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя.

46001, м. Тернопіль, вул. Руська, 56.

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 4226 від 08.12.11.

УДК 004.89

І.В. Станько, І.В. Струтинська, канд. екон. наук

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МОБІЛЬНОГО ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ

I.V. Stanko, I.V. Strutynska, Ph.D.

TRENDS OF DEVELOPMENT MOBILE INTERNET MARKETING

Мобільний маркетинг - це ширше, аніж SMS-маркетинг, поняття, яке означає процес поширення маркетингової інформації на мобільні телефони абонентів- споживачів не лише через текстові повідомлення (SMS), але і інші мобільні технології та, як правило, отримання від них зворотної реакції.

До інструментарію мобільного маркетингу входять:

- короткі текстові повідомлення SMS, MMS;
- мобільні сайти та програми (mobile apps) та голосове автоматичне меню;
- доступне у тоновому режимі IVR (Interactive Voice Response), мультимедійні (фото, звук, відео);
- локальний (до 10м) радіозв'язок між комунікаційними засобами (телефонами, ноутбуками і т.п.), Bluetooth.

Зараз у світі основним інструментом для мобільного маркетингу залишаються SMS та мобільні сайти, якими в Україні користується відповідно 80% та 35% абонентів.

Показники у Європі:

- 74% населення має доступ до Інтернету;
- дорослі в середньому мають 1,3 мобільного пристрою;
- 1900 хвилин онлайн кожного місяця. Показники в Україні:
- 61% людей в Україні мають доступ до Інтернету;
- 52% людей мають доступ до Інтернету щоденно;
- 35% людей в Україні використовують телефон для виходу в Інтернет.

У кінці 2015 року частка запитів з мобільних пристроїв уперше перевищила частку запитів з комп'ютерів у Google. Так, спостерігається наступна тенденція:

- 50% користувачів, які шукали магазин на мобільному пристрої, відвідали цей магазин того ж дня та 18% пошуків привели до купівлі;
- 75% користувачів перевіряють ціну та наявність товару онлайн передходом у магазин;
- 82% користувачів смартфонів шукають інформацію під час походу в магазин з яких 33% використовують їх замість того, щоб запитувати продавців;
- 77% українців перебувають онлайн кожного дня та 31% українців перебувають онлайн навіть під час перегляду ТБ;
- 50% переглядів YouTube на мобільних пристроях у світі.

Зважаючи на дані статистичні показники, можемо спостерігати тенденцію до подальшого розвитку та використання технологій мобільного інтернет-маркетингу у повсякденному та професійному житті людей.

Додаток Б

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ІВАНА ПУЛЮЯ

МАТЕРІАЛИ

ІХ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

**«ІНФОРМАЦІЙНІ МОДЕЛІ,
СИСТЕМИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ»**



8–9 грудня 2021 року

Тернопіль 2021

УДК 004.415.5

І.В. Станько, А.І. Войтович

(Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна)

ОГЛЯД МЕТОДІВ ОПТИМІЗАЦІЇ ПРОЦЕСІВ

УДК 004.415.5

I.Stanko, A. Vojtovych

OVERVIEW OF PROCESS OPTIMIZATION METHODS

Методи оптимізації процесів.

Загалом, оптимізація процесу не є синонімом оптимізації, а вдосконалення. Таким чином, методи оптимізації процесів насправді є заходами, які спрямовані на досягнення покращень. Якщо раніше оптимізація процесів забезпечувалась управлінням якістю, то тепер це завдання все більше покладається на промислове інженерство. Є кілька способів покращення процесів. Важливо запровадити методи оптимізації процесу та правильно проаналізувати відповідні умови. Методи оптимізації процесу можуть бути досягнуті лише за допомогою структурованого підходу. Існує багато способів оптимізації процесів [1].

Підвищення продуктивності можна досягти кількома способами. Використовуються технічні та організаційні засоби, оскільки вони дозволяють досягти значно більшого, ніж один із цих підходів у поєднанні. Як допоміжні засоби можна використовувати технічні засоби або навіть автоматику. Технічні засоби повинні відповідати заданій структурі. Наприклад, купувати повністю автоматичного зварювального робота не варто, якщо потрібно зварити лише кілька деталей. Але оптимізація процесів за допомогою автоматизації є важливим фактором, який не слід недооцінювати. Метод 5S може бути оптимізацією процесів або підходом до покращення процесів на робочому місці і, отже, підвищення продуктивності. Метод 5S є одним із можливих методів покращення процесів на робочому місці і, таким чином, підвищення продуктивності. П'ять «S» спочатку походять від японських термінів Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu та Shitsuke, які представляють п'ять кроків методу 5S. У перекладі вони означають: відбирати, систематизувати, очищати, стандартизувати і самодисциплінувати.

Оптимізація процесу: процедура вдосконалення виробничих ділянок. Планування розташування є важливою частиною планування заводу. Макет зазвичай відображається за допомогою системи САД. Зменшення площі та розміщення послуг один щодо одного планується спеціальними методами. Таким чином виходить ідеальна оптимізація процесу. Трикутний метод за Шмігаллою може дати дуже хороші результати. Цей метод дозволяє оптимально координувати послуги. Важливим є потік матеріалів між різними відділами [1].

Оптимізація процесу: процедура покращення використання потужностей

Використання машин можна покращити кількома способами. Дуже ефективним рішенням є скорочення часу приготування. Це один із методів бережливого виробництва методів оптимізації процесів.

Оптимізація процесу: процедура вдосконалення процесу

Щоб удосконалити процеси, необхідно їх попередньо проаналізувати. Існує ряд методів оптимізації процесу, які можна застосувати в конкретному випадку. Існує велика різноманітність методів оптимізації процесів і варіантів використання.

Оптимізація процесу: процедура скорочення шляху

Скорочення часу в дорозі може вплинути на робочу систему або на всю компанію. У робочій системі зменшення переміщень можна досягти за допомогою діаграми спагетті. Ця оптимізація процесу/процедур не може бути застосована до всієї компанії. Планування розвитку, наприклад, за методом трикутників за Шмігаллою, однак також покращує шляхи. Якщо на підприємстві доводиться перевозити менше матеріалу, відстань, яку необхідно подолати, також зменшується [2].

Оптимізація процесу: процедура підвищення якості. Хороша якість є одним із найважливіших методів оптимізації процесів: якість завжди відігравала особливу роль, а в промислово розвиненій країні, зокрема, фактор якості є вирішальним фактором. Якість визначається за допомогою вимірювального та випробувального обладнання, але якість створюється набагато раніше, і для цього необхідно створити відповідні рамки. Метод Six Sigma може бути основою для забезпечення якості. Оптимізація процесу: процедура зниження витрат

Перераховані вище методи сприяють зниженню витрат, тому не існує конкретної оптимізації процесу/підходу, який сам по собі знижує витрати. У більшості випадків існує багато методів оптимізації процесів, які використовуються для обмеження витрат, які несе бізнес. Немає конкретної оптимізації/підходу процесів, який сам по собі здатний покращити все в бізнесі. Коли мова йде про ізольовану зону, завжди використовуються кілька методів оптимізації процесів, у комбінації або окремо.

Висновок: методи оптимізації процесу

Методи оптимізації процесу: для досягнення мети важливо правильно проаналізувати початкову ситуацію та вжити відповідних дій за допомогою правильних методів оптимізації процесу. Поодиноці жодна оптимізація процесу/процедури не досягає мети, і, використовуючи методи, ви повинні знати, як вони працюють і чого можна навчитися з них. Тільки точне знання методів та їх потенціалу дозволяє їх правильно використовувати. На жаль, часто буває, що методи оптимізації процесів недостатньо зрозумілі. Але фатальна річ настає пізніше, тому що тоді функціональність методів оптимізації процесів також ігнорується. Багато методів Оптимізація процесів розвиває свій потенціал лише в поєднанні з іншими методами оптимізації процесів. Використання єдиної оптимізації процесу/процедури без розуміння цих взаємозв'язків неминуче призводить до провалу зусиль. Успіх приходить від тих, хто правильно застосовує експертні знання та правильно використовує методи оптимізації процесів. З MotionMiners GmbH у вас є не тільки потужний інструмент, який автоматично записує та аналізує процеси, а й досвідчені інженери-технологи, які допоможуть вам вибрати правильні методи оптимізації процесів. єдиний процес оптимізації/процедури без розуміння цих взаємозв'язків неминуче призводить до провалу зусиль. Успіх приходить від тих, хто правильно застосовує експертні знання та правильно використовує методи оптимізації процесів. З MotionMiners GmbH у вас є не тільки потужний інструмент, який автоматично записує та аналізує процеси, але й досвідчені інженери-технологи, які допоможуть вам вибрати правильні методи оптимізації процесів. єдиний процес оптимізації/процедури без розуміння цих взаємозв'язків неминуче призводить до провалу зусиль. Успіх приходить від тих, хто правильно застосовує експертні знання та правильно використовує методи оптимізації процесів. З MotionMiners GmbH у вас є не тільки потужний інструмент, який автоматично записує та аналізує процеси, але й досвідчені інженери-технологи, які допоможуть вам вибрати правильні методи оптимізації процесів.

Ми розглянули різні методи оптимізації, так як наша робота в першу чергу побудована для оптимізації процесів.

Література.

1. Кузьмін О.Є. Сучасний менеджмент. – Львів, 1995.
2. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента / Пер. с англ. – М., 1998.

Таблиця Д.1 – Структурований маркетинговий Бриф ТОВ «Країна Мрій»

Сторінка сайту	Основні відомості про компанію	ЗАПОВНІТЬ Інформація від Клієнта
ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ	Назва компанії:	Майстерня дерев'яних виробів Країна Мрій
	Пропозиція неймінгу: 1) Тернопільська майстерня дерев'яних виробів "Країна Щастя" 2) Дерев'яні вироби ручної роботи "Країна Щастя"	Ще варіанти: -Тернопільська майстерня Країна Мрій - Майстерня екологічних виробів із дерева Країна Мрій - Еко майстерня дерев'яних виробів Країна Мрій - Майстерня дерев'яних виробів Країна Мрій
		Країна Щастя залишається головним маркером нашого бренду і головним хештегом для зазначення того, що ж таки ми виготовили. #Країна Мрій Свято залишається святковою рубрикою #Країна Мрій Коробку #Країна Мрій Майстерклас #Країна Мрій Артпростір #Країна Мрій Розмальовку #Країна Мрій Меч
	Корпоративні кольори	-
	Регіон, в якому знаходиться компанія / офіс (вказати точний адрес)	м. Тернопіль, вулиця Шептицького 2,
	Регіони, на які орієнтується робота і просування	Україна
	На що звернути увагу? На чому робити акцент? (При просуванні)	емоційні, екологічні, українські, від українського виробника, смейної майстерні, подарунки, дбаємо про розвиток дітей, про проведення часу батьків і дітей. даруємо радість, естетику і емоції, оригінальний дизайн
	Хто буде читати тексти? Хто Ваша цільова аудиторія (вік, стать, достаток, рід занять, інша важлива інформація)?	Профіль клієнта №1 Клієнти: Чоловік та жінка Соц.статус: Одружені, мають дітей до 12 років Вік: 25-44 Географія: Західна Україна, Центральна Україна (в силу поширення укр.традицій). Переважно, живуть у великих містах Соціо-культурні особливості: Переважно християни, які святкують Різдво та Великдень. Виховують у дітях укр.традиції. Професійний статус: Працюють обоє, спільний дохід є вищим 60 тис.грн/місяць. Зацікавлення: розвиток дітей, унікальні аксесуари, вітчизняні виробники, національний розвиток, особистий культурний розвиток, соціальний розвиток. Мотивація до купівлі: забезпечити якісний розвиток дитини та її дозвілля, затишок і безпеку вдома.

		<p>Профіль клієнта №2: Сучасна укр.мама (61%)</p> <p>Стать: Жінка Соц.статус: Одружена, має дітей до 12 років (1-2 дитини) Вік: 25-44 (середній вік жінки 27 років) Географія: Західна Україна, Центральна Україна (в силу поширення укр.традицій). Переважно, живуть у великих містах Соціо-культурні особливості: Переважно християни, які святкують Різдво та Великдень. Виховують у дітях укр.традиції. Професійний статус: Працює, має дохід ≥ 20 тис.грн/місяць. Зацікавлення: розвиток дітей, домашні хобі, унікальні аксесуари, прогулянки, забезпечення затишку вдома, догляд за собою, вітчизняні виробники, національний розвиток, особистий культурний розвиток, соціальний розвиток. Мотивація до купівлі: забезпечити якісний розвиток дитини та її дозвілля, затишок і безпеку вдома Драйвери купівлі: блогерка порадила, у школі у дітей була, дитина захотіла, побачила у блозі, вирішує проблему, якість, побачила у іншої дитини</p>
		<p>Профіль клієнта №3: Сучасний укр.тато (25%)</p> <p>Стать: Чоловік Соц.статус: Одружений, має дітей до 12 років (1-2 дитини) Вік: 25-44 Географія: Західна Україна, Центральна Україна (в силу поширення укр.традицій). Переважно, живуть у великих містах Соціо-культурні особливості: Переважно християни, які святкують Різдво та Великдень. Виховують у дітях укр.традиції. Професійний статус: Працює, має дохід ≥ 40 тис.грн/місяць. Зацікавлення: підтримка соціальних зв'язків (соціальний розвиток), професійний розвиток, збільшення сімейного доходу, моніторинг зовнішніх подій, розвиток дітей, вітчизняні виробники, національний розвиток (історія), особистий культурний розвиток. Мотивація до купівлі: забезпечити якісний розвиток дитини та її дозвілля, затишок і безпеку вдома Драйвери купівлі: дружина сказала, функціонал, дитина захотіла, ціна, вирішує проблему.</p>
		<p>Профіль клієнта №4: Сучасні бабуся/дідусь (14%)</p> <p>Стать: Чоловік (24%) і Жінка (76%) Соц.статус: Одружені, мають внуків до 12 років (1-2 дитини) Вік: 25-44 Географія: Західна Україна, Центральна Україна (в силу поширення укр.традицій). Переважно, живуть у великих містах Соціо-культурні особливості: Переважно християни, які святкують Різдво та Великдень. Виховують у внуках укр.традиції. Професійний статус: Працюють, мають дохід ≥ 15 тис.грн/місяць На пенсії, мають дохід ≥ 10 тис.грн/місяць Зацікавлення: підтримка соціальних зв'язків (близькі), розвиток родини, розвиток внуків, національний розвиток (історія), особистий культурний розвиток, етнос. Мотивація до купівлі: задовольнити бажання внуків, отримати задоволення від піклування про внуків Драйвери купівлі: внук хоче, красиво виглядає, знайома/мий порадили, діти (батьки) сказали</p>

Продовження таблиці Д.1

	<p>Як ми доносимо наші цілі до наших клієнтів/покупців?</p>	<p>Оперативний зворотній зв'язок. Швидке вирішення питань. Відкритість та гнучкість у комунікації та вирішенні завдань. Постійне оновлення сезонних товарів. Святкові вигідні пропозиції та пакетні рішення (подарункові набори, тощо). Доступна інформація про обраний продукт та матеріали (ціна, габарити). Відповідальність. Гарантія якості. Досвід у роботі з клієнтами різних складностей та масштабів. Прозоре ціноутворення.</p>
	<p>що ми маємо назагал?</p>	<p>Позитивні зворотні відгуки від клієнтів та покупців Багато позитивних відгуків, які неодмінно потрібно комунікувати в мережах та мотивувати людей залишати свої думки та фідбеки (створити їм таку можливість - відгуки у гуглі, фейсбуці, відкриті обговорення у інстаграм, у сторіз). Турбота Ми розвиваємося, робимо більше і краще та щороку виходимо за рамки своїх обмежень (у плані техніки, обладнання, дизайнів, нових продуктів). Ми турбуємося про кожного нашого покупця та клієнта. Безпечний та екологічний продукт Ми можемо сказати, що ці характеристики для нас ключові, адже перші люди, що отримують нашу продукцію на так зване тестування - це наші діти. Комунікувати цю перевагу. Оперативність З роками досвіду ми налаштували роботу виробництва таким чином, аби швидко та якісно виконувати роботу будь-якої складності не втрачаючи якості фінального продукту.</p>
	<p>Є надважлива інформація про вашу компанія, яка повинна бути використана практично в усіх текстах і на постійній основі? Впишіть її, будь ласка, в цей розділ :)</p>	<p>надайте приклади.. не до кінця зрозуміло....</p>
	<p>Яке кредо, місія, мета вашої компанії ?</p>	<p>Сервіс зі створення безпечних та екологічних рішень та продуктів для дітей та дорослих.</p>
		<p>Product-owner відношення до кожного елементу нашої роботи Для всіх, як для себе.</p>
		<p>чому ми існуємо? Щоб бути надійними партнерами для своїх клієнтів, розвиватися та взаємодіяти разом. (B2B, колаборації) Щоб підтримувати традиції у кожному українському домі і плекати справжнє. (сезонні іграшки) Щоб створювати затишок та комфорт своїми рішеннями та продуктами. (аксесуари та декор) Щоб створювати цікаві, безпечні та унікальні продукти для наших дітей. (іграшки для дітей)</p>
		<p>Надійність Відкритість Творчість Перфекціонізм Інформативність Безпечність виробів Екологічна сировина</p>

Продовження таблиці Д.1

		Гнучкість у дизайні та виробництві Унікальні дизайни Сезонна продукція (Різдво, Пасха, День Закоханих, свята, інше) Гарантія якості
		Ми створимо вам атмосферу затишку та комфорту навіть у звичайний день. Екологічно, безпечно, а головне - з турботою
ГОЛОВНА СТОРІНКА	Напишіть інформацію, яка має бути ОБОВ'ЯЗКОВО на головній сторінці про вас. Напишіть про асортимент і його особливості, ми якісно використаємо даний контент	Розказати про ідею створення майстерні, та реалізацію
	Опишіть основні пріоритети (краще в форматі переліку) вашого продукту:	- якісний, український, екологічний, емоційний, радісний
	Опишіть основні пріоритети вашого обслуговування, співробітництва з вами	надійність, гнучкість, оперативність, учасність, соціальне спрямування,
ПРО НАС	Історія успіху компанії Про структуру компанії, історія створення, головні переваги, особливості співпраці, особливі пропозиції.	Історія бренду 1 рік на ринку Реальна історія бренду, побудованого на створенні сімейного бізнесу Експертність у дизайні та виробництві Технічна база з 360 Досвід роботи з великими об'ємами корпоративних замовлень наявність спеціалістів у дизайні та виробництві Взяте із інтерв'ю: Під час карантину прийшла ідея створити такий екологічний бізнес. Якраз наближалися новорічно-різдвяні свята, і я подумала, що треба зробити щось таке, що фінансово допоможе нам їх пережити. Ідея фанерних витребеньок прийшла з архітектури. Напередодні ми робили об'єкт джазового спрямування, де була барна стійка з вирізаними силуетами гітар. Я почала розпитувати, як це зробити, і столяр розповів про лазерну прорізку. Відразу подумала, що було б, якби ми використали цю технологію. -Експертність Ми на ринку уже більше рік. Ми знаємо усі наші процеси і довіряємо нашим спеціалістам. -Унікальність Ми естети та перфекціоністи. До створення кожного продукту ми причетні особисто і одним з найголовніших правил роботи з нами та нашими дизайнами є створення неповторної та унікальної ідеї продукту. -Відповідальність Ми цінуємо відповідальність, тому відповідально підходимо до роботи на кожному її етапі: від знайомства з клієнтом та його задачею до отримання та опрацювання зворотнього відгуку клієнта після отримання продукту.

Продовження таблиці Д.1

		<p>-Вчасність та гнучкість З внутрішньою технічною базою та наявності спеціалістів ми можемо дозволити собі обіцяти нашим клієнтам вчасно та якісно виконувати замовлення будь-якої складності, навіть за маленький термін.</p> <p>-Колаборація Ми готові до співпраці та створення нових продуктів із компаніями-партнерами та будь якими взаємоцікавими брендами на ринку.</p>
	ми це	<p>Довіра Готовність вислухати Творчість та творча атмосфера Тактильність продуктів</p>
	Цікаві факти про колектив (хто в команді, можливо є фото)	<p>"Діти - один із основних ключових аспектів росту та розвитку бренду." "У нас немає відділу продажів. У 90% фірм подібного типу саме цей відділ є головним. У нас усе навпаки. Визначальною є «душа», а не «тіло» продукту. Здебільшого ми рекламуємося у Facebook і саме там продаємо левову частку наших виробів.</p>
	Культура та цінності	<p>Командна робота У найкращих продуктів немає автору - вони створювалися в команді. Професіоналізм Відповідальність на кожному етапі роботи та можливість контролю якості відповідно до потужностей виробництва (виробництво повного циклу). Традиції Сімейні традиції та цінності є одним із ключових унікальних характеристик наших продуктів. Питомо українські традиції - це основна причина нашого виробництва сезонних іграшок. Ми хочемо бути тими, хто приносить свято і хто допомагає створювати святковий настрій. Відхід від шаблонних рішень Не використовуємо референсів і шукаємо креативні способи вирішення завдань.</p>
		<p>Якість продукту "нам довелося свідомо пропустити деякі етапи в обробці наших фінальних продуктів, щоб читалася фактура деревини і щоб вони не виглядали як пластик" - на кожному етапі розробки - від дизайну до фінального продукту ми слідкуємо за якістю. Індивідуальна віддача "Замість того, щоб підготувати два варіанти стрічки на вибір ми турбуємося про те, щоб вибрати саме той рожевий відтінок, який хоче наш клієнт". Робити краще з можливого Ми робимо для всіх так, як би робили для себе.</p>
		<p>Далекоглядність Ми також є активними у мережах та слідкуємо за новинками, трендами та ринком. Ми маємо потужності, тож можемо створювати абсолютно нові цікаві продукти та пропонувати нашим клієнтам та партнерам бути на крок попереду разом із нами. Чесність і зворотній зв'язок Ми турбуємося про те, щоб наш бренд об'єднував людей із однаковими цінностями та баченням продукту - неважливо чи для подарунку комусь, чи для того, щоб принести собі в будинок. Якщо ми і повинні комусь у чомусь відмовляти - то лише чесно і з твердими аргументами для цього.</p>

Продовження таблиці Д.1

		<p>Для роботи зі шкідливими матеріалами потрібно налаштувати потужну систему витяжок, очисну систему тощо. Оскільки наразі ми не маємо на це грошей, то просто купуємо якісну екологічну фарбу і матеріали. Екологічність та безпека. Можна комунікувати у порівнянні.</p> <p>"Ми ніколи не шукаємо популярні дизайни і не дозволяємо людям, що працюють з нами над розробкою ігор чи іграшок користуватися референсами." "Унікальність - наше перше внутрішнє правило." "Унікальний підхід до виготовлення кожного продукту."</p>
	Переваги на ринку	
	Співпраця з іншими компаніями, яким ви пишастесья	<p>-Колаборація Ми готові до співпраці та створення нових продуктів із компаніями-партнерами та будь якими взаємоцікавими брендами на ринку.</p>
	Інші важливі факти, які ви хотіли опублікувати в цьому розділі	<p>https://media.zagoriv.foundation/velyka-istoriya/mama-skazala-tato-zrobuv-yak-dvoye-arhitektoriv-stvoryly-simejnu-manufakturu/?fbclid=IwAR2aG1qXZf16AhmMNP7EBaDoekbnlqyosKcrRnpQGnsBbTOAydbALfdzok4</p> <p>https://theukrainians.org/zrobuv-tato/</p>
		<ul style="list-style-type: none"> - МАТЕРІАЛ та його характеристики - фанера - акрил - ПВХ, ДВП - картон - шкіра - тканина
	Особливості виробництва (дизайн, сировина, реалізація)	<p>Готові екологічні та безпечні рішення. Гарантія якості (вся продукція проходить перевірку). Безкоштовна розробка зразків (на великі замовлення). Підтримка 24/7. Логістика (процес доставки, наявність продукту, доставка за обіцяний період часу). Освітня складова.</p>
	Опишіть, яка важлива інформація про ваше виробництво має бути на сайті, яка б була корисна для потенційного замовника. Було б чудово, якби була інформація про унікальність та переваги вас, як компанії в ніші	<p>Ми виготовляємо: аксесуари, ігри для розвитку, декор</p> <ul style="list-style-type: none"> - Унікальні ігрові продукти - Усі вироби ручної роботи - Етнічні мотиви у сучасному виконанні - Сучасні українські мотиви <p>"Ми ніколи не шукаємо популярні дизайни і не дозволяємо людям, що працюють з нами над розробкою ігор чи іграшок користуватися референсами." "Унікальність - наше перше внутрішнє правило." "Унікальний підхід до виготовлення кожного продукту." У бренду існують такі напрямки роботи: - виготовлення дизайнів продукції - виготовлення індивідуальної продукції на замовлення - виготовлення продукції із дерева та фанери (B2B, B2C) - виготовлення дизайнів та унікальної продукції із дерева та фанери на замовлення - виготовлення корпоративної продукції (брендовані вироби) - виготовлення коробок для реалізації (B2B, B2C) - додаткові послуги Ремарка: майстерня повного циклу - це обов'язково потрібно комунікувати та пояснювати.</p>

ВИРОБНИЦТВО		<p>Додаткові послуги:</p> <ul style="list-style-type: none"> - лазерна порізка - лазерне гравіювання - форматне розкроювання - вирізання елементів - додаткова обробка матеріалів та заготовок - шліфування елементів - покриття фарбою <p>Ремарка: подумати, чи ці послуги потрібні на сайті і чи ми робимо на них акцент (окрема компанія?).</p> <p>У бренду існує три головні вектори роботи:</p> <ul style="list-style-type: none"> - виготовлення дерев'яних іграшок, ігор, аксесуарів та елементів декору, коробок (та дизайнів) та реалізація у сувенірних магазинах-партнерах (B2B) та на сайті (B2C) - створення и виготовлення унікальних дизайнів та виробів із дерева та фанери на замовлення (B2C) - виготовлення коробок для корпоративних клієнтів на замовлення <p>Додатково:</p> <ul style="list-style-type: none"> - платформа (простір) для подій освітнього та розважального характеру (майстер-класи, лекції та інше)
	Формування колекцій (опишіть детальніше про це)	
АСОРТИМЕНТ	(інформація про асортимент) та надайте фото контент для наповнення	<p>У бренду існують такі напрямки роботи:</p> <ul style="list-style-type: none"> - виготовлення дизайнів продукції - виготовлення індивідуальної продукції на замовлення - виготовлення продукції із дерева та фанери (B2B, B2C) - виготовлення дизайнів та унікальної продукції із дерева та фанери на замовлення - виготовлення корпоративної продукції (брендovanі вироби) - виготовлення коробок для реалізації (B2B, B2C) - додаткові послуги <p>Ремарка: майстерня повного циклу - це обов'язково потрібно комунікувати та пояснювати.</p>
		<p>У бренду існують наступні групи продуктів:</p> <ul style="list-style-type: none"> - дерев'яні іграшки - перспектива (позасезонний виріб) - дерев'яні ігри (+блокноти) - вироби із дерева та фанери (аксесуари, декор, інше) - вироби із дерева та фанери на замовлення (індивідуальні) - виготовлення коробок (подарункові) - виготовлення коробок+інших продуктів для корпоративних клієнтів на замовлення <p>Також говоримо про колаборації</p> <ul style="list-style-type: none"> - коробки для інших брендів для спільної реалізації продуктів <p>Ремарка: перша група напряму залежить від сезонів. Розписати сезонність усіх продуктів.</p>
	Сезонність	<ol style="list-style-type: none"> 1. Різдво, Пасха. За півтори-два місяці до Нового року до Пасхи включно. 2. Дерев'яні ігри (+блокноти) - сезонна періодичність. Річна (активність) влітку - туристи 3. Вироби із дерева та фанери (аксесуари, декор, інше) - в даний момент, відслідкувати сезонність неможливо. Затестити продукти цієї категорії на рекламних комунікаціях. 4. Вироби із дерева та фанери на замовлення (індивідуальні) - постійні замовлення. Клієнти бажають відмовитися від замовлень цієї категорії, або, як варіант, зробити її менш гнучкою (2 різновиди стрічок, а не персональний підбір). 5. Виготовлення коробок (подарункові) -

Продовження таблиці Д.1

		індивідуальні/подарункові та масові/стандартні - сезонність прорахувати важко, продаються протягом всього року. 6. Виготовлення коробок для корпоративних клієнтів на замовлення - в основному, замовлення на свята (на корпоративні брендovanі подарунки). 7. Колаборації - сезонності немає, залежить від того, чи є ресурси на пошуки партнерів.
	Характеристики	1.Екологічність матеріалів Як? Розповідями про матеріали, а також про переробку сировини в порівнянні з пластиком. Усвідомлене використання природних ресурсів 2.Досконалість Як? Тактильно. Візуальними оформленнями, відеороликами, комунікацією того, що складно відрізнити від пластику. 3.Гарантія якості Ми контролюємо кожен етап виробництва і відповідаємо за якість продукту. 4.Унікальний дизайн Щороку оновлюємо сезонні іграшки та слідкуємо за трендами. Окрім того, готові до співпраці та колаборацій. 5.Безпечність Доступно навіть наймолодшим. 6.Обмежена кількість продукту (крафт, хендмейд, емоційна особливість)
	Послуги	Дизайну Виготовлення продукту на замовлення Роботи з деревом та матеріалами Колаборації
	-	
СПІВПРАЦЯ	Надайте, будь ласка, інформацію для наповнення даної сторінки Опишіть всі особливості і нюанси співпраці, які мають знати замовники вашої продукції (кількість, особливості розрахування, логістики і т.д). Також можете додати інформацію про вигоду співпраці	Корпоративні замовлення. З чого почати? - визначити свій бюджет та кількість подарунків Кожне замовлення унікальне, тому вартість та термін виготовлення будуть відрізнятись. Усе залежить від обраного товару, його кількості та вартості брендovanня продукту. - визначити варіант корпоративного подарунку Якщо ви обрали варіант подарунку з нашого асортименту, напишіть нам, щоб отримати прорахунок вашого корпоративного замовлення. Якщо у Вас є власні задумки, ми можемо оцінити вартість їх виготовлення окремо. - брендovanня подарунків Будь-які вироби, що розміщені на нашому сайті, можуть бути брендovanі за Вашим запитом. (розписати що можливі різні варіанти брендovanня) Етапи співпраці 1. Запит Надішліть запит на нашу електронну пошту: 2. Обговорення Уточнення усіх побажань та деталей, прорахунок вартості замовлення, вирішення плану дій. 3. Виробництво Погодивши усі деталі, ми приступаємо до виконання замовлення. Термін виготовлення залежить від об'єму роботи. 4. Відвантаження
	Умови оптових покупок, дропшипінгу	Умови для дропшипінгу: 1. ціни для дропшипінгу -20% від роздрібною ціни товару; 2. після оформлення та оплати замовлення, ви пишете нам дані для відправлення замовлення вашого клієнта і ми ставимо її в найближчу відправку; 3. ми відправляємо замовлення клієнта (доставку оплачує покупець) 4. на вашому сайті необхідно згадати нас як виробника

Продовження таблиці Д.1

	Знижки, унікальні торгові пропозиції при покупці на суму від грн.	При покупці на суму від 2000 грн. доставка безкоштовна, постійні акції, накопичувальна система знижок,
ОПЛАТА ТА ДОСТАВКА	Надайте, будь ласка, інформацію для наповнення даної сторінки	<p>ОПЛАТА Для фізичних осіб: 1.1. Приват24; 1.2. LiqPay; 1.3. Оплата при отриманні у поштовому відділенні. Для юридичних осіб: 2.1. оплата проводиться на рахунок Фізичної особи підприємця (3-я група оподаткування 5% без ПДВ). Установчі документи для бухгалтерії можна скачати з сайту. Для безготівкової оплати звертайтеся на електронну адресу - krainamriy@gmail.com</p> <p>ДОСТАВКА Як можна отримати товар?</p> <p>1. Самовивіз з майстерні (м. Львів, вулиця професора Буйка 2, кабінет №303)</p> <p>2. Замовити доставку у відділення “Нової Пошти” (ми працюємо лише з цим перевізником). Доставка в місто отримувача за рахунок покупця. Безкоштовна доставка товару Новою Поштою на відділення можлива, якщо вартість замовлення перевищує 2000 грн (не розповсюджується на корпоративні замовлення та партнерські закупи). Замовлення оплачені після 12-00 поточного дня опрацьовуються на наступний день.</p> <p>3. Замовити доставку транспортною компанією “Нова Пошта” безпосередньо на вказану адресу. Для цього при оформленні замовлення необхідно вказати повну адресу отримувача. Доставка можлива по всій Україні.</p> <p>4. Замовити доставку велокур’єром (лише місто Львів). Оплата послуг велокур’єра не входить в вартість товару та сплачується покупцем самостійно. Безкоштовна доставка товару велокур’єром можлива, якщо вартість замовлення перевищує 1000 грн (не розповсюджується на корпоративні замовлення та партнерські закупи). Замовлення оплачені після 12-00 поточного дня опрацьовуються на наступний день.</p> <p>ВАЖЛИВО! Під час сезону відправлення товару здійснюється в понеділок, середу, п’ятницю.</p>
ОБМІН ТА ПОВЕРНЕННЯ		"Були випадки, коли нам телефонували наші клієнти і казали, що іграшка, яку вони отримали - приїхала поламаною. Ми без зайвих вагань надсилали їм нову іграшку"
		<p>Згідно статті 9 Закону «Про захист прав споживача», товар належної якості (без дефектів) можна обміняти або повернути протягом 14 днів, не рахуючи дня купівлі, якщо дотримані наступні умови:</p> <p>товар, не був у використанні і не має слідів використання: подряпин, сколів, потертостей, слідів розтину, немає слідів попадання рідини у виріб або на упаковку; збережений товарний вигляд. Тобто, всі ярлики, наклейки та</p>

Продовження таблиці Д.1

		<p>інші приналежності товару залишилися в незмінному вигляді, товар повністю укомплектований, запакований як при першій покупці. У разі виявлення товару з явними ознаками браку, споживач має право на:</p> <p>повернення сплаченої за товар грошової суми; замінити товар на такий же або аналогічний, з числа наявних у виробника.</p> <p>ЯК МОЖНА ЗДІЙСНИТИ ПОВЕРНЕННЯ ЧИ ОБМІН ТОВАРУ?</p> <p>Для оформлення повернення чи обміну потрібно написати лист на пошту zrobuytato@gmail.com, в якому вказати артикул товару, який бажаєте повернути, та його фото, а також причину повернення. Претензії щодо пошкоджень товару приймаються протягом 24 годин після його отримання.</p> <p>У випадку обміну вкажіть також артикул товару, який би Ви хотіли отримати натомість.</p> <p>Для повернення чи обміну товару Ви можете скористатись кур'єрською чи поштовою службою з оплатою доставки відправником. Товар із заводським браком повертається за рахунок Продавця.</p> <p>При прийомі товару буде здійснена перевірка на комплектацію товару та цілісність упаковки. У день прийому даного товару на склад ми повертаємо кошти шляхом банківського переказу на ту карту, з якої клієнт здійснив оплату за покупку, або ж іншим прийнятним для обох сторін способом. Залежності від роботи банку клієнта кошти можуть нарахуватись упродовж 1-5 банківських днів.</p>
БЛОГ	Опишіть загалом, контент (стиль, характер), який ви б хотіли бачити в рубриках блогу	згідно комунікаційної і маркетингової стратегії.. Можливі варіанти - огляди виробів, топ-5, 10 продуктів, послуг, технік серед яких є ЗТ
	Надайте теми статей, акцій, новин компанії, які б ви хотіли бачити на сайті цього місяця, та які є важливими для ваших потенційних клієнтів	-
	Завдання комунікації	<ol style="list-style-type: none"> 1. Мотивувати та драйвити WOM - world of mouth - зворотні відгуки, коментарі, реакції, взаємодію аудиторії з брендом, продуктом та послугами. 2. Пропонувати розглянути цікаві ідеї для декору дому, подарунку, для сімейного часопроведення та для розвитку дітей. Пропонувати та розповідати, як правильно взаємодіяти з цими продуктами. Це підвищує лояльність. 3. Створити відчуття присутності бренду для постійної комунікації з ним у соцмережах. Зацікавлювати, розповідати історії свої та своїх покупців, давати їм можливість висловити свою думку та поділитися своєю ідеєю. 4. Розвивати культуру покупки унікальних, якісних та екологічних речей. Розповідати, у чому відмінність між нашим продуктом та мас.
	Місія комунікації	<ol style="list-style-type: none"> 1. Зробити бренд видимим - цей результат можна досягти лише поєднанням єдиної візуальної та текстової комунікації. 2. Збільшити лояльність поточної аудиторії. 3. Підвищити активність каналів комунікації (стратегія комунікації та рекомендації повинні бути використані у SMM стратегії та побудові майбутніх контент-планів). 4. Розширити цільову аудиторію.
КОНКУРЕНТИ	https://zrk.ua/ ; https://boxy.ua/ ; https://ugears.ua/ ; https://eko-land.com.ua/uk/	

Додаток Е

Таблиця Е.1 – Сформоване семантичне ядро для веб-сайту ТОВ «Країна Мрій». Загальна семантика.

Загальна семантика	ч-сть	вироби з дерева	ч-сть	інтернет магазин подарунків	ч-сть	подарунки з фанери	ч-сть
Ключові слова							
інтернет магазин іграшок	590	вироби з дерева	4400	інтернет магазин подарунків	70	подарункові коробки з фанери	40
інтернет магазини дитячих іграшок	210	виріб з дерева	4400	інтернет магазин подарунки	70	подарунок на 8 березня з фанери	1-5
дитячий інтернет магазин іграшок	110	легкі вироби з дерева	210	новорічні подарунки інтернет магазин	10	подарункові коробки з фанери купити	1-5
дитячі іграшки інтернет магазин	50	вироби з дерева для дітей	170	інтернет магазин подарунків на новий рік	10	подарунок на день народження мамі з фанери	1-5
іграшки інтернет магазин	40	маленькі вироби з дерева	140	інтернет магазин новорічних подарунків	10	вироби з фанери	ч-сть
інтернет магазин іграшок недорого	30	сучасні вироби з дерева	110	інтернет магазин подарунків україна	10	вироби з фанери	1900
іграшки інтернет магазин україна	10	вироби з дерева сувеніри	70	інтернет магазин подарунків для дітей	10	новорічні вироби з фанери	50
інтернет магазин новорічних іграшок	10	вироби з дерева купити	50	інтернет магазин оригінальних подарунків	10	вироби з фанери купити	40
інтернет магазин іграшок для дівчаток	10	купити вироби з дерева	50	інтернет магазин подарунки до нового року	1-5	вироби з фанери на новий рік	40
купити іграшки в інтернет магазині	10	цікаві вироби з дерева	40	інтернет магазин подарунків доставки по Україні	1-5	вироби з фанери на замовлення	40
інтернет магазин іграшок в Україні	10	оригінальні вироби з дерева	30	інтернет магазин подарунків блокноти	1-5		30
інтернет магазин дитячих іграшок недорого	10	дитячі вироби з дерева	30	інтернет магазин подарунків на 23 лютого	1-5	вироби з фанери до 8 березня	30
інтернет магазин іграшок для дітей	10	інтернет магазин виробів з дерева	20	інтернет магазин подарунків для жінок	1-5	купити вироби з фанери	20
інтернет магазин іграшок дешево	10	з дерева вироби	20	інтернет магазин подарунок на 8 березня	1-5		
інтернет магазин дешевих дитячих іграшок	10	вироби з дерева на новий рік	20	подарунки до дня святого валентина інтернет магазин	1-5		
купити дитячі іграшки в інтернет магазині	10	декоративні вироби з дерева для саду	20				
інтернет магазин дешевих іграшок	10	дерев'яні вироби з дерева	20	купити подарунок в інтернет магазин	1-5		
інтернет магазин дитячих іграшок	10	сувенірні вироби з дерева	10	подарунки до нового року інтернет магазин	1-5		
українська іграшка інтернет магазин	10	інтернет магазин декору	ч-сть	подарунки на новий рік в інтернет магазин	1-5		
інтернет магазин дитячі іграшки дешево	10	декор для дому інтернет магазин	10	новорічні подарунки для дітей інтернет магазин	1-5		
іграшки для дітей інтернет магазин	10	все для декору інтернет магазин	10	подарунок дівчині інтернет магазин	1-5		
дитячі іграшки в інтернет магазині	1-5	новорічний декор інтернет магазин	10	інтернет магазини прикольні подарунки	1-5		
купити дитячі товари іграшки в інтернет магазині	1-5	новогодній декор інтернет магазин	1-5				
іграшки в інтернет магазині	1-5	інтернет магазин декору та прикрас	1-5				
магазин іграшок інтернет	1-5	інтернет магазин виробів з дерева	20				
іграшки головоломки інтернет магазин	1-5						
розвиваючі іграшки інтернет магазин	1-5						
інтернет магазин ялинкових іграшок	1-5						
інтернет магазин недорогих іграшок	1-5						
сайт з іграшками	ч-сть	іграшки українського виробництва	ч-сть				
сайт з іграшками	50	дитячі іграшки українського виробництва	40				
сайти з іграшками	50	іграшки українського виробництва	30				
сайт з дитячими іграшками	30	виробництво дерев'яних іграшок	20				
сайти з дитячими іграшками	30	купити дитячі іграшки українського виробництва	1-5				
сайт з дешевими іграшками	20						

Таблиця Е.2 – Сформоване семантичне ядро для веб-сайту ТОВ «Країна Мрій». Семантика основна.

дитячі іграшки	ч-сть	іграшки для дітей	ч-сть	іграшки для розвитку дрібної моторики	ч-сть	розвиваючі іграшки	ч-сть	розмальовки для дітей	ч-сть	новорічні іграшки	ч-сть	ялинкові прикраси	ч-сть	новорічні подарунки	ч-сть	корпоративні подарунки	ч-сть
дитячі іграшки	5400	іграшка для дітей	5400	іграшки для розвитку дрібної моторики	110	розвиваючі іграшки	2400	розмальовки для дітей	8100	новорічні іграшки	3600	ялинкові прикраси	1900	новорічні подарунки	###	корпоративні подарунки	10
дитячі іграшки для дівчаток	880	іграшки для дітей	5400	іграшки для розвитку дрібної моторики купити	50	розвиваючі іграшки для дітей	720	новорічні розмальовки для дітей	260	новорічна іграшка своїми руками	1600	ялинкові прикраси своїми руками	1600	новорічні подарунки своїми руками	480	корпоративні подарунки на новий рік	10
дитячі іграшки для хлопчиків	720	розвиваючі іграшки для дітей	720	іграшки для розвитку дитини	50	розвиваючі іграшки для дітей 4 5 років	590	розмальовки для дітей 5 років	170	новорічна іграшка	720	ялинкова прикраса своїми руками	720	подарунки новорічні	170	подарунки для колег	ч-сть
іграшки дитячі	320	іграшки для дітей 7 10 років	720	іграшки для розвитку	20	розвиваючі іграшки для дітей 1 рік купити	390	розмальовки правила дорожнього руху для дітей	170	новорічні іграшки купити	480	ялинкові прикраси купити	480	купити новорічні подарунки	170	подарунок для колеги	70
дитячий магазин іграшок	320	розвиваючі іграшки для дітей 4 5 років	590	іграшки для розвитку дітей	10	розвиваючі іграшки для дітей 2 роки	320	великодні розмальовки для дітей	140	новорічні іграшки купити	480	ялинкова прикраса	260	купити новорічний подарунок	170	подарунки для колег	70
дитячі іграшки недорого	260	іграшки для дітей 2 років	390	іграшки для розвитку моторики рук	10	розвиваючі іграшки для дітей 3 років	260	розвиваючі розмальовки для дітей	110	купити новорічні іграшки	390	купити ялинкові прикраси	140	новорічні подарунки оптом	110	подарунки для чоловіків колегам на 14 жовтня	50
інтернет магазини дитячих іграшок	210	іграшки для дітей 1 рік	390	дерев'яні іграшки для розвитку	1-5	розвиваючі іграшки для дітей 7 8 років	260	розмальовки для дітей 4 роки	90	новорічні іграшки на ялинку	320	ялинкових прикрас новорічні іграшки своїми руками	110	новорічні подарунки купити	70	подарунок для колеги жінки	50
дитячі іграшки від виробника	170	розвиваючі іграшки для дітей 2 роки	320	дерев'яні іграшки для розвитку дітей	1-5	розвиваючі іграшки для дітей 3 роки	260	розмальовки для дітей 3 4 роки	90	новорічні іграшки малюнок	260	виготовлення ялинкових прикрас	110	подарункові коробки новорічні	50	новорічні подарунки для колег	10
купити дитячу іграшку	ч-сть	іграшки для дітей 5 років	260	іграшки для дитячого розвитку	1-5	розвиваючі іграшки для дітей 3 4 років	210	різдвяні розмальовки для дітей	70	набори новорічних іграшок	210	ексклюзивні ялинкові прикраси	70	купити новорічні подарунки рошен	40	подарунки для чоловіків колег	10
купити дитячу іграшку	480	іграшки для дітей 9 10 років	260	іграшки для розвитку дитини старшого дошкільного віку	1-5	розвиваючі іграшки для дітей 2 3 років	170	пасхальні розмальовки для дітей	70	іграшки новорічні	210	ялинкові прикраси українського виробництва	70	ідеї для новорічних подарунків	40	ідеї для подарунка для колеги	1-5

Продовження таблиці Е.2

купити дитячі іграшки	480	розвиваючі іграшки для дітей 1 рік	260	дитячі іграшки для розвитку	1-5	розвиваючі іграшки для дітей 5 років	140	великі розмальовки для дітей купити	50	новорічні іграшки на ялинку своїми руками	170	ялинкові прикраси ручної роботи	50	подарункові новорічні коробки	40	оригінальні подарунки для колег до 23 лютого	1-5
дитячі іграшки купити	260	іграшки для дітей 10 років	260	найкращі іграшки для розвитку	1-5	дерев'яні розвиваючі іграшки	140	розмальовки для дітей 5-6 років	40	новорічні іграшки ручної роботи	140	ялинкові прикраси оптом	50	новорічні подарункові упаковки	20	подарунки для колег купити	1-5
купити дитячі іграшки недорого	110	розвиваючі іграшки для дітей до 1 року	260	розвиваючі іграшки для розвитку дітей	1-5	розвиваючі іграшки для дітей 6 місяців	110	розмальовки для дітей 4-5 років	40	новорічна іграшка з фанери	110	ялинкові прикраси з дерева	40	замовити новорічні подарунки	20	ідея подарунки для колег чоловіків	1-5
купити дитячі іграшки дешево	70	купити іграшки для дітей	260	іграшки для розвитку творчих здібностей	1-5	купити розвиваючі іграшки	110	розмальовки писанок для дітей	40	ялинкових прикрас новорічні іграшки своїми руками	110	як зробити ялинкову прикрасу	40	прикольні новорічні подарунки	20	подарунок для чоловіка колеги	1-5
купити дитячі іграшки оптом	40	іграшки для дітей 10 років для дівчат	210	товари для творчості	210	розвиваючі іграшки на 1 рік	90	розмальовки для дітей купити	40	новорічні м'які іграшки	90	ялинкова прикраса з дерева	40	подарунки на новий рік	###	оригінальні подарунки на новий рік для колег	1-5
купити іграшки дитячі	20	іграшки для дітей 7 років	210	товари для творчості інтернет магазин	20	розвиваючі іграшки для дітей 4 роки	70	розвиваючі розмальовки для дітей 5 років	20	набір новорічних іграшок	70	ялинкові прикраси розмальовка	30	подарунки на новий рік дівчині	320		
дитячі іграшки купити дешево	10	цікаві іграшки для дітей 2-3 років	170	товари для творчості в Україні	10	дитячі розвиваючі іграшки від 1 року	50	розмальовки для дітей 1 року	10	ручна робота новорічні іграшки	20	виготовлення ялинкової прикраси	20	подарунок дівчині на новий рік	320		
дитячі іграшки купити онлайн	10	розвиваючі іграшки для дітей 5 років	140	товари для творчості дітей	1-5	дерев'яні іграшки розвиваючі	50	розмальовки для дітей 10 років роздрукувати	10	іграшки новорічні купити	20	ялинкові прикраси набір	20	подарунок на новий рік коханий	210		
	10	іграшки для дітей 6 місяців	140	купити дитячі товари для розвитку	1-5	розвиваючі іграшки для дітей 1 року	50		10	новорічна іграшка на ялинку	20	ялинкові прикраси з дерева	ч-сть	подарунок на новий рік хлопцю	210		
купити ящик для дитячих іграшок	10	розвиваючі іграшки для дітей 6 місяців	110	товари для розвитку дитини	1-5	розвиваючі іграшки з дерева	50	розмальовки для дітей зимові	10	новорічні прикраси	ч-сть	ялинкові прикраси з дерева	40	ідея подарунку на новий рік	210		
купити дитячі іграшки в інтернет магазині	10	іграшки для дітей 4 років	110	товари для розвитку дітей	1-5	іграшки для дітей розвиваючі	40	розмальовки для дітей писанки	10	новорічні прикраси	5400	ялинкова прикраса з дерева	40	подарунок чоловікові на новий рік	210		

Продовження таблиці Е.2

дитячі іграшки купити україна	10	іграшки для дітей 1 2 роки	110	іграшки для творчості	ч-сть	розвиваючі дитячі іграшки	30	розмальовки для дітей безкоштовно	10	новорічна прикраса	5400	дерев'яні ялинкові прикраси	ч-сть	подарунок чоловіку на новий рік	210		
купити дитячі іграшки в Україні	10	іграшки для дітей 4 роки	110	іграшки для творчості	20			ігри розмальовки для дітей	10	новорічна прикраса своїми руками	4400	дерев'яні ялинкові прикраси	50	подарунок на новий рік коханому	210		
купити недорого дитячі іграшки	10	іграшки для дітей 7 8 років	110	набір для творчості створи іграшку	1-5	розвиваючі дерев'яні іграшки	30			новорічні прикраси своїми руками	4400	ялинкові прикраси дерев'яні	1-5	ідеї подарунків на новий рік	210		
		іграшки для дітей 9 років	110	купити іграшки для творчості	1-5	інтерактивні розвиваючі іграшки	20			новорічні прикраси купити	590	дерев'яні іграшки на ялинку	ч-сть	ідеї подарунку на новий рік	210		
	10	іграшки для дітей 2 3 років	110	дитячі іграшки для творчості	1-5	купити дитячі розвиваючі іграшки	20			розпродаж новорічних прикрас	480	дерев'яні іграшки на ялинку	320	оригінальні подарунки на новий рік	170		
купити дешево дитячі іграшки	10	цікаві іграшки для дітей	90	дитячі дерев'яні іграшки	ч-сть	купити розвиваючі іграшки для дітей	20			купити новорічні прикраси	480	еко іграшки на ялинку	ч-сть	подарунки на новий рік 2020	170		
еко іграшки	ч-сть	іграшки для дітей 2 3 роки	90	дерев'яні іграшки на ялинку	320	розвиваючі іграшки для дітей купити	10			новорічні прикраси від виробника	390	еко іграшки на ялинку	40	подарунки на новий рік дитині	140		
еко іграшки	140	розвиваючі іграшки для дітей від 1 року	90	дерев'яні новорічні іграшки	70	дерев'яні розвиваючі іграшки купити	10			новорічні прикраси на ялинку	260	новорічні іграшки ручної роботи	ч-сть	подарунки на новий рік для дітей	140		
еко іграшка	140	дерев'яні іграшки для дітей	90	дитячі дерев'яні іграшки	50					новорічні прикраси на ялинку своїми руками	110	новорічні іграшки ручної роботи	140	подарунок батькам на новий рік	140		
еко іграшки для дітей	20	іграшки для дітей до 1 року	90	дерев'яні іграшки купити	40					новорічні прикраси з фанери	90	ручна робота новорічні іграшки	20	подарунок на новий рік дитині	140		
дитяча еко іграшка	10	іграшки для дітей 1 року	90	дерев'яні іграшки для дітей купити	1-5					новорічні прикраси на двері	90	новорічні іграшки ручної роботи купити	20	купити подарунки на новий рік	110		
еко іграшки для дітей	ч-сть	іграшки для дітей від 1 року	70	дерев'яні іграшки для розвитку дітей	1-5					новорічні прикраси власноруч	90	купити новорічні іграшки ручної роботи	10	купити подарунки на новий рік	110		
еко іграшки для дітей	40	розвиваючі іграшки для дітей 4 років	70	розвиваючі іграшки дерев'яні	1-5					прикраси новорічні	70	набори новорічних іграшок ручної роботи	1-5	подарунок на новий рік подрузі	110		

Продовження таблиці Е.2

іграшки з фанери	ч-сть	іграшки для дітей 3-4 років	70	дерев'яні іграшки рухливі	1-5				новорічні вуличні прикраси	70	новорічні іграшки ручної роботи	1-5	подарунки на новий рік дітям	110		
рухома іграшка з фанери	210	розвиваючі іграшки для дітей 4 роки	70	купити дерев'яні іграшки недорого	1-5				купити новорічні прикраси на ялинку	70	ручна робота новорічний іграшок	1-5	подарунки коханому на новий рік	110		
новорічні іграшки з фанери	170	розвиваючі дерев'яні іграшки для дітей	50	розвиваюча іграшки дерев'яні	1-5				новорічні прикраси з дерева	50		1-5	подарунок коханому на новий рік	110		
іграшки з фанери	170	для дітей іграшки	50						новорічні прикраси на ялинку купити	40	ялинкові прикраси ручної роботи	ч-сть	подарунок на новий рік мамі	110		
новорічна іграшка з фанери	110	іграшки для дітей розвиваючі	40						новорічні прикраси з дерева	ч-сть	ялинкові прикраси ручної роботи	50	купити подарунок на новий рік	110		
статична іграшка з фанери	110	розвиваючі іграшки для дітей до року	30						новорічні прикраси з дерева	50	ялинкові прикраси ручної роботи купити	10	подарунки на новий рік друзі	110		
динамічна іграшка з фанери	50	іграшки з дерева для дітей	30						набори новорічних іграшок	ч-сть	ялинкові прикраси ручної роботи у львові	1-5	подарунок для чоловіка на новий рік	90		
рухомі іграшки з фанери	40								набори новорічних іграшок	210	новорічні прикраси ручної роботи	ч-сть	подарунки для чоловіків на новий рік	90		
іграшки на ялинку з фанери	40	іграшки для дітей купити	30						набір новорічних іграшок	70	новорічні прикраси ручної роботи	20	подарунки на новий рік батькам	90		
іграшки з фанери на ялинку	20	якісні іграшки для дітей	20						купити набір новорічних іграшок	30	новорічні прикраси ручна робота	10	креативні подарунки на новий рік	90		
новорічні іграшки з фанери купити	10								новорічні іграшки набори	20	купити новорічні прикраси ручної роботи	10	креативний подарунок на новий рік	90		
рухлива іграшка з фанери	10								новорічні іграшки набір	20	новорічні прикраси 2020 ручної роботи	1-5	подарунки для хлопця на новий рік	70		
новорічні іграшки з фанери 2020	10								набори новорічних іграшок ручної роботи	1-5			подарунки для мами на новий рік	70		

Продовження таблиці Е.2

новорічні іграшки на ялинку з фанери	10									новорічні іграшки набори купити	1-5				подарунки на новий рік купити	70		
іграшка пазл з фанери	1-5									великий набір новорічних іграшок	1-5				оригінальний подарунок хлопцю на новий рік	70		
шаблони іграшок з фанери	1-5									купити новорічних іграшок набір	1-5				оригінальний подарунок хлопцеві на новий рік	70		
іграшки на ялинку своїми руками з фанери	1-5									новорічні набори іграшок	1-5				подарунок на новий рік чоловіку	70		
заготовки з фанери іграшки новорічні	1-5														подарунки дітям на новий рік	70		
дитячі іграшки з фанери	1-5														ідеї для подарунку на новий рік	70		
схема рухомої іграшки з фанери	1-5														подарунок подрузі на новий рік	70		
вироби з фанери іграшки	1-5														подарунок для хлопця на новий рік	70		
виготовлення рухомої іграшки з фанери	1-5														подарунок хлопцю на новий рік 2021	70		
заготовки з фанери новорічні іграшки	1-5														ідеї для подарунків на новий рік	70		
динамічні іграшки з фанери	1-5														подарункові набори на новий рік	70		

Таблиця Е.3 – Сформоване семантичне ядро для веб-сайту ТОВ «Країна Мрій». Семантика додаткова (категорії).

іграшки ручної роботи	ч-сть	Розвиваючі іграшки	ч-сть	З дерева	ч-сть	Новорічні іграшки	ч-сть	Розмальовки	ч-сть
іграшки ручної роботи	10	розвиваючі іграшки	2400	розвиваючі іграшки з дерева	50	новорічні іграшки хенд мейд	10	дерев'яні іграшки розмальовки	10
іграшки ручної роботи	170	розвиваючі іграшки для дітей	720	розвиваючі дерев'яні іграшки для дітей	50	іграшки на ялинку хенд мейд	1-5	розмальовки дерево	390
іграшки ручної роботи купити	30	дитячі розвиваючі іграшки	320	дерев'яні розвиваючі іграшки	140	хенд мейд іграшки на ялинку	1-5	розмальовки дерев	20
іграшка ручної роботи	10	іграшки розвиваючі	140	дерев'яні розвиваючі іграшки купити	10	іграшки на ялинку ручної роботи	30	розмальовки дерева для дітей	20
іграшки ручна робота купити	1-5	купити розвиваючі іграшки	110	дерев'яні іграшки для малюків	20	ручна робота новорічні іграшки	20	дерев'яна розмальовка	20
іграшки ручної роботи купити ціна	1-5	дитячі іграшки розвиваючі	70	іграшки з дерева для дітей	30	іграшки на ялинку ручна робота	10	фігури з дерева	40
ручна робота іграшки	1-5	іграшки для дітей розвиваючі	40	дитячі іграшки з дерева	50	ялинкові іграшки ручної роботи	10	екологічні іграшки	20
купити іграшки ручної роботи	1-5	розвиваючі дерев'яні іграшки	40	дерев'яні розвиваючі іграшки	140	купити іграшки на ялинку ручної роботи	10		
		розвиваючі дитячі іграшки	30	розвиваючі дерев'яні іграшки	40	купити новорічні іграшки ручної роботи	10		
		інтерактивні розвиваючі іграшки	20	дерев'яні дитячі іграшки	20	набори новорічних іграшок ручної роботи	1-5		
		купити розвиваючі іграшки для дітей	20	дерев'яні розвиваючі іграшки купити	10	ялинкові іграшки розмальовки	90	іграшка з дерева	260
		купити дитячі розвиваючі іграшки	20	дерев'яні іграшки розвиваючі	50			ігри з дерева	20
		розвиваючі іграшки купити	10	іграшки із дерева	20	новорічні іграшки з дерева	70	іграшки з деревини	10
		дитячі розвиваючі іграшки для хлопчиків	10	дитячі дерев'яні іграшки	50	новорічні іграшки з дерева купити	10	дерев'яні ігри	30
		розвиваючі іграшки для дітей купити	10	дерев'яні іграшки для дітей	140	дерев'яні іграшки на ялинку	320	дерев'яні лабіринти для дітей	20
				дерев'яні іграшки	1300	дерев'яні іграшки на ялинку купити	20	дитячі іграшки з дерева своїми руками	10
		Ігри		дерев'яні іграшки купити	30	купити дерев'яні іграшки на ялинку	10		
		розвиваючі настільні ігри	20	дерев'яна розвиваюча іграшка	10				
		розвиваючі настільні ігри для дітей	20	дерев'яні іграшки Україна	10	розвиваючі ігри з дерева	10		
		настільні розвиваючі ігри для дітей	10	дерев'яні іграшки купити	20				
		дитячі розвиваючі настільні ігри купити	1-5	дерев'яні іграшки для немовлят	30	настільні ігри з дерева	30		
		настільні ігри для дівчат розвиваючі	1-5	іграшки з дерева	260	настільні сімейні ігри з дерев'яними компонентами	1-5		
		ігри дитячі настільні розвиваючі	1-5	дерев'яні розвиваючі ігри	30				