
УДК 339.1

Білоусько Т.М.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетинг*

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський
університет економіки і торгівлі»*

ПОШУКОВА ОПТИМІЗАЦІЯ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ КАМПАНІЙ

Сучасні умови трансформації маркетингової діяльності все більше вимагають використання електронних ресурсів для дослідження варіантів забезпечення підвищення ефективності проведення маркетингових кампаній. Впровадження сучасних технологій в будь-яку галузь діяльності відбувається досить активними та стабільними темпами, що значною мірою впливає на просування продукту чи послуги для цільової аудиторії. Якісно створена стратегія маркетингу з використанням цифрових технологій дозволить компаніям ефективно підвищувати охоплення та обізнаність про їх бренд. Постійний моніторинг компаніями своїх конкурентів на основі застосування сучасних цифрових трендів, дозволить оперативно відкоригувати власну діяльність.

Однією з головних причин успіху використання цифрових технологій є те, що це дозволяє бізнесу відстежувати поведінку споживачів у режимі реального часу. Кожну кампанію, запущену цифровим способом, можна відстежувати з точки зору її охоплення, залучення та конверсії. Це надало абсолютно нового значення маркетинговим дослідженням, щоб зрозуміти потреби клієнтів, як ніколи раніше. Таким чином необхідність включення цифрових технологій до маркетингової стратегії бізнесу лише сприятиме кращому досягненню загальних маркетингових та бізнес-цілей, дозволяючи брендам отримувати уявлення про поведінку споживачів та краще задовольняти їх потреби [3].

Пошукова оптимізація (SEO), мабуть, перше, що спадає на думку, коли люди думають про різні види цифрових інструментів у просуванні продукції. Інтернет-бізнеси в основному живуть за рахунок Google, Bing, Yahoo та інших пошукових систем. Якщо компанія використовує SEO правильно, можна залучити значний

органічний трафік на веб-сайт. Мета SEO – оптимізувати вміст таким чином, щоб він з'являвся серед перших результатів на сторінці результатів пошукової системи (SERP) [1].

До цілей SEO-оптимізації, за визначенням дослідників у цій галузі відносять: правильне просування сайту в пошукових системах (і, як наслідок, підвищення позицій сайту у видачі пошукових систем), підвищення конверсії користувачів у покупців (клієнтів). Досягнення цих цілей визначає виконання таких завдань пошукової оптимізації, як: створення активних мотиваційних текстів; дотримання правил створення текстів для сайтів; оптимізація текстів для пошукових систем.

До функцій пошукової оптимізації можна віднести наступні: пошукова оптимізація; підвищення популярності сайту; підвищення цитування сайту; конверсія відвідувачів із покупців [2].

Загалом пошукова оптимізація поділяється на два види:

– внутрішня пошукова оптимізація – це комплекс заходів і методів, спрямованих на покращення внутрішнього змісту та структури сторінки;

– зовнішня оптимізація включає в себе такі методи: аналіз роботи, виконаної іншими оптимізаторами та нарощування маси на сайті.

Найскладніше в SEO – це постійно стежити за змінами алгоритмів пошукових систем і відповідно оновлювати свою стратегію та методи. SEO є важливим для будь-якого веб-сайту, оскільки сьогодні кожна компанія оптимізує свій контент для пошукових систем [1].

Забезпечення найкращих результатів пошуку бренду і продукту може бути досягнуто за допомогою посилення відповідності пошуковим запитам, за допомогою використання правильних ключових слів, посилення впливу блогів та соціальних мереж, а також використання інших стратегій та технік.

Підвищення брендового іміджу компанії також досягається за рахунок топових позицій за результатами пошукових запитів у пошукових системах, тобто якщо бренд чи продукт займає перше місце у результатах пошуку, ймовірність, що люди переглянуть відповідний веб-сайт і виберуть продукт, значно зростає.

SEO має широкий спектр переваг для маркетингових кампаній. Наприклад, він допомагає організаціям зробити свій веб-сайт більш

доступним для користувачів, що працюють з пошуковими системами. Також SEO допомагає збільшити релевантність сторінок та залучати більше користувачів. Таким чином, організації можуть зробити свої маркетингові кампанії більш ефективними, завдяки значному підвищенню відвідуваності сайту.

Також, перевагою SEO для маркетингових кампаній є те, що воно дуже ефективно по відношенню до вартості. Відносно низька вартість інвестицій може дати компаніям багато додаткових клієнтів та продажів. SEO допомагає заощадити час і гроші на кампанії, приховані рекламні витрати і створення бренду.

Отже, в умовах інтенсивної конкуренції пошукова оптимізація є потужним інструментом для підвищення ефективності маркетингових кампаній. SEO допомагає організаціям зробити свій веб-сайт більш доступним для пошукових систем, а також підвищити його видимість для користувачів. Це, в свою чергу, дає можливість підвищити відвідуваність сайту та підвищити конверсію. Таким чином, SEO є потужним інструментом для підвищення ефективності маркетингових кампаній.

Список використаних джерел:

1. Братко О.С., Саламон І.Р. Використання цифрових технологій для просування продукції на міжнародних ринках. 2022. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/5_2022/82.pdf.

2. Шульга О.А. Сучасні інструменти маркетингових інтернет-комунікацій. 2021. URL: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/pidpr-torgi/article/view/945>

3. Macy Storm. *The Benefits of Digital Marketing: 6 Advantages of Online Advertising*. 2020. URL: <https://www.webfx.com/blog/marketing/benefits-of-digital-marketing/>.