МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Сумський державний університет
Навчально-науковий інститут бізнесу,
економіки та менеджменту
Кафедра маркетингу

«До захисту допущено»
В.о. завідувача кафедри
_____ Тетяна ПІМОНЕНКО
____ _____ 2023 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня магістр

зі спеціальності 075 «Маркетинг», освітньо-професійної програми «Маркетинг» на тему: SEO-оптимізація вебресурсів як інструмент просування у цифровому середовищі

Здобувачки групи МК.м-21 Курок Олександр Олександрович

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

_____ Олександр КУРОК

Керівник
професор кафедри маркетингу, д.е.н., професор, Олексій ЛЮЛЬОВ _____
Консультант _____ _____
(посада, науковий ступінь, вчене звання Ім'я та ПРІЗВИЩЕ) (підпис)

Суми – 2023

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота складається з 47 сторінок тексту, 3 розділів, 4 таблиць, 10 рисунків та списку з 33 використаних джерел.

Актуальність теми роботи полягає у важливості SEO-оптимізації вебресурсів як інструменту просування у цифровому просторі

Мета даного дослідження полягає в комплексному дослідженні та аналізі стратегій оптимізації для веб-сайтів у цифровому просторі з метою підвищення їхньої видимості та ефективності. Робота спрямована на розкриття ключових аспектів SEO, визначення оптимальних підходів до побудови ефективної стратегії просування та вивчення впливу SEO на успішність веб-проектів.

Завдання роботи: досідити тенденції розвитку онлайн-бізнесу як інструменту для покращення своїх конкурентних переваг; визначити основні поняття, принципи та інструменти оптимізації для пошукових систем; дослідити ефективні техніки, які направлені на підвищення позицій у пошукових системах; проаналізувати конкурентне середовище ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД» в традиційному та цифровому просторі; провести технічне SEO вебресурсів ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД»; розробити рекомендації шодо впровадження seo-оптимізації вебресурсів ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД» як інструменту просування у цифровому середовищі.

Об'єктом дослідження є ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД». *Предметом* дослідження є теоретичні та практичні засади SEO як ефективного інструментарію просування у цифровому середовищі.

Практична значимість кваліфікаційної роботи полягає в тому, що запропоновані рекомендації до використання системи маркетингових інструментів SEO для підвищення конкурентоспроможності ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД».

У першому розділі розглянуто тенденції розвитку онлайн-бізнесу як інструменту для покращення своїх конкурентних переваг; визначено основні поняття, принципи та інструменти оптимізації для пошукових систем; досліджено ефективні техніки, які направлені на підвищення позицій у пошукових системах.

У другому розділі досліджено конкурентне середовище ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД» в традиційному та цифровому просторі; проведено технічне SEO вебресурсів ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД».

У третьому розділі запропоновано рекомендації шодо впровадження seo-оптимізації вебресурсів ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД» як інструменту просування у цифровому середовищі.

Ключові слова: SEO, ОПТИМІЗАЦІЯ, ТЕХНІЧНА ОПТИМІЗАЦІЯ, ПОШУКОВА СИСТЕМА, ІНСТРУМЕНТИ SEO, СЕМАНТИЧНЕ ЯДРО

ANNOTATION

The qualification work consists of 47 pages of text, 3 chapters, 4 tables, 10 figures and a list of 33 references.

The relevance of the topic of the work lies in the importance of SEO-optimization of web resources as a tool for promotion in the digital space.

The purpose of the qualification work is to study to comprehensively research and analyze optimization strategies for websites in the digital space in order to increase their visibility and effectiveness. The work is aimed at revealing the key aspects of SEO, determining optimal approaches to building an effective promotion strategy, and studying the impact of SEO on the success of web projects.

Objectives: to identify trends in the development of online business as a tool for improving your competitive advantages; define basic concepts, principles and optimization tools for search engines; to investigate effective techniques aimed at increasing positions in search engines; to analyze the competitive environment of "HERMES-INTRADE" LLC in the traditional and digital space; carry out technical SEO of web resources of HERMES-INTRADE LLC; to develop recommendations for the implementation of seo-optimization of the web resources of HERMES-INTRADE LLC as a tool for promotion in the digital environment.

The object of the study is "HERMES-INTRADE" LLC. *The subject of the study* is the theoretical and practical foundations of SEO as an effective promotion tool in the digital environment.

The practical significance of the study work lies in the proposed recommendations for using the SEO marketing tool system to increase the competitiveness of HERMES-INTRADE LLC.

The first section trends in the development of online business as a tool for improving your competitive advantages are considered; basic concepts, principles and optimization tools for search engines are defined; effective techniques aimed at increasing positions in search engines have been studied.

The second section the competitive environment of HERMES-INTRADE LLC in the traditional and digital space is investigated; technical SEO of the web resources of HERMES-INTRADE LLC was carried out.

The third section offers recommendations for the implementation of seo-optimization of the web resources of HERMES-INTRADE LLC as a tool for promotion in the digital environment.

Keywords: SEO, OPTIMIZATION, TECHNICAL OPTIMIZATION, SEARCH SYSTEM, SEO TOOLS, SEMANTIC CORE

ЗМІСТ

ВСТУП…… 5
1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ SEO-ОПТИМІЗАЦІЇ ВЕБРЕСУРСІВ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ПРОСУВАННЯ У ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ 7
1.1 SEO-оптимізації в сучасному цифровому середовищі: аналіз тенденцій розвитку онлайн-бізнесу як інструмент для покращення своїх конкурентних переваг ……..…….. 7
1.2 Аналіз видів та інструментів SEO для бізнесу: теоретичні аспекти …….……. 11
1.3 Дослідження ефективних технік з метою підвищення позицій у пошукових системах…….. 15
2. АНАЛІЗ ПЕРЕДУМОВ SEO-ОПТИМІЗАЦІЇ ВЕБРЕСУРСІВ ДЛЯ КОМПАНІЇ ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД» …… 20
2.1 Аналіз конкурентного середовища роботи ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД» в традиційному та цифровому просторі …… 20
2.2 Дослідження передумов запровадженя SEO вебресурсів ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД»: технічний аналіз……. 26
3. ВПРОВАДЖЕННЯ SEO-ОПТИМІЗАЦІЇ ВЕБРЕСУРСІВ ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД» ЯК ІНСТРУМЕНТУ ПРОСУВАННЯ У ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ ……..……..…. 31
ВИСНОВКИ…… 41
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ…….. 44

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Роль інформаційно-комунікаційних технологій в сучасному бізнесі стає все більш важливою. Особливо це стає актуальним в умовах економічних криз, коли споживачі ставлять все вищі вимоги до якості товарів і послуг. Підприємці, з свого боку, змушені знаходити нові шляхи підвищення ефективності та розвитку свого бізнесу. Саме тому вони все частіше звертаються до інструментів Інтернет-маркетингу.

Онлайн-середовище надає багато переваг для бізнесу. Воно дозволяє підприємцям ефективно впливати на поведінку споживачів, зменшувати витрати і забезпечувати зручність у взаємодії з клієнтами. Світовий досвід показує, що порівняння традиційної реклами і реклами в Інтернеті виходить на користь останньої. Інтернет-реклама має багато переваг, таких як широкий охоплення аудиторії, точне налаштування таргетингу, можливість взаємодії зі споживачами та багато іншого. Зростання значення реклами в Інтернеті відбувається на тлі її інтенсивного розвитку. Технології постійно вдосконалюються, а нові можливості з'являються на ринку. Це створює нові перспективи для бізнесу, які варто використовувати для досягнення успіху.

Мета даного дослідження полягає в комплексному дослідженні та аналізі стратегій оптимізації для веб-сайтів у цифровому просторі з метою підвищення їхньої видимості та ефективності. Робота спрямована на розкриття ключових аспектів SEO, визначення оптимальних підходів до побудови ефективної стратегії просування та вивчення впливу SEO на успішність веб-проектів.

Завдання дослідження. Для реалізації заданої мети виділено такі завдання:

- досідити тенденції розвитку онлайн-бізнесу як інструменту для покращення своїх конкурентних переваг;
- визначити основні поняття, принципи та інструменти оптимізації для пошукових систем;

- дослідити ефективні техніки, які направлені на підвищення позицій у пошукових системах;
- проаналізувати конкурентне середовище ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД» в традиційному та цифровому просторі;
- провести технічне SEO вебресурсів ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД»;
- розробии рекомендації шодо впровадження seo-оптимізації вебресурсів ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД» як інструменту просування у цифровому середовищі.

Об'єктом дослідження є ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД», а **предметом дослідження виступають** теоретичні та практичні засади SEO як ефективного інструментарію просування у цифровому середовищі.

Методи дослідження. При написанні кваліфікаційної роботи були використані такі наукові методи, як: літературний опис (аналіз літературних джерел, наукових публікацій, книг та статей щодо основ та новітніх тенденцій в галузі SEO та цифрового маркетингу), аналіз ринку та конкурентів (вивчення та аналіз SEO-стратегій конкурентів та ринкових тенденцій), аналіз SEO інструментів (використання спеціалізованих SEO-інструментів для аналізу ключових слів, конкурентоспроможності та технічного стану веб-сайту) тощо.

Практична значимість кваліфікаційної роботи полягає в тому, що запропоновані рекомендації до використання системи маркетингових інструментів SEO для підвищення конкурентоспроможності ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД».

Структура кваліфікаційної роботи. Випускна кваліфікаційна робота складається з вступу, 3 розділів, висновку та списку використаної літератури.

Список використаної літератури включає в себе 46 найменувань.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ SEO-ОПТИМІЗАЦІЇ ВЕБРЕСУРСІВ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ПРОСУВАННЯ У ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

1.1 SEO-оптимізації в сучасному цифровому середовищі: аналіз тенденцій розвитку онлайн-бізнесу як інструмент для покращення своїх конкурентних переваг

Сучасний бізнес працює як на традиційному, так і на цифровому ринку з метою розширення цільової аудиторії та максимізації прибутку. Традиційний ринок надає можливість взаємодії з клієнтами у фізичному середовищі, побудови особистих відносин на локальному ринку та розбудови бренду через традиційні канали, такі як магазини та інші торгові точки, рекламні та акційні пропозиції. В свою чергу, цифровий ринок відкриває широкі можливості глобального залучення аудиторії, забезпечуючи онлайн-продажі, цифровий маркетинг та ефективний електронний обмін інформацією.

Згадно аналітичних даних все більше бізнесів в Україні почали віддавати перевагу комбінуванню традиційної та цифрової взаємодії з споживачем, а самим бізнесам оптимально використовувати переваги обох ринків, адаптуючись до змін у споживчих уподобаннях та технологічних інновацій. Такий підхід дозволяє підприємствам забезпечити максимальну видимість і доступність для клієнтів, що відкриває шлях до стабільного росту та конкурентоспроможності в сучасному бізнес-середовищі.

Поряд з цим бачимо, що на ринку з’являється все більше бізнесів, які стартують одразу у цифровому просторі, або поступово відмовляються від традиційних маркетингових інструментів взаємодії. В більшості випадків передумовою переходу тільки на цифровий ринок є:

- оптимізація постійних витрат (орендні, комунальні платежі тощо);

- пристосування до мінливість у клієнтських очікуваннях;
- бажання прискорити час виведення товару на ринок;
- оптимізації технологій взаємодії з споживачами;
- пошук нових ринків збуту.

Тенденції розвитку онлайн-бізнесу та зростання конкуренції визначаються рядом факторів, що включають технологічні інновації, зміни споживацьких уподобань, глобалізацію та інші чинники. Враховуючи досвід науковців [33, 32, 30, 29, 27, 26, 24] розглянемо деякі ключові аспекти.

E-commerce (електронна комерція) дозволяє бізнесам більш ефективно реалізовувати збутову політику. Одним із ефективних інструментів реалізації електронної комерції є мобільна торгівля.

Зростання темпів використання мобільних пристоїв сприяє стрімкому розвитку мобільної торгівлі завдяки своїй зручності та доступностіі. Телефони стали не лише засобом комунікації, але й персональними цифровими помічниками, якими можна скористатись в будь-якяй момент. Це стимулює зміни у споживацькій поведінці, оскільки люди все частіше реалізують покупки та торговельні операції безпосередньо зі своїх мобільних пристроїв.

Створення бізнесами власних застосунків та мобільних версій веб-сайтів дозволяє взаємодіяти з клієнтами в моменти їх активності, а споживачам - зручно та ефективно здійснювати покупки, роблячи мобільний телефон одним з ключових інструментів у прийняті рішення щодо вибору необхідного товару, отримання консультацій, організації покупки та навіть після продажного обслуговування.

Звертаємо увагу, що електронна комерція дозволяє забезпечити омноканальну взаємодію з споживачами. Компанії все частіше переходять до омніканальних стратегій, поєднуючи традиційні та цифрові канали взаємодії, оскільки це сприяє значному покращенню споживчого досвіду. Перш за все, інтеграція різних каналів дозволяє бізнесам отримувати синергетичних ефект між ними, забезпечуючи споживачам зручний та послідовний шлях взаємодії з товарним асортиментом. Клієнти можуть почати свій шлях покупки в інтернет-

магазині, продовжити його в магазині або навпаки, не втрачаючи при цьому контексту та персоналізації.

Додатково, омніканальний підхід дозволяє компаніям забезпечити більший рівень обслуговування клієнтів та задоволення їх очікувань. Поєднання традиційних та цифрових маркетингових інструментів дозволяє надавати різноманітні послуги, такі як оформлення замовлення, підключення консультанта на будь-якому з етапів оформлення покупки, самовивіз в магазині, повернення товару через різні канали тощо. Це підвищує гнучкість в обслуговуванні клієнтів та сприяє побудові сильних та довгострокових відносин із споживачами.

Слід звернути увагу, що більшість компаній, які планують розвивати свою діяльність в цифровому просторі сприймають онлайн торгівлю як ефективний інструмент для покращення своїх конкурентних переваг з числа кількох ключових причин.

По-перше, це надає можливість формувати більш широку цільову аудиторію. З використанням цифрових платформ бізнес може розширити своє коло впливу, привертаючи увагу нових клієнтів, залучаючи їх до воронки продажу і як результат – збільшуючи обсяги продажів, що є ключовим аспектом в сучасному конкурентному середовищі.

По-друге, торгівля в цифровому просторі дозволяє бізнесам покращувати користувацький досвід та забезпечувати персональне обслуговування. Застосування технологій аналітики та штучного інтелекту для визначення параметрів входу до воронки продажу чи формування рекламних пропозицій дозволяє створювати індивідуалізовані пропозиції та рекомендації для клієнтів, а також полегшує процеси замовлення та доставки. Це підвищує задоволеність клієнтів, що стає джерелом конкурентної переваги, оскільки клієнти, які задоволені первинною покупкою, не лише більш схильні до повторних покупок, а й можуть ставати «адвокатими» бренду та в подальшому будуть постійно рекомендувати продукти чи послуги новим потенційним клієнтам.

Поряд з цим, слід звернути увагу, що стрімкий розвиток цифрової торгівлі супроводжується постійним ускладненням конкурентного становища. Наразі важко знайти сферу в цифровому просторі, яку можна було б охарактеризувати як монопольну. Легкий доступ до міжнародних ринків змушує підприємства постійно удосконалювати стратегії роботи на ринку, активніше вдосконалювати свої продукти та асортимент, оптимізовувати ціни та підвищувати якість обслуговування для того, щоб вижити в умовах глобальної конкуренції.

В сучасному цифровому світі, де онлайн-простір стає все більш насиченим, а використання інформаційно-комунікаційних технологій у сфері бізнесу постійно зростає, SEO-оптимізація виступає як стратегічний інструмент для підтримки успішності онлайн-бізнесу.

SEO (Search Engine Optimization або оптимізація для пошукових систем) відіграє важливу роль для всіх учасників ринкових відносин: бузнесу, споживачів, конкурентів. Розглянемо більш детально доцільність використання SEO для різних учасників ринкових відносин (рис. 1.1).

Рисунок 1.1 – Передумови використання SEO різними учасниками ринкових відносин (складено автором)

Наразі, SEO стає ключовим інструментом для підвищення видимості бізнесу в пошукових системах. Оптимізація веб-сайту дозволяє продуктам чи послугам отримувати більш рейтингові позиції у результатах пошуку, що збільшує ймовірність привернення уваги потенційних покупців та збільшення обсягів продажів.

Для покупців, SEO стає важливим джерелом інформації при пошуку товарів чи послуг. За допомогою оптимізованих веб-сайтів, покупці можуть легко знаходити та порівнювати різні пропозиції, що сприяє зростанню конкуренції між продавцями.

Конкуренти, у свою чергу, змушені більш активно використовувати SEO для того, щоб зберігати свою конкурентоспроможність і не втрачати своє місце в пошукових результатах поруч із іншими гравцями на ринку. Таким чином, SEO стає необхідним елементом стратегії всіх учасників ринку, що максимізує їхню ефективність та результативність.

1.2 Аналіз видів та інструментів SEO для бізнесу: теоретичні аспекти

Оптимізація для пошукових систем включає різноманітні види стратегій та підходів для покращення видимості веб-сайтів бізнесу в результатах пошуку. В навчальній літературі виокремлюють види за принципом дозволеності: біле, сіре та чорне [11, 14] .

Якщо бізнес не використовує небажаних та заборонених методів на певний момент, то така оптимзається вважається білою. Якщо бізнес при просуванні починає використовувати методи, які порушують правила пошукових систем, то така оптимізація буде вважатись чорною. Сірою буде називатись та оптимізація, яка основана на методах, які ще не заборонені, але не вітаються пошуковими системами [23, 12]. Такий підхід є умовнив, оскільки

перелік методів, які віносять до того чи іншого виду, постійно змінюється: сірі методи поступово стають чорними, а надмірне використання білими – сірими.

На нашу думку, необхідно використовувати інший підхід до виділення видів оптимізації, який буде оснований на функціональному навантаженню. На рис. 1.2 представлені основні види оптимізації для пошукових систем.

Технічна оптимізація (Technical SEO) включає в себе оптимізацію технічних аспектів веб-сайту для забезпечення оптимального індексування пошуковими системами. Якість взаємодії веб-сайтів з браузерами та пошуковими системами є однією з найважливіших оптимізацій, оскільки наявність перебоїв у завантаженні, наявність дублів сторінок чи некоректність написання адрес може призвести до того, що пошукові системи не будуть навіть відображати в ранжувальних списках веб-сайти бізнесу [10, 16]. До технічної оптимізації можна віднести роботу з файлами robots.txt, мета-тегами та заголовками, налаштування мап сайту та навігації, оптимізацію швидкості завантаження сторінок та інші технічні аспекти.

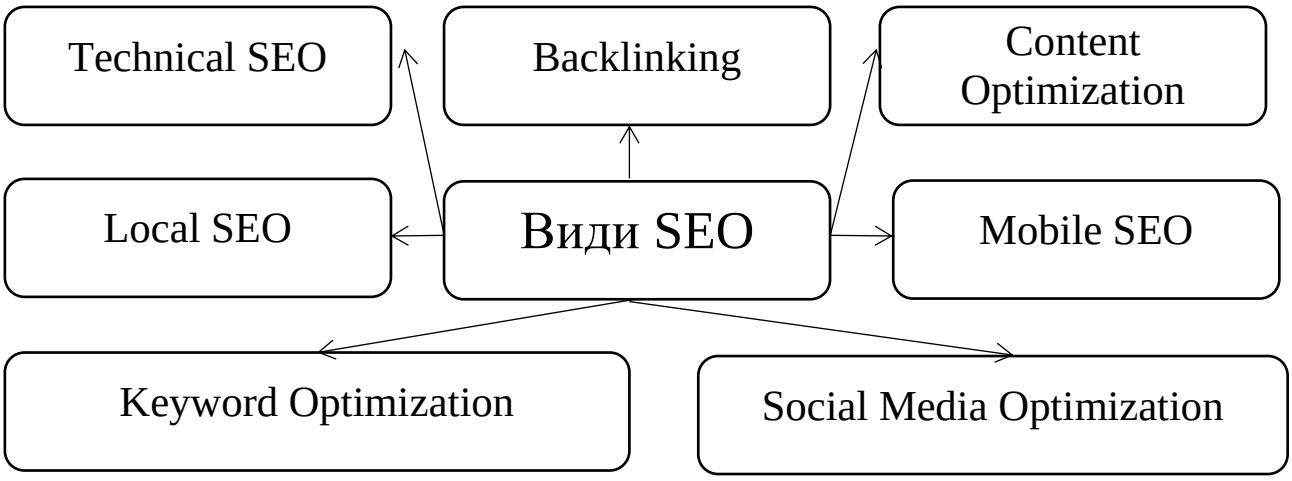


Рисунок 1.2 – Види оптимізації для пошукових систем (складено автором на основі [11, 12, 13, 15, 16, 17, 18, 20, 21])

Ключові слова (Keyword Optimization). Органічне включення ключових слів і формування семантичного ядра дозволяє найточніше відображають тематику веб-сайту бізнесу. Цей підхід дозволяє оптимізувати контент на веб-

сайті, враховуючи специфічні запити користувачів та їхні наміри [17]. Замість простого використання ключових слів, побудова семантичного ядра включає в себе аналіз синонімів, спільнот та контекстуальних зв'язків, що допомагає створювати більш глибокий та змістовний контент.

Крім того, семантичне ядро сприяє покращенню користувацького досвіду, оскільки враховує не лише слова, а й тональність мови спілкування з споживачем. Це дозволяє веб-сайтам пропонувати більш релевантні та цільові результати пошуку, що позитивно впливає на рейтинг в пошукових системах та задоволення від взаємодії з вмістом. Загалом, робота з ключовими словами є стратегічним підходом до SEO, який сприяє якісній оптимізації веб-сайту та взаємодії з цільовою аудиторією [13].

Оптимізація контенту (Content Optimization). Створення якісного та унікального контенту (використання ключових слів, структурування контенту, покращення читабельності та стилістики подачі інформаційних потоків), який відповідає запитам користувачів. Включення ключових слів у заголовки, мета-теги та текст сторінок допомагає пошуковим системам краще розуміти тематику веб-сайту та його контенту, покращуючи його ранжування у пошукових результатах.

Оптимізація контенту сприяє покращенню користувацького досвіду за рахунок різноформатного контенту. Якщо вміст відповідає очікуванням та інтересам користувачів, вони більш схильні залишатися на сайті, переглядати більше сторінок та повертатися знову. Це має позитивний вплив на показники взаємодії, такі як час перебування на сайті та відсоток відхилень, покращення позицій в пошукових системах.

Локальна оптимізація (Local SEO). За результатами досліджень більше 48 % пошукових запитів у 1 півріччі 2023 року в пошуковій системі Google є локальними [18]. Налаштування веб-сайтів під запити від «близьких» географічно користувачів дозволяє пришвидшити прийняття рішення щодо обрання точки покупки. До локальної оптимізації можна віднести роботу з:

- налагодженням відповідності рубрикам та повнота заповнення карти в Google Мій Бізнес;
- близькістю локаційної адреси бізнесу до фактичного місця знаходження шукача (фізична адреса);
- рейтингами у вигляді бальних оцінок чи зірок сніпету;
- ключовими словосполученнями у title та в контенті сторінки.

Мобільна оптимізація (Mobile SEO). Оптимізація для мобільних пристроїв, що стає все важливішою, дозволяє веб-сайтам пристосовуватися до змін у споживчих звичках та технологічних тенденцій (використання планшетів та телефонів для оформлення покупки). Забезпечення адаптивного дизайну, динамічного оновлення та ефективного відображення контенту (наприклад з використанням Accelerated Mobile Pages розмітки) з врахуванням різних розмірів екранів мобільних пристроїв є базовими чинниками у покращенні користувацького досвіду [22]. Мобільна оптимізація дозволяє забезпечити зручність у взаємодії з контентом на маленьких екранах, сприяючи швидшому завантаженню сторінок та зменшенню витрат трафіку, що є особливо важливим для користувачів, які використовують мобільний інтернет.

Звертаємо увагу, мобільна оптимізація виступає важливим фактором для пошукових систем, таких як Google, які враховують адаптацію веб-сайтів під мобільні пристрої при визначенні їх ран жувальних позицій у позукових запитах. Забезпечення швидкого завантаження, легкої навігації та адаптованого відображення контенту на мобільних пристроях підвищує шанси на високі позиції у пошукових результатах, що в свою чергу – збільшує природній трафік приросту потенційної цільової аудиорії.

Вхідні посилання (Backlinking). Збільшення авторитету веб-сайту за допомогою якісних зовнішніх посилань від інших авторитетних ресурсів – є одним з основних чинників ранжування в пошукових системах. Створення гостьових постів, додавання посилань у зовнішні каталоги та списки ресурсів на власний веб-сайт, співпраця з іншими сайтами. При розміщення backlink

доцільно враховувати авторитетність та релевантність тих сайтів, на яких в подальшому буде знаходитись це посилання [20].

Оптимізація соціальних мереж (Social Media Optimization) – це процес оптимізації, який націлений на забезпечення готовності веб-сайту до ефективного використання його конткнту в різних соціальних мережах. Цей процес фокусується на внутрішній оптимізації самого сайту, де власники бізнесу активно працюють над поліпшенням його привабливості та зручності для користувачів. Головною метою є залучення уваги клієнтів з соціальних мереж та залучення їх до взаємодії на створених бізнесом сторінках у соціальних мережах [21].

Такий підхід до виділення окремих видів оптимізації дозволить будувати комплексну стратегію виведення веб-сайтів на цифровий ринок та дозволить отримувати високі позиції в пошукових результатах і як результат – покращувати взаємодію з споживачами.

1.3 Дослідження ефективних технік з метою підвищення позицій у пошукових системах

При дослідженні ефективних технік з метою підвищення позицій у пошукових системах хотіли зазначити, що алгоритм рейтингування запитів постійно змінюється і розвивається. За 2022-2023 рр. ми спостерігаємо стрімку зміну параметрів, які стають актуальними та базовими при формуванні рейтингових списків пошуковими системами.

На перше місце виходить показник **врахування користувацького досвіду** та його взаємодії з параметром **швидкості завантаження сторінки**. Користувачі пошукових систем не хочуть витрачати свій час на очікування завантаження сторінок і більш лояльно відносяться до тих бізнесів, які слідкують за цим. На нашу думку, при роботі з параметром «швидкість

завантаження сторінки» доцільно враховувати не лише користувацький досвід (збільшення задоволення користувачів та зменшення їх відтоку), а й кешування, мінімізацію HTTP-запитів та ряд інших факторів SEO, які залежать від дивайсу сподивача (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Ключові аспекти впливу швидкості завантаження сторінок на SEO (створено автором на основі [2, 3, 4])

№	Параметр	Векторні складові	Результативність
1	Важливість користувацького досвіду	Збільшення задоволення користувачів	швидше завантаження сторінок поліпшує користувацький досвід
		Зменшення відскоку (Bounce Rate)	користувачі залишаються довше, якщо сторінки завантажуються швидко
2	SEO-фактори, пов'язані з швидкістю	Google PageSpeed Insights	оцінка та оптимізація швидкості за допомогою інструментів, таких як PageSpeed
		Мобільна швидкість	адаптація для швидкого завантаження на мобільних пристроях
3	Технічні аспекти оптимізації швидкості	Кешування	використання механізмів кешування для ефективного збереження ресурсів
		Мінімізація HTTP-запитів	об'єднання та мінімізація файлів для зменшення кількості запитів
4	Моніторинг та аналіз	Використання аналітики	встановлення систем аналітики для відстеження швидкості завантаження
		Тестування продуктивност	регулярні тести для визначення ефективності оптимізаційних заходів
5	Переваги від оптимізації швидкості	Збільшення конверсії	швидше завантаження може підвищити конверсію, особливо для електронної торгівлі
		Зниження витрат на пропозицію	зменшення обсягу передачі даних призводить до економії на хостингу та трафіку

Звертаємо увагу, що все більше уваги доцільно приділяти м**обільній оптимізації**, оскільки за останні 5 років бачимо постійне зростання використання мобільних пристроїв при пошуку інформації. Так, за результатами звіту Global Digital 2023 [8]. На початку 2023 року майже 5,44 мільярда осіб у роботі та повсякденному житті використовують мобільні телефони, що складає 68% від загального числа населення світу. За останній рік

кількість унікальних користувачів мобільних телефонів зросла на 3%, і це ще раз підтверджує доцільність використанні мобільної оптимізації.

Поряд з цим, протягом 2023 року середній час, який витрачався на отриманні інформації з Інтернету, скоротився на майже 5%. Згідно зі звітом GWI, тепер кожен середній користувач витрачає на 20 хвилин менше щодня, ніж у попередньому році (з 7 годин на день до 6 годин і 37 хвилин). В даному аспекті можна зробити висновок, що ще більшої уваги треба приділяти **якості контенту** (унікальності, академічної тошнотності, наводненості тощо).

В той же час, пошукові системи віддають перевагу мобільно-дружнім сайтам, тому важливо забезпечити адаптивний дизайн та швидку реакцію на мобільних пристроях. Адаптивний дизайн дозволяє автоматично налаштовувати розмір та структуру контенту під різні розміри екранів, включаючи мобільні пристрої, планшети та настільні комп'ютери. В той час, як швидка реакція на розмір екрану допоможе забезпечити оптимальний вигляд і функціональність для будь-якого пристрою, а миттєве відшукування мобільних версій вебресурсів на жести та дотики користувачів поліпшує загальний користувацький досвід.

Що стосується якості контенту, то наразі необхідно робити акцент на мультимедійному представленні інформації. Якщо у 2022-2023 році перевагу віддавали комбінуванню текстового та фото контенту з використанням не менше 2-рівневих заголовків та маркерованих списків, то у 2024 році доцільно інтегрувати мультимедійність шляхом використання відео-контенту. Збільшення залучення аудиторії може бути досягнуто за рахунок розробки цікавих відеороликів чи інтерактивних елементів, що з 1 секунд перегляду дозволить привернути увагу споживачів та збільшити тривалість перебування користувачами на вебресурсі. Звертаємо увагу, що використання мультимедійного контенту може стати додатковою точкою доступу для пошукових систем, дозволяючи їм краще розуміти та індексувати сторінки веб-сайту і як результат – розширити джерела отримання природнього трафіку користувачів.

Далі треба звернути увагу **на використання структурованих даних** (наприклад - мікророзмітки Schema) [7]. Ці інструменти дозволяють більш якісно подавати інформацію про товари, їхні параметри або дані про магазин чи компанію у форматі, зрозумілому для пошукових ботів. Відповідно пошукові боти більш швидше верифікують контентні потоки і як результат – збільшує ймовірність того, що відвідувачі знайдуть саме те, що їм потрібно.

Наприклад, використання мікророзмітки рейтингу, відгуків та ціни на сторінці товару дозволяє пошуковій системі відобразити цю інформацію у формі, яка є зрозумілою та інформативною для користувачів. Елементи, такі як зірки рейтингу, ціна, статус наявності, стають видимими та приваблюючими для уваги користувачів.

Розширений пошук з голосовими помічниками все більше використовується користувачами, і як результат – бізнесам потрібно враховувати **оптимізацію для голосового пошук**. Під час формування пошукових запитів споживачі активно використовуються голосові асистенти, (наприклад, Siri, Alexa та Google Assistant тощо). що значно спростовує пошук інформації. За даними [9] прогнозується, що кожен 2 запит у 2024 році буде здійснюватися за допомогою голосових асистентів. Це вказує на необхідність особливої уваги до оптимізації веб-сайтів, зокрема розташування ключових слів у форматі розмови, а не лише у візуальному чи письмовому форматі.

Використання SEO з територіальною локацією (Local Search Engine Optimization) в 2 півріччі 2023 року також стало трендом [1]. Локальне просування включає задоволення інформаційних потреб споживача через представлення йому цільового та якісного локального трафіку. З урахуванням того, що за 2022-2023 рік в Україні спостерігається постійне внутрішнє та зовнішнє переміщення населення, то багато запитів з локаційною особливістю допомагать споживачам більш швидше отримувати необхідну інформацію. Наразі ми бачимо такі шляхи ефективної реалізації:

1. включення в семантичне ядро ключових слів та фраз, які повноцінно описують місцевість: топографічні назви місцевості, туристичні маршрути, логістичні транзитні сполучення, айдентика місцевості тощо;
2. внесення бізнесу до списків локальних каталогів;
3. розміщення бізнесу на інтернет-картах (наприклад, Google Maps) не лише з врахуванням ключових фраз з семантичного ядра а й бажаними контактами, які приведуть споживача до первинної комунікці (веб-сайт, соціальні мережі, телефон);
4. використовувати лістинги з одного інтерфейсу;
5. постійно відповідати на відгуки та коментарі, що допоможе залучати місцевих клієнтів та покращувати рейтинг у пошукових системах.

Використання соціальних медіа стають все важливішими для SEO [2]. Взаємодія з аудиторією через соціальні платформи, публікація цікавого контенту та отримання поширень допомагають покращити видимість в пошукових системах. Також, бізнесам інколи важко забезпечувати інформприводи на комерційних сайтах кожного дня з причии більшої вимогливості до цього контенту. Контент в соціальних медіа більш простіший і не потребує складної архітектури у створенні.

Ці тренди в галузі SEO показують, що оптимізація для пошукових систем постійно змінюється та вимагає постійного оновлення та вдосконалення підходів. Врахування вищезазначених ефективних технік з метою підвищення позицій у пошукових системах допоможе бізнесам оптимізувати свої витрати на впровадження інструментів цифрового маркетингу та вибудувати оптимальну стратегію позиціювання бізнесу в Інтернет просторі.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПЕРЕДУМОВ SEO-ОПТИМІЗАЦІЇ ВЕБРЕСУРСІВ ДЛЯ КОМПАНІЇ ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД»

2.1 Аналіз конкурентного середовища роботи ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД» в традиційному та цифровому просторі

Товаристов з обмеженою відповідальністю (далі - ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД») була створена у 2014 році. Головним напрямком роботи даної компанії є ндання митних брокерських послуг в Сумській області. Дана компанія зосереджена на:

1. **Декларування транспортних засобів та спецтехніки**. ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД» займається оформленням митних декларацій для фізичних та юридичних осіб, які ввозять транспортні засоби та спецтехніку.
2. **Імпорт товарів**. Головний акцент – імпортні операції (за 2022-2023 рр. в структурі митних оформлень близько 55%). Зосереджена увага на імпорті сировини, обладнанні та матеріалів.
3. **Експорт сільськогосподарської продукції**. ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД» займається оформленням документів для експорту сільськогосподарської продукції (товари харчової групи, сільськогосподарська сировина) на зовнішні ринки.
4. **Експорт промислового обладнання**. ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД» здійснює експорт промислового обладнання, яке є важливим для підтримки інфраструктурних та виробничих проектів на міжнародному рівні.
5. **Експорт пиломатеріалів.** Оформлення документів для експорту пиломатеріалів є ще одним напрямком роботи ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД», та включає експорт деревини, дерев'яних конструкцій або інших виробів з дерева.
6. **Митне оформлення та консультування**. Крім оформлення митних декларацій, ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД» може надавати консультації з

питань митного регулювання та надання інших послуг, пов'язаних із здійсненням транскордонних операцій.

Ці напрямки роботи вказують на широкий спектр діяльності компанії в області логістики, митного оформлення та міжнародної торгівлі.

Ринок митних та брокерських послуг в Сумській області представлений широким спектром конкурентів. Зокрема, станом на ІІІ квартал 2023 року згідно системи YouControl на ринку області зареєстровано 165 компаній, а в м. Суми – 32. З цього можна зробити висновок, що ринок брокерських послуг є конкурентним та потребує більш детального дослідженя (зокрема виокремлення конкурентів за асортиментом послуг, локації розміщення та комфортності доступу, цінової політики тощо).

Наразі вважаємо за доцільне провести порівняльний аналіз трьох конкурентів, які в межах пошукового запиту «Митні брокерські послуги у м.Суми» в Google Maps займають перші позиції (рис. 2.1) та географічно найближче розміщені.

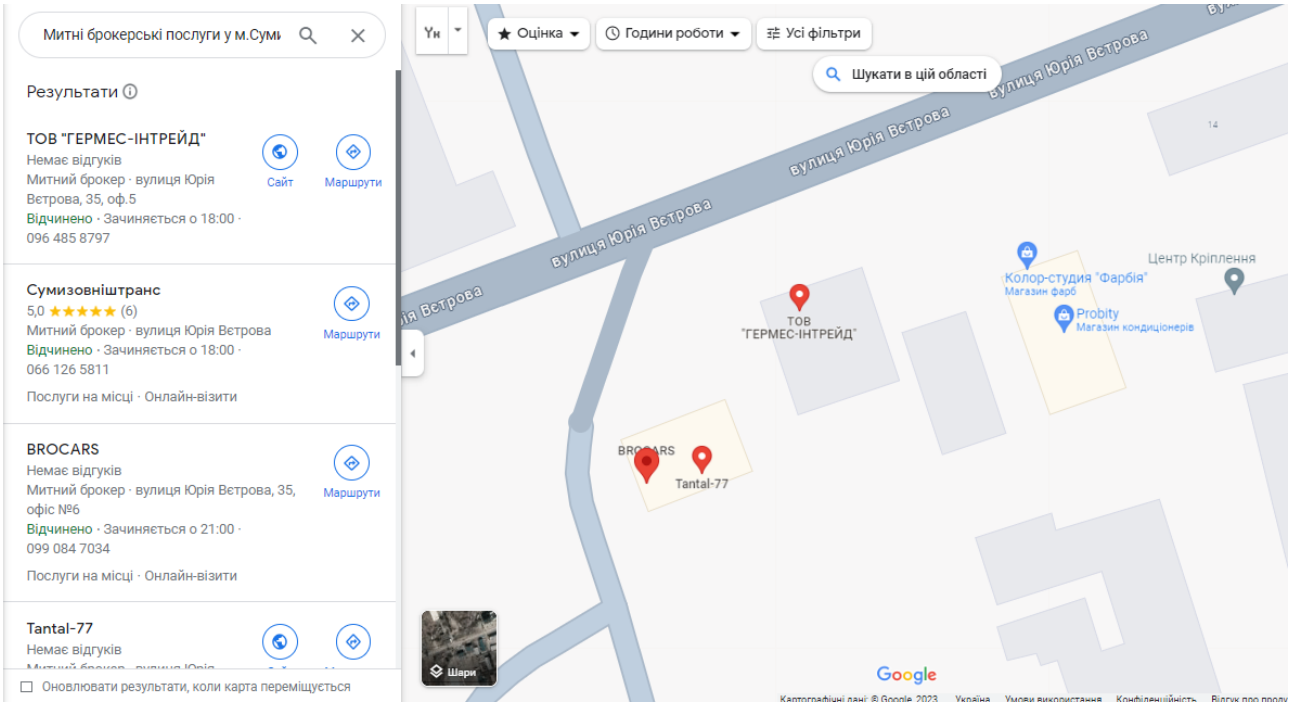


Рисунок 2.1 – Визначення конкурентів за критерієм географічного розміщення

Дослідивши конкурентів вважаємо за доцільне визначити їх сильні та слабкі сторони.

1. ТОВ "Сумизовніштранс" визначається як ключовий учасник ринку, що пропонує широкий спектр послуг з митного оформлення автомобілів та консультації з ввезення транспортних засобів. Крім того, компанія надає послуги з митного оформлення вантажів за всіма видами та спеціалізується на оформленні сертифікату EUR-1, що робить її суттєвим конкурентом на ринку.

У традиційному просторі компанія "Сумизовніштранс" активно використовує різноманітні інструменти для привертання уваги потенційної аудиторії. Наприклад, компанія розмістила свій веб-сайт за адресою http://szt.sumy.ua/, хоча на жаль, на час проведення дослідження він був закритий для доступу. Важливо зауважити, що онлайн-присутність в сучасному бізнесі є важливим аспектом, і можливо, компанія розглядає можливості оновлення та покращення свого веб-сайту.

У сфері соціальних мереж, "Сумизовніштранс" використовує Instagram, щоб збільшити свою видимість та спілкуватися з аудиторією. Також, відзначається використання телефонного маркетингу для ефективної комунікації з клієнтами та партнерами.

У традиційному просторі компанія привертає увагу за допомогою традиційних інструментів мерчандайзингу, таких як вивіски та розташування офісів поблизу митниць, що сприяє зручному доступу для клієнтів.

Для подальшого успіху та зміцнення конкурентної позиції, можливою стратегією може бути активне участь в онлайн-середовищі, оновлення веб-сайту, а також розширення стратегій цифрового маркетингу для ефективнішої взаємодії з клієнтами.

2. ПП "BROCARS" є працює в сегменті митних брокерських послуг для легкових автомобілів та розташована пруч з ТОВ "ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД". Хоча географічно ці компанії знаходяться поруч, "BROCARS" спеціалізується виключно на наданні послуг, пов'язаних із митним оформленням автомобілів.

Однією з ключових переваг "BROCARS" є наявність представництв у стратегічних містах, зокрема в столиці - м. Київ, та на півдні України - м. Одеса. Це стратегічне розташування сприяє зручній взаємодії з клієнтами та дозволяє компанії оперативно реагувати на зміни в законодавстві та митних процедурах.

На жаль, компанія наразі не має власного веб-сайту, але активно використовує соціальні мережі, зокрема Instagram та Facebook, для спілкування з клієнтами та партнерами. Це важливий крок у вірному напрямку в умовах сучасного цифрового світу, адже це дає можливість підтримувати активний онлайн-профіль та вести ефективну комунікацію з аудиторією.

З метою подальшого розвитку та розширення клієнтської бази, "BROCARS" може розглядати можливість створення власного веб-сайту, де клієнти матимуть можливість отримати детальну інформацію про послуги, отримувати оновлення щодо митних правил та процедур, а також використовувати онлайн-сервіси для зручного замовлення послуг.

Загальна стратегія "BROCARS" може включати в себе інтенсивне використання цифрових технологій для покращення комунікації та забезпечення високого рівня обслуговування своїм клієнтам у сфері митного брокерства для легкових автомобілів.

3. ПП "Tantal-77" представляє собою ще одного учасника ринку, який пропонує асортимент послуг, аналогічний ТОВ "ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД". Подібно до конкурента, компанія займається декларуванням та митним оформленням транспортних засобів, що робить їх конкурентами в цьому сегменті ринку.

Важливо відзначити, що на відміну від інших гравців у цій галузі, "Tantal-77" відсутній у соціальних мережах, зокрема в Instagram. Сучасна ділова атмосфера визначає активність у соціальних мережах як один із ключових каналів комунікації з клієнтами та засобів залучення нової аудиторії. З метою підвищення власної впізнаваності та взаємодії з клієнтами, "Tantal-77" може розглядати можливість створення та підтримки активної присутності в інстаграмі та інших соціальних мережах.

Інтернет-простір компанії в даний момент обмежений веб-сайтом-візитівкою, доступним за посиланням https://tantal.business.site/. Проте, на жаль, на сайті відсутня інформація щодо конкретного асортименту послуг, що може бути важливим для потенційних клієнтів. Для поліпшення інформативності та привабливості веб-сайту, рекомендується додати докладний перелік послуг, які надає компанія, та, можливо, розмістити референції клієнтів або кейси успішних проектів.

Зазвичай, важливо мати інформацію про асортимент послуг та конкретні можливості, які надає компанія, щоб вразити та залучити клієнтів. У поєднанні з активністю в соціальних мережах, це може стати сильною стратегією для "Tantal-77", сприяючи збільшенню свого впливу та конкурентоспроможності на ринку

Основуючись на дослідженні сильних та слабких сторін конкурентів вважаємо за доцільне здійснити SWOT-аналіз ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД», який дозволить зрозуміти сильні та слабкі сторони компанії, а також визначити можливості та загрози, що виникають у її діяльності (рисунок 2.2).

Сильні сторони	Слабкі сторони
Досвід та історія. Компанія існує з 2014 року, що свідчить про її досвід та стабільність в галузі митного брокерства. ***Широкий спектр послуг.*** Розгалужений асортимент послуг, які охоплюють декларування транспортних засобів, імпорт, експорт сільськогосподарської продукції, промислове обладнання та пиломатеріали. ***Фокус на імпорті.*** Зосередженість на імпортних операціях може стати конкурентною перевагою, особливо якщо імпорт сировини та обладнання є стабільним і зростає.	***Слабка онлайн-присутностість***. Наявність власного веб-сайту у поєднанні з вкрай обмеженим обсягом інформації на сайті-візитці може обмежувати доступ до формування природнього трафіку потенційних клієнтів з пошукових систем. ***Відсутність соціальних мереж***. Неактивна присутність в соціальних мережах може обмежувати можливості для взаємодії з аудиторією та маркетингу. ***Відсутність активної рекламної стратегії***. Відсутність яскравої рекламної кампанії та активних маркетингових заходів може обмежувати розпізнаваність компанії серед конкурентів та потенційних клієнтів.
Можливості	**Загрози**
Оптимізація веб-сайту та SEO-стратегії. Вдосконалення існуючого веб-сайту та впровадження ефективної стратегії оптимізації для пошукових систем (SEO) можуть підвищити видимість компанії в Інтернеті та привернути нових клієнтів. ***Активна присутність в соціальних мережах.*** Створення та підтримка активних акаунтів в соціальних мережах, таких як Instagram та Facebook, може сприяти підвищенню взаємодії з аудиторією та виробленню позитивного іміджу. ***Розширення асортименту послуг.*** Введення нових послуг або розширення існуючого спектру може розширити клієнтську базу та зробити компанію менш вразливою до змін у ринкових умовах. ***Географічне розширення.*** Розширення географії обслуговування може включати в себе встановлення представництв в інших регіонах або розширення діяльності на нові ринки. ***Використання онлайн-маркетингу.*** Рекламні кампанії через Інтернет, включаючи контекстну рекламу та рекламу в соціальних мережах, можуть ефективно просувати послуги компанії серед цільової аудиторії. ***Партнерство та співпраця.*** Встановлення партнерських відносин та співпраця з іншими компаніями можуть відкрити нові можливості для розвитку бізнесу та спільних проектів. ***Використання аналітики.*** Застосування аналітичних інструментів може допомогти в оцінці ефективності маркетингових кампаній, розумінні поведінки клієнтів та вдосконаленні стратегій розвитку.	***Зміни в митному законодавстві.*** Потенційні зміни в митних правилах можуть вплинути на операційні процеси та вимагати додаткових зусиль у сфері дотримання вимог. ***Конкуренція.*** Інші компанії у сфері митного брокерства можуть представляти конкуренційні виклики, особливо якщо вони активно використовують онлайн-канали та соціальні мережі. ***Конкуренція в рейтингу пошукових систем.*** Зі зростанням конкуренції в галузі митного брокерства, конкуренти можуть активно застосовувати стратегії SEO для підвищення видимості своїх веб-сайтів у пошукових системах. Це може призвести до зниження позицій веб-сайту ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД» у пошукових результатах та втрати потенційних клієнтів. ***Втрата цільової аудиторії.*** Якщо конкуренти ефективно використовують SEO для привертання уваги та приваблюють цільову аудиторію, це може призвести до втрати клієнтів на користь конкурентів, які стануть більш видимими в Інтернеті. ***Підвищення витрат на рекламу.*** Щоб конкурувати в онлайн-просторі, ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД» може бути змушене інтенсифікувати рекламні кампанії та витрати на платні рекламні платформи, щоб зберегти або підвищити свою видимість.

Рисунок 2.2 – SWOT-аналіз ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД»

Отже, результати аналізу конкурентного середовища та висновки за SWOT-аналізом ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД» показали доцільність використання SEO-оптимізації веб-ресурсів як інструменту просування у цифровому середовищі.

2.2 Дослідження передумов запровадженя SEO вебресурсів ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД»: технічний аналіз

Станом на ІІІ квартал 2023 року ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД» не використовує SEO-оптиміацію, хоча у компанії є офіційний веб-ресурс, який можна використовувати в залежності від стратегії роботи на ринку. Сайт розроблений у форматі сайту –візитівки у форматі лендінгу.

Виходячи з наявної форми взаємодії у цифровому просторі технічний аудит (перевірка технічних аспектів веб-сайту, таких як швидкість завантаження, мобільна оптимізація, налаштування сервера) та аналіз структури сайту (оцінка наявності XML-карти сайту, правильності використання заголовків, текстового та графічного контенту) здійснювати будемо з використанням PageSpeed Insights (рисунок 2.3). Дана програма дозволяє виявити проблеми в комп'ютерній та адаптованій під мобільні пристрої версії веб-ресурсу.

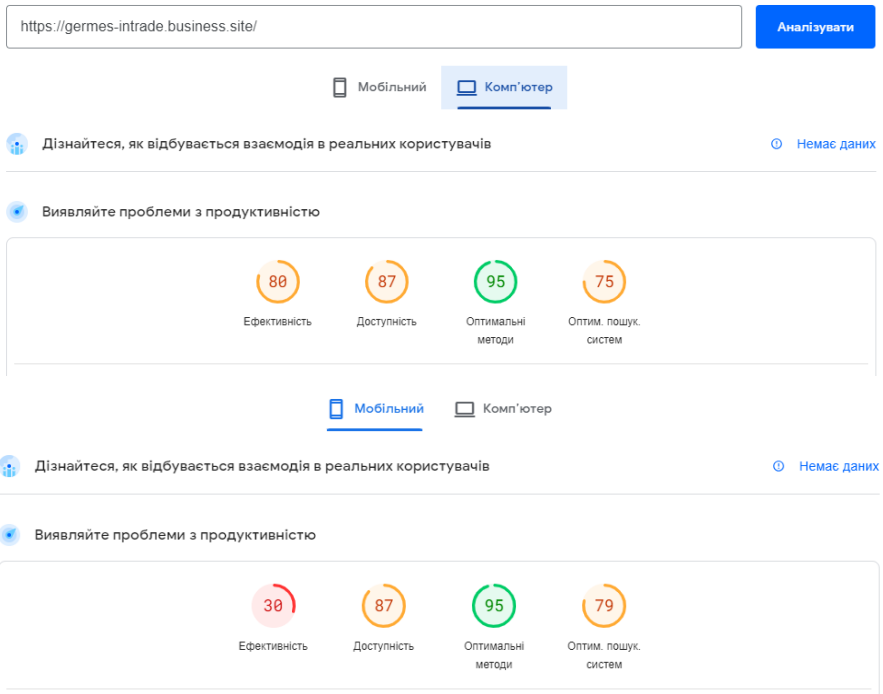
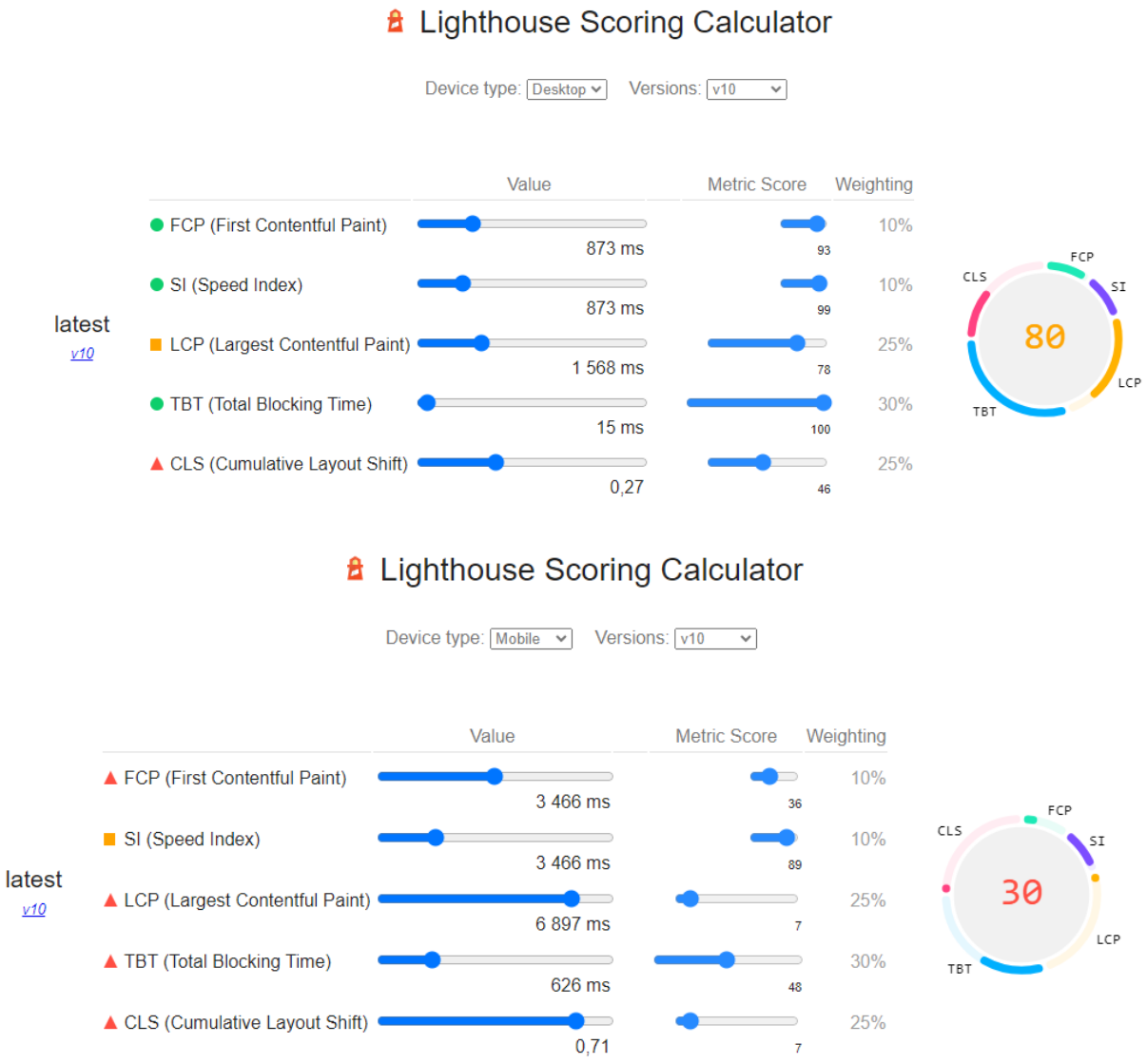


Рисунок 2.3 – Аналіз роботи сайту за допомогою ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД» PageSpeed Insights

За допомогою даного сервісу було виявлено проблеми з стабільністю роботи сайту ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД» як для комп'ютерів і для мобільних пристроїв. Слід зазначити ефективність роботи комп’ютерної версії сайту складає 80%, а мобільна – 30%. З цього можна зробити висновок, що користувачі можуть покинути ресурс, не дочекавшись його завантаження. Поряд з цим, якщо почнемо розміщювати більше контену на сайті, ніж зараз, та змінювати архітектуру сайту за рахунок додавання додаткових елементів у фото- та відео форматі то без внесення змін у технічну оптимізацію сайту ефективність та доступність буде падати.



Рисунко 2.4 – Розширений аналіз показників ефективності завантаження сайту ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД» для комп’ютерної та мобільної версії

Як показує більш детальний аналіз (рис. 2.4) показників ефективності завантаження сайту ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД» технічними проблемами є:

1. На сайті первинна взаємодія (показник FCP) відбується з часовою затримкою. Ця проблема більше стосується мобільної версії сайту де метрика складає 89 з 100. У комп'ютерній версії даний показники складає 93 з 100, але також може бути оптимізований за рахунок вирішення технічних проблем.

2. Додатковий аналіз ефективності завантаження вказав на ще одну суттєву аспект технічних проблем на сайті ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД». Індекс швидкості завантаження (SI) чітко вказує на проблеми лише у мобільній версії, вказуючи на те, що цей аспект потребує негайного вирішення. Взаємодія з сайтом на мобільних пристроях виявляється затриманою, і це може негативно впливати на користувачів та загальний рейтинг веб-сайту.

3. Досліджуючи показник (LCP), який відображає час завантаження найбільшого візуального елементу з веб-сайту, побачили проблему як в комп'ютерній (78 з 100) так і в мобільній версіях (7 з 100). З цього можна зробити висновок про необхідність проведення технічної оптимізації саме з візуалізацій ними елементами на сайті. В першу чергу доцільно перевірити наявність блокувань з боку JavaScript и CSS, а вже потім – оптимізувати параметри зображень та серверові конфігурацію. Цьому показнику треба приділяти більш конкретну увагу, оскільки частка впливу на загальний показник ефективності складає 25%.

4. Аналіз показника TTB показав наявність проблем тільки в мобільній версії сайту (48 з 100). Це є критичним, оскільки наявність часового логу, який користувач вже бачe наповнення сайту, але не може перйти до дій на сайті, може спровокувати до виходу з цього сайту та пошуку інших компаній для задоволення власних потреб. Як результат – природній трафік користувачів не будуть переходити в статус клієнтів.

5. Зміщення макету сайту при завантаженні елементів сайту (SLC) є технічною проблемою, яку доцільно вирішувати, оскільки на момент перевірки комп'ютерної версії сайту показник склав 46 з 100, а для мобільної – 7 з 100.

Вдповідно до проведеного аналізу доцільно провести наступні технічні оптимізації сайту (табл. 2.1)

Таблиця – Можливості оптимізації ефективності завантаження сайту ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД» для комп'ютерної та мобільної версії

№ п/п	Можливості	Напрямки роботи	Прогнозована оптимізація часу завантаження, с.
1	Оптимізаційні роботи з розмірами зображень	Показувати зображення правильного розміру, щоб заощадити мобільний трафік і покращити час завантаження	0,30
2	Вилучення ресурсів, які блокують відображення першої візуалізаційної сторінки	Вибудувати послідовність завантаження елементі вна сайті з врахуванням JavaScript або таблиці CSS і відкласти всі некритичні елементи	0,28
3	Оптимізувати код JavaScript шляхом видалення того, який не використовується	Щоб скоротити трафік даних у мережі, доцільно зменшити код JavaScript, який не використовується, і відкласти завантаження скриптів, доки вони не знадобляться	0,24

Поряд з цим, слід перевірити, щоб текст залишався видимим під час завантаження веб-шрифту, використовуючи функцію CSS font-display, кожне зображення супроводжувалось атрибутами width та height, а сам сайт не перевантажувався ланцюгами критичних запитів, які провокують затримку в часі завантаження.

Наступним показником технічного SEO є доступність веб-сайту (рис. 2.3). Наразі даний показник складає 87% як для комп'ютерної, так і для мобільної версій сайту. Наразі заниження показника доступності можна описати як:

6. кожний елемент на сайті повинен бути супроводжений атрибутом «aria-*». Наразі вони не використані, що значно погіршує «видимість» сайту для ботів пошукових систем;
7. відсутність атрибутів для зображень, а саме описовий текст заміщень не використовується на етап завантаження сайту;
8. не налаштоване локальне SEO;

9. увага споживача не налаштована на контент, який з’являється останнім.

При вирішенні цих питань, що впливають на показник доступності, можна очікувати підняття його до 100%, що сприятиме покращенню позицій сайту ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД» в результатах пошукових систем і забезпечить користувачам більш зручний та доступний досвід взаємодії з веб-ресурсом компанії.

Останній показник, що стосується "Оптимізації під пошукову систему" та включений до аналізу технічного SEO відповідно до PageSpeed Insights, знаходиться у діапазоні 75-79%. Це вказує на значну кількість проблем, зокрема з семантичним ядром, заголовками, мета-описами та внутрішніми посиланнями на сайті.

Під час останньої перевірки виявлено, що текстовий контент на сайті не супроводжується мета-описами, а зображення не мають відповідних атрибутів. Відсутність цих елементів призводить до погіршення індексації вмісту сайту веб-сканерами пошукових систем. Необхідно виправити ці недоліки, оскільки наявність мета-описів та атрибутів для зображень є ключовим для забезпечення оптимального взаємодії з пошуковими алгоритмами та підвищення видимості сайту в результатах пошуку.

РОЗДІЛ 3. ВПРОВАДЖЕННЯ SEO-ОПТИМІЗАЦІЇ ВЕБРЕСУРСІВ ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД» ЯК ІНСТРУМЕНТУ ПРОСУВАННЯ У ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Впровадження стратегії SEO-оптимізації для ТОВ "ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД" у сфері митних брокерських послуг є критично важливим для підвищення видимості компанії в Інтернеті та залучення цільової аудиторії. На рис. 3.1 представлена послідовність заходів, які доцільно провести з метою впровадження стратегії SEO-оптимізації для ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД».

Впровадження цих заходів допоможе підвищити органічний трафік на сайт "ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД" та покращити позиції у пошукових результатах, забезпечуючи більш ефективну взаємодію з цільовою аудиторією, яка зацікавлена в митних брокерських послугах. Вважаємо за доцільне більш детально зупинитись на окремих етапах.

На 1 етапі важливо приділити увагу формуванню семантичного ядра, яке в подальшому допоможе в оптимізації сайту під пошукову систему. За допомогою сервісу Google Ads «планувальник ключових слів» було введено ряд функціональних запитів (за основними напрямками роботи компанії). На основі обробки функціональних запитів було сформовано список з 2340 ключових слів та фраз, які доцільно розмістити на сайті в 3 хвилі. Зокрема всі запити були згруповані в 3 рубрикаційні блоки націлені на:

10. збільшання впізнаваності компанії на локальному ринку м. Сум;
11. просування асортименту послуг;
12. формування довіри до ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД», як лідеру ринку.

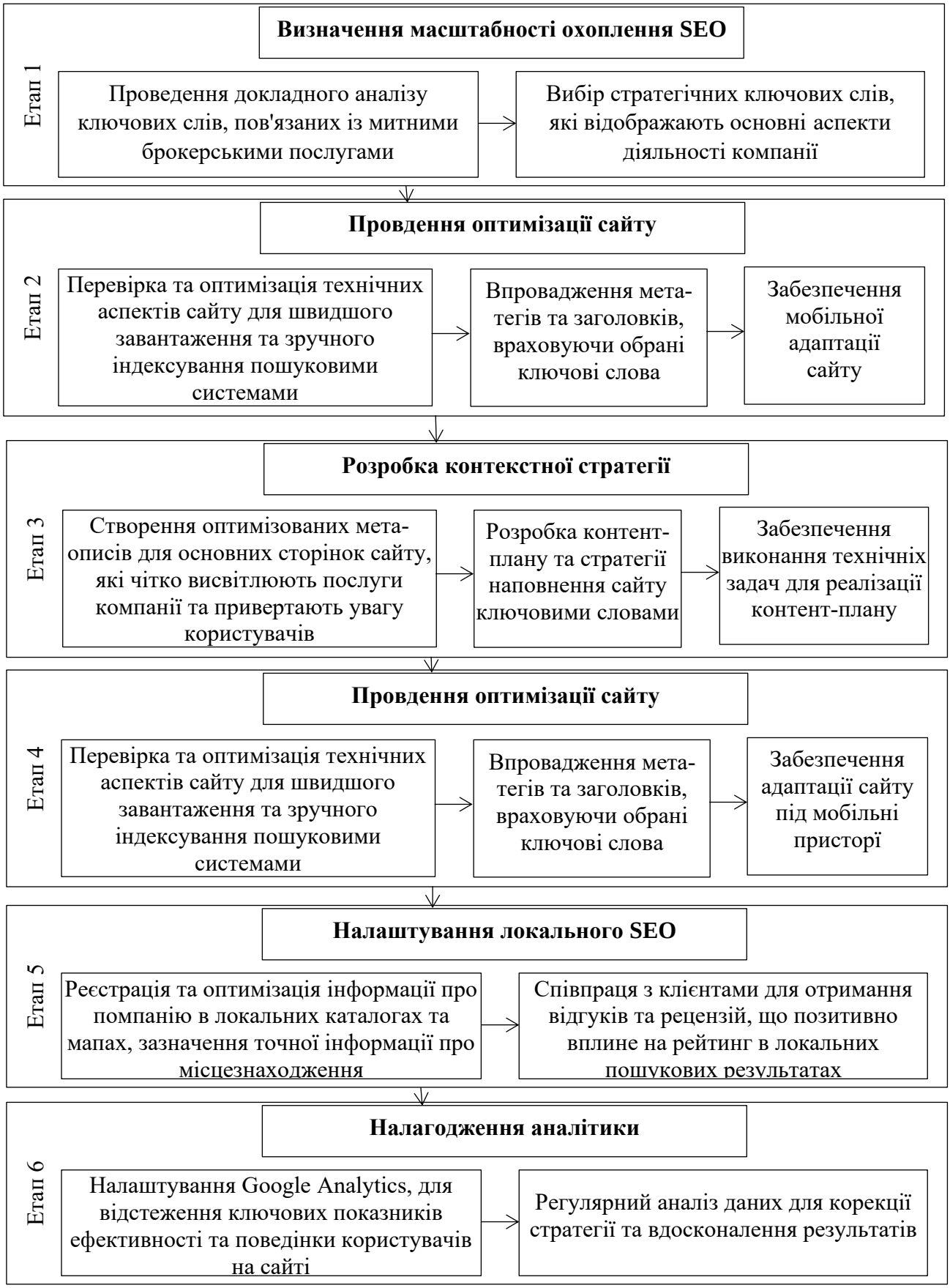


Рисунок 3.1 – Алгоритм впровадження стратегії SEO-оптимізації для ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД»

В таблиці 3.1 представлені перших 50 слів в межах виокремлених ключових блоків:

Таблиця 3.1 – Фрагмент семантичного ядра для сайту ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД»

№	Цільвий напрям	Ключові слова та фрази	
1	2	3	
1	Збільшання впізнаваності компанії на локальному ринку м. Сум	1. Митний брокер "ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД" 2. Ефективне митне оформлення 3. Імпортно-експортні послуги 4. Митне консультування 5. Транзитні операції 6. Швидке митне оформлення 7. Митні тарифи та класифікація 8. Країни та регіони обслуговування 9. Ліцензії та дозволи 10. Митні аудиторські послуги 11. Кваліфіковані митні агенти 12. Зберігання вантажів 13. Митні процедури 14. Податки та збори 15. Професійний підхід до митного обслуговування 16. Індивідуальний підхід до клієнтів 17. Оптимізація митних витрат 18. Митні вирішення проблем 19. Митні інновації 20. Експертіза в митному законодавстві 21. Точність та надійність 22. Супровід вантажів від початку до кінця 23. Митні зміни та новини 24. Системи митного контролю 25. Міжнародні митні стандарти	26. Митна декларація 27. Електронне мито 28. Митні відомості 29. Висока якість обслуговування 30. Митні ризики та їх управління 31. Імпортні та експортні тарифи 32. Професійна експертиза митних питань 33. Сертифікати відповідності митному законодавству 34. Митні розвідки 35. Митні інспекції 36. Онлайн-служби митного оформлення 37. Кваліфікований митний персонал 38. Митні та експортні ліцензії 39. Митний брокер для малих та середніх підприємств 40. Митні аспекти логістики 41. Митні та логістичні рішення 42. Індивідуальна стратегія митного оформлення 43. Митний сервіс з високим ступенем конфіденційності 44. Митні гарантії та страхування 45. Інноваційні рішення в митній сфері 46. Кваліфіковані консультанти з митних питань 47. Митні аспекти міжнародного бізнесу 48. Митні технології для ефективності бізнесу 49. Повний спектр митних послуг 50. Гарантія якості в митному обслуговуванні "ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД"
2	Просування асортименту послуг	1. Ефективне митне оформлення 2. Митні консультації на високому рівні 3. Імпортно-експортні операції 4. Транзитні митні послуги 5. Комплексні митні рішення 6. Швидке митне оформлення вантажів 7. Індивідуальний підхід до митних завдань 8. Митні агенти з великим досвідом 9. Ліцензії та дозволи швидко та професійно 10. Повний перелік митних послуг 11. Класифікація товарів за митним кодом 12. Професійне митне консультування 13. Ефективна оптимізація митних витрат 14. Митні аудиторські перевірки 15. Зберігання та логістика вантажів 16. Митні рішення для малих та середніх бізнесів 17. Висока якість обслуговування 18. Експертиза в митному законодавстві 19. Митні ризики та їх управління 20. Митні тарифи та ставки 21. Консультації щодо митних податків 22. Митні та експортні документи 23. Митна декларація для імпорту та експорту 24. Електронне мито та інновації 25. Легальне вивезення товарів за кордон	26. Митні гарантії та страхування 27. Митні та експортні ліцензії 28. Митні сервіси для галузей промисловості 29. Індивідуальна стратегія митного оформлення 30. Митний супровід від початку до кінця 31. Митний агент для оптимізації податкових витрат 32. Митні аспекти логістики та постачання 33. Підготовка митних документів 34. Митні інспекції та розвідка 35. Митні рішення для ефективного бізнесу 36. Сервіси електронного митного оформлення 37. Імпортно-експортні тарифи та облік 38. Митна безпека та контроль 39. Митні технології для підприємств 40. Митні аспекти міжнародного бізнесу 41. Митні зміни та новини 42. Митні послуги для індивідуальних клієнтів 43. Митна антикорупційна політика 44. Митні рішення для ефективного логістичного ланцюга 45. Митний брокер зі значним досвідом 46. Індивідуальні митні рішення для галузі торгівлі 47. Ефективне митне консультування для новаторських проектів 48. Митні рішення для виробництва та дистрибуції 49. Митна апеляція та розв'язання спорів 50. Інтегровані митні та логістичні послуги "ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД"

Продовження таблиці 3.1

1	2	3	
3	Формування довіри до ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД», як лідеру ринку	1. Лідерство на ринку митних послуг 2. Довірчі митні брокерські послуги 3. Надійний митний брокер "ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД" 4. Визнана якість обслуговування 5. Експертиза лідера в митній сфері 6. Найкращі митні практики "ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД" 7. Довгострокове партнерство та надійність 8. Топовий митний брокер в Сумах 9. Гарантії якості від "ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД" 10. Індивідуальний підхід для кожного клієнта 11. Висококваліфіковані митні фахівці 12. Транспарентність та порядність у взаємодії 13. Досвідчена команда митних агентів 14. Партнерство на основі довіри і професіоналізму 15. Ефективність та точність в роботі 16. Інноваційні підходи в митному обслуговуванні 17. Митне оформлення від лідера ринку 18. Міжнародний стандарт в митних послугах 19. Захист від митних ризиків 20. Гармонія професіоналізму та відповідальності 21. Висока репутація у галузі митного брокерства 22. Індивідуальні рішення для клієнтів 23. Спеціалізовані митні послуги для бізнесу 24. Забезпечення конфіденційності та безпеки 25. Митний брокер №1 в області 26.	27. Розширений спектр послуг в митній сфері 28. Повага до клієнтів та їх потреб 29. Сучасні технології в митному брокерстві 30. Освічена та професійна команда "ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД" 31. Стабільність та впевненість у керівництві 32. Митні рішення для великих корпорацій 33. Підвищення ефективності бізнесу через митні послуги 34. Індивідуальна стратегія забезпечення успіху клієнта 35. Висока швидкість митного оформлення 36. Професійна допомога у вирішенні митних питань 37. Економія часу та ресурсів завдяки "ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД" 38. Стратегічне партнерство в митній сфері 39. Індивідуальні консультації та рекомендації 40. Оптимізація витрат на митне оформлення 41. Контроль за митними процесами з боку "ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД" 42. Розв'язання митних труднощів для клієнтів 43. Митна безпека та гарантії 44. Систематичне оновлення знань у митному законодавстві 45. Гнучкі умови та персоналізовані рішення 46. Індивідуальні рішення для оптимізації податкових зобов'язань 47. Інформаційна відкритість та доступність 48. Готовність вирішувати невідкладні митні завдання 49. Гнучкість та адаптабельність до змін у митному середовищі 50. Проактивний підхід до митних викликів 51. Зобов'язання до якості та етики у митному брокерстві 52.

Поряд з цим, незалежно від виокремлених напрямів, доцільно використовувати при формування контенту (рис. 3.2)

Рисунок 3.2 – Хмара ключових слів для сайту ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД»

Другий та третій етап щодо оптимізації сайту потребує налаштування технічного SEO (зокрема тих параметрів, які були описані в пункті 2.2 кваліфікаційної роботи). Поряд з цим, при аналізі сайту на наявність структурних елементів в архітектурі сайту вважаємо за доцільне внеси зміни в макет сайту.

Наразі сайт ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД» складається з 3 блоків: вітальний банер, блок з горизонтальною каруселлю, де представлено короткі публікації з заголовками та блок з контактами. На нашу думку такий підхід не дозволяє якісно реалізовувати маркетингові стратегії щодо розширення цільової аудиторії чи збільшення кількості продажів послуг.

На рисунку 3.3 та 3.4 представлено макет сайту, який може стати основою до внесення коректив до оптимізації до пошукових систем.

МИТНЕ ОФОРМЛЕННЯ

Гермес-інтрейд здійснює увесь спектр процедур митного оформлення вантажу.

В будь-який час доби наші спеціалісти нададуть консультацію на етапі укладання контрактів на поставку, під час оформлення документів, після завершення митного оформлення

1

Професійна експертиза

Ми володіємо великим досвідом та кваліфікованою командою митних фахівців, яка взаємодіють з клієнтами, щоб надати найкращі митні рішення

2

Індивідуальний підхід

Ми відомі своїм індивідуальним підходом до кожного клієнта, розробляючи стратегії, які враховують унікальні потреби та особливості кожного бізнесу

3

Інноваційні технології

Ми використовуємо передові технології в сфері митного брокерства, щоб забезпечити ефективність та точність в управлінні митними процесами

4

Надійність та точність

Ми славимось своєю надійністю виконання зобов'язань та високою точністю у вирішенні митних питань, надаючи клієнтам впевненість у керівництві своїх митних операцій

Рисунок 3.3 – Розробка макету сайту ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД»

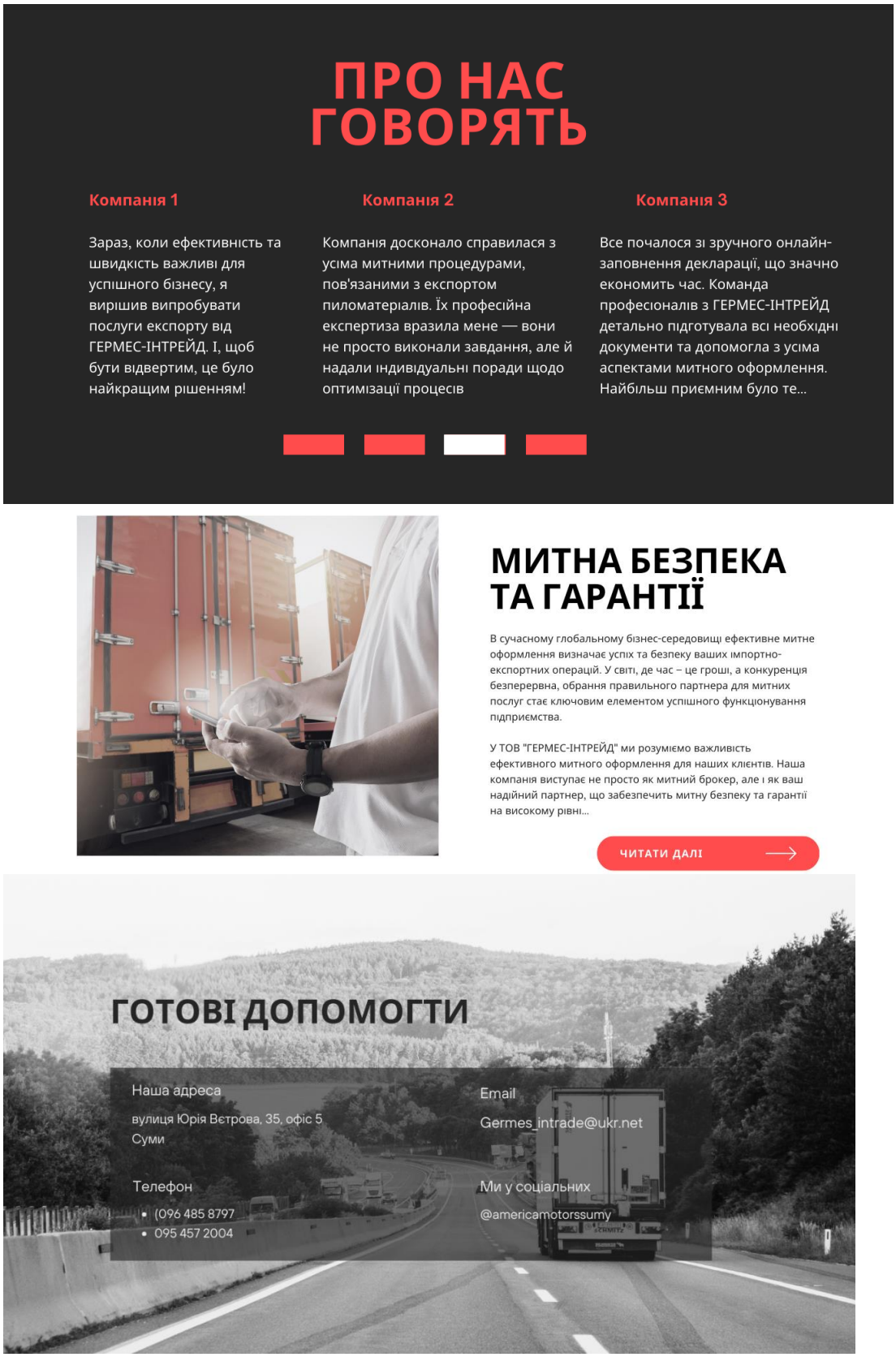


Рисунок 34 – Продовження макету сайту ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД»

Розроблений макет сайту та контент, який розміщено на новому сайті ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД» включає вже 18 ключових фраз з семнтичного ядра, яке запропоноване вище.

Наступним кроком є розробка контент плану, написання технічних завдань та запровадження органічного заповнення сайту ключовими фразами. В таблиці 3.2 представлено контент план для заповнення блоку на сайті, який присвячений експертним публікаціям.

Таблиця 3.2 – Приклад контент-плану на 1 місяць ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД» розміщення контенту на сайті

№	Назва публікації	Рекомендації ТЗ	Ключові слова	Додаткові параметри
1	ОСНОВИ МИТНОГО БРОКЕРСТВА	основні принципи та етапи митного брокерства, ключові терміни та процедури, які корисні для новачків у сфері митних послуг	1. Митний брокер "ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД" 2. Ефективне митне оформлення 3. Імпортно-експортні послуги 4. Митне консультування 5. Транзитні операції	Збільшання впізнаваності компанії на локальному ринку м. Сум / інформативний контент
2	ТРАНЗИТНІ МИТНІ ПОСЛУГИ: ЯК ОПТИМІЗУВАТИ ВАНТАЖОПОТІК	Описати переваги та особливості транзитних митних послуг, а також надати поради щодо оптимізації вантажопотоків	1. Ефективне митне оформлення 2. Митні консультації на високому рівні 3. Імпортно-експортні операції 4. Транзитні митні послуги 5. Комплексні митні рішення	Просування асортименту послуг / формат «how to»
3	МИТНІ ПОРАДИ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОГО БІЗНЕСУ	корисні поради та стратегії для підприємців щодо ефективного управління митними питаннями	1. Швидке митне оформлення вантажів 2. Індивідуальний підхід до митних завдань 3. Митні агенти з великим досвідом 4. Ліцензії та дозволи швидко та професійно 5. Повний перелік митних послуг	Просування асортименту послуг / інформативний контент
4	ПАРТНЕРСТВО З ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД: ВІДКРИВАЄМО ДВЕРІ ДО СВІТУ БІЗНЕСУ	переваги та можливості співпраці для клієнтів та партнерів.	1. Лідерство на ринку митних послуг 2. Довірчі митні брокерські послуги 3. Надійний митний брокер "ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД" 4. Визнана якість обслуговування 5. Експертиза лідера в митній сфері	Формування довіри до ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД», як лідеру ринку / комерційний контент

Даний розділ забезпечує наповнення сайту ключовими словами, та кожна з експертних публікацій закінчується заклилком до дії «зв'язатися з нами».

На нашу думку, такий підхід дозволить отримати більш рейтингові позиції у пошукових запитах потенційних клієнтів та приверне їх увагу до асортименту послуг.

Наступним етапом є налаштування локального SEO. ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД» має акаунт в розділі Google My Business, де розміщений сайт візитівка https://germes-intrade.business.site/. Поряд з цим до інформації у карці компанії My Business доцільно додати посилання на офіційний сайт, соціальні мережі та інші канали комунікування.

Поряд з цим доцільно запровадити наступні рекомендації:

- включення інформації про бізнес в локальні списки. Наприклад, це можу бути сайт міста Суми 0542 / розділ «Митні послуги, брокери Суми» (https://www.0542.ua/catalog). Наразі інформації про досліджуану компанію тут відсутня;
- при описі послуг на сайті додавати слова локаційного спрямування – м. Суми, Сум, Сумська обл., Сумщина та інші, які показують приналежність бізнесу до конкретного регіону;
- включати локальні ключові слова у мета-описі ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД»;
- активізувати роботу щодо отримання відгуків від клієнтів, які можуть залишати як на сторінці Google My Business, так і розміщюватись на сайті. Слід звернути увагу на налагодження роботи щодо моніторингу появи відгуків і швидкого реагування на них;
- при розміщенні зовнішніх посилань на локальних ресурсах додавати локацію ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД» в текстових зворотних посиланнях.

Локальне SEO ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД» це один із головних інструментів отримання конкурентних переваг на регіональному ринку, тому

важливо регулярно відслідковувати результати та адаптувати свою стратегію відповідно.

Впровадження комплексу заходів локального SEO для сайту "ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД" сприятиме покращенню органічного трафіку та оптимізації позицій у результатах пошукових систем. Забезпечуючи точну та актуальну інформацію на сторінці Google My Business, оптимізуючи контент для локальних ключових слів, та використовуючи місцеві ресурси, ми створюємо фундамент для приваблення уваги цільової аудиторії. Отримання позитивних відгуків, участь у місцевих заходах, та вигідні пропозиції для місцевих клієнтів ще більше зміцнюють зв'язок із місцевим співтовариством та стимулюють взаємодію із компанією "ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД".

Ці кроки допоможуть не лише підняти рівень відвідуваності сайту, але й зроблять його більш відзначеним в контексті місцевого бізнесу з митним брокерством. Це особливо актуально для цільової аудиторії, зацікавленої в митних послугах, яка шукає достовірного та локального партнера для вирішення своїх потреб у сфері зовнішньоекономічних відносин.

ВИСНОВКИ

Сучасний бізнес в Україні відзначається активним поєднанням традиційних та цифрових стратегій взаємодії з клієнтами. Компанії намагаються оптимально використовувати переваги обох ринків, пристосовуючись до змін у споживчих уподобаннях та технологічних інноваціях. Враховуючи аналітичні дані, можна визначити, що такий гібридний підхід дозволяє підприємствам забезпечити максимальну видимість та доступність для клієнтів, забезпечуючи стабільний ріст та конкурентоспроможність. Зростання електронної комерції та використання мобільних пристроїв у торгівлі стають ключовими факторами в цьому процесі. Омніканальний підхід, який поєднує традиційні та цифрові канали, забезпечує більший рівень обслуговування та сприяє будівництву довгострокових відносин із споживачами. Однак, в умовах постійної конкуренції та глобалізації, компаніям доводиться невпинно удосконалювати свої стратегії та продукти, щоб вижити та процвітати в цифровому середовищі.

У сучасному цифровому оточенні, де конкуренція в онлайн-просторі надзвичайно висока, а використання інформаційно-комунікаційних технологій у бізнесі є невід'ємною частиною стратегій розвитку, SEO-оптимізація виявляється стратегічним інструментом для підтримки успішності онлайн-бізнесу. SEO виконує ключову роль для всіх учасників ринкових відносин, забезпечуючи підвищення видимості бізнесу в пошукових системах. Це стає важливим фактором для підприємств, які мають стратегічний інтерес у залученні уваги потенційних клієнтів та збільшенні обсягів продажів. Покупці в свою чергу використовують SEO для ефективного пошуку та порівняння товарів та послуг, що збільшує конкуренцію серед продавців. Конкуренти, у свою чергу, визнають необхідність активного використання SEO для збереження конкурентоспроможності та забезпечення свого місця в пошукових результатах поруч із іншими учасниками ринку. Таким чином, SEO визнається

як необхідний елемент стратегії всіх учасників ринку, сприяючи максимізації їхньої ефективності та результативності.

Оптимізація для пошукових систем визначається різноманітністю стратегій та підходів для підвищення видимості бізнес-веб-сайтів у результатах пошуку. Традиційно виділяються біла, сіра та чорна оптимізація в залежності від відповідності правилам пошукових систем. Проте, ми вважаємо, що краще класифікувати їх за функціональним навантаженням. Технічна оптимізація, оптимізація ключових слів, оптимізація контенту, локальна та мобільна оптимізація, вхідні посилання та оптимізація соціальних мереж – це ключові аспекти, які взаємодіють для створення комплексної стратегії виведення веб-сайтів на цифровий ринок. Наш підхід дозволяє адаптуватися до постійних змін у методах та технологіях, покращуючи взаємодію з споживачами та забезпечуючи високі позиції в пошукових результатах.

Під час проведення дослідження ефективних технік з метою підвищення позицій у пошукових системах виявлено, що алгоритм рейтингування постійно змінюється, а основні фактори, враховані при формуванні рейтингових списків, також еволюціонують. Одним із ключових аспектів стає користувацький досвід, взаємодія з яким тісно пов'язана з параметром швидкості завантаження сторінок. Зростання використання мобільних пристроїв визначає необхідність акценту на мобільній оптимізації, а зменшення середнього часу, витраченого на отримання інформації, підкреслює важливість якісного контенту.

Структуровані дані, такі як мікророзмітки Schema, виявляються важливими для ефективного представлення інформації для пошукових ботів. Оптимізація для голосового пошуку також набуває обрання, оскільки використання голосових асистентів поширюється серед користувачів. Територіальна локація стає ключовим елементом стратегії SEO, і важливо враховувати її в семантичному ядрі та лістингах.

Соціальні медіа відіграють все важливішу роль у стратегії SEO, сприяючи взаємодії з аудиторією та полегшуючи поширення контенту. Загальний висновок полягає в тому, що динамічний характер оптимізації для пошукових

систем вимагає постійного вдосконалення та адаптації стратегій для досягнення оптимального позиціювання бізнесу в цифровому просторі. Врахування вищезазначених технік та трендів дозволить бізнесам ефективно оптимізувати свій присутність в Інтернеті та висувати себе на високі позиції в пошукових системах.

Після детального аналізу показників ефективності завантаження сайту ТОВ «ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД» виділяються технічні проблеми, які впливають на коректність взаємодії з веб-ресурсом. Мобільна версія сайту виявилася особливо вразливою, відзначаючись затримкою первинної взаємодії, низьким індексом швидкості завантаження та проблемами із завантаженням великих візуальних елементів. Ці аспекти можуть викликати негативний вплив на користувачів та призвести до втрати природного трафіку. Таким чином, рекомендується негайно провести технічну оптимізацію, зосереджуючись на вирішенні проблем зі швидкістю завантаження та візуальними елементами, щоб підвищити загальну ефективність веб-сайту.

Впровадження комплексу заходів локального SEO для сайту "ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД" сприятиме покращенню органічного трафіку та оптимізації позицій у результатах пошукових систем. Забезпечуючи точну та актуальну інформацію на сторінці Google My Business, оптимізуючи контент для локальних ключових слів, та використовуючи місцеві ресурси, ми створюємо фундамент для приваблення уваги цільової аудиторії. Отримання позитивних відгуків, участь у місцевих заходах, та вигідні пропозиції для місцевих клієнтів ще більше зміцнюють зв'язок із місцевим співтовариством та стимулюють взаємодію із компанією "ГЕРМЕС-ІНТРЕЙД".

Ці кроки допоможуть не лише підняти рівень відвідуваності сайту, але й зроблять його більш відзначеним в контексті місцевого бізнесу з митним брокерством. Це особливо актуально для цільової аудиторії, зацікавленої в митних послугах, яка шукає достовірного та локального партнера для вирішення своїх потреб у сфері зовнішньоекономічних відносин.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Локальне просування: як покращити репутацію бізнесу та позиції у локальній видачі? — Serpstat Blog. (б. д.). Serpstat — Growth Hacking Tool for SEO, PPC and Content Marketing. https://serpstat.com/uk/blog/yak-pokrashchyty-pozytsii-u-lokalnii-vydachi/

2. SEO-тренди у 2024 році: поради, які допоможуть покращити рейтинг веб-сайту. (б. д.). Webpromo. https://web-promo.ua/ua/blog/seo-trendi-u-2024-roci-poradi-yaki-dopomozhut-pokrashiti-rejting-veb-sajtu/

3. Криськова, С. А. (2023). Дослідження методів та засобів SEO оптимізації наукових публікацій (Master's thesis).

4. Маціпура, А., & Маципура, А. (2019). SEO мережевих ресурсів: принципи і правила.

5. Кіндій, Д. Д. (2023). Дослідження і класифікація інструментальних засобів розробки front-end-застосунків як ресурсів IT-проєкту.

6. Підгурська, І. А., & Легкий, О. А. (2019). Конкурентний аналіз інформаційного бізнес-середовища у цифровому маркетингу. Маркетинг і цифрові технології, 3(3), 25-34.

7. Модуль SEO Розмітка OpenCart. (б. д.). OpenCartBot. https://opencartbot.com/seo-markup#:~:text=SEO%20розмітка%20або%20структуровані%20дані,вашого%20контенту%20у%20пошукових%20системах.

8. Спільнота діджитал агенцій / Digital agency community. (2023, 1 лютого). Головні висновки звіту Global Digital 2023. LinkedIn: Log In or Sign Up. https://www.linkedin.com/pulse/головні-висновки-звіту-global-digital-2023-75min-club

9. Тенденції в SEO на 2023 рік | wpfan.com.ua. (б. д.). wpfan.com.ua | Блог присвячений WordPress та SEO. https://wpfan.com.ua/tendencziyi-v-seo-na-2023/

10. Бабаченко, Л. В., Москаленко, В. А., & Марченко, А. О. (2019). Сучасні тенденції застосування інструментів digital-marketing в діяльності підприємства.

11. Романенко, Л. Ф., & Брайловська, О. О. (2022). ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ SEO-ОПТИМІЗАЦІЇ ТА ПОДОЛАННЯ ІСНУЮЧИХ РИЗИКІВ. Scientific notes of Lviv University of Business and Law, (35), 130-137.

12. ЛІМАН, В., КУЧЕРУК, В., & СУПРИГАН, В. (2023). Застосування інструментів Інтернет-маркетингу для локального ринку. MEASURING AND COMPUTING DEVICES IN TECHNOLOGICAL PROCESSES, (1), 46-52.

13. Астістова, Т. І. (2023). SEO-оптимізація в системі моніторингу WEB-ресурсів. Технології та інжиніринг.

14. Білоуська, Т. (2023). Роль пошукової оптимізації в маркетинговій діяльності. Економіка та суспільство, (54).

15. Все про технічну оптимізацію сайту: параметри, інструменти, алгоритм проведення. (б. д.). Просто про маркетинг | авторський блог Олександра Кривоцюка. https://prosto-pro.marketing/uk/blog/tekhnichna-optymizatsiya-saytu

16. Технічна оптимізація сайту: на що звернути увагу? (б. д.). Створення сайтів, розробка веб-дизайну, оптимізація, просування сайтів у ТОП - веб-студія WebStudio2U. https://webstudio2u.net/ua/optimization/855-tekhnicheskaya-optimizatsiya-sayta.html

17. Keyword Optimization: Rank Higher in Search Engines - Rock Content. (б. д.). Rock Content. https://rockcontent.com/blog/keyword-optimization/

18. Local SEO в Google: особливості локальної оптимізації. (б. д.). Webpromo. https://web-promo.ua/blog/local-seo-v-google-osoblyvosti-lokalnoyi-optymizacziyi/

19. Пошукова оптимізація сайтів - SEO - SeoSite. (б. д.). SeoSite. https://alexsmokinof.lviv.ua/пошукова-оптимізація-сайтів-seo/

20. Важливість backlink-ів для SEO: як використовувати їх правильно? (б. д.). SEO Evolution. https://seo-evolution.com.ua/blog/poleznye-sovety/vpliv-backlink-na-seo

21. Що таке SMO? | SendPulse UA. (б. д.). SendPulse. https://sendpulse.ua/support/glossary/smo

22. Аудит вебаналітики із GTM, GA4 та Google Analytics 3 – newage. - digital advertising agency. (б. д.). newage. - digital advertising agency. https://newage.agency/uk/blog-uk/audit-vebanalitiki-iz-gtm-ga4-ta-google-analytics-3/

23. Види пошукової оптимізації | Блог про біг. (б. д.). Блог про біг. https://androshchuk.com/types-of-search-optimization/

24. Letunovska, N. Y., Demchyshak, N., Minchenko, M. H., Kriskova, P., Kashcha, M. O., & Volk, A. (2023). Management of Country's Social Brand Under Conditions of Uncertainty in the Health Domain.

25. Letunovska, N. Y., Khomenko, L. M., Liulov, O. V., Olefirenko, O. M., Bondarenko, A. F., Minchenko, M. H., ... & Khaba, A. P. (2023). Marketing in the digital environment.

26. Minchenko, M., & Ivanov, O. (2020, December). Application of content marketing in the formation of marketing strategy of territorial communities. In Innovation, Social and Economic Challenges: the International Scientific Online Conference (Sumy (pp. 35-38).

27. Rosokhata, A., Minchenko, M., Chykalova, A., & Muzychuk, O. (2021). The company's innovation development and marketing communication as a driver of the country's macroeconomic stability: A quantitative analysis of tendencies. In E3S Web of Conferences (Vol. 307). EDP Sciences.

28. Білова, О. (2023). Моделювання маркетингової діяльності підприємства.

29. Герасименко, Д. В. (2022). Удосконалення маркетингових технологій просування послуг в цифровому середовищі (Master's thesis, Сумський державний університет).

30. Летуновська, Н. Є., Хоменко, Л. М., & Люльов, О. В. (2021). Маркетинг у цифровому середовищі.

31. Лиса, С. С., & Кулік, А. В. (2022). Ефективність SMM як інструменту збутової політики підприємства.

32. Мінченко, М. Г., Бойко, А. О., Доценко, А. В., & Мінченко, М. В. (2022). Розвиток спортивної індустрії: маркетингові аспекти.

33. Росохата, А. С., Мінченко, М. Г., Нестеренко, В. І., & Яцкова, Є. С. (2021). Застосування маркетингових комунікацій при підвищенні задоволеності здобувачів ВНЗ як показник довіри суспільству.