**SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION) КЕШЕНДІ ІС-ШАРАЛАРЫ**

**БИЗНЕС РЕТІНДЕ**

Қазірігі өмірде компьютерлік технологиялар дамуға ұмтылып, көптеген іс-шараларды жеңілдете отырып, адам өмірінің көптеген салаларына еніп әсер етуде. Интернеттің пайда болуымен ақпарат іздеу оңайырақ бола түсті. Бұл байланыс және өзара әрекеттесу мүмкіндіктері туралы айтады. Ғаламдық желінің өзіне тиесілі барлық жағымды аспектілерін байқай отырып, кәсіпкерліктің осындай артықшылықтарды пайдаланбайтыны ақылға қонымсыз болушы еді. Әрбір компания, тіпті кішкентай болсын, өзінің веб-сайтын жасауды, компанияны және компания қызметтерін виртуалды турде таныстыруға ұмтылады.Ірі тізбектер мен дүкендер өздерінің барлық өнімдерін ұсына отырып, бүкіл тауарлардың виртуалды көшірмесін жасайды. Өйткені бұл мынадай аспектілері бойынша пайдалы:

1. Интернетте үлкен әлеуетті сатып алушылар аудиториясына жету мүмкіндігі және өзін жариялау немесе таныстыру мүмкіндігі бар.

2. Ірі алаңдар,жиһаз, қызметкерлерді талап ететін кеңсе немесе сауда алаңы ұйымдастыруға қарағанда веб-сайтты жасау және орындау арзанға түседі. Веб-сайт сатып алушыларды жинау отырып, шығындарды азайтады.

3. Үйде, тамақтануц кезінде тіпті автобуста отырып интернет арқылы заттарды сатып алу жеңіл, арзан және уақытты үнемдейді. Және тауарды сатып алмастан бұрын сатып алушы тауар жайлы шолуларды оқу, салыстыру мүмкіндігі бар және бұл әрекеттердің барлығы интернет желісі арқылы іске асырылады.

4. Өзің жайлы ақпараттың ең маңыздысын стильді түрде жеткізі мүмкіндігі бар. Имидж жасау.

Бірақ веб-сайтты іске қосқаннан кейін сайтқа минут сайын немесе күнделікті адамдардың кіруі шарт емес. Тіпті бір-екі адам кіргеннің өзінде де бұл кездейсоқ болып қалуы мүмкін. Себебі интернетте өз өнімін немесе қызметін ұсынатын көптеген сайттар бар. Интернеттің кең мүмкіндіктерін әлеуетті сатып алушылардың көлемін түсінген команиялар бұрыннан бері үздік орындарды иеленіп алған. Кез келген желі пайдаланушысы кездесетін бұл орындар іздеу жүйелерінің беттерінде болады және ең жақсы нұсқалар сұраныс бойынша бірінші бетте көрсетіледі және Топ 10 деп аталады. Бірінші бетінде қажетті ресурстарды табылмағаннан кейін, келесі беттерден іздей бастайды, одан да көп, тіпті бесінші кезге дейін жетеді, бірақ жаңадан құрылған сайттың орны әлдеқайда көп болуы мүмкін. Сондықтан сайтты насихаттау, оны рейтингке шығару өте маңызды. Сайтты насихаттау - сайтқа мақсатты келушілердің қатысуын қамтамасыз ету бойынша шаралар жиынтығы. Мақсатты келушілер - бұл алға қойылған веб-сайтта ұсынылған тауарларды немесе қызметтерді сатып алуға мүдделі әлеуетті тұтынушылар. Сайтты жылжытудың ең маңызды кезеңдерінің бірі іздеу жүйесін оңтайландыру болып табылады, ол SEO (іздеу жүйесін оңтайландыру) болып табылады, ол іздеу жүйелерінде сайттың жағдайын жақсарту бойынша шаралар жиынтығы болып табылады және осылайша, мақсатты қатысуды арттырады.[1]

Іздеу механизмін оңтайландыру (SEO) іздеу механизмінің нәтижелеріндегі беттің, не веб-тораптың көріну мүмкіндігін жақсартуға бағытталады. SEO негізгі әдісі HTML атауын, мета тегтерді бет көзіне қосу болып табылады. Бұл мета тегтер іздеу механизмдері, мазмұн тексергіштер іздеу индекстері мен жиындарын жасау кезінде пайдаланатын кілт сөздер мен басқа метадеректерді анықтау үшін пайдаланылады. Бетте мазмұнды веб- мазмұн қарау құралымен қосқанда, беттің SEO мүмкіндігін атау және веб- мазмұнның өзінен шығарылған мәндермен мета тегтер қосу арқылы жақсарта аламыз. Іздеу жүйесін оңтайландыру немесе SEO (ағылш. тіліндегі Search Engine Optimization – іздеу жүйесін оңтайландыру деген сөзден шыққан) веб-торапты іздеу жүйелерінің нәтиже тізімінде алдыңғы қатарда көрінуіне бағытталған іс- шаралар жиынтығы. Іздеу жүйесін оңтайландыру іздеу жүйесі маркетингінің бір саласы. Іздеу нәтижесі бетінде веб-торап неғұрлым ертерек және жиі көрінсе, соғұрлым іздеу жүйесінен сол веб-торапқа өтушілер саны көп болады. SEO кескін іздеу, жергілікті іздеу, видео іздеу, жаңалық іздеу, академикалық іздеу және белгілі бір салаға байланысты вертикалды іздеу сияқты әртүрлі іздеу түрлеріне бағытталуы мүмкін. SEO оңтайландырудың мақсаты веб сайттың ұстанымын іздеу тапсырысында нақты сұраныстар бойынша арттыру болып табылатын әрекеттер кешенін ұсынады. Веб-сайттарды алға жылжыту кез-келген бизнестің тиімді құралы болып табылады. SEO – бұл пайдаланушылардың қандай да бір сұранысы бойынша сайтты іздеу сайттарында алдыңғы қатарға шығару мақсатында жасалынатын іс-әрекеттер. SEO ұғымы Google, Yandex тәрізді іздеу жүйелерімен қатар пайда болды, яғни сайтты оңай табу қажеттілігінен туындады.

Іздеуді оңтайландыру (SEO) - бұл «табиғи», «органикалық» немесе «табысталған» нәтижелер деп аталатын интернет іздеу жүйесінің нәтижелеріне төленбейтін веб-сайттың немесе веб-беттің онлайн көрінуіне әсер ететін процесс. Жалпы алғанда, алдыңғы (немесе жоғары нәтижелер іздеу нәтижелері бетінде), және көбінесе веб-сайт іздеу нәтижелерінің тізімінде пайда болады, соғұрлым көп келушілер оны іздеу жүйесінің пайдаланушысынан алады; бұл келушілер одан кейін клиенттерге айналуы мүмкін. SEO әртүрлі іздеу түрлеріне, соның ішінде кескін іздеуге, бейне іздеуге, академиялық іздеуге, жаңалық іздеуге және салалық тік іздеу жүйелеріне назар аудара алады. SEO іздеу жүйесін жергілікті оңтайландырудан ерекшеленеді, себебі соңғы веб-сайттар өздерінің өнімдерін немесе қызметтерін жергілікті іздеуге кірген кезде іздеу веб-торабы арқылы көрсетілетіндей, бизнестің онлайн қатысуын оңтайландыруға бағытталған. Біріншісі - ұлттық немесе халықаралық іздеуге көп көңіл аударады.

Интернет-маркетингтік стратегия ретінде SEO қалай іздестіру жүйелері жұмыс істейді, іздеу машинасының мінез-құлқын белгілейтін компьютерлік бағдарламаланған алгоритмдер, іздейтін адамдар, нақты іздеу шарты немесе іздеу жүйелеріне енгізілген кілт сөздері және олардың мақсатты аудиториясы қандай іздеу жүйелерін көреді. Веб-сайтты оңтайландыру мазмұнды редакциялауды, мазмұнды қосуды, HTML және тиісті кодтауды нақты кілт сөздерге сәйкес келтіру және іздеу жүйелеріне индекстеу әрекеттерінің кедергілерін жою үшін қамтуы мүмкін. Сайтты кері байланыстың немесе кіретін сілтемелердің санын көбейтуге жәрдемдесу - бұл басқа SEO тактикасы. 2015 жылдың мамыр айына дейін мобильдік іздеу жұмыс үстелінен іздеуден асып түсті. /1/ 2015 жылы Google компаниясы мобильді іздеуді болашақ өнімдердегі басты мүмкіндік ретінде дамытқандығы туралы хабарлады. Жауап ретінде көптеген брендтер Интернет-маркетинг стратегиясына басқа көзқарасты ұстануға кіріседі. /2/

1990-жылдардың ортасында веб-шеберлер мен контент-провайдерлер іздеу жүйелеріне сайттарды оңтайландыра бастады, себебі алғашқы іздеу жүйесі алғашқы желіні каталогтандырды. Бастапқыда барлық веб-шеберлер тек парақтың URL-мекенжайын тек осы бетті «сканерлеу» үшін сілтеме жасау үшін «өрмекші» жіберетін және индекстелген беттегі ақпаратты қайтаратын түрлі механизмдерге жіберу керек болды. /3/ Бұл процесс бетті жүктейтін және оны өздерінің іздеу жүйесі серверінде сақтайтын іздеу роботын қамтиды. Индекс деп аталатын екінші бағдарлама беттер туралы ақпаратты, мысалы, оларда орналасқан сөздерді, олардың орналасқан жерін және белгілі бір сөздер үшін кез келген салмақты, сондай-ақ бет бар барлық сілтемелерді қамтиды. Барлық осы ақпаратты кейінірек айналып өту үшін жоспарлаушыға орналастырады.

Веб-сайт иелері жоғары және орташа іздеудің нәтижесін таниды , ақ және қара SEO қалпақтарына мүмкіндік жасайды. Индустрия талдаушысы Дэнни Салливанның айтуынша, «іздеу жүйесін оңтайландыру» деген сөз 1997 жылы күшіне енген шығар. Салливан Брюс Клэйді осы терминді танымал ететін алғашқы адамдардың бірі деп белгіледі. 2007 жылғы 2 мамыр. Джейсон Гамберт сауда маркасын SEO терминінде пайдалануға тырысты, бұл Аризона сауда белгісінің кеңсесіне сендіреді, бұл SEO «маркетингтік қызмет» емес, кілт сөздерді манипуляциялаумен байланысты «процесс»./4/

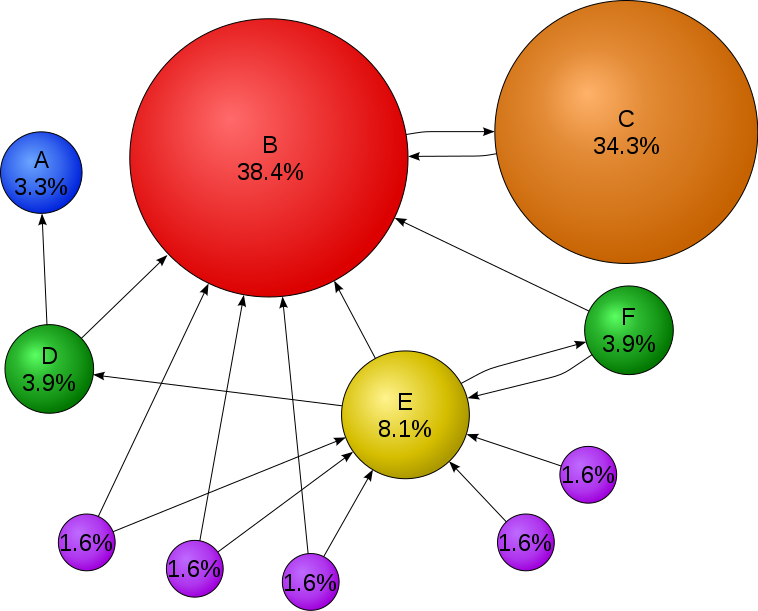
Алгоритмдердің алғашқы нұсқалары webmaster ұсынған ақпаратқа негізделген, мысалы ALIWEB сияқты қозғалтқыштардағы кілт сөз мета тегтері немесе индекс файлдары. Мета тегтері әр беттің мазмұнына нұсқаулық береді. Дегенмен, индекстік беттердегі метадеректерді пайдалану сенімді болмады, себебі веб-мастердің мета тегіндегі кілтсөздерді таңдау сайттағы нақты мазмұнның дұрыс емес көрінісі болуы мүмкін. Мета-тегтердегі дұрыс емес, толық емес және сәйкессіз деректер беттерді дұрыс емес іздеу сұрауларын бағалай алды.[күмәнді - талқыланатын] Веб-мазмұн жеткізушілері сондай-ақ, іздеу жүйелерін жақсы бағалап көруге тырысып, беттің HTML көзінде кейбір атрибуттарды басқарды. 1997 жылы іздеу қозғалтқышы веб-шеберлер өздерінің іздеу жүйелерінде өздерін дәлелдеуге тырысып жатқанын мойындады және кейбір веб-шеберлер тіпті іздеу нәтижелеріндегі өз рейтингісін манипуляциялады немесе беттерін артық немесе немқұрайлы емес кілтсөздермен терді. Алдыңғы іздеу механизмдері, мысалы Altavista және Infoseek, веб-шеберлердің рейтингтермен жұмыс істеуіне жол бермеу үшін өздерінің алгоритмдерін түзетті. /5/

Тек веб-шеберлердің бақылауында болатын кілт сөздердің тығыздығы сияқты факторларға сүйене отырып, ерте іздестіру қозғалтқыштары зорлық-зомбылық пен манипуляцияның өзгеруіне ұшырады. Пайдаланушылар үшін жақсы нәтижелерге қол жеткізу үшін іздеу машиналары нәтиже беттерінде ақаулы емес веб-шеберлердің бірнеше түйінді сөздермен толтырылмаған байланыстырылмаған беттерді емес, ең сәйкес келетін іздеу нәтижелерін көрсететініне бейімделуі керек болды. Бұл мағыналық сигналдарды санау үшін терминнің тығыздығына мықты тәуелділіктен өтуді білдіреді. Іздестіру жүйесінің жетістігі мен танымалдығы кез-келген іздеуге ең қолайлы нәтижелер беру мүмкіндігімен анықталғандықтан, сапасыз немесе қатесіз іздеу нәтижелері пайдаланушыларға іздеудің басқа көздерін табуына себеп болуы мүмкін. Іздеу қозғалтқыштары веб-мастерлерді айла-шарғы жасау үшін қиындық тудыратын қосымша факторларды ескере отырып, күрделі ранжирлеу алгоритмдерін әзірлеуге жауап берді. 2005 жылы жыл сайынғы AIRWeb веб-ақпарат іздеу конференциясы ұйымдастырылды, ол іздеуді оңтайландыру және тақырыптармен айналысатын практиктер мен зерттеушілерді біріктірді./5/

Тым агрессивті әдістерді қолданатын компаниялар өз клиенттерінің сайттарын іздеу нәтижелеріне тыйым салуға мәжбүр етеді. 2005 жылы The Wall Street Journal компаниясы жоғары қауіпті әдістерді қолданып, өз клиенттеріне бұл тәуекелдерді ашпаған «Traffic Power» компаниясының туралы хабарлады. Wired журналы хабарлауынша, сол компания блогер мен SEO Aaron Wall-ге тыйым туралы жазған хатына шағымданды. Кейінірек Google-тың Matt Cutts компаниясы Google компаниясының Трафик қуатын және оның кейбір тұтынушыларына тыйым салатынын растады. /6/

Кейбір іздеу жүйесі SEO индустриясына, сондай-ақ SEO конференцияларында, веб-чаттар мен семинарларда жиі демеушілер мен қонақтарға айналды. Негізгі іздеу жүйесі сайтты оңтайландыру бойынша ақпарат пен ұсынымдар береді. Google веб-шеберлерге веб-сайтты индекстеуде қандай да бір проблемалар бар-жоғын білуге көмектесетін және Сайттың Google трафигі туралы деректерді қамтамасыз ететін Сайт картасы бағдарламасы бар./7/ Bing веб-мастері құралдары веб-шеберлерге сайт картасы мен арналарын жіберуге мүмкіндік береді, пайдаланушыларға «жылдамдығын тексеру» анықтауға және веб-беттердің индексінің күйін бақылауға мүмкіндік береді.

Google, Bing және Yahoo! сияқты алдыңғы қатарлы іздеу жүйелері алгоритмдік іздеу нәтижелерінің беттерін іздеу үшін сканерлерді пайдаланады. Іздестіру жүйесінің басқа индекстелген беттеріне байланған беттер автоматты түрде табылғандықтан жіберілмейді. Yahoo! Directory and DMOZ, 2014 және 2017 жылдары тиісінше жабылған екі негізгі каталогтар редакцияны қолмен беруді және қайта қарауды қажет етеді. Google Google іздеу консолін ұсынады, ол үшін барлық беттер табылғанына, әсіресе URL мекенжайын жіберу консолына қоса сілтемелері автоматты түрде табылмай қалатын беттер үшін XML Сайт картасы тегін жасауға және жіберуге болады. /8/ Yahoo! Бұған дейін ақылы сублицензия қызметі болды, ол басу құны бойынша тексеріп шығуды қамтамасыз етеді. Бұл 2009 жылы тоқтатылды. Роботтарды іздеу торапты сканерлеген кезде әртүрлі факторларды көре алады. Әрбір бет іздеу жүйелері арқылы индекстелмейді. Сайттың түбірлік каталогынан беттердің қашықтығы сонымен қатар беттердің сканерленетінін анықтаудың факторы болуы мүмкін. /9/



*Сурет - 1. Сайтқа кірушілердің процент үлгісіндегі мысалы*

*Ескерту-мәліметтер http://lacsy.ru/novosti/seo\_optimizaciya/ сайтынан алынды.*

Іздеу жүйелері пайдаланушылардың қай веб-сайттарын іздейтінін білу үшін күрделі математикалық алгоритмдерді пайдаланады. Бұл диаграммада, әрбір көпіршікті веб-сайт болса, кейде паук деп аталатын бағдарламалар қай веб-тораптарға сілтемелерді көрсететін көрсеткілермен басқа сайттарға сілтеме жасайтынын тексереді. Көптеген кіретін сілтемелерді немесе күшті сілтемелерді алатын сайттар неғұрлым маңызды және пайдаланушы іздейтін деп есептеледі. Бұл мысалда B веб-сайты көптеген кіріс сілтемелерді алушы болғандықтан, веб-іздеуде жоғары орын алады. Ал сілтемелер «аударылған», сондықтан C веб-торабы, тек бір ғана кіретін сілтемесі болса да, өте танымал сайттың (B) кіретін сілтемесі бар, ал E сайты жоқ. /10/

Іздеу индекстеріндегі қажетсіз мазмұнды болдырмау үшін веб-мастерлер арнайы файлдарды немесе каталогтарды доменнің түбіріндегі стандартты robots.txt файлынан сканерлеуге тыйым сала алады. Сонымен қатар, бетті іздеу механизмінің дерекқорынан роботтарға тән метатагты пайдаланып нақты түрде шығаруға болады. Іздеу жүйесі сайтқа кіргенде, root каталогында орналасқан robots.txt файлы бірінші сканерленген файл болып табылады. Содан кейін robots.txt файлы талданады және роботқа қай беттердің сканерленбеуі туралы нұсқаулар береді. Тексеріп шығушы бұл файлдың кэштелген көшірмесін сақтай алатындықтан, веб-мастердің тексеріп шығуды қаламайтын беттерді кейде айналып өтуі мүмкін. Әдетте айналып өтуге рұқсат бермейтін беттер ішкі сұраулардан іздеу нәтижелері сияяты *белгілі бір пайдаланушы үшін сауда арбалары және мазмұны сияқты кіру беттерін қамтиды. 2007 жылдың наурызында Google веб-шеберлерді ішкі іздеу нәтижелерін индекстеуді болдырмауға шақырды, себебі бұл беттер іздеу спам деп саналады. /11/*

Түрлі әдістер іздеу нәтижелеріндегі веб-беттің маңыздылығын арттыра алады. Сол веб-сайттың беттерін қиылысатын маңызды беттерге қосымша сілтемелер беру үшін оның көрінуі жақсартады. Іздеу сұрауларының кең ауқымымен байланысты жиі қаралған кілт сөз тіркесін қамтитын мазмұнды жазу трафикті арттырады. Мазмұнды жаңартып, іздеу механизмдері сканерлейтіндіктен торапқа қосымша салмақ қосуға болады. Веб-беттің метамәліметтеріне, тақырып тегіне және мета сипаттамасына қоса тиісті кілт сөздерді қосу торапты іздеу тізімдерінің артуына көмектеседі, бұл трафикті арттырады. Канондық сілтеме арқылы элемент немесе 301 бағыттау арқылы бірнеше URL арқылы қол жетімді веб-беттердің URL мекенжайларын қалыпқа келтіру URL-мекенжайының әртүрлі нұсқаларына сілтемелері беттегі сілтемелердің танымалдылығын бағалауға көмектеседі.

SEO техникасын екі кең санатқа бөлуге болады: іздестіру компанияларына жақсы дизайн («ақ шляпка») ретінде ұсынылатын әдістер және іздеу жүйелерін жоққа шығаратын әдістер («қара шляпа»). Іздестіру жүйелері соңғы спамдэкспирингтің әсерін азайтуға тырысады. Индустрияның түсіндірушілері SEO-ақ шляпалар және SEO-қара шляпалар сияқты оларды қолданатын тәжірибелер мен практиктерді жіктеді. /12/ Ақ шляпалар ұзақ уақыт бойы нәтиже бере алады, ал қара шляпалар іздеу жүйелерінде олар жасайтын нәрселерді анықтаған кезде сайттар уақытша немесе тұрақты түрде блоктауы мүмкін деп болжайды.

SEO технологиясы, егер ол іздеу жүйелерінің ұсынымдарына жауап берсе және алдауды қамтымаса, ақ шляпа деп есептеледі. Іздеу механизмінің басшылығы бірқатар ережелер мен өсиеттер ретінде жазылмағандықтан, бұл маңызды айырмашылық. Ақ шляпты SEO - бұл тек келесі ұсынымдар ғана емес, сонымен қатар іздестіру индексінің мазмұны мен кейінгі сериялар пайдаланушы көретін мазмұн болып табылады. Ақ шляпалар бойынша кеңестер, әдетте, іздеу машиналары үшін емес, пайдаланушылар үшін мазмұнды құру ретінде жинақталады, ал содан кейін алгоритмді өз мақсатына адастырудан гөрі бұл мазмұнды онлайн өрмекші алгоритміне оңай қол жетімді етеді. Ақ қалпақша SEO веб-әзірлеуге қол жетімділікке ұқсас , бірақ екеуі бірдей емес.

Қара шляпа SEO рейтингі іздеу жүйелерімен бекітілмеген немесе алдауымен байланысты тәсілдермен жақсартуға тырысады. Бір қара шляпа техникасында жасырын мәтін фонды, көрінбейтін дивқа ұқсас немесе экраннан тыс жерде орналасқан түстер ретінде қолданылады. Тағы бір әдіс бетті адам немесе іздеу механизмі сұратқанына байланысты басқа бетке береді, яғни құпиялылық деп аталатын әдіс. Кейде қолданылатын тағы бір категория - бұл сұр SEO шляпасы. Бұл қара шляпалар мен ақ шляпалар арасында орын алады, онда пайдаланылатын әдістер сайтты жазалауға мүмкіндік бермейді, бірақ пайдаланушылар үшін жақсы мазмұнды жасау кезінде жұмыс істемейді. Сұр шляпты SEO толығымен іздеу жүйелеріндегі рейтингі жақсартуға бағытталған.

Іздестіру жүйелері өздерінің тапқан рейтингтерін азайту немесе олардың дерекқорларынан толық тізімін алып тастау арқылы қара қалпақ әдістерін қолданатын тамаша веб-сайттарды таба алады. Мұндай айыппұлдар автоматты түрде іздеу механизмінің алгоритмдері арқылы немесе сайтты қолмен шолу арқылы қолданылуы мүмкін. Мысалы, 2006 жылдың ақпан айында Google-ді Германияда және Германияда Ricoh-да алдау әдістерін қолданғаны үшін жойылды. Алайда екі компания да тезірек кешірім сұрады, шабуылдаған беттерді түзетіп, Google тізіміне қалпына келтірілді. /12/

SEO инвестицияларға барабар кірістілікті қамтамасыз ете алады. Дегенмен, кәдімгі іздеу трафигі үшін іздеу механизмдері төленбейді, олардың алгоритмдері өзгереді және жолдамаларды жалғастырудың кепілдігі жоқ. Осы сенімсіздік пен сенімділіктің болмауы себебінен, іздеу қозғалтқыштары трафигіне қатты тәуелді бизнес іздеу қозғалтқыштары келушілерді жібермей қалса, үлкен шығындарға ұшырауы мүмкін. Іздеу қозғалтқыштары веб-сайтты орналастыруға әсер ететін алгоритмдерін өзгертуі мүмкін, ол трафиктің елеулі жоғалуына әкелуі мүмкін. Google компаниясының бас директоры Эрик Шмидттің айтуынша, 2010 жылы Google 500-ден астам алгоритм өзгерді - тәулігіне 1,5. /13/ Бұл веб-сайт операторларының іздеу қозғалтқышының трафигіне тәуелділіктен босатылуы үшін ақылға қонымды іскери тәжірибе болып саналады. Веб-сканерлер тұрғысынан қолжетімділікке қосымша,SEO үшін веб-пайдаланушылардың қол жетімділігі барған сайын маңызды болып келеді.

Оңтайландыру әдісі мақсатты нарықтағы басым іздестіру қозғалтқыштарына қатты теңшелген. Іздеу жүйелерінің нарықтағы үлесі нарықтан нарыққа, бәсекелестік сияқты өзгереді. 2003 жылы Дэнни Салливан Google-дің барлық өтініштердің 75% -ын ұсынады /14/. АҚШ-тан тыс жерлердегі нарықтарда Google-дің үлесі көбінесе көп және Google 2007 жылы әлемдегі жетекші іздеу жүйесі болып қала береді. 2006 жылы Google-дің Германиядағы үлесі 85-90% -ды құрады. Сол кезде АҚШ-та жүздеген SEO фирмасы болғанымен, Германияда тек бесеуі болған. 2008 жылдың маусым айындағы жағдай бойынша Google-дың Ұлыбританиядағы нарықтағы үлесі Hitwise-ге сәйкес 90% -ға жуық болды. /15/ Бұл нарықтағы үлес бірқатар елдерде қол жеткізілді. 2009 жылдағы жағдай бойынша Google жетекші іздеу жүйесі емес болып табылатын тек бірнеше үлкен нарық бар. Көптеген жағдайларда, Google осы нарықта жүргізбесе, жергілікті ойыншыдан артта қалады. Қытай, Жапония, Оңтүстік Корея, Ресей және Чехияның нарықтағы ең көрнекті үлгілері бар, олар тиісінше Baidu, Yahoo! Жапония, Naver, Яндекс және Seznam - нарықтың көшбасшысы. Халықаралық нарықтарда іздеуді оңтайландыру үшін, кәсіби веб-парақты аудару, мақсатты нарықтағы жоғарғы деңгейлі доменмен домендік атауды тіркеу және жергілікті IP мекенжайын беретін веб-хостинг талап етілуі мүмкін. Әйтпесе, іздеуді оңтайландырудың іргелі элементтері тілге қарамастан бірдей болады. Сайттағы іздеу жүйесін іздеу веб-маркетингтің ажырамас бөлігі болып табылады. Зерттеу және сұхбат барысында Александр Садовский «Іздеу жүйелеріндегі сайттарды насихаттау стратегиясы» атты конференциясында мақаласында келушілердің 50% -дан астамы (1-сурет) сайтқа іздеу жүйесі арқылы кіретіндігін көрсетті. Бұл дегеніміз, пайдаланушы сирек қолмен парақтың URL-мекен-жайын тағайындайды немесе баннерлік жарнамада қозғалады, ол оны іздеу жүйесінде қызықтыратын ақпаратты табу әлдеқайда оңай болады./16/

*Диаграмма 1. Сайтқа кіру статистикасы*

*Ескерту - мәліметтер https://sibac.info/studconf/tech/xvi/36342 сайтынан алынды.*

Сайтты жылжыту үшін іздеу жүйелерін пайдалану келесі себептер бойынша қажет:

- Пайдаланушылар жаңа сайттарды іздеудің негізгі жолы;

- Пайдаланушылардың 55% -ы ақпаратты іздеу үшін іздеу жүйелерін пайдаланады;

- Сайттың іздеу нәтижелері бойынша пайда болуы сайт пен бренд туралы хабардарлықты айтарлықтай арттырады;

- Келушілерді іздеу жүйелерінен сатып алушыларға айырбастау басқа жарнамалық әдістерді айырбастауды 14-16 есе асады;

- 42% жағдайда іздеу жүйесі үздік ROI береді.

Іздеу жүйелері әрдайым шығарылым сапасын жақсартуға ұмтылады, сондықтан интернет-ресурсты интегралданған жолмен көтермелеу қажет. Бұл техникалық жағынан, мазмұнды шешуші фактор, ыңғайлылық, ыңғайлылық, әртүрлі құрылғыларда дұрыс көрсету және табиғи байланыстарды тарту сияқты жұмыс істейді.

Жұмыстар екі ішкі түрге бөлінеді: ішкі және сыртқы оңтайландыру.

Сыртқы оңтайландыру - анықтамалық массаның қалыптасуы, яғни, басқа ресурстардан сіздің сайтыңызға сілтеме алу./17/

Іздестіру жүйелері арасындағы байланыстарды күшейту тұрғысынан алғанда, басты мәселе жақсы донорлық сайтты таңдау болып табылады. Ең жақсы нәтиже сенімсіз тақырыптық емес сайттардан алынған сілтемелер арқылы беріледі.

Сыртқы оңтайландыру үдерісінде «донорлар» тізімі жасалып, анықтамалық мәтіндер мен қоршаған орта жасалды, содан кейін олар орналастырылды.

Табиғи және сапалы анықтамалық массаны арттыру үшін, ережелерге қайшы келмейтін сілтемелерді алу әдістерін пайдаланыңыз, мысалы:

пайдаланушылармен бөлісетін жаңа ақпаратты және қызықты материалдарды үнемі басып шығару;

іздеу жүйелерінде және каталогтарда тіркеу;

танымал және сапалы ресурстармен алмасу байланыстары;

баспасөз релиздерін орналастыру;

форумдар мен блогтардағы белсенділік.

Оңтайландыру процесі ақ бәсекелестік талдауды қамтиды, бұл сайттың өсуі үшін не жетіспейтінін түсінуге мүмкіндік береді.

Ішкі оңтайландыру бойынша іс-шаралар сайтты жақсартады және оның орнына тікелей әсер етеді./18/ Жұмыстар:

семантикалық ядро ​​құрастыру (ресурсты көтеру жоспарланатын негізгі сөздерді таңдау);

ресурстың ішкі құрылымын жетілдіру (CNC, Robots.txt, сайт картасы);

техникалық қателерді жою (беттердің қайталануы, сынған сілтемелер, алаңның жүктелу жылдамдығын арттыру);

ресурстарды пайдаланудың үнемі жетілдірілуі (пайдаланушылар үшін ыңғайлылық);

Беттердің өзектілігін жоғарылату (пайдаланушының сұрауына сәйкестігі);

бейнелерді оңтайландыру;

ішкі байланыстыруды жүзеге асыру.

Ішкі оңтайландыру - бұл көп уақыт жұмсайтын жұмыс, ол үнемі жасалуы керек. Бұл сіздің жобаңыздың сәттілігіне байланысты ішкі оңтайландырудан.

Сайт жоғары сапалы, тез, ыңғайлы және бұл ақпаратты толықтай қамтамасыз етуі керек.

SEO - бұл іздеу жүйелерін жасаудан бері бар сайтқа трафикті жүргізудің басты жолы. Ол жоғалып кететін мәлімдемелер 1997 жылдан бастап дами бастады. Алайда, оның әр кезеңінде SEO өзгереді, жаңа рейтинг алгоритмдеріне, сүзгілерге және факторларға бейімделеді. Адамдар желісінде ақпаратты іздейтін болса, іздеу жүйесін оңтайландыру қажет болады./19/

Сайтқа мақсатты келушілердің басым бөлігі іздеу жүйелерінен келеді. Осылайша, негізгі сұраулар бойынша іздеу нәтижелерінің алғашқы орындарында сайт табу мақсатты аудитория веб-сайтына белгілі бір тауарлар мен қызметтерге қажеттілік бар айтарлықтай кіріс береді. Бұл аудитория іздеу машиналары арқылы осы тауарлар мен қызметтерді жеткізушілерді іздейді.

Тек іздеуді оңтайландыру (SEO) және сайтты сіздің компанияңыз ұсынатын тауарларды немесе тапсырыс қызметтерін сатып алуға дайын жоғары сапалы мақсатты келушілермен қамтамасыз етеді. Бұл кез-келген компанияның сату көлемін ұлғайтудағы SEO-ның басты рөлі.

Сондықтан, қазіргі кезде сайтты оңтайландыру қызметтері коммерциялық ұйымдар арасында ең танымал болып табылады. Сонымен қатар, SEO құны газеттер, журналдар, көрмелерге қатысу, теледидар сияқты клиенттерді тартудың басқа құралдарын пайдаланудан әлдеқайда төмен және іздеу жүйесін оңтайландыру тиімділігі әлдеқайда жоғары!

Seo-маманның кәсіби жұмысын пайдаланбай, сайтты сатуды ұлғайту өте қиын, дегенмен, seo-маманның қызметі сатылымның өсуінің құрамдас бөліктерінің бірі және жақсы қаржылық нәтиже болып табылады. Seo-маман арқылы сіздің сайтқа тартылған мақсатты келушілердің сіздің нақты клиенттеріңіз болуына және сізден бірнеше рет сатып алуларыңыз маңызды. Бұл жерде сіздердің компанияңызда сатуды ұйымдастыру үлкен рөл атқарады. Сату менеджерлерінің сапалы жұмыс істеуі, тауарлар мен қызметтер үшін баға белгілеу, тауарлардың болуы және жеткізілуі. бір немқұрайды түрде компания жұмысының менеджерлері, тез сайтында түсетін тапсырыстарды орындауға емес, егер таңғалудың қажеті жоқ, онда SEO әлеуетті клиенттердің тартылған ақ нарықтық бағасы, тәртіпті ұзақ уақыт жоғарыда бағасы компаниясы, Сіздің адал клиенттер болуға екіталай, және ол осы қажеті жоқ сатылымды ұлғайтуға үміттенетін жағдай.

Сөйтіп, SEO-ның сатылымды ұлғайтудағы мақсаты - нақты клиенттердің әлеуетті клиенттерін құрайтын мақсатты келушілердің көп саны бар ыңғайлы және жақсы дамыған веб-сайт.

Көптеген ғаламтор пайдаланушылары оны жақында тек ересектер мен балалар көп уақытты бос уақытқа арнайтын нысан ретінде ойын-сауық тақырыбы ретінде қарады. Бұл пікір Интернет желісінің дамымағандығынан туындауы мүмкін. Интернетте танымал болған жоқ, ол қымбат болды және жұртшылық үшін қол жетімді болмады. Бүгін бұл жағдай түбегейлі өзгергенде, оның мақсаты мен ауқымы да өзгерді. Бүгінгі таңда Интернетті әртүрлі жұмыстар үшін, жеке бизнесіңізді жарнамалаудың әр түрлі жолдары бойынша іздеуге болады. Бұл сервис секторының мамандары көмегімен жеке веб-сайттарды ілгерілету мүмкіндігі бар. Бұл қызмет жастар үшін де, табысты компаниялар мен фирмалар үшін өте пайдалы. Ол тұрақты клиенттердің базасын кеңейтуге және компанияның қызметтері жоспарланған аумақты кеңейтуге арналған. Сайттарды іздестіруді оңтайландыру клиенттерді тартуға, компанияның рейтингісін бірден арттыруға ықпал етеді. Тікелей сатудан басқа, seo-оңтайландыру компания имиджін жақсартуға және бренд туралы хабардарлықты арттыруға көмектеседі. Ол әрдайым көзге түседі, адамдар оның аты мен келбетін, есімін және фирмалық атын еске алады. Бұл сондай-ақ болашақта сатуға жағымды әсер етеді, сондай-ақ бизнеске пайда әкеледі.

SEO-оңтайландыру клиенттерді тартудың ең қолайлы құралы болып табылады. Және оның әсері ұзақ уақыт бойы қалуы мүмкін, тіпті сіздің компанияңызға пайда әкелуді жалғастыруда, тіпті ақшаға насихаттауға инвестиция салынбаған кезде де. Кілт сөздер мен сөз тіркестерінің шектелмеген санын көбейту Интернет желісіндегі сұрауларға жауап іздейтін әлеуетті клиенттердің көп бөлігін алуға мүмкіндік береді.

Интернеттегі жарнама әлеуетті аудитория интернетте ұқсас өнімдерді немесе қызметтерді іздейтін БАРЛЫ компаниялар үшін тиімді болуы мүмкін. Статистикаға сүйенсек, Интернетті пайдаланушылар саны жыл сайын артып келеді. Және бұл аудитория бизнес үшін өте тартымды, т.к. ол жоғары төлем қабілеттілігіне ие. Ойлап көріңіз, мыңдаған, мүмкін, ондаған және жүздеген мың адамдар сіздің өнімдеріңізді күн сайын іздеуде және бәсекелестердің өнімдерін табады! Осының бәрі икемді бәсекелестер іздестіру жүйесінде ең жақсы орындарды иеленді.

**Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:**

1. Бабаев А.Н., Раскрутка: секреты эффективного продвижения сайтов / Бабаев А.Н., Евдокимов С.И., Штарев А.М. // СПб, 2013 г. - 347 с.
2. Кононов В.О. Интернет-продвижение продукта. Тенденция развития // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена, 2008. – № 76-1. – С. 177-182 3. Фаустова К.И. Электронная коммерция - новое направление экономической деятельности // Территория науки. 2014. № 6. С. 79-84.
3. Байков В*.*Д.,  Интернет. Поиск информации. Продвижение сайтов.  2000. — 288 с.
4. [Ашманов И. С.](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D1%88%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2,_%D0%98%D0%B3%D0%BE%D1%80%D1%8C_%D0%A1%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%81%D0%BB%D0%B0%D0%B2%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%87),Иванов А. А. Продвижение сайта в поисковых системах.  2007. — 304 с.
5. Thompson, Bill (December 19, 2003). ["Is Google good for you?"](http://news.bbc.co.uk/1/hi/technology/3334531.stm). BBC News. Retrieved May 16, 2007.
6. Крохина О*.* И.,Полосина М. Н., Рубель А. В., О. И. Сахно, Селин Е. В., М. С. Ханина. Первая книга SEO-копирайтера. Как написать текст для поисковых машин и пользователей. 2012. — 216 с.
7. Яковлев А*.*А.,  Раскрутка и продвижение сайтов: основы, секреты, трюки. 2007. — 336 с.
8. Greg Jarboe (February 22, 2007). ["Stats Show Google Dominates the International Search Landscape"](http://searchenginewatch.com/article/2066064/Stats-Show-Google-Dominates-the-International-Search-Landscape). [Search Engine Watch](https://en.wikipedia.org/wiki/Search_Engine_Watch). Retrieved May 15, 2007.
9. Джейми Сирович, Кристиан Дари. Поисковая оптимизация сайта (SEO) на PHP для профессионалов. Руководство разработчика по SEO = Professional Search Engine Optimization with PHP: A Developer's Guide to SEO.  2008. — 352 с.
10. Кристиан Дари, Джейми Сирович. Поисковая оптимизация сайта (SEO) на ASP.NET для профессионалов. Руководство разработчика по SEO = Professional Search Engine Optimization with ASP.NET: A Developer's Guide to SEO. 2008. — 400 с.
11. Jack Schofield (June 10, 2008). ["Google UK closes in on 90% market share"](https://www.theguardian.com/technology/blog/2008/jun/10/googleukclosesinon90mark). London: [Guardian](https://en.wikipedia.org/wiki/The_Guardian). Retrieved June 10, 2008.
12. Питер Кент*.* Поисковая оптимизация для чайников, 4-е издание = Search Engine Optimization For Dummies, 4th Edition.  2011. — 432 с.
13. Евдокимов Николай Владимирович, Лебединский Игорь Владимирович. Раскрутка веб-сайта: практическое руководство по SEO 3.0.  2011. — 288 с.
14. Малий В. О., Золенко М.О. SEO на экспорт: Первая книга по продвижению за рубежом.  2017. — 154 с.
15. Анар Бабаев, Николай Евдокимов, Михаил Боде, Евгений Костин, Алексей Штарев*.* Раскрутка. Секреты эффективного продвижения сайтов.  2013. — С. 272.
16. Леонид Гроховский, Иван Севостьянов, Иванов Д., Федор Фиронов. Продвижение порталов и интернет-магазинов. 2015. — С. 224.
17. Наталия Неелова, Григорий Загребельный, Елена Фролкина, Анастасия Крылова, Владислав Щербаков. SEMBOOK.Энциклопедия поискового продвижения сайтов Ingate. 2014. — С. 520.
18. Севостьянов И.О*.,* Поисковая оптимизация. Практическое руководство по продвижению сайта в Интернете.  2010. — 240 с.
19. Jason Demers (January 20, 2016). ["Is Keyword Density Still Important for SEO"](https://www.forbes.com/sites/jaysondemers/2016/01/20/is-keyword-density-still-important-for-seo/2/#2ef69ba36733). Forbes*.* Retrieved August15, 2016.

Құрастырған: Рабат Е.