



TRADETECH
SOLUTIONS LTD

TTS eGuide: SEO - важливість ключових слів і фраз

Листопад, 2023

Вступ

Простими словами, SEO (пошукова оптимізація) означає процес покращення вашого веб-сайту для підвищення його видимості в Google, Microsoft Bing та інших пошукових системах, коли люди здійснюють пошук:

- Товари, які ви продаєте.
- Послуги, які ви надаєте.
- Інформація на теми, в яких ви володієте глибокими знаннями та/або досвідом.

Чим кращу видимість мають ваші сторінки в результатах пошуку, тим більша ймовірність того, що вас знайдуть. Зрештою, мета SEO - допомогти залучити відвідувачів сайту, які стануть клієнтами.

Тут ми маємо справу з ситуацією, коли вашу компанію шукають не за "назвою", а за продуктами та послугами, які ви пропонуєте.

Важливість ключових слів і фраз

SEO визначається низкою факторів, які ми тут не розглядаємо. Ви можете знайти різні елементи та їх відносну вагу, які основні пошукові системи використовують у своїх алгоритмах. Хоча ці алгоритми будуть відрізнятися від пошукової системи до пошукової системи, всі вони досить схожі. Тому для цілей цього електронного посібника ми зосередимося на Google. Детальну інформацію про Google можна [знайти тут](#).

З пояснення Google ви побачите, що найпершим міркуванням є наступне:

" Щоб повернути релевантні результати, нам спочатку потрібно встановити, що ви шукаєте — намір, який стоїть за вашим запитом. Для цього ми будуємо мовні моделі, щоб спробувати розшифрувати, як відносно невелика кількість слів, які ви вводите в пошуковий рядок, співвідноситься з найкориснішим доступним контентом ".

Отже, ви бачите, що відправною точкою для розгляду є використаний пошуковий термін. Чим ближче ваші ключові слова і фрази покривають пошукові терміни, тим більша ймовірність того, що Google поверне ваш веб-сайт у результатах пошуку.

Наступним елементом, який береться до уваги, є релевантність цих ключових слів і фраз у контексті змісту ваших веб-сторінок.

Звідси випливають два ключові висновки:

1. Які ключові слова і фрази, найімовірніше, будуть використані для пошуку моїх продуктів або послуг, тобто які ключові слова і фрази визначають мої продукти і послуги - і, сподіваємося, відрізняють їх від продуктів і послуг, пропонуєваних іншими компаніями?
2. Чи підкріплені обрані ключові слова та фрази?

Простіше кажучи: помилитися - і вас не знайдуть.

Де ви можете знайти ключові слова та фрази на своєму веб-сайті?

По суті, у двох місцях:

1. У тексті ваших опублікованих сторінок.
2. У мета-даних на ваших веб-сторінках¹ - вони індексуються пошуковими системами, але не відображаються на опублікованій веб-сторінці.

Онлайн-інструменти підтримки

Існує низка онлайн-інструментів, які допоможуть вам згенерувати релевантні ключові слова та фрази (просто пошукайте "Генератори ключових слів").

Деякі ключові міркування

Як ми писали вище, ви можете спробувати скористатися онлайн-інструментами підтримки. Однак ми також радимо докласти зусиль для створення списків ключових слів і фраз, які визначають і диференціюють ваші продукти та послуги - ви повинні знати їх краще, ніж загальні онлайн-сервіси.

Що стосується географічних міркувань, вони можуть бути використані як визначники для ваших термінів, і в цьому випадку вас знайдуть, коли хтось шукатиме ваші продукти та послуги у вашому регіоні, наприклад, "Лондон, веб-дизайнер, що спеціалізується на корпоративних відео".

Словосполучення часто краще, ніж окремі ключові слова, вони надають повний контекст і з більшою ймовірністю будуть використовуватися в пошуку, наприклад, людина, яка шукає "дизайнерські, італійські, жіночі шкіряні сумки", з більшою ймовірністю використає це словосполучення в пошуку, ніж просто спробує ввести "сумочка".

Чи ефективні ваші ключові слова та фрази?

Отримавши список ключових слів і фраз:

1. Переконайтеся, що вони повністю підтримуються вмістом вашого веб-сайту та будь-яких профілів у соціальних мережах, які ви можете мати.
2. Перевірте за допомогою Google Analytics, наскільки успішно вони залучають відвідувачів. Залежно від результатів вирішіть, чи потрібно вам переглядати свій список.
3. Подумайте, чи хочете ви використовувати їх у Google Ads, щоб залучити більше трафіку.

Інші міркування

Якщо ви активно займаєтеся міжнародною торгівлею або просто обдумуєте, чи є для вас відкриті можливості для міжнародної торгівлі, вам слід враховувати, що лише 8% населення світу складається з рідної мови англійської мови. Щоб охопити неангломовне населення, вам

¹ Залежно від вашого браузера, ви можете переглянути ці ключові слова, клацнувши правою кнопкою миші на веб-сторінці і вибравши "Переглянути джерело сторінки" (або аналогічну команду). Ви побачите ключові слова у верхній частині сторінки після рядка: <meta name = "keywords" content = " зі списком відповідних ключових слів і фраз.

потрібно буде з'явитися в їхніх результатах онлайн-пошуку. Однак цього дуже важко досягти, не опублікувавши на своєму сайті відповідний вміст іншою мовою. – Це може зайняти багато часу та коштовно – і ви повинні вирішити, на які мови ви повинні орієнтуватися.

Недороге, швидке та просте рішення — опублікувати свій багатомовний мікросайт. Для отримання додаткової інформації див. ExpoWorld.cloud

Висновки

- Визначення відповідних ключових слів і фраз, які стосуються вашої компанії, її продуктів і послуг, є ключовим для залучення зацікавленого трафіку на ваш сайт.
- Ці ключові слова та фрази повинні бути підкріплені релевантним вмістом, опублікованим на вашому сайті та у ваших профілях у соціальних мережах.
- Перевірте, наскільки ефективні ці ключові слова та фрази, переглянувши аналітику в GA4 – перегляньте та уточніть за потреби.
- Щоб відобразитися в пошуках іншою мовою, вам знадобиться відповідний вміст іншою мовою та/або опублікувати свій багатомовний мікросайт на [ExpoWorld](https://ExpoWorld.cloud).

Щасливого полювання!