

# SEO Посібник – Значення ключових слів і фраз

## *Як пошукові запити визначають онлайн-виявлюваність*

Практичний посібник, який пояснює, як ключові слова та пошукові фрази впливають на онлайн-виявлюваність і як компанії можуть узгодити вміст своїх вебсайтів із термінами, які використовують потенційні клієнти

## Вступ

Зростання експорту дедалі більше залежить від структурованої цифрової виявлюваності. Цей посібник пояснює роль ключових слів і фраз у пошуковій оптимізації (SEO) та як компанії можуть покращити свою онлайн-виявлюваність.

У ньому описано, як пошукові системи інтерпретують запити, чому ключові слова повинні підтримуватися змістовним контентом і як оцінити їх ефективність.

Також підкреслюється важливість багатомовного контенту для міжнародної видимості.

## Що таке SEO?

SEO (Search Engine Optimisation) — це процес покращення вебсайту для підвищення його видимості в Google, Microsoft Bing та інших пошукових системах, коли користувачі шукають:

- Продукти, які ви продаєте
- Послуги, які ви надаєте
- Інформацію у сферах вашої експертизи

Чим вища видимість сторінок, тим більша ймовірність бути знайденими. Мета SEO — залучення відвідувачів, які стануть клієнтами.

## Важливість ключових слів і фраз

SEO визначається різними факторами. Хоча алгоритми відрізняються, вони загалом подібні.

Google зазначає: “Щоб надати релевантні результати, потрібно визначити намір запиту користувача.”

Отже, ключовим є саме пошуковий запит. Чим точніше ключові слова відповідають запитам, тим більша ймовірність появи сайту у результатах.

Другий фактор — релевантність цих слів у контексті контенту

### Ключові висновки:

1. Які ключові слова використовують клієнти?
2. Чи підтримуються вони контентом сайту?

Якщо ні — вас не знайдуть.

## Де знаходяться ключові слова

1. У тексті сторінок
2. У метаданих.

## Онлайн-інструменти

Існує низка онлайн-інструментів, які можна використовувати для генерації релевантних ключових слів і фраз (достатньо виконати пошук за запитом «генератори ключових слів»).

Залежно від вашого браузера, ви можете переглянути ці ключові слова, клацнувши правою кнопкою миші на вебсторінці та обравши «Переглянути джерело сторінки» (або подібну опцію). Ключові слова та фрази переважно містяться у видимому контенті вебсторінок, заголовках, підзаголовках і метаописах, які пошукові системи використовують для розуміння теми та релевантності сторінки.

## Деякі ключові міркування

Як зазначалося вище, ви можете використовувати онлайн-інструменти. Однак також варто докласти зусиль для самостійного створення списків ключових слів і фраз, які визначають і відрізняють ваші продукти та послуги — саме ви знаєте їх краще, ніж загальні онлайн-сервіси.

Що стосується географічних аспектів, їх можна використовувати як уточнення до ваших термінів. У такому випадку ваш сайт буде знайдено, коли користувач шукає продукти або послуги у вашому регіоні, наприклад: «вебдизайнер у Лондоні, Велика Британія, спеціалізація — корпоративні відео».

Фрази часто є ефективнішими, ніж окремі ключові слова, оскільки вони надають повний контекст і частіше використовуються у пошуку. Наприклад, користувач, який шукає «італійський дизайнер жіночих шкіряних сумок», з більшою ймовірністю введе саме таку фразу, ніж просто слово «сумка».

## Чи ефективні ваші ключові слова та фрази?

Після того як ви сформувавши список ключових слів і фраз:

1. Перевірте, що вони повністю підтримуються контентом вашого вебсайту — а також у ваших профілях у соціальних мережах (якщо вони є).
2. Перевірте за допомогою Google Analytics, наскільки ефективно вони залучають відвідувачів. Залежно від результатів визначте, чи потрібно переглянути ваш список.
3. Розгляньте можливість використання цих ключових слів у Google Ads для залучення додаткового трафіку.

## Інші міркування

Якщо ви вже працюєте у сфері міжнародної торгівлі або лише розглядаєте можливість виходу на міжнародні ринки, варто врахувати, що лише близько 8% населення світу є носіями англійської мови. Це означає, що компанії, які покладаються виключно на англійськомовні вебсайти, суттєво обмежують свою міжнародну виявлюваність.

Щоб охопити неанглійськомовну аудиторію, необхідно бути присутнім у результатах пошуку їхньою мовою. Однак цього дуже складно досягти без публікації релевантного контенту іноземними мовами на вашому сайті. Це може бути затратним за часом і ресурсами, а також вимагає визначення пріоритетних мов.

Простим, швидким і економічно ефективним рішенням є створення багатомовного мікросайту (Multilingual Microsite). Для отримання додаткової інформації див.

[ExpoWorld.cloud](https://www.exoworld.cloud).

## Використання ChatGPT

Ви можете використовувати ChatGPT або інші подібні платформи для генерації ключових слів і фраз, а також відповідних метаописів.

## Висновки

- Визначення релевантних ключових слів і фраз для вашої компанії, її продуктів і послуг є ключовим фактором для залучення зацікавленого трафіку на ваш сайт.
- Ці ключові слова та фрази повинні підтримуватися релевантним контентом, опублікованим на вашому сайті та в соціальних мережах.
- Перевіряйте ефективність ключових слів за допомогою аналітики GA4 — за потреби переглядайте та вдосконалюйте їх.
- Для появи у пошукових запитах іноземними мовами компаніям необхідні релевантний багатомовний контент і структурована інфраструктура цифрової видимості.

---

## Ресурси Центру знань

Додаткові матеріали щодо видимості експорту, багатомовної цифрової присутності та цифрової торгової інфраструктури доступні в [Бібліотеці ресурсів ExpoWorld](#).

Бібліотека ресурсів надає огляд усіх публікацій [Центру знань](#) разом із короткими описами кожного документа.

Нові матеріали додаються періодично. Оновлені публікації з'являються в Бібліотеці ресурсів у міру їх доступності.