

План просування багатомовного мікросайту

Дії після публікації мікросайту

Після публікації вашого мікросайту наведені нижче прості дії допоможуть забезпечити його видимість, доступність та належну інтеграцію у вашу існуючу цифрову присутність.

Перевірте багатомовний мікросайт (відразу після публікації)

Після публікації:

- відкрийте головну сторінку мікросайту
- перегляньте 2–3 мовні версії (наприклад, французьку, німецьку, іспанську)
- перевірте:
 - сторінки продуктів/послуг
 - сторінку контактів
 - посилання на ваш основний вебсайт
 - перегляньте кілька сторінок
 - приділіть короткий час кожному розділу

Мета: переконатися, що контент, структура та посилання є коректними.

Примітка: Цей етап підтримує перевірку та індексацію — але не впливає на позиції.

Інтегруйте мікросайт у наявні канали (обов'язково)

Забезпечте постійну присутність вашого багатомовного мікросайту у вашій існуючій цифровій екосистемі. (Див. **Додаток 1 – Рекомендовані тексти для посилань для швидкого використання.**)

1. Постійні посилання (завжди доступні)

Додайте посилання з:

- вашого основного вебсайту (головна сторінка, контакти, сторінки продуктів/послуг)
- вашого профілю LinkedIn
- підписів електронної пошти (бажано для всієї компанії)
- існуючих онлайн-каталогів

2. Розширена мережа (за наявності)

За можливості додайте посилання з:

- сайтів партнерів, дистриб'юторів або асоціацій
- іншомовних версій вашого основного вебсайту

3. Активне використання (постійна видимість)

Використовуйте мікросайт у:

- вихідних комунікаціях (листи, пропозиції, презентації)
- профілях компанії та цифрових матеріалах
- регулярних або повторно використовуваних комунікаціях

Оновлюйте багатомовний мікросайт

Мікросайт не є одноразовою публікацією.

- оновлюйте контент при зміні продуктів, послуг або ринків
- розширюйте описи на основі реальних запитів
- підтримуйте узгодженість із вашим основним вебсайтом

Ключовий принцип: узгодженість підсилює видимість і довіру

Відстежуйте початкові сигнали (спрощено)

Періодично перевіряйте показники за допомогою:

- **Google Search Console (GSC)** → країни, запити, покази
- **Google Analytics 4 (GA4)** (за наявності) → відвідування, сторінки, поведінка

Звертайте увагу на:

- країни, що генерують активність
- мови з видимістю
- сторінки з відвідуваннями

Використовуйте ці сигнали для подальших дій

1. Визначення потенційних ринків

Звертайте увагу на:

- повторювану активність з окремих країн
- видимість або відвідування в межах однієї мови
- перші запити або прояви інтересу

Це свідчить про можливий попит.

2. Уточнення фокусу

На основі спостережень:

- скоригуйте ключові слова та описи
- посильте контент для релевантних продуктів/послуг
- визначте пріоритетні країни або мови

Це підвищує релевантність і чіткість.

Дотримуйтеся реалістичних очікувань

- початкова активність може бути обмеженою
- результати формуються поступово
- початкові сигнали відображають потенціал, а не результат

Складний аналіз не потрібен — достатньо виявляти закономірності

Для отримання додаткової інформації див: [Багатомовні мікросайти](#)

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.

Додаток 1 – Рекомендовані тексти для посилань

Використовуйте наведені нижче приклади як готові тексти для копіювання та вставки при додаванні посилань на ваш багатомовний мікросайт.

1. Ваш основний вебсайт

Варіант А: Посилання в меню (рекомендовано)

Додайте до головного меню:

Інші мови

або

Міжнародна / Багатомовна версія

Створіть коротку сторінку з таким текстом:

“Ми надаємо інформацію про нашу компанію, продукти та послуги 35 мовами. Перегляньте наш профіль компанії та оберіть свою мову.” (вставити посилання)

Варіант В: Сторінка контактів / футер

Додайте короткий рядок:

“Для міжнародних відвідувачів: профіль компанії 35 мовами:” (вставити посилання)

Варіант С: Сторінки продуктів / послуг

За потреби:

“Опис цього продукту/послуги доступний 35 мовами – переглянути тут:” (пряме посилання на відповідну сторінку продукту/послуги у вашому багатомовному мікросайті)

2. Профіль LinkedIn

Посилання в профілі (рекомендовано)

Додайте до:

- розділу “Рекомендоване”
- розділу “Про нас”

Приклад тексту:

“Перегляньте профіль нашої компанії 35 мовами:” (вставити посилання)

Додатковий пост (запуск або оновлення)

“Ми раді представити наш багатомовний мікросайт, який надає доступ до інформації про нашу компанію, продукти та послуги 35 мовами. Переглянути тут:” (вставити посилання)

3. Підписи електронної пошти

Варіант А

Додайте простий рядок:

Профіль компанії доступний 35 мовами: (вставити посилання)

Варіант В (більш стримано)

Профіль компанії – 35 мов: (вставити посилання)

4. Пропозиції / презентації

Додайте коротке посилання:

“Повний профіль компанії доступний 35 мовами:” (вставити посилання)

5. Партнерські сайти / каталоги

Де ви представлені:

“Профіль компанії 35 мовами:” (вставити посилання)