

## ПОШУКОВА ОПТИМІЗАЦІЯ САЙТУ: АЛГОРИТМИ GOOGLE

В останні десятиліття сфері маркетингу притаманні суттєві трансформації з огляду на розвиток інтернет-технологій і появу цифрового способу просування товарів і послуг. Цифровий маркетинг є невід'ємним атрибутом для підтримки відповідних комунікацій між бізнесом і його клієнтами. Він уможливує нові способи для досліджень, комунікацій, реклами, збуту, аналізу даних тощо.

Одним із інструментів цифрового маркетингу є пошукова оптимізація сайту чи SEO (з англ. Search Engine Optimization), яка має підвищувати видимість сайту для пошукових систем, тобто сприяти підвищенню його позицій у пошуковій видачі. Пошукова система Google, яка охоплює 91,58 % загальносвітового ринку пошукових систем [1], використовує складний алгоритм для пошуку та ранжування вебсайтів у відповідь на конкретні пошукові запити користувачів.

Пошуковик індексує вебсторінки, аналізує ключові слова/фрази, ранжує та виводить на екран відповіді, які можуть бути проплаченими (з позначкою «Реклама», виводяться першими) та безоплатними (органічними). Увага пошукової оптимізації сайту прикута саме до органічного пошукового трафіку, що зумовлює необхідність розуміння, яким чином ці відповіді формуються, та ще важливіше, як вони ранжуються, як визначається ступінь релевантності вебсторінки користувачькому запиту.

Внутрішню роботу пошукової системи можна зрозуміти через спеціальні алгоритми, які забезпечують увесь цей процес. Майже щомісяця Google оновлює алгоритми [2]. Пошукові алгоритми базуються на використанні фільтрів, деякі приклади з яких представлені у табл. 1.

Таблиця 1

Приклади поновлень алгоритмів пошукової системи Google

Рік створення	Назва алгоритму	Основний фокус	Опис алгоритму
2011	Google Панда	Якість контенту	Алгоритм перевіряє вебсайт щодо наявності унікального, корисного/цінного, якісного контенту. Дубльований контент, відсутність авторів чи джерела інформації, наявність помилок, надлишок реклами, перенасиченість «ключовими запитими» текстів, відсутність структурованого контенту – причини через які вебсайт буде втрачати позиції у пошуковій видачі
2012	Google Пінгвін	Використання природних посилань	Алгоритм спрямований на аналіз доброчесності практик, які створюють посилальну масу для вебсайтів. Використання неприродних посилань через купівлю чи певні шахрайські схеми зумовлюють нижчу видимість вебсайтів через пошуковий трафік
2012	Google Пірат	Дотримання авторських прав	Алгоритм виявляє контент вебсайтів, який порушує авторські права чи інтелектуальну власність осіб чи компаній. Несанкціоноване використання чужого контенту буде каратися: через зниження місця вебсайту у рейтингу пошукової видачі чи, навіть, вилученням із пошукових результатів
2013	Google Колібри	Підвищення рівня релевантності пошукових відповідей	Алгоритм аналізує пошукові запити користувачів через розуміння контексту, природної мови користувачів та інших зв'язків, важливих для сутнісного розуміння запитів. Основна задача пошукової система надавати максимально релевантні відповіді, чому сприяє цей алгоритм, особливо для довгих запитів
2014	Google Голуб	Локальний пошук	Алгоритм спрямований на поліпшення результатів місцевого пошуку, особливо для пошукових запитів, пов'язаних із місцевими підприємствами зі сфери послуг. Для підвищення видимості вебсайтів на локальному рівні слід проводити низку конкретних заходів (реєстрація вебсайту на My Business від Google тощо)

У табл. 1 представлені не всі з наявних алгоритмів пошукової системи Google, але навіть ці умовно можна поділити на ті, що аналізують сам вебсайт і його характеристики, та ті, що працюють із пошуковими запитами користувачів.

Маркетологам та SEO-спеціалістам важливо надавати пріоритет доброякісним практикам залучення трафіку на власні вебсайти, не тільки через те, що алгоритми пошукової системи Google вітають саме такі методи, але й тому, що це забезпечує ґрунтовний базис для подальшого розвитку цифрової присутності бізнесу. Розуміння способів роботи окремих алгоритмів Google буде сприяти грамотній адаптації відповідних стратегій покращення ранжування вебсайту в пошукових результатах.

### Список використаних джерел:

1. Search Engine Market Share Worldwide. Sept 2022 - Sept 2023. URL: <http://surl.li/mbjyq>
2. Огляд фільтрів Google за останні 7 років – від Панди до Фреда. EMBO Studio. URL: <http://surl.li/mqkbo> (дата звернення 23.10.23)