

International Journal of Advanced Studies in Computer Engineering

№ 2, 2018

St. Louis, Missouri, USA

International Journal of Advanced Studies in Computer Engineering.
St. Louis, Missouri, USA. №2, 2018. 82 p.

Edited by Yan Maximov

ISBN 978-0-615-67265-6

PUBLISHING TEAM

Publishing Director: Yan Maximov

Language Editor: Dmitry Dotsenko

Technical Editor: Yuri Byakov

ORGANIZING COMMITTEE

Stephen Myers (University of Ballarat, Australia)

Tatiana Rozhko (Siberian Federal University, Russia)

Tamara Uskova (Institute of Socio-Economic Territories Development
of Russian Academy of Sciences, Russia)

Tatyana Grass (Krasnoyarsk State Pedagogical University
named after V.P. Astafev, Russia)

Manos Savvakis (University of the Aegean, Greece)

Denis Nedbaev (Armavir Social-Psychological Institute, Russia)

Sunil Kumar Yadav (Alwar Institute of Engineering & Technology, India)

Konstantin Gulin (Institute of Socio-Economic Territories Development
Russian Academy of Sciences, Russia)

Aleksandra Shabunova (Institute of Socio-Economic Territories
Development of Russian Academy of Sciences, Russia)

Amrendra Kumar Singh (NIIT University, India)

Published by © 2018 Science and Innovation Center Publishing House
St. Louis, Missouri, USA
pub@conf-afs.com

Printed by St. Louis, Missouri, USA
November 2018, 500 copies, 1st edition

ISBN 978-0-615-67265-6

**МАТЕРИАЛЫ
МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ**

**PROCEEDINGS OF THE INTERNATIONAL
CONFERENCE**

COMPOSITION OF THE SEMANTIC KERNEL OF THE INTERNET SITE TO IMPROVE THE POSITION IN THE SEARCHING ISSUE

Krivosnogova A.E., Bainov A.M., Zaripova R.S.

Kazan state power university, Kazan, Russian Federation

The compilation of the semantic core is an important step in any search advertising campaign. Properly selected semantics allows you to work efficiently and increase sales through the site. Deep analytics in the context of groups of requests allow you to identify growth points at all stages of an advertising campaign. The article discusses and analyzes the methods of compiling the semantic core of the site.

Keywords: internet marketing; search engine optimization; website promotion; semantic core.

СОСТАВЛЕНИЕ СЕМАНТИЧЕСКОГО ЯДРА ИНТЕРНЕТ-САЙТА ДЛЯ УЛУЧШЕНИЯ ПОЗИЦИИ В ПОИСКОВОЙ ВЫДАЧЕ

Кривоногова А.Е., Байнов А.М., Зарипова Р.С.

Казанский государственный энергетический университет,
г. Казань, Российская Федерация

Составление семантического ядра – важный этап в любой кампании по поисковой рекламе. Правильно подобранная семантика позволяет эффективно работать и повышать продажи через сайт. Глубокая аналитика в разрезе групп запросов позволяют выявлять точки роста на всех этапах рекламной кампании. В статье рассмотрены и проанализированы методы составления семантического ядра сайта.

Ключевые слова: интернет-маркетинг; поисковая оптимизация; продвижение сайта; семантическое ядро.

В последнее время популярность сайтов стремительно набирает обороты. Все чаще появляются различные интернет-магазины, сервисы оказания всевозможных услуг. С ростом количества сайтов появляется так называемая конкуренция на рынке. Теперь сама разработка сайта не является главным. Для того, чтобы тот или иной сайт находился в первых строчках в поисковой выдаче необходимо заняться составлением семантического ядра.

Семантическое ядро (СЯ) – упорядоченное множество слов и фраз и их различных морфологических форм, благодаря которому пользователи будут попадать на интернет-ресурс из поисковых систем, исходя из вида деятельности и тематики сайта. Стоит отметить, что не все слова из семантического ядра являются равными. Они подразделяются на три основные категории: высоких, средних и низких частот. Их рейтинг основывается на их популярности. Очевидно, что чем более популярной является поисковая фраза, тем больше конкуренции при попытке использовать ее в качестве представления своего проекта (так как многие другие ресурсы делают то же самое). Многие компании ошибаются в использовании лишь нескольких слов среднего и низкого уровня, считая их несущественными. Проблема заключается в том, что существенные результаты исходят из многих вариаций фразы. Чем больше глубина семантического ядра, тем более вероятно, что сайт займет верхние позиции в Интернете. Быть на вершине рейтинга Google или Яндекс для конкурентных ключевых слов и фраз является сложной задачей.

Важно иметь в виду, что до 40% всех запросов, которые пользователи ищут в поисковых системах, никогда не будут регулярно запрашиваться. Только благодаря использованию релевантных спецификаций веб-сервис действительно может оказаться на первом уровне лучших рангов Google и Yandex.

В самом начале составления семантического ядра рекомендуется проанализировать сайты конкурентов. При этом необходимо найти те слова и фразы, которые были бы полезным дополнением к семантическому ядру. Особое внимание следует уделить заголовкам. После этого нужно посмотреть рекомендуемые ключевые сло-

ва Google и Yandex в подсказках и по мере надобности включить их в список ключевых слов.

Также важно обратить внимание на минус слова. Они препятствуют тому, чтобы сайт отображался в результатах поиска, если запрос не относится к теме проекта. В случае игнорирования минус-слов в исследовании ключевых фраз, семантическое ядро будет иметь большое количество бесполезной информации, что гарантирует негативное влияние на работу в поисковой системе.

В интернете существует множество сервисов, предназначенных для подбора слов исходя из статистики запросов. Примером этому может служить Wordstat, разработанный компанией Яндекс. Для использования данного онлайн-сервиса достаточно ввести в строку поиска необходимое слово или словосочетание, обозначающее необходимый товар или услугу. При необходимости, можно указать конкретный регион для более точного определения целевой аудитории.

Сайт без семантического ядра обречен на провал в сфере интернет-маркетинга и поисковой оптимизации. Веб-сервис будет затерян в поисковой выдаче без целевых ключевых фраз. При составлении точного и информированного списка словосочетаний в семантическом ядре можно добиться лидирующих позиций и привлечь внимание потенциальных клиентов.

Список литературы

1. Басаргин В.Я. Внедрение новых информационных технологий в жизнедеятельность предприятий / В.Я. Басаргин, Р.С. Зарипова // Форум молодых ученых. 2018. № 6-1 (22). С. 425–428.
2. Зарипова Р.С. Актуальные проблемы развития IT-отрасли в России / Р.С. Зарипова, С.У. Ходжаева // NovaUm.Ru. 2018. №11. С. 34–35.
3. Кривоногова А.Е. Проблемы и перспективы развития индустрии искусственного интеллекта / А.Е. Кривоногова, Р.С. Зарипова // Аллея науки. 2018. Т.3. №1(17). С. 869–871.
4. Салтанаева Е.А. Методика управления информационными технологиями на предприятиях и в организациях / Е.А. Салтанаева, Р.И. Эшелиоглу // Аллея науки. 2018. Т.1. №2(18). С. 330–333.

5. Зарипова Р.С. Процесс управления инновационной деятельностью организаций при переходе к цифровой экономике / Р.С. Зарипова, С.П. Миронов // Наука Красноярья. 2018. Т. 7. № 2-2. С. 25–29.

References

1. Basargin V.Ya. Vnedrenie novykh informatsionnykh tekhnologiy v zhiznedeyatel'nost' predpriyatiy / V.Ya. Basargin V.Ya., R.S. Zaripova // Forum molodykh uchenykh. 2018. № 6-1 (22). S. 425–428.
2. Zaripova R.S. Aktual'nye problemy razvitiya IT-otrasli v Rossii / R.S. Zaripova, S.U. Khodzhaeva // NovaUm.Ru. 2018. №11. S. 34–35.
3. Krivonogova A.E. Problemy i perspektivy razvitiya industrii iskusstvennogo intellekta / A.E. Krivonogova, R.S. Zaripova // Alleya nauki. 2018. T.3. №1(17). S. 869–871.
4. Saltanaeva E.A. Metodika upravleniya informatsionnymi tekhnologiyami na predpriyatiyakh i v organizatsiyakh / E.A. Saltanaeva, R.I. Eshelioglu // Alleya nauki. 2018. T.1. №2(18). S. 330–333.
5. Zaripova R.S. Protsess upravleniya innovatsionnoy deyatel'nost'yu organizatsiy pri perekhode k tsifrovoy ekonomike / R.S. Zaripova, S.P. Mironov // Nauka Krasnoyar'ya. 2018. T. 7. № 2-2. S. 25–29.