

АКАДЕМИЧЕСКАЯ ПОИСКОВАЯ ОПТИМИЗАЦИЯ В ИНТЕРНЕТЕ**Илиусыз Алмат Санатулы**

магистрант Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, Казахстан, г. Нур-Султан

Тусупов Джамалбек Алиаскарович

научный руководитель, д-р физ.-мат. наук, профессор, Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, Казахстан, г. Нур-Султан

Современный мир вращается вокруг информации, которая является движущей силой любой экономической цепочки создания стоимости. Жажда информации привела к эволюции онлайн - “поисковых систем” за последние несколько лет и является наиболее широко используемым инструментом в настоящее время. Постепенно маркетологи также начали использовать эту платформу для маркетинга своих продуктов. Это исследование фокусируется на влиянии поисковой оптимизации как маркетингового инструмента и ее влиянии на различные маркетинговые переменные, такие как доля рынка, собственный капитал бренда и другие. Обзор литературы освещает многие маркетинговые переменные, на которые влияет поисковая оптимизация. Такие переменные, как доля рынка, лояльность к бренду, узнаваемость бренда, цена продукта, информация о продукте, имидж бренда, узнаваемость бренда, поведение потребителей в Интернете и отзывы пользователей, - это лишь некоторые из них. Авторы обнаружили, что большинство исследований выделяют эти переменные либо изолированно, либо в сочетании с несколькими. Немногие исследования рассматривали переменные только с точки зрения маркетолога, а другие - с точки зрения покупателя. В этом исследовании авторы попытались эмпирически понять и понять влияние поисковой оптимизации на различные маркетинговые переменные, идентифицированные (после исследования) как доля рынка и собственный капитал бренда как наиболее заметные из них, а также осведомленность о продукте, убеждение в покупке и понимание потребителей и другие важные.

Для анализа указанного феномена первоначальным шагом было изучение значимого письма с целью выработки понимания различных параметров поисковой системы для публикации бренда. Данные были собраны с помощью анкетирования из выборки 338 респондентов, отобранных простым методом случайной выборки в основном из Национального столичного региона (NCR) Дели в Индии. Данные, собранные от респондентов, были загружены на базу SAS для исследовательского факторного анализа и множественного регрессионного анализа.

SEO - это просто процесс попытки улучшить рейтинг веб-страницы в поисковых системах. Google и другие поисковые системы отдают приоритет контенту, который они считают интересным, качественным и релевантным - отображая такой контент выше на страницах результатов поиска. В наши дни существует широкий спектр устройств, работающих на основе Интернета вещей. К ним относятся термостаты, холодильники, системы безопасности и даже сушилки и чайники. Со временем обязательно будет добавлено больше устройств с более умными функциями.

Чем выше рейтинг вашей статьи, тем больше вы можете поощрять людей нажимать, открывать, читать и в конечном итоге цитировать ваши исследования. SEO помогает вам быть более узнаваемым. Существует сильная корреляция между онлайн-обращениями и последующими цитатами журнальных статей.

Как оптимизировать свои статьи?

Убедитесь, что вы используете подходящие и релевантные ключевые слова во всей своей статье. Вы должны указать не менее 5 ключевых слов или фраз в поле ключевые слова и всегда включать ключевые слова и фразы, которые вы использовали в своем реферате. Вы также хотите предоставить дополнительные релевантные ключевые слова и синонимы для этих ключевых слов, поскольку они относятся к вашей статье. Ключевые слова важны не только для SEO, они также используются службами абстрагирования и индексации в качестве механизма маркировки исследовательского контента.

Советы по ключевым словам

Включите ключевые слова в заголовок (1-2 слова), реферат (3-6 слов) и поля ключевых слов (5-7 слов). Помните, что ключевые слова могут быть как фразами, так и отдельными словами

Включайте ключевые слова в заголовки. Заголовки могут подсказать поисковым системам о структуре и содержании вашей статьи.

Используйте ключевые слова, соответствующие вашей теме. Если вы не уверены, вы можете проверить слова, используемые в крупных работах на подобные темы.

Поисковые системы, как правило, не любят много повторений ключевых слов (известных как заполнение ключевых слов) и в результате могут “не индексировать” вашу статью.

Будьте последовательны, когда дело доходит до имен и инициалов авторов. Используйте их таким же образом на протяжении всей статьи и убедитесь, что вы ссылаетесь на них так же, как на них ссылались в других онлайн-публикациях.

Убедитесь, что вы используете заголовки для различных разделов вашей статьи, чтобы подсказать поисковым системам структуру и содержание вашей статьи. Не забудьте включить ваши ключевые слова и фразы в эти заголовки, где это уместно.

Не забывайте цитировать свои собственные и соавторские предыдущие работы. Это очень важно, поскольку эти цитаты из вашей прошлой работы влияют на то, как поисковые системы будут ранжировать вашу текущую и будущую работу.

Чем больше встроенных ссылок на вашу статью, тем больше поисковые системы, такие как Google, будут ценить и выделять ваш контент. Чтобы сделать это, вы должны убедиться, что вы ссылаетесь на свою статью во всех ваших социальных сетях, сетях и институциональных сайтах. Кроме того, чем больше ссылок приходит от уважаемых людей и надежных сайтов, тем сильнее эффект. Вы также захотите побудить своих коллег ссылаться на вашу статью, но не забудьте сделать то же самое для них!

Google Search и другие поисковые системы: Как Они Работают

Статья ранжируется по ее релевантности к искомым терминам. Количество поисковых терминов, которые появляются в самой статье, имеет решающее значение для определения этого фактора. Кроме того, поисковый запрос, используемый в заголовке, будет иметь больший вес, чем поисковый запрос, который появляется в аннотации. Другим фактором является длина названия, причем более короткие названия предпочтительнее более длинных.

Конкретные цитаты, которые вы использовали в своей статье, играют большую роль в рейтинге вашей статьи. Цитирование статей, имеющих высокий ранг, даст вашей статье более высокий ранг.

Имейте в виду, что имена авторов и публикаций в цитатах имеют значение. Google Search предпочитает “громкие имена” в своей поисковой системе. “Громкие имена” - это люди и издания, обладающие обширными знаниями в определенной области.

Google Search известен как “поисковая система на основе приглашений”, поскольку он

индексирует только статьи, поступающие из надежных источников. Даже если Google Search получил PDF-файл статьи, он все равно будет искать в Интернете различные версии одного и того же файла, а затем связывать их вместе с точки зрения индексации и ранжирования.

Список литературы:

1. А. Кларк., Изучите Поисковую оптимизацию с помощью Умной стратегии Интернет - маркетинга.