

О. В. Крутеева^{1}*

Составление семантического ядра с целью реализации проекта по продвижению лендинга

¹ Сибирский государственный университет геосистем и технологий, г. Новосибирск,
Российская Федерация

* e-mail: frans_pays@mail.ru

Аннотация. В статье изучены особенности составления семантического ядра с целью написания методических рекомендаций по выполнению практической работы для студентов вузов по направлениям 38.03.01 Экономика и 38.03.02 Менеджмент. Рассмотренная классификация сайтов и ключевых запросов является основой для формирования теоретической базы для подготовки обучающегося по дисциплинам «Цифровая экономика», «Электронная коммерция». Составление семантического ядра является важным этапом по продвижению лендинга. Обучающийся на примере реального проекта получает необходимые профессиональные навыки работы с веб-аналитикой и настройки контекстной рекламы, участвует в совершенствовании жанрового разнообразия наполнения сайта. Умение применить на практике современные инструменты продвижения в сети Интернет и, в том числе, социальных сетях становится одним из базовых навыков в контексте реализации проектного обучения в высшем учебном заведении.

Ключевые слова: семантическое ядро, продвижение, поисковые запросы, ключевые запросы, лендинг

O. V. Kruteeva^{1}*

Drawing up a semantic core for the purpose of implementing a project to promote the landing page

¹Siberian State University of Geosystems and Technologies, Novosibirsk, Russian Federation

* e-mail: frans_pays@mail.ru

Abstract. The article examines the features of compiling a semantic core in order to write methodological recommendations for practical work for university students in the fields of 38.03.01 Economics and 38.03.02 Management. The considered classification of sites and key queries is the basis for the formation of a theoretical basis for the training of students in the disciplines of "Digital Economy", and "E-commerce". The ability to put into practice advanced promotion tools on the Internet and, including, social networks is one of the basic skills in the context of the implementation of project training in higher education.

Keywords: semantic core, promotion, search queries, key queries, landing page

Введение

Стилистическое разнообразие интернет-сайтов во многом зависит от функционального назначения и контентного наполнения в соответствии с выбранной тематикой. Основными функциями любого интернет-ресурса являются: информационная, рекламная, имиджевая, новостная и учебная.

Анализ современных публикаций демонстрирует повышенный интерес авторов к методике составления семантического ядра с целью повышения

посещаемости сайта, формирования высокого трафика и совершенствования способов его продвижения в социальных сетях [1–7]. Заслуживают внимания работы по использованию различных программных средств при составлении семантического ядра, так как они предлагают экономически выгодный способ быстро и эффективно проводить оптимизацию ключевых фраз, при этом исключая влияние человеческого фактора на сам процесс [8–10]. Тем не менее, остается мало изученным аспект, связанный с особенностями формирования языковых механизмов и их влиянием на результаты поисковых выдач.

Использование различных технологий для создания сайтов в значительной степени изменило их внутреннюю структуру и внешний вид. Большое распространение получили лендинги, так называемые посадочные страницы, формирующие основную воронку продаж в интернет-маркетинге. Такие одностраничные сайты получают высокий трафик за счет контекстной рекламы, поискового продвижения, гостевого постинга и работы с социальными сетями.

Проблема составления семантического ядра представляет собой сложную междисциплинарную проблему, к решению которой нужно подходить не только с инженерной точки зрения, но и с точки зрения языковой трансформации. Отождествление содержания сайта поисковым запросам зависит от того, каким образом воспринимается информация в контексте пользователя. Этот тезис определил актуальность исследования и его основную цель – изучение и анализ существующей технологии составления семантического ядра для формирования базовых предпринимательских навыков обучающихся.

Практическая значимость исследования заключается в разработке методических рекомендаций для студентов всех форм обучения по направлениям 38.03.01 Экономика и 38.03.01 Менеджмент по написанию семантического ядра.

Методы и материалы

Для достижения целей исследования использовались методы классификации и кластеризации. Ключевые термины, необходимые для разработки практикума по реализации и продвижению студенческих проектов в сети Интернет, в том числе в социальных сетях, представлены в табл. 1.

Таблица 1

Терминологическая база для практической работы обучающихся по составлению семантического ядра

Термин	Определение
Семантическое ядро	Информационный кластер, состоящий из поисковых запросов, описывающий содержание сайта
Лендинг	это одностраничный сайт, побуждающий совершить определенное действие: произвести покупку, зарегистрироваться или получить информацию
Поисковой запрос (ключ)	Информация определенного формата, с помощью которой осуществляется поиск специальной поисковой системой

Классификация сайтов осуществляется по семи признакам (табл. 2).

Таблица 2

Классификация сайтов и поисковых запросов (ключей)

Классификационный признак	Виды
Сайты	
По типу трафика	Крупные информационные порталы, агрегаторы и доски объявлений, врезники, онлайн кинотеатры и справочники
По типу веб-сервиса	Почтовые системы, хостинги и видео-хостинги, онлайн-инструменты
По способу «черного» продвижения	Дорвеи, адалт, саттелиты
По способу коммерческого использования	Интернет-магазины, сайты услуг, корпоративные порталы, простые сайты (в том числе лендинги)
По способу подачи информации	Новостные ресурсы, статейники и блоги
По социальному признаку	Социальные сети, форумы, сайты знакомств
По предоставлению дополнительной информации	Поисковики, каталоги, онлайн-карты
Поисковые запросы	
По степени частотности	Высоко-, средне- и низкочастотные
По перспективности	Коммерческие и некоммерческие
В зависимости от географической привязки	Гезависимые, геонезависимые
По уровню конкуренции	Высоко-, средне- и низкоконкурентные

Соответственно, при составлении семантического ядра следует помнить об основных характеристиках поисковых запросов: частотности, принадлежности и гезависимости. Любой запрос также разделяется на три составные части: тело запроса, его спецификатор и хвост (уровень детализации потребности запроса).

Результаты

В качестве учебного примера рассмотрим книжный магазин Лабиринт, сферой деятельности которого является продажа книг, офисной канцелярии, рекомендательная подборка книг, а также распространение книг и другой издательской продукции путем продажи (рис. 1).

Шаг 1. Составление первичного списка ключевых слов, отражающих содержание сайта: книги, книжный магазин, купить книгу, что почитать, лучшие книги 2022, романы.

Шаг 2. Расширение списка. Для этих целей можно воспользоваться сервисом Yandex.Wordstat. В строку поиска поочередно вносится каждое из слов первичного списка, затем список уточняется при помощи операторов (рис. 2).

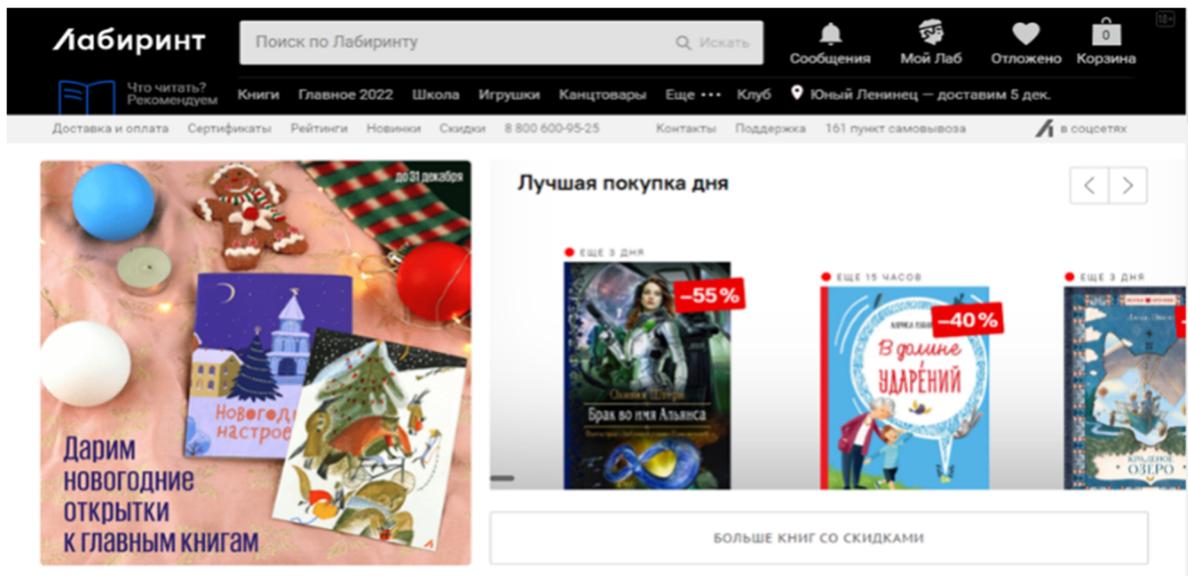


Рис. 1. Заглавная страница сайта книжного магазина «Лабиринт»

Статистика по словам	Показов в месяц
купить книгу	1 641 983

Статистика по словам	Показов в месяц
книжный магазин	270 018
книжный интернет магазин	29 527
книжная лавка	15 946
книгалэнд	2 627
букинистический магазин	11 207
книжный город	16 000
книжный магазин рядом	2 777
книжный аутлет	707
книжная ярмарка	14 641
магистр книжный магазин	1 496
книжный магазин онлайн	3 582
книжные интернет магазины россии	1 500
азбука книжный магазин	756
все книжные интернет магазины	1 099
книжные издательства	14 799
работа в книжном магазине	2 170

Рис. 2. Уточненный список слов для составления семантического ядра

На этом этапе использование таблиц Excel позволяет просматривать ассоциативные запросы из правого столбца и выбирать из них релевантные анализируемому сайту.

Шаг 3. Зачистка или удаление всех фраз с частотой показов ниже 200 и фраз, не имеющих отношения к сайту, например, «авито книги купить», «читай город магазин книги купить», т.к. это другие сайты для приобретения книг.

После удаления всех лишних запросов, список значительно сокращается. В нашем случае осталось 30 ключевых запросов (в табл. 3 представлена не полная выборка).

Пример ключевых запросов для составления семантического ядра

Статистика по словам	Количество показов в месяц
Высокочастотные запросы (свыше 10 000 показов)	
купить книгу	1 641 983
книжный магазин	270 018
лабиринт купить книги	87 538
книги купить интернет лабиринт	80 673
лабиринт интернет магазин книги купить	80 621
Среднечастотные запросы (от 1 000 до 10 000 показов)	
книжный магазин онлайн	3582
книжный магазин рядом	2777
книжные интернет магазины России	1500
все книжные интернет магазины	1099
Низкочастотные запросы (ниже 1 000 показов)	
самый дешевый книжный магазин	268

Шаг 4. Доработка и кластеризация. Учитывая количество страниц сайта, из списка выбираются ключевые слова, которые наиболее точно описывают услуги компании. Среди этих фраз должны быть низкочастотные, среднечастотные и высокочастотные запросы.

Распределение полученных ключевых словсформированного семантического ядра между страницами сайта происходит следующим образом: на главной странице размещаются высокочастотные ключи – «купить книгу», «книжный магазин», «лабиринт купить книги», а на внутренних страницах используются более узкие запросы.

Заключение

Составление семантического ядра является важным этапом по продвижению лендинга. Обучающийся на примере реального проекта получает необходимые профессиональные навыки работы с веб-аналитикой и настройки контекстной рекламы. Для улучшения качества анализа страниц поисковыми роботами при разработке проекта следует учитывать влияние таксономии сайта на его индексацию.

В коммерческих сайтах применяется фасетная классификация, где каждый элемент имеет набор атрибутов. Если разделить контент на подтемы, а затем осуществлять подбор информации в соответствии с циклом покупки, то это значительно повлияет на повышение трафика и узнаваемость проекта. Изучение базовых свойств интернет-коммуникаций и совершенствование жанрового разнообразия проектируемого сайта может стать дальнейшим направлением для исследований и практической реализации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Каминская, И. В. Семантическое ядро сайта. Подходы к созданию семантического ядра / И. В. Каминская, Э. С. Бабицкая // Инновационные технологии и образование : Материалы международной научно-практической конференции. В 2 частях, Минск, 28 апреля

2022 года. Том Часть 2. – Минск: Белорусский национальный технический университет, 2022. – С. 114-117. – EDN UZQINC.

2. Вяхирев, Е. С. Базовое релевантное семантическое ядро в контекстной рекламе / Е. С. Вяхирев // Интернет-маркетинг. – 2019. – № 4. – С. 310-320. – EDN UFPTNI.

3. Путенихина, Е. Н. Составление семантического ядра для продвижения сайта / Е. Н. Путенихина // Студенческая наука: современные реалии : сборник материалов VIII Международной студенческой научно-практической конференции, Чебоксары, 17 февраля 2020 года. – Чебоксары: Общество с ограниченной ответственностью "Центр научного сотрудничества "Интерактив плюс", 2020. – С. 39-42. – EDN GDYGXQ.

4. Лунева, Е. А. Особенности составления и кластеризации семантического ядра контента Интернет-ресурса / Е. А. Лунева // От синергии знаний к синергии бизнеса : Сборник статей и тезисов докладов V Международной научно-практической конференции студентов, магистрантов и преподавателей, Омск, 23 ноября 2018 года. – Омск: Общество с ограниченной ответственностью «Издательский центр КАН», 2018. – С. 612-615. – EDN YSLNJJ.

5. Кривоногова, А. Е. Составление семантического ядра для улучшения посещаемости сайта / А. Е. Кривоногова, Р. С. Зарипова, А. М. Байнов // Достижения и приложения современной информатики, математики и физики : материалы VII Всероссийской научно-практической заочной конференции, Нефтекамск, 30 ноября 2018 года. – Нефтекамск: Башкирский государственный университет, 2018. – С. 314-317. – EDN VLNGBO.

6. Крохина, А. Д. Роль подбора семантического ядра в продвижении сайта. Семантика для SEO и контекстной рекламы Яндекс директ и GoogleAdwords / А. Д. Крохина, Р. В. Жариков // Инновации в науке и практике : Сборник статей по материалам IX международной научно-практической конференции. В 3-х частях, Барнаул, 23 июня 2018 года. Том Часть 2. – Барнаул: Общество с ограниченной ответственностью Дендра, 2018. – С. 70-74. – EDN XYSLZR.

7. Пащенко, О. А. Управление цифровым контентом компании: seo-продвижение и smm-маркетинг / О. А. Пащенко // WORLD SCIENCE: PROBLEMS AND INNOVATIONS : сборник статей XL Международной научно-практической конференции, Пенза, 28 февраля 2020 года. – Пенза: "Наука и Просвещение" (ИП Гуляев Г.Ю.), 2020. – С. 87-90. – EDN BKLTJP.

8. Новиков, Д. Д. Метод семантических ядер для классификации публичных чатов мессенджера Telegram / Д. Д. Новиков // Математические методы распознавания образов. – 2017. – Т. 18, № 1. – С. 140-141. – EDN VTEYWL.

9. Казиев, В. М. Оптимизация и поиск контента в Интернете как алгебраическая задача на нечетких структурах / В. М. Казиев, Б. В. Казиева // Известия Кабардино-Балкарского научного центра РАН. – 2018. – № 6-2(86). – С. 213-218. – EDN YZKERJ.

10. Колотовкин, И. С. Использование самообучающегося алгоритма с элементами искусственного интеллекта на основе цепей Маркова для корректировки семантического ядра сайтов научного и коммерческого направления / И. С. Колотовкин // Моделирование и анализ данных. – 2022. – Т. 12, № 2. – С. 103-109. – DOI 10.17759/mda.2022120205. – EDN VPQSCM.

© О. В. Крутева, 2023