

ПОВЫШЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОВРЕМЕННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

К.В. Павлов, д-р экон. наук, проф.

В.В. Варцаб, магистрант

А.Л. Муравьева, магистрант

А.А. Рыбаков, магистрант

*Полоцкий государственный университет имени Евфросинии Полоцкой,
Республика Беларусь*

В статье предлагается анализ статистики веб-сайта организации, рассмотрены современные маркетинговые технологии продвижения сайта организации, на основе проведенного анализа предложены пути улучшения продвижения сайта в сети Интернет для B2B рынка, систематизирована система продвижения сайта для целевой аудитории

Ключевые слова: *современные маркетинговые технологии, поисковая система, веб-сайт, маркетинг.*

Возможности Интернета растут так же быстро, как и количество новых сайтов и пользователей. Для развития бизнеса в Интернете недостаточно создать привлекательный сайт или интернет-магазин. Важную роль играет продвижение сайта. Суть продвижения сайта заключается в его всестороннем развитии и достижении лидирующих позиций по целевым поисковым запросам. Продвижение сайтов позволяет не просто увеличить посещаемость, а привлечь потенциальных клиентов, заинтересованных в приобретении товара или услуги. Таким образом, грамотное продвижение позволяет в разы увеличить продажи без дополнительных затрат на рекламу [1-3].

Выделяют множество способов продвижения сайтов в сети Интернет. Основными среди них являются следующие [4]:

1. Поисковая оптимизация (SEO) – оптимизация сайта с целью получения высоких рангов в поисковой системе по запросам, отвечающим тематике сайта;
2. Контекстная реклама – показ рекламных объявлений пользователям, заинтересованным в них в данный момент;
3. Медийная реклама – показ рекламных баннеров на сайтах;
4. Отраслевые и прайс-агрегаторы – представляют собой площадки с каталогами товаров от разных предприятий;
5. Таргетированная реклама в социальных сетях;
6. Партнерские программы;
7. Видеореклама и мобильная реклама;
8. Email-маркетинг – полезные рассылки по электронной почте пользователям, давшим на это добровольное согласие;
9. Контент-маркетинг – привлечение пользователей за счёт публикации полезного контента. Это тот контент, который решает проблему читателя;
10. SMM (Social Media Marketing) – создание лояльной аудитории в социальных сетях благодаря публикации полезной информации и общению с потенциальными потребителями.

Анализ использования современных технологий в рамках статьи проводился авторами при изучении деятельности ОАО «Нафтан».

ОАО «Нафтан» обладает, дополняющими и в какой-то степени зависящими друг от друга, инструментами интернет-маркетинга – веб-сайт и страницы в социальных сетях.

Веб-сайт ОАО «Нафтан» является многоуровневым и включает в себя пять разделов: «Главная», «Продукция и услуги», «Реализация», «Закупки и конкурсы» и «Контакты».

В самом начале главной страницы располагается блок, который проводит краткий экскурс в историю организации: от получения первого бензина до наших дней. Также на странице имеется информация о трудоустройстве, что можно увидеть на рисунке 2.

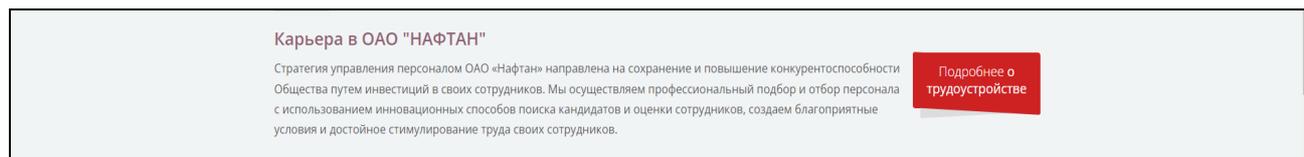


Рисунок 2. – Информация о трудоустройстве

Источник: составлено автором на основе [5].

Еще ниже располагаются интерактивные ссылки на ресурсы, связанные с ОАО «Нафтан» (рисунок 3).

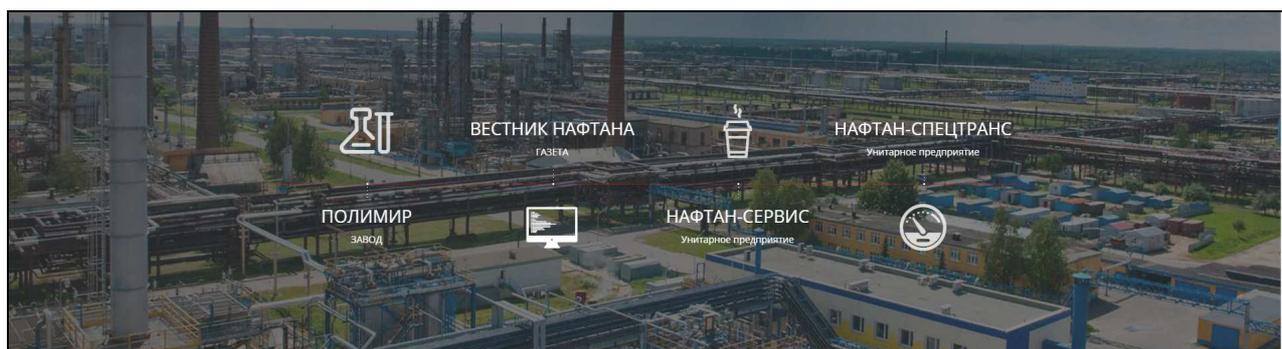


Рисунок 3. – Интерактивные ссылки

Источник: составлено автором на основе [5].

Далее на рисунке 4 можно увидеть информацию об обновлении сайта.



Рисунок 4. – Обновления сайта

Источник: составлено автором на основе [5].

Всего страница включает в себя следующие разделы, представленные на рисунке 5.

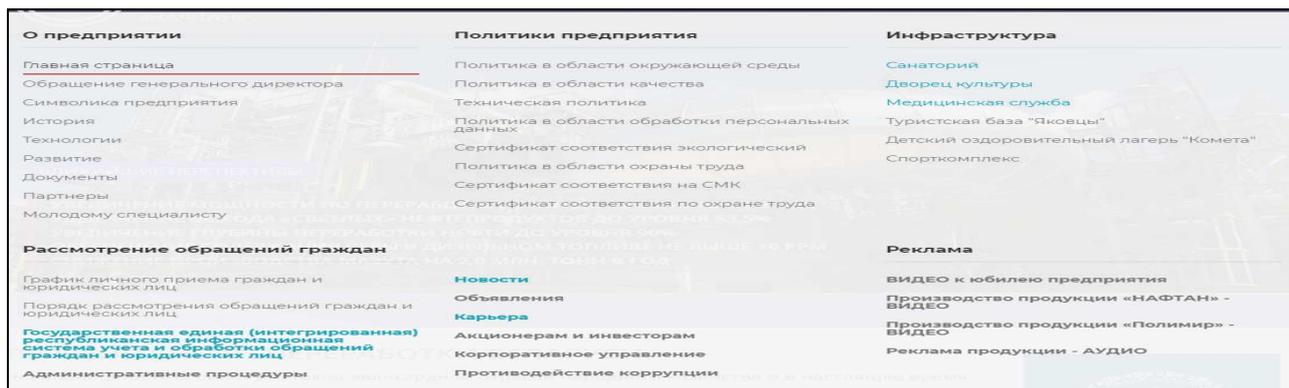


Рисунок 5. – Содержание «главной» страницы сайта

Источник: составлено автором на основе [5].

Наиболее примечательным из разделов является «Инфраструктура», поскольку содержит в себе полную информацию о инфраструктуре, принадлежащей ОАО «Нафтан».

Вторая страница «Продукция и услуги» включает в себя всевозможную информацию о продукции и услугах, оказываемых на базе ОАО «Нафтан». В разделе с продукцией представлено краткое описание того, что производит организация, а также полный каталог нефтепродуктов, доступный к приобретению как рядовому пользователю автомобиля, так и для нужд какой-либо организации. Стоит отметить то, что данный каталог представляет из себя таблицу с перечислением названий и характеристиками, другими словами, – не имеет какой-либо наглядности.

The image shows a screenshot of a website's product catalog titled "ВСЕ НЕФТЕПРОДУКТЫ". It displays a table with the following columns: "Наименование продукта, марка, вид, сорт", "ТНПА", "Декларация ТР ТС", "СТБ", and "Показатели качества". The table lists various types of fuels and oils, including:

- 1.1 - ТОПЛИВА : БЕНЗИНЫ НЕСТИЛИРОВАННЫЕ
 - Бензин нестилированный АИВ 80 К5 (ГОСТ 31077-2002)
 - Бензин нестилированный АИВ 92-К5 Евро (СТБ 1656-2016)
 - Бензин нестилированный АИВ 95-К5 Евро (СТБ 1656-2016)
- 1.2 - ТОПЛИВА : ТОПЛИВО ДИЗЕЛЬНОЕ
- 1.3 - ТОПЛИВА : ТОПЛИВО ДЛЯ РЕАКТИВНЫХ ДВИГАТЕЛЕЙ
- 1.4 - МАЗУТ ТОПОЧНЫЙ МАРКИ 100
- 2 - АРОМАТИЧЕСКИЕ УГЛЕВОДОРОДЫ
- 3.1 - МАСЛА : МАСЛА БАЗОВЫЕ
- 3.2 - МАСЛА : МАСЛА ГИДРАВЛИЧЕСКИЕ
- 3.2 - МАСЛА : МАСЛА ИНДУСТРИАЛЬНЫЕ
- 3.3 - МАСЛА : МАСЛА КОМПРЕССОРНЫЕ
- 3.3.1 - МАСЛА : МАСЛА МОТОРНЫЕ УНИВЕРСАЛЬНЫЕ
- 3.3.2 - МАСЛА : МАСЛА МОТОРНЫЕ ДЛЯ ДИЗЕЛЬНЫХ ДВИГАТЕЛЕЙ
- 3.3.3 - МАСЛА : МАСЛА МОТОРНЫЕ ДЛЯ ДВУХТАКТНЫХ ДВИГАТЕЛЕЙ
- 3.3.4 - МАСЛА : МАСЛА ТРАНСМИССИОННЫЕ

Рисунок 6. – Информация о продукции

Источник: составлено автором на основе [5].

Благодаря общедоступным сервисам PRCY и BE1RU можно увидеть полную статистику данного вебсайта за последний месяц.

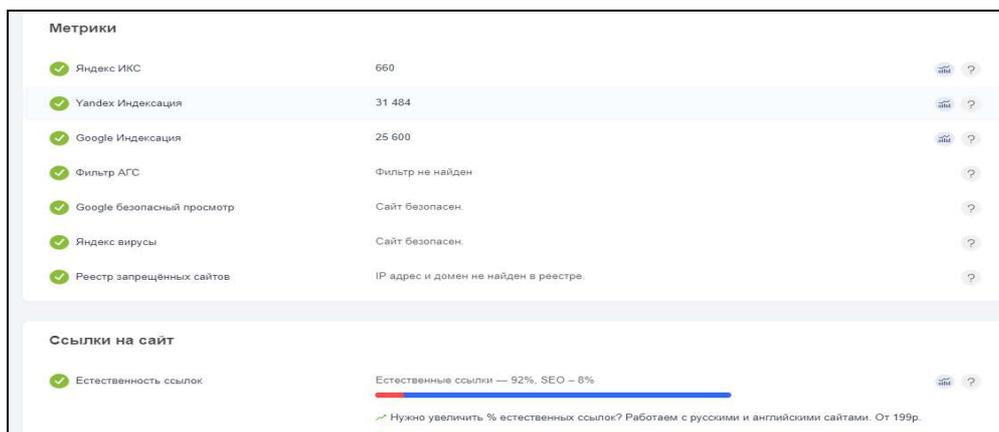


Рисунок 7. – Статистика веб-сайта ОАО «Нафтан»

Источник: составлено автором на основе [6].

Анализируя информацию можно сделать вывод, что сайт индексируется в двух основных поисковых системах – Google и Яндекс, а также не находится в реестре запрещенных веб-сайтов ни одной из стран. Однако, несмотря на всю эту положительную информацию, сайт имеет всего 8% SEO ссылок на себя из других источников.

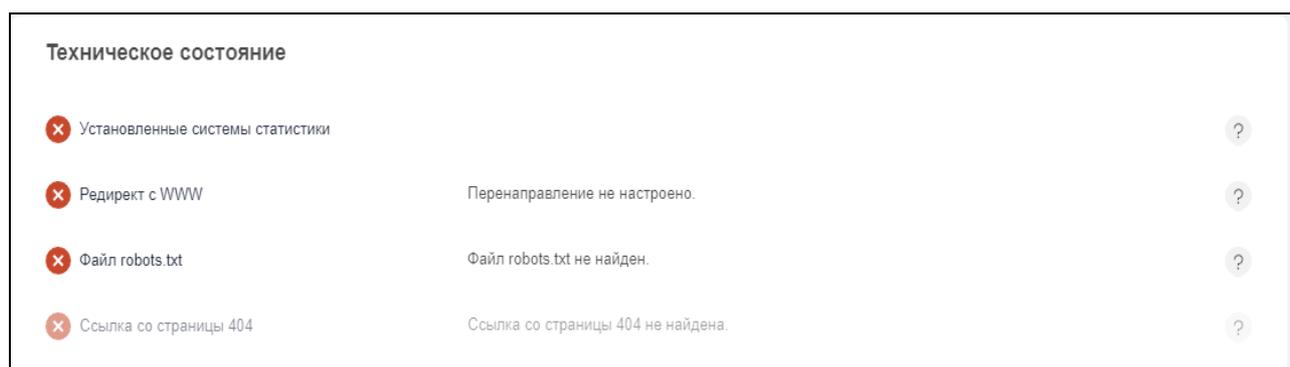


Рисунок 8. – Статистика веб-сайта ОАО «Нафтан»

Источник: составлено автором на основе [6].

Веб-сайт организации является многоуровневым и включает в себя множество разделов, где находится информация, которая может быть полезна как для физических, так и юридических лиц. Сайт имеет достаточно удобный интерфейс, интуитивно понятный для пользователя, правильную, с технической точки зрения, структуру, а также адаптив, что позволяет комфортно взаимодействовать с ним с мобильных устройств.

Для составления грамотной стратегии по продвижению веб-сайта необходимо выбрать именно те инструменты и сервисы, функционал которых поможет в достижении главной цели – повышение позиций веб-сайта в выдаче основных поисковых систем. SEO инструменты и сервисы позволяют собирать различную аналитическую информацию о сайтах, ключевых словах, трафике и конверсиях. Без этих инструментов очень трудно оптимизировать сайт и продвигать его в поисковых системах. Основными задачами, которые выполняются на базе SEO-инструментов и сервисов являются:

- Сбор и анализ данных.

SEO инструменты и сервисы позволяют собрать множество данных о сайте и ключевых словах, с которыми он ассоциируется. Это помогает определить, какие страницы и ключевые фразы нуждаются в оптимизации.

- Улучшение пользовательского опыта.

Благодаря SEO инструментам можно определить слабые места сайта и предложить рекомендации по улучшению пользовательского опыта.

- Увеличение конверсии.

SEO инструменты и сервисы позволяют отслеживать конверсию с помощью аналитики и тестирования различных элементов страницы, таких как заголовки, описания и СТА.

- Мониторинг конкурентов.

Используя SEO инструменты, можно анализировать конкурентов, изучать их стратегии и улучшать свои методы продвижения.

- Экономия времени и ресурсов.

SEO инструменты и сервисы позволяют автоматизировать ряд задач, что уменьшает время, затрачиваемое на аналитику и оптимизацию сайта.

Поскольку ОАО «Нафтан» работает преимущественно в B2B сегменте, то их целевой аудиторией являются компании, занимающиеся производством различной продукции, которая использует нефтехимические материалы, а также поставщики и дистрибьюторы этих материалов. Кроме того, организация работает с представителями других отраслей, таких как текстильная, пищевая и косметическая промышленность, поскольку многие продукты этих отраслей изготавливаются с использованием нефтехимических веществ.

Систематизируя вышесказанное, можно сделать вывод, что целевая аудитория ОАО «Нафтан» включает в себя менеджеров по закупкам, инженеров-технологов, упаковщиков, директоров по производству и других специалистов, которые занимаются производством или обеспечением производства определенной продукции. Также, нефтехимический комплекс работает с государственными учреждениями и организациями, которые нуждаются в нефтехимических материалах для выполнения своих задач (например, для строительства дорог или в фармацевтической промышленности).

Далее в таблице к каждому из ключевых слов приведены и отсортированы все наиболее популярные поисковые запросы (самые высокочастотные запросы, содержащие данные ключевые слова), которые содержат эти слова, другими словами – семантическое ядро для веб-сайта ОАО «Нафтан».

Таблица 1. – Семантическое ядро для веб-сайта ОАО «Нафтан»

Ключевое слово	Запросы
Нефтепродукты	Светлые нефтепродукты, тёмные нефтепродукты, нефтепродукты
Нефтепереработка	Ректификационная колонна нефтепереработка
Продукция	Продукция нефтепереработки
Бензин	Бензин цена, стоимость бензина, 95 бензин, 98 бензин, АЗС бензин
Дизель	Дизельное топливо, дизель цена, стоимость дизельного топлива, цены на дизельное топливо
Топливо	Цены на топливо, топливо цена, дизельное топливо, дизтопливо, цены на дизельное топливо сегодня
Экологическое производство	Экологическое производство
Химические товары	Бытовые химические товары

Источник: составлено автором на основе проведённого исследования.

Исходя из составленного семантического ядра, можно приступить к поисковой оптимизации веб-сайта ОАО «Нафтан». Для продвижения сайта необходимо заполнить мета-теги, поскольку, как было сказано ранее, они просто проигнорированы. После заполнения мета-тегов следует перейти к корректировке заголовков первого и второго уровня, которые уже имеются на веб-сайте. Следующим шагом будет заполнение и добавление файла robots.txt на веб-сайт ОАО «Нафтан», который даст поисковым роботам полный доступ к контенту и проиндексирует сайт в системах.

Следующим шагом оптимизации будет улучшение загрузки страницы, поскольку, исходя из проведённого исследования, у веб-сайта ОАО «Нафтан» она довольно низкая. Для этого будет выполнен целый ряд действий:

1. Оптимизация изображений на страницах.

Сжатие изображений до необходимого размера и выбор правильного формата (JPEG для фотографий, PNG для изображений с прозрачностью).

2. Сокращение количества запросов к серверу.

Объединение CSS и JavaScript-файлов.

3. Использование кеширования.

В результате проведенного исследования можно сделать выводы:

1. Поисковое продвижение веб-сайта – это набор определённых действий, которые направлены на повышение видимости страниц сайта в верху поисковой выдачи. SEO является наиболее известной формой продвижения, однако существуют и другие типы. Работа по продвижению сайта включает шесть этапов, которые делятся на аналитические и технические.

2. Все факторы, влияющие на продвижение сайта в поисковых системах, делятся на внутренние (связанные с сайтом и его содержанием) и внешние (связанные с другими сайтами, связанными с продвигаемым). Стоимость продвижения включает в себя как единовременные затраты (например, оплата работы специалистов), так и постоянные расходы (например, аналитика, размещение и т.д.).

3. Ключевыми факторами, влияющими на эффективность поискового продвижения, являются выбор оптимальной стратегии продвижения, использование эффективных методов, ответственный подход, квалификация специалистов, а также вид и качество продукции или услуг, которые продвигаются. Одним из наиболее важных этапов продвижения сайта является поисковая оптимизация (SEO), которая представляет собой комплекс мер, направленных на улучшение ранжирования сайта в поисковых системах, повышение его целевой аудитории и увеличение конверсии.

4. ОАО «Нафтан» – крупнейший нефтехимический комплекс в Республике Беларусь, который на сегодняшний день способен производить более 70 видов продукции, включая масла, бензины, дизельное топливо стандарта Евро-4 и Евро-5. Более 60% выработанной продукции экспортируется в страны СНГ, Евросоюза и Ближнего Востока. Тем не менее, проведенный анализ различных экономических показателей свидетельствует о финансовых проблемах предприятия, которое характеризуется высоким финансовым риском и негативной динамикой прибыли. За маркетинг в организации ответственно отдельное структурное подразделение – «Управление маркетингом», которое состоит из трех отделов.

5. Для создания эффективной стратегии продвижения веб-сайта были выбраны подходящие инструменты и сервисы, которые могут помочь достичь основной цели – повыше-

ние позиций веб-сайта в основных поисковых системах. Функционал этих сервисов позволяет получить данные о ключевых словах, проанализировать конкурентоспособность сайта, получить рекомендации по оптимизации отображения сайта в поисковой выдаче и т. д.

Список использованных источников

1. Продвижение сайта [Электронный ресурс] // Вебхаус. – Режим доступа: <https://webхаус.by/marketing/prodvizhenie-sajta>. – Дата доступа: 23.08.2024
2. Гришкина, Ю. Э. Ключевые инструменты цифрового маркетинга на онлайн-платформе / Ю. Э. Гришкина // Хроноэкономика, СМИ (медиа) и массовые коммуникации. – 2019. – № 2. – С. 188–194.
3. Данилина, М. В. Инструментарий интернет-маркетинга и его значение в современной экономике / М. В. Данилина, Т. В. Дейнекин // Вестник евразийской науки, СМИ (медиа) и массовые коммуникации. – 2014. – № 6. – С. 70.
4. Что такое продвижение сайта: методы раскрутки бизнеса в Интернете [Электронный ресурс] // Центр интернет-образования Академия Webcom. – Режим доступа: https://www.webcom-academy.by/help/articles/chto_takoe_prodvizhenie_sajta.html. – Дата доступа: 23.08.2024
5. Открытое Акционерное Общество «Нафтан» [Электронный ресурс] naftan.by. – Режим доступа: <https://www.naftan.by/ru>. – Дата доступа: 20.08.2024
6. Проверка посещаемости сайта: сервис проверки посещаемости чужого сайта без открытых счетчиков и статистики [Электронный ресурс] PRCY. – Режим доступа: <https://pr-cy.ru/site-statistics/?domain=www.naftan.by>. – Дата доступа: 20.08.2024