

РАЗРАБОТКА И РЕАЛИЗАЦИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ «ОПТИМИЗАЦИЯ НАБОРОВ МЕБЕЛИ НА ЗАКАЗ»

В. А. Родина

*Саратовский национальный исследовательский
государственный университет им. Н. Г. Чернышевского, Россия*
E-mail: viktoriyarodina@mail.ru

В данной статье приведена статистика изменений интернет трафика и рынка электронной коммерции за последнее время, а также способы оптимизации веб-страниц для более успешного взаимодействия с пользователем.

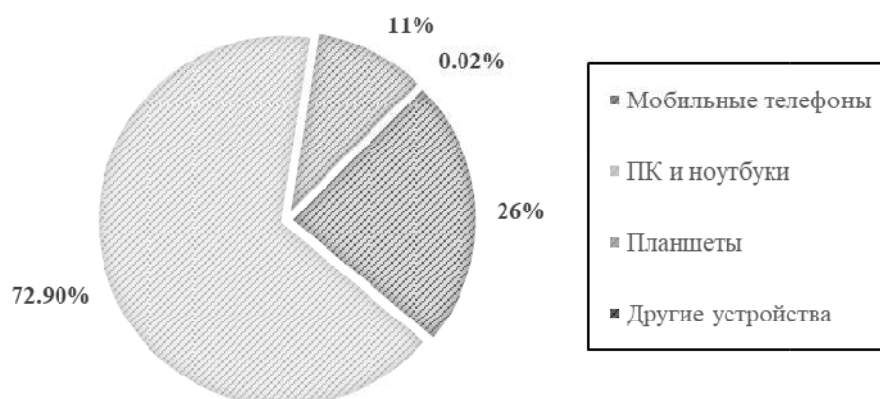
DEVELOPMENT AND IMPLEMENTATION OF THE INFORMATION SYSTEM "OPTIMIZATION OF FURNITURE SETS TO ORDER"

V. A. Rodina

The article provides statistic of changes in Internet traffic and e-commerce sales recent years and ways to optimize web pages for a more successful user experience.

Компьютерные технологии стремительно развиваются в течение последнего десятилетия, уже и в отдалённых посёлках скоростной интернет – не новость. В период с 2020 по 2021 год количество пользователей интернета в Российской Федерации увеличилось на 6,0 млн, что составляет 5,1% и насчитывает, в общей сложности, 124 млн пользователей на начало 2021 года [1].

Статистика использования мобильных устройств для выхода во всемирную сеть не уступает обычному, проводному соединению (см. рисунок). За последние пять лет мобильный трафик увеличился практически в шесть раз. Согласно статистике, в настоящее время мобильный интернет-трафик превышает 52% мирового интернет-трафика [2].



Веб-трафик в России

Рынок электронной коммерции также продолжает стремительно расти с распространением Интернета. Общий объем продаж на рынке электронной коммерции в 2019 году составил 4,2 триллиона долларов, а к 2022 ожидается, что эта цифра превысит 6,54 триллиона долларов.

С начала режима самоизоляции в апреле 2020 года оборот крупнейших ритейлеров увеличился почти на 24% по сравнению с мартом и на 36% по сравнению с апрелем предыдущего года [3]. Офлайн-бизнес был вынужден экстренно выходить на новый рынок и осваивать нишу, которой до этого почти не уделялось внимание.

Пандемия сильно повлияла на привычки онлайн-шопинга во всем мире. И сегодня россияне активнее используют интернет для покупок. Согласно опросам, 79,6% пользователей из России (в возрасте от 16 до 64 лет) ищут в интернете товары и услуги, за последний месяц заходили в интернет-магазин 82,1%, а совершили покупку онлайн – 60% опрошенных пользователей. При этом мобильным телефоном для покупки пользовались 32,5% из них.

По объему онлайн-трат самые популярные категории у россиян в 2021 году – путешествия, электроника, мода и красота, мебель, игрушки и DIY-товары (товары «сделай сам»). Ожидаемое снижение объёма покупок наблюдается в категории путешествий – на 57%. Зато в остальных категориях наблюдается рост.

Тенденция Mobile-First продолжает доминировать. Смартфон становится все более предпочтительным способом использования Интернета. При 4,1 миллиарда мобильных пользователей более половины населения планеты выходит во всемирную сеть через смартфоны.

Владельцам онлайн-магазинов необходимо задуматься об оптимизации своих сайтов. По данным экспертов, задержка загрузки сайта в 1 секунду приводит к снижению конверсии (отношение количества пользователей, совершивших покупку к общему числу пользователей сайта) на 7%.

Выделяют несколько основных способов оптимизации веб-сайтов:

- поисковая оптимизация (подбор и расстановка ключевых слов, соответствующие заголовки и тематика, наполнение сайта);

- реклама в интернете;

- модернизация сайта (изменение оформления, структуры сайта).

Также, исходя из используемых приемов оптимизации, их принято разделять на методы «черной», «белой» и «серой» оптимизации [4].

Методы «белой» оптимизации подразумевают под собой структурные изменения, изменение контента сайта, более рациональное использование ключевых слов с целью повышения его выдачи в поисковых системах. «Белые» методы оптимизации являются наиболее правильными, они рассчитаны на посетителей сайтов, потенциальных клиентов и помогают достигать удобства в навигации, простоту использования и положительное восприятие сайта.

Одним из главных способов «черной» оптимизации являются дорвеи – страницы, содержащие огромное количество ключевых слов, расположенных бессмысленно и беспорядочно, с целью продвижения сайта в поисковике.

«Черные» методы оптимизации неэффективны. Такие сайты блокируются навсегда, как только поисковая система обнаружит страницу-дорвей и разблокировка такого сайта в дальнейшем невозможна.

«Серые» методы оптимизации сочетают в себе и «белые», и «черные». Они не являются запрещенными, в отличие от «черных» методов, их использование всё равно может быть расценено как неестественное завышение популярности сайта. Такие сайты могут быть заблокированы навсегда или на какой-то ограниченный срок, в зависимости от решения модератора данной поисковой системы.

«Белые» методы оптимизации можно разделить на внешние и внутренние.

Внешняя оптимизация, прежде всего, реализуется с помощью рекламы сайта за счет PR-кампаний и других инструментов маркетинга. Чаще всего, для распространения информации о сайте, его регистрируют в онлайн-каталогах сайтов (например, Яндекс.Каталог), а затем, ссылка на этот сайт появляется в других ресурсах.

Продвижение ссылками — один из основных методов внешней оптимизации, который предполагает покупку ссылок на сторонних ресурсах, чаще всего на биржах ссылок (Sape, Mainlink и т.д.). В биржах ссылок обычно можно задать параметры фильтра, который отсеет площадки сомнительного качества. Купленные ссылки должны выглядеть как можно естественней, родственной для продвигаемого сайта тематики. Покупать ссылки можно как вручную, так и автоматически. Автоматический режим позволяет быстро находить необходимые площадки и гораздо менее ресурсозатратный, по сравнению с ручным режимом. Быстрая и эффективная покупка ссылок с качественных ресурсов может осуществляться при помощи специализированных сервисов.

Также, популярен метод продвижения статьями. Для покупки статей существуют биржи статей, а площадки можно найти на специализированных ресурсах. Алгоритм действия простой: оптимизатор размещает текст на стороннем ресурсе с ссылкой, чей анкор (якорь) составлен под запрос продвигаемого сайта. Площадка и продвигаемый сайт должны быть родственной тематики. Продвижение статьями позволяет быстро увеличить показатели сайта, поэтому к методам белой оптимизации оно относится лишь условно.

Внутренняя оптимизация необходима, в первую очередь, для повышения привлекательности и удобства сайта для пользователя. К внутренней оптимизации можно отнести работу с контентом сайта, интерфейсом, создание карты сайта, организацию грамотной перелинковки, отсутствие перегруженных текстов, высокий уровень доверия к сайту, отсутствие битых ссылок и т.д.

Вся внутренняя оптимизация сайта базируется, в основном, на работе с контентом. Сайт должен регулярно пополняться и обновляться. Если говорить о сайтах магазинов, то должен быть визуально приятным, рассчитан для просмотра с различных устройств, а ассортимент товаров должен быть постоянно в актуальном состоянии.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Интернет и соцсети в России в 2021 году – вся статистика [Электронный ресурс]. URL: <https://www.web-canare.ru/business/internet-i-socseti-v-rossii-v-2021-godu-vsya-statistika/> (дата обращения: 29.09.2021).
2. Статистика Интернета 2020: сайты, домены, хостинг, трафик [Электронный ресурс]. URL: <https://sdvv.ru/articles/elektronnaya-kommertsiya/statistika-interneta-2020-sayty-domeny-khosting-trafik/> (дата обращения: 29.09.2021).
3. CMS Рейтинг [Электронный ресурс]. URL: <https://cms-rating.ru/chto-i-kak-pokupayut-v-internete/> (дата обращения: 01.10.2021).
4. Яндекс.Справка [Электронный ресурс]. URL: <https://yandex.ru/support/webmaster/> (дата обращения: 18.09.2021).