

Джерела та література

1. Сморжевський Н. В. Штучний інтелект: перспективи розвитку : thesis. 2019. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/14286> (дата звернення: 10.11.2024).
2. ICCO Principles for Ethical Use of AI in Public Relations. URL: <https://iccopr.com/wp-content/uploads/2023/11/ICCO-Guidelines-for-Ethical-Use-of-AI-in-Public-Relations-Agencies.docx.pdf> (дата звернення: 11.11.2024)
3. Зінченко А. Г. Принципи використання штучного інтелекту у сфері зв'язків з громадськістю. Київ: 2024. 4 с. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/510a56f2-932f-4efd-893a-63ef4cadab18/content> (дата звернення: 11.11.2024)

Марк Яковенко

Науковий керівник – к.філол.н., доц. Чередник Л. А.

м. Полтава

СИСТЕМИ КЕРУВАННЯ ВМІСТОМ ТА ЇХ ВНЕСОК У ВЕБОПТИМІЗАЦІЮ

У сучасному цифровому середовищі, що швидко розвивається, для успіху будь-якої рекламної стратегії важливо мати вебсайт, який ефективно забезпечує взаємодію з користувачем. Для досягнення максимальних результатів вебресурс має бути швидким, зручним для відвідувачів та легким в управлінні. Однак забезпечення необхідного функціоналу та підтримка SEO-показників може бути складним завданням, особливо з постійними змінами в алгоритмах пошукових систем і поведінці користувачів. Системи керування вмістом стали основними інструментами для досягнення цих цілей, надаючи власникам вебсайтів потужні можливості для оптимізації їхньої присутності в Інтернеті.

Метою нашої статті стане дослідження основних способів, за допомогою яких системи CMS сприяють оптимізації вебконтенту.

Аналізуючи вплив системи управління контентом на процес SEO-оптимізації, варто виділити ключові аспекти, які впливають на ранжування вебсайту. Переважна більшість пошукових систем надають перевагу ресурсам, які дотримуються певних практик розробки та є найбільш відповідними до вимог користувачів [1, с.129]. Оцінювання проводиться за допомогою специфічних алгоритмів, котрі аналізують численні фактори, які уможливають ранжування вебсайту. Схарактеризуємо їх.

Насамперед, це релевантність та якість контенту. Пошукові системи надають перевагу ресурсам, які пропонують якісний та унікальний вміст, що стане найбільш відповідним до запитів користувачів. Контент має бути інформативним та привабливим, а також відповідати на запити та вимоги цільової аудиторії [2, с. 85]. Саме тому CMS стали основою організації контенту більшості сучасних вебсайтів, оскільки завдяки зручному інтерфейсу платформи вони надають можливість редакторам легко створювати, а також регулярно оновлювати свіжий та релевантний контент.

Ще одним важливим SEO-фактором є, так звана, авторитетність теми. Такі пошукові системи як Google надають перевагу ресурсам, що демонструють досвід та надійність у певних тематичних царинах. Відповідно до офіційної документації Google, пошукова система використовує алгоритми для оцінки тематичної авторитетності вебсайту шляхом аналізу контенту, який на ньому публікується [7]. Тобто, ресурси, які вважаються надійними та впливовими з певної теми, зазвичай, обіймають вищі позиції в результатах пошуку, оскільки вони надають корисний вміст, який ефективно відповідатиме запитам користувачів. Зосереджуючись на певній ніші або галузі, користувач сигналізує пошуковим системам, що вебсайт є основним ресурсом для певної теми. Для досягнення цієї мети платформи CMS надають усі необхідні інструменти, котрі знадобляться для організації, створення та підтримки вмісту, який посилить авторитетність вмісту. Наприклад HubSpot CMS надає можливість легко кластеризувати контент. Створення базових сторінок, які посиляються на

сторінки пов'язаних підтем, полегшує встановлення відповідності темі та створення чіткої внутрішньої структури посилань. Плагіни WordPress, зокрема такі, як YoastSeo або RankMath, пропонують рішення щодо внутрішніх посилань та автоматично створюють пропозиції з відповідними статтями, покращуючи загальний потік посилань на сайті. Тож, використовуючи ці та інші інструменти CMS, користувачі можуть легко створювати та підтримувати стратегію вмісту, яка зміцнює їхній авторитет у певних темах, цим самим покращуючи показники SEO.

Наступним важливим фактором для рейтингу SEO є взаємодія із користувачем. Вебсайти зі зрозумілою навігацією та добре організованим вмістом, передусім, мають вищі SEO-показники [8]. Тобто, якщо користувачі можуть легко знайти необхідну інформацію, це зумовить їх залишитись на сайті, що буде сигналом для пошукових систем, що ресурс забезпечує позитивний та безперебійний досвід користування.

Варто нагадати, що системи керування вмістом часто мають вбудований функціонал, за допомогою якого можна покращити користувацький досвід, наприклад, пришвидшити завантаження сторінок, створити інтуїтивну систему навігації чи зробити контент сайту доступнішим для людей з обмеженими можливостями.

Із зростанням використання мобільних пристроїв оптимізація для телефонів стала критично важливим фактором впливу на ранжування пошуковими системами. Наприклад, згідно зі звітом Statista, наприкінці 2021 року мобільні пристрої генерували 54,4% світового вебтрафіку [4]. Ця зміна призвела до того, що пошукові системи надають перевагу ресурсам, які добре адаптуються до мобільних пристроїв. Багато систем керування вмістом пропонують функції адаптивного дизайну, які автоматично налаштовують макети відповідно до різних розмірів екрана. Використовуючи такі інструменти, можна значно підвищити SEO-рейтинг вебсайту, а також отримати більшу частку мобільного трафіку.

Важливим фактором, який варто враховувати під час оптимізації вебсайту, є розмітка схеми. Додавання розмітки схеми до вмісту допомагає пошуковим

системам краще розуміти контекст сторінок. Тобто, це додатковий код, який презентує більш детальну інформацію про вміст на сайті.

Сучасні платформи CMS відіграють суттєву роль в процесі вбудовування структурованих даних. Вони пропонують вкладену функціональність або прості у використанні плагіни, які дозволяють реалізувати схему без необхідності кодування вручну. Наприклад, Yoast SEO для WordPress автоматично генерує розмітку схеми для необхідних сторінок, забезпечуючи належне відображення розширених фрагментів у результатах пошуку. Платформи CMS не тільки спрощують процес додавання структурованих даних, але й допомагають керувати ними та оновлювати їх відповідно до розвитку вмісту, заощаджуючи час і знижуючи ризик помилок.

Ще одним вагомим аспектом SEO є оптимізація зображень. Ця операція є необхідною для швидшого завантаження та забезпечення того, щоб кожне зображення містило описовий альтернативний текст, що може значно підвищити ефективність SEO вебсайту. Сьогодні, згідно з баченням Google майбутнього пошуку, понад 55% пошукових запитів містять зображення, які відображаються вище на сторінці результатів пошуку [6]. Вебсайти з великими зображеннями, зазвичай, завантажуються повільно, що може розчарувати користувачів і спричинити вищі показники відмов. Платформи CMS можуть стати вкрай корисними в оптимізації зображень, особливо для вебсайтів із великою кількістю візуального вмісту. Багато платформ CMS, наприклад WordPress, надають вбудовані інструменти або плагіни, які автоматично стискають зображення під час їх завантаження.

У контексті розуміння ролі та впливу систем управління контентом на вебоптимізацію вкрай важливо виділити фундаментальні особливості платформ CMS, які забезпечують можливості, призначені для підвищення продуктивності SEO. Передусім це стосується структури посилань та організації метаданих.

Платформи CMS, зазвичай, створюють динамічні URL-адреси, які автоматично генеруються на основі заголовку або категорії, до яких належить сторінка або запис. Проте більшість систем пропонують додаткові налаштування для посилань. Такі можливості дозволяють прописувати зручні

для SEO адреси сторінок разом із ключовими словами, що робить URL лаконічними та описовими для пошукових систем. Створення унікальних посилань має вагомую роль у процесі залучення органічного трафіку, а також допомагає підвищити рейтинг видачі в пошукових результатах.

Метадані, а саме метазаголовки та тексти надають пошуковим системам важливу інформацію про вміст вебсторінок. Теги заголовків особливо важливі, оскільки вони з'являються в результатах пошукових систем і безпосередньо впливають на рейтинг кліків [5]. Так само метаописи, які містять короткий опис вмісту сторінки, також можуть спонукати користувачів натиснути на посилання, коли воно з'являється в результатах пошуку. Платформи CMS спрощують процес керування метаданими, надаючи інтуїтивно зрозумілі поля, де можна легко додавати або редагувати теги заголовків, безпосередньо самі метаописи та ключові слова для кожної сторінки чи публікації. Наприклад, такі платформи, як WordPress і Shopify, пропонують вбудовані функції або плагіни (до прикладу, Yoast SEO для WordPress), які дозволяють створювати зручні для SEO метадані для кожної сторінки. Ці інструменти можуть навіть автоматично генерувати метадані на основі вмісту, забезпечуючи належну оптимізацію кожної сторінки для пошукових систем. Крім того, багато платформ CMS надають аналіз SEO та рекомендації, які допоможуть покращити метадані та покращити SEO на сторінці. Використовуючи ці функції CMS, також можна швидко оновлювати метадані, щоб відображати зміни у вмісті, або оптимізувати його на основі нових досліджень ключових слів, не потребуючи технічних знань чи значних зусиль.

Підсумовуючи результати нашого дослідження, варто наголосити, що оптимізація вебсайту для пошукових систем має важливе значення для покращення видимості, залучення трафіку та покращення конверсій.

У науковій розвідці було розглянуто ключові фактори SEO такі, зокрема, як: якість вмісту, авторитетність теми, швидкість реагування на мобільні пристрої, метадані, оптимізація зображень і розмітка схеми, які сприяють кращому рейтингу в пошукових системах. Нині платформи CMS стали

важливими інструментами для впровадження та управління цими стратегіями SEO.

Спрощення виконання таких завдань, як створення вмісту, керування метаданими та оптимізація зображень платформи CMS дозволяють компаніям підтримувати найкращі практики SEO з мінімальними технічними зусиллями. Завдяки зручним інтерфейсам і функціональним можливостям, системи керування вмістом формують і допомагають розвивати SEO-стратегії, сприяючи збільшенню вебтрафіку та покращуючи присутність в мережі «Інтернет».

Джерела та література

1. Дрокіна Н. Seo-оптимізація сайту підприємства як інструмент інтернет-маркетингу. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. Т. 1, № 19. С. 127–132.

2. Дьячук І. Модель контент-маркетингу для ефективного управління web-контентом. *Вчені записки Університету "КРОК"*. 2021. № 2(62). С. 82–91.

3. Cordova M. Wordpress websites for business: how anyone can maximize website performance and results. O'Reilly Media, 2017. 246 p.

4. Global mobile traffic 2023 | Statista. *Statista*. URL: <https://www.statista.com/statistics/277125/share-of-website-traffic-coming-from-mobile-devices/> (date of access: 08.11.2024).

5. Google's 200 ranking factors: the complete list (2024). *Backlinko*. URL: <https://backlinko.com/google-ranking-factors> (date of access: 08.11.2024).

6. Research study: significant increase in google images within serps. *seoClarity*. URL: <https://www.seoclarity.net/blog/research-study-google-images> (date of access: 08.11.2024).

7. Understanding news topic authority. *Google Search Central Blog*. URL: <https://developers.google.com/search/blog/2023/05/understanding-news-topic-authority> (date of access: 08.11.2024).

8. What is SEO? An intro to search engine optimization. *Semrush*. URL: <https://www.semrush.com/blog/what-is-seo/> (date of access: 08.11.2024).