**ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ІНТЕРНЕТ-БІЗНЕСУ**



Сучасне суспільство неможливо уявити без Інтернету. У міру його популяризації та поширення всесвітня мережа стала невід'ємною частиною бізнесу. Останнім часом став зміцнювати свої позиції бізнес в інтернеті. На 2013 рік кількість користувачів комп'ютерних мереж з виходом в Інтернет приблизно становить 2,5 млрд., що представляє собою сприятливий ґрунт для просування різного роду послуг і товарів.

Попит народжує пропозицію. Щоб задовольнити потреби клієнтів, створюються спеціальні сервіси, магазини та ін. Тому будь-яка компанія, фірма, магазин або салон змушені мати свій власний сайт, щоб потенційний клієнт міг вибрати постачальника послуг або товарів, не виходячи з дому і не «стукаючи» то в одні, то в інші двері, щоб отримати відповіді на найпоширеніші запитання.

**ВИДИ БІЗНЕСУ В ІНТЕРНЕТІ**

Існують різні види бізнесу в інтернеті, але об'єднує їх те, що це бізнес-процеси, які орієнтовані на інтеграцію виробників товару / послуг та їх реалізаторів, споживачів і постачальників у всесвітню мережу Інтернет.

1. **Сайти компаній**. Діляться на 2 типи: для реального бізнесу - офлайн бізнес, онлайн бізнес - бізнес, що розвивається безпосередньо в Інтернеті. Перший тип передбачає наявність сайту-візитки, на якому зібрані загальні відомості про компанію, послуги які надаються, контактна інформація. Другий – конкретні сервіси та послуги безпосередньо в мережі, при цьому управління може здійснюватися, не маючи офісу. Наприклад, сайт [смс розсилок](https://turbosms.ua/ua/" \o "Сервіс СМС розсилок ТурбоСМС), клієнт має можливість вибрати і замовити послугу.
2. **Інтернет-магазини**. Починаючи такий бізнес, варто визначитися з видом продукції, що продається, та досліджувати ситуацію на ринку, щоб знати, яку нішу зайняти. Деяка продукція не користується широкою популярністю, наприклад, продукти харчування, доступні в будь-якому магазині. А ось продукція, представлена в недостатній кількості, може мати успіх (закордонні товари, які практично не імпортуються в країну).
3. **Бізнес пов'язаний з рекламою**. Продаж рекламного місця і безпосередньо самої реклами. Реклама в інтернеті буває:
   * контекстна
   * банерна
   * тизерна.
4. **Посилання, а точніше їх купівля або продаж**. Ці дії допоможуть просунути сайт в пошукових системах або дати можливість заробітку.
5. **Розміщення платних статей**, в яких розташовані посилання на інші сайти.
6. **Платіжні та банківські системи**, які в реальному режимі часу проводять операції без втручання фахівців. Людина сама здатна здійснювати елементарні дії з грошима: обмін і накопичення в веб-гаманцях коштів, оплата покупок і послуг. Володіння такими системами - один з видів заробітку в інтернеті.

**ПЕРЕВАГИ БІЗНЕСУ В ІНТЕРНЕТІ**

Як і будь-який бізнес, інтернет бізнес має свої недоліки і переваги. Почнемо, мабуть, з приємного. Переваг у бізнесу в інтернеті дуже багато.

1. **Світовий масштаб діяльності**. Сайт, що надає послуги, доступний для будь-якого користувача. Існує можливість домовлятися з партнерами по всьому світу. Це, мабуть, найголовніша перевага інтернет-бізнесу.
2. **Свобода доступу**. На даний момент вхід у Всесвітню мережу можливий практично з будь-якої точки земної кулі, розвиток техніки і поява нових комунікаційних пристроїв (смартфони, планшети) значно спрощують управління бізнесом.
3. **Свобода часу**. Власник бізнесу сам вирішує, наскільки інтенсивно працювати. На початковому етапі розвитку бізнесу доводиться працювати не покладаючи рук, поки результати не стануть відчутними.
4. **Сам собі господар**. Даний вид бізнесу відмінно підійде тим, хто хоче працювати на себе і для себе. Прийняття рішень, реалізація ідей і виконання завдань повністю покладається на організатора.
5. **Відсутність колективу**. Для некомунікабельних людей, охочих працювати на себе, - це ідеально. Адже є люди, з якими легко співпрацювати, а до деяких потрібен індивідуальний підхід, щоб уникнути конфліктних ситуацій ці люди воліють працювати самостійно.
6. **Мінімальні витрати на старт проекту**. Для відкриття нового бізнесу в реальному житті потрібні величезні витрати порівняно з інтернет-бізнесом, для організації якого потрібні: комп'ютер, вихід в мережу інтернет та невичерпне джерело знань та ідей. Якщо вчасно не набрати потрібних знань і не застосувати їх, то проект приречений на поразку. Для підтримки та успішного розвитку справи потрібні свіжі ідеї і нові підходи, мобільність у зміні тактики ведення бізнесу.
7. **Прибуток**. Верхня межа прибутку не фіксована, ви можете прагнути заробляти все більше і більше або зупинитися на досягнутому.
8. **Високий рівень сервісу**. Зручність користування послугами в інтернеті полягає в тому, що немає кордонів держав і міст. Наприклад, клієнт може отримати замовлення поштою або за допомогою кур'єрської служби, якщо немає продукції у вільному доступі. Є можливість дізнатися про товар або послугу, прочитавши відгуки та обговорення на форумах, оплату за які можна справити в інтернеті.
9. **Конкурентоспроможність**. Нещодавно відкриті сервіси можуть скласти конкуренцію сервісам, що вже існують на ринку кілька років. Інтернет-клієнти цілком можуть прийняти послугу від новачка, який швидко відгукнеться на попит, що іноді не терпить зволікань.

**НЕДОЛІКИ ІНТЕРНЕТ-БІЗНЕСУ**

Недоліків у інтернет-бізнесу не багато, деякі з них незначні або легко вирішувані.

1. **Нестабільний прибуток**. Так як нижня межа доходу теж не фіксована, то іноді трапляються підйоми і спади рівня прибутку. На перших етапах бізнес не приносить багато грошей, однак, подолавши ці труднощі, можна вийти на досить задовільний заробіток. Даний недолік є найістотнішим.
2. **Ненормований робочий день**. Спочатку доведеться попрацювати, але як говорить прислів'я: «Без труда не виловиш і рибку зі ставка».
3. **Обмеження у полі дій**. У деяких країнах і містах немає сенсу просувати послуги. Це може бути обумовлено різними причинами, мало розвинений ринок, низька купівельна спроможність, висока конкуренція та ін.
4. **Високі витрати на оптимізацію**. Оновлення комп'ютерних систем, навчання персоналу та оновлення сайтів вимагає значних ресурсів.
5. **Самотність**. У деякий момент це може набриднути, але і цю проблему теж можна вирішити.

Безсумнівно, що інтернет-бізнес представляє великий інтерес для сучасних людей. Успіх прийде до тих, хто використовує переваги та компенсує недоліки.

Бізнес в Інтернеті: види та приклади

Інтернет як бізнес-середовище привабливий тим, що відрізняється не тільки низьким порівняно з оффлайном порогом входження для нових гравців, але і пропонує дуже широкий спектр напрямків роботи, а також у більшості випадків не вимагає прив’язки до певного місця.Вести свої справи ви можете не тільки з будь-якого міста, а й навіть з іншої країни, особливо якщо всі процеси чітко опрацьовані, а робота з дзвінками і відправка товарів делеговані досвідченим співробітникам. Більш ніж вагомий перелік аргументів для людини, яка вирішила спробувати реалізувати себе в якості підприємця.

Сьогодні ми розглянемо напрямки, в яких можна почати сучасний інтернет-бізнес, наведемо приклади і розповімо про моделі, за допомогою яких той чи інший вид діяльності приносить дохід своєму засновнику.

В цілому, практично всі основні види бізнесу в Інтернеті можна розділити на 4 основні сфери в залежності від характеру діяльності:

* торгівля, тобто продаж товарів;
* пропозиція послуг;
* бізнес на трафіку (сайтах).

А тепер давайте більш докладно пройдемося по кожному з цих напрямків.

Торгівля в Інтернеті

**Інтернет магазини**. Той самий класичний магазин, тільки практично вся його діяльність ведеться в умовах онлайн-середовища. Сайт інтернет-магазину повинен містити каталог товарів і давати відвідувачеві можливість оформлення замовлення продукту, який йому сподобався. Решта опцій та можливостей – на розсуд власника, оскільки в сучасних реаліях реалізувати можна практично все.

Про основні переваги інтернет-магазину:

Відсутність необхідності в оренді площі, доступність в будь-який час доби і величезна аудиторія потенційних клієнтів – основні аргументи на користь такого виду бізнесу в Інтернеті. Поріг входження тут визначається в основному типом товару, оскільки закупівля першої партії чохлів для телефонів і партії елітних швейцарських годинників можуть дуже сильно відрізнятися в плані необхідних вкладень. За півроку можна вивести інтернет-магазин на 200 – 300 тис. гривень і вище

**Лендінги**. Як і інтернет-магазини, лендінги створюються з метою продажу певних товарів через сайт. Тільки, на відміну від перших, landing page складаються лише з однієї сторінки і найкраще підходять для продажу якого-небудь конкретного товару або нового продукту. Їх ні в якому разі не варто розглядати в якості заміни інтернет-магазину, а от як доповнення – хороший варіант. У будь-якому випадку тут необхідно експериментувати, тому що багато що залежить від самого товару та інструментів інтернет-маркетингу, які використовуються. Залежно від тематики, за допомогою лендінгів можна вийти на обіг 100 тисяч гривень і вище.

Також варто відзначити, що лендінги можна використовувати і для генерації заявок на певні послуги або збір контактів (лідів) потенційних клієнтів.

**Продажі в соціальних мережах**. На відміну від повноцінного сайту інтернет-магазину, соціальні мережі в плані продажів володіють вкрай обмеженим функціоналом, проте використовуються багатьма, зважаючи на свою безкоштовність. Суть такого підходу – у створенні публічної сторінки або спільноти, роботі над збільшенням кількості учасників і пропозицією товару цієї аудиторії. Працює це далеко не у всіх нішах, але все ж працює. Наприклад, продаж одягу та аксесуарів йде добре, а от продавати так само успішно автозапчастини через Фейсбук у вас навряд чи вийде 🙂

Із мінусів продажів за допомогою сторінки в соцмережах варто відзначити, як ми вже писали, обмежені можливості в плані налаштувань і зовнішнього вигляду, складності набору аудиторії, низький відсоток органічного залучення нових учасників і залежність від платформи. Фактично, ваша сторінка належить соцмережі і в будь-який момент модератори можуть її прикрити. Ну і, що має бути вже зрозуміло, такі продажі навіть у разі успіху – дуже складно масштабувати. Можливий обіг при такій схемі роботи: 30 – 40 тисяч гривень.

Із плюсів можна назвати, звичайно ж, безкоштовність, а також легкість тестування попиту, якщо зробити все правильно. Таким чином, цей варіант можна розглядати, якщо ви хочете провести експеримент і «прощупати» нішу, щоб потім організувати повноцінний бізнес.

**Сайти оголошень**. Такі площадки активно використовуються для найрізноманітніших цілей, у тому числі продажу товарів і пропозиції послуг. Сайти оголошень можна використовувати як в якості основного джерела генерації продажів, так і в якості додаткового, особливо на етапі розвитку бізнесу. Основними такими сервісами є OLX.ua для України і Avito.ru для Росії.

## EO КЕЙСИ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНІВ: ПРИКЛАДИ САЙТІВ

Найкращим доказом професіоналізму є результати, яких досягають завдяки вашим рішенням. Ці результати оформлюються й називаються кейсами SEO-просування магазину. Що це таке в більш звичному розумінні? Розгорнуте портфоліо, яке демонструє нам не тільки конкретні досягнення, але і шлях, який був пройдений для їхньої появи. Наші кейси стосуються розмірів залученого трафіку, виведення в ТОП видачі, зростання конверсії та підвищення впізнаваності компанії загалом. Що ми вкладаємо в поняття «інтернет-просування магазину»? Кейс — це не тільки комплекс заходів з просування ресурсу, а і зразок вибудовування стратегії, гнучкості мислення, масив цікавих ідей, втілення яких приносить довгоочікуваний результат. Знайомство з нашими кейсами дозволить вам на конкретних прикладах оцінити рівень і професіоналізм нашої роботи, а також знайти нові й корисні ідеї для власного бізнесу. Усі білі SEO кейси (як і кейс контекстної реклами Google Adwords) з ​​просування сайтів мають істотні відмінності й унікальність підходу, але в них і загальні банальні риси — грамотна оптимізація, прокачування посиланнями і фіксація зростання відвідуваності. Практично неможливо змінити що-небудь у цій схемі й досягти вражаючого довгострокового результату в білому SEO можна тільки наполегливою й копіткою працею. Пошук Лайфхак і оригінальних фішок давно вже відійшов у минуле. Результат планомірної тривалої роботи над сайтом одночасно з декількох сторін приносить результат зі значно більш високою ймовірністю. У цьому розділі зібрані успішні кейси з маркетингу та просування інтернет-магазинів різних напрямів — побутова та опалювальна техніка, електроніка та спортивні товари, брендовий одяг, каміни, меблева продукція, саджанці та насіння, декор та освітлення, канцтовари, сантехніка й так далі. Як характерні приклади візьмемо кейс інтернет-магазину, прийнятий у роботу на самому старті, кейс маркетинг уже наявного сайту з низькою ефективністю й кейс інтернет-магазину, який займає лідируючі позиції, але вступив у період застою.

## Як просувати інтернет-магазин: унікальна стратегія, ключ для досягнення успіху

Отримання великих результатів не здійснюється за шаблоном. Кожен бізнес — унікальний. Тому ми для кожного клієнта підбираємо відповідну стратегію просування. Враховуємо слабкі й сильні сторони результатів у маркетингу, отриманих до моменту нашого залучення, підтримуємо наявні досягнення, розвиваємо ті канали, які можуть принести найбільше трафіку та більше постійних клієнтів. Саме час дізнатися про те, що було зроблено для компаній, які свого часу довірили нам SEO-просування.

### 1. КЕЙС ПРОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ ЖІНОЧОГО ОДЯГУ З НУЛЯ ЗА 8 МІСЯЦІВ

Ефективний старт сайту неможливий без аналізу технічної підготовки, SEO-аудиту та виправлення виявлених помилок. Тих. підготовка зайняла перший місяць, наступні півроку йшла безперервна оптимізація й робота з масою посилань, ще місяць знадобився на отримання ефекту від останніх розміщених посилань і оптимізованих товарних категорій. Динаміка зростання відвідуваності продемонструвала непогані результати вже в перші 3 місяці. Ставка була зроблена на максимально ефективні посилання (ЗМІ) без ризиків. До кінця восьмого місяця при витратах на просування 37120 грн було отримано оборот у 255 756 грн. Просування інтернет-магазину одягу дозволило менше ніж за рік вийти на місячний прибуток в $10 000. Інвестиції в СЕО були відшкодовані повністю. Оскільки сайт був новим, під час створення стратегії ми враховували досвід просування конкурентів. Відразу ми підключили всі необхідні для успішного ранжування і просування сервіси: GA, Search Console, Метрику, Яндекс. Веб-майстер, Google Maps і Яндекс.Довідник. Після того, як була закладена основа індексації, ми розробили семантичне ядро ​​і протягом декількох місяців наповнювали розділи магазину. На текстову роботу і збільшення маси посилань пішло 6 місяців. Лише текстів, посилань і публікацій на тематичних ресурсах було досить для того, щоб обіг магазину склав понад 200 000 гривень із каналу SEO. Відвідуваність сайту з органічного пошуку — 200 в день. ROI — 175 %.

### 2. КЕЙС ПРОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ МЕБЛІВ І ДЕКОРУ

Початкова відвідуваність сайту становила близько 6000 відвідувачів у місяць. Аналіз виявив ряд моментів, які заважали ефективному просуванню магазину. Спільно із замовником був сформований чіткий план дій і стратегія роботи. За два місяці проект отримав значне зростання відвідуваності завдяки технічній оптимізації й переіндексації сайту. 6000 відвідувачів перетворилися в 9000. Далі клієнт дав добро на щомісячну оптимізацію категорій і збільшення маси зворотних посилань. За 9 місяців відвідуваність зросла вже до 20 000 в місяць, а валовий прибуток склав 241 697 грн, при цьому оборот через Корзину за вказаний період (тільки органіка) становив уже 805 567 грн. Розкрутка сайту меблів починалася із залучення цільового трафіку. На момент отримання проекту в роботу його місячна відвідуваність була майже в 4 рази меншою, аніж сьогодні. Потрібні були продажі, але починати їхню бустеризацію потрібно було саме зі збільшення відвідуваності. Початковий трафік був нецільовим, пов’язаним із брендом, представником якого був магазин. У ході аудиту ми визначилися з планом робіт: усунення технічних помилок, збільшення маси посилань, оптимізація контенту. Усунувши помилки коду, ми почали залучати цільовий трафік. Ці зміни дозволили домогтися збільшення відвідуваності в перший місяць на 0,5 %. Після того, як була збільшена маса посилань і проведена робота з наповненням категорій, відвідуваність зросла в 3 рази! Прибуток за весь період співпраці склав майже мільйон гривень.

### 3. КЕЙС ПРОСУВАННЯ МАГАЗИНУ ЗАПЧАСТИН

Збільшення трафіку в 5 разів за 6 місяців — такої мети ми досягли за підсумком роботи. Просування магазину запчастин починалося з доведення до клієнта доцільності створення повноцінного інтернет-магазину. Свій майданчик на Prom.ua не дозволив би клієнтові повернути витрачені на рекламу кошти. Сайт на Prom.ua обмежує можливість розкрутки за допомогою SEO і масштаби отримання органічного трафіку. Водночас, витрати на його утримання є не набагато меншим, ніж у випадку з просуванням сайту на власній CMS.  
Оскільки магазин уже був створений на шаблоні Prom.ua, потрібно було перенести його на зовнішній домен, створити основу для подальшої оптимізації та підключити всі необхідні для адекватного ранжування сервіси. Спочатку ми купили і склеїли домени; усе пройшло ідеально, на відвідуваності сайту це не позначилося. За результатами SEO-аудиту налаштували шаблон, взялися за складання семантичного ядра й наповнення сайту оптимізованими статтями. У спектр завдань також входила закупівля посилань і збільшення авторитету магазину. Моніторинг також був частиною нашої роботи, але про нього окремо не вважаємо за потрібне згадувати, адже всі роботи мають бути осмисленими і проводитися на підставі аналізу (сайту, конкурентів, ніші). Першим окремим етапом ми провели налаштування магазину, після цього взялися за наповнення сайту статтями й паралельне нарощування маси посилань. Активна робота протягом 6 місяців вилилася в повноцінний сайт із відвідуваністю з пошуку в 460 людей на день, ROI 152 %, обігу 104,521 гривень.

### 4. КЕЙС ПРОСУВАННЯ САЙТУ СПОРТИВНОГО ОДЯГУ

Просування спортивного магазину на момент звернення клієнта до нас і без того було успішним. Трафік конвертувався, продажі йшли, але керівництву цього було замало. Зважаючи на це, після аналізу ми почали усувати технічні та оптимізаційні помилки, а також шукати шляхи додаткового трафіку. Видалялися неробочі посилання, наповнювалися порожні розділи. Друга частина роботи полягала в збільшенні відвідуваності й конверсії сайту завдяки наповненню блогу корисними статтями, нарощуванні маси посилань, публікаціях на тематичних ресурсах. Третій блок робіт — оптимізація сторінок сайту, яка включала розширення семантичного ядра, покращення МЕТА тегів, вдосконалення внутрішньої структури посилань, краудмаркетинг. Трафік виріс, у порівнянні з початком роботи, на 17 % з ПК, на 89 % — з мобільних пристроїв, на 19 % — з планшетів. Знадобилося 6 місяців безперервної роботи для того, щоби продажі збільшилися на понад 91 %! Показником комплексної роботи стало потрапляння сайту в ТОП-10 за 4157 ключовими словами. Завдання було перевиконано у 2 рази. Конверсії в безкоштовному пошуку сягли захмарного рівня – 70 %.

### 5. КЕЙС РОЗКРУТКА САЙТІВ ДИТЯЧИХ ТОВАРІВ

Ще один кейс з інтернет-маркетингу, який ми хочемо представити, стосується просування дитячих товарів і збільшення відвідуваності, конверсії сайту всього за 6 місяців. Почали ми з усунення технічних помилок, потім приступили до оптимізації сторінок з SEO- і юзабіліті- параметрів. Комплекс робіт, які були зроблені для клієнта, також включав краудмаркетинг і закупівлю посилань. Ставка була зроблена на оптимізацію низькочастотних запитів. Як показує практика, вони привертають більше цільового, конвертованого трафіку. Завдяки відібраним ключам, ми домоглися зростання відвідуваності і зменшення кількості відмов. Під низькочастотні ключі писалися статті, наповнювалися порожні розділи, прописувалися МЕТА теги. Роблячи акцент на російськомовну аудиторію, оптимізували українські МЕТА дані. Це також позначалося на збільшенні видимості сайту в органічній видачі. Результатом проведених заходів стало зростання відвідуваності на 135 % і обіг магазину в розмірі 230,172 гривень за півроку. Водночас, загальний рекламний бюджет становив 13 870 гривень на місяць.

### 6. КЕЙС ПРОСУВАННЯ САЙТУ БУДІВЕЛЬНОЇ ТЕХНІКИ

Метою роботи спочатку стало SEO-просування інтернет-магазину до ТОП-10 видачі. Схема побудови індивідуальної стратегії базувалася на аудіюванні та визначенні помилок оптимізації.Щоби збільшити оборот успішного ресурсу, де всі ключові слова займали кращу видачу в пошукових системах, довелося провести детальний аналіз, для виявлення недоліків у стратегії просування. У результаті були прийняті три узгоджених рішення, на яких і був побудований план масштабування проекту — оптимізація статичних фільтрів, додаткові заходи зі створення статичних сторінок, нарощування обсягу посилальної маси по низькочастотних запитах. Іншими словами, у рамках сканування сайту було вирішено збільшити кількість посилань сайту (перелінковка, зовнішні посилання), поліпшити внутрішню структуру сайту, прописати МЕТА теги, а також наповнити розділи оптимізованими статтями. Результат роботи фахівців перевершив очікування замовника — відвідуваність (органіка) виросла на 60 %, на 10 % більше, ніж планувалося спочатку.  
Підсумок роботи за 5 місяців був таким: утримання позицій у ТОП-10, збільшення органічної відвідуваності сайту у 2 рази, зростання доходу на 28 % (749 000 грн), приріст у 256,14 %.

### ВИСНОВКИ

У всіх перерахованих вище випадках нашим завданням була SEO-оптимізація зі збільшенням трафіку, конверсії і продажів. Ми використовували стандартні інструменти (посилання, статті, e-commerce сервіси). Але стратегія просування інтернет-магазину в Мережі залежала від бюджету клієнта й завжди була різною. Ми спиралися на дані SEO-аудиту та вихідні показники статистики. У процесі роботи кожен місяць відстежувалися результати, які дозволяли нам коригувати обрану схему дій. Усі проекти індивідуальні, підсумкова вартість — різна. Але це тільки невелика частина компаній, які за кілька місяців завдяки нашій роботі збільшили свій обіг і чистий прибуток. Більше корисної інформації можна дізнатися в нашому спеціальному розділі, присвяченому [кейсам](https://lemarbet.com/kejsy-razvitiya-internet-magazinov/).

Як відкрити свій бізнес в Інтернеті, якщо бюджет обмежений?

У сучасному світі в Інтернеті продавати можна практично усе що завгодно. При цьому деякі підприємці досі не розглядають онлайн-продажі як інструмент залучення клієнтів.А даремно, адже торгівля в Мережі – це чудовий шанс відкрити власний бізнес за умови обмеженого бюджету. Тим більше що прагнення людей зробити більшість послуг доступними онлайн не стає меншим з часом.

Інтернет є не тільки потужною платформою для комунікації або спілкування між людьми, а й хорошим інструментом для того, щоб почати торгівлю. Мільйони людей щодня шукають онлайн товари і послуги, які їм цікаві і які вони готові придбати. Інтернет дозволяє почати свій бізнес практично з нуля, і неважливо, де ви знаходитесь фізично – у Києві чи в маленькому місті на периферії.

Отже, давайте розберемося, у чому ж плюси варіанта відкрити інтернет-магазин як ідеї для бізнесу порівняно з багатьма іншими напрямками.

Невеликі початкові витрати

Різниця між відкриттям торговельної точки оффлайн та інтернет-магазину з тим же товаром може досягати декількох тисяч доларів. У випадку з останнім власникові бізнесу немає потреби оплачувати оренду, комунальні послуги та зарплату співробітникам. Без стартового капіталу, звичайно, не обійдеться, адже необхідно буде оплачувати вартість дизайну, домену, хостингу та різних робіт технічного характеру. Але для типового інтернет-магазину без додаткових робіт ця сума зазвичай коливається у діапазоні 7-10 тисяч гривень.

Крім того, існує безліч спеціалізованих сервісів і програм, які дозволяють ефективно організувати всі процеси роботи інтернет-магазину, а багато з них – частково або повністю автоматизувати. Таким чином не тільки досягається істотне заощадження витрат, але і вивільняється потенціал для додаткового зростання прибутку.

Для того щоб почати власний бізнес у сфері електронної комерції, непотрібно бути власником великого бренду. Невеликим компаніям і приватним підприємцям до снаги організувати аналогічні процеси в e-commerce, а подальше зростання забезпечити у міру збільшення прибутку, отримуваного з продажів.

**ПОТЕНЦІАЛ ОБСЛУГОВУВАННЯ**

Йдеться про кількість потенційних клієнтів, яких ви можете обслуговувати, і цю перевагу, мабуть, назвемо однією з найважливіших. Фізичний магазин, особливо на етапі становлення і розвитку, зазвичай досить-таки обмежений у площі та кількості працівників. Відповідно, комфортно почати обслуговувати можна лише певне число покупців упродовж робочого дня. У той же час потенційне охоплення інтернет-магазину необмежене площею приміщення або чисельністю жителів певного району. Ви можете отримувати покупців з усієї країни, які будуть здійснювати замовлення з будь-якого зручного їм місця і в будь-який час доби. Власники інтернет-магазинів вільні від безлічі обмежень, характерних для роздрібної торгівлі оффлайн.

**ПОСТАВКА ЗА ЗАПИТОМ**

Якщо ви торгуєте, наприклад, одягом, непотрібно купувати десятки примірників одного і того ж светра на випадок, якщо на нього раптом зросте попит. Його досить просто відобразити у вигляді одного з пунктів каталогу товару, а працівникам доручити простежити за наявністю зразка на складі. Правда, у цьому випадку варто дотримуватися поради щодо диверсифікації роботи з постачальниками, щоб не залежати лише від одного з них та ефективно розвиватися.

Якщо ви працюєте на ринку рік і більше, за допомогою аналізу статистики продажів і відвідуваності можна визначити періоди зростання та зниження попиту на певні товарні групи і заздалегідь до цього підготуватися. Крім того, спеціальні інструменти веб-аналітики сприяють визначенню [сезонних коливань попиту](https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/faktor-sezonnosti-v-trafike-i-prodazhah/), про які ми вже писали на нашому блозі.

**УДОСКОНАЛЕННЯ НА ЛЬОТУ**

Ще однією перевагою інтернет-магазинів є простота внесення змін. Наприклад, додати новий розділ у каталог товарів з кількома десятками позицій можна за якихось півгодини або годину часу, а також змінити ціну на товар декількома кліками мишки. У деяких CMS доступна і функція пакетної заміни цін чи інших характеристик. А тепер порівняйте з фізичним магазином, у якому потрібно виділити окреме місце на складі, змінювати вручну цінники та вносити зміни до системи інвентаризації.

Аналогічно зменшуються і витрати часу, а також бюджету при вдосконаленні технічної складової інтернет-магазину. Платформа PrestaShop, яку ми використовуємо, має весь функціонал, необхідний для того, щоб організувати стабільну роботу типового сайта, а додаткові послуги наші фахівці реалізують у міру росту бізнесу, відштовхуючись від потреб і можливостей замовника.

**МОЖЛИВОСТІ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ**

Отже, ви створили свій перший інтернет-магазин, наповнили його товарами і готові продавати. Як же тепер отримати перших покупців та заявити про себе клієнтам у межах усієї країни? Відповідь проста: необхідно зайнятися пошуковою оптимізацією і повною мірою застосувати можливості інтернет-маркетингу. Так, для цього краще скористатися послугами профільних фахівців, але досить поглянути на [кейси наших клієнтів](https://lemarbet.com/ua/kejsy-razvitiya-internet-magazinov/), щоб зрозуміти, що інвестиції в таку роботу окуповуються сповна.

Одна з найбільших переваг, які дає інтернет-маркетинг власникові бізнесу, – здатність чіткого вимірювання результатів та деталізована аналітика з відстеженням дій відвідувачів сайта. Фактично неможливо відстежувати тільки те, чого не існує.

Завдяки цьому інвестиції в інтернет-рекламу не тільки нижчі порівняно з аналогічною рекламою оффлайн, але і мають вищий коефіцієнт рентабельності інвестицій (ROI). Наприклад, щомісячні стабільні вкладення в пошукове просування здатні забезпечити постійне зростання кількості безкоштовного трафіку з пошуку в довгостроковій перспективі.

**РІЗНОМАНІТНІСТЬ В АСОРТИМЕНТІ**

Інтернет-магазини порівняно з роздрібною торгівлею володіють такою перевагою, як здатність запропонувати набагато більший асортимент потенційному покупцеві. Це стає можливим завдяки відсутності потреби у фізичному місці при поданні чергового товару або розділу в каталозі. Продукція якщо і займає місце, то на складі у постачальника, а для власника сайта це всього лише кілька додаткових мегабайт місця на хостингу.

Складно уявити собі роздрібну торгову точку, в якій можна було б виставити декілька сотень і тим більше тисяч товарів. При цьому існує безліч інтернет-магазинів, асортимент яких налічує тисячі і десятки тисяч товарних позицій. Щоб ознайомитися з тим чи іншим товаром у вашому каталозі, користувачеві досить зробити один-два кліки мишкою.

**ПОТЕНЦІАЛ МАСШТАБУВАННЯ**

Ще один важливий аргумент на користь інтернет-магазину як формату для ведення бізнесу – здатність почати продажі з невеликого асортименту товарів та розширювати пропозицію у міру зростання. За допомогою веб-аналітики стає можливим відслідковувати попит на той чи інший продукт і вносити відповідні зміни до стратегії розвитку та пропозиції товарів у наявності. Вам не потрібно відразу ж відкривати величезний супермаркет і витрачати величезні гроші на купівлю партій продукції. Розвивати свій бізнес можна у міру зростання клієнтської бази та прибутку, удосконалюючи асортимент та диверсифікуючи ризики.

Електронна торгівля уже перестала бути розкішшю або додатковою опцією. Для сучасного бізнесу наявність інтернет-магазину стала зараз необхідністю. Адже не використовуючи Мережу як канал продажів, ви обмежуєте свій потенціал зростання. А для підприємців-початківців – це чудовий спосіб почати бізнес з мінімальними вкладеннями.

Як вибрати хостинг для інтернет-магазину або іншого сайту

*Під самим визначенням «хостинг» розуміють місце, на якому розміщуються файли вашого сайта в Інтернеті. Можна провести аналогію з оффлайном, і в такому випадку найбільш точним буде порівняння хостингу з орендою приміщення для відкриття торгової точки.*

Тільки замість квадратних метрів у нас будуть мегабайти, а замість доступних комунікацій – виділені потужності сервера. Фактично йдеться про віддалений комп’ютер (сервер), на якому розміщені файли вашого проекту. Його відмінність від звичайного комп’ютера – в особливій конфігурації, встановленому програмному забезпеченні та умовах роботи.

Для підприємця, який вперше має справу з онлайн-торгівлею, важливість хостингу для інтернет-магазину може бути неочевидною. Насправді, його вплив досить-таки істотний, оскільки від його якості та виділених потужностей залежить стабільність роботи сайту, і його стійкість до навантажень.

Як вибрати хостинг для інтернет-магазину? Навіть якщо на стартовому етапі ваш електронний бізнес поки що невеликий, буде розумно розраховувати, що оренда хостингу для сайту у близькому (та віддаленому) майбутньому зможе забезпечити інтернет-магазин усіма необхідними ресурсами. Не зайвим буде переглянути [рейтинг хостингів для інтернет-магазину](http://www.tophosting.in.ua/), щоб зрозуміти, які майданчики зможуть вільно підтримувати навіть високонавантажений проект.

На якому хостингу розмістити сайт і чи є принципові відмінності між вибором хостингу для інтернет-магазину і будь-якого іншого веб-ресурсу?

У цілому хостинг для інтернет-магазину нічим не відрізняється від хостингу для звичайного сайта, просто при його виборі необхідно приділити підвищену увагу ряду параметрів. На які саме чинники звернути увагу, ми розповімо далі в цій статті, а також розглянемо основні види хостингу і відмінності між ними.

Чи доцільним буде зупинити свій вибір хостингу для інтернет-магазину на безкоштовному варіанті? На жаль – ні. Безкоштовний хостинг створить для вас багато непотрібних проблем:

* наявність реклами, яку неможливо відключити;
* низький рівень довіри споживчої аудиторії до вашого бізнесу через домен третього рівня;
* відсутність гарантій того, що безкоштовний хостинг буде стабільно працювати;
* відсутність гарантій збереження інформації на вашому сайті;
* низька швидкість завантаження сторінок.

Розмірковуючи, який хостинг для інтернет-магазину вибрати, відразу відкиньте “безкоштовний сир”. Тому що, якщо сервера “впадуть”, ніхто не візьме на себе відповідальність за цей форс-мажор, а ви втратите клієнтів і ваш реальний прибуток.

Чому важливо правильно вибрати хостинг?

Всерйоз задавшись питанням: “Як правильно вибрати хостинг для інтернет-магазину?”, – ви вже робите перші кроки на шляху до успіху у сфері Е-комерції.

Як я вже писав вище, підприємці не завжди достатньо відповідально ставляться до вибору хостингу для свого проекту. А даремно, адже інтернет-магазин за визначенням є комерційним проектом, який відрізняється підвищеними вимогами до стабільності роботи.

У разі технічних неполадок хостера інтернет-магазин буде недоступний, а значить, відвідувачі, які перейдуть на сайт у цей час, не зроблять замовлення, і ви втратите прибуток. Більше того, якщо його працездатність буде порушена упродовж декількох днів, це пливає і на його видимість у пошукових системах – позиції можуть впасти, а сторінки – вилетіти з індексу. У результаті відвідуваність почне падати, а з нею і продажі.

Крім того, в електронній комерції, як і в багатьох інших нішах бізнесу, діє[фактор сезонності](https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/faktor-sezonnosti-v-trafike-i-prodazhah/). Йдеться про зростання відвідуваності і попиту в певні періоди, наприклад у переддень новорічних свят. У такі періоди вона може зрости в рази, а то і в десятки разів. Відповідно, у хостингу повинен бути необхідний запас потужності, щоб витримати таке зростання. Інакше замість збільшення прибутку ви отримаєте непрацюючий сайт і відсутність продажу.

Вибираючи хостинг для інтернет-магазину, врахуйте, що вартість послуг безпосередньо залежить від потужності обладнання, яке буде використовуватися. Вам необхідно звертати увагу на технічні характеристики серверів, такі як потужність процесора, граничний обсяг, який видається під тариф, обсяг оперативної пам’яті, кількість поштових скриньок, а також версії програмного забезпечення.

Відповідь на питання: “Який хостинг краще вибрати для інтернет-магазину або будь-якого іншого сайту?”, – дещо ускладнюється наявністю на ринку десятків і навіть сотень хостинг-компаній. Ви маєте бути досить уважними до деталей. Навіть серед найбільш популярних компаній за одні й ті ж самі гроші можна купити послуги, що будуть дуже вагомо відрізнятися за обсягом і зручністю використання. А ваше завдання, без сумніву, – вибрати кращий хостинг для інтернет-магазину.

Види хостингу

Залежно від доступних ресурсів і особливостей роботи виділяють декілька видів хостингу, які також відрізняються між собою і ціною:

* віртуальний хостинг;
* віртуальний виділений сервер (VPS/VDS);
* виділений сервер.

Давайте розберемося, у чому особливості кожного з них і коли варто вибирати той чи інший варіант для свого інтернет-магазину.

**Віртуальний хостинг для інтернет-магазину**. Найдоступніший варіант, вартість якого зазвичай починається від $5 в місяць. Наприклад, на “Хостинг Україна” це [від 64 гривень](http://www.ukraine.com.ua/?page=205193) на місяць. Ви отримуєте окреме місце на фізичному сервері, на якому, окрім вашого проекту, знаходиться і безліч інших сайтів. Доступні ресурси розподіляються між вами та іншими користувачами, що, звичайно ж, накладає певні обмеження у плані навантаження і доступного місця на диску. Однак це найпопулярніший варіант хостингу, який використовується для багатьох інтернет-магазинів, невимогливих у плані ресурсів для роботи з адмінпанелі, невеликою кількістю товарів і трафіку.

*Кому підходить*: інтернет-магазинам із відвідуваністю до 1000-1500 відвідувачів на добу. Щодо доступного місця і оперативної пам’яті, залежно від движка, цього зазвичай вистачає для декількох тисяч сторінок у каталозі товарів. При потребі місце на диску легко можна докупити. А ось обмеження за рахунок навантаження, створюваного при зростанні відвідуваності, залишається актуальним (наприклад, ліміт по inodes).

Для солідних проектів вибір хостингу для сайту повинен гарантувати максимальну стабільність. Хостинг інтернет-магазину зі зростаючою популярністю і відвідуваністю вибирається із урахуванням перспективи переходу на більш потужні сервера.

**Віртуальний виділений сервер (VPS/VDS)**. Як і у випадку з попереднім варіантом хостингу, місце і ресурси сервера вам доведеться ділити з «сусідами». Тільки тепер таких «сусідів» буде не сотня, а всього лише двоє-троє. Ви отримуєте не тільки фіксовані ресурси, які в рази вищі, ніж на віртуальному хостингу (оперативна пам’ять, процесор, дискова квота), але і можливість управління різними налаштуваннями програмного забезпечення на сервері. Базові налаштування забезпечує техпідтримка самого хостера, а для більш складних варто звертатися до фахівців. Один із вагомих плюсів у тому, що надалі можна збільшувати ресурси практично будь-якого з параметрів.

*Кому підходить*: вартість оренди виділеного сервера в середньому становить $20-50 на місяць і дозволяє сайту інтернет-магазину витримувати відвідуваність від 5000 до 15000 відвідувачів щодня. Відповідно, місця на диску теж вистачає, можна управляти каталогом із десятками тисяч товарів.

**Виділений сервер для інтернет-магазину**. Цей варіант хостингу – найдорожчий, оскільки передбачає розміщення інтернет-магазину клієнта на окремому фізичному сервері, який розташований на технічному майданчику провайдера хостинг-послуг. Це як свій будинок без сусідів, адже на сервері буде перебувати тільки ваш сайт, і всі ресурси будуть використовуватися тільки для обслуговування вашого інтернет-магазину.

Варто також враховувати той момент, що персонал хостера стежить тільки за роботою сервера, а його обслуговуванням та управлінням повинен займатися сам клієнт. Відповідно, потрібно буде потурбуватися про пошук фахівця для вирішення таких задач. Тому при оренді виділеного сервера необхідно займатися ще й пошуком експерта, який візьметься за таку роботу.

*Кому підходить*: тільки дійсно великим інтернет-магазинам, відвідуваність сайтів яких становить десятки тисяч користувачів щодня і продовжує зростати. Крім оренди самого сервера, яка зазвичай становить кілька сотень доларів місяць і вище, потрібно буде закладати в бюджет також оплату послуг фахівця, який буде займатися його обслуговуванням. Тому дозволити собі такий вид хостингу можуть тільки великі гравці ринку.

Як бачите, можливих варіантів усього три, що значно спрощує вирішення питання: “Який хостинг для інтернет-магазину вибрати?” Найбільш зрозумілою метрикою для вибору того чи іншого типу хостингу є саме відвідуваність інтернет-магазину, від якої найбільшою мірою залежить навантаження на сайт.

Критерії вибору хостингу

Кожен, кому доводиться вирішувати, як вибрати хостинг для сайту, прагне до оптимального вибору. В ідеалі, звичайно, хотілося б із мінімальними витратами орендувати найкращий хостинг для сайту з усіх можливих. Але насправді важко сказати, який із провайдерів хостингу надає кращі послуги. Однак можна сформувати ряд параметрів, які впливають на якість хостингу, і від яких варто відштовхуватися при його виборі.

**Ціна**. Якісні послуги не можуть коштувати дешево за визначенням, тому не варто орієнтуватися на найдешевші пропозиції. Але переплачувати теж не варіант, тому краще просто відштовхуватися від середньої цінової пропозиції за ринком.

**Технічна підтримка**. Швидкість реакції, якість обслуговування, і адекватність техпідтримки у цілому – один із найбільш важливих факторів, на який обов’язково потрібно звертати увагу при замовленні послуги. Переконатися в якості техпідтримки можна і самостійно – для цього спробуйте поставити кілька необхідних для вас запитань і оцініть швидкість реакції та повноту отриманих відповідей.

**Резервне копіювання**. Або «бекап» (back up), як його ще називають. Йдеться про регулярне збереження файлів і налаштувань вашого сайта, що дозволяє відновити його робочий стан у разі яких-небудь неполадок. Для комерційного проекту, такого, як інтернет-магазин, дуже важливо, щоб резервне копіювання проводилося щодня в автоматичному режимі. Це максимально застрахує вас від можливих проблем.

**Надійність і швидкість**. Статистика uptime – це показник часу безперебійної роботи сервера. Бажано, щоб показник uptime становив не нижче 99,90%, що дорівнює 1 годині простою на місяць. Також багато залежить від використовуваного обладнання – при різниці у декілька доларів вартості, компанія, послуги якої дорожчі, може пропонувати розміщення на SSD-дисках і більший обсяг доступної оперативної пам’яті. У результаті сайт, розміщений на такому хостингу, працюватиме набагато швидше і буде витримувати більше навантаження.

**Оперативна пам’ять (RAM) та місце на диску**. Від обсягу доступної оперативної пам’яті залежить, яку кількість користувачів, що одночасно переглядають сторінки сайту, зможе витримати ваш інтернет-магазин. Також доцільно відзначити, що для нормальної роботи практично будь-якої CMS обсяг пам’яті на рівні 64 Мб є мінімально необхідним. Рекомендоване значення – 128-256 Мб і вище.

Якщо ж говорити про місце на диску, то за цим показником практично всі хостинги зараз відповідають необхідним вимогам для інтернет-магазину. Але краще орієнтуватися не на стандартні 1-2 гігабайти, а дивитися в бік 5 Гб і вище.

**Пробний період**. Це хороша можливість протестувати роботу хостингу на практиці. Може виявитися, що оптимальні для вас тарифи обраної компанії не мають достатньої гнучкості в плані налаштування під роботу інтернет-магазину або ж панель управління складна для розуміння і вимагає залучення технічних фахівців для налаштування.

**Сайт компанії**. Для провайдера будь-яких послуг це свого роду візитна картка. А увагу потрібно звертати не так на дизайн, як на повноту наданої інформації про виконувані завдання, особливості тарифних планів та розкриття інших питань, які можуть виникнути у потенційного клієнта. Мінімум доступної інформації – простий показник недбалого ставлення до надаваних послуг.

Сподіваємося, ця стаття допоможе вам отримати відповіді на питання щодо вибору хостингу для свого інтернет-магазину або іншого сайта. Підібравши оптимальний варіант хостингу, ви зможете бути впевнені в надійності і швидкості роботи свого інтернет-магазину. Якщо цікавлять ще якісь моменти, запитуйте в коментарях, і наші фахівці обов’язково дадуть відповідь.

Як правильно вибрати хостинг для сайту – відгуки та рейтинги

Більшість клієнтів почне вибір хостингу саме з читання відгуків про хостерів в Інтернеті. Це, звичайно, має сенс, але надійність такого способу оцінки залишається спірною. Як показує практика, негатив у відгуках викладають завжди набагато охочіше, ніж позитивні моменти. Тому, якщо зі 100 клієнтів буде рівно по 50 задоволених і незадоволених, у відгуках з’явиться приблизно 2-3 захоплених відгуків і не менш ніж 20 обурених.

Тому правильніше буде все ж таки детально і без емоцій вивчити рейтинг хостингів для інтернет-магазину, порівняти переваги і недоліки популярних майданчиків і зробити вибір хостингу, виходячи з власних вимог і вподобань.

Сьогодні існує достатньо можливостей оцінити порівняльні характеристики хостингів, як українських, так і зарубіжних. Сервер для інтернет-магазину може бути розміщений у США, Нідерландах, Франції, Німеччини, Індії і так далі. У рейтингах звертайте увагу на загальну кількість відгуків, період, за який вони були залишені, переваги і бонуси, які хостер може вам запропонувати, і, звичайно, на ціни. Багато хто пропонує клієнтам певний період (близько 30 днів) безкоштовного тестування, домен у подарунок, підтримку за телефоном, захист від вірусів і DDos атак.

Яка вартість створення інтернет-магазину?

Скільки коштує зробити інтернет-магазин з нуля в Україні? Відразу скажемо, що вартість такого проекту у кожному випадку буде більшою, ніж розробка під ключ промо-сайту або сайту-візитки. Реальні ринкові ціни на розробку інтернет-магазину можуть коливатися у діапазоні, межі якого вражають масштабами – від декількох тисяч гривень до сум із шістьма нулями. Чому різниця така значна? Які цифри можна використовувати як орієнтир?

ЦІНА НА СТВОРЕННЯ І ПРОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Стартовий пакет** | **Сегмент** | **Ціна від (тис. грн.)** |
| “Старт” | Бюджетний | 10 |
| “Економ” | Бюджетний | 25 |
| “Стандарт” | Середньоринковий | 40 |
| “Супер плюс” | Середньоринковий | 75 |
| “Преміум” | Преміум | 150 |

Першою причиною такої різниці є різні цінові сегменти, у яких працюють виконавці. Коли вас цікавить ціна на створення і просування інтернет-магазину, враховуйте існування трьох сегментів цін:

1. **Низький**, бюджетний (10000 – 30000 грн.);
2. **Середній**, орієнтований на середньоринкову конкурентну вартість (30000 – 150000 грн.);
3. **Високий**, преміум (від 150000 грн. та вище).

Тут ми не розглядаємо приклади, скільки коштує замовити сайт, до якого інтегруються CRM, управління складом і т.д.

* Тут можете [купити домен та хостинг](https://ukraine.com.ua/?page=205193) для інтернет-магазину.

У чому полягають принципові відмінності між дешевими і дорогими сайтами? Щоб дати об’єктивну відповідь на це питання, потрібно зрозуміти, які типи веб-ресурсів створюють компанії-розробники.

Створення інтернет-магазину – ціна питання

Якщо розробник штампує дешеві сайти за шаблоном (багаторазово продаючи один і той самий шаблон), вартість розробки ресурсу для кінцевого клієнта знижується. При цьому ми добре розуміємо, що висококваліфіковані фахівці аж ніяк не можуть бути зацікавлені у роботі на подібному “конвеєрі”, оскільки оплата їхньої праці буде становити лише символічні суми. Щоб увійти до нижнього цінового сегменту, розробнику іноді досить мати комп’ютер, Photoshop або CorelDRAW, візуальний редактор коду для верстки і декілька інструкцій з HTML і CSS.

Чи доцільно замовляти інтернет-магазин, який коштує підозріло (хоча і заманливо) дешево? З якими проблемами зіткнеться замовник відразу та згодом?

* Відсутність доступу до сервера, на якому фізично знаходиться сайт.
* Ймовірність необхідності викуповувати замовлений та оплачений сайт, щоб перенести його на інший хостинг і допрацьовувати самостійно.
* Некомпетентна служба підтримки (або її відсутність).
* Нестабільна робота хостингу і т.д.

І це лише верхівка айсберга. Низькоякісні сайти не здатні вирішити жодну задачу клієнта. Їхнє існування саме по собі не приносить замовнику жодної користі, окрім присутності адреси інтернет-магазину на візитці.  
Якщо ресурс створюється не студентами ІТ-спеціальностей або сисадмінами, що бажають трохи підзаробити, а кваліфікованими розробниками, ціна інтернет-магазину виростає відразу на порядок. Тут вже йдеться не про шаблонне вирішення, а про створення індивідуального проекту, здатного відповідати конкретним цілям замовника. У вартість розробки сайту включають крім унікального дизайну і функціоналу також постійну технічну підтримку. Додамо, що не має сенсу вкладати значні кошти у розробку ексклюзивного якісного проекту, якщо ви не запланували досить значний бюджет на його розкрутку в Інтернеті. Ваш бізнес-план, маркетингова стратегія, цілі та амбіції визначають, наскільки великою буде вартість розробки і підтримки веб-ресурсу.

Які чинники впливають на вартість створення інтернет-магазину

Ціна на розробку інтернет-магазину під ключ безпосередньо залежить від кількості функцій, що входять до його структури. Вивчаючи ринок розробників, ви помітите, що найчастіше вони пропонують клієнтам стандартні пакети із певним набором функцій (зазвичай їх називають “Старт”, “Економ”, “Стандарт”, “Супер плюс”, “Преміум” і т.д.). Вартість їхня зростає пропорційно підвищенню “рангу”. Приблизно так: 10 – 15 – 20 – 25 – 30 тисяч гривень. Нагадуємо, що знову йдеться не про розробку ексклюзивного дизайну, а про створення сайтів на основі шаблонів. У випадках із індивідуальним підходом вартість інтернет-магазину залежить тільки від загальної кількості годин, що фахівці витратять на усіх етапах розробки:

* **Брифінг** за проектом (з уточненнями та роз’ясненнями).
* **Робота дизайнера** (концепція, реалізація, зміни, доопрацювання).
* **Верстка макета дизайну** в HTML + CSS.
* **Програмування та налаштування** (інтеграція з системою управління ресурсом).
* **Тестування**.

А тепер гарна новина для мешканців України. У нашій країні на сьогоднішній день вартість години роботи фахівця з веб-дизайну становить у середньому від 15 до 25 доларів. При цьому середні розцінки у Європі коливаються близько 35 у.о, а у Сполучених Штатах кваліфікований веб-дизайнер зажадає за годину роботи від 150 до 200 доларів. Відповідно, приблизна вартість створення великого інтернет-магазину в Америці вийде близько 20000 у.о. Проект такого самого рівня складності в Україні, замовлений у престижному агентстві, обійдеться вам набагато дешевше.

Зробити самому? Знайти фрілансера? Звернутися до веб-студії? Робимо грамотний вибір – де замовити інтернет-магазин

На сьогодні створення власного інтернет-бізнесу із категорії фантастичних мрій перетворилося на цілком визначену і досяжну мету. Досягти її можна декількома способами, у кожного із яких буде своя ціна.

1. **Найдешевший** – зробити веб-ресурс самостійно, використовуючи конструктори сайтів.
2. **Помірний за ціною** – найняти фрілансера (одного або декількох) для виконання поставлених вами завдань із розробки сайту.
3. **Дорогий** – замовити створення інтернет-магазину у порядної веб-студії.

Кожен варіант має свої переваги і свої “темні сторони”. Щоб прийняти грамотне зважене рішення на основі індивідуальних потреб і можливостей, необхідний детальний аналіз усіх трьох способів.

**КОНСТРУКТОРИ САЙТІВ**

За допомогою спеціальних сервісів кожен (навіть той, хто не має специфічних знань у галузі програмування) може досить швидко створити функціональний інтернет-магазин.

Зазвичай, окрім уважності у виконанні послідовних інструкцій від вас не вимагається ніяких додаткових витрат.

Але, виникає питання, чому ж тоді люди платять шалені гроші веб-студіям або фрілансерам, замість того, щоб зробити собі сайт самостійно і спокійно заробляти на продажах і рекламі? Швидко, безкоштовно і гарно – що ще потрібно замовникам? Чому так часто вони приходять до висновку, що мінуси конструкторів сайтів перекривають їхні незаперечні плюси? Розберемо це питання детальніше.

**Переваги конструкторів сайтів:**

* Під час реєстрації ви автоматично отримуєте хостинг і домен.
* Вартість розробки сайту (у грошах) дорівнює нулю.
* Реєстрація та налаштування займають не довгі тижні, а лічені години.
* Технічна підтримка допомагає у вирішенні питань, що виникають.
* Дизайн шаблонів вражає красою і різноманітністю.
* Заздалегідь передбачені механізми здійснення замовлень у магазині та отримання оплати.

**Недоліки конструкторів сайтів:**

* Безкоштовний домен третього рівня автоматично присвоює сайту клеймо “третій сорт”.
* Безкоштовні тарифні плани передбачають суттєві функціональні обмеження.
* Базовий набір можливостей не дозволяє додавати нові плагіни, коди, скрипти. По суті, усе, що ви можете, – змінювати написи і малюнки.
* Складнощі з інтеграцією зі сторонніми сервісами та платіжними системами.
* Зростаючий проект досить важко буде перенести на інший майданчик.
* Неможливо відмовитися від прокрутки реклами на безкоштовному сервісі (тільки за додаткову оплату).
* Адміністрація сервісу на свій розсуд може заблокувати або видалити ваш сайт у разі порушення їхніх правил.

Вплинути на ваш вибір може ще одне спостереження – спробуйте відшукати у топ-10 пошукових систем хоча б один шаблонний інтернет-магазин, створений на конструкторах. Зустрічаються вони там так само рідко, як пурпурні єдинороги у тайзі.

**ФРІЛАНСЕРИ**

Ринок послуг зі створення сайтів і розробки інтернет-магазинів сьогодні рясніє найрізноманітнішими пропозиціями. Приватні фахівці навперебій пропонують свої послуги, ціна яких може виявитися спокусливо доступною.

Знайти фрілансерів можна на спеціалізованих біржах:

* [https://freelance.ua](https://freelance.ua/)
* [www.weblancer.net](http://www.weblancer.net/)
* <https://freelancehunt.com/>
* <https://proffstore.com/>

За простенький інтернет-магазин фрілансери озвучують початкову ціну від 100 до 300 у.о. Виконавця для магазину з одним товаром можна знайти навіть за символічні 20 баксів. Вартість години роботи фрілансерів із позитивними відгуками оцінюється у середньому у 8-12 у.о. Хоча, переважно навпроти графи “Створення сайтів під ключ” на вас чекає фраза “Договірна вартість”. Прийнятну вартість створення інтернет-магазину можна пояснити високим рівнем конкуренції у цьому сегменті. Але давайте проаналізуємо співвідношення плюсів і мінусів замовлення сайту у фрілансера.

**Переваги замовлення інтернет-магазину у фрілансерів:**

* *Прямий контакт* із безпосереднім виконавцем замовлення спрощує виконання завдань та позитивно впливає на їхню якість.
* Робота фахівця, який залишив веб-агентство заради приватних замовлень, буде якісною, а в*артість її виявиться нижчою за ціни послуг студії*, тому має місце суттєва економія бюджету.
* Співпраця із фрілансером зручно *вирішує разові завданн*я. Зазвичай фрілансер виконує термінову роботу швидше, ніж завантажене замовленнями агентство.
* Фрілансер проявить більшу гнучкість, коли є необхідність підлаштуватися під індивідуальні потреби замовника.
* Фрілансер, обраний не лише за портфоліо, але й за реальними відгуками і рекомендаціям попередніх клієнтів, зазвичай, виправдовує сподівання замовника.

**Недоліки співпраці з приватним фрілансером:**

* *Відсутність гарантій.* Випадки, коли замовник і фрілансер підписують офіційний договір надзвичайно рідкісні. Фрілансер – людина, грубо кажучи, без імені та адреси. Їснує ризик, що висувати претензії після закінчення роботи вам буде нема кому.
* *Людський фактор.*Приватний фахівець елементарно може переоцінити свої сили та можливості. Він може захворіти, у нього може зламатися комп’ютер… Приводів зірвати терміни замовлення може виникнути більш, ніж достатньо.
* *Загроза шахрайства.*Більшість фрілансерів починають працювати виключно після внесення авансу. Почне ваш фахівець працювати після переказу грошей або зникне назавжди – ризик залишається на вас.
* *Зростання вартості проекту.*У ході робіт фрілансер може вирішити, що ​​вартість розробки сайту, заявлена на початку (і на яку він погодився), виявляється занадто низькою. Тоді він скаже вам після закінчення робіт, що ціна інтернет-магазину виросла, а ви (не маючи офіційного договору) нічого не зможете довести.
* *Рівень професіоналізму.* Не будемо стверджувати, що серед фрілансерів немає “майстрів на усі руки”, підкованих в усіх напрямках і таких, що мають солідний досвід створення різнопланових інтернет-магазинів будь-якої складності. Річ у тому, що створення якісного сайту вимагає знань, досвіду і компетенції відразу у декількох галузях. Фрілансер, який водночас буде кваліфікованим веб-дизайнером, верстальником, кодером, скріптологом і так далі, зустрічається так само рідко, як… горезвісний пурпурний єдиноріг.
* *Час розробки* інтернет-магазину одним фахівцем виявиться набагато більшим за терміни, що витратить на ту ж роботу ціла команда.

Додамо тільки, що, вирішивши найняти кількох фрілансерів (фахівців у окремих галузях), ви пропорційно до їхньої кількості збільшуєте усі ризики, про які йшлося вище.

**ПРОФЕСІЙНЕ ВЕБ-АГЕНТСТВО**

Ціна розробки інтернет-магазину у висококласній веб-студії включає щось набагато більше, ніж унікальний дизайн та якісне технічне виконання. Комплексна вартість робіт завжди буде вищою, ніж послуги фрілансера, але при цьому ви отримуєте юридичні гарантії та не турбуєтеся щодо внутрішньої координації фахівців, ща працюють на усіх етапах створення і супроводу проекту. Веб-студії мають значні можливості і часто можуть запропонувати вам досить гнучкі тарифи на подальше технічне обслуговування ресурсу.

Але повернемося до моменту, який ми обговорювали на початку статті, – існуванню цінових сегментів. Попередня оцінка вартості робіт за одним і тим самим проектом у різних агентствах може коливатися у межах від 10000 грн. до 200000 грн. та вище. Усі ціни прив’язані знову ж таки до погодинної ставки фахівців. Чим вищим є їхній рівень (від студента-практиканта до висококваліфікованого досвідченого фахівця) – тим дорожчою буде вартість. На початковому етапі найсерйозніша проблема замовника – це саме вибір агентства. Як правильно вибрати веб-студію? Як відрізнити компетентних розробників від недобросовісних виконавців? На які важливі критерії повинен звертати увагу замовник насамперед? Відповіді на усі ці принципові запитання ви знайдете у [окремій статті](https://lemarbet.com/razvitie-internet-magazina/sozdanie-sajtov/), присвяченій саме їм. Озброївшись цими знаннями, ви зробите правильний вибір, тому ми можемо перейти до розгляду загальних переваг і недоліків співпраці із веб-студіями.

**Переваги:**

* *Системний підхід до створення сайту.* Процес розробки інтернет-магазину розділений між вузькоспеціалізованими фахівцями (веб-дизайнер, верстальник, програміст, SEO-фахівець, контент-менеджер, керівник проекту).
* На відміну від фрілансера, *веб-студію цікавить концепція сайту*, його призначення, цільова аудиторія та інші фактори. Рівень професіоналізму співробітників престижної веб-студії передбачає вивчення останніх тенденцій у веб-дизайні.
* На етапі планування робіт веб-агенство може провести *аналіз вашого ринкового сегменту*, споживачів і конкурентів, щоб запропонувати оптимальні методи співпраці на підставі проведеної експертизи.
* *Якісна розробка*, індивідуальний підхід, ексклюзивний дизайн, всебічна технічна підтримка і розвиток ресурсу. Багато професійних веб-студії дають довічну гарантію на розроблені ними проекти.
* Створена агентством *зручна і професійна система адміністрування* дозволить вам легко управляти інтернет-магазином та самостійно вносити необхідні зміни.
* Співпраця зі студією побудована на *договірній основі*. У юридичному документі прописуються усі види робіт, обумовлюються терміни їхнього виконання і вартість.

**Недоліки:**

* *Високий бюджет на розробку сайту*(ціна інтернет-магазину вища, ніж у фрілансерів)
* *Низька залученість замовника у роботу*. Зазвичай, ви не спілкуєтеся із безпосереднім виконавцем.
* Існує ймовірність того, що через *високе навантаження* агентства вам доведеться “*вистояти чергу*” (іноді цей термін становить 1-3 місяці). Але у кінцевому підсумку терміни виконання робіт все одно у кілька разів менші, ніж у фрілансера.
* Агентство – система, яка *не володіє гнучкістю фрілансера*, коли справа стосується термінових правок, змін і редагувань. Роботи виконуються поетапно і так само поетапно затверджуються.

Якщо ми скажемо, що не завжди вартість розробки проекту вимірюється тільки у грошах, ви можете подумати, що це лише фігура мови. Але насправді, ефективний і успішний інтернет-магазин – це неминучий результат спільної праці і спільної творчості тандему замовник-розробник. Вам може здаватися, що у створенні інтернет-магазину його власник безпосередньої участі не приймає. Дізнався, яка ціна розробки ресурсу, заплатив гроші, тепер залишилося сидіти і чекати на результат. Ось-ось розвиток бізнесу вийде на новий рівень, і грошовий струмочок надходжень від торгівлі перетвориться на потужний нестримний потік.

Але найбільша удача, на яку тільки може розраховувати замовник, – це аж ніяк не низька вартість розробки інтернет-магазину, безвідмовний дизайнер, що вносить безкоштовно будь-які правки, знижки на технічне обслуговування, та інші “плюшки”. Можете вважати, що вам дійсно пощастило, якщо за ваш проект взялися справжні професіонали (хоч би якою була ціна інтернет-магазину у цьому випадку). А вже якщо вам дісталися фанати своєї справи, які до того ж демонструють до вашого бізнесу особистий інтерес (особливо емоційну складову), отже, ви виграли у лотерею фортуни.

Буде розумним включитися у плідну співпрацю і проявити гнучкість, якщо вони:

* обґрунтовують доцільність тих чи інших змін у структурі сайту (оперуючи інформацією щодо новітніх вимог до веб-дизайну),
* переконують вас, що частиною зовнішньої краси та оригінальності потрібно пожертвувати на користь юзабіліті,
* демонструють знання психології користувачів,
* інформують вас про останні зміни у концепції Google щодо ранжування сайтів у пошукових результатах, і т.д.

Якщо ви знайшли ідеального виконавця, заради успіху свого майбутнього інтернет-магазину не ставте їм палиці у колеса, обмежуючи бюджет, торгуючись, вимагаючи “погратися зі шрифтами і фонами”, і затримуючи за термінами затвердження етапів проекту.Ціна розробки інтернет-магазину – конкретні складові і приблизні ціниФормування ціни на створення інтернет-магазину має абсолютно прозорий характер. Поставивши собі за мету проаналізувати поетапно усі складові, ви без особливих зусиль розберетеся у нюансах і тонкощах питання. Давайте по черзі розглянемо кожен із витратних пунктів у загальній статті витрат.

* CMS для інтернет-магазину.
* Хостинг.
* Доменне ім’я.
* Дизайн та оформлення.
* Верстка.
* Адаптивний дизайн і верстка інтернет-магазину.
* Програмування та додаткові роботи для сайту інтернет-магазину.
* Наповнення контентом.
* Інтернет-маркетинг і просування інтернет-магазину.

У вартість створення інтернет-магазину може входити ліцензія на CMS, якщо ви не обрали безкоштовну платформу. При виборі CMS ви покладаєтеся на конкретні вимоги:

* функціональність;
* різноманітність шаблонів;
* вартість;
* мова інтерфейсу і т.д.

Для когось кращим буде одразу викласти солідну суму та отримати максимальний набір функцій (необхідних і не дуже), хтось захоче заощадити, відштовхуючись від можливості виконання конкретних поставлених завдань. Досвід професійних веб-студій зрештою дозволяє виділити кілька оптимальних рішень, що дозволяють йти назустріч кожній категорії клієнтів. Як приклади ефективних рішень, можна навести такі популярні CMS:

* [Бітрікс](https://www.bitrix24.ua/)
* [Хорошоп](https://horoshop.com.ua/)
* [Мagento](https://magento.com/)
* [Оpencart](https://myopencart.com/)
* [Imagecms shop](https://www.imagecms.net/)
* [Woocommerce](https://woocommerce.com/)

**ВАРТІСТЬ ХОСТИНГУ ДЛЯ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ**

При виборі хостингу вашим головним орієнтиром має бути якість, а не низька ціна, оскільки саме від хостингу залежать усі найважливіші показники роботи інтернет-магазину – швидкість завантаження сторінок і безперебійне функціонування. Вкрай важливо вибрати передове програмне забезпечення (що дає можливість контролювати і управляти значним числом параметрів), а також потужні сервера, щоб навіть при найвищих навантаженнях не виникало ускладнень у роботі інтернет-магазину.

Ціна хостингу для інтернет-магазину коливається у діапазоні від 140 до 990 грн. за місяць і залежить від кількості Gb. Як приклад, наведемо дані хостингу, чудово оптимізованого для інтернет-магазинів:

* Intel Core i3-4170 3.70 GHz 3MB (2 ядра/4 потока) 8 GB DDR3 SSD 120 GB.
* Пропускна здатність до точки обміну UA-IX – 1 Гбіт/с.
* Місце під backup – 100 Гб.
* Автоматичне резервне копіювання файлів і баз даних.
* Фільтрація DDоS-атак на сервер.

**ВАРТІСТЬ ДОМЕННОГО ІМЕНІ ДЛЯ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ**

Ціна на доменне ім’я для інтернет-магазину залежить від реєстратора, але у середньому становить 150 грн. на рік. Існують перевірені рекомендації, згідно з якими покупка домену у зоні com.ua забезпечує простоту і легкість просування в Україні.

**ВАРТІСТЬ ДИЗАЙНУ ТА ОФОРМЛЕННЯ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ**

Щоб відповісти на питання: “Скільки коштує дизайн інтернет-магазину?”, – необхідно спершу визначитися із рівнем своїх запитів. Основні варіанти такі:

* Ексклюзивний дизайн, який буде створений з нуля.
* Якісний дизайн за готовим шаблоном.
* Стилізація на основі існуючого зовнішнього вигляду.

Перший варіант найбільш дорогий. Він має істотні переваги – це ваш винятковий імідж і можливість перевершити конкурентів. Але, якщо врахувати, що вашу аудиторію споживачів товари цікавлять більше, ніж краса дизайну, то бюджет у 20 тисяч гривень на дизайн буде недоцільним. Можливо, більш раціонально буде використовувати готові розробки, удосконалюючи та змінюючи їх за своїм смаком. Стартовою сумою у такому випадку можна вважати 4500-5000 грн. Варіюватися вартість буде залежно від ваших побажань і наведених зразків.

**ВАРТІСТЬ ВЕРСТКИ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ**

Ціна – від 4500 грн, залежно від кількості робіт та складності в дизайні. У цілому цієї суми та робіт достатньо для старту вашого інтернет-магазину.

**ВАРТІСТЬ АДАПТИВНОГО ДИЗАЙНУ ТА ВЕРСТКИ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ**

Ціна – 0 грн у більшості випадків, тому що вже створений прототип із адаптивною версткою. Звичайно, існують нюанси, які залежать від додаткової роботи дизайнера, тому що деякі нові елементи і блоки у магазині можуть впливати на адаптивну верстку. Якщо цього не врахувати, вона буде погано виглядати у мобільних девайсах.

**ВАРТІСТЬ СТВОРЕННЯ ПРОТОТИПУ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ**

Його ціна – 0 грн. Ми спеціально розробили каркас та сітку (тобто готовий прототип магазину), на яких створюємо інтернет-магазини для клієнтів. Не застосовуємо чужі шаблони, оскільки траплялися баги, неякісна верстка, нюанси з адаптивною версткою для мобільних девайсів, і деякий функціонал не працював.

**ВАРТІСТЬ ПРОГРАМУВАННЯ ТА ДОДАТКОВИХ РОБІТ ДЛЯ САЙТА ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ**

Вартість години роботи програміста – 480 грн. Така сама ціна на усі додаткові роботи, незалежно від напрямку робіт, дизайну, верстки або програмування. Гарне агентство оцінить обсяг робіт, обговорить нюанси і дасть рекомендації щодо оптимальної реалізації без зайвих витрат. Додаткові кошти доцільніше вкласти у інтернет-маркетинг, підвищуючи функціонал, коли виникне така потреба. Це ефективний захід для оптимізації бізнес-процесів і підвищення рентабельності інвестицій.

**ВАРТІСТЬ НАПОВНЕННЯ КОНТЕНТОМ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ**

Вартість наповнення інтернет-магазину контентом залежить від необхідної кількості сторінок, а також включає створення банерів та інших графічних елементів. Мінімальний варіант – наповнення текстами тільки службових сторінок, але рекомендується додавати і контент, що буде цікавим для цільової аудиторії потенційних покупців, а також опрацьовувати товарні картки. Послуги копірайтера від агентства обійдуться близько 100 грн. за 1000 знаків, редактора – 25 грн. за 1000 знаків, підбір зображеннь – 5 грн. і т.д.

**ВАРТІСТЬ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ТА ПРОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ**

Ціна може бути від 350 грн на окремі роботи. Сюди входить сукупна вартість робіт із аудиту та впровадження необхідних змін, оптимізації головної сторінки, окремих сторінок і категорій. Якщо створити сайт інтернет-магазину та якісно його оптимізувати ще до запуску, це суттєво спростить SEO-просування і використання інших інструментів інтернет-маркетингу. Стабільна відвідуваність у поєднанні із постійною аналітичною роботою і оптимізацією конверсії забезпечують стабільне зростання продажів. Усе залежить від поставлених цілей і обраної стратегії. У професійного агентства усі ціни відкриті, тому ви усе будете бачити і контролювати.

Просування сайту в ТОП-10 Google

Багатьох клієнтів інтернет-агентств хвилює питання термінів потрапляння сайту в ТОП Google. Зважаючи на те, перші місця в пошуковій видачі мають набагато вищий показник CTR, кожен власник бізнесу прагне знати, коли ж повернуться вкладені в просування інвестиції, а веб-ресурс потрапить на першу сторінку пошукової системи. Для аналізу SEO продукт – це [SEO-alerts](https://www.plerdy.com/ru/seo-alerts/), можна автоматично отримувати актуальну інформацію кожен день про семантику і SEO-аудит.

Приклад кореляції позиції в пошуковій видачі й показника CTR

**Серед поширених питань власників бізнесу до інтернет-агентств є:**

1. Для чого мені потрібне seo просування сайту?
2. Яку користь з seo просування я отримаю?
3. Якщо замовити послугу з просування то з чого варто розпочати роботи?
4. Які прогнози Ви можете дати стосовно просування сайту?
5. Коли я побачу ріст позицій від просування сайту?
6. Чому я повинен витрачати кошти на закупівлю посилань?
7. Як впливають посилання на просування та розкрутку?
8. Чи зможу я самостійно просунути і розкрутити власний сайт?
9. Через скільки часу я буду вище своїх конкурентів в пошуковій видачі Гугл?

Насправді, терміни потрапляння в ТОП Google, якісне seo просування та розкрутка залежать від більш ніж 300 факторів. Відповідно інтернет-агентство не зможе надати прогноз із точністю до дня або тижня. Тому занадто розмиті відповіді не обов’язково є ознакою непрофесіоналізму. Навпаки, вони говорять про те, що фахівець розуміє всю складність робіт та відповідальність перед замовником. Навіть після проведення SEO-аудиту неможливо дати абсолютно точний прогноз, адже сфера просування сайтів дуже динамічна та конкурентна. Те, що є очевидним сьогодні, завтра може кардинально змінитися.

Проте, існує ряд перевірених чинників, які впливають на терміни просування веб-ресурсу. Давайте розберемося в них, адже чим швидше вони будуть закриті, тим швидше сайт підніметься в ТОП пошукової системи.

Сьогодні ми з Вами поговоримо про основні речі на які варто звернути свою увагу для якісного та ефективного просування сайту, щоб саме на це впливає і чому це важливо.

Короткий опис того, про що сьогодні вестиметься мова

**Основні чинники, які впливають на терміни просування сайту:**

1. Вплив віку домену та просування сайту в google
2. Вплив рівня конкуренції на просування сайту чи інтернет-магазинів в google рівень конкуренції
3. Бюджет для розкрутки сайту в топ google
4. Алгоритми і фільтри пошукової системи google, які не можна оминути при якісному просуванні сайту
5. Якість внутрішньої оптимізації:
   * оптимізацію метатегів для просування сайту в топ google
   * оптимізація тегів для просування сайту в топ google
   * підготовка текстів для просування сайту в топ google
   * структура сайту для просування сайту в топ google
   * перелінковка для просування сайту в топ google
6. Зовнішній фактор для просування сайту
7. Новинки у трендах seo просування сайту в топ google

**Отже, поїхали!**

Основні чинники, які впливають на терміни просування сайту

Отже, перед вами основні чинники, які впливають на терміни seo просування сайту:

**1. ВПЛИВ ВІКУ ДОМЕНУ ТА ПРОСУВАННЯ САЙТУ В GOOGLE**

Найбільш очевидний фактор: чим старшим є сайт, тим більше Google йому довіряє. Для пошукової системи вік домену свідчить про серйозність власника та авторитетність веб-ресурсу. Інформація, яка була опублікована на такому сайті, буде проіндексована за декілька годин.  
Якщо у вашій ніші є кілька веб-ресурсів які існують давно (наприклад, інтернет-магазин електроніки або одягу), для досягнення результатів потрібно набратися терпіння і сфокусуватися на SEO. Змагатися з такими сайтами, можна, якщо вік домену, який просувається, перевищив 1 рік.

Ви спитаєтесь чому? Все тому що кожен сайт що розпочинає свою діяльність в будь яких нішах інтернет середовища потрапляє у так званий фільтр “Пісочниця” і немає змоги потрапити в ТОП одразу. Тут Вам переживати не варто, адже це звичайна практика для нових сайті яких тестують пошукові системи Google.

Як правило, фільтр “Пісочниця” накладається на сайт від 1 до 6 місяців. За цей період пошукові системи вкрай прискіпливо спостерігають за Вашими діями та змінами на сайті: наповненням якісним контентом, закупівлею посилань, перелінковкою, поведінкою перших користувачів на сайті та ін. Саме тому, seo спеціалісти прогнозують перші результати просування сайту в Google не швидше 6 місяців. У разі правильних, систематичних змін на сайті пошукові системи без підозр допоможуть Вам у рості позицій та просуванні сайту надалі.

**2. ВПЛИВ РІВНЯ КОНКУРЕНЦІЇ НА ПРОСУВАННЯ САЙТУ ЧИ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНІВ В GOOGLE**

Наступний важливий фактор — загальна кількість гравців на ринку та рівень конкуренції між ними. Кожен веб-ресурс має свою стратегію просування, в якій враховуються сильні і слабкі сторони конкурентів. Тому їх аналіз є важливим кроком для подальшого формування стратегії розкрутки сайту.

У будь-якому випадку, чим більше конкурентів і чим вони активніше, тим більше часу може знадобитися для просування сайту в ТОП Google. Більш того, сьогодні вже очевидно, що за певними високочастотними запитами піднімати веб-ресурс на перші місця нерентабельно. Краще шукати нові варіанти більш низькочастотних запитів, які допоможуть підняти веб-ресурс у ТОП Google.

Не варто, також, скидати з рахунків і те, що кількість конкурентів не постійна: нові сайти з’являються щодня. Цілком ймовірно, що серед них є і такі, які будуть займатися seo просуванням по Вашій тематиці.

**Приклад конкуренції за двома запитами:**

Не рекомендую також забувати про постійний аналіз конкуренції на ринку та самих конкурентів. Досягти успіху в seo просуванні сайту важко але можливо, тільки при систематичній щомісячній роботі над сайтом та аналізі проведених робіт.  
Клієнти, юзери сайтів стали надто вибагливими, щоб просто пробачати Вам помилки на сайті, відсутність товару, відсутність необхідної інформації. Адже таких як Ви є багато і вони одразу вийшовши із Вашого сайту знайдуть у пошуковій видачі інших.

**Що ж, щоб досягти успіху і отримати якісне seo просування сайту необхідно:**

1. Слідкувати за оновленнями конкурентів:  
   * зробити аудит конкурентів, де Ви зможете чітко побачити рівень конкуренції та шляхи як просунути сайт в топ Google, над чим варто краще працювати
   * постійно вести порівняння Ваших позиції та позиції головних конкурентів. Таким чином Ви зможете аналізувати власний ріс та ріст конкурентів;
   * аналізувати дії конкурентів в пошукових системах. Чи є використання реклами, чи збільшується контент і його якість та ін.
   * слідкувати за використання інших джерел додаткового трафіку (крім органічного). Це важливо аналізувати для якісного seo просування сайту в топ Google адже Ви повинні бути присутні там, де є Ваші конкуренти. Бути як альтернативний варіант, що не дає монополістам діяти самим на ринку. Аналізуючи це, Ви також зможете знайти для себе ще одну нішу джерела прибутку, яку раніше не використовували для збільшення продаж та якості seo просування сайту в топ Google. Одним із сервісів які Ви можете використовувати при аналізі джерел трафіку Ваших конкурентів є [SimilarWeb](https://www.similarweb.com/" \t "_blank). Звісно 100% даних Ви не отримаєте але, впевнений, це дасть поштовх Вам розвивати інші джерела трафіку.
2. Робити в 100% краще за конкурентів. Це стосується не лише seo просування сайту, а й роботи компанії в цілому. Зараз вже не достатньо зайти просто на сайт та вибрати необхідний товар, сьогодні користувач шукає мільйон способів дізнатися про Вас якомога більше перед купівлею. Активно спілкуйтеся із клієнтом, вчасно реагуйте на його потреби: відгук, запитання, коментар, заяву.
3. Слідкувати за оновленнями ранжування пошукових систем Google, за новими трендами seo просування в топ Google 2019 році.
4. Дослуховуватися до seo спеціалістів із якими Ви працюєте над просуванням сайту в топ. Вони як ніхто знають над чим найшвидше варто працювати, що нового вимагає пошукова система для того, щоб просунути сайт.

**3. БЮДЖЕТ ДЛЯ РОЗКРУТКИ САЙТУ В ТОП GOOGLE**

Швидкість просування сайту безпосередньо залежить від бюджету. Чим він більший, тим швидше можна обійти найближчих конкурентів. Як правило, бюджет має декілька складових:

* **оплата роботи SEO-фахівця.** Чим вище рівень інтернет-агентства та кваліфікація фахівця, тим вище вартість робіт. Якщо ви ще не знаєте про те, як обрати краще агентство — рекомендуємо прочитати про це в нашому матеріалі;
* **покупка посилань.** Тут зберігається той же принцип: чим якісніше вхідні посилання, тим вони дорожче і швидшим буде результат. Пам’ятайте, що закупівля посилань для просування сайту є важливою, тому не рекомендую на цьому економити. Краще купити кілька якісних дорожчих посилань, а ніж 100 дешевих та не тематичних. Зробивши тут помилку Ви не отримаєте ніякого результату від просування сайту в топ Google, а щей потрапити в чорний список пошукових систем – Під фільтр.
* **залучення сторонніх фахівців** (копірайтерів, програмістів, дизайнерів, верстальників і т.д.).

Розкрутка веб-ресурсу часто потребує послуг інших фахівців. Наприклад, для наповнення блогу, підготовки гостьових публікацій, внесення правок у код або ж зміни верстки певних сторінок.

Говорячи про бюджет, варто пам’ятати, що сайти-конкуренти щомісяця вкладають чималі суми для просування сайту в ТОП Google або ж для утримання своїх позицій. Для того, щоб отримати очікуваний результат необхідні системні інвестиції в просування. Чим більшим буде ваш бюджет — тим швидше будуть досягнуті бажані показники.

**4. АЛГОРИТМИ І ФІЛЬТРИ ПОШУКОВОЇ СИСТЕМИ GOOGLE, ЯКІ НЕ МОЖНА ОМИНУТИ ПРИ ЯКІСНОМУ ПРОСУВАННІ САЙТУ**

Машинне навчання та розробка пошукових алгоритмів останнім часом стали дуже тісно пов’язані між собою. Даний метод якнайкраще намагається допомогти користувачеві знаходити результат, який максимально відповідає його запитам. Для кращого розуміння користувачів, розробники пошукових систем постійно працюють в даному напрямку і впроваджують можливості штучного інтелекту для поліпшення результатів видачі. Наприклад, Ви вбиваєте в пошук слово “піца”, а результат пошуку показує найближчі піцерії. Таким чином працює локальна оптимізація.

Пошукова система Google має алгоритми і фільтри, за допомогою яких перевіряються сайти на предмет виконання рекомендацій у просуванні. Ті веб-ресурси, які порушили рекомендації, автоматично опускаються у видачі, а іноді і зовсім потрапляють у бан пошукової системи:

Найвідомішими алгоритмами Google є Penguin (останнє оновлення 6 жовтня 2016 г.) і Panda (оновлення — 17 липень 2015 г.):

* **Google Penguin — алгоритм**, який було запущено пошуковою системою Google 24 квітня 2012 року. Завдяки йому з’явився стандарт якості посилань. Даний алгоритм опускає в рейтингу сайти, які порушують правила Керівництва для веб-майстрів Google. Зокрема, це стосується сайтів, які використовують спамні техніки розміщення зворотних посилань: з підозрілих ресурсів, з великим відсотком прямого входження, мають одноманітну кількість посилань.
* **Google Panda — алгоритм**, який було запущено пошуковою системою Google 23 лютого 2011 року. Завдяки йому з’явився певний стандарт якості текстів. Сайти, які використовують низькоякісний або неунікальний контент автоматично знижуються в рейтингу.

Фільтрів Google існує набагато більше (деякі фахівці вважають, що їхня кількість перевищує кілька сотень). Зупинимося на деяких найбільш популярних:

* Швидкість завантаження сайту. Один із важливих показників. Просування сайту під Google полягає в тому, щоб прискорювати свої сайти до космічних швидкостей. Якщо швидкість завантаження сторінки перевищує 2 секунди — це вже впливає на її рейтинг. Оптимальний час завантаження — до 1,5 секунди. Перевірити швидкість завантаження Вашого сайту можете [за цим посиланням](https://tools.pingdom.com/).
* Швидкість нарощування маси посилань. Пошукова система здатна зафіксувати стрімкий (неприродній) приріст маси посилань на певний веб-ресурс. У такому випадку сайт може потрапити під санкції або, навіть, у бан пошукової системи. Тому маса посилань повинна зростати поступово — для Google це буде виглядати більш природньо. Нагадую, що крім росту кількості маси посилань у 2019 році одним із важливих факторів просування сайту в топ Гугл є щей якість посилань.
* Дубльований контент. Оскільки кількість контенту в інтернеті зростає щодня, Google намагається визначати унікальність кожного нового тексту. Якщо веб-ресурс ловлять на плагіаті — його рейтинг знижується. Виходячи із нових трендів seo просування сайту в топ Google контент повинен бути не лише унікальним, а й експертним. Тому, рекомендую перед тим як писати статті про “щось”, ознайомтесь із тематику максимально глибоко, в іншому випадку Ви не отримаєте жодних результатів від просування сайту в Гугл.
* «Пісочниця». Фільтр, який не дозволяє новим сайтам швидко підніматися в рейтингу. Таким чином Google не піднімає в ТОП веб-ресурси, які щойно з’явилися або не дуже якісні. Для того щоби боротися за високочастотні запити, знадобиться не менше півроку просування по низько- і середньочастотних запитах. Також домен повинен отримати свій рівень авторитетності, а сайт пройти кілька індексацій:

Більшість фільтрів відомі SEO-фахівцям, тому їм набагато простіше розробити стратегію просування сайту, розуміючи що саме потрібно виправити на веб-ресурсі.

Чим швидше будуть внесені правки на сторінки веб-ресурсу, тим швидше вони почнуть підніматися в ТОП Google.

**5. ЯКІСТЬ ВНУТРІШНЬОЇ ОПТИМІЗАЦІЇ**

Якість внутрішньої оптимізації відіграє особливу роль у процесі просування сайту в топ Гугл. За результатами SEO-аудиту оцінюється весь обсяг робіт по внутрішній оптимізації, який включає:

**1. ОПТИМІЗАЦІЮ МЕТАТЕГІВ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ САЙТУ В ТОП GOOGLE**

До них відносяться:

* Title — метатег назви сторінки. Має безпосередній вплив на ранжування сайтів:

Довжина Title не повинна перевищувати 70 символів, а для мобільної версії — не більше 78 символів. Пам’ятайте, що Title повинен бути максимально цікавим, інформативним та містити основний ключовий запит за яким оптимізована сторінка. В жодному разі просування сайту в топ не буде ефективним, якщо Title не відповідати всім вимогам.

* Description — метатег опису сторінки. Має вплив на поведінковий фактор (показник CTR):

Довжина Description може мати до 270 символів. Description повинен містити у собі не лише текст з урахуванням ключових слів, що сприяють просуванню сайту в топ гугл, а й заклики до дії, Ваші переваги та навіть як з Вами зв’язатися (номер телефону, адреса та ін.). Таким чином стимулювати клік саме по Вашому сайту, а не по сайту конкурентів. Варто врахувати те, що на вміст Description звертують увагу не тільки пошукові системи Гугл, але також користувачі. Тому пишіть в першу чергу для користувачів.

* Інші технічні метатеги (Content-language, Content type, Refresh, Author і т.д.) — багато з них встановлюються на кожній сторінці, а деякі використовуються при потребі потреби. Наявність таких технічних метатегів дозволяє пошуковому роботу швидше і точніше індексувати вміст сторінки.

**2. ОПТИМІЗАЦІЯ ТЕГІВ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ САЙТУ В ТОП GOOGLE**

До них відносяться:

Alt — тег альтернативного опису зображень на веб-ресурсі, що повинен містити у собі ключове слово для покращення якого ведеться просування сайту в топ. Кожна фотографія або інший тип зображень повинен мати прописаний тег:   
Яким чином тег Alt впливає на якісне просування сайту в топ Google? У 2019 році все частіше здійснюється пошук за ключовими словами через картинки. Таким чином використовуючи ключові слова у тезі Alt Ви покращуєте і дооптимізовуєте сторінку,  збільшуєте її охоплення в мережі інтернет та просуваєте сайт в цілому.

* H1, H2 — теги заголовків розділів і підрозділів, за допомогою яких можна структурувати текст:

Яким чином теги H1, H2 впливають на якісне просування сайту в топ Google? Попри те, що використовуючи ці теги ми чітко структуруємо наш контент на сайті, ми ще й даємо змогу зрозуміти пошуковим системам пріоритетність та акцентуємо увагу на заголовках. Кожен тег H1, H2 повинен містити ключові слова для покращення просування сайту, у іншому випадку на цей контент можуть не потрапити.

* Виділення курсивом / жирним шрифтом — теги, які дозволяють акцентувати увагу на словах і фразах у тексті.

Досить поширений метод акцентування уваги і водночас просування сайту в топ Гугл. Проте, має свої переваги та недоліки.

**Переваги використання Виділення курсивом / жирним шрифтом** для оптимізації сторінки та просування сайту в цілому:

1. Акцентування уваги на основних і важливих деталях, які Ви хочете донести до клієнтів;
2. Структурувати текст для кращого сприйняття користувачем.

**Недоліками використання Виділення курсивом / жирним шрифтом** для оптимізації сторінки та просування сайту в цілому:

1. Надлишкове використання тегів призводить до розгублення користувача на сайті і відповідно збільшується показник відмов, що сильно впливає на просування сайту в топ гугл.

**3. ПІДГОТОВКА ТЕКСТІВ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ САЙТУ В ТОП GOOGLE**

Якість пошуку зростає. Намагатися обійти пошукові системи все складніше. Тільки «СДЛ» (сайти для людей) будуть в тренді. Наявність грамотних, унікальних і корисних текстів, орієнтованих на читача, а не на пошукових роботах, є важливою складовою просування сайту.

Обов’язковою умовою для кожної сторінки є наявність ключових слів, за якими пошуковий робот «зрозуміє» про що йде мова. Таким чином, при певному запиті саме така сторінка буде потрапляти в результати пошукової видачі.

Для того, щоби підготувати відповідні ключі, збирається семантичне ядро ​​веб-ресурсу.

Говорячи про якісні текстах, варто звернути увагу та усунути можливі дублі текстів на різних сторінках.

Враховуючи тренд seo просування сайту в Гугл та вимоги пошукових систем контент на сайті має бути виключно експертним та вичерпуючим. Тільки тоді просування сайту буде якісним та вдалим.

Не варто зациклюватися лише на одному типі контенту. Надаю перелік різновидів контентів, що допоможуть Вам у просуванні сайту в гугл:

1. **Статті-огляди.**У кожному бізнесі є змога знайти ті теми які читатимуть користувачі з задоволенням;
2. **Відео-огляди або вебінари.** Це трудомісткий процес але він того вартий. Спілкуйтеся із користувачами, а головне навчайте їх користуватися Вашими послугами чи товарами.
3. **Відео-відгуки.** Інформуйте користувачів про Ваших справжніх клієнтів та діліться їх враженнями про співпрацю з Вам.
4. **Інфографіка.**Найкращий спосіб зрозуміло і цікаво донести складну інформацію до клієнтів.
5. **Підбірки.**Збирайте найважливішу інформацію для клієнтів в Ваших підбірках. Наприклад: “Топ 10 книг для просування сайту в топ Гугл”. Впевнений це користуватиметься попитом.

**4. СТРУКТУРА САЙТУ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ САЙТУ В ТОП GOOGLE**

Особливо важлива структура для інтернет-магазинів, які традиційно складаються зі сторінок категорій та карток товарів. Крім них на сайті магазину може бути блог, сторінки з умовами оплати та доставки, а також інша допоміжна інформація. В результаті, по мірі наповнення сайт ускладнюється. Проте, для пошукового робота він не повинен містити більше 3-х рівнів вкладеності.  
Приклад ментальної карти зі структурою однієї з категорій сайту

Без якісного опрацювання структури веб-ресурсу, його просування буде малоефективним, дорогим і, у більшості випадків, не дасть очікуваних результатів.

Якщо Ви тільки плануєте створити власний сайт його структуру варто складати тільки після чіткого аудиту: аналізу потреб споживачів, конкурентів та семантичного ядра. Після аудиту вже можна втілювати сайт у життя та займатися його просуванням та оптимізацією.  
Якщо у Вас вже існує сайт але дуже повільно просувається – одною із причин може бути погана структура сайту. Можливо занадно складна на користувачів, можливо поділена неправильно згідно семантичного ядра, або й взагалі користувачі її не розуміють. У такому випадку рекомендую зробити повторний аудит та наявність помилок seo просування сайту та аудит юзабіліті за допомогою карти кліків Plerdy, що допоможе чітко зрозуміти у чому полягає причина відсутності росту позицій та зріст показника відмов.

Окремо варто сказати про важливу складову оптимізації сайту: для пришвидшення індексації веб-ресурсу бажано розмістити файли robots.txt і sitemap.xml.

**5. ПЕРЕЛІНКОВКА ДЛЯ ПРОСУВАННЯ САЙТУ В ТОП GOOGLE**

Важливою складовою просування сайту є час пробутий на сайті, а також кількість сторінок яку користувач відвідав на сайті за один сеанс. Досягти максимально хорошого ефекту можна завдяки перелінковці. Перелінковка – своєрідне поєднання двох споріднених тематикою сторінок для утримання користувачів на сайті. Простіше це маленьке посилання на схожу по тематиці статтю чи сторінку десь між абзацами тексту на сайті або окремим блоком “Схожі статті”. Перелінковка служить в просуванні сайту не лише для утримання клієнтів на сайті, а й таким чином додає важливість іншим сторінкам в очах пошукових систем.

**6. ЗОВНІШНІЙ ФАКТОР ДЛЯ ПРОСУВАННЯ САЙТУ В GOOGLE**

Зовнішнім фактором, який впливає на швидкість просування сайту в ТОП Google є якість і кількість посилань, які йдуть на веб-ресурс, який просувається з інших авторитетних джерел.

Чим більше таких посилань — тим вище рівень довіри пошукової системи до веб-ресурсу і вище його позиція в пошуковій видачі. При цьому варто пам’ятати, що тільки поступове зростання вхідних посилань сприймається Google в якості природнього. Занадто швидке зростання може стати причиною санкцій з боку алгоритму Google Penguin.  
Зростання кількості посилань повинне бути плавним і тільки з авторитетних джерел. Тому фахівці з SEO докладають чимало зусиль аби отримати їх якомога більше. Втім, тут існує тонка межа, яка відрізняє роботу професіонала від новачка: під час нарощування кількості зворотних посилань, необхідно акцентувати увагу саме на їх якості, а не кількості. Бажано, щоб посилання були природними – тобто такими, які були розміщені на інших ресурсах, оскільки їх власники вважають ваш контент цікавим та пізнавальним.  
Приклад поступового нарощування маси посилань:

**Де саме Ви можете здійснювати закупівлю посилань:**

1. **В біржах статей та посилань (MIRALINKS, GoGet Links).** Це своєрідні площадки, де є зібрані різноманітні тематичні сайти, що пропонують за винагороду опублікувати Ваші статті із посиланнями на їх сайті;
2. **Напряму у сайтів.** Здійснення купівлі напряму у веб-мастерів сайту без різноманітних комісій.

Нагадую, що закупівлю посилань для кращого просування сайту варто делегувати seo спеціалістам. Тільки вони справді зможуть підібрати максимально тематичний і якісний сайт для якісного просування сайту в топ Google.

7. НОВИНКИ У ТРЕНДАХ SEO ПРОСУВАННЯ САЙТУ В ТОП GOOGLE

Пошукові системи Google не зупиняються та постійно вдосконалюють свої алгоритми для кращого пошуку користувачам. Кожного кварталу пошукові системи все більше впроваджують нових нюансів без використання яких Вам не вдасться потрапити та просунути сайт в топ Google. Отже коротко про основні тренди seo просування сайту у 2019 році:

1. **Зростання ролі експертного контенту.**Розвивайте, доопрацьовуйте існуючий та пишіть новий і тільки якісний контент для просування сайту в топ Гугл;
2. **Збільшення важливості локального seo просування сайту та компанії в цілому.**Якщо Ви працюєте локально, а не масштабно, рекомендую розпочати активну роботу над покращенням сайту вже зараз;
3. **В першу чергу оптимізуйте Ваш сайт під мобільні пристрої.** Mobile First Index. Основна концентрація уваги Google при ранжуванні сайтів у пошуці – присутність зручної мобільної версії сайту.
4. **Збільшується вплив поведінкових факторів ранжування.**Вже не достатньо просто заманити користувача на сайт. Необхідно утримати його там.
5. **Голосовий пошук набирає стрімких обертів.** Встигніть бути першими, хто допоможе користувачу швидко знайти усю необхідну інформацію.

Знаючи нові тренди seo просування сайту у 2019 році Ви вже озброєні на 50%. Інші 50% залиште Вашим партнерам з seo просування сайту в топ Google.

Чому так довго триває оптимізація та просування сайту в Гугл?

За умови постійної роботи по просуванню сайту, перші результати можна побачити не раніше ніж за 2–3 місяці, а потрапити в ТОП-10 Google по низько- і середньочастотним запитам — через 8–10 місяців безперервної роботи.

**Чому просування веб-ресурсу триває так довго?**

Тому, що процес сканування змін на сайті може тривати від кількох днів до кількох тижнів. Усе залежить від перерахованих критеріїв, які ми перерахували вище.

Висновки

Якщо ви хочете прискорити seo просування свого проекту в ТОП Google і отримати якомога більше органічного трафіку, то єдина можливість — старанна робота над вдосконаленням сайту.

Необхідно регулярно переглядати і доповнювати семантичне ядро, розширювати та оптимізувати контент, збільшувати кількість зовнішніх посилань, стежити за показниками роботи ресурсу.

Такі зусилля не залишаться непоміченими і, з часом, виросте як авторитетність сайту, так і швидкість реакції пошукових систем на внесення зміни.

Головне пам’ятати про те, що для SEO особливо актуальним є системне просування відповідно до обраного плану.

Кейс інтернет магазину електроніки та годинників

Оскільки проект прийшов до нас досить недавно, то за півроку було досягнуто росту трафіку на 50%.  
Перелік помилок, які були знайдені та виправлені протягом ведення проекту:

1. Виявлено загальні категорії, які можна розділити на підкатегорії. Для прикладу, на початку просування була лише одна категорія “Колонки”, яку ми розділили на підкатегорії “Портативні колонки”, “Колонки для ПК”.
2. Банери на слайдері головної сторінки мали різні розміри та псували загальний вигляд сторінки.
3. Було знайдено товари без фотографій. Також на деяких товарах було лише одне фото.
4. Знайдено дублі мета описів та їхню відсутність на деяких сторінках. Було створено шаблон для запобігання цієї проблеми.
5. Знайдено категорії без товару.
6. Було створено перелінковку в статтях блогу на товари відповідної тематики.
7. Виявлено проблеми з версткою, деякі блоки накладались на сусідні.

Перелік щомісячних робіт над проектом

Оскільки бюджет клієнта був мінімальний та обмежений, було прийнято рішення оптимізувати категорії для розширення семантики та нарощувати посилальну базу сайту. Це найоптимальніший варіант для просування при мінімальному фінансуванні.

1. Було закуплено понад 60 посилань на унікальних доменах
2. Кожного місяця оптимізувалося по 5-6 категорій на 30-40 тисяч символів. Ріст кількості фраз у видачі можна глянути на графіку

Результати проведених робіт

На початку ведення ситуація в Search Console за один місяць була наступною:

Зараз за місяць ми маємо такі результати:

Порівняльна статистика до початку ведення та за період ведення, а саме останні 6 місяців з попередніми:

Статистика з аналітики за період ведення з попереднім періодом:

За півроку трафік з органіки зріс на 50%, проте кількість транзакцій виросла на 200%, а дохід на 382%.

Кейс интернет-магазину товарів для садівництва

Цей проект реалізований на створеній під потреби клієнта самописній CMS, де було виявлено проблеми з внутрішньою СЕО-оптимізацією сайту. Для прикладу, на сайті був відсутній шаблон для метаданих, а також функціональна можливість заповнити ці дані з адмінки сайту. Було знайдено товари, які не належать до жодної категорії та підкатегорії. Файл robots.txt створений неправильно, деякі сторінки товару були заблоковані для індексації, а sitemap.xml мав недопустимий та нечитабельний вигляд. Не задано правильний анкор для посилання на сторінку товару, а їхня кількість була більше одного. Також не було реалізовано російської версії сайту, а це значно обмежувало загальний розмір семантики. Аналітика сайту була налаштована неправильно та фіксувала технічні сторінки замовлення з конфіденційними даними клієнта. Ці сторінки не мали жодного захисту та доступ до них був вільним. Також сайт був на http протоколі, що сьогодні вважається однією з критичних помилок інтернет-магазинів для пошуковиків.

Під час проведення юзабіліті-аудиту було виявлено наступні помилки:

1. Ціна товару знаходиться не під товаром, а десь збоку. Це нестандартно та незвично для користувачів.
2. Було знайдено проблеми у верстці. Корзина налазила на логотип, а плитки товару були непропорційними та мали різну висоту. Блок зі схожими товарами також був непропорційно зверстаний.
3. У мобільній версії банер головної сторінки мав великий розмір та вагу. Було прийнято рішення прибрати його для покращення зручності та швидкості завантаження сайту.
4. На головній сторінці були присутні посилання на  категорії, які не мали жодного товару.
5. Було підключено [сервіс Plerdy,](https://www.plerdy.com/)та при аналізі головної сторінки, завдяки карті кліків, було виявлено, що деякі блоки з рекомендованими товарами не мали жодних кліків та переходів. Їх було замінено на популярні згідно з даними з аналітики товарів.

Який ми отримали результат після проведення юзабіліті аудиту? Погляньте на статистику кількості кліків на сайті до проведення робіт:

Та статистику кліків, яку ми отримали:

Як бачимо, приріст кліків збільшився майже в 1,5 рази за досить короткий період. Ці дані ще раз доводять що юзабіліті аудит – не менш важлива складова технічного аудиту.

Комплекс щомісячних робіт ведення проекту включав наступні обов’язкові роботи:

1. Збільшення посилальної бази. За період ведення проекту було нарощено понад 150 унікальних посилань на різних доменах
2. Збільшення семантики сайту шляхом оптимізації категорій та карток товару, написання відгуків та тематичних до товарів статей у блог сайту. Згідно з даними із “Серпстату” кількість фраз в видимості постійно зростає

Тепер перейдемо до даних з аналітики та результатів, яких вдалося досягнути.

За період ведення сайт відвідали понад 70 тисяч користувачів з органіки. Здійснено понад 4 тисячі транзакцій на суму більше 1,3 млн грн.

Також можна переглянути ріст сайту, порівнявши перший рік просування з наступним:

Згідно з цими даними кількість користувачів з органіки в порівнянні з попереднім роком ведення збільшилось на 153%, з яких 150% – це нові користувачі. Кількість транзакцій зросла на 18%, а дохід сайту – на 30%.

Висновок:

В даному кейсі було описано проблеми, які вдалося виправити та наведено результат проведених робіт. Також варто відзначити ефективність проведеного юзабіліті-аудиту за допомогою сервісу Plerdy. На теперішній час основні роботи над проектом – це щомісячне збільшення посилальної бази та розширення семантики сайту.