**ПРАКТИЧНА РОБОТА №2**

**Тема: Пошукова оптимізація та просування в мережі Інтернет**

Мета роботи: ознайомитись з методами просування сайтів в пошукових системах та здійснити комплексний аналіз сайту.

*Практичні завдання*

1. Оберіть будь-який сайт для здійснення комплексного аналізу

2. Проведіть комплексний аналіз сайту за наступними критеріями:

– вивчіть напрям й тематику Інтернет-ресурсу;

– ознайомтесь з сайтами конкурентів та проведіть їх характеристику за показниками:

а) асортименту товарів;

б) інформаційних показників;

в) сервісних показників;

г) показників додаткових послуг;

д) показник економічності;

3. Проаналізуйте навігацію сайту.

Зробіть висновки та пропозиції щодо покращення структури та змісту сайту

Приклад виконання.

**І. Першим етапом є комплексний аналіз сайту, який передбачає таке:**

*1. Вивчення напрямку й тематики Інтернет-ресурсу*. Напрямок – Інтернет-торгівля, тематика – продаж комп’ютерної техніки та різноманітних аксесуарів до неї.

*2. Знайомство з сайтами конкурентів*. Головними конкурентами даного інтернет-магазину є Rozetka, Сompservice, VirusPoint, MOBILLUCK, Техком, Технокомп, Лагуна.

Аналіз кабінетних досліджень конкурентів показав, що перші позиції в пошуковій видачі займає MOBILLUCK і Rozetka. Досконаліше проведемо аналіз саме цих конкурентів за одиничними й комплексними показниками, зокрема: інформаційні, сервісні, додаткових послуг, безпеки, економічності й показник асортименту товарів (табл. 1).

Таблиця 1 – Характеристика інтернет-магазинів

|  |  |
| --- | --- |
| Показники | Назви сайтів |
| MOBILLUCK | Rozetka | kibernetiki.com.ua |
| **Асортимент товарів:** | 3 | 3 | 2 |
| **Інформаційні:** |  |  |  |
| − повнота інформації про товар | 2 | 2 | 3 |
| – зручність подання інформації про товар (виділення основного тексту, подання списком і т. д.) | 2 | 3 | 2 |
| − наявність додаткової інформації | 3 | 3 | 3 |
| **Сервісні:** |  |  |  |
| − терміни постачання | 3 | 3 | 3 |
| − можливі способи оплати | 3 | 3 | 3 |
| **Додаткових послуг:** | 1 | 1 | 1 |
| **Економічності:** |  |  |  |
| − вартість основних груп товарів | 1 | 3 | 2 |

Для кожного з показників використовуємо певну шкалу. Так, показник **асортимент товарів** оцінюється так:

− різноманітний асортимент, що налічує більше 10 груп товарів, починаючи від телефонів і закінчуючи знаряддями для відпочинку – 3 бали;

− достатньо широкий асортимент товарів, що вміщує в собі, крім комп’ютерної техніки, також побутову техніку – 2 бали;

− асортимент товарів складається лише з комп’ютерної техніки й комплектуючих до неї – 1 бал.

**Аналіз інформаційних показників:**

1. Повнота інформації про товар на сайті оцінюється так:

− повна, вичерпна, структурована інформація про товар – 3 бали;

− повна інформація, але не структурована – 2 бали;

− неповна інформація про товар, відсутність основних її характеристик – 1 бал;

− не міститься жодна інформація, окрім назви товару – 0 балів.

2. Зручність представлення інформації про товар (виділення основного тексту, подання списком і т. д.):

− заголовок, підзаголовки й можливі характеристики виділені жирним шрифтом і більше сприймаються відвідувачем сайта – 3 бали;

− основні заголовки й підзаголовки виділені жирним шрифтом, але деяка інформація про товар не сприймається (відсутність структурованості тексту) – 2 бали;

− лише загальний заголовок виділено жирним – 1 бал.

3. Наявність додаткової інформації (наприклад, пізнавальні статті) оцінюється таким чином:

− на сайті наявні додаткові інформаційно-пізнавальні статті, що допомагають покупцям обрати потрібний товар, а також посилання на інші ресурси схожої тематики (більше 5 статей і посилань) – 3 бали;

− наявна незначна кількість статей і посилань на інші сайти (до 5 статей і посилань) – 2 бали;

− на сайті присутні лише посилання або лише пізнавальні статті – 1 бал;

− відсутня будь-яка додаткова інформація – 0 балів.

**До сервісних відносять такі показники**:

1. Терміни постачання оцінюються так:

− 1-2 дні, залежно від регіону – 3 бали;

− від 2 до 5 днів – 2 бали;

− покупець зможе отримати товар лише через 5-7 днів – 1 бал;

− затримка більше 1 тижня – 0 балів.

2. Можливі способи оплати оцінюють так:

− передбачено готівковий, безготівковий і за допомогою Інтернет-розрахунків Web Money – 3 бали;

− передбачено лише два варіанти оплати – 2 бали;

− передбачено лише один варіант оплати товарів із вищезазначених – 1 бал.

**Показник додаткових послуг**, що характеризує наявність на сайті підбору або порівняння потрібних товарів, а також он-лайн консультантів, що оцінюється так:

− дана послуга наявна в повному обсязі на сайті й працює – 3 бали;

− дані послуги подані, але працюють не достатньо ефективно (наприклад, неможливо зв’язатися з консультантом) – 2 бали;

− існує лише один із запропонованих інструментів – 1 бал.

**Показник економічності** враховує вартість товарів на кожному з сайтів інтернет-магазинів. Для оцінки цього показника проводилося порівняння цін на однакові моделі ноутбуків, моніторів і телевізорів. Наприклад:

*Ноутбук Acer Aspire 5250-E302G32Mikk (LX.RJY0C.036) 15.6*:

MOBILLUCK – 2952 грн; Rozetka – 2857 грн; GRAND.UA – 2873 грн.

*Монітор 21.5» Philips V-line 221V2AB/00 Black*:

MOBILLUCK – 1144 грн; Rozetka – 1081 грн; GRAND.UA – 1103 грн.

*Телевізор Samsung UE-46EH5000*:

MOBILLUCK – 7137 грн; Rozetka – 7255 грн; GRAND.UA – 7251 грн.

Ураховуючи ціни на зазначені товари, можна стверджувати, що найдорожчим Інтернет-магазином є MOBILLUCK (1 бал), а найдешевшим – Rozetka (3 бали), GRAND.UA займає проміжне місце і його економічний показник, що становить 2 бали.

*3. Аналіз навігації сайту*. Для визначення якості навігації пропонується проводити опитування відвідувачів безпосередньо на сайті. Наприклад, задавши таке питання:

Як Ви можете оцінити навігацію даного сайту (зокрема, простоту й зручність переходів по сторінках сайту):

− відмінно;

− добре;

− посередньо;

− незадовільно?