

АНАЛИЗ САЙТОВ АГРАРНЫХ ВУЗОВ НА ПРЕДМЕТ ПОИСКОВОЙ ОПТИМИЗАЦИИ



Плотников Андрей Викторович,

кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента, ФГБОУ ВО «Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д.Н. Прянишникова»; 614990 г. Пермь, ул. Петропавловская, 23
plotnikov-av@mail.ru

В статье представлены результаты анализа сайтов аграрных вузов. Собраны статистические данные, необходимые для проведения поисковой оптимизации web-страниц. Определены отклонения количественных показателей по факторам от сайтов-лидеров по запросам. Применяя поисковый маркетинг для продвижения вузов, важно уделять внимание следующим факторам: объем текста в словах, семантическое ядро, количество точных вхождений запроса ключевой фразы в текст, процент вхождения слов из запроса в текст, процент вхождения ключевых слов из запроса в тег Title, процент вхождения в анкоры исходящих ссылок, процент вхождения словоформ, синонимов в текст, число релевантных документов по тегу Title, количество внутренних ссылок на URL, внешние ссылки на домен и тематический индекс цитирования. Соблюдение принципов поискового маркетинга улучшает видимость сайта в поисковых системах и увеличивает количество переходов на сайт и соответственно конверсий в потребители.

Ключевые слова: продвижение вузов; интернет-маркетинг; электронный маркетинг.

ВВЕДЕНИЕ

Для создания эффективной маркетинговой кампании, направленной на привлечение абитуриентов в вузы и увеличение доходов учреждения, необходимы многолетние исследования и эксперименты. В настоящее время образовательные услуги в регионах совершенно не адаптированы к рыночной среде. Для привлечения контингента в вузы используются методы: ярмарки с низкой посещаемостью целевой аудиторией, раздача рекламных листовок и тому подобное. Эти методы, конечно, работают, но их эффективность в качестве рекламных каналов сложно контролировать.

По данным Ассоциации коммуникационных агентств России, в 2016 году общий объем российского рекламного рынка составил 360,5 млрд руб., что на 11% больше, чем в 2015 году. При этом объем доходов в сфере интернет-рекламы с динамикой роста 21% составляет 136,0 млрд руб. и уступает лишь телевизионной рекла-

ме. Сильная отрицательная динамика наблюдается в сегменте печатных СМИ (-16%)*. Собственники и менеджеры более рационально начали расходовать средства на рекламные кампании и, учитывая потенциальную возможность оценить окупаемость инвестиций (англ. *Return of investment, ROI*), стали больше вкладываться именно в интернет-рекламу (контекстная реклама в Яндекс.Директ, Google AdWords). Реклама в сети дорожает и соответственно возникает спрос на услуги в области поисковой оптимизации (англ. *Search engine optimization, SEO*) сайтов, где потребитель выбирает услугу на основе результатов поисковой выдачи систем Google и Яндекс.

Изучению факторов и мотивов потребительского выбора на рынке образовательных услуг посвящена работа А.В. Нетесовой. В ходе ее исследования определено, что распространенным источником информации о вузе является Интернет, а именно сайт вуза (78%) [1]. Пример использования интер-

нет-маркетинга в г. Ярославль описан в статье А.Ф. Завьялова [2], где 84,2% респондентов абитуриентов сослались на Интернет как источник информации о вузе. Таким образом, поведение абитуриентов при потребительском поиске основывается на результатах поисковой выдачи, следовательно, администрация вузов должна обращать внимание на поисковую оптимизацию сайта как метод продвижения образовательных услуг.

На примере аграрных вузов в статье проведен анализ факторов, влияющих на выдачу в поисковых системах. Предметная область исследования относится к *поисковому маркетингу* (англ. *Search engine marketing, SEM*) и имеет прикладное значение в работе маркетолога.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Статистические данные для исследования собраны инструментом Tools.Pixelplus по факторам поисковой оптимизации**. Проведенное в статье исследование

* Объем рекламы в средствах ее распространения в 2016 году: http://www.akarussia.ru/knowledge/market_size/id7363.

** Tools.Pixelplus [Электронный ресурс] <https://tools.pixelplus.ru>.