

УДК 004.89

ЗАСТОСУВАННЯ ФУНКЦІЙ EXCEL ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ПОЧАТКОВОЇ МНОЖИНИ ПОШУКОВИХ ЗАПИТІВ

Воронянський В.С.¹, Поночовна О.В.², Корнет Р.В.³

¹Полтавський коледж нафти і газу Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка, Полтава, ²Полтавська державна аграрна академія, Полтава, ³Міжнародний науково-технічний університет імені академіка Юрія Бугая, Полтава

E-mail: volodimir.voronjanski@gmail.com, elena.ponotchovna@gmail.com, rostislav-kornet@yandex.ua

Всесвітнє охоплення користувачів мережею Інтернет привело до появи можливостей для комерційної діяльності, які зацікавили не тільки великі, а й середні та дрібні компанії різних сфер діяльності. Виникли тертя між підприємцями з власницькими тенденціями і користувачами Інтернет, які вважають відкритість неодмінною умовою подальшої еволюції мережі [1].

Заходи щодо проектування, підтримки та забезпечення якості інформаційного ресурсу розглядаються в рамках концепції пошукової оптимізації (SEO, що є аббревіатурою від Search Engine Optimization). SEO це процес, коли для вебсайту застосовується така структура, технологія і контент, що пошукові машини заохочують його і дають більший рейтинг для певних ключових фраз [1]. Усі ключові фрази, які користувачі набирають в пошуковому рядку будь-якої пошукової системи за кількістю запитів, здійснюваних користувачами на протязі місяця можна розділити на три групи [2]: високочастотні, середньочастотні, низькочастотні.

Інструментарій веб-сервісу adwords.google.com [3] розрахований на підтримку платної контекстної реклами у даній пошуковій системі. Проте він має «безцінний» інструмент для оцінки частотності та підказок синонімічних ключових слів – Targeting. Для вибору найбільш вдалих варіантів ключових фраз необхідно сформуванати початкову множину комбінацій одиночних тематичних термінів з визначеної тематики. Наприклад, для сайту, який просуває продаж сільськогосподарської продукції тваринництва, вдалими фразами є: купити, продаж, ціна, опт, молоко, м'ясо, сало, жир тощо. Такі фрази можна виділити в окремі підмножини та організувати їх поєднання за допомогою табличного процесора Excel та його функцій конкатенації текстових рядків (&) за змішаними посиланнями (\$A1 та B\$3).

За допомогою інструментарію adwords з отриманої множини фраз вибирають найбільш привабливі за критеріями частотності та релевантності.

Література

1. SEO Словник – Релевантність. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: – <http://igroup.com.ua/seo-articles/relevantnist/>– 08.09.2018 р.

2. Энж Э. *SEO – искусство раскрутки сайтов* / Э. Энж, С. Спенсер, Р. Фишкин, Дж. Стрикчиола – СПб.: БХВ-Петербург, 2013 – 668 с.

3. Планировщик ключевых слов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <https://adwords.google.com/ko/KeywordPlanner> – 08.09.2018 р.