**1.3 SEO (Որոնողական համակարգերի օպտիմալացում)**

**1․3․1 Ընդհանուր դրույթներ**

SEO-ն (Search Engine Optimization) որոնողական համակարգերում կայքի օպտիմալացումն է՝ որոնման արդյունքում առաջին հորիզոնականներում հայտնվելու նպատակով: Այն որոշակի գործողությունների համախումբ է, որոնք հնարավորություն են տալիս բացահայտել կայքի առաջխաղացման վրա ազդող տեխնիկական, կառուցվածքային ու բովանդակային խնդիրները և միաժամանակ մշակել դրանց շտկմանն ուղղված ռազմավարություն:

Որքան բարձր է կայքի դիրքը որոնման արդյունքներում, այնքան ավելի շատ օգտվողներ են տեսնում և այցելում կայք: Իսկ կայքում ունենալով օգտվողի կողմից որոնվող համապատասխան ապրանքը կամ ծառայությունը, վաճառողն ունենում է այն վաճառելու մեծ հավանականություն: Հետևաբար օնլայն շուկայում վաճառքի և ծառայությունների մատուցման ցանկալի արդյունքների հասնելու համար առաջ է գալիս *կայքի առաջխաղացման անհրաժեշտություն*:

Օպտիմալացման կանոնները սահմանվում են որոնողական համակարգերի կողմից: Նրանցից յուրաքանչյուրն օգտագործում և պարբերաբար թարմացնում է իր վարկանիշային ալգորիթմները, որոնք կախված են բազմաթիվ գործոններից: Եվ, չնայած այդ բանաձևերը գաղտնի են պահվում, SEO մասնագետները գիտեն, թե որ գործոններն են առավելագույնս ազդում կայքի առաջխաղացման վրա: Առաջնորդվելով այդ կանոներով և կիրառելով համապատասխան քայլերի հաջորդականություն, հնարավոր է բարելավել կայքի դիրքը որոնման արդյունքներում:

SEO-ն կարող է թիրախավորել տարբեր տեսակի որոնումներ, այդ թվում, նկարների, վիդեոների, ապրանքների, ծառայությունների և նորությունների որոնումներ։ SEO-ն լոկալ որոնողական համակարգերի օպտիմալացումից տարբերվում է նրանով, որ այն կենտրոնացած է միջազգային որոնումների վրա, իսկ լոկալ որոնողական համակարգերի օպտիմալացումը կենտրոնանում է բիզնեսի առցանց տեսանելիության օպտիմալացման վրա, որպեսզի կայքը ցուցադրվի որոնման համակարգերով, երբ այցելուն մուտք գործի տվյալ տարածաշրջանից՝ կոնկրետ ապրանքի կամ ծառայության որոնման համար:

SEO-ի գործառույթներից է ուսումնասիրել, թե ինչպես են աշխատում որոնողի վարքագիծը թելադրող որոնողական համակարգերը, համակարգչային ալգորիթմները, որոնողական համակարգերում մուտքագրված բանալի բառերը, և որ որոնողական համակարգերն է թիրախավորում անհրաժեշտ լսարանը։ Կայքի օպտիմալացումը ներառում է անհրաժեշտ *բանալի բառերով* կոնտենտի ավելացում և խմբագրում, HTML-ի և ծրագրավորման կոդի փոփոխում՝ որոնողական համակարգերում ինդեքսավորման խոչընդոտները վերացնելու համար։ SEO-ի կարևոր մարտավարություններից են նաև կայքի նեքին և արտաքին հղումների թվի աճը։

SEO իրականացվում է հետևյալ մեթոդներով․ *ինդեքսավորում, վեբ կայքում «շրջելու» կանխարգելում* և *տեսանելիության բարձրացում*։

*Ինդեքսավորում*․ Առաջատար համարվող որոնողական համակարգերը, ինչպիսիք են «Google»-ը, «Bing»-ը, «Yahoo!»-ն և «Yandex»-ը, որոնման ընթացքում էջեր գտնելու համար իրենց ալգորիթմներում օգտագործում են որոնիչներ (crawlers): Այն էջերը, որոնք կապված են որոնողական համակարգերում ինդեքսավորված այլ էջերի հետ, կարիք չունեն ինդեքսավորման, քանի որ ավտոմատ կերպով երևում են։ «Google»-ն առաջարկում է «Google Search Console», որի համար կարող է անվճար XML կայքի քարտեզ ստեղծվել և տրամադրվել՝ բոլոր էջերի տեսանելիությունն ապահովելու համար։ Որոնողական համակարգերի որոնիչները (crawlers) կայքում շրջելիս կարող են դիտարկել մի շարք տարբեր գործոններ։ Ոչ բոլոր էջերը կարող են ինդեքսավորվել որոնողական համակարգերի կողմից։

Այսօր մարդկանց մեծ մասը *Google որոնումից* օգտվում է բջջային հեռախոսներով։ 2016թ.-ի նոյեմբերին Google-ը խոշոր փոփոխություններ կատարեց որոնողական համակարգերի կողմից կայքերի ուսումնասիրման մեջ և առաջնային դարձրեց կայքերի բջջային տարբերակների ինդեքսավորումը։ Սա նշանակում է, որ կայքի բջջային տարբերակը դառնում է մեկնարկային կետ Google-ի կողմից կայքի ինդեքսավորման գործընթացում։

*Վեբ կայքում «շրջելու» կանխարգելում․* Որոնողական համակարգերում անցանկալի կոնտենտից խուսափելու համար, SEO մասնագետները կարող են կանխարգելման հրահանգներ տալ ստանդարտ robots.txt ֆայլի միջոցով։ Էջը կարող է ակնհայտորեն դուրս մնալ որոնողական համակարգերի տվյալների բազայից՝ օգտագործելով հատուկ մետաթագեր (meta tag) (սովորաբար <meta name= "robots" content="noindex">): Երբ որոնողական համակարգն այցելում է կայք, robots.txt ֆայլն առաջինն է, որ ուսումնասիրվում է որոնողական համակարգի կողմից։ Այնուհետև robots.txt ֆայլը վերլուծվում է և որոնողական համակարգին պարզ է դառնում, թե որ էջերը պետք է քողարկվեն։

*Տեսանելիության բարձրացում․* Որոնման արդյունքներում կայքերի տեսանելիության բարձրացման տարբեր եղանակներ կան։ Միևնույն կայքի էջերի միջև խաչաձև կապը կարևոր էջերի համար կարող է բարելավել կայքի տեսանելիությունը։ Կայքի կոնտենտը, որը պարունակում է հաճախակի որոնված բանալի բառեր՝ համապատասխան որոնման արդյունքներին, նույնպես կարող է խթանել կայքի տեսանելիության բարձրացմանը։ Համապատասխան բանալի բառերի ավելացումը վեբ էջի մետատվյալներում՝ ներառյալ մետա վերնագիրը և մետա նկարագրությունը, կբարելավեն կայքի որոնման արդյունքները, դրանով իսկ մեծացնելով տեսանելիությունը։

Բացի օնլայն հաճախորդներ ներգրավելուց SEO առաջխաղացումը նպաստում է բրենդի ճանաչելության բարձրացմանը: Պետք է փաստել, որ ավելի մեծ վստահություն առաջացնում են այն կայքերը, որոնք որոշակի բանալի բառերով զբաղեցնում են առաջին հորիզոնականներ: Տվյալ կայքերը միշտ տեսանելի են որոնողներին և միշտ հիշեցնում են իրենց մասին, ինչի արդյունքում տպավորվում է և՛ բրենդային անվանումը, և՛ գործունեության ոլորտը:

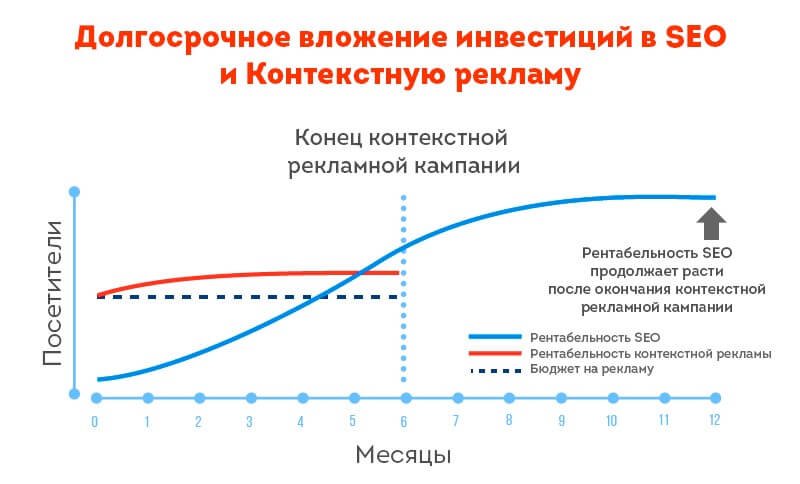
**1․3․2 Կայքի առաջխաղացման գործառույթները**

SEO առաջխաղացումը ենթադրում է մի շարք գործառույթների իրականացում, որոնք ուղղված են որոնողական համակարգի նպատակային լսարանի ուշադրության գրավմանը՝

* Չափանիշների որոշում, որոնք առավելագույնս ազդում են կայքի առաջին հորիզոնականներում դասակարգման վրա։
* Համապատասխան իմաստաբանական միջուկի ձևավորում, բառերի խմբավորում ըստ թեմայի և կայքի կառուցվածքի վերաբաշխում։
* Կայքի ներքին և արտաքին որոնիչների օպտիմալացում։
* Օգտագործելիության և վարքագծի ուսումնասիրություն, որը մեծ դեր է խաղում որոնման համակարգերի կողմից կայքի որակը գնահատելու գործում:
* Որոնման համակարգից դեպի կայք այցելուների անցումների վիճակագրության և տվյալ կայքում նրանց վարքագծի վերաբերյալ տվյալների մշտական հավաքագրում և վերլուծություն:
* Առաջխաղացման ռազմավարության հստակեցում՝ վիճակագրական վերլուծության արդյունքում հավաքագրված տվյալների և դրանց դինամիկայի հիման վրա:

Իրականացվող գործողությունների էֆեկտիվությունը գնահատելու համար կարելի է առաջնորդվել երկու չափանիշներով․

1. Կայքի դիրքավորման դինամիկան միևնույն հարցումով,
2. Որոնոնման արդյունքում կայքի այցելիության (traffic) փոփոխությունների դինամիկան: Վերջիս կարելի է ապահովել գովազդի միջոցով:



**1․3․3 Իմաստաբանական միջուկը և նրա կառուցումը**

Իմաստաբանական միջուկը բառերի և արտահայտությունների խումբ է, որոնք արտացոլում են կայքի թեման և կառուցվածքը: Կազմելով իմաստաբանական միջուկ՝ SEO մասնագետն ապահովում է հաճախորդակենտրոնացումը տվյալ կայքի համար, քանի որ վերջինս բիզնեսի և շուկայավարման հիմնական նպատակներից է։ Իմաստաբանական միջուկի միջոցով որոշվում է, թե որ որոնման հարցումներով են օգտվողները փնտրում տեղեկատվություն, որը պետք է ընդգրկվի կայքում:

Իմաստաբանական միջուկը ձևավորվում է բանալի բառերի միջոցով, որոնց հավաքագրման գործընթացը իրականացվում է մի քանի փուլերով: Առաջին փուլում բացահայտվում են այն հիմնական բանալիները, որոնց միջոցով լսարանը փնտրելու է տվյալ կայքը: Երկրորդ փուլում իրականացվում է իմաստաբանական միջուկի ընդլայնում՝ ընտրվում են հիմնական բանալի բառերի ածանցյալ բանալի բառերը։ Երրորդ փուլում իրականացվում է հավաքագրված բանալի բառերի զտում՝ հեռացվում են ոչ անհրաժեշտ արտահայտությունները։

Google որոնողական համակարգում իմաստաբանական միջուկի հավաքագրման համար կիրառվող գործիքներից են․

* Google Keyword Planner
* Google Trends
* Google Search Console

Yandex որոնողական համակարգում իմաստաբանական միջուկի հավաքագրման համար կիրառվող գործիքներից են․

* Yandex WordStat
* Yandex Keyword Planner
* Yandex.Webmaster
* Yandex Metrica

**Օգտագործված գրականություն**

* Վիքիպեդիա Ազատ Հանրագիտարան - [Որոնողական համակարգերի օպտիմալացում](https://hy.wikipedia.org/wiki/%D5%88%D6%80%D5%B8%D5%B6%D5%B8%D5%B2%D5%A1%D5%AF%D5%A1%D5%B6_%D5%B0%D5%A1%D5%B4%D5%A1%D5%AF%D5%A1%D6%80%D5%A3%D5%A5%D6%80%D5%AB_%D6%85%D5%BA%D5%BF%D5%AB%D5%B4%D5%A1%D5%AC%D5%A1%D6%81%D5%B8%D6%82%D5%B4)
* SEO master.am - [Ինչ է SEO –ն](https://seomaster.am/inch-e-seon/)
* <https://vc.ru/seo/84308-izuchaem-seo-samostoyatelno-bolshaya-podborka-materialov>
* <https://texterra.ru/blog/kak-sostavit-semanticheskoe-yadro-esli-vy-ne-seoshnik-i-ne-khotite-im-byt.html>