

УДК 339.138:004.738.5

**МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОСТАВЛЕНИЯ СЕМАНТИЧЕСКОГО ЯДРА ДЛЯ
САЙТА ТУРИСТИЧЕСКОЙ КОМПАНИИ**

Демьянов Сергей Александрович

Полесский государственный университет

Demyanov Sergey Alexandrovich

Polessky State University, demianov.s@polessu.by

Аннотация. Статья посвящена изучению методики формирования семантического ядра для сайта туристической компании. В статье рассматриваются практические аспекты составления семантического ядра сайта, выделяются специфические особенности семантики сайтов.

Ключевые слова: запросы, интернет-сайт, ключевые слова, семантика, семантическое ядро.

Составление семантического ядра является важным этапом оптимизации сайта, способствует повышению видимости сайта в поисковых системах, получению стабильного органического трафика в поисковиках.

Семантическое ядро представляет собой определенным образом сформированный набор ключевых слов, их морфологических форм и словосочетаний, используемый для продвижения интернет-сайта в поисковых системах. Также он существенно упрощает поиск сайта и отдельных его разделов в поисковиках.

Работа с семантическим ядром осуществляется при проработке структуры сайта: оптимизация семантики позволяет определить архитектуру и структуру сайта, иерархию страниц, а также улучшить юзабилити сайта по отношению к посетителям и поисковым роботам. Кроме того, семантическое ядро позволяет оптимизировать каждую страницу под конкретный запрос, тем самым обеспечивая продвижение сайта в поисковой выдаче, т.к. поисковые роботы проверяют настройку семантики на предмет корректного ранжирования сайта в поисковике.

Входящие в состав семантического ядра LSI-ключевики (ключевые слова) используются при составлении матрицы контент-плана, что позволяет определить контекстность, направленность и задачи контента сайта. Семантическая база также существенно упрощает настройку перелинковки страниц внутри сайта и формирует удобную навигацию по сайту за счет кластеризации ссылочной массы и оптимизации ссылочного веса.

Вследствие этого, оптимизация существующего семантического ядра или создание нового способствует SEO-оптимизации сайта. Также семантическое ядро сайта позволяет тонко настраивать контекстную рекламу, запускать PPC-рекламу для дополнительного охвата целевых сегментов и трафика лидов [1].

Структура семантического ядра представляет собой совокупность ключевых слов, словосочетаний и фраз, построенных по определенному алгоритму. При составлении семантического ядра руководствуются следующей анатомией ключевых запросов: спецификатор + тело + хвост. Тело запроса – это высокочастотный ключ, отличающийся общим понятием (чаще всего подлежащее, обозначающее предмет/объект поиска). Спецификатор отражает намерение или действие пользователя по отношению к телу запроса (скачать, купить, продать и т.д.). Хвост уточняет детали спецификатора или тела поискового запроса (купить + тур + недорого).

Например, для туристической компании, специализирующейся на отдыхе в Египте, подбор ключевых слов для высокочастотных запросов, составляющих семантическую базу, выглядит как в таблице 1.

Таблица 1. – Пример составления семантического ядра для туристической компании

	Категория «Отдых в Египте»		
	Спецификатор	Тело	Хвост
LSI-ключевик	-	тур в Египет	-
Высокочастотный запрос	купить	тур в Египет	-
Среднечастотный запрос	купить	тур в Египет	недорого
Низкочастотный запрос	купить	тур в Египет	недорого + всё включено

С точки зрения структуры, ключевые слова сегментируются по частотности: высокочастотные, среднечастотные и низкочастотные. Однако данная сегментация в разрезе количества показов является достаточно субъективной и зависит от множества факторов (специфики сайта, масштаба сайта и др.).

Высокочастотные запросы (от 10 000 показов в мес.) состоят из тела поискового запроса, отражающего тематику и контекстность страницы. Высокочастотные запросы чаще всего используются для информационных страниц в поисковой выдаче, реже – для коммерческих.

Среднечастотные запросы (1 000-10 000 показов в мес.) состоят из тела запроса и спецификатора, реже – еще и хвоста. Такие запросы более точные, и в поисковой выдаче по ним отображаются преимущественно коммерческие страницы.

Низкочастотные запросы (менее 1 000 показов в мес.) включают спецификатор, тело и хвост, и конкретизируют поисковую потребность пользователя. По данным запросам в поисковой выдаче отображаются только коммерческие страницы.

Существует два подхода к созданию структуры семантического ядра: первый подход предполагает создание структуры сайта по результатам анализа поисковых запросов пользователя, второй подход – предварительное планирование структуры ресурса до анализа поисковых запросов. Рассмотрим первый подход, являющийся наиболее популярным в интернет-маркетинге.

Алгоритм составления семантического ядра состоит из нескольких этапов. На первом этапе проводится анализ сайтов конкурентов, позволяющий определить основные категории семантического ядра и направления тематических запросов. Анализ структуры сайтов конкурентов осуществляется двумя способами: или через специальные программы (Screaming Frog SEO Spider, Netpeak Spider и др.) или ручным способом (визуальный анализ навигации и архитектуры сайта, анализ категорий и каталогов).

LSI-ключевика отличаются высокой частотностью и низкой специфичностью, поэтому продвижение сайта в поисковой выдаче по таким вопросам будет неэффективным и затратным. Вследствие этого, логичным является расширение семантического ядра за счет средне- и низкочастотных запросов.

Следующим этапом является сбор семантики для формирования семантического ядра. Сбор семантики осуществляется преимущественно посредством Яндекс.Вордстат или Google.Adwords [1].

Для формирования семантического ядра с помощью Яндекс.Вордстат проводится подбор слов по каждому из LSI-ключевиков, подобранных на предыдущем этапе. После настройки региона (Беларусь) и временных рамок (19.03.-19.04.2024 г.) по запросу «тур в Египет» получились результаты, представленные в таблице 2. Из таблицы видно, что запросы имеют в основном информационный трафик, состоят преимущественно из тела и хвоста, почти без спецификатора.

Таблица 2. – Результаты подбора слов для семантического ядра

Формулировка	Число запросов
туры +в египет	8233
туры +в египет +из минска	4221
горя туры +в египет	2102
горят туры +в египет	2101
горящие туры +в египет	2101
горящие туры +в египет +из минска	1192
туры +в египет 2024	1058
подбор тура +в египет	1003
туры +в египет +из минска 2024	710
египет +из минска подбор тура	695

Примечание – Источник: [2]

Для поиска коммерческих запросов следует максимально уточнять регион, т.к. поисковой спрос привязан к геолокации запроса. Информационный же трафик отображается по всей стране, т.к. информационные запросы ранжируются без привязки по геолокации.

Помимо подбора слов и определения топа запросов по выделенному региону, в Яндекс.Вордстат можно отследить динамику запроса в течение года. Анализ динамики необходим для того, чтобы понять: является ли запрос постоянным, или носит сезонный или случайный характер? Пример динамики запроса «тур в Египет» в регионе «Беларусь» за апрель 2022 г. – март 2024 г. отражен на рисунке 1. Динамика отражает сезонные колебания числа запросов «тур в Египет».

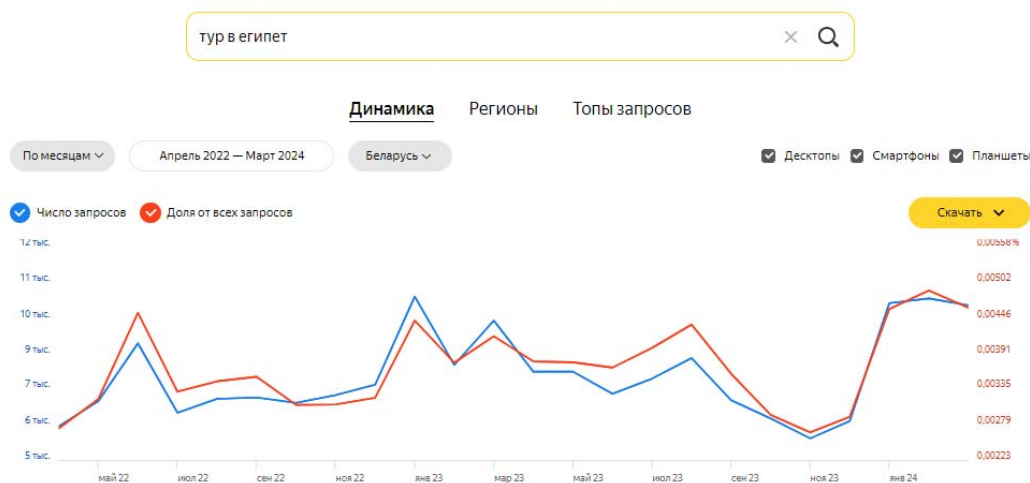


Рисунок 1. – Динамика числа запросов «тур в Египет» за 04.2022-03.2024

Примечание – Источник: [2]

Четвертый этап составления семантического ядра состоит в расширении семантического ядра при помощи поисковых подсказок. Поисковая система сама выводит релевантные запросы, что позволяет расширить семантическое ядро актуальными запросами (рисунок 2).

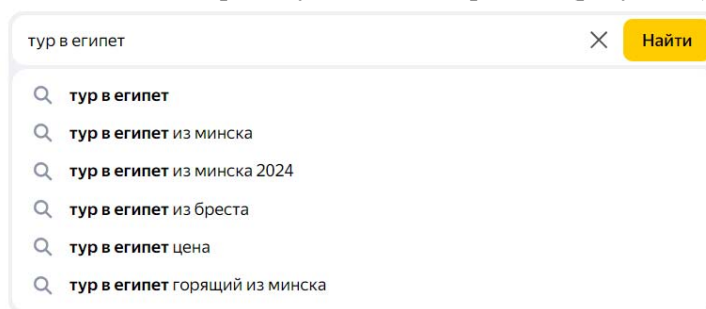


Рисунок 2. – Поисковые подсказки в Яндекс

Примечание – Источник: [2]

Существуют также специальные сервисы для сбора и обработки поисковых подсказок, такие как например, serpstat.com, click.ru и др. Данные сервисы позволяют уточнить регион и глубину парсинга для более точной семантики. Сбор может также включать локальные и вопросительные подсказки, отзывы. В результате анализа, сервис позволяет собрать подсказки с сайтов топ-50 и выгрузить в удобном формате CSV.

Помимо тела запроса, следует расширять семантическое ядро спецификаторами. Спецификаторы могут быть 3 групп: региональные (в Минске, в городе), коммерческие (купить, заказать, в рассрочку, цена), сервисные (триггеры доверия, отзывы). В семантическое ядро необходимо добавлять только целевые спецификаторы (например, «купить в рассрочку», «приобрести»).

Для расширения семантического ядра и более тонкой оптимизации семантики страниц сайта, следует к базовым ключевикам добавлять один или несколько спецификаторов. Кроме этого, можно проанализировать разработанное семантическое ядро с помощью конкурентных сайтов. Такие возможности дают специальные сервисы-анализаторы: SEMrus, SpyWords и др.

Последним этапом составления семантического ядра является удаление мусорных и нецелевых запросов семантического ядра. При парсинге поисковых запросов могут попадать чужие брендовые запросы; запросы, выходящие за рамки деятельности; дублирующие ключи и др. Для фильтрации результатов парсинга существует несколько сервисов, однако, при всех преимуществах автоматизации данного процесса, ручная фильтрация является наиболее эффективной.

В ходе анализа и фильтрации семантического ядра следует удалять ключи, в которых: нарушена локализация запросов, присутствуют дублирующие запросы, упоминаются конкуренты или сторонние запросы, упоминаются запросы с опечатками и ошибками.

После этапа фильтрации семантического ядра должны остаться только релевантные запросы, соответствующие контекстности базовых ключевых слов. Затем осуществляется кластеризация семантического ядра, в результате которой запросы группируются исходя из логики и контекста. Таким образом, создается многоуровневая кластерная структура ядра с обширной тематикой и большой продуктовой матрицей. Автоматизация процесса кластеризации семантического ядра может осуществляться с помощью сервисов *semantist*, *seoquick* и др.

Таким образом, составление семантического ядра является важной частью SEO-оптимизации сайта, требует постоянного уточнения и тонкой настройки. Однако, избыточная фокусировка на сборе ключевых фраз, максимальная автоматизация построения семантического ядра и отказ от использования низкочастотных фраз может привести к снижению эффективности семантического ядра. Для туристических компаний ранжирование в поисковых роботах, а также место в органической поисковой выдаче, является одной из ключевых задач. Вследствие этого, важным является разработка рационального и эффективного семантического ядра, которое может существенно повысить место компании в поисковой выдаче.

В данном контексте, сбор семантического ядра является одним из ключевых этапов оптимизации сайта, позволяет повысить видимость сайта в поисковых системах и получить стабильный органический трафик.

Список использованных источников

1. Что такое семантическое ядро и как его составить [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kokoc.com/blog/chto-takoe-semanticheskoe-yadro-i-kak-ego-sostavit/> Дата доступа: 18.04.2024.
2. Яндекс.Вордстат [Электронный ресурс]. – Режим доступа: clck.ru/3ACc8c Дата доступа: 18.04.2024.