

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-356-9-28>

PROMOTION OF COMMERCIAL COMPANIES IN REGIONAL GOOGLE SEARCH

УПРАВЛІННЯ ПРОСУВАННЯМ КОМЕРЦІЙНИХ КОМПАНІЙ В РЕГІОНАЛЬНОМУ ПОШУКУ GOOGLE

Алгоритми частоти пошукових запитів «поруч зі мною» або «найближчий» за останні два роки зросла на 700% [1; 2]. Користувачі хочуть отримувати більш персоналізовані результати пошуку [3], що враховують їх розташування. Розглянемо способи, які допомагають завоювати регіональне SEO і підвищити як позиції сайту в пошуковій видачі, так і обсяги продажів товарів та послуг.

Локальне SEO – це вид пошукової оптимізації, який дозволяє сайту отримати більш високі позиції в результатах видачі по запитах. Гео-орієнтовані запити, такі як «поруч зі мною» або вказівка на конкретне місто чи регіон, виявляють власні патерни взаємодії користувача з пошуковими системами. При здійсненні таких запитів відбувається особливий механізм алгоритмічної взаємодії, де пошукові системи пріоритезують результати на основі географічного положення споживача.

Недавні дослідження [6] у сфері споживчої поведінки підтверджують зростання регіональних відмінностей. Це стає важливим елементом успішної маркетингової стратегії, спрямованої на підвищення впливу компанії на локальному рівні.

Зазвичай пошук здійснюється за такими запитами, як [товар] поруч зі мною, [послуга] поруч зі мною, [товар] в [місті], [послуга] в [місті]. Після того як споживачі вводять регіональні пошукові запити, в топ видачі виходять локальні компанії. У контексті сучасного інформаційного простору стає все очевиднішою важливість геолокаційної специфіки в пошукових запитах користувачів. Це відображає прагнення індивідів до отримання оперативної та конкретної інформації, яка має найбільше відношення до їхнього місцезнаходження, їм не просто потрібна абстрактна інформація. Замість цього споживач прагне до конкретних даних: де можна придбати товар чи скористатися послугою в його найближчому оточенні. По-перше, з розвитком мобільних технологій та збільшенням їх проникнення, люди мають змогу

здійснювати пошук в будь-якому місці та в будь-який час. По-друге, у контексті урбанізації та глобалізації споживачі прагнуть до персоналізованого досвіду, що відображає їхні неповторні потреби в конкретному географічному контексті. Необхідність оптимізації для локальних пошукових запитів стає не просто пріоритетом, а необхідністю для тих, хто прагне залишитися конкурентоспроможним в сучасному цифровому ландшафті.

Щоб сайт вище ранжирувався в результатах локального пошуку, треба додати фізичну адресу комерційних компаній або складу, щоб пошукові роботи могли проіндексувати цю інформацію. Ще один ефективний прийом локальної SEO-оптимізації – розміщення телефонного номера з регіональним кодом.

Пріоритетне завдання для домінування в локальній видачі – оптимізувати мета-теги сайту. Ці деталі є невід’ємною частиною класичної SEO-оптимізації і справляють істотний вплив на позиції комерційних компаній.

Щоб створити ідеальний мета-заголовок, потрібно розмістити найважливіші і релевантні пошукові запити на початку. Потім поставити необхідне локальне ключове слово, а в кінці додати назву компанії. Мета-тег не повинен бути переспамлений запитами, бо це не викликає довіри ні у клієнтів, ні у пошукових систем.

Мета-опис не робить істотного впливу на позиції сайту у видачі, проте може стати додатковим стимулом для переходу за посиланням на сайт комерційної компанії.

Розглянемо створення і верифікацію профілю комерційної компанії в Google «Мій Бізнес» (GMB). Це є умовою для залучення місцевих користувачів і зростання позицій комерційних компаній в локальній пошуковій видачі. Це 25% чинників ранжирування. Крім того, присутність і активність компанії в GMB є додатковим сигналом ранжирування Google, а також викликає довіру у більшій кількості споживачів. Процес верифікації полягає в отриманні спеціального коду від Google, який надсилається на фізичну адресу бізнесу. Після введення цього коду в профіль GMB, комерційна компанія підтверджує своє реальне розташування, що є критично важливим кроком для підвищення видимості в локальних видачах. Подальша активність у GMB, включаючи відгуки, фотографії та актуалізацію інформації, стає додатковим чинником у стратегії регіонального SEO. Згідно з дослідженням [5], компанії з активними профілями в GMB з 5 та більше відгуками мають на 58% більший потік користувачів на своїх сайтах.

З урахуванням цих висновків, можна стверджувати, що адекватна оптимізація GMB є есенційною для комерційних підприємств, які прагнуть максимізувати свою онлайн-присутність на локальному рівні

та забезпечити себе конкурентними перевагами в цифровому просторі. Зареєструвавши свою компанію, можна вибрати обкладинку та додати логотип у верхній правий кут профілю. Активний та оптимізований профіль GMB відкриває можливість для бізнесу з'являтися перед місцевими користувачами, коли вони здійснюють пошук товарів чи послуг поруч. Верифікація бізнесу через GMB допомагає підтвердити реальність та автентичність компанії, забезпечуючи користувачів відомостями, на які вони можуть покластися.

Сам процес верифікації полягає в підтвердженні реальної адреси підприємства. Google відправляє на зазначену адресу код, який пізніше потрібно ввести в систему для завершення верифікації. Ця процедура дозволяє Google з упевненістю рекомендувати компанію місцевим користувачам, знаючи, що бізнес дійсно існує за зазначеною адресою. Активне ведення профілю, включаючи регулярне оновлення інформації, додавання нових фотографій, реагування на відгуки – це способи, якими бізнес може посилити свою присутність і управляти взаємодією з клієнтами через GMB. Правильно налаштований профіль в Google «Мій Бізнес» стає потужним інструментом для локального SEO, допомагаючи підприємствам не просто знаходити нових клієнтів, а й будувати довгострокові відносини з місцевою аудиторією.

Таким чином, комерційним компаніям для ефективного управління просуванням в регіональному пошуку необхідно аналізувати застосовність стратегії локального просування сайту та включати її в медіа-план просування для широкої взаємодії у цифровому просторі зі споживачами.

Список використаних джерел:

1. Google Trends – Узнайте, что ищут пользователи со всего света (без даты). URL: <https://trends.google.com.ua/trends/?geo=UA>
2. How we're helping small businesses succeed. (без дати). URL: <https://www.blog.google/outreach-initiatives/small-business/small-business-support>
3. Внутрішні фактори ранжування. (без дати). SEO Словник – iGroup Україна. URL: <https://igroup.com.ua/seo-articles/vnutrishni-factory-ranzhuvannia/>
4. 25+ Valuable Statistics on Google My Business. URL: <https://techjury.net/blog/google-my-business-statistics/>
5. Google My Business Insights Study – Benchmark Your Business's GMB Insights. URL: <https://www.brightlocal.com/research/google-my-business-insights-study/>
6. Consumer Behavior: datapoints to watch and why. URL: <https://www.gfk.com/blog/consumer-behavior-datapoints-to-watch-and-why>