

3. Dierks L., Seuken S. Revenue Maximization for Consumer Software: Subscription or Perpetual License? *ArXiv*. 2020. 21 с. URL: <https://doi.org/10.48550/arXiv.2007.11331> (дата звернення: 04.04.2024).

Панаєт О.В.

Здобувач 36 гр ФМЕ

Сало Я.В.

Кандидат економічних наук, доцент

SEO АНАЛІЗ САЙТУ УНІВЕРСИТЕТУ ЗА ДОПОМОГОЮ AHREFS

Успішна вступна кампанія є безумовно важливою складовою життя закладів вищої освіти (ЗВО). Саме від неї буде залежати кількість вступників до ЗВО, що надалі призведе не тільки до стабільного функціонування самого університету, а й покращення репутації та іміджу ЗВО серед вступників і родичів абітурієнтів.

Наразі більшість вступників починає пошук свого університету через пошукову систему Google, де починається порівняльний аналіз між сайтами різних університетів. Саме через сайт починається знайомство з самим університетом і його позиція в результатах пошукової системи має важливе значення для власників запиту. Просуванням сайту в пошуковій системі й займається SEO. Зручний сайт із сучасним дизайном і тонною корисної інформації - це добре, але без SEO відвідувачів на ньому не буде [1, с. 54]. Саме тому, щоб максимально ефективно використовувати інвестовані ресурси в наповнення і функціонування сайту, потрібно використовувати SEO інструменти. SEO залучає більше органічного трафіку на вебсторінку, що покращує воронку продажів на етапі входу і підвищує коефіцієнт конверсії залучення абітурієнтів до даного ЗВО.

За допомогою спеціального вебсервісу Ahrefs [2] надані SEO показники вебсайту Одеського національного економічного університету (ОНЕУ) (рис. 1).

Рис. 1. Головні SEO показники oneu.edu.ua

Одеський національний економічний університет – Офіційний сайт – ОНЕУ

oneu.edu.ua/▼

Ahrefs Rank ⁱ	UR ⁱ	DR ⁱ	Backlinks ⁱ	Referring domains ⁱ	Organic keywords ⁱ	Organic traffic ⁱ
2,551,508	24	36	33.8K +131 Recent 35.1K Historical 319K	896 Recent 946 Historical 2.77K	15.4K -719 PPC 0	5.2K

Вебсайт ОНЕУ має 5,2 тис. органічного трафіку, 15,5 тис. ключових слів, 896 доменів, що посилаються на вебсторінку; 33,8 тис. зворотних посилань, що

ведуть до сторінок вебсайту; а рівень авторитету сторінки складає 36 станом на 15.04.2024. У ніші ВНЗ показники oneu.edu.ua є непоганими.

Для SEO аналізу вебсторінки університету вибрано конкурентний аналіз. Конкуренти були відібрані за регіоном їхнього базування (Одеса) та за популярною спеціальністю, яка є в різних університетах (075 Маркетинг) [3]. За даними критеріями було відібрано 3 вебсайти конкурентів: Національний університет «Одеська політехніка» (Одеська політехніка, op.edu.ua), Одеська державна академія будівництва і архітектури (ОДАБА, odaba.edu.ua), Одеський національний технологічний університет (ontu.edu.ua, ОНТУ).

За даними з Ahrefs викладено основні SEO показники вебсайтів (табл.1). За конкурентним аналізом за показником органічного трафіку спостерігається незначне негативне відхилення oneu.edu.ua від середнього значення по університетах, яке складає 58,5. Це означає, що на 58 користувачів в середньому менше переходять на вебсайт ОНЕУ. Тому актуальність застосування SEO для ОНЕУ є ще більшою, щоб перевершити показники конкурентів. За іншими показниками, такими як кількість ключових слів, DR, кількість референсних доменів, кількість зворотних посилань, перенаправлення, співвідношення Dofollow і Nofollow посилань, кількість проіндексованих сторінок, вік домену вебсайт ОНЕУ є лідером серед своїх конкурентів.

Табл. 1. Конкурентний аналіз SEO показників oneu.edu.ua з конкурентами

Вебсайт	oneu.edu.ua	op.edu.ua	odaba.edu.ua	ontu.edu.ua	Медіана	Різниця
Органічний трафік	5210	6763	1409	5327	5268,5	-58,5
Кількість ключових слів	15359	13763	1930	10665	12214	3145
DR	36	27	31	38	33,5	2,5
Кількість референсних доменів	896	366	289	664	515	381
Кількість зворотних посилань	33799	36188	9559	26716	30257,5	3541,5
Перенаправлення	10	0	9	9405	9,5	0,5
Dofollow	90%	99%	70%	56%	80%	10%
Nofollow	10%	1%	30%	9%	10%	1%
Кількість сторінок в індексі	32000	24300	5090	32800	28150	3850
Вік домену	12	3	6	2	4,5	7,5

Для покращення SEO на oneu.edu.ua необхідно: 1) зібрати семантичне ядро для кожної зі сторінок, 2) на основі семантичного ядра пропрацювати структуру сайту, 3) скласти метатеги для усіх сторінок сайту й заповнити заголовок рівня H1, 4) зробити технічний аудит сайту, 5) створювати SEO оптимізований контент, 6) Off-page оптимізація. Дані пропозиції пришвидшать просування вебсайту ОНЕУ в пошуковій системі Google і дозволять університету значно підвищити органічний трафік, що надалі призведе до

потрапляння вебсторінки на лідерські позиції за ключовими запитами користувачів. Що більша кількість цільової аудиторії ознайомиться з ОНЕУ у вебпросторі, тим більше абітурієнтів залучить університет і матиме більшу долю ринку за спеціальностями.

Список використаних джерел

1. Трафік-бізнес / Дмитро Волконський. — Київ : Бренд Бук Паблішинг, 2020. — 231 с (дата звернення: 15.04.2024).
2. Ahrefs - SEO Tools & Resources To Grow Your Search Traffic. *Ahrefs*. URL: <http://surl.li/tmjgy> (дата звернення: 15.04.2024).
3. Вузи Одеси: спеціальність маркетинг – довідник ВНЗ. Освіта.UA. URL: <https://osvita.ua/vnz/guide/search-17-0-63-87-0.html> (дата звернення: 15.04.2024).

Плисюк Ю.А.

Здобувачка групи Маркет-17

Милько І.П.

к.е.н., доцент кафедри маркетингу

Волинський національний університет імені Лесі Українки

ТЕХНОЛОГІЇ БЛОКЧЕЙНУ ТА ЇХ МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ РЕКЛАМИ ТА МАРКЕТИНГУ

Рекламні та маркетингові компанії постійно шукають нові способи покращення ефективності своїх стратегій та зменшення витрат. Технологія блокчейну може стати важливим інструментом для досягнення цих цілей, забезпечуючи більшу прозорість, безпеку та ефективність у рекламній та маркетинговій сферах.

Метою дослідження є вивчення напрямів використання технологій блокчейну для підвищення ефективності рекламних кампаній, недопущення випадків шахрайства та захист від недостовірної інформації.

Технологія блокчейн стала ідеальним маркетинговим інструментом, оскільки забезпечує фірмам можливість контролювати міграцію даних і гарантувати їхню точність [1]. Ця концепція враховує всі необхідні параметри для створення ефективного маркетингового середовища.

На відміну від традиційних централізованих систем, блокчейн працює на децентралізованій мережі комп'ютерів, які відомі як вузли, які колективно перевіряють і записують транзакції. Кожен блок у ланцюжку містить перелік транзакцій, і після того, як блок був доданий, його вміст не можна змінити без зміни всіх наступних блоків. Ця особливість робить блокчейн надзвичайно безпечною і надійною технологією для збереження та обробки інформації [2].

Існує ряд переваг використання технології блокчейну у маркетингу.

По-перше, завдяки своїй децентралізації, блокчейн може сприяти відсутності посередників і дозволити творцям контенту отримувати повний дохід від своєї творчості, що раніше було обмежено електронними