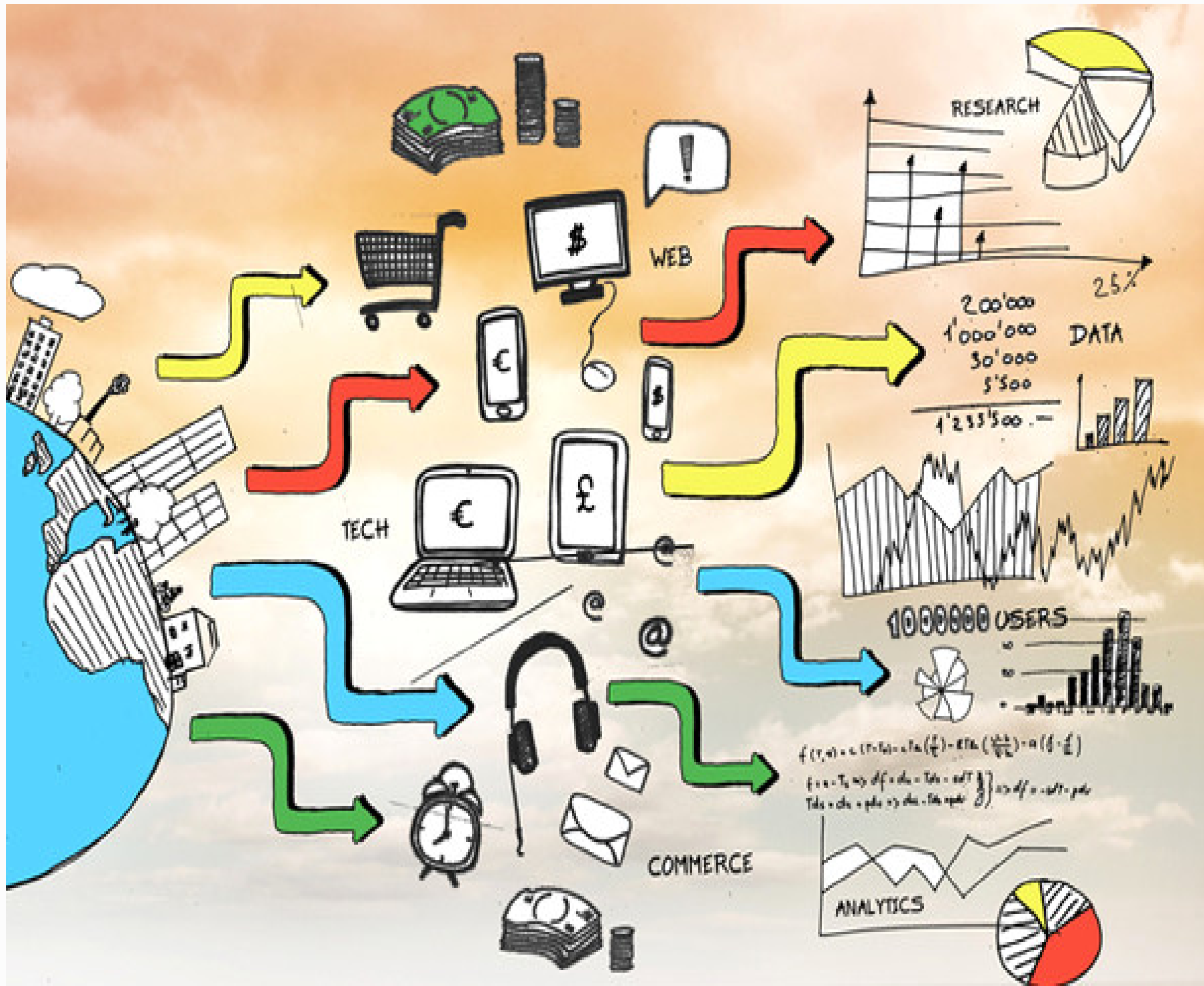


Коммерческая релевантность Yandex

Толкование коммерческой релевантности. Данный термин был введен и представлен во время проведения всемирного мероприятия WWWConference-2013 специалистами, которые имеют прямое отношение к Яндексу. Такой термин означает оценку интернет-ресурсов, которые выдаются поисковиком Яндекс после введения в него ключевых слов, другими словами, при ранжировании. Благодаря такому анализу Yandex может определить популярность веб-площадок, чтобы создать топ-позиции сайтов, которые удовлетворяют желания клиентов и являются наиболее популярными на сегодняшний день. Термин «коммерческая релевантность» является вторым по значимости после тематической релевантности, это понятие было употреблено впервые значительно раньше, нежели коммерческая релевантность. Чтобы сайт оставался на топ-позициях для различных поисковых машин, таких как Яндекс, нужно чтобы на сайте была предоставлена не только нужная и актуальная информация, но и удобное расположение меню, индивидуальный дизайн и хорошая ритейл-платформа для покупки товара в режиме онлайн, также немаловажную роль играет сервис высокого качества и всевозможные гарантии надёжности для лояльного отношения клиентов к сайту. Чтобы определить коммерческую релевантность, Яндекс пользуется целой цепочкой коммерческих факторов, которые являются перманентными, таким образом, при детальном анализе всех факторов можно понять коммерческую релевантность онлайн-ритейлера. Но прежде всего, нужно знать данный список факторов, и учесть то, что некоторые из них являются факультативными, то есть, не во всех случаях обязательны, а также обусловлены тематикой и нишей, к примеру, на некоторых веб-ресурсах без них не обойтись, а на других они являются лишними.



Контент-фактор

При помощи содержания сайта клиент может получить полное понимание какого-либо сайта, его основных целей, бизнеса и специфики деятельности в общем. Благодаря удобному меню, расписанному по пунктам, можно ответить на большое количество важных вопросов, узнавать о скидках и акциях, о местоположении шоурума, о программах лояльности, реквизитах для оплаты, анализировать отзывы предыдущих клиентов, которые, безусловно, сыграют большую роль для покупок на том или ином сайте в дальнейшем. Если сайт имеет мало гиперссылок, а также отсутствует контактная информация, скорее всего, таким образом можно будет вызвать недоверие и агрессию у целевой аудитории, а также значительно снизить уровень коммерческой релевантности для сайта, ведь клиент не захочет вернуться на него снова, из-за отсутствия правильного и структурированного меню. Качество созданного и правильно оформленного сайта на сегодняшний день – это один из наиболее глобальных характеристик не только для SEO, но и для развития малого или большого бизнеса в общем. Тут присутствует большое количество критериев, которым должен соответствовать сайт, это может быть банальная правильная структура каталога, наличие онлайн-консультации и дополнительных преимуществ сайта, которые стоит рассмотреть детальнее и таким образом продвинуть веб-ресурс на ТОП-позиции для поисковой машины Яндекс.

Основные контент-факторы, которые влияют на продуктивное развитие сайта

- Наличие контактной информации вверху страницы (в роли её может выступать как адрес,

местоположение, город, а также номер мобильного или городского телефона для возможности связаться);

- На странице «Контакты» должно быть наличие полного адреса фирмы, контактные данные, а также ссылки на страницы предприятия в социальных сетях, время и дни работы, Яндекс или гугл-карта, на которой стоит пометка с офисом и наличие детального описания о способах добраться к офису. Стоит обратить свое внимание на то, что на сегодняшний день социальные сети играют действительно немалую роль для продуктивного продвижения, и наличие переходов с сообщества вашего предприятия или из вашей индивидуальной переписки с каждым из представителей целевой аудитории будет эффективно влиять на прогрессивное развитие сайта. Таким образом появляется отличная возможность развивать свою целевую аудиторию и превращать в постоянных клиентов;
- Информация «о нашей компании», благодаря её наличию можно повысить уровень лояльности и доверия к предприятию, создать онлайн-презентацию фирмы для описания сферы деятельности, также не будут лишними фотографии интерьера и экстерьера для большей узнаваемости и фотографии сотрудников предприятия, с которыми можно связаться;
- Товарные данные, на сайте должно присутствовать описание товаров, для улучшенного визуального ряда стоит использовать фото, наличие лаконичного и полезного текста в качестве описания товара также играет большую роль не только для привлечения внимания, но и для повышения коммерческой релевантности, также текст может быть позаимствован с официального сайта бренда, товар которого продается в том или ином магазине, таким образом можно детализировать информацию о товаре. На каждом медиа-контенте должен присутствовать индивидуальный водяной знак, который сможет избежать воровства в дальнейшем. Также немаловажную роль играет присутствие рекомендательных товаров, которые помогут не растеряться среди широкого ассортимента, а выбрать то, что

действительно придется по душе. Уровень доверия к веб-ресурсу повышают комментарии и отзывы;

- На всю продукцию должна использоваться везде актуальная стоимость, для того чтобы клиент мог проанализировать свои финансовые возможности для покупки того или иного товара;
- Также является весьма популярной на сегодня мобильная версия сайтов, так как в большинстве случаев посетители чаще пользуются телефонами, нежели ПК, соответственно, навигация по сайту должна быть максимальной удобной, оптимизированное качество работы и небольшие по весу изображения хорошего качества приветствуются, тогда нельзя усомниться в том, что человек, переходя на официальный сайт вашего предприятия с телефона будет с удобством листать страницы и проводить детальное знакомство с товаром. Действительно, можно сказать, что в отдельной проработке нуждается мобильная версия сайта. Корректное функционирование мобильной версии способно повысить уровень доверия пользователей поисковика, а также вашего персонального сайта предприятия, что в дальнейшем приведёт к увеличению показателей коммерческой релевантности, а также к развитию целевой аудитории и перехода из ЦА в постоянных клиентов;
- Наличие дополнительной информации о сервисе играет немаловажную роль, ведь доставка и оплата товара, а также их способы весьма важны для формирования мнения о предприятии. Тут стоит упоминать способы оплаты и доставки, города и регионы, а также цены. Онлайн-подсчёт (цена товара+цена доставки+время прибытия товара) может улучшить представление клиента о сервисе, ещё не стоит забывать уточнять информацию о возможности самовывоза из шоурума.

Особенности релевантности

Уровень доверия потенциальной целевой аудитории можно повысить самым простым способом – созданием максимально простой навигации на сайте, которая удобна для пользования. Именно таким методом можно развить коммерческую релевантность. Говоря доступными словами – грамотное и структурированное размещение меню может определить в какой-то мере поведение потенциальных клиентов на сайте, а также выследить принятое решение совершить покупку на сайте. Среди основных параметров удобной навигации, основную роль играет структурированное меню, присутствие фильтров (по цвету товара, модели, размеру, материалу и так далее), организация каталогов (наличие максимально чёткой и адекватной для восприятия иерархии, разбивки на пункты и подпункты и так далее), если такие параметры отсутствуют, то становится весьма тяжело удержать зрительный контакт целевой аудитории, также клиентов тяжело удержать, если на сайте интернет-магазина отсутствует взаимодействие с товарными позициями, которые включают в себя список желаний, корзину, информацию о поступлении нового товара. Руководствуясь такими простыми правилами можно повысить коммерческую релевантность Яндекс.
