

## ІНТЕГРАЦІЯ ШІ У SEO: ОГЛЯД РІЗНИХ ФАКТОРІВ

Кондратьєв О. В.

Науковий керівник – к.т.н., доц. Вовк О. В.

Харківський національний університет радіоелектроніки,

каф. Медіасистем та технологій, м. Харків, Україна

e-mail: [oleksii.kondratiev@nure.ua](mailto:oleksii.kondratiev@nure.ua)

SEO is a long-term, organic strategy for improving website visibility in search engine results and driving increased traffic to the website. Search engine optimization (SEO) has grown in popularity and importance in digital marketing over the past few years for a few reasons. With the increased use of artificial intelligence, search engines have become better at recognizing user intent and delivering more useful, accurate results. Additionally, more and more businesses are relying on digital channels and online strategies to market their products and services, making SEO an even more integral part of their digital marketing campaigns.

Штучний інтелект все більше перетинається з SEO і замінює традиційні методи аналізу даних. З розвитком пошукових систем штучний інтелект став невід'ємною частиною оптимізації контенту, покращення користувацького досвіду, збільшення трафіку в Інтернеті тощо. Технології на основі штучного інтелекту, такі як обробка мови, розпізнавання облич і комп'ютерний зір, використовуються для автоматизації та оптимізації технологій SEO, таких як оптимізація ключових слів, оптимізація контенту та створення посилань. ШІ також використовується для покращення клієнтського досвіду шляхом персоналізації пошуку, підвищення його точності та надання персоналізованих рекомендацій. ШІ дозволив пошуковим системам надавати точніші та корисніші результати, збільшуючи органічний трафік і покращуючи загальний користувацький досвід.

Пошукова оптимізація (SEO) – це процес покращення видимості сайту або веб-сторінки в органічній або неоплачуваній пошуковій видачі пошукових систем. SEO передбачає оптимізацію контенту та коду веб-сайту, щоб пошукові системи могли краще розуміти, про що йдеться на сайті, і показувати користувачам релевантні результати. Покращуючи видимість веб-сайту в результатах пошукової видачі, SEO може допомогти генерувати більше веб-трафіку, потенційних клієнтів і продажів. Крім того, SEO може сприяти розвитку пошукової системи та загальному користувацькому досвіду шляхом покращення доступності, швидкості та якості контенту.

Розглянемо фактори, що впливають на SEO.

1. Якісний контент – контент повинен бути релевантним, корисним і актуальним. Він також повинен часто містити ключові слова, які стосуються теми, за якою ви намагаєтеся ранжуватися.

2. Стратегія ключових слів – стратегічно розміщені ключові слова допомагають пошуковим роботам швидше ідентифікувати релевантний вміст веб-сайту та підвищити позиції в рейтингу.

3. On-Page SEO – включає в себе правильне форматування заголовків сторінок, заголовків, мета-описів та інших елементів SEO на сторінці

4. Побудова посилань – якісні зворотні посилання з авторитетних веб-сайтів допомагають посилити SEO-цінність веб-сайту і є ще одним фактором покращення позицій у рейтингу.

5. Технічне SEO – правильне налаштування бекенду та коду веб-сайту може допомогти покращити доступність веб-сайту для пошукових систем та підвищити його цінність для SEO.

6. Мобільна оптимізація – веб-сайти, зручні для мобільних пристроїв, забезпечують користувачам оптимальний досвід незалежно від пристрою та сприяють покращенню позицій у рейтингу.

Технологія ШІ може допомогти покращити видимість веб-сайту на сторінках пошукової видачі. Він може аналізувати вміст веб-сайту та оптимізувати його під конкретні ключові слова і фрази, які мають відношення до певної галузі або ніші. Він також може виявляти технічні проблеми SEO та пропонувати рішення для їх усунення. ШІ також може допомогти визначити можливості для створення посилань, контент-маркетингу та інших SEO-ініціатив, а також виявити і видалити шкідливі файли і контент. Крім того, ШІ може допомогти відстежувати відвідувачів і рекомендувати поліпшення користувацького досвіду.

Загальноприйнято вважати, що вищі позиції на сторінках результатів пошукової видачі (SERP) залежать від багатьох факторів, зокрема від використання ключових слів, якості контенту та продуктивності веб-сайту. Інструменти ШІ можуть запропонувати власникам веб-сайтів інформацію про продуктивність сторінок, вподобання та наміри користувачів.

Таким чином, штучний інтелект може допомогти виявити закономірності в поведінці користувачів, які можна використати для покращення продуктивності веб-сайту, якості контенту та користувацького досвіду.

Список використаних джерел:

1. Srivastava, S.N., Kshatriya, S., & Rathore, R.S. (2017). Search Engine Optimization in E-Commerce Sites. *International Research Journal of Engineering and Technology (IRJET)*, 4(5), 153-155.

2. Роль штучного інтелекту в сучасних стратегіях SEO. <https://www.webdesignpluseseo.com/the-role-of-ai-in-modern-seo-strategies/>.