

АВТОМАТИЗАЦІЯ ОБРОБКИ ТЕКСТОВИХ ДАНИХ ДЛЯ ОПТИМІЗАЦІЇ SEO-СТРАТЕГІЙ В ЦИФРОВОМУ МАРКЕТИНГУ (НА ОСНОВІ РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСУ)

Селезньова Т.А., Гулієва Д.О.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Автоматизація обробки текстових даних для оптимізації SEO-стратегій в цифровому маркетингу (на основі рекламного дискурсу)

У сучасному цифровому маркетингу автоматизація обробки текстових даних стає ключовим інструментом для підвищення ефективності SEO-стратегій. Зокрема, аналіз рекламного дискурсу за допомогою методів обробки природної мови (NLP) та машинного навчання дозволяє виявляти релевантні ключові слова, оптимізувати контент та адаптувати його до потреб цільової аудиторії [1], [2].

Програма, розроблена у межах дослідження, буде аналізувати текст, враховуючи специфіку саме українського рекламного дискурсу. Для цього передбачається врахування таких аспектів:

- Що найкраще продає в Україні (вибір стилістики, ключових фраз, форматів звернень).
- Як адаптуються сторінки під різні географічні регіони (гео), де запускається реклама.

Практична частина передбачає дослідження роботи локальних копірайтерів, аналіз їхніх підходів до адаптації контенту для різних ринків. Автоматизований аналіз рекламного дискурсу дозволяє:

- Виявляти та оптимізувати ключові слова та фрази, що підвищують видимість веб-ресурсів у пошукових системах [1].
- Визначати ефективні стратегії розміщення контенту та структурування веб-сторінок [2].

Автоматизація обробки текстових даних є важливим етапом у розробці та реалізації ефективних SEO-стратегій. Застосування сучасних технологій NLP та машинного навчання дозволяє маркетологам швидко адаптувати контент до змін у поведінці користувачів та алгоритмах пошукових систем, що забезпечує конкурентні переваги в цифровому середовищі.

Література:

1. Гаврильчик Л. С. Моделювання поведінки споживачів на основі методів цифрового маркетингу. Острог, 2020.[PDF] theses.oa.edu.ua
2. Підприємництво і маркетинг у формуванні національної безпеки за умов сучасних глобальних викликів. *Збірник тез доповідей Економічного науково-практичного форуму*, Вінниця, Україна. (2022). [PDF] eteb.khmnu.edu.ua
3. Маркетинг, реклама та рг: новітні технології для бізнесу. *ІІІ всеукраїнська науково-практична конференція*, Київ. elar.tsatu.edu.ua+2kterpcknute.kyiv.ua+2Цифрова бібліотека НАН України+2