



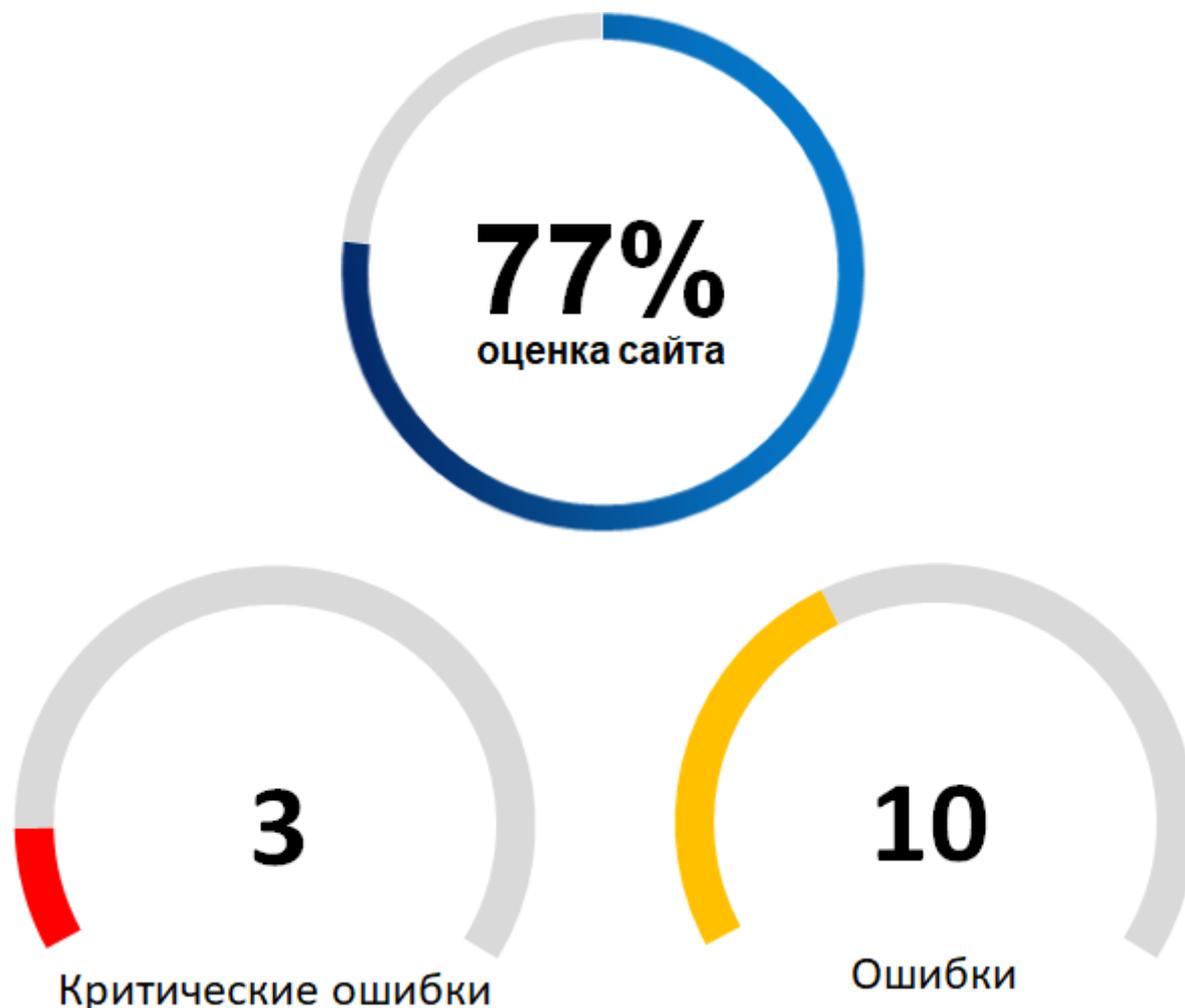
SEO-аудит сайта



Содержание

1. Анализ общих показателей сайта	6
1.1. Тематика и регион	6
1.2. Сведения о домене	6
1.3. SSL-сертификат	6
1.4. Индексация сайта и добавление в Вебмастер	7
1.5. ИКС	7
1.6. Яндекс.Карты и Google Maps	8
1.7. Обратные ссылки	8
1.8. Наличие сайтов-аффилиатов	9
1.9. Трафик и его источники	9
1.10. Поведение пользователей	11
2. Технический аудит сайта	14
2.1. Файл Robots.txt	14
2.2. Файл Sitemap.xml	14
2.3. Фавикон сайта	15
2.4. Битые ссылки	15
2.5. 301 редирект	15
2.6. Внешние ссылки	16
2.7. ЧПУ	16
2.8. Проверка мета-тегов	17
3. Анализ контента сайта	18
3.1. Текстовый контент и его уникальность	18
3.2. Пустые страницы	19
3.3. Анализ главных разделов сайта	20
3.4. Внутренняя перелинковка	22
4. Оптимизация главной страницы	23
4.1. Ключевые запросы для главной страницы	23
4.2. Мета-теги для главной страницы	23
4.3. Текст для главной страницы	24
Резюме	25

Краткая сводка



Выявленные в процессе аудита ошибки напрямую влияют на позиции Вашего сайта в поисковых системах, поэтому необходимо предпринять соответствующие меры по их исправлению.

Обозначения в аудите				
				
Информационный параметр, не оценивается	Недочёты отсутствуют	Ошибка, требует доработки	Критическая ошибка, требует немедленного исправления	Стоит обратить внимание

Критические ошибки

Серьёзно влияют на продвижение Вашего сайта и требуют немедленного исправления.

(Для быстрого перехода в раздел с ошибкой, нажмите CTRL и щелкните левой кнопкой мыши на «Перейти к ошибке»)



Мета-теги страниц

Перейти к ошибке >



Внутренняя перелинковка

Перейти к ошибке >



SSL-сертификат

Перейти к ошибке >

Ошибки

Данные недочёты не являются критичными, однако также влияют на продвижение сайта и поэтому требуют исправления.

Индексация сайта

Файл Robots.txt

301 редирект

Внешние ссылки

Текстовый контент

Раздел «О нас»

Раздел «Доставка»

Отсутствует раздел «Доставка».

Раздел «Отзывы и комментарии»

ЧПУ

Онлайн-консультант



Анализ общих показателей сайта

В данном разделе собрана основная информация о Вашем сайте, а также основные SEO-показатели, характеризующие сайт с точки зрения выдачи в поисковых системах.

1.1. Тематика и регион



1.2. Сведения о домене



Наличие собственного домена указывает на серьезные намерения владельца сайта. К сайтам, имеющим собственный домен, также наиболее лояльно относятся пользователи.

1.3. SSL-сертификат



SSL-сертификат обеспечивает безопасность пользователей и их данных на сайте с помощью надёжного шифрования данных. К сайтам, имеющим безопасный протокол SSL, лояльнее относятся не только пользователи, но также и поисковые системы – сайты с SSL имеют больший приоритет в поисковой выдаче.

По исследованиям поисковой системы Google, 81 из 100 сайтов из ТОП-100 используют именно HTTPS. А в самом популярном браузере Chrome все сайты без протокола SSL помечаются как небезопасные, что может негативно повлиять на лояльность пользователей к таким сайтам.

1.4. Индексация сайта и добавление в Вебмастер

Индексация сайта — это обнаружение страниц Вашего сайта поисковыми роботами и занесение их в свою базу данных. Рассчитывается как количество посещённых страниц сайта. Чем ближе количество проиндексированных в поисковых системах страниц к реальному количеству страниц на сайте, тем выше приток новых пользователей на сайт.

1.5. ИКС

ИКС (индекс качества сайта) — показатель поисковой системы Яндекс, который определяет полезность сайта для пользователей с точки зрения Яндекса. При расчете индекса качества учитываются размер аудитории сайта, степень удовлетворенности пользователей, уровень доверия к сайту со стороны пользователей и Яндекса, а также другие критерии.

Минимальное значение данного показателя – **10**. Сайтам с таким показателем необходимо активно прорабатывать недочёты и делать сайт лучше для посетителей. Если данный показатель **<10**, это означает либо молодой возраст сайта, либо наличие большого количества недочётов на сайте.

1.6. Яндекс.Карты и Google Maps

С помощью сервиса «Карты» поисковых систем Яндекс и Google вы можете рассказать своим целевым клиентам о вашем местоположении. Наличие компании на этих картах позволяет повысить релевантность сайта для поисковых систем, а также доверие пользователей к вашей компании.

Ваша компания добавлена в сервисы Яндекс.Карты и Google Maps.

1.7. Обратные ссылки

Обратные ссылки (ссылки с других сайтов на Ваш сайт) являются одним из инструментов продвижения сайта. Обратные ссылки формируют ссылочную массу сайта, является важным показателем авторитетности ресурса. Сайты с большим количеством органических обратных ссылок пользуются доверием со стороны поисковых систем и занимают более высокие позиции в выдаче.

1.8. Наличие сайтов-аффилиатов



Сайты-аффилиаты — сайты одной тематики, принадлежащие одному владельцу и содержащие одинаковые товары или услуги. Поисковые системы могут выборочно блокировать такие сайты, при этом понижая в результатах поиска все схожие сайты одного владельца.

Сайты-аффилиаты отсутствуют, блокировки на Ваш сайт со стороны поисковой системы Яндекс не обнаружено.

1.9. Трафик и его источники

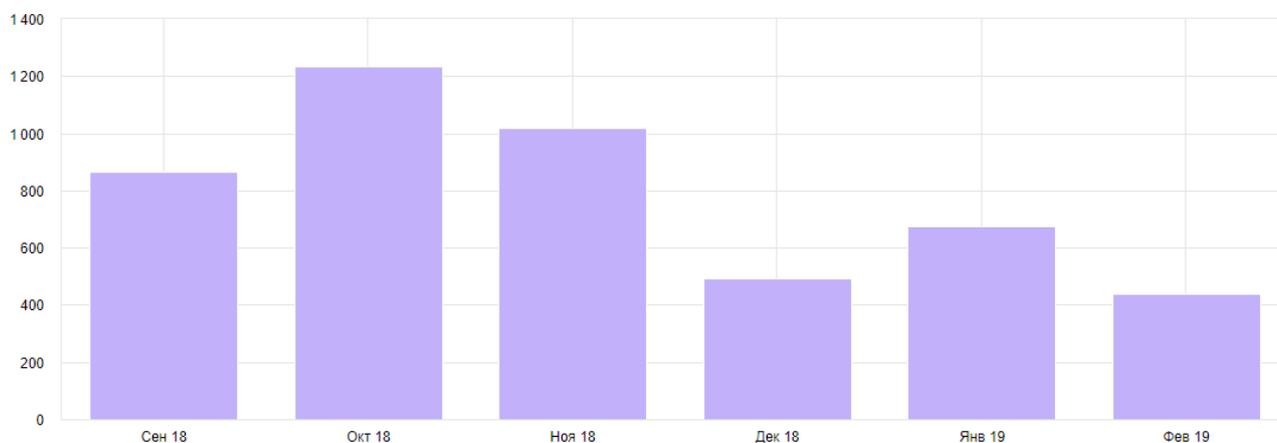
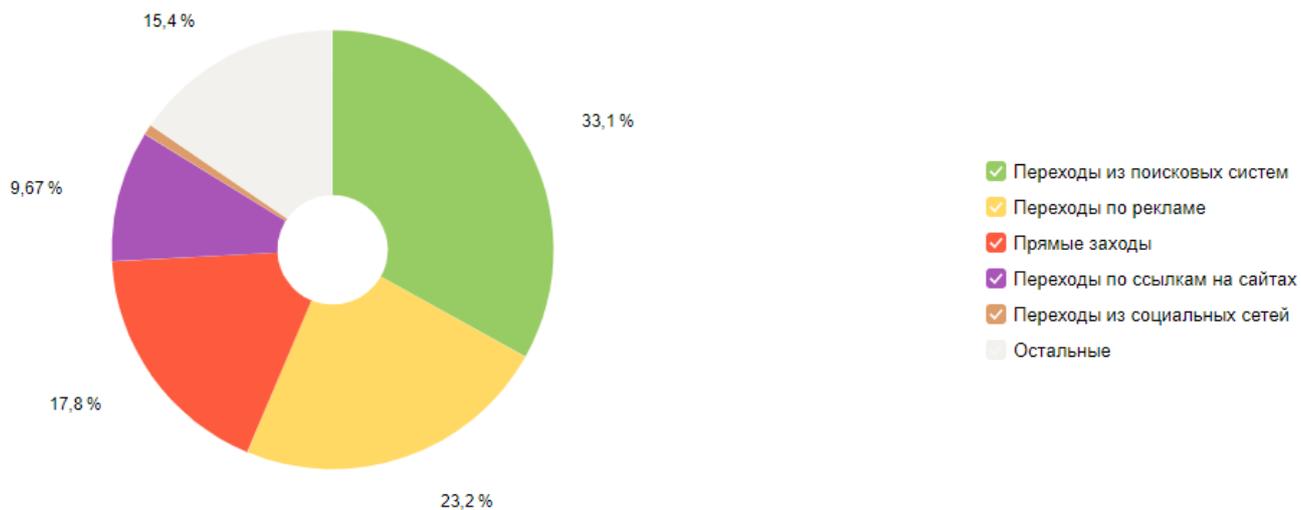
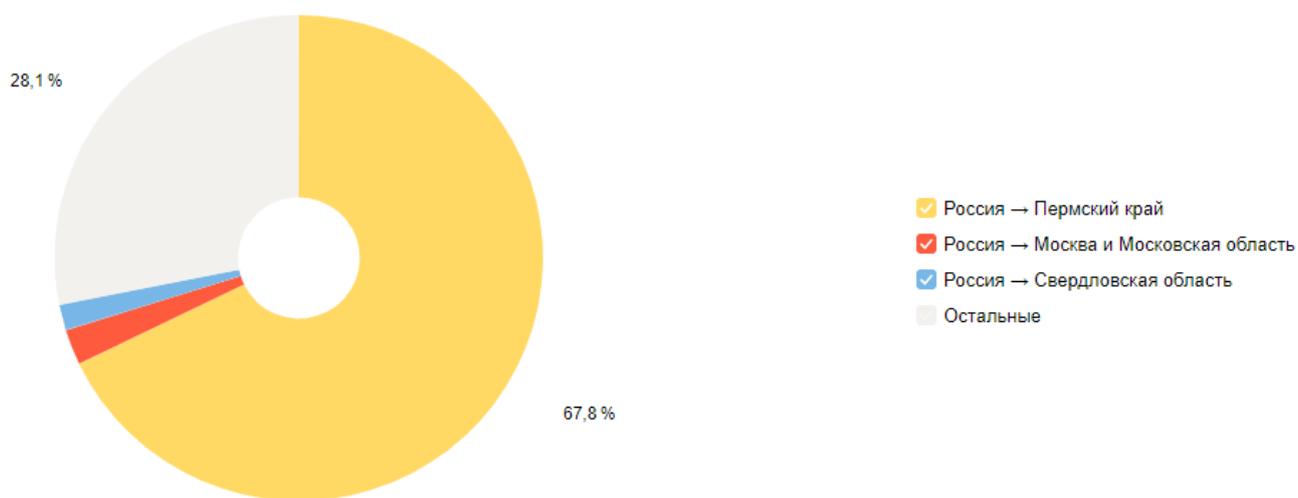


График посещаемости за последние 6 мес.



Источники трафика за последние 6 мес.



Видимость сайта по регионам за последние 6 мес.

Выводы:

1. Основной источник трафика — поисковые системы (33,1%).

2. Значительная часть трафика (23,2%) поступает по рекламе.

3. Сайт имеет хорошую видимость в Пермском крае (67,8%).

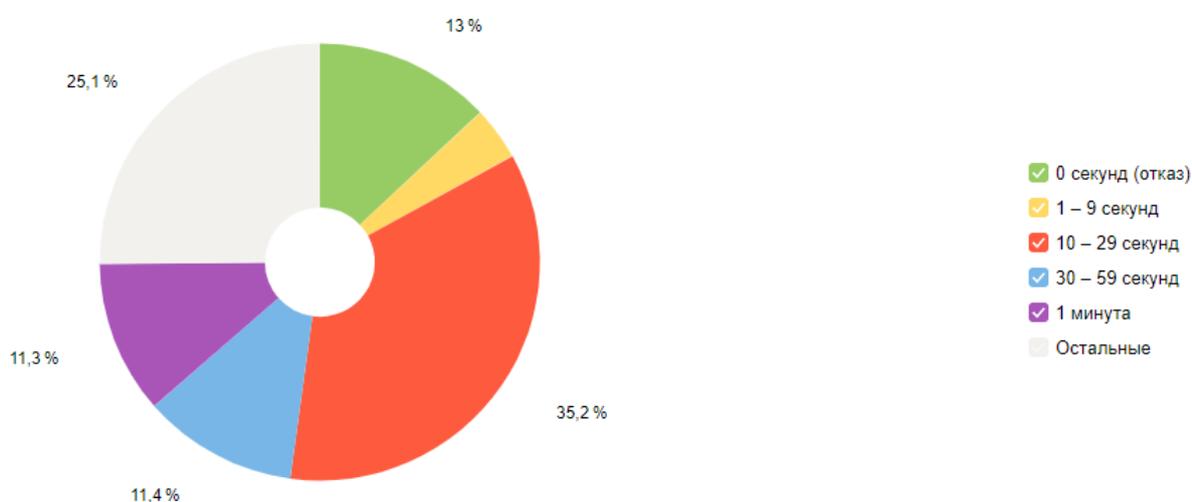
4. Остальные регионы составляют 28,1% от общей видимости.



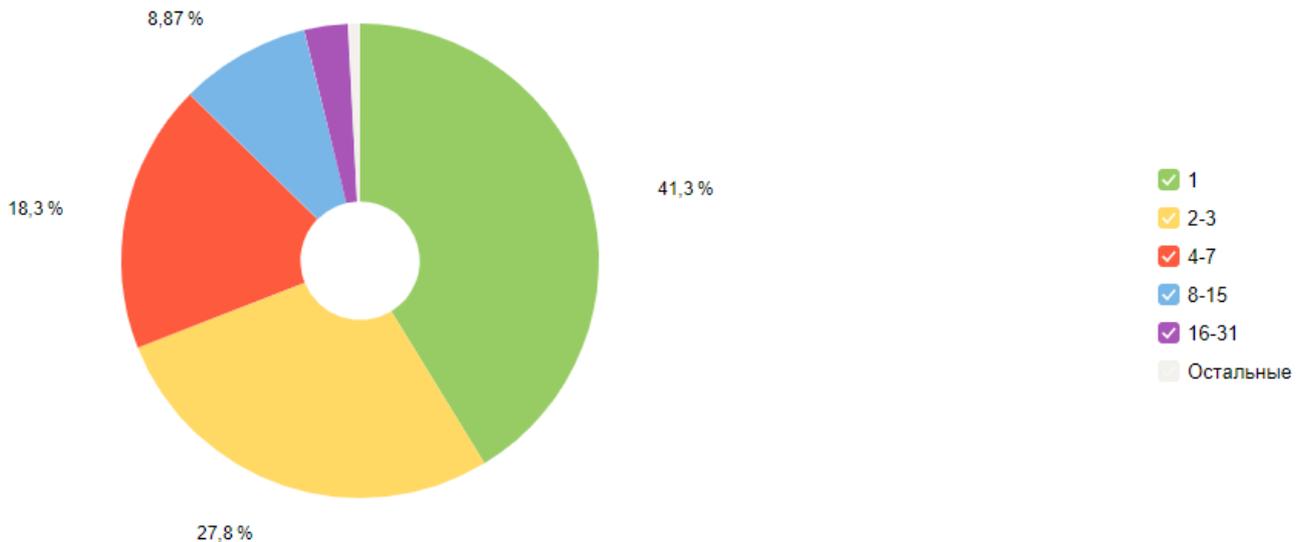
1.10. Поведение пользователей

О поведении пользователей на Вашем сайте можно судить по нескольким показателям. Мы будем использовать главные из них:

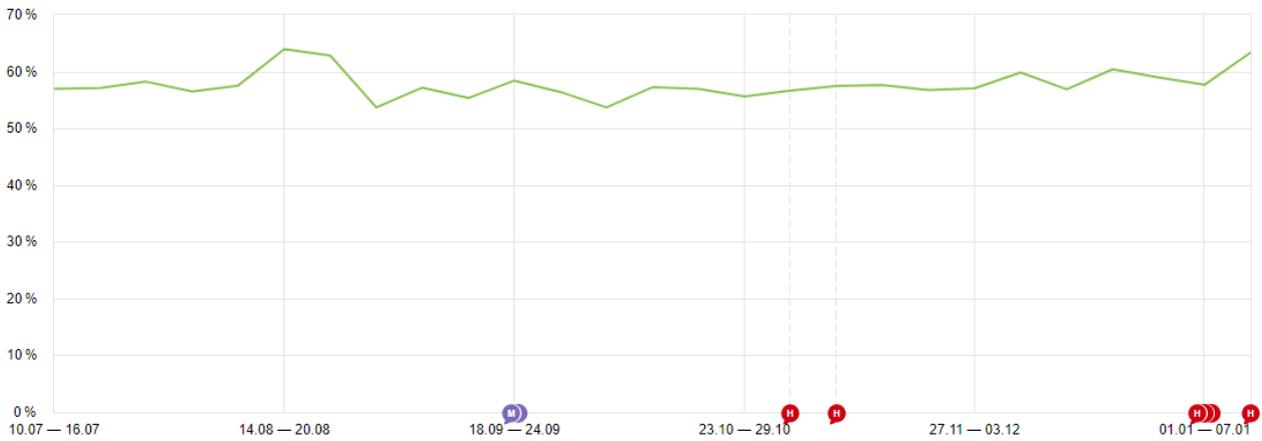
- **Среднее время визита** — время, проведенное на сайте посетителями;
- **Глубина просмотра** — количество страниц, просмотренных посетителем во время визита;
- **Показатель отказов** — процент посетителей сайта от общего количества посетителей, которые отказались его просматривать и покинули сайт, побывав лишь на одной странице.



Среднее время визита (за последние 6 мес.)



Глубина просмотра (за последние 6 мес.)



Показатели отказов (за последние 6 мес.)

Проанализировав эти данные, можно сделать следующие замечания – за последние 6 месяцев:

1. Увеличение глубины просмотра в августе и январе.

2. Увеличение показателя отказов в октябре и январе.

3. Наличие периодов с низким показателем отказов.

О чем это может свидетельствовать:

1. Увеличение глубины просмотра может свидетельствовать о том, что контент стал более интересным и полезным для аудитории.

2. Увеличение показателя отказов может свидетельствовать о том, что контент стал менее релевантным для аудитории.

3. Наличие периодов с низким показателем отказов может свидетельствовать о том, что контент стал более релевантным для аудитории.

[The content of this section is heavily blurred and illegible.]

Выводы:

- [Blurred list item 1]*
- [Blurred list item 2]*
- [Blurred list item 3]*

Более подробно все эти проблемы вы можете оценить с помощью Яндекс.Метрики. Наша компания также предлагает Аудит качества сайта (юзабилити-аудит), в рамках которого мы проверяем эти факторы и предлагаем решения.

Необходимо стремиться к увеличению значений последних двух показателей и уменьшению процента отказов.



Технический аудит сайта



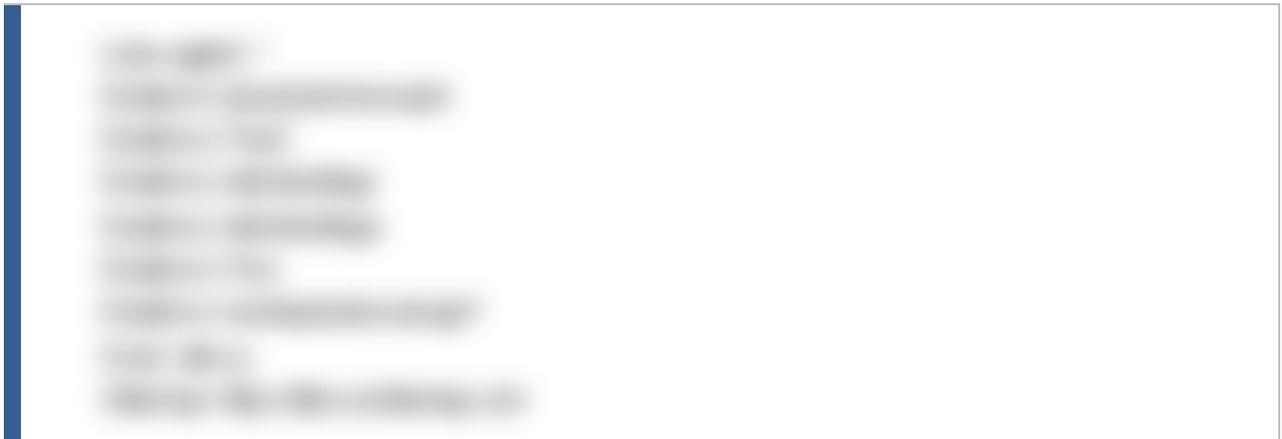
2.1. Файл Robots.txt

Файл Robots.txt задает настройки индексирования сайта для поисковых систем. Некорректные параметры данного файла могут снизить позиции Вашего сайта в поисковых системах.



Наши рекомендации:

Необходимо загрузить Robots.txt следующего содержания:



2.2. Файл Sitemap.xml

Файл Sitemap (карта сайта) сообщает поисковым системам о том, как организована структура данных на Вашем сайте. Поисковые роботы просматривают этот файл, чтобы более точно проиндексировать Ваш сайт. Отсутствие этого файла может негативно повлиять на продвижение сайта.



Файл Sitemap.xml присутствует на Вашем сайте.

2.3. Фавикон сайта



Favicon (Фавикон) — значок веб-сайта или веб-страницы. Отображается браузером во вкладке перед названием страницы, а также в качестве картинки рядом с закладкой, во вкладках и в других элементах интерфейса. Сайт, который имеет фавикон, вызывает больше доверия у пользователей и поисковых систем, соответственно, привлекает внимание в поисковой выдаче.

- Фавикон присутствует на Вашем сайте.

2.4. Битые ссылки



Битыми называются ссылки, которые ведут на несуществующие страницы.

- Битых ссылок не найдено, все ссылки отображаются корректно.

2.5. 301 редирект



Редирект — это способ перенаправления пользователей на другую страницу, отличную от той, на которую они кликнули. Наличие ссылок-редиректов негативно сказывается на индексации страниц Вашего сайта.



Наши рекомендации:

2.6. Внешние ссылки



Для сайтов внешние ссылки на сторонние сайты нежелательны.



Наши рекомендации:

2.7. ЧПУ



ЧПУ (человеко-понятный URL) – это такой адрес страницы, который прост и понятен как для пользователя, так и для поисковых систем. В этом адресе используются ключевые слова, которые отражают тематику и контент страницы, на которую этот адрес ведёт. Наличие ЧПУ помогает пользователям лучше запомнить названия страниц, а также повышает релевантность страниц для поисковых систем, что является важным фактором для продвижения сайта.





2.8. Проверка мета-тегов

Мета-теги страниц имеют большую значимость для успешного продвижения Вашего сайта в поисковых системах. К мета-тегам относятся теги **Title**, **Description** и **Keywords**. Данные теги должны быть заполнены для всех страниц сайта; кроме того, они должны быть уникальными для каждой из страниц сайта. Отсутствие мета-тегов или наличие дублей в тегах негативно сказываются на продвижении сайта в поисковых системах.

Краткая информация о проверке мета-тегов Вашего сайта представлена в таблице ниже. Более подробная информация — в приложении к письму.

Title	<ul style="list-style-type: none">● [blurred]● [blurred]● [blurred]● [blurred]
Description	<ul style="list-style-type: none">● [blurred]● [blurred]● [blurred]
Keywords	<ul style="list-style-type: none">● [blurred]

Наши рекомендации:

[blurred text]

[blurred text]



Анализ контента сайта



3.1. Текстовый контент и его уникальность

Наполненность сайта качественным и информативным текстовым контентом является важной составляющей качественного сайта. Чем полнее и информативнее тексты на Вашем сайте, тем выше будет лояльность пользователей к Вашему сайту.

Уникальность (оригинальность, заимствованность) текстов также имеет большое значение в продвижении сайта. Все тексты на Вашем сайте должны быть уникальными. Заимствование текстов с других ресурсов не приветствуется поисковыми системами и грозит блокировкой Вашего сайта в поисковой выдаче.

Мы выборочно взяли **10** текстов на вашем сайте для проверки на уникальность – текст на главной странице, 6 описаний подразделов каталога, а также 3 статьи сайта. Информация об уникальности этих текстов представлена в таблице ниже.

Адрес страницы	Уникальность текстов
[blurred]	●

Наши рекомендации:

Содержимое этого раздела является конфиденциальным и предназначено исключительно для клиентов. Если вы не являетесь клиентом, пожалуйста, не распространяйте эту информацию. Для получения дополнительной информации свяжитесь с нами по телефону +7 (495) 123-4567 или по электронной почте info@majordomo.ru.

3.2. Пустые страницы



Пустые страницы (или незаполненные страницы товаров в каталоге) вызывают недоверие посетителей, и поэтому лучше не держать такие материалы на сайте.

- Мы не обнаружили пустых страниц на Вашем сайте.



3.3. Анализ главных разделов сайта

Мы анализируем наличие главных разделов на сайте и оцениваем их наполненность и информативность для пользователя.

Каталог товаров / услуг	<ul style="list-style-type: none">●●●●
Раздел «О нас»	<ul style="list-style-type: none">●
Раздел «Контакты»	<ul style="list-style-type: none">●●●●●●
Раздел «Доставка и оплата»	<ul style="list-style-type: none">●
Раздел «Отзывы и комментарии»	<ul style="list-style-type: none">●
Адаптивность	<ul style="list-style-type: none">●
Онлайн-консультант	<ul style="list-style-type: none">●

Наши рекомендации:

1. ВВЕДЕНИЕ

- 1.1. Цель и задачи исследования
- 1.2. Методология исследования
- 1.3. Структура работы
- 1.4. Актуальность темы
- 1.5. Научная новизна
- 1.6. Практическое значение

2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

3. ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ



Внутренняя перелинковка – размещение ссылок с одной страницы сайта на другую или другие. Перелинковка дает возможность легче находить нужные страницы посетителю, отправляет его к схожим темам, помогает ориентироваться. Также ссылки можно устанавливать с главной страницы, новостей и статей на страницы предоставляемых услуг.



3.4. Внутренняя перелинковка

Внутренняя перелинковка – размещение ссылок с одной страницы сайта на другую или другие. Перелинковка дает возможность легче находить нужные страницы посетителю, отправляет его к схожим темам, помогает ориентироваться. Также ссылки можно устанавливать с главной страницы, новостей и статей на страницы предоставляемых услуг.





Оптимизация главной страницы

4.1. Ключевые запросы для главной страницы

Это ключевые фразы, набранные из реальных поисковых запросов, по которым ваши товары или услуги ищут в Интернете.

На основе этих фраз подготовлена оптимизация главной страницы сайта.

4.2. Мета-теги для главной страницы

Title	
h1	
Description	
Keywords	

Вам необходимо изменить мета-теги для главной страницы на указанные.

4.3. Текст для главной страницы

Разместите текст на главной странице.

[The following text is heavily blurred and illegible. It appears to be a list of items or a detailed description, but the content cannot be transcribed accurately.]

Резюме

В процессе аудита:

- проанализированы ключевые показатели сайта;
- проведён технический и контентный анализ сайта;
- подготовлены мета-теги и текст для главной страницы на основе ключевых запросов;
- даны рекомендации по устранению выявленных ошибок и недочётов.

Помните, что выявленные ошибки и недочёты напрямую влияют на позиции Вашего сайта в поисковых системах, поэтому необходимо предпринять соответствующие меры по их исправлению.

Улучшайте и развивайте свой сайт с помощью предоставленных в аудите рекомендаций. В будущем это обязательно даст коммерческий эффект: сайт станет удобнее и понятнее для Ваших клиентов, страницы сайта начнут находить в поисковых системах, посещаемость будет расти, а значит, увеличится и число заказов.

Обратите внимание, проведение аудита является важным как для нового, так и для давно работающего сайта. Поскольку это разовая услуга, мы рекомендуем заказывать её при создании сайта и раз в 6 месяцев, особенно если Вы часто вносите изменения: редактируете тексты, добавляете или удаляете страницы.

Просим вас, пожалуйста, поделиться с нами впечатлениями о проведённом аудите, а также оставить отзыв [на нашем форуме](#) :)

Спасибо, что выбрали Majordomo!