Аудит сайта site.by

Специалисты «GUSAROV» провели проверку сайта site.by и выявили ряд недоработок, которые влияют на его позиции в поисковой системе.

Обозначения:

❌ – критическая ошибка, требующая срочного исправления; ⚠️ – ошибка, требующая исправления; ✅ – ошибок не обнаружено.

1. ✅ Возраст домена (whois, веб-архив – доменная история)

Возраст сайта по whois 147 дней (изображение 1).

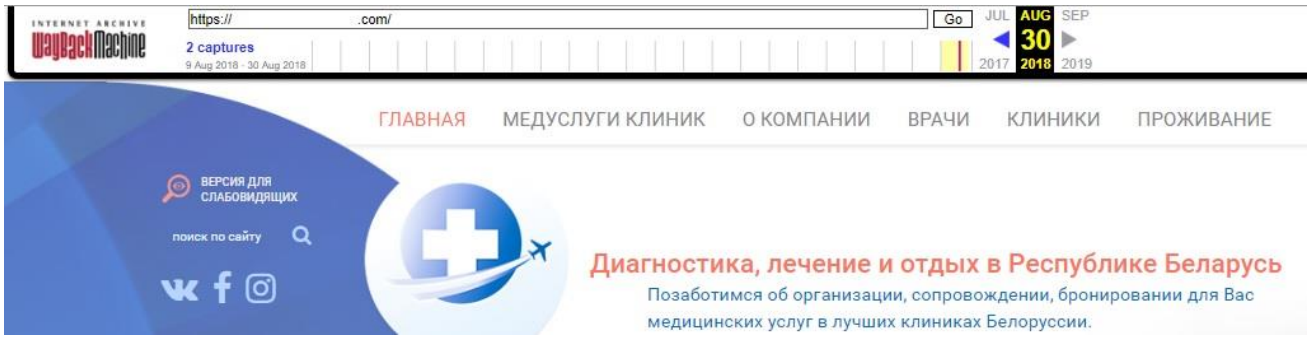
Информация по данным whois.onlinenic.com

Domain Name:
Registry Domain ID: 2247310285_DOMAIN_COM-VRSN
Registrar WHOIS Server: whois.onlinenic.com
Registrar URL: http://www.onlinenic.com
Updated Date: 2018-04-03T04:00:00Z
Creation Date: 2018-04-03T04:00:00Z
Registrar Registration Expiration Date: 2019-04-03T04:00:00Z
Registrar: Onlinenic Inc
Registrar IANA ID: 82
Registrar Abuse Contact Email: onlinenic-enduser@onlinenic.com
Registrar Abuse Contact Phone: +1.5107698492
Domain Status: clientTransferProhibited https://icann.org/epp#clientTransferProhibited
Name Server: ns1.neolocation.com
Name Server: ns2.neolocation.com
DNSSEC: unsigned
URL of the ICANN WHOIS Data Problem Reporting System: http://wdprs.internic.net/
>>> Last update of WHOIS database: 2018-04-03T04:00:00Z <<<

Изображение 1

Возраст домена проверяется с помощью специальных whois-сервисов, например, whois7.com. С помощью их можно узнать дату регистрации и получить массу другой полезной информации о доменном имени.

Возраст сайта по веб-архиву 1 день (изображение 2).



Изображение 2

Также возраст сайта проверяется по веб-архиву. Веб-архив (web.archive.org) – некоммерческий сервис, целью деятельности которого является сбор и хранение информации об истории сайтов и предоставление к этим сведениям доступа широкому кругу лиц. Благодаря порталу можно увидеть, как выглядела та или иная страница 5-10 лет назад. Т.е. с помощью сервиса можно узнать какой сайт и какой тематики находился на данном доменном имени.

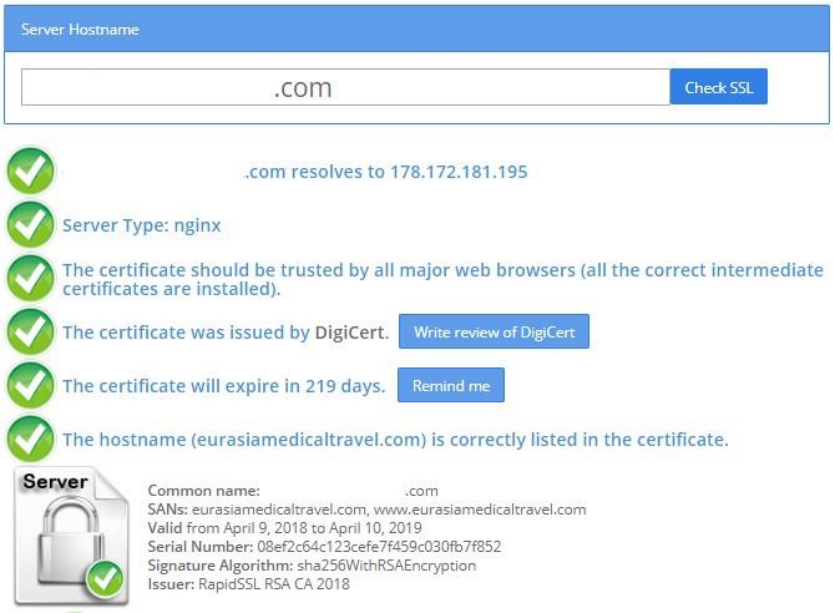
Если у нескольких сайтов одной тематики релевантность одинаковая, поисковые системы все равно отдают предпочтение одним относительно других сайтов, помещая их на более высокие позиции в поисковой выдаче. Это происходит в числе прочего потому, что алгоритм ранжирования учитывает возраст домена, т.е. «старые» сайты, которые существуют больше 1-3 лет, имеют больше шансов оказаться в топе, чем недавно созданные молодые сайты.

Рекомендации:

- Регистрируйте заранее доменное имя, и используйте на нём одностраничный сайт, как правило, содержащий только минимальную (основную) информацию о коммерческой или некоммерческой организации, частном лице, компании, товарах или услугах: название, контактные данные и форму обратной связи и, возможно, прайс-лист.
- Проверяйте домен по веб-архиву перед покупкой, чтобы не приобрести доменное имя с плохой историей.

2. ✅ SSL-сертификат

На сайте установлен SSL-сертификат (изображение 3).



Изображение 3

С 2014 года соединение по HTTPS стало влиять на позицию сайта в

Google. Это значит, что сайты с SSL-сертификатами получают преимущество при формировании результатов поиска.

Кроме влияния на SEO, у SSL-сертификатов есть и другие преимущества:

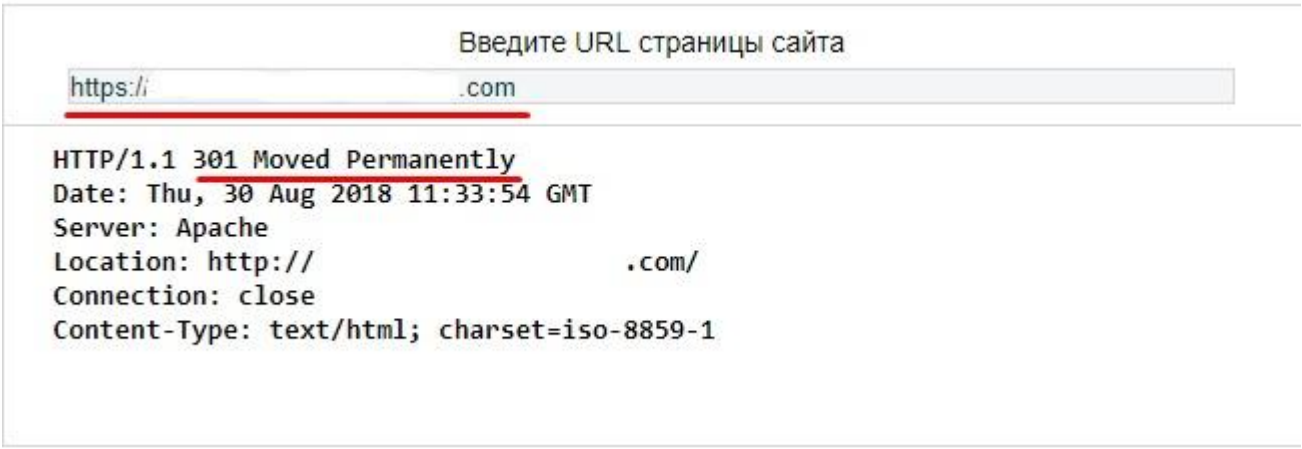
- **Защита личных данных клиентов.** Это основная задача

SSL-сертификатов. Они зашифровывают пароли, номера банковских карт, адреса электронной почты и другую информацию, которую клиенты вводят на сайте. Это придумано, чтобы злоумышленники не могли распознать конфиденциальную информацию, если перехватят её.

- **Визуальные отличия в браузерах.** С января 2017 года в Google стали помечать сайты, которые не работают по HTTPS-протоколу как ненадёжные. Это значит, что в Google Chrome появится отметка для сайтов без SSL-сертификата. Если на сайте есть контактные формы, но нет сертификата или он установлен с ошибкой, рядом с адресом страницы появится слово «Ненадёжный». На сайтах, где установлен сертификат, отображается слово «Надёжный».

3. ✅ **Основное зеркало**

На сайте корректно настроено основное зеркало сайта (изображение 4).



Изображение 4

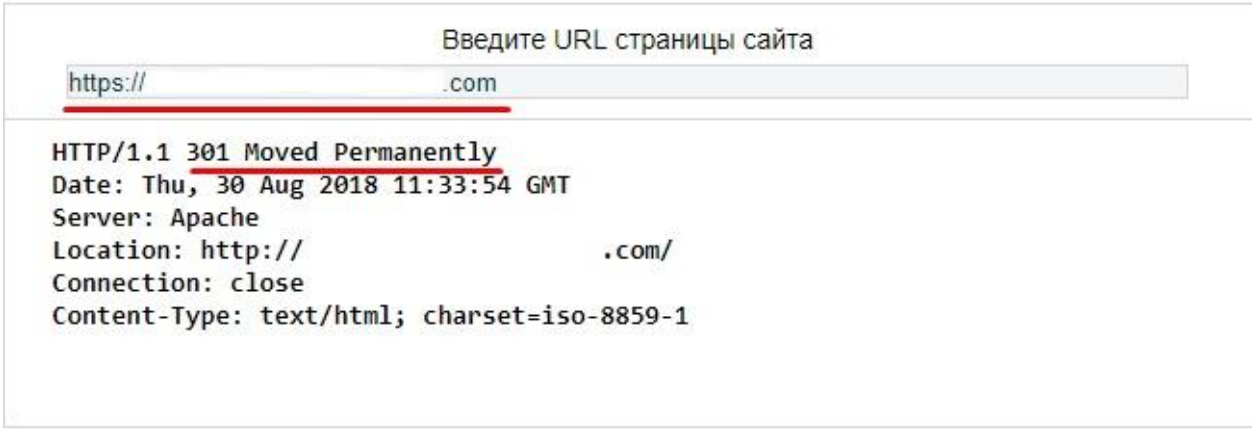
Некорректная настройка зеркал сайта – это дубли, от которых необходимо избавиться, указав поисковой системе, что индексировать нужно только одно из них (с www или без www). Также, кроме дублей, проблема заключается в том, что ссылки, проставляемые на сайт, как правило разнородны – кто-то указал url с www, а другой человек указал адрес без него. В итоге ссылочная масса делится между этими двумя вариантами. Следует убрать редирект на сайт с http.

Рекомендации:

- Делайте корректную настройку зеркал сайта.
- Укажите в Search Console Google и Яндекс.Вебмастер главное зеркало.

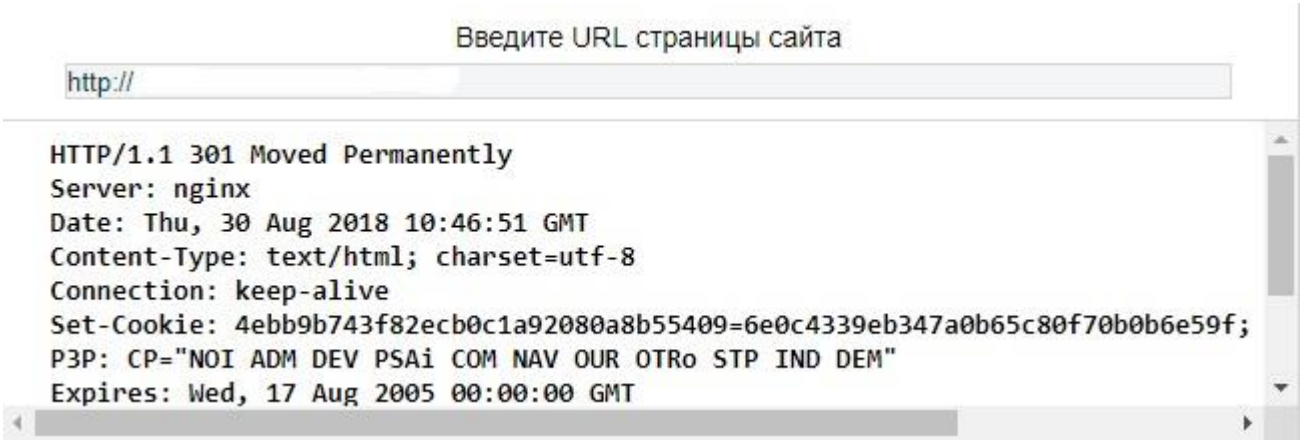
4. ❗ 301 редирект

На сайте корректно настроен редирект основного зеркала (изображение 5).



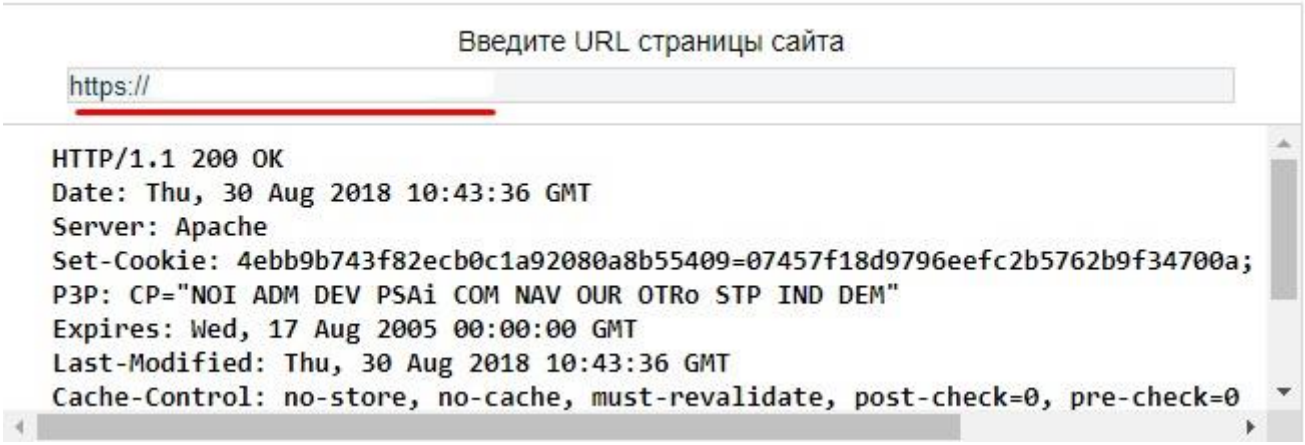
Изображение 5

На сайте корректно настроено перенаправление с http на https (изображение 6).



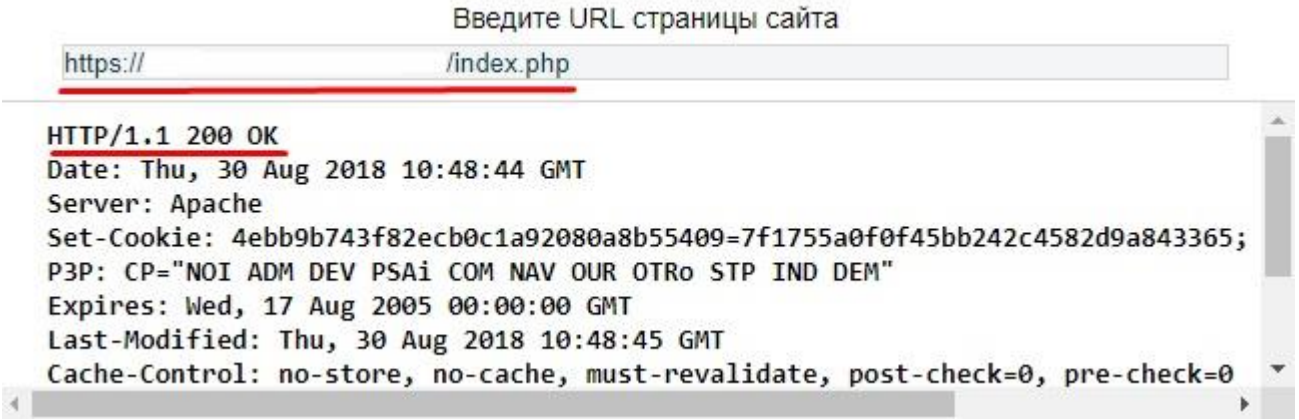
Изображение 6

На сайте не настроен редирект с множественных слешей (изображение 7).



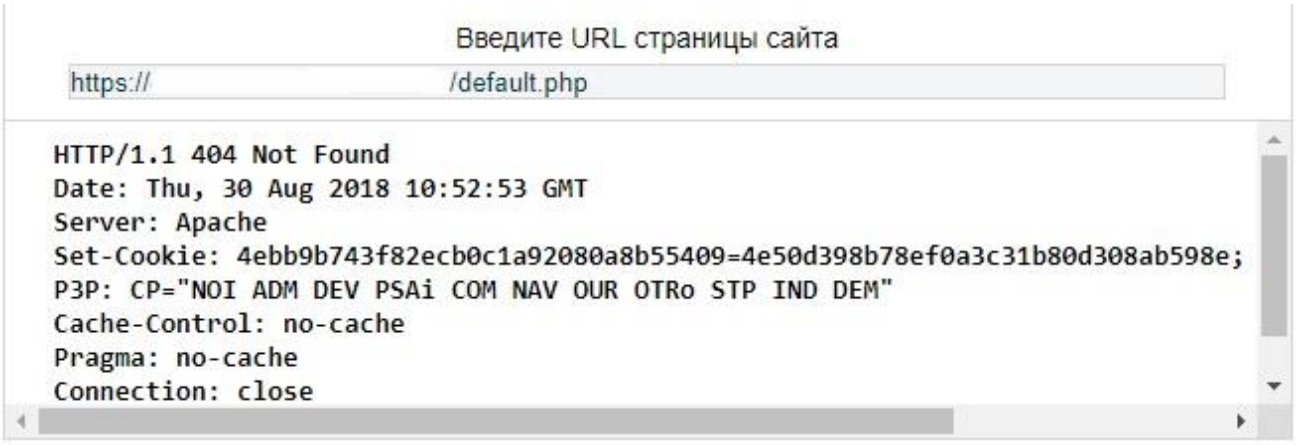
Изображение 7

На сайте не настроено перенаправление на главную страницу со страниц /index.php , /index.html (изображение 8).



Изображение 8

При указании адресов страниц с /index.htm, /default.php, /default.html, /default.htm выдает ошибку 404, что тоже нормально (изображение 9).



Изображение 9

Редирект 301 – это HTTP-код ответа, использующийся для постоянного перенаправления пользователей с первоначально запрашиваемого адреса на другой. С его помощью можно склеить старые страницы с новыми или перенести сайт на другой домен, убрать дубли с сайта и многое другое.

Во избежание дублей проверяется 301 редирект:

- на слейку зеркал, когда два имени сайта, которые отличаются лишь наличием или отсутствием www и для человека кажутся совершенно одинаковыми адресами, но для поисковых систем они считаются разными;
- с HTTP на HTTPS, если установлен SSL-сертификат;
- с множественных слешей;
- на поисковые дубли главной страницы (/index.php. /index.html)

Если в подобной ситуации не использовать 301 редирект, влияние на поисковую выдачу может быть крайне негативным за счет дублирования контента и перераспределения веса.

Рекомендации:

- Используйте 301 редирект для страниц, которые были постоянно удалены или замещены; для доменов, которые переехали (после ребрендинга и т.д.); для склейки страниц.

Доработки:

Требуются доработки программиста.

5. ✅ Простые URL (ЧПУ)

На сайте используются понятные URL (изображение 10).

Изображение 10

Описательные категории и имена файлов для документов на вашем сайте не только улучшают его структуру, но и позволяют сделать ссылки на ваш контент понятными для пользователей. Посетителей могут озадачить слишком длинные и непонятные URL ("…/folder1/222447478/x2/140322018.html"). Другим пользователям будет сложно создать ссылку на страницу с этим URL.

Пользователи могут разместить ссылку на вашу страницу в виде текста, а слова в URL гораздо информативнее для пользователей, чем непонятные идентификаторы или параметры ("…/services/audit-site.html").

Также следует помнить, что ссылка на документ обычно отображается под его названием в результатах поиска Google.

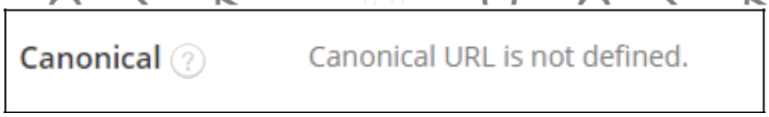
Поисковые системы умеют сканировать любые URL, даже с очень сложной структурой, однако мы рекомендуем использовать простые и понятные URL.

Рекомендации:

- Используйте слова в URL. URL со словами, отражающими контент сайта и его структуру, более понятны посетителям.
- Избегайте длинные URL с ненужными параметрами и идентификаторами сеансов.
- Не используйте шаблонные названия, например, stranica1.html.
- Не используйте слишком много ключевых слов, например magazin-produkty-magazin-produkty-magazinprodukty.htm.
- Используйте простую структуру каталогов. Систематизируйте свой контент так, чтобы структура каталогов позволяла пользователям легко ориентироваться на сайте, а URL отражали содержание страниц. Избегайте структур с глубоким вложением подкаталогов, например, ".../dir1/dir2/dir3/dir4/dir5/dir6/page.html", и имен каталогов, не имеющих отношения к содержанию самих каталогов.

6. ❗ Canonical

На сайте отсутствует атрибут canonical (изображение 11).



Изображение 11

В случае, когда посетители открывают один и тот же контент по разным ссылкам, необходимо использовать канонический URL (атрибут rel="canonical"), если переадресация невозможна.

Рекомендации:

- Используйте атрибут rel="canonical" для страниц сайта.

Доработки:

Требуются доработки программиста.

7. ✅ Favicon

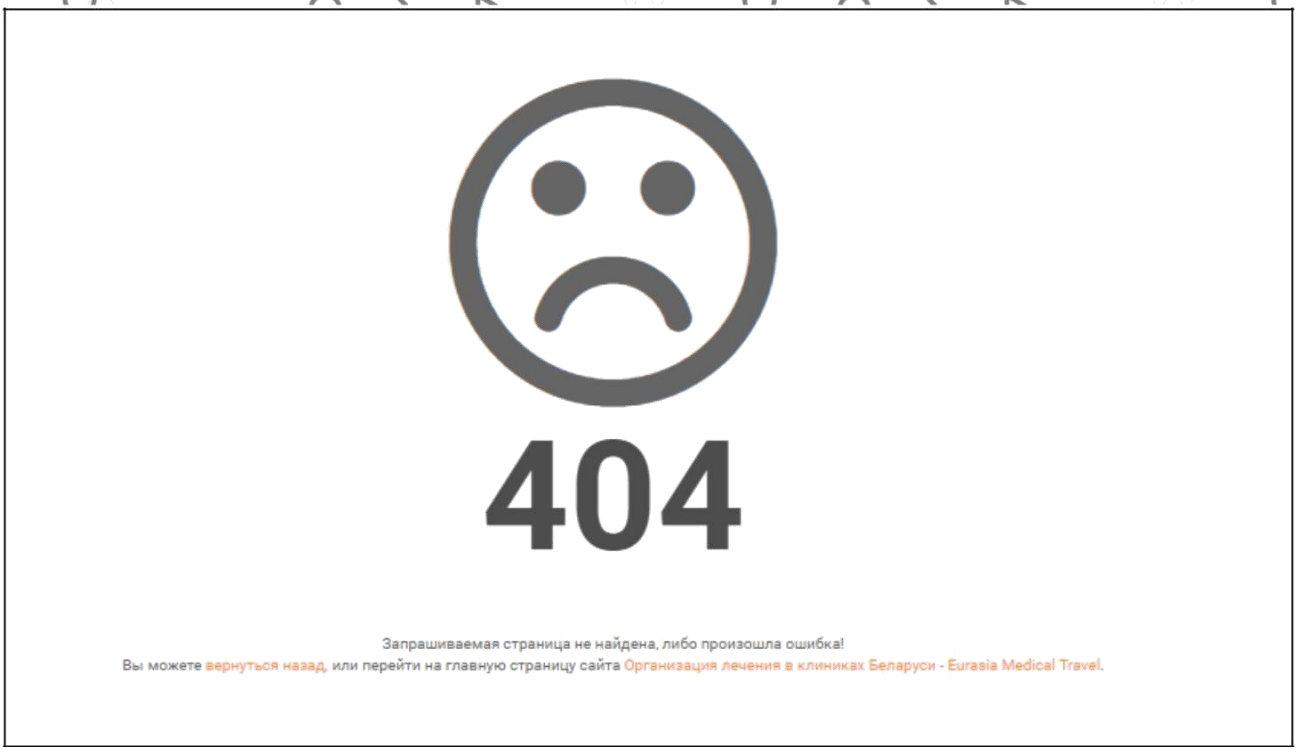
На сайте присутствует favicon (изображение 12).

Изображение 12

Favicon – это иконка в специальном формате, которая отображается в адресной строке, при посещении какого-либо сайта, вкладке браузера или в его закладках ("Избранном"). Обычно она хранится в корневой папке сайта и называется favicon.ico.

8. ✅ 404 страница

На сайте присутствует 404 страница, которая отдает код статуса HTTP 404 (изображение 13).



Изображение 13

Иногда пользователь может попасть на несуществующую на вашем сайте страницу, например, если нажмет на неработающую ссылку или неправильно введет URL в адресной строке браузера. Создав собственную страницу 404, которая помогает посетителям перейти в работающие разделы сайта, вы заметно повысите удобство использования своего ресурса. На странице 404 желательно разместить ссылку на главную страницу и ссылки на популярные разделы сайта или на разделы схожей тематики.

Рекомендации:

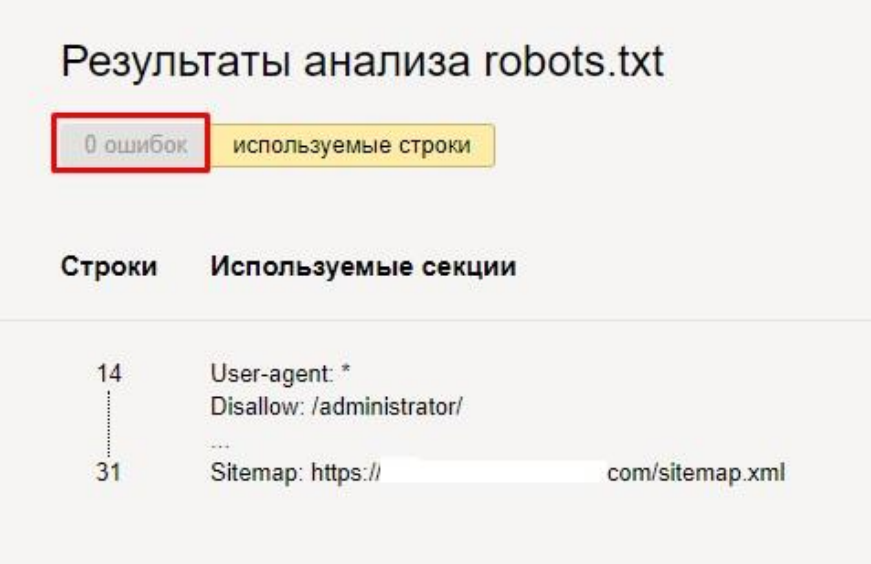
- Страницы 404 не должны индексироваться поисковыми системами. Веб-сервер должен отправлять код статуса HTTP 404.
- Не используйте надписи общего характера, например, "Не найдено" или "404", а также пустые страницы.
- Дизайн страниц 404 не должен отличаться от дизайна сайта.
- Не запрещайте поисковым системам сканировать страницы 404 в файлах robots.txt.

9. ✅ Файл robots.txt

Файл robots.txt присутствует на сайте (изображение 14) и не содержит ошибки (изображение 15). В файле указаны директивы host и sitemap.

```
User-agent: *
Disallow: /administrator/
Disallow: /bin/
Disallow: /cache/
Disallow: /cli/
Disallow: /components/
Disallow: /includes/
Disallow: /installation/
Disallow: /language/
Disallow: /layouts/
Disallow: /libraries/
Disallow: /logs/
Disallow: /modules/
Disallow: /plugins/
Disallow: /tmp/
Disallow: /*?*
Host: https://                    .com
Sitemap: https://                    .com/sitemap.xml
```

Изображение 14



Изображение 15

В файле robots.txt содержится информация для поисковых систем о том, какие разделы сайта можно сканировать. Файл должен быть размещен в корневом каталоге сайта. Страницы, заблокированные с помощью файла robots.txt, могут быть проиндексированы. Поэтому, если они содержат конфиденциальную информацию, используйте более надежные методы. Если вы хотите, чтобы страница не отображалась в результатах поиска, но не скрывать ее от пользователей, которые могут перейти на нее по прямой ссылке, используйте тег noindex. Для еще большей надежности применяйте

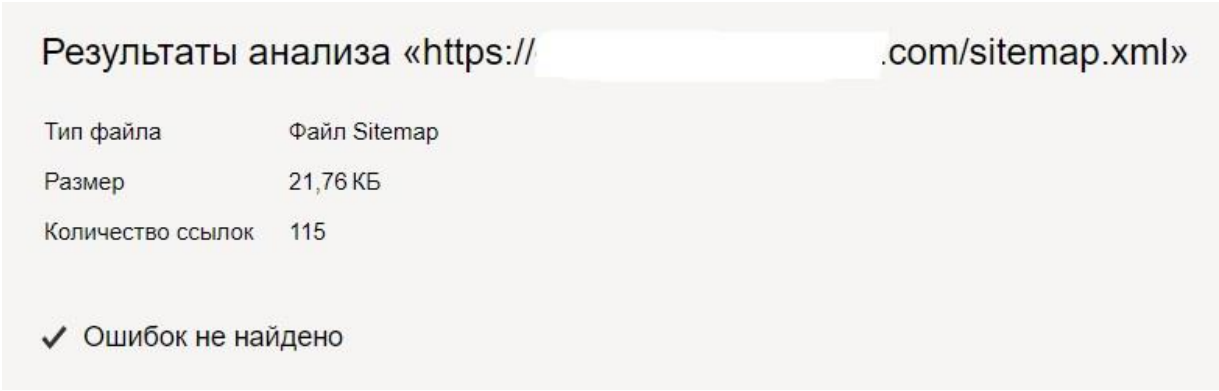
различные методы авторизации, например запрос пароля на странице или сайте.

Рекомендации:

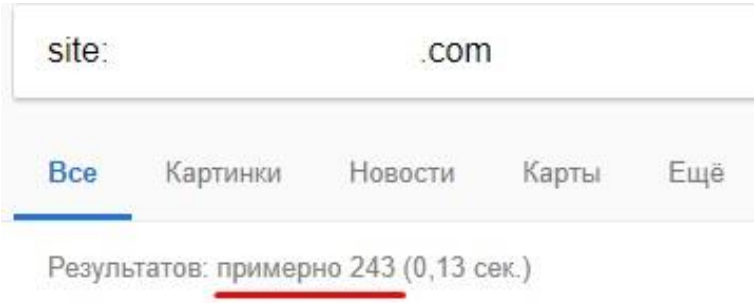
- Не позволяйте поисковым системам сканировать результаты поиска по вашему сайту: пользователи останутся недовольны, если, нажав на ссылку в поисковой выдаче, они снова попадут на страницу с результатами поиска.
- Не разрешайте сканировать URL, созданные в результате работы прокси-сервисов.

10. ⚠ Файл sitemap

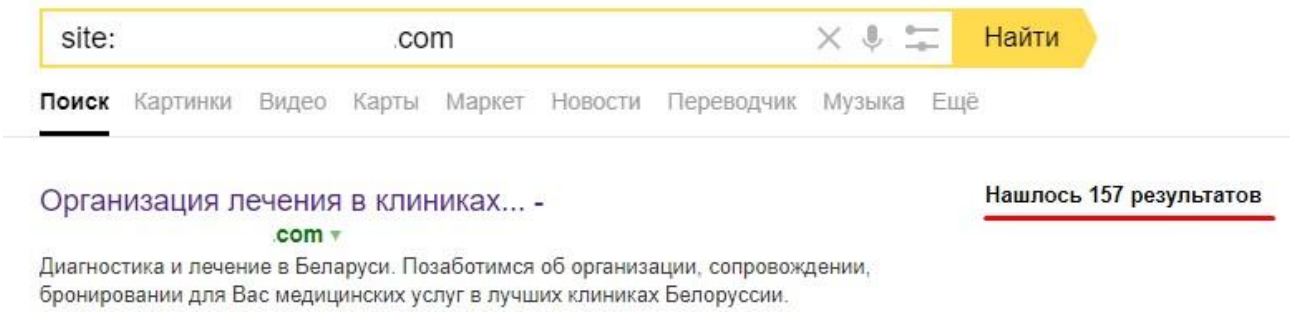
Файл sitemap присутствует на сайте. Ошибок в картах сайта не обнаружено (изображение 16). В картах сайта обнаружено 115 ссылок, при этом в индексе Google – 243 (изображение 17), а в Яндексе – 157 (изображение 18). Это может свидетельствовать о том, что не все страницы указаны в файле sitemap.



Изображение 16



Изображение 17



Изображение 18

Наличие файла sitemap позволяет поисковикам лучше индексировать страницы и видеть структуру сайта.

Рекомендации:

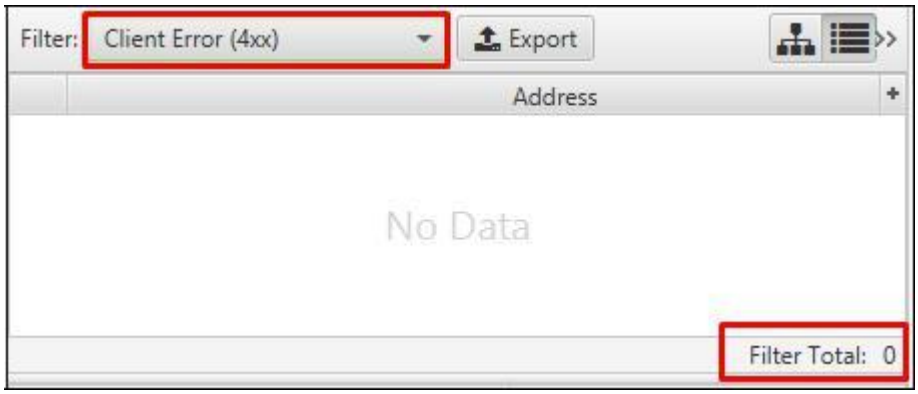
- Sitemap должен размещаться на вашем сайте и содержать информацию обо всех новых и измененных веб-страницах ресурса.

Доработки:

Требуются доработки программиста.

11. ✅ Страницы и изображения, отдающие код статуса HTTP 404

На сайте не найдено ссылок, отдающие код статуса HTTP 404 (изображение 19).



Изображение 19

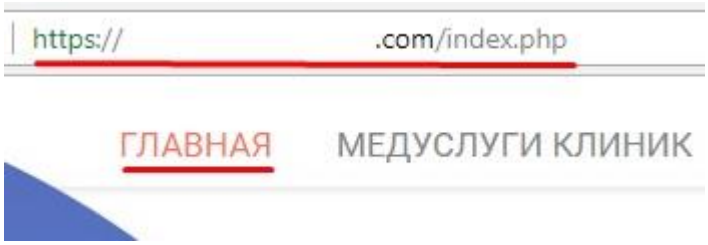
Код ответа сервера 404 указывает на то, что сервер не смог найти запрошенный URL. Этот код сообщает браузеру и поисковым системам, что данная страница не существует. В результате содержимое страницы, если оно есть, не будет сканироваться поисковыми системами.

Рекомендации:

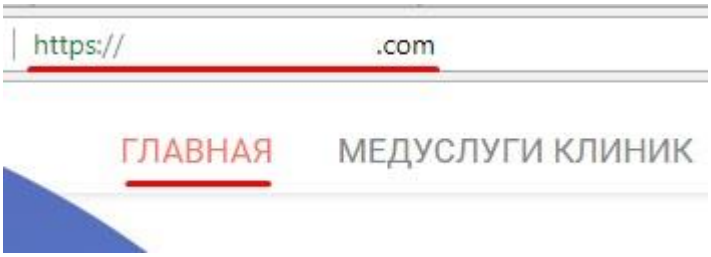
- Избавляйтесь от страниц и изображений, отдающих код статуса HTTP 404.

12. ❌ Дубли страниц

На сайте обнаружены дубли страниц (изображение 20,21).



Изображение 20



Изображение 21

При наличии дублей страниц на сайте поисковая система не может выбрать релевантную страницу, когда ей нужно выбрать из двух одинаковых страниц одну и показать ее в результатах выдачи.

Возникновение дублей может привести к различным негативным последствиям:

- Снижению релевантности основной посадочной страницы, а, значит, и снижению позиций ключевых слов.
- «Скачкам» позиций ключевых слов за счет постоянной смены релевантной привязки с одной страницы на другую.
- Общему понижению в ранжировании, когда проблема приобретает масштабы не отдельных URL, а всего сайта.

Рекомендации:

- Избегать появления и удалять дубли страниц.
- Настраивать корректное перенаправление (редирект 301).
- Использовать на страницах сайта атрибут rel="canonical".
- Закрывать от индексации.

Доработки:

Требуются доработки программиста.

13. ✅ Ссылки в навигации и кнопки купить/заказать прописаны через HTML

Ссылки в навигации (изображение 22), кнопки заказать (изображение 24) реализованы через HTML.

```
<a href="/o-nas">О компании</a>
```

Изображение 22

```
<a class="uk-button uk-button-services visible-inner"
href="#callback" data-uk-modal>Заказать услугу</a>
```

Изображение 23

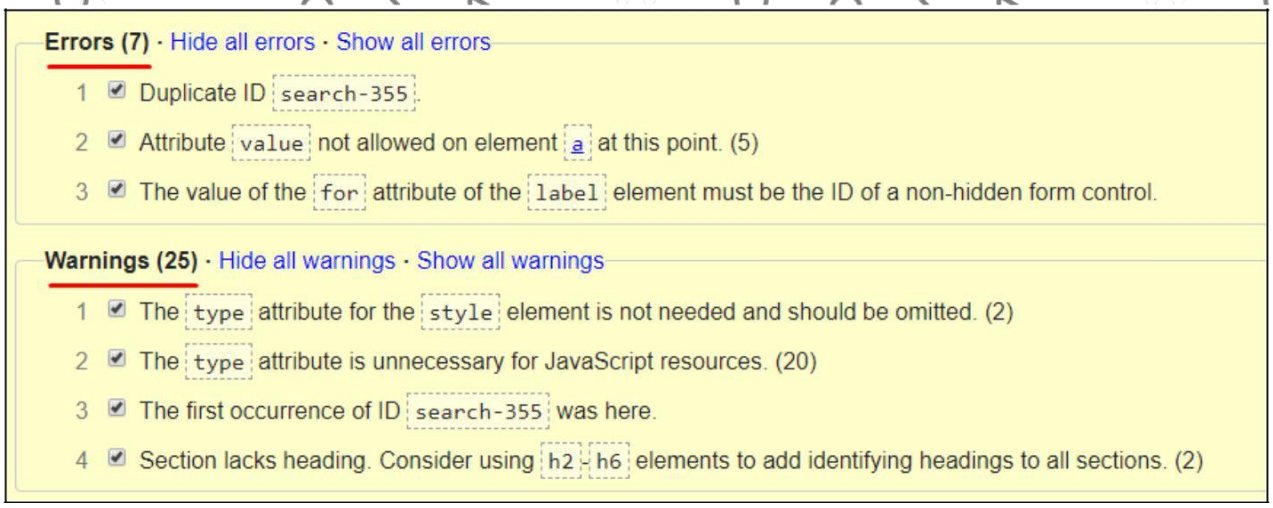
Поисковые системы не всегда корректно могут проиндексировать ссылки, которые реализованы через JavaScript или Flash.

Рекомендации:

- Избегайте реализации ссылок через JavaScript или Flash для продвигаемых страниц сайта.

14. ⚠ Ошибки в коде

На сайте обнаружено 7 ошибок и 25 замечаний в коде (изображение 24). Подробнее об ошибках здесь:



Изображение 24

Сайт с ошибками может некорректно отображаться, дольше загружаться и быть проблемным для индексации. Как итог – такие страницы могут выпасть из индексации или не проиндексироваться вовсе.

Рекомендации:

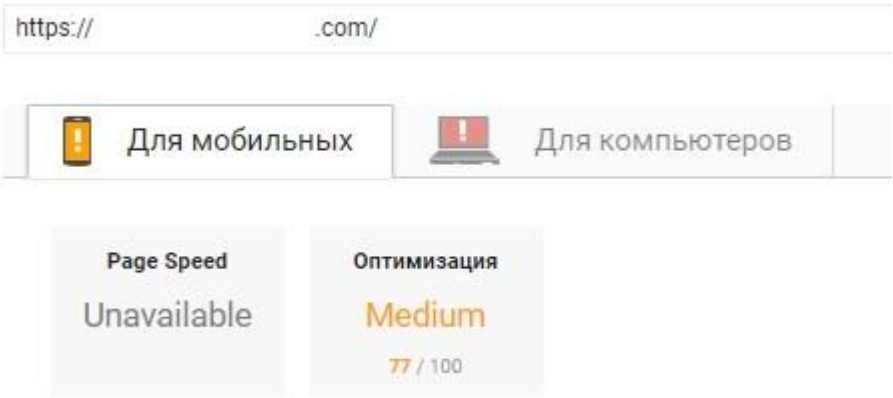
- Избегайте ошибок в коде сайта.

Доработки:

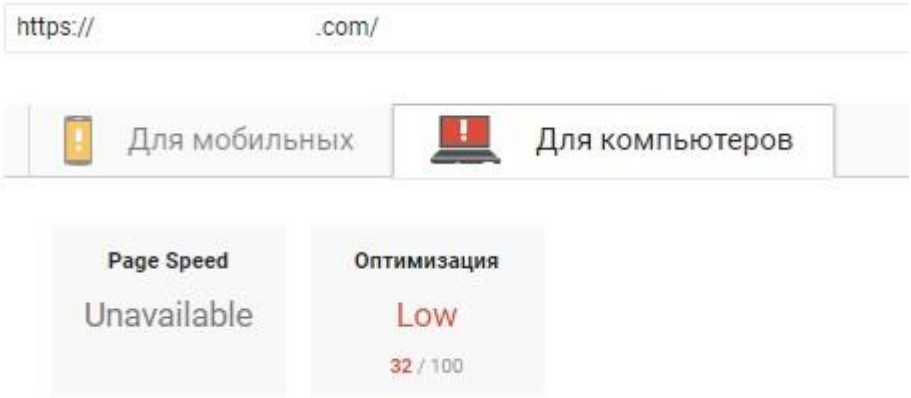
Требуются доработки программиста.

15. Google Page Speed Insights (кеширование, сжатие, изображения)

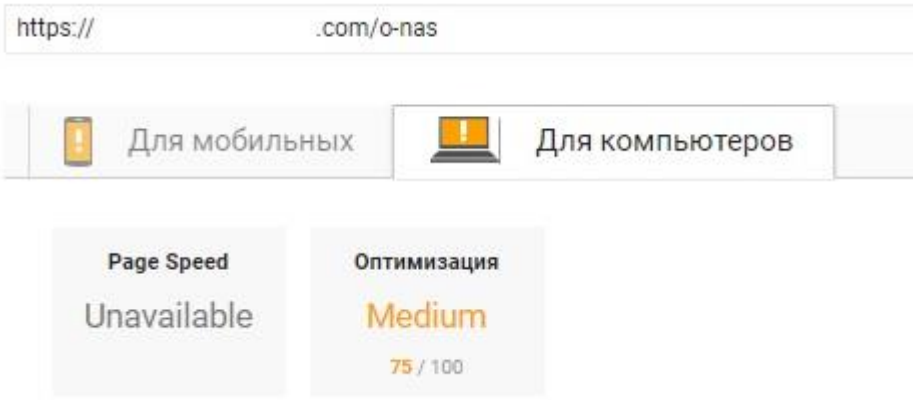
У сайта средняя скорость для мобильных устройств (изображение 25) и низкая/средняя скорость загрузки для компьютеров (изображение 26, 27).



Изображение 25



Изображение 26



Изображение 27

Рекомендации:

Страница	Рекомендации по улучшению скорости
https://? .com	https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?url=https%3A%2F%2Feurasiamedicaltravel.com%2F&tab=desktop
https://? .com/o-nas	https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?url=https%3A%2F%2Feurasiamedicaltravel.com%2Fo-nas
https://? .com/meduslugi-kliniki	https://site.by/meduslugi-kliniki

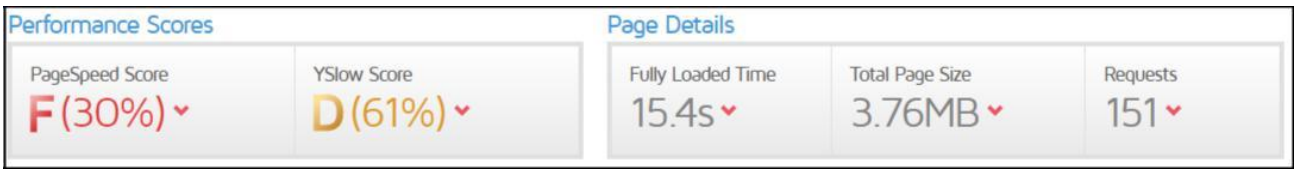
https://? .com/vrachi	https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?url=https%3A%2F%2Feurasiamedicaltravel.com%2Fvrachi&tab=desktop

Доработки:

Требуются доработки программиста.

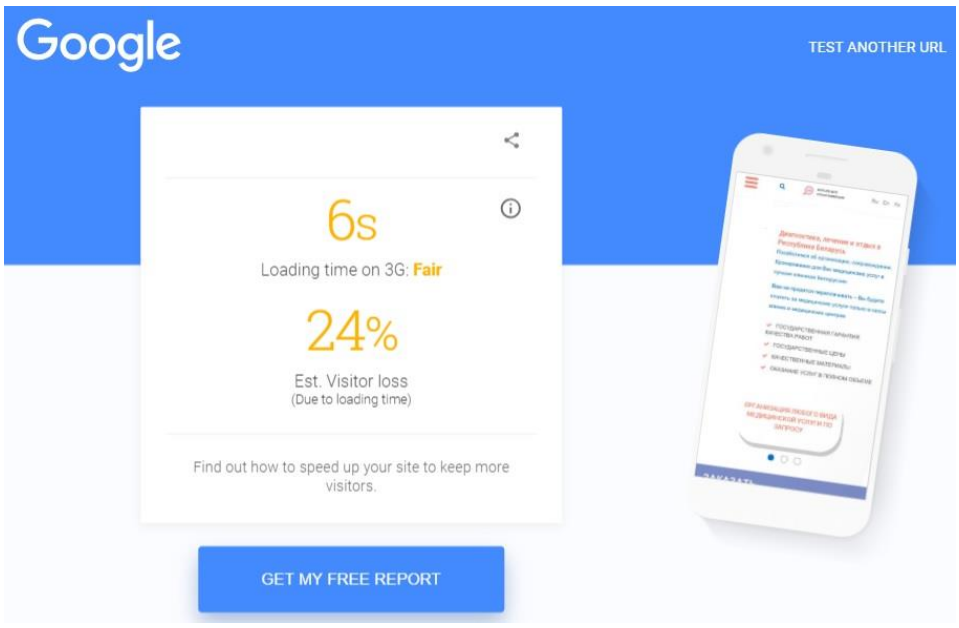
16. ⚠ Скорость загрузки сайта (gtmetrix, testmysite)

Скорость загрузки сайта через сервис gtmetrix.com (изображение 28).



Изображение 28

Скорость загрузки сайта через сервис testmysite.withgoogle.com (изображение 29).



Изображение 29

Весной 2010г. Google сделал время загрузки сайтов одним из факторов ранжирования. Поисковые системы очень ценят скорость загрузки сайта. Разработчики алгоритмов поисковика посчитали: чем быстрее загружается

страница, тем больше довольны пользователи, а значит сайты, скорость загрузки которых выше, должны быть выше в выдаче.

Исследования показывают, что ускорение загрузки сайта приводит к увеличению просмотренных страниц одним пользователем и увеличению доходов для коммерческих сайтов. Задержка на 1 секунду снижает конверсию на 7%. 75% пользователей утверждают, что не вернутся на сайт, который грузится больше 4 секунд. Почти половина пользователей ждут, что сайт загрузится за 2 секунды или меньше.

Рекомендации:

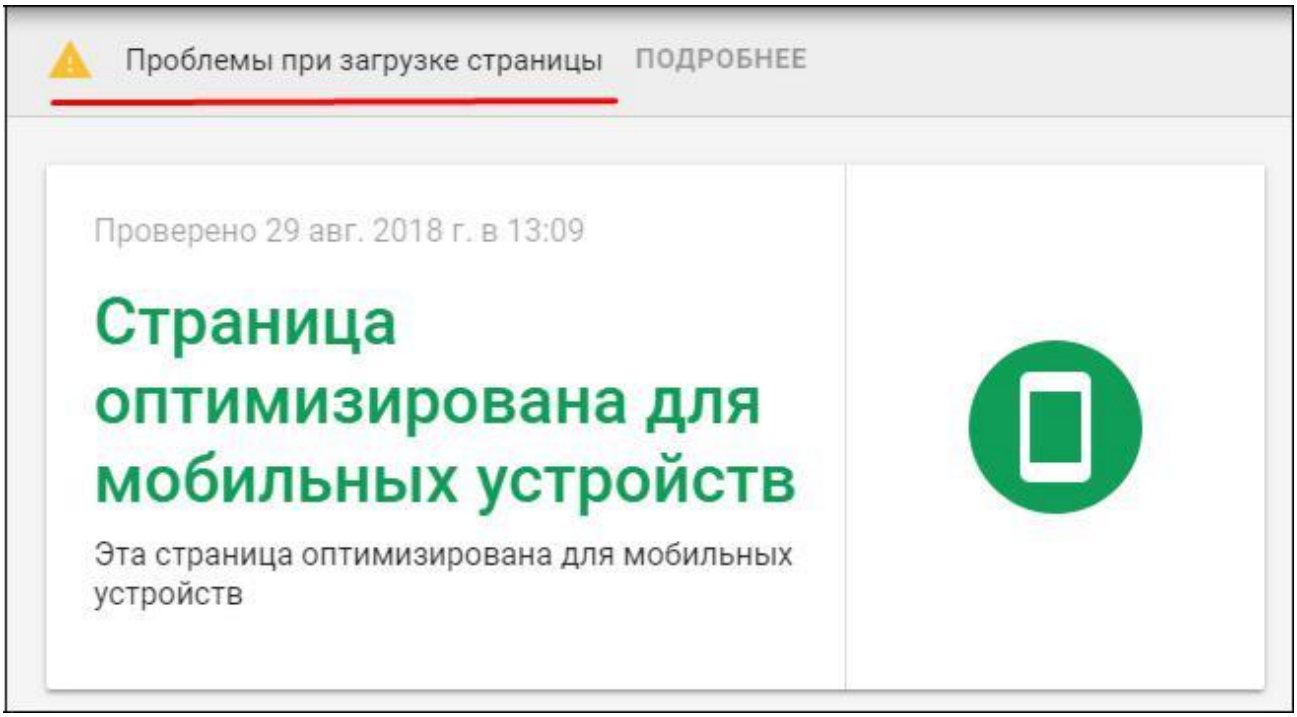
- Улучшайте скорость загрузки сайта.
- Оптимизируйте работу плагинов, скриптов, кода, сервера и др.
- Оптимизируйте изображения.

Доработки:

Требуются доработки программиста.

17. ⚠ Адаптивность

На сайте используется адаптивный дизайн, но существует проблема при загрузке страницы (изображение 30). Проверка осуществлялась через сервис search.google.com/test/mobile-friendly.



Изображение 30

Популярность мобильных устройств в мире постоянно растет и соответственно увеличивается количество мобильного трафика. Обычные сайты, как правило, неудобно просматривать на смартфонах. Поэтому, необходимо иметь адаптированный ресурс для мобильных устройств, чтобы посетители не покинули его.

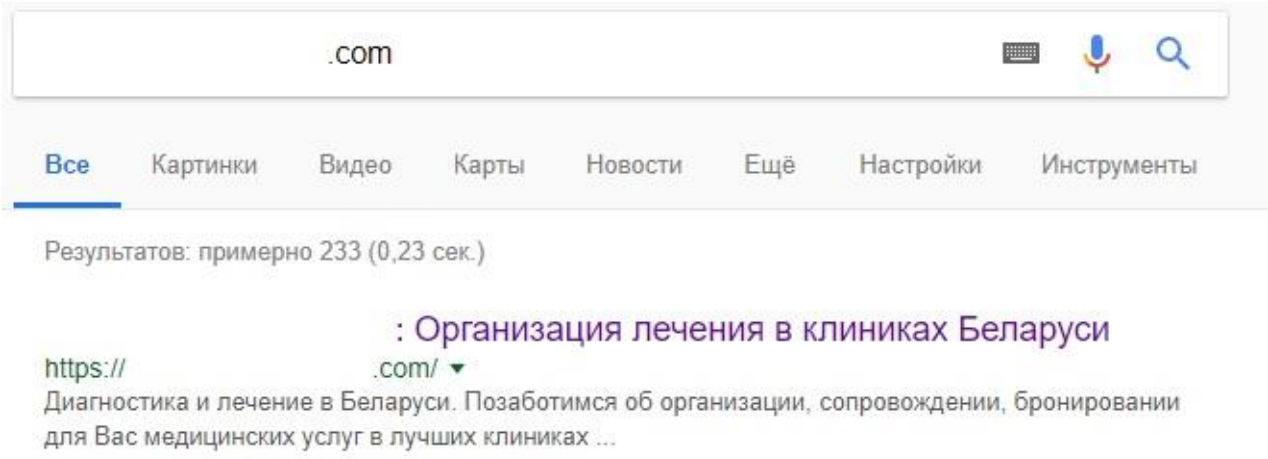
Доработки:
Требуются доработки программиста.

18. ✅ Наличие фильтров

Наличие фильтров со стороны поисковых систем не обнаружено (изображение 31).

Наличие в поиске главной страницы (изображение 32).

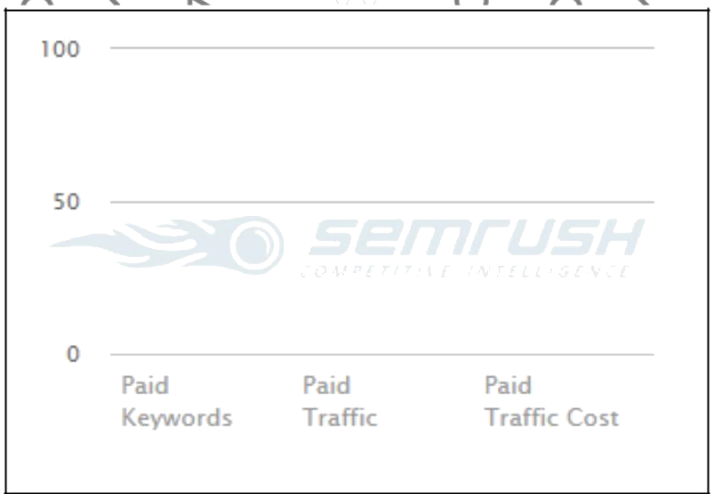
Изображение 31



Изображение 32

Если поисковик не отобразит в результатах главную страницу, значит вероятность того, что веб-ресурс попал под фильтры поисковых систем, чрезвычайно высока.

Анализ посещаемости сайта на основе сервиса SEMrush (изображение 33).

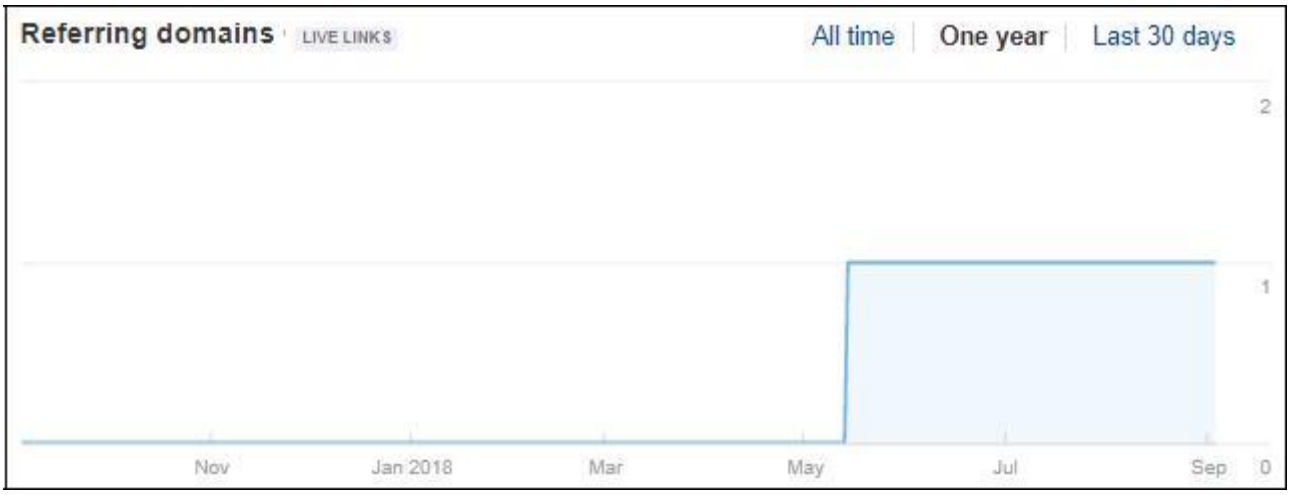


Изображение 33

Входящего трафика нет.

Если наблюдается резкий спад количества посетителей, это является одним из индикаторов попадания под санкции. Конечно, если при этом исключается возможность подобного спада ввиду сезонности запросов, по которым выполнялось продвижение.

Проверка на некачественные ссылки через сервис Ahrefs (изображение 34).



Изображение 34

Некоторые конкуренты применяют ссылочный спам, чтобы таким способом устранить конкурента. Если Вы сами пополнили внешний ссылочный профиль продвигаемого веб-ресурса некачественными ссылками, придется от них избавиться, учитывая обнаружение этого факта поисковиками и реакцию на него.

В большинстве случаев информация по случаям применения санкций в отношений веб-ресурса будет отображаться в Search Console Google и Яндекс.Вебмастер.

Рекомендации:

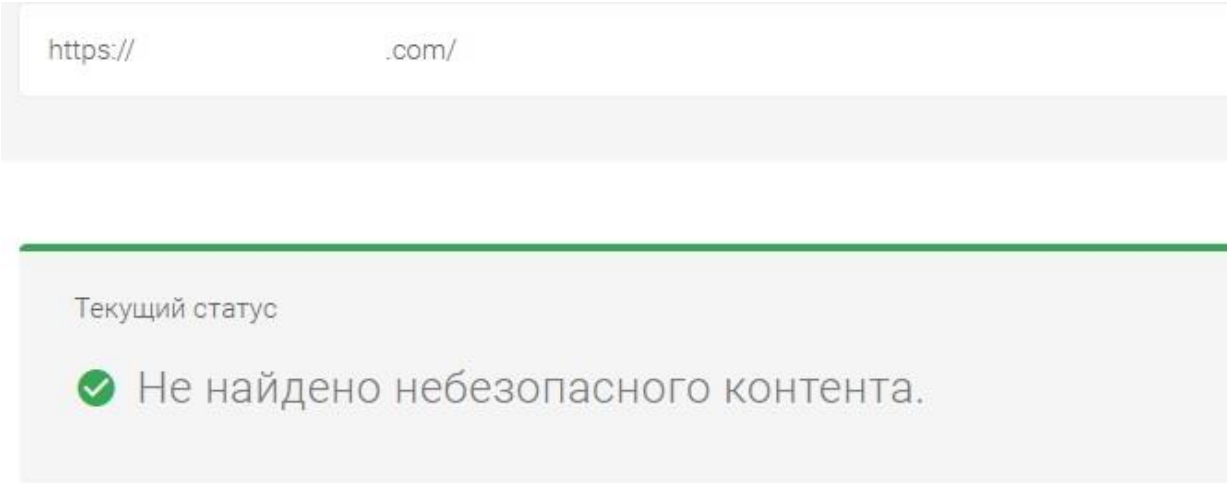
- Не допускать ссылочного взрыва (резкого увеличения ссылочной массы).
- Не заниматься продажей ссылок.
- Наполняйте свой сайт только уникальным контентом.
- Не используйте чрезмерную оптимизацию.
- Следите за сайтом с технической стороны на предмет корректной работы, взломов, заражением вирусами и т.д.

Доработки:

Требуются доработки seo-специалиста.

19. ✅ Проверка наличия лишних скриптов и вредоносного кода

Лишних скриптов и вредоносных кодов не обнаружено (изображение 35). Проверка осуществлялась через сервис transparencyreport.google.com.



Изображение 35

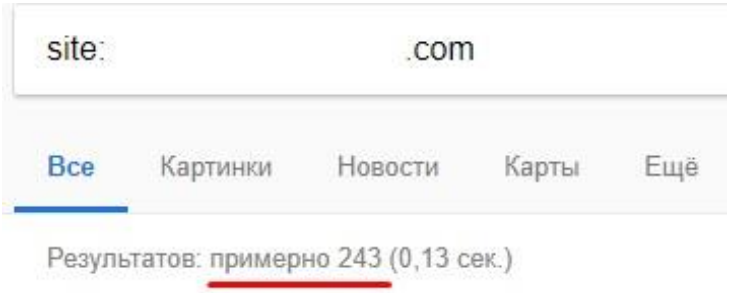
Взлом сайта отрицательно влияет на позиции сайта в поисковой выдаче. Яндексу и Google важно показывать в Топе безопасные сайты. Поэтому заражённый ресурс получает много отказов, больше 90%, и теряет поведенческие факторы. У зараженного сайта снижаются позиции, он даже может быть исключен из индекса поисковиков.

Рекомендации:

- Настройте систему бэкапов (резервные копии).
- «Спрячьте» административную панель (панель управления сайтом).
- Используйте сложные пароли.
- Заходите в панель управления сайтом только с проверенных компьютеров.
- Используйте протокол HTTPS.
- Периодически сканируйте свой сайт и компьютер на наличие вирусов.

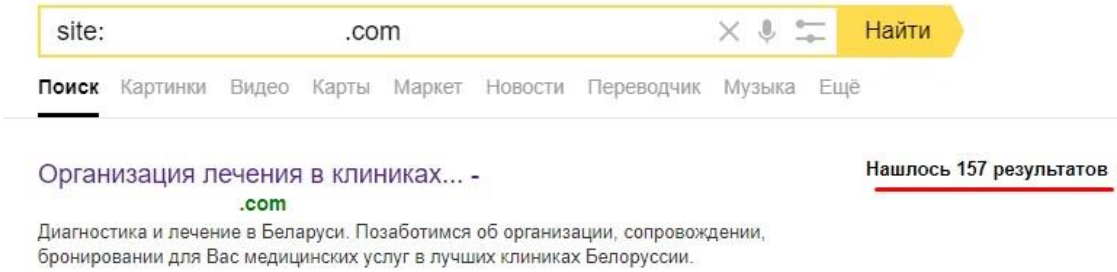
20. ⚠ Количество проиндексируемых страниц

Поисковой системой Google просканировано – 243 страницы (изображение 36).



Изображение 36

Поисковой системой Яндекс просканировано – 157 страниц (изображение 37).



Изображение 37

Поисковые системы хранят информацию обо всех отсканированных страницах в индексе. Каждая запись в индексе содержит информацию о контенте и расположении (URL) соответствующей страницы. Проиндексировать - значит отсканировать содержание страницы, прочитать его и добавить в индекс.

Рекомендации:

- Используйте файл sitemap.
- Используйте инструменты для индексации и переиндексации страниц сайта.
- Реализуйте правильную внутреннюю перелинковку.

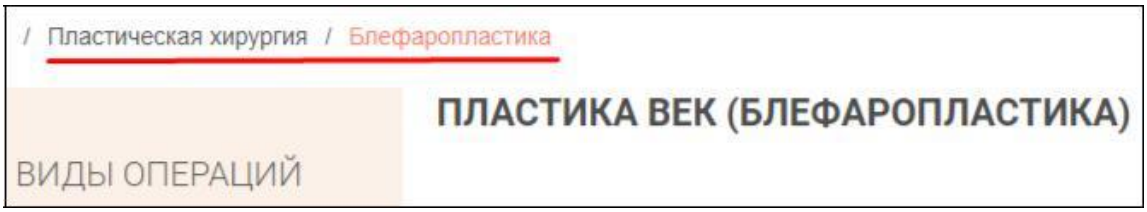
Доработки:

Требуются доработки программиста и seo-специалиста.

21. ✅ Логическая структура сайта

У сайта логическая структура, которая отображает структуру сайта в URL-адресах страниц (изображение 38, 39).

Изображение 38



Изображение 39

Навигация на сайте важна, поскольку она позволяет пользователям быстро найти то, что им нужно. Также структура навигации помогает поисковым системам понять, какой контент, по замыслу веб-мастера, наиболее важен. В результатах поиска обычно представлены описания страниц, однако поисковой системе также важно знать, какое место занимает страница в общей структуре сайта.

Рекомендации:

- Продумайте навигацию на сайте и используйте логическую иерархию.
- Постарайтесь максимально упростить пользователям переход от общих тем к контенту, который им нужен. Обеспечьте их эффективную работу с помощью внутренних ссылок: посетители должны иметь возможность перейти на любую страницу вашего ресурса, а не прибегать для этого к поиску по сайту. Там, где это уместно, размещайте ссылки на страницы той же тематики, чтобы дать пользователям дополнительную информацию.
- Избегайте запутанной системы навигации (например, не нужно размещать на каждой странице ссылки на все остальные страницы).

- Избегайте чрезмерной структуризации контента (когда для перехода с главной страницы на искомую приходится делать много нажатий).

22. ✅ Глубина URL посадочных страниц

Глубина URL посадочных страниц не более 3-го уровня (для ВЧ 2-й уровень) (изображение 40), для всего сайта не более 3-го (изображение 41).

Изображение 40

Изображение 41

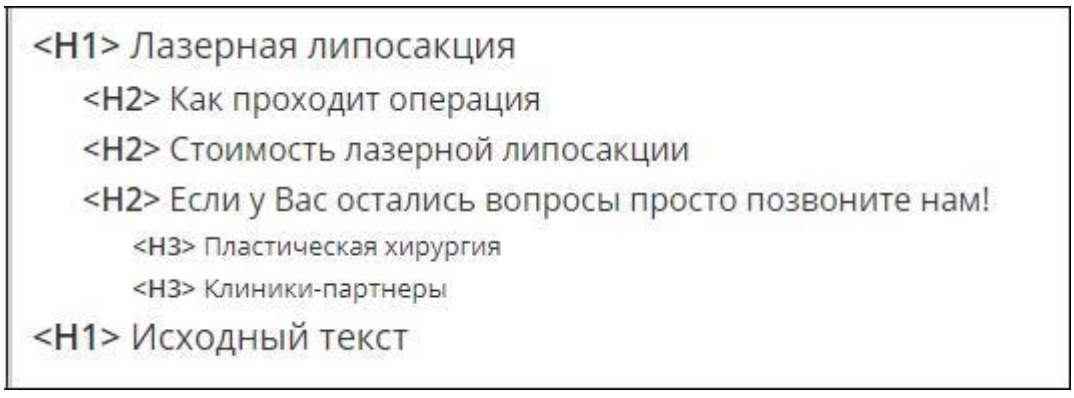
Систематизируйте свой контент так, чтобы структура позволяла пользователям легко ориентироваться на сайте, а URL отражали содержание страниц.

Рекомендации:

- Избегайте структуру с глубоким вложением подкаталогов, например, ".../dir1/dir2/dir3/dir4/dir5/dir6/page.html".
- Избегайте имен каталогов, не имеющих отношения к содержанию самих каталогов.

23. ✅ Заголовки h1-h6 вне текста

Заголовки h1-h6 вне текста не используются для оформления (изображение 42).



Изображение 42

Не рекомендуется использовать два заголовка h1 на одной странице.

Шрифт текста, выделенного тегами заголовков, обычно крупнее. Поэтому он привлекает внимание пользователей. Использование шрифтов разных размеров в заголовках позволяет структурировать содержание контента и упрощает навигацию.

Рекомендации:

- Избегайте выделения тегами заголовков такого текста, который не помогает определить структуру страницы.
- Не используйте заголовки там, где лучше подходят другие теги, например, или .
- Избегайте бессистемного использования заголовков разных размеров.
- Используйте заголовки только для оформления текста, а не для структурирования страницы.

Доработки:
Требуются доработки seo-специалиста.

24. ✅ Строки навигации («хлебные крошки»)

На сайте используются строки навигации (изображение 43).

Изображение 43

Строка навигации – это последовательность внутренних ссылок вверху или внизу страницы, которая позволяет посетителям быстро вернуться к предыдущему разделу или на главную страницу. Обычно строка навигации начинается с главной страницы, а за ней указываются разделы и подразделы сайта.

Рекомендации:

- Используйте текстовые ссылки для навигации. Текстовые ссылки в пределах сайта упрощают поисковым системам сканирование и анализ контента. Если вы создаете страницы с помощью JavaScript, используйте элементы "a", указывая в них URL в качестве значения атрибута href. Кроме того, все пункты меню должны быть доступны сразу после загрузки страницы, а не после взаимодействия с пользователем.
- Избегайте использования для навигации исключительно графики и анимации.

25. Исходящие ссылки (ссылки с сайта)

Обнаружена 1 ссылка с сайта на сторонний ресурс http://gt-systems.by/ (изображение 44, 45).

	Address	Inlinks
1	http://gt-systems.by/	124

Изображение 44

```
<a class="uk-grey" data-uk-tooltip="{pos:'top-left'}"
target="_blank" href="http://gt-systems.by/">Разработка
и поддержка сайта</a>
```

Изображение 45

Размещая на своем сайте ссылки на другие веб-ресурсы, вы способствуете росту их популярности. Иногда посетители могут добавлять ссылки на свои ресурсы в разделе комментариев и отзывов других сайтов. Может возникнуть ситуация, когда вы ссылаетесь на сайт в негативном свете, но не хотите способствовать его продвижению. Предположим, вы пишете сообщение в блоге на тему спама в комментариях и хотите упомянуть ресурс, ссылка на который недавно была оставлена в комментариях к вашему блогу как спам. Чтобы предупредить своих читателей, вы указываете в своей статье ссылку на этот сайт. Но при этом вы, естественно, не хотите, чтобы они переходили на него по этой ссылке. В таких случаях следует использовать атрибут nofollow.

Другой пример использования атрибута nofollow – ссылки виджетов. Если вы используете сторонний виджет для улучшения своего сайта и привлечения пользователей, проверьте, не содержит ли он скрытых ссылок, которые вы не хотите размещать у себя. Некоторые виджеты могут добавлять на сайт ссылки, несогласованные с вами, и содержать текст, который вы, как веб-мастер, не можете изменить. Если удалить нежелательные ссылки из виджетов нельзя, их всегда можно сопроводить атрибутом nofollow. Если вы предоставляете свои виджеты другим сайтам, добавляйте этот атрибут в ссылки в исходном коде виджетов.

Наконец, если вы хотите применить атрибут nofollow ко всем ссылкам на странице, то можете добавить тег <meta name="robots" content="nofollow"> в раздел <head>.

Рекомендации:

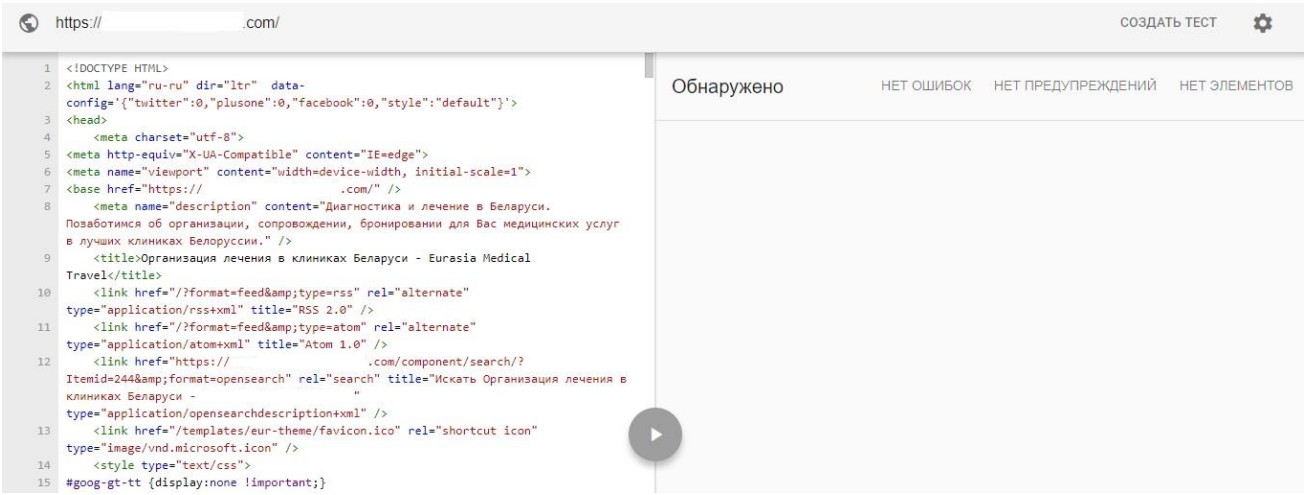
- Используйте в исходящих ссылка атрибут rel со значением nofollow, то есть вставьте строку rel="nofollow" в ссылку (Текст ссылки), чтобы сообщить поисковой системе, что не нужно переходить по некоторым ссылкам на вашем сайте.

Доработки:

Требуются доработки программиста.

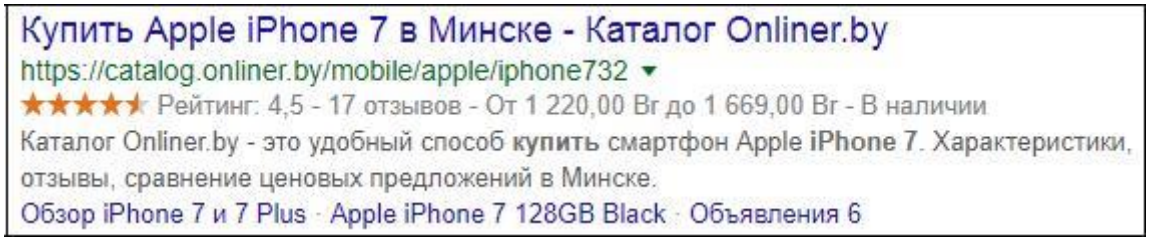
26. ⚠ Структурированные данные

На сайте отсутствуют структурированные данные (изображение 46). Проверка осуществлялась через инструмент проверки структурированных данных Google для поиска ошибок в разметке.



Изображение 46

Структурированные данные – это код, который помогает поисковым системам понять содержание веб-страниц. Благодаря этому описание вашего контента в результатах поиска будет выглядеть более релевантным и привлекательным. Так вы привлечете на сайт не просто посетителей, а потенциальных клиентов вашей компании (изображение 47).



Изображение 47

Что можно указать в разметке структурированных данных:

- Товары, которые вы продаете.
- Адрес компании.
- Ссылки на видео о компании и ее товарах.
- Часы работы.
- Списки мероприятий.
- Рецепты.
- Логотип компании и многое другое.

Полный список типов контента, который можно добавлять в разметку структурированных данных.

Рекомендации:

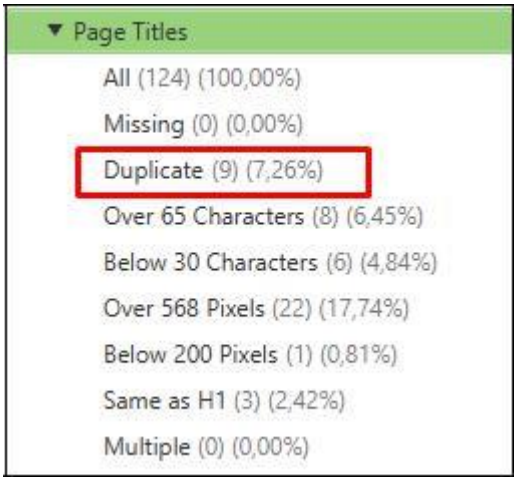
- Избегайте неправильной разметки.

Доработки:

Требуются доработки программиста.

27. ⚠ Заголовки страницы (теги <title>)

На сайте найдено 9 дублированных тегов <title> (изображение 48).



Изображение 48

Если ваш документ представлен в результатах поиска, то содержание тега title может отображаться в первой строке результатов.

Рекомендации:

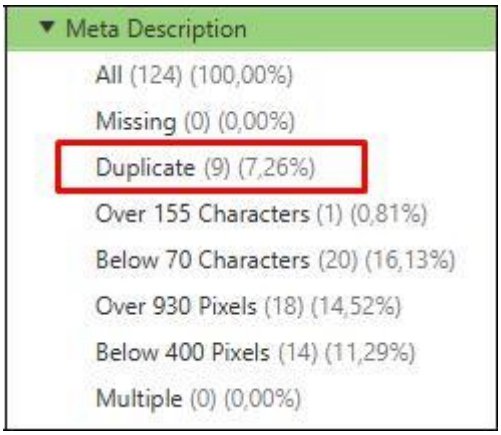
- Заголовок страниц должны звучать естественно и соответствовать содержанию страницы.
- Избегайте шаблонных и бессмысленных заголовков, таких как "Без названия" или "Новая страница 1".

- Заголовки не должны повторяться. Желательно, чтобы заголовки страниц не повторялись, так поисковая система сможет различать страницы вашего сайта. Если на сайте есть версии страниц для мобильных устройств, не забудьте проверить и их заголовки.
- Используйте краткие, но содержательные заголовки, полезные для пользователей. Заголовок должен быть кратким и информативным. Если он слишком длинный и не связан с содержанием, поисковая система может показать только его часть или заголовок, автоматически созданный в результатах поиска. Кроме того, поисковая система может показывать разные названия в зависимости от поискового запроса или устройства, на котором выполняется поиск.
- Избегайте ненужных ключевых слов в тегах <title>.

Доработки:
Требуются доработки seo-специалиста.

28. ❗ Метатеги описания (description)

На сайте найдено 9 дублированных метатегов description (изображение 49).



Изображение 49

Метатег описания (description) на странице помогает поисковой системе понять ее содержание. Заголовок страницы может состоять из нескольких слов или фразы, а в метатег описания можно добавить несколько предложений или небольшой абзац.

Метатеги description важны, поскольку поисковая система может использовать их как описания ваших страниц. Также поисковая система может выбирать в качестве описания фрагмент видимого текста страницы, если он соответствует поисковому запросу. Рекомендуется добавлять метатеги

описания на все страницы на случай, если поисковая система не сможет найти отрывок текста, соответствующий поисковому запросу.

Рекомендации:

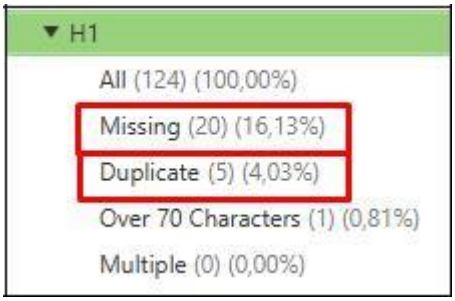
- Описания должны точно отражать содержание страницы. Помните, что описание может быть показано в результатах поиска, поэтому оно должно быть не только информативным, но и интересным для пользователей. Никаких ограничений на размеры текста в метатеге description нет. Однако он должен быть достаточно длинным, чтобы его можно было показать на странице результатов поиска (размеры описания на ней могут отличаться в зависимости от типа устройства и других факторов), и содержать достаточно информации, чтобы пользователь мог определить, насколько подходит ему ваша страница.
- Избегайте использования описаний общего характера, например, "Это веб-страница" или "Страница о старинных монетах".
- Не используйте в описании только ключевые слова.
- Избегайте копирования в метатег всего содержания документа.
- Используйте разные описания для разных страниц. Если вы будете использовать уникальные метатеги описания для каждой страницы, это поможет пользователям сделать правильный выбор, особенно в случаях, когда в результатах поиска отображается несколько страниц вашего сайта. Если ваш сайт насчитывает тысячи или миллионы страниц, то вы не сможете добавить метатеги описания вручную. В таком случае их можно создать автоматически с учетом содержания каждой страницы.

Доработки:

Требуются доработки seo-специалиста.

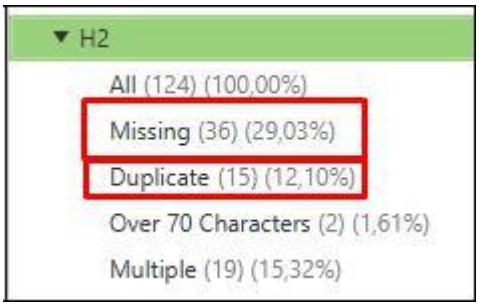
29. ! Заголовки h1-h6

На сайте найдено 5 дублированных и 20 отсутствующих тегов <h1> (изображение 50).



Изображение 50

На сайте найдено 15 дублированных и 36 отсутствующих тегов <h2> (изображение 51).



Изображение 51

Для выделения важного текста используйте теги заголовков. Шрифт текста, выделенного тегами заголовков, обычно крупнее. Поэтому он привлекает внимание пользователей. Использование шрифтов разных размеров в заголовках позволяет структурировать содержание контента и упрощает навигацию. При написании большого текста, изложите основные пункты и подпункты документа и подумайте, где лучше использовать теги заголовков.

Рекомендации:

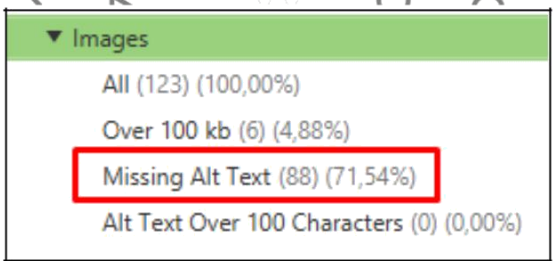
- Не злоупотребляйте заголовками на странице. Используйте теги заголовков там, где это имеет смысл. Чрезмерное количество заголовков на странице затрудняет просмотр контента и мешает определить, где заканчивается одна тема и начинается другая.
- Избегайте слишком длинных заголовков.
- Не выделяйте тегами заголовков такого текста, который не помогает определить структуру страницы.
- Не используйте заголовки там, где лучше подходят другие теги, например или .
- Использования заголовков только для оформления текста, а не для структурирования.

Доработки:

Требуются доработки seo-специалиста.

30. ⚠ Атрибуты alt

На сайте отсутствуют 88 атрибутов alt (изображение 52).



Изображение 52

Атрибут alt содержит текст, который виден пользователям, когда изображение не показывается по той или иной причине. Если посетитель использует для просмотра сайта вспомогательные технологии, например, программу чтения с экрана, он сможет понять, что изображено на картинке.

Кроме того, если вы используете изображение в качестве ссылки, то текст в атрибуте alt будет служить текстом обычной ссылки. Однако мы рекомендуем не злоупотреблять изображениями там, где для навигации по сайту можно использовать текстовые ссылки. Наконец, оптимизация имен графических файлов и текста в атрибутах alt упрощает поиск изображений, например, в Google Картинках.

Рекомендации:

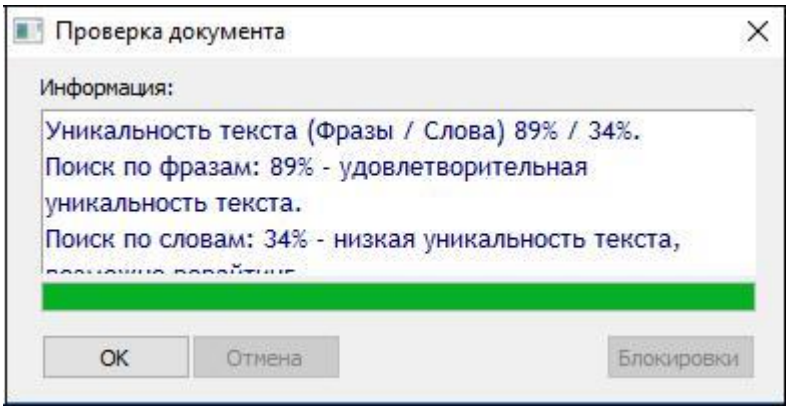
- Используйте краткие описательные имена файлов и текст в атрибутах alt. Как и многие другие элементы страницы, которые можно оптимизировать, имена файлов и тексты в атрибуте alt должны быть краткими, но содержательными. Шаблонных и бессмысленных имен, таких как image1.jpg, pic.gif, 1.jpg (по возможности). Если на сайте тысячи изображений, попробуйте автоматизировать их именование.
- Не добавляйте ключевые слова и целые предложения в текст атрибута alt.
- Добавляйте текст в атрибуты alt, если используете изображения как ссылки. Если вы решили использовать изображение в качестве ссылки, то текст в атрибуте alt поможет поисковым системам понять содержание страницы, на которую ведет ссылка. Считайте, что вы пишете текст для обычной ссылки.
- Избегайте чрезмерного использования изображений в качестве ссылок для навигации по сайту.

Доработки:

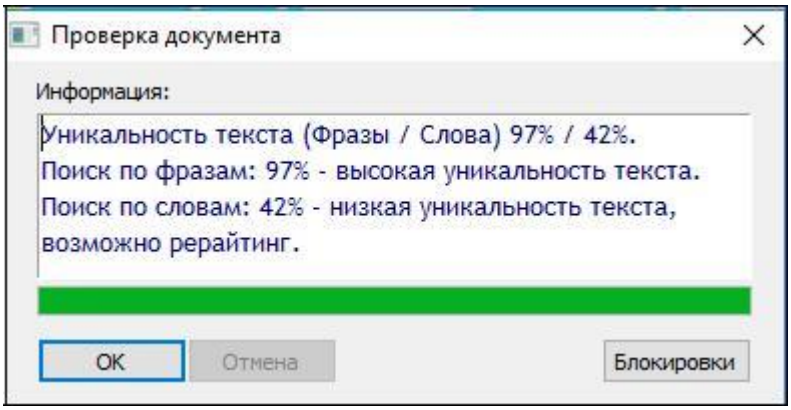
Требуются доработки seo-специалиста.

31. ❗ Контент

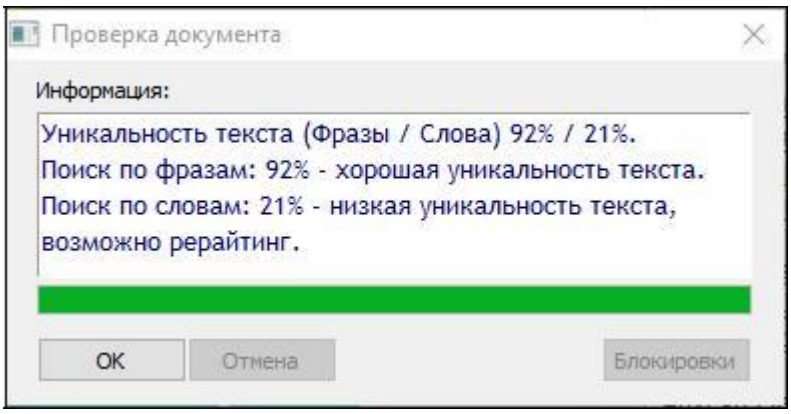
На сайте присутствует контент хорошей уникальности на страницах с услугами (изображение 53, 54, 55). Следует размещать текст высокой уникальности ,т.к. у поисковых систем в приоритете стоят сайты с уникальными текстами.



Изображение 53



Изображение 54



Изображение 55

Посадочные страницы должны иметь контент, уникальность, весь контент должен соответствовать нормам языка. Создание привлекательного и полезного контента, пожалуй, важнее для популярности сайта, чем любой из

перечисленных здесь факторов. Пользователи всегда ценят интересный контент и охотно делятся им с другими в блогах, социальных сетях, по электронной почте, на форумах или другим способом.

Подумайте, какие слова будут использовать в поисковых запросах ваши потенциальные посетители, чтобы найти ваш контент. Те, кто хорошо разбирается в вашей тематике, могут использовать не такие ключевые слова, как новички. Например, болельщики со стажем могут ввести в строке поиска "фифа плейофф", а те, кто обычно не интересуется футболом, – просто "чемпионат по футболу". Старайтесь учитывать такие различия при подборе ключевых слов. В Google есть удобный инструмент – Планировщик ключевых слов, в Яндекс – Подбор слов. С его помощью вы сможете найти новые варианты поисковых терминов и фраз, а также увидеть примерное количество запросов по каждому варианту.

Рекомендации:

- Пишите легко читаемые тексты. Текст должен быть понятен пользователям. Старайтесь выдерживать стиль и не допускать ошибок.
- Избегайте грамматических и орфографических ошибок в тексте.
- Не используйте запутанных формулировок и некачественный контент.
- Не используйте изображения и видео для передачи текстового контента: пользователи не смогут скопировать такой текст, а поисковые системы – прочитать его.
- Четко систематизируйте сайт по темам. Сайт должен быть организован так, чтобы посетителям было понятно, где заканчивается одна тема и начинается другая. Разбиение контента на логические части и разделы помогает пользователям быстро находить нужную информацию. Избегайте объединения большого количества текста на разные темы без выделения абзацами, подзаголовками или средствами оформления.
- Создавайте оригинальный контент. Постоянно обновляйте контент: это позволит не только поддерживать заинтересованность тех, кто уже знаком с вашим сайтом, но и привлечь новых посетителей.
- Не переделывайте и не копируйте старый контент: это не даст пользователям ничего нового и полезного.
- Не размещайте похожие версий контента в разных частях сайта.
- Оптимизируйте контент для пользователей, а не для поисковых систем. Разрабатывая сайт, думайте о пользователях, но не забывайте и о его доступности для поисковых систем.
- Избегайте множества ненужных ключевых слов, предназначенных для поисковых систем, но бессмысленных для пользователей и раздражающих их.

- Не используйте фрагменты текста, не представляющих особой ценности для посетителей, например, "частые опечатки, ведущие на эту страницу".
- Не используйте текст, который обманным путем скрывается о пользователей, но доступен поисковым системам.

Доработки:
Требуются доработки seo-специалиста.

32. ⚠ Коммерческие факторы

На сайте присутствуют следующие коммерческие факторы:

1. Контактные данные:
   - Указан телефон, группы в социальных сетях, форма обратной связи и другие виды связи.
   - Номер телефона есть на каждой странице сайта.
2. Конкурентные цены.
3. Широкой ассортимент.
4. Категоризация.
5. Цены.

На сайте отсутствуют следующие коммерческие факторы:

1. Контактные данные:
   - Указаны часы работы магазина (дополнительное преимущество: круглосуточный приём звонков и заявок).
   - Наличие карты, подробной схемы проезда на автомобиле или общественном транспорте, фото фасада здания.
2. Консультирование:
   - Онлайн-консультант — удобная форма связи с менеджером магазина. Клиент может задать любой интересующий его вопрос, не отрываясь от дел. Важно не быть навязчивыми. Окно онлайн-консультанта не должно преследовать посетителя и мешать ему.
   - Раздел «Часто задаваемые вопросы».
3. Оплата.
4. Отзывы о сайте.
5. Уникальный адрес электронной почты.
6. Гарантии.
7. Лицензии, сертификаты, разрешения, дипломы.

Доработки:
Требуются доработки seo-специалиста.

34. ❗ Ссылочный профиль

У сайта плохой ссылочный профиль (изображение 56). На сайт ссылаются мало качественных доноров.

Изображение 56

Ссылочный профиль – это совокупность всех ссылок, указывающих на веб-сайт и отдельные его страницы. Также часто применяется вариант названия данного термина – ссылочная масса.

Построение ссылочного профиля – одна из основных составляющих SEO-продвижения. При этом стоит знать и помнить, что поисковые системы учитывают не только количество внешних ссылок, но и их качество. Доноры должны быть разные, иметь собственный авторитет и совпадать по тематике с продвигаемым веб-сайтом.

У сайта удовлетворительный анкор-лист. Ссылающиеся ссылка – безанкорная (изображение 57), что указывает на естественность ссылки.

Изображение 57

Качественные ссылки содержат в анкоре адрес страницы (безанкорные ссылки), главный домен сайта, название компании (бренда), либо слова «здесь», «на сайте» и так далее.

При спамных методах наращивания ссылочной массы используются ключевые слова в анкорах («купить», «заказать» и т.д.). Обилие таких ссылок может навлечь санкции поисковых систем.

Также важно, чтобы использовались разные анкоры и чтобы большую часть профиля (около 2/3) составляли безанкорные ссылки.

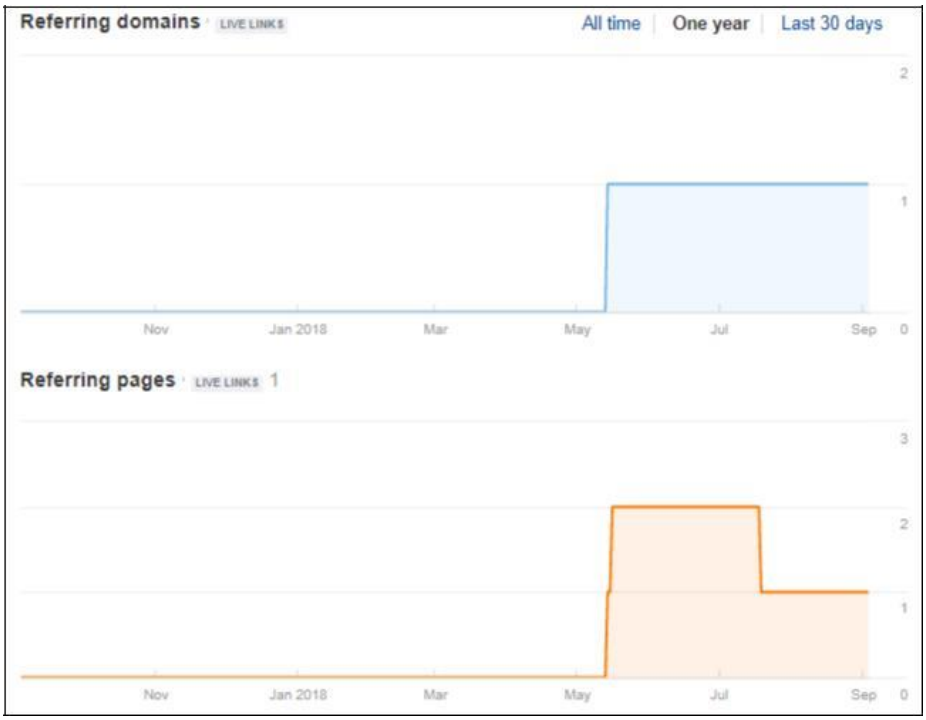
В противном случае поисковые системы могут заподозрить использование покупных ссылок и применить санкции, занижающие позиции сайта или полностью исключающие его из индекса.

Сайт-донор находятся в той же доменной зоне, что и доменное имя сайта (изображение 58). Это хорошо отражается на продвижение сайта.

Изображение 58

Обратите внимание на то, что .com, .net, .org, .info и т.д. – это общие домены высшего уровня.

Динамика ссылочной массы сайта за последние 12 месяцев (изображение 59).



Изображение 59

Ссылочная масса должна выглядеть естественно для поисковиков, поэтому ее нельзя наращивать слишком быстро. Этот процесс должен быть плавным, постепенным и, главное, регулярным.

Рекомендации:

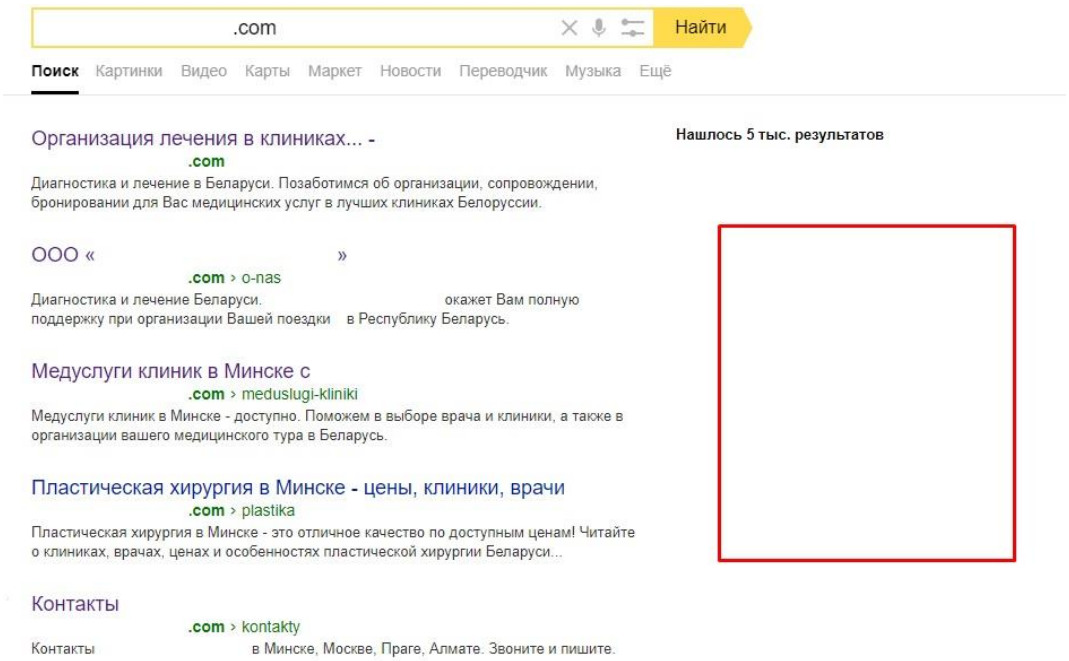
- Избегайте некачественных и нетематических ссылок.
- Используйте разные анкоры, преимущественно безанкорные.
- Не используйте спамные анкоры.
- Получайте большинство ссылок с тоже доменной зоны, что и доменное имя сайта.
- Используйте различные типы ссылок.
- Ссылочная масса сайта должна быть естественной и с плавной положительной динамикой, без резких пиков и падений.

Доработки:

Требуются доработки seo-специалиста.

35. ! Яндекс.Справочник

Сайт не зарегистрирован в Яндекс.Справочнике (изображение 60).



Изображение 60

Регистрация организации в Яндекс.Справочнике несет явные преимущества, в частности, в виде более привлекательного и информативного отображения в поиске, что повлечет за собой привлечение дополнительного трафика, состоящего из целевой аудитории. «В комплекте» идет размещение в

Яндекс.Карты. Ведь эти два сервиса неразрывно связаны и добавить компанию в Яндекс.Карты можно лишь в процессе регистрации в Справочнике.

Регистрацию в данном справочнике имеет смысл делаться для организаций с настоящими контактами и адресом офиса. Проверка осуществляется, только по телефонам, указанным в справочнике, естественно необходимо указывать свои рабочие номера.

Рекомендации:

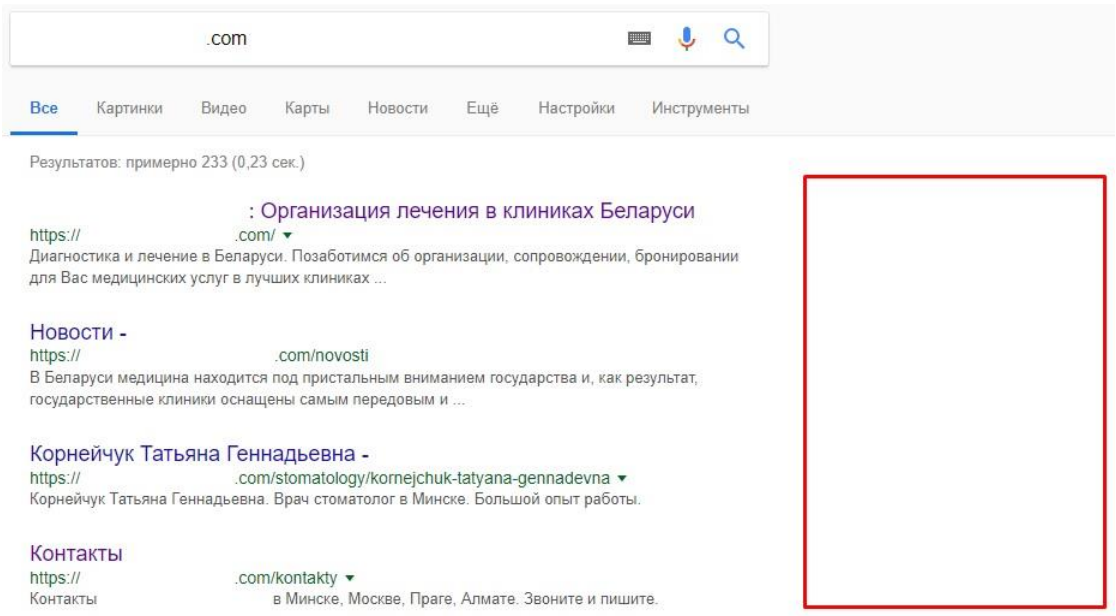
- Зарегистрируйте сайт в Яндекс.Справочнике.
- Заполните всю информацию.
- Используйте фото фасадов здания.
- Следите за актуальностью информации в аккаунте.
- Работайте с отзывами.

Доработки:

Требуются доработки seo-специалиста.

36. ⚠ Google Мой бизнес

Сайт не зарегистрирован в Google Мой бизнес (изображение 61).



Изображение 61

Google Мой бизнес – это удобный инструмент, позволяющий управлять информацией о компании в поиске Google, в социальной сети Google+ и на картах Google Maps. Это возможность для сайта попасть на первую страницу органической выдачи без каких-либо финансовых затрат (при успешной оптимизации и ведении карточки в Google Мой Бизнес) и удобно и наглядно

преподнести всю информацию, которая необходима клиенту (о времени работы, ценах и пр).

Рекомендации:

- Зарегистрируйте сайт в Google Мой бизнес.
- Используйте ключевые запросы в названии карточки компании.
- Заполните всю информацию (основные и дополнительные категории) – фотогалерея, новые услуги, контакты, удобства и др.
- Сделайте 3D-тур.
- Следите за актуальностью информации в аккаунте.
- Работайте с отзывами.

Доработки:

Требуются доработки seo-специалиста.

37. ! Многоязычность сайта

Языковые версии сайт реализованы некорректно (изображение 62).

Изображение 62

Поисковые системы рекомендуют использовать для разных языковых версий страницы разные URL. Это удобнее, чем применять файлы cookie или настройки браузера для выбора нужного языка.

Помимо этого, советуем задавать атрибуты hreflang, чтобы в результатах поиска отображалась подходящая версия страницы.

Если вы динамически изменяете контент или осуществляете переадресацию с учетом языковых настроек, учитывайте, что Google может обнаружить не все версии ваших страниц. Это происходит потому, что обычно робот Googlebot запускается из США и отправляет запросы HTTP без параметра Accept-Language в заголовке.

Рекомендации:

- Используйте разные URL для разных языков.
- Сообщите поисковым системам о разных языковых версиях.
- Убедитесь, что язык страницы определяется однозначно.
- Реализуйте выбор языка страницы пользователем.
- Используйте в URL слова из соответствующего языка.

Доработки:

Требуются доработки программиста.