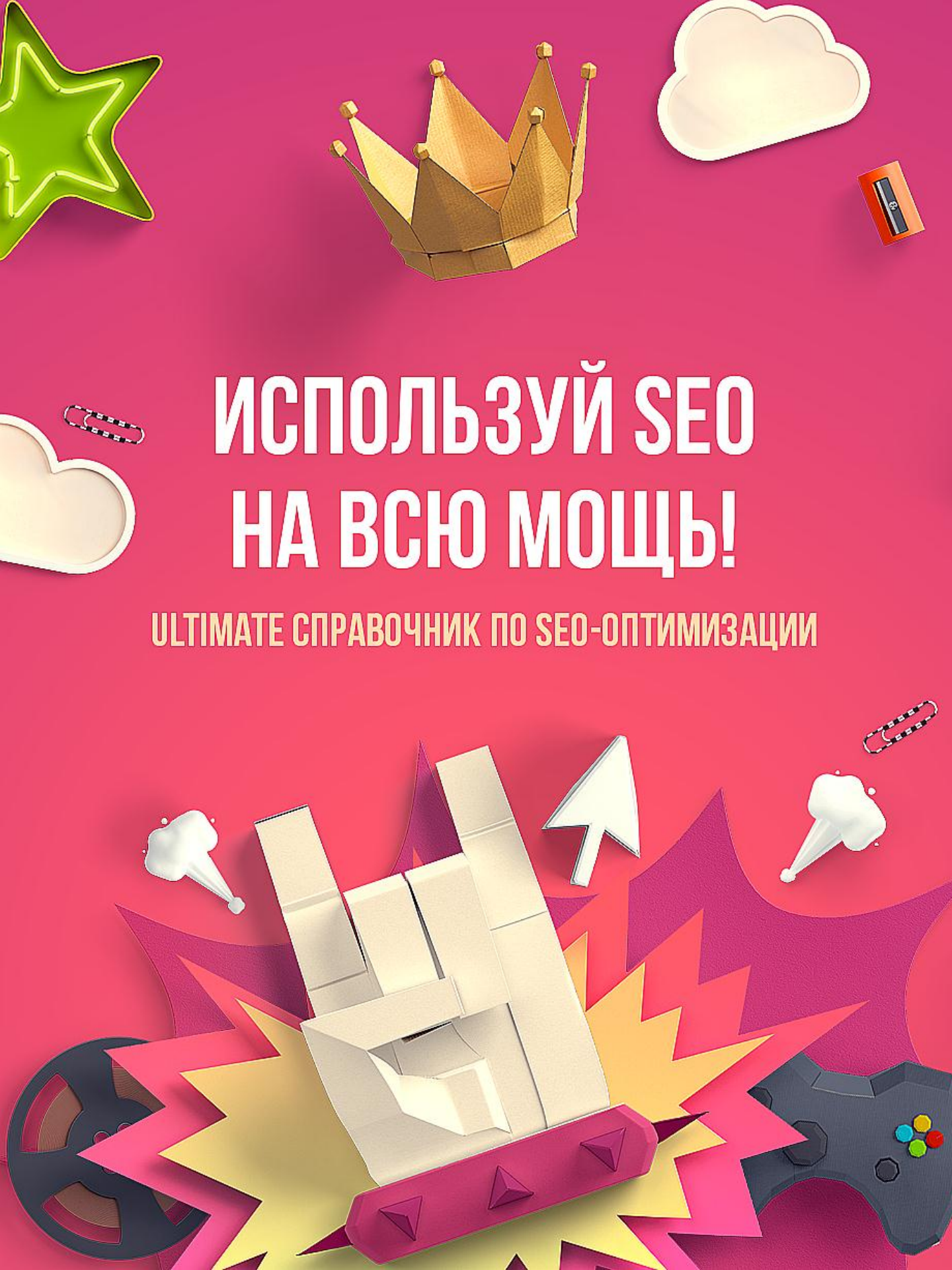




ИСПОЛЬЗУЙ SEO НА ВСЮ МОЩЬ!

ULTIMATE СПРАВОЧНИК ПО SEO-ОПТИМИЗАЦИИ

Для кого эта книга?

Эта книга вам пригодится, если:

Вы заказываете SEO:

1. Ваш сайт пострадал из-за санкций поисковиков.
2. Вы вливаете в SEO деньги, а результата нет.
3. Ваши подрядчики разводят руками и не знают, что делать.
4. Ваши запросы в топе, а продажи в *опе.

Вы сами делаете SEO:

1. Ваши действия ограничиваются SEO-текстами.
2. Вы вечно забываете про микроразметку или хлебные крошки.
3. Вы нуждаетесь в четком алгоритме работы.
4. Вы сделали уже все, что могли.

Кто мы и зачем написали эту книгу?

Привет!

Мы – [Комплето](#), комплексное агентство электронного маркетинга. Мы проповедуем системный подход к интернет-маркетингу с 1999 года и реализовали более 350 проектов для b2b, производителей с сетями дилеров и сложным продуктом и услугой.

В своей практике мы часто сталкивались с халатной работой SEO-подрядчиков наших клиентов, обманом и даже махинациями. Об этом мы подробно рассказали в статье для портала SeoNews: [«Антикейсы: как SEO-компании сливают бюджеты?»](#).

Хватит это терпеть!

Мы решили пошагово рассказать, как делается качественное SEO. Перед вами наш внутренний документ – чек-лист поискового аудита сайта. С его помощью мы проверяем сайты наших клиентов, выстраиваем этапы работ и ведем поисковую оптимизацию.

Используйте этот документ во благо, пусть он станет планом действий в вашей работе.

И да прибудет с вами комплексный поисковый маркетинг!

Личная просьба...

Мы работали над этим документом с первого же дня основания нашей компании в далеком 2007 году. К нему приложили руку почти все наши сотрудники (в особенности Сергей Сухоплюев – спасибо, бро!), а также коллеги по цеху. Были потрачены литры валерьянки с кофе, мы провели в обнимку с документом сотни бессонных ночей, закапывая глаза энергетиком и вставляя в них спички. Будьте человеком, ну хотя бы вместо «спасибо» расшарьте документ друзьям в социальных сетях.

Пожалуйста ;)

Так мы вместе сделаем мир лучше и более SEO-оптимизированным!

Искренне ваши,
маркетинговая группа
Комплето

Изучите другие наши обучающие проекты

[Видеокурс по интернет-маркетингу](#)



Максимально системно выстроенный видеокурс по интернет-маркетингу.

СМОТРЕТЬ

[6 шагов для построения системы #СЭМ](#)



6 обучающих писем о том, как построить систему электронного маркетинга самостоятельно.

СМОТРЕТЬ

[Онлайн-центр обучения](#)



МАРКЕТИНГОВОЕ
ОБРАЗОВАНИЕ
ЦЕНТР ОНЛАЙН ОБУЧЕНИЯ

Собственный учебный центр для России и СНГ обучает онлайн по программам Европейской Конфедерации Маркетинга и Нидерландского Института Маркетинга.

СМОТРЕТЬ

[Блог по интернет-маркетингу](#)



МОЙ ОТДЕЛ ЭЛЕКТРОННОГО МАРКЕТИНГА

Много полезных статей по интернет-маркетингу: стратегия, веб-аналитика, разработка, реклама и кейсы внедрения системного электронного маркетинга.

СМОТРЕТЬ

Оглавление

1. Подготовительные работы

- 1.1. Краулинг сайта
- 1.2. Составление матрицы сайта

2. Поисковые системы

- 2.1. Яндекс Webmaster, Google Search Console
- 2.2. Яндекс Метрика, Google Analytics
- 2.3. Индексация всех страниц сайта
- 2.4. Значимые области на Flash и Ajax
- 2.5. Индексация всех страниц сайта
- 2.6. Необходимость использования noindex, nofollow, metanoindeх, metanofollow
- 2.7. Корректность использования тегов noindex и nofollow
- 2.8. Выявление ошибок: сравнение индексов по категориям и типам страниц
- 2.9. Индексация технических страниц
- 2.10. Проверка robots.txt
- 2.11. Проверка robots.txt на наличие директив для всех ПС
- 2.12. Ссылки на неиндексируемое содержимое
- 2.13. Кеширующие заголовки
- 2.14. Исправление ошибок и наличие карты sitemap.xml
- 2.15. Анализ проблем индексации сайта
- 2.16. Ранжирование
- 2.17. Яндекс.Каталог
- 2.18. Яндекс. Справочник
- 2.19. Яндекс.Адреса и Google Мой бизнес
- 2.20. Расширенный сниппет
- 2.21. Парсинг сниппетов по всем запросам Яндекс и Google
- 2.22. Сниппеты в Google
- 2.23. Санкции

Оглавление

3. Отсутствие нарушений лицензии на поиск

- 3.1. Скопированный или переписанный материал с других ресурсов, отсутствие уникального контента
- 3.2. Автоматическое (редирект) или добровольное
- 3.3. Наличие автоматически сгенерированного (бессмысленного) текста
- 3.4. Присутствие каталогов, статей, программ и пр.
- 3.5. Обнаружение страниц с невидимым или слабовидимым текстом или ссылками
- 3.6. Использование клоакинга
- 3.7. Неявный клоакинг
- 3.8. Использование обманных техник
- 3.9. Навязчивая реклама: popup, popunder, clickunder
- 3.10. Списки поисковых запросов в текстах страниц
- 3.11. Наличие немодерируемых форумов или досок объявлений
- 3.12. Наличие внешних ссылок
- 3.13. Выявление спама в тегах заголовков и title
- 3.14. Проверка текстов на спамность ключевых слов
- 3.15. Социальная активность

4. Технические факторы

- 4.1. Корректность использования страницы 404
- 4.2. Анализ 404 страницы
- 4.3. Проверка ответов сервера
- 4.4. Анализ скорости загрузки страниц
- 4.5. Основное зеркало (с www или без)
- 4.6. Настройка robots.txt
- 4.7. Настройка sitemap.xml
- 4.8. Дубли страниц
- 4.9. Проверка видимости сайта в браузерах
- 4.10. Использование микроформатов

Оглавление

- 4.11. Корректность использования микроформатов
- 4.12. Учет содержимого микроформатов при индексации
- 4.13. Проверка кода на присутствие скриптов
- 4.14. Валидация кода
- 4.15. Атрибуты rel="next" и rel="prev"
- 4.16. Использование Noindex, Nofollow
- 4.17. Meta name Noindex
- 4.18. Meta name Nofollow

5. Внутренние факторы

- 5.1. Видимость сайта
- 5.2. Страницы, которые не содержат исходящие ссылки
- 5.3. Уровень вложенности страниц
- 5.4. Выделение логических кластеров
- 5.5. ЧПУ
- 5.6. Наличие ключевых слов в доменном имени
- 5.7. Ключевые слова в URL
- 5.8. Иерархия URL-структуры сайта
- 5.9. Спам в URL
- 5.10. Длина URL
- 5.11. Мета-теги: title
- 5.12. Мета-теги: description
- 5.13. Проверка заголовков на спамность
- 5.14. Проверка наличия тегов заголовков
- 5.15. Стили заголовков
- 5.16. Оформление контента
- 5.17. Техническая уникальность контента
- 5.18. Уникальность контента
- 5.19. Ссылки на внешние сайты
- 5.20. Дублированные ссылки
- 5.21. Циклические ссылки

Оглавление

- 5.22. Битые ссылки
- 5.23. Контекстная перелинковка
- 5.24. Навигационные ссылки
- 5.25. Сквозные ссылки
- 5.26. Блоки с перелинковкой
- 5.27. Страницы, недополучающие статистический вес
- 5.28. Определение распределения статистического веса при перелинковке НЧ, СЧ, ВЧ запросов
- 5.29. Определение распределения статистического веса в зависимости от входящих внешних ссылок
- 5.30. Ссылки на сторонние ресурсы
- 5.31. Навигационная цепочка
- 5.32. Контактная информация
- 5.33. Товары и цены
- 5.34. Изображения
- 5.35. Видео
- 5.36. Рейтинг
- 5.37. Область контента
- 5.38. Социальные сети

6. Внешние факторы

- 6.1. Параметрические характеристики домена
- 6.2. Узнаваемость компании в интернете
- 6.3. Проверка ссылочной массы на наличие качественных (трастовых) обратных ссылок
- 6.4. Проверка возрастных характеристик страниц сайта
- 6.5. Получение ссылок из разных источников
- 6.6. Соотношение реального количества ссылок
- 6.7. Данные по ссылкам
- 6.8. Динамика изменения ссылочной массы
- 6.9. Индексация страниц-доноров
- 6.10. Естественность ссылочного профиля

Оглавление

6.11. Ссылочный профиль конкурентов

6.12. Социальные сигналы

7. Коммерческие факторы

8. Семантическое ядро и трафик

8.1. Анализ семантического ядра

8.2. Анализ трафика

8.3. Анализ видимости сайта

8.4. Долевое распределение трафика по разным каналам интернет-маркетинга

9. Поведенческие факторы

10. Фильтры, АГС, антивирусованность

10.1. Минусинск

10.2. АГС

10.3. Вирусы

10.4. Другие фильтры

1. Подготовительные работы

1.1. Краулинг сайта

Это процедура анализа веб-страниц:

- общего процесса загрузки сайта;
- текстов;
- ссылок, в том числе и обнаружение "битых ссылок", которые никуда не ведут, созданных с ошибками;
- изменений на сайте;
- проверка синтаксиса и структуры сайта;
- специализированный поиск;
- и пр.

Сервисы в помощь:

- [Xenu](#)
- [Netpeak Spider](#)
- [Comparser](#)

1.2. Составление матрицы сайта

Это помогает увидеть повторы страниц, определить структуру сайта.

Что необходимо сделать:

- пропишите матрицу HTML документов;
- отсортируйте страницы по категориям, например: каталоги, теги, карточки товаров, служебные страницы (контакты, информация о компании и пр.).

Сервисы в помощь:

- [Xenu](#)
- [Netpeak Spider](#)
- [Comparser](#)
- [Xmind](#)

2. Поисковые системы

2.1. Яндекс Webmaster, Google Search Console

Проконтролируйте, чтобы ваш сайт находился в панели Яндекс. Webmaster и Google Search Console.

При этом важно учесть:

- в Яндекс.Webmaster - автоматические санкции;
- в Google Search Console - ручные ограничения.

Сервисы в помощь:

- beta.webmaster.yandex.ru
- www.google.com/webmasters/tools/home?hl=ru

2.2. Яндекс Метрика, Google Analytics

Установите счетчики и проверьте, что все работает верно.

Сервисы в помощь:

- metrika.yandex.ru
- analytics.google.com/analytics

Новая Яндекс.Метрика — новые возможности для веб-аналитики

Перейти

2.3. Индексация всех страниц сайта

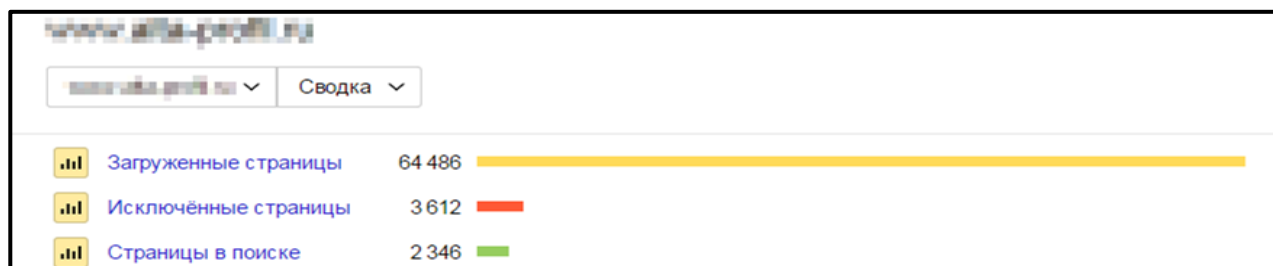
Особенно актуальна для крупных и сложных проектов. Сайт может провисать или не получать полноценный трафик, если вместо важных страниц индексируются мусорные: дубликаты, страницы с ошибками или пустые.

Сформируйте списки из 3-х категорий:

- все важные страницы: выгрузка из БД, ручное составление;
- все страницы: PageWeight или Xenu;
- все проиндексированные важные страницы, все проиндексированные мусорные, все неиндексированные важные страницы и все неиндексированные мусорные.

Сервисы в помощь:

- для массовой проверки: seolib.ru/tools/links/metrics/
- для единичных страниц: webmaster.yandex.ru



2.4. Значимые области на Flash и Ajax

Некорректная индексация некоторых областей сайтов часто встречается, если при их верстке использовались Flash, Ajax или другие технологии.

Детальную инструкцию по индексированию сайта читайте здесь:

<https://help.yandex.ru/webmaster/robot-workings/ajax-indexing.xml>

2.5. Индексация всех страниц сайта

Что нужно сделать:

Проверить, чтобы все страницы сайта индексировались после того, как вы внесете изменения в robots.txt.

Сервисы в помощь:

- webmaster.yandex.ru/robots.xml

Разрешены ли URL?

Список URL

http://www.completo.ru/webinar/
http://www.completo.ru/breakfast/
http://www.completo.ru/dealers/

Проверить

URL	Результат
http://www.completo.ru/webinar/	✓
http://www.completo.ru/breakfast/	✓
http://www.completo.ru/dealers/	✓

2.6. Необходимость использования noindex, nofollow, metaindex, metanofollow

Что нужно сделать:

- Проверить сайт через RDS-bar и СайтРепорт;
- Исправить не закрытые теги <noindex>;
- Изучить закрытые внутренние и внешние ссылки в nofollow, metaindex и metanofollow.

2.7. Корректность использования тегов `noindex` и `nofollow`

Проверьте, чтобы на страницах сайта, скрытых от индексации, не было ошибок.

Что нужно проверить:

- Закрытость тегов `<noindex>`;
- Корректность страниц с `meta nofollow`, `meta noindex`, `<meta name="robots" content="none"/>`;
- Тег `<nofollow>` на внутренних ссылках.

2.8. Выявление ошибок: сравнение индексов по категориям и типам страниц

Что нужно сделать:

- Сравнить списки страниц, которые отличаются по их количеству в индексе, в нескольких поисковых системах. Если несовпадение на 30% и больше, то причину нужно найти и устранить ее;
- Посмотреть количество проиндексированных страниц в Яндекс и Google с помощью запроса `«site:host»`;
- Изучить области сайта, где в одной ПС страниц меньше, чем в другой;
- Открыть страны из списка проиндексированных;
- Изучить те страницы, которые есть в одной ПС, но нет в другой;
- Проанализировать в Google помеченные как `supplimental` страницы.

2.9. Индексация технических страниц

Существуют технические страницы, которые необходимо закрыть от индексации:

- Файлы статистики /*_openstat
- Страницы контекстной рекламы или меток /*from=adwords, /*utm_source=, /*utm_campaign=, /*utm_content=, /*utm_term=, /*utm_medium=
- Корзина /cart/, /order/
- Страницы сортировки /*sort, asc, desc, list=*
- Страницы поиска /search/
- Страницы авторизации /auth/
- Версия для печати /*printable, /print
- Напоминание пароля /remind_password/
- Регистрация /register/
- Административный раздел /administrator/
- Кэш страниц /cache/
- Модули, подгружаемые на страницы /components/, /plugins/
- Файлы-инсталляции CMS /installation/, /installer/
- Логи /logs/
- Файлы /files/
- Скрипты, таблицы стилей /ajax/, /java/, /css/
- Аккаунты пользователей /user/

Иногда возникают сложности с удалением или запретом в robots.txt, тогда нужно указать основную страницу через rel="canonical".

2.10. Проверка robots.txt

Некорректная работа в robots.txt в результате может привести к тому, что сайт исключат из индексации. Нужно проверить корректность работы robots.txt, чтобы все ненужные для индексирования страницы были закрыты.

Сервисы в помощь:

- webmaster.yandex.ru/robots.xml

Правила соответствия robots.txt:

- help.yandex.ru/webmaster/?id=996567

URL	Результат
http://[redacted]/catalog/promo/fasadnie-paneli/	/catalog/promo/
http://[redacted]/catalog/	✓
http://[redacted]/about/	✓
http://[redacted]/catalog/promo/kanada-plus/	✓
http://[redacted]/catalog/promo/gazonnaya-reshetka/	/catalog/promo/
http://[redacted]/bitrix/	/bitrix/
http://[redacted]/cgi-bin/	/cgi-bin/

2.11. Проверка robots.txt на наличие директив для всех ПС

Помните, что для Google и Яндекс необходимо прописывать отдельные инструкции, т.к. они используют разные директивы: User-Agent: Yandex + User-Agent.

```

1  User-Agent: *
2  Disallow: /*_openstat
3  Disallow: /bitrix/
4  Disallow: /ajax/
5  Disallow: /cart/
6  Disallow: /catalog/promo/*
7  ...
8  Sitemap: http://[redacted]/sitemap.xml
9

```

2.12. Ссылки на неиндексируемое содержимое

Поисковые роботы просматривают все ссылки сайта (html-документы, ссылки картинок, mp3-файлы и др.). Нужно закрыть эти ссылки в `rel="nofollow"`, чтобы сэкономить ресурс робота.

Примеры содержимого: doc, docx, xls, mp3, wav ... и т.д.

Не закрывайте текстовые документы (pdf, doc и т.д.) от индексации, если на них идет органический трафик с ПС.

Сервисы в помощь:

- [Xenu](#)

2.13. Кеширующие заголовки

Используются для того, чтобы помочь поисковому роботу направить свои ресурсы на нужные страницы (например, на те, которые менялись с момента его последнего посещения). Для этого в спецификации протокола http есть набор кеширующих заголовков:

- Last-Modified - If-Modified-Since - 304 Not Modified или 200 OK;
- ETag - If-None-Match - 304 Not Modified или 200 OK.

Что нужно сделать:

- Выбрать несколько случайных страниц веб-сайта;
- Просмотреть Firebug'е в разделе Net фильтре Htmlhttp заголовки для тестируемой страницы;
- Убедиться в наличии Last-Modified или Etag;
- Обновить страницу F5. Сервер должен ответить 304 кодом (там же в firebug'е). Если не отвечает, обратиться к веб-мастеру.

Name	Status	Type	Initiator	Size	Time
 styles.css?1417600600	304	stylesheet	(index):10	171 B	31 ms
 template_styles.css?1417600600	304	stylesheet	(index):11	171 B	32 ms
 main.css	304	stylesheet	(index):43	174 B	49 ms
 core.js?1417600656	304	script	(index):12	175 B	67 ms

2.14. Исправление ошибок и наличие карты sitemap.xml

Чтобы управлять индексацией сайта, повысив степень доверия ПС к рекомендациям и корректной их обработки, воспользуйтесь sitemap.xml.

Что нужно сделать:

- Проверить, что robots.txt ссылается на sitemap.xml;
- Уточнить, верно ли расставлены атрибуты дат;
- Проставить корректные приоритеты;
- Исключить уже проиндексированные страницы;
- Открыть все страницы для индексации в robots.txt;
- Исключить нарушения валидности составления sitemap.xml.

Если у вас нет карты sitemap.xml, обязательно создайте ее!

Сервисы в помощь:

- webmaster.yandex.ru/sitemaptest.xml
- Справка: www.sitemaps.org/ru/faq.html#faq_xml_schema

Добавить файл Sitemap

Используемые файлы Sitemap

URL	Статус	Последняя загрузка	Число ссылок в файле
http://maed.ru/sitemap.xml	ок	09.07.2016	31
http://maed.ru/sitemap-pt-page-2014-07.xml	ок	10.07.2016	2
http://maed.ru/sitemap-pt-page-2013-02.xml	ок	10.07.2016	1
http://maed.ru/sitemap-pt-post-2015-04.xml	ок	10.07.2016	3
http://maed.ru/sitemap-pt-post-2015-03.xml	ок	10.07.2016	2
http://maed.ru/sitemap-pt-page-2013-12.xml	ок	09.07.2016	4
http://maed.ru/sitemap-pt-page-2014-03.xml	ок	09.07.2016	1
http://maed.ru/sitemap-pt-post-2014-09.xml	ок	10.07.2016	1
http://maed.ru/sitemap-pt-post-2014-12.xml	ок	09.07.2016	1
http://maed.ru/sitemap-pt-post-2014-10.xml	ок	10.07.2016	1
http://maed.ru/sitemap-pt-page-2014-08.xml	ок	10.07.2016	3

загрузить ещё 10 из 21

2.15. Анализ проблем индексации сайта

Часто бывает, что поисковый робот загружает больше страниц, чем добавляет в свой индекс. Это случается из-за того, что некоторые страницы не подходят под стандарты качества индексируемого материала, что значительно влияет на занимаемые сайтом позиции.

Что нужно сделать:

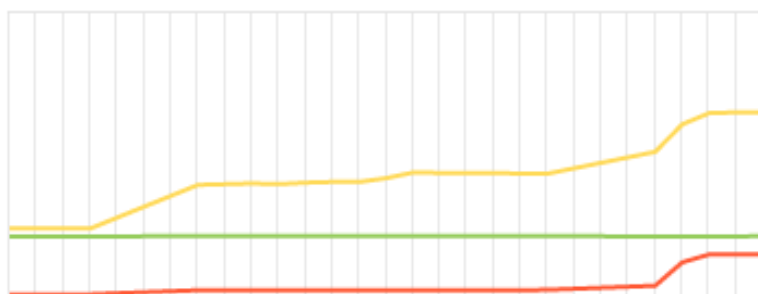
- Добавить сайт в панель Яндекс.Вебмастер;
- Посмотреть строки «Загружено роботом» и «Исключено роботом» во вкладке «Общая информация»;
- Сообщить веб-мастеру, если количество исключенных роботом страниц половина (и больше).

Диагностика проблем сайта

- ✓ Фатальные: 0
- ✓ Критичные: 0
- ✓ Возможные проблемы: 0

[Посмотреть рекомендации \(2\)](#)

Индексирование



14 июня — 12 июля 2016

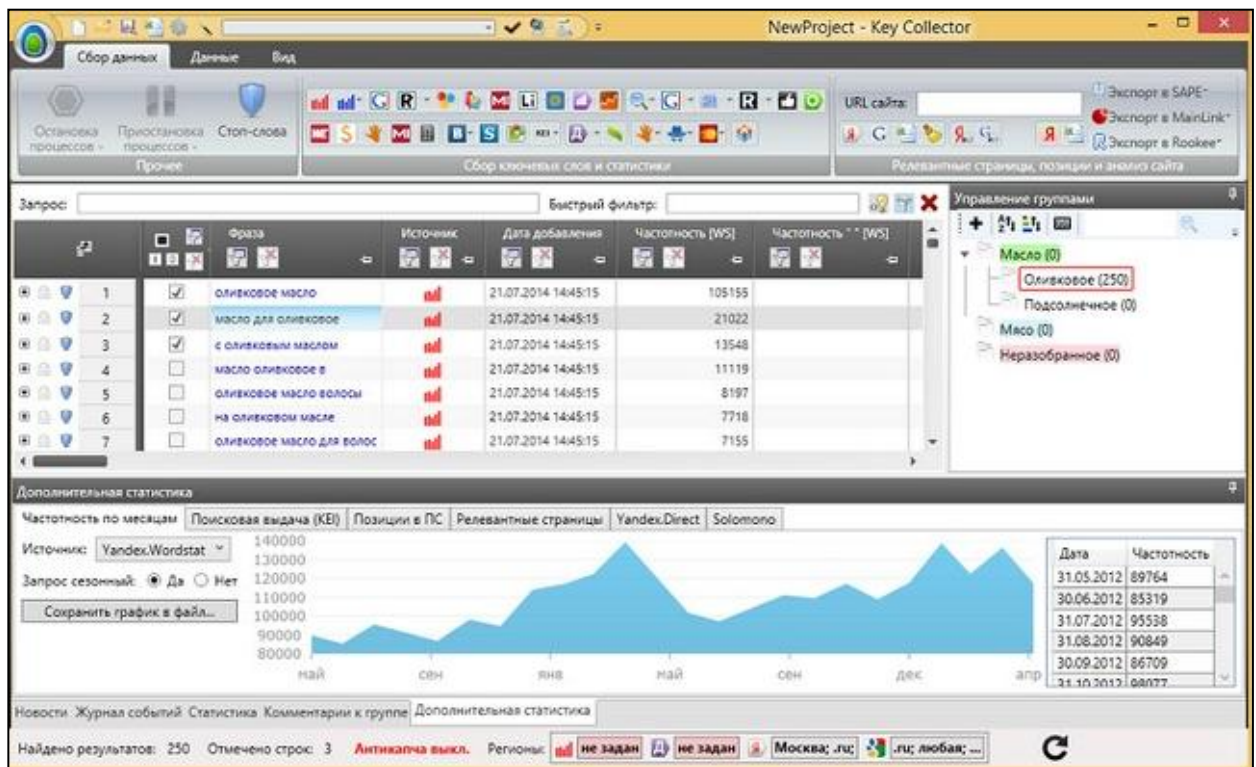
- **486** +174,58%
Загруженные страницы
- **157** +0,64%
Страницы в поиске
- **109** +5 350%
Исключенные страницы

2.16. Ранжирование

Проанализируйте популярные запросы - на каких позициях в поисковых системах они находятся. Причем проверить по возможности нужно все запросы: НЧ, СЧ, ВЧ.

Сервисы в помощь:

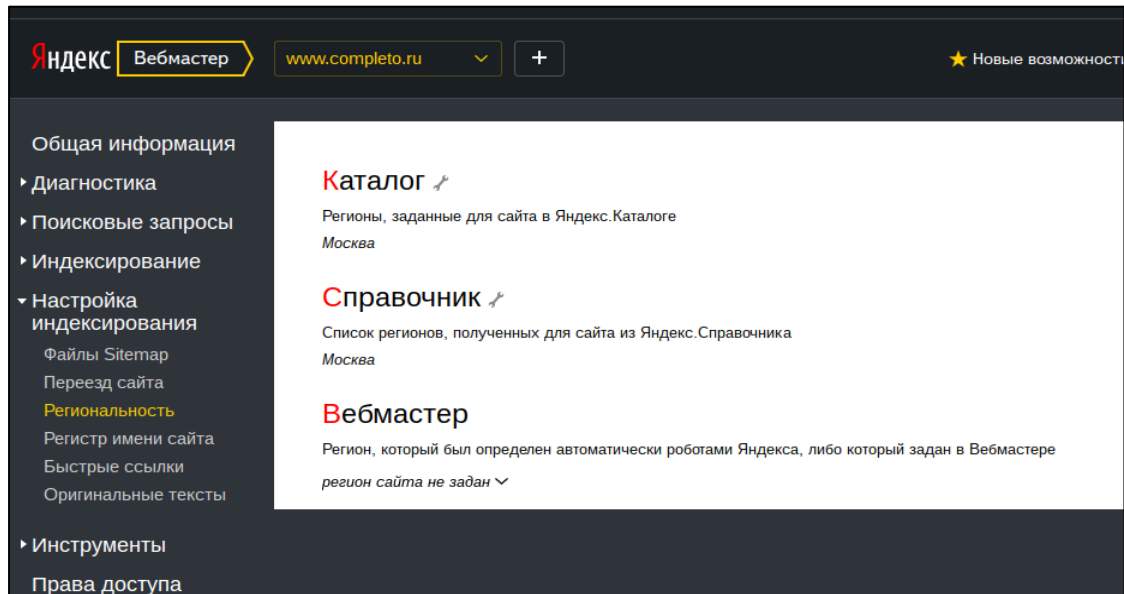
- <http://top-inspector.ru>
- <http://seranking.ru>
- [key collector](http://keycollector.ru)
- <https://www.megaindex.ru>
- <https://topvisor.ru>



2.17. Яндекс.Каталог

Что нужно сделать:

- Указать у сайта принадлежность к необходимому региону в Яндекс.Каталоге.



2.18. Яндекс. Справочник

Если ваша компания имеет филиалы, представительства или точки продаж в разных городах, то обязательно нужно добавить все адреса, указав их через панель Яндекс.Вебмастер. Проверьте, какие регионы уже добавлены в качестве ваших представительств в Яндекс.Справочнике. Сайт будет занимать высокие позиции в ПС, если присвоить ему тот регион, где будет вестись наибольшая активность.

Что нужно сделать:

- Добавить сайт в Яндекс.Вебмастера;
- В разделе География сайта выбрать Регион сайта;
- Проверить регион. Если регион присвоен неверно, нужно составить список рекомендаций по изменению региональной привязки.

2.19. Яндекс.Адреса и Google Мой бизнес

Правильная работа с этими сервисами помогает успешно продвинуть сайт в ТОП поисковой выдачи. Важно, учитывать особенности каждой из них при добавлении информации о компании.

Сервисы в помощь:

- sprav.yandex.ru
- www.google.ru/business

Яндекс Найти

ПОИСК КАРТИНКИ ВИДЕО КАРТЫ МАРКЕТ НОВОСТИ ПЕРЕВОДЧИК ЕЩЁ

Системный электронный маркетинг от "Комплето".
complete.ru
Разработка и продвижение сайтов, размещение баннерной и контекстной рекламы, вирусный маркетинг и др. Портфолио. Отзывы клиентов. Статьи по оптимизации сайтов.
Москва, Курсовой пер., 17, стр. 1, оф. 26 · м. Кропоткинская · +7 (495) 640-89-97

Блог
Все о Системном Электронном Маркетинге от Комплето.

Компаниям с продуктами B2B
Вот уже 5 лет мы работаем исключительно с B2B...

Контакты
О маркетинговой группе "Комплето".
Наша миссия, цели, достижения...

Вебинары
Мы делимся толькореальным опытом!
После вебинарами...

Компаниям с сетями дилеров
Мы предлагаем систему электронного маркетинга, которая...

Бизнес-завтрак
Андрей Гавриков Совладелец и генеральный директор...

Чек-лист агентств
Сегодня каждое второе агентство либо комплексное, либо performance.

Бесплатный вебинар от Комплето
Бесплатный вебинар от Комплето

Комплето
Рекламное агентство, Маркетинговые услуги, Интернет-маркетинг

Сайт Как добраться 1 отзыв Отправить на телефон

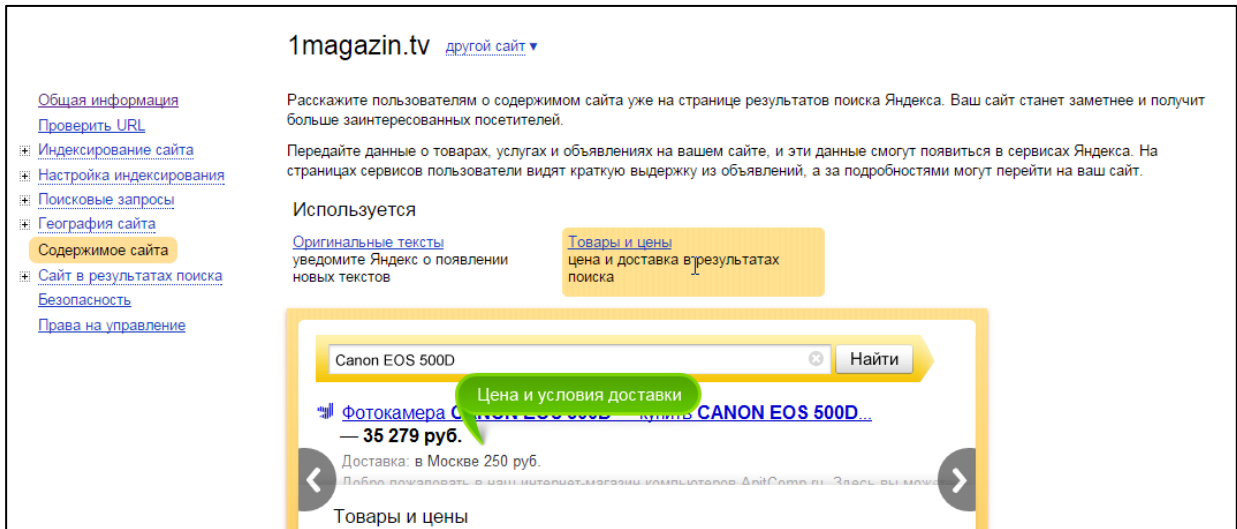
Адрес: Москва, Курсовой пер., 17, стр. 1, оф. 26
Метро: Кропоткинская, Парк культуры, Полянка
Телефон: +7 495 640-89-97
Сайт: complete.ru
Открыто: пн-пт 10:00–18:00

2.20. Расширенный сниппет

В некоторых тематиках есть возможность использования расширенных сниппетов. Например, для e-commerce, сайты с рецептами, отзывы, интернет-магазины и пр.

Что нужно сделать:

- Указать в микроразметке информацию, которую вы хотите выводить в выдаче ПС.



2.21. Парсинг сниппетов по всем запросам Яндекс и Google

Сниппеты – фрагмент исходного текста или кода программы, применяемый в поисковых системах, текстовых редакторах и средах разработки. Они значительно влияют на конверсию сайта в выдаче (по исследованиям Яндекса). Необходимо спарсить по всем запросам сниппеты Яндекса и Google (A-Parser).

2.22. Сниметы в Google

Нужно проанализировать все части снимета, чтобы они сформировались правильно:

- Человекопонятные URL;
- Отзывы в формате hReview;
- Title, анкоры ссылок, тексты страниц;
- Обозначение авторства контента по формату hCard;
- Содержимое сайтов в формате hProduct и GoodRelations;
- Мероприятия в формате hCalendar;
- Адрес в hCard;
- Хлебные крошки в Breadcrumb;
- Description, описание в каталоге DMOZ.

Если снимет сформирован некорректно, необходимо его исправить.

2.23. Санкции

Перед запуском продвижения обязательно проанализируйте сайт, изучите его историю. Особенно, если сайт уже оптимизировали другие специалисты.

На что обратить внимание:

- Возраст сайта (не дата регистрации домена, а индексации);
- Были ли наложены санкции или ограничения Яндекса;
- Был ли сайт ограничен в выдаче Google (автоматические фильтры Panda, Penguin и пр.);
- Ссылочная история сайта.

Сервисы в помощь:

- feinternational.com/website-penalty-indicator
- xtool.ru
- ru.semrush.com
- advisor.wmtransfer.com/Description.aspx
- www.alexa.com
- ru.ahrefs.com
- archive.org/web
- whoishistory.ru/simplesearch?domainsimple

3. Отсутствие нарушений лицензии на поиск

3.1. Скопированный или переписанный материал с других ресурсов, отсутствие уникального контента

Чтобы проверить сайт на наличие неуникальной информации, воспользуйтесь программами AdvengoPlagiatius или Etxt Антиплагиат/

Что нужно сделать:

- Запустить программу Etxt Антиплагиат;
- Выбрать пункт меню Операции > Настройки;
- Нажать на пункт меню «Операции > Проверка сайта...»;
- В поле Укажите адрес ввести адрес проверяемого сайта;
- Написать необходимое для проверки количество страниц. Для начала можно выбрать 50, а потом, сопоставляя URL-адреса с контентом страниц, оставить те, которые содержат больше текста;
- Из всего списка загруженных страниц снять галочки с тех, которые содержат дублирующий контент или где мало текста (например, новости компании, контакты, разделы с описанием товара в интернет-магазинах часто состоят всего из нескольких предложений). Таким образом, у вас останется 10-30 страниц;
- Нажать на кнопку Глубокая проверка;
- Составить список рекомендаций по исправлению.

[14:44:10] Проверено документов: 117 / Всего найдено: 172 документов

[14:44:12] Символов: 47467 / Слов: 3831 / Символов в словах: 18855

[14:44:12] Задача прервана (Прервано пользователем)

[14:44:12] Уникальность текста 87% / 69%. Удовлетворительная уникальность текста. Возможно, рерайт.

3.2. Автоматическое (редирект) или добровольное

Редирект чаще встречается на дорвеях, реже – на клиентских сайтах. Если у вас небольшой сайт (не больше 5000 страниц), проверьте его при помощи программы Xenu'sLinkSleuth.

Что нужно сделать:

- Запустить программу Xenu;
- Выбрать пункт меню File > Check URL...;
- В поле What address do you want to check ввести адрес вашего сайта и нажать OK;
- После сканирования на вопрос Links sleuth finished. Do you want a report? Ответить: YES;
- Отклонить предложение о поиске незалинкованных файлов Orphanfiles, нажав кнопку Cancel;
- В браузере откроется отчет, в оглавлении Table of contents выбрать «List of redirected URLs и просканировать редиректы со страниц сайта на внешние ресурсы.

3.3. Наличие автоматически сгенерированного (бессмысленного) текста

Этот метод поисковой оптимизации был очень популярен в начале 2000-х. Сейчас его можно встретить, но редко. Тем не менее, необходимо убрать такой текст, если он присутствует.

Что нужно сделать:

- Выбрать 40-50 страниц с разных разделов;
- Проанализировать их адекватность и релевантность тематики сайта;
- При обнаружении неподходящие тексты, дать задания по их корректировке или удалению.

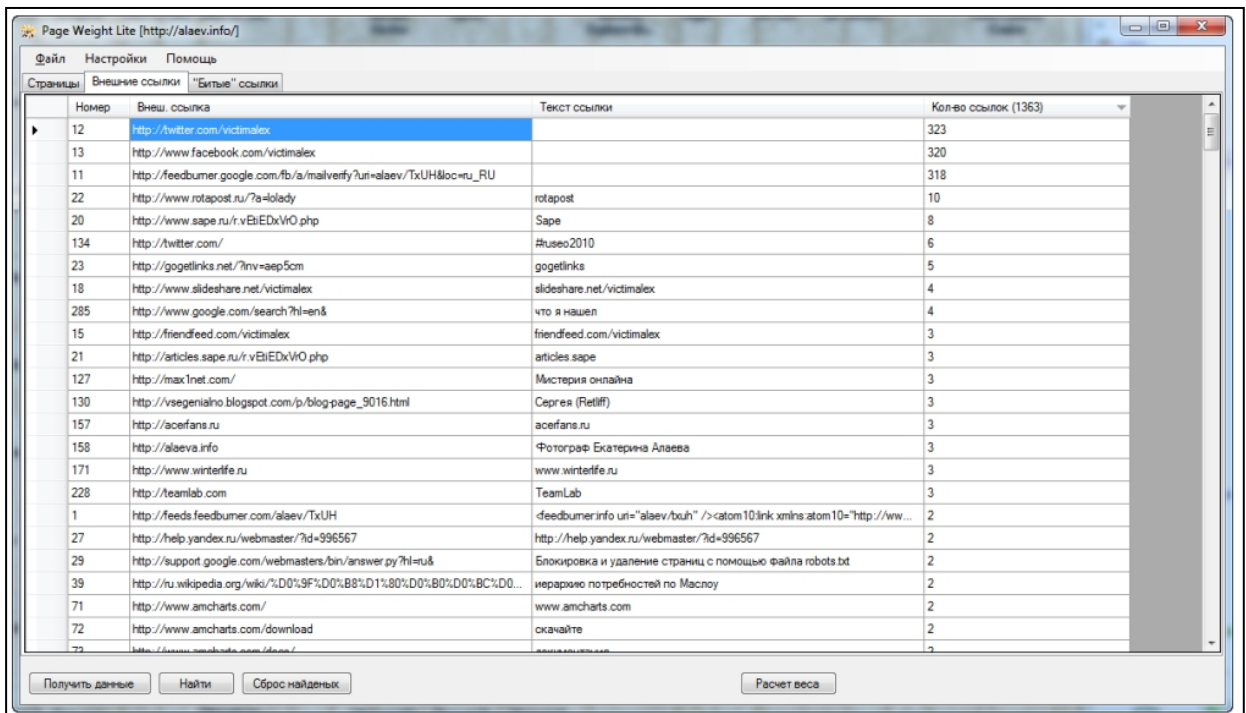
3.4. Присутствие каталогов, статей, программ и пр.

Этот пункт подходит для тех сайтов, которые являются только агрегаторами контента (не производят свои уникальные тексты и сервис). Найти такие каталоги, статьи, программы из навигационного меню не получится.

Поэтому в первую очередь проверьте количество исходящих ссылок домена: если их больше 10 и текст на них соответствующий (широкий тематический диапазон сайтов-получателей ссылок и рекламный характер ссылочного текста), то проведите скрупулезный анализ, например, с помощью программы PageWeight.

Что нужно сделать:

- Запустить программу PageWeight;
- Ввести доменное имя в поле Адрес сайта;
- Проставить галочки в чекбоксах Игнорировать теги <noindex> и Игнорировать rel="nofollow";
- Указать идентичную исходному варианту кодировку сайта;
- Нажать Начать;
- Когда сканирование завершится, перейти во Внешние ссылки и изучить, на каких страницах сайта они находятся. Как показывает практика, у каталогов статей, компаний и пр. есть общая повторяющаяся часть URL-адреса, например — <http://domain.ru/partners/>.



3.5. Обнаружение страниц с невидимым или слабовидимым текстом или ссылками

Еще недавно такие тексты размещали, чтобы обмануть поискового робота. Сегодня так уже не работают. Но конкуренты или недоброжелатели могут использовать невидимый текст для того, чтобы попытаться подвести ваш сайт под санкции. А невидимые ссылки появляются, когда кто-то продает их скрытно, чаще всего за спиной у владельца сайта. Бывает, что в скрытую область через CSS и JavaScript попадают важные тексты. А из-за присутствия невидимых или спамных ссылок поисковики могут выбить сайт из индексации.

Что нужно сделать:

- Провести анализ html-кода страницы и найти скрытый текст;
- Изучить все страницы сайта при помощи команды ctrl+A;
- Установить WebDeveloper (для браузера Firefox);
- Установить Wink;
- Через Сайт Репорт определить внешние ссылки.

3.6. Использование клоакинга

Это методика, при которой поисковый робот видит оптимизированную страницу, а обычному пользователю показывается другая. Часто страницы не просто оптимизированы, а в корне отличаются от оригинала. Это еще один способ обмана поисковых роботов, который зачастую приводит к падению рейтинга сайта.

Что нужно сделать:

- Сопоставить кеш страницы с текущей версией;
- Сверить содержание страницы с ее копией в СайтРепорт;
- Настроить поиск клоакинга во внешних ссылках;
- Проанализировать тексты на предмет обнаружения клоакинга.

3.7. Неявный клоакинг

На сайте может присутствовать неявный клоакинг - когда это делается сторонними людьми, без ведома веб-мастера и администратора ресурса. Методика проверки та же, что и у обычного клоакинга.

3.8. Использование обманных техник

Это может быть: вредоносный код, такие настройки серверов, которые автоматически перенаправляют пользователей на сторонние ресурсы или при переходе из ПС меняют окно результатов поиска на страницы других ресурсов. На сайте их можно заметить по тегу `<iframe>`.

Что нужно сделать:

- Проверить сайт в Веб.Мастере на наличие вредоносного кода;
- Проверить сайт в сервисе проверки код-ответа www.nic.ru/whois/;
- Найти теги `<iframe>` с помощью специально написанной программы из команд `wget`, `find` и `grep`.

3.9. Навязчивая реклама: **pop**up, **pop**under, **click**under

В том числе **pop**up, **pop**under, **click**under. Еще недавно такая реклама могла повысить долю конверсии или увеличить количество подписчиков на e-mail-рассылку, sms-уведомления. Но сейчас подобная реклама воспринимается негативно. Внимательно проанализируйте свою целевую аудиторию и протестируйте (включив и отключив данные плагины) — нужна ли она в вашем случае. Если нет, смело убирайте.

Что нужно сделать:

- Зайти на сайт, предварительно отключив плагины типа Adblock и NoScript;
- Нажать на любую область экрана;
- Если случилось перенаправление на другой сайт, то это **click**-under;
- Если сайт открылся и в тот же момент появилась реклама, которая прикрыла часть текста, и при нажатии произошло переключение на сайт рекламодателя, то это **pop**up;
- Если сайт рекламодателя открывается в другой вкладке, то это **pop**-under.



3.10. Списки поисковых запросов в текстах страниц

Такой прием был придуман только для обмана поисковых роботов: применение многократного повторения и перечисление ключевых слов, использования элементов страниц со скрытыми ключевыми словами, например, скроллинга или других технических приемов.

Что нужно сделать:

- Выбрать 10-15 оптимизированных под ПС страниц;
- Проанализировать тексты;
- Сформулировать список рекомендаций для исправления.

Лечение за границей в лучших немецких клиниках

Лечение за границей – хорошая альтернатива для тех, кому не смогла помочь отечественная медицина. Лучшие специалисты ведущих медицинских центров **Германии** готовы принять Вас для оказания эффективной медицинской помощи. **Лечение за границей** – это быстрая и точная диагностика, передовые технологии и методы **лечения**, медикаменты, сертифицированные за рубежом, **лечение** в современных комфортных условиях, а также многолетний опыт лучших немецких врачей.

Лечение за рубежом означает европейские медицинские стандарты **лечения**, за границей (в частности, в **Германии**) они значительно превышают общемировой уровень. Все это позволяет по праву называть **лечение за границей** гарантией возвращения утраченного здоровья.

3.11. Наличие немодерируемых форумов или досок объявлений

Если вы завели форум или страницу, где другие пользователи могут размещать свои объявления, то, вероятнее всего, такие разделы содержат много спама и ссылок на сторонние ресурсы. Проверьте сайт на немодерируемые страницы и дайте рекомендации по их исправлению.

The screenshot shows a forum's board index. At the top, there's a navigation bar with links like 'Board index', 'User Control Panel', 'FAQ', 'Members', and 'Logout'. Below this, a status bar indicates the current date and time (Thu Dec 13, 2007 5:36 pm) and the last visit time. A table lists forum topics, with the first entry being 'Your first forum' with 1 topic and 1 post, posted by 'Meow' on Thu Dec 13, 2007 5:35 pm.

YOUR FIRST CATEGORY	TOPICS	POSTS	LAST POST
Your first forum Description of your first forum.	1	1	by Meow on Thu Dec 13, 2007 5:35 pm

3.12. Наличие внешних ссылок

Очистите страницы сайта от несанкционированных ссылок и таких, которые ведут на спамные сайты, и убедитесь в том, что сайт не продает ссылки через биржи.

Что нужно сделать:

- Проконтролировать количество исходящих ссылок проверяемого домена;
- Перейти по этой ссылке <http://xtool.ru/trast.php?site=site.ru>;
- Заспамленность ресурса не должна превышать 0. Если цифра больше, использовать программу Хепи.

Траст xt = 6 (+4) www.completeo.ru «Completeo» — агентство интернет-рекламы		
Дата последней актуальной проверки: 28.03.2016 21:19:24		
Ссылок внешних / внутренних:	31 / 13	Advertur Добавь сайт и зарабатывай на показах баннеров!
Оценка трафика:	●●●●●●	
Внешние ссылки на сайт:	●●●●●●	Majesticseo: Ссылок всего 73761 Доменов в ссылках 889 МЛ индекс 1890 IP доноров 67780 Подсетей 810 TF 33 CF 34
<u>Заспамленность ссылками:</u>	● (0)	
Санкции в Яндексе: (АГС, Минусинск и др.)	●	Данные Linkpad (25.01.2016): Индекс: 27 Ссылки на сайт: доноров - 591, всего ссылок - 104715 из них ссылок с главной - 54, со 2 уровня - 2467 (уник. доменов - 171), с 3 уровня - 54645 (249).
Вероятность фильтра на исх. ссылки (beta):	● 0%	
Раскрученность в Yandex: ВЧ/СЧ/НЧ (%)	●●●●●● 1 (0 / 0 / 100)	
Раскрученность в Google: ВЧ/СЧ/НЧ (%)	●●●●●● 22 (100 / 0 / 0)	
Возраст сайта, дней (лет):	3094 (8.5)	

3.13. Выявление спама в тегах заголовков и title

Такое может произойти намеренно или случайно. Чтобы этого избежать, проверьте содержание title и тегов заголовков (H1-H6) по всему сайту.

На что обратить внимание:

- Непозволительно длинные заголовки;
- Повторение тегов title и H1;
- Многократное повторение ключевых слов (двери, двери, двери);
- Выделение заголовков жирным;
- Использование заголовков в качестве ссылок;
- Не единичное использование H1 на странице;
- Нет заголовков, ключевых слов в заголовках, связи между содержанием и заголовками;
- Одинаковые title и H1.

3.14. Проверка текстов на спамность ключевых слов

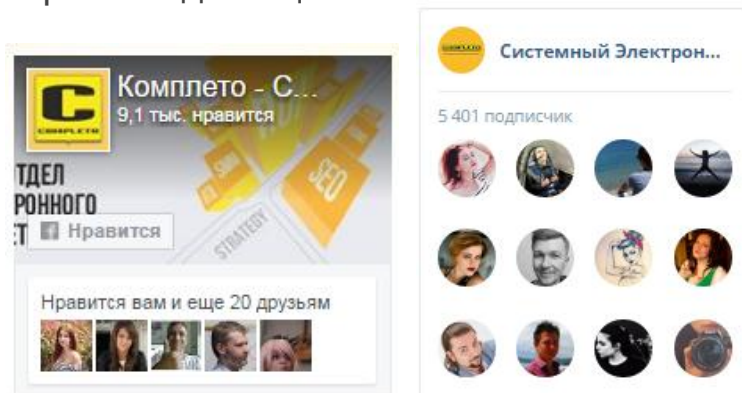
Страницы с заспамленными текстами могут быть пессимизированы. Если такое случилось, воспользуйтесь любым сервисом, который строит график распределения ключевых слов.

Сервисы в помощь:

- <http://advego.ru/text/seo/top/> (вхождения ключевых слов, водность и др.).

3.15. Социальная активность

Поисковые роботы также проверяют социальную активность сайта: есть ли сообщество/группа/магазин в социальных сетях, увеличивается ли объем подписчиков? Грамотная активность в соцсетях может значительно повлиять на трафик и индексацию сайта.



4. Технические факторы

4.1. Корректность использования страницы 404

На сайте должна существовать отдельная страница 404, которая должна посылать команду 404 на сервер. Возможны 2 варианта ошибок: либо страницы нет, либо страница не использует ошибку 404. Это нужно проверить и исправить.

Тесты

Скорость интернет соединения

Проверка анонимности

Время загрузки файла

Объем загружаемого файла

Информация об IP адресе или домене

IP интернет ресурса

Время реакции вашего компьютера

Система управления сайтом (CMS)

Хостинг сайта

Расстояние до сайта

Информация о сайте

Сайты на одном IP

Все домены одного владельца

Доступность сайта

Посещаемость сайта

Наличие IP в СПАМ базах

Проверка ответа сервера

Наверняка каждый из нас переходя по определенной ссылке попадал на страницы с ошибкой 404 - страница не найдена или 401 - требуется авторизация или 500 - ошибка сервера и т.д. Эти ошибки - это ответ сервера, на котором размещен интересующий нас сайт, на запросы вашего браузера. Чтобы узнать ответ сервера введите в форму ниже адрес интересующего вас сайта или страницы.

Хост:

www.mvideo.ru/afcsasdf

Проверить

HTTP/1.1 404 Not Found

Date: Thu, 14 Jul 2016 08:49:36 GMT
Content-Type: text/html; charset=utf-8
Connection: keep-alive
Cache-Control: no-cache, no-store, must-revalidate
Pragma: no-cache
Content-Language: ru-RU
Set-Cookie: MVID_CITY_ID=CityCZ_975; domain=www.mvideo.ru; expires=Tue, 01-Aug-2084 12:03:43 GMT; path=/; HttpOnly
Set-Cookie: MVID_VIEWED_PRODUCTS=; domain=www.mvideo.ru; expires=Sat, 13-Aug-2016 08:49:36 GMT; path=/; HttpOnly
Set-Cookie: wurfl_device_id=opera_9; expires=Fri, 14-Jul-2017 08:49:36 GMT
Set-Cookie: JSESSIONID=q2vGXHSQT5h7vPmKynqjQ5SWJXCtCrzLwnFSDw3FcLhr5K1zCXI-32950854; domain=www.mvideo.ru; path=/; HttpOnly
Set-Cookie: wurfl_device_id=opera_9; expires=Fri, 14-Jul-2017 08:49:36 GMT
Set-Cookie: bIPs=-1178626581;HttpOnly;Path=/;Version=1;Domain=www.mvideo.ru;
Set-Cookie: TS011bb738=01ed0a41c8e44a1cf11cb7ab1733c7ad668ca52aae22c6df7266ddb939d33379df18
Path=/
Set-Cookie: TS011857f4=01ed0a41c84ecbc50d2481832ba3521f488c2bd7e6d995257884c74fcd8c39bd402e
path=/; domain=www.mvideo.ru
Transfer-Encoding: chunked

Понравилась книга? Поделись в соц.сетях!

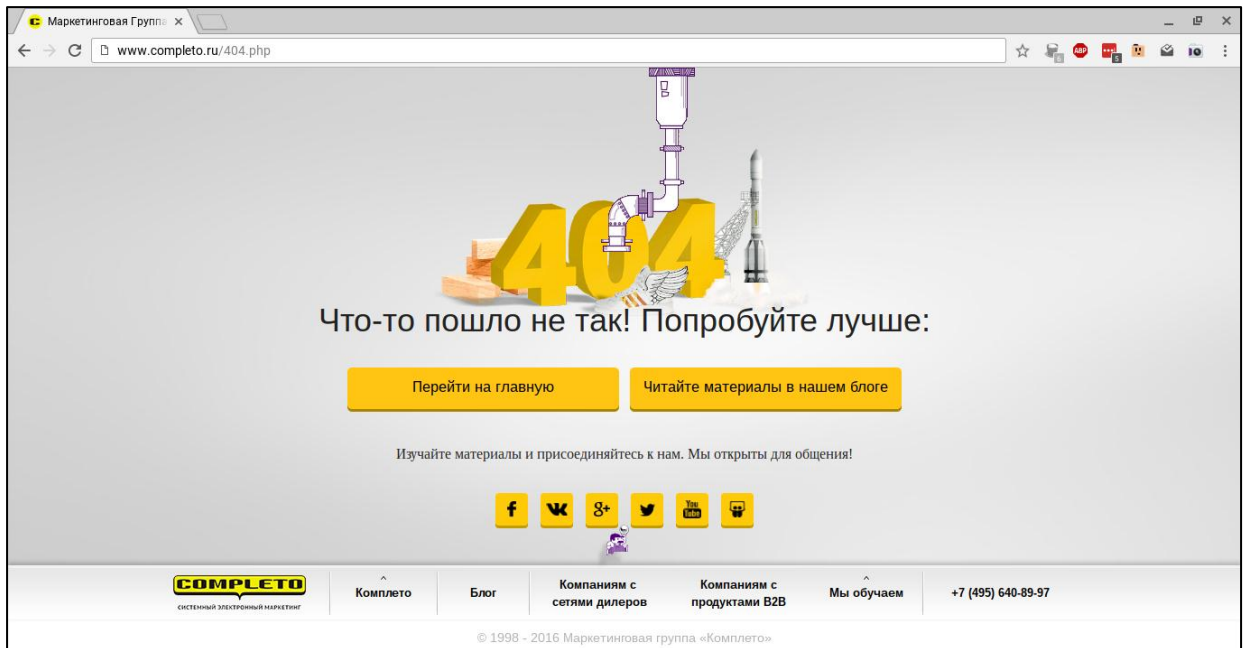
34

4.2. Анализ 404 страницы

Корректное оформление страницы 404 помогает свести потери трафика к минимуму.

Что нужно сделать:

- Создать шаблон страницы в дизайне сайта;
- Обязательно предоставить возможность пользователю вернуться назад;
- Предложить посетить важные разделы;
- Страница должна отдавать код ответа 404.



4.3. Проверка ответов сервера

На этом этапе проверьте взаимодействие сайта и браузера. Все продвигаемые страницы должны отдавать верные коды ответа сервера: с неправильным URL - ошибку 404 (ошибки 200 усложняют продвижения).

Сервисы для проверки:

- www.webmaster.yandex.ru/tools/server-response
- www.mainspy.ru/otvet_servera
- www.checkmy.ru/

4.4. Анализ скорости загрузки страниц

Этот показатель значительно влияет на конверсию и ранжирование страниц. Вы можете увеличить скорость загрузки при помощи изменения кода, мощности, настройки сервера и CMS.

Сервисы в помощь:

- www.developers.google.com/speed/pagespeed/insights/

The screenshot shows the Google Developers PageSpeed Insights interface. At the top, the Google Developers logo is visible. Below it, the breadcrumb 'Продукты > PageSpeed Insights' is shown. The main heading is 'PageSpeed Insights' with a '+1' button. A search bar contains the URL 'http://completo.ru/' and a blue 'АНАЛИЗИРОВАТЬ' button. Below the search bar, there are two tabs: 'Для мобильных' (selected) and 'Для компьютеров'. The results for mobile show a score of '82 / 100 Рекомендации'. Under this, there are two sections: 'Исправьте обязательно:' (Fix what you can) with the instruction 'Удалите код JavaScript и CSS, блокирующий отображение верхней части страницы' and a link 'Как исправить?'; and 'Исправьте по возможности:' (Improve what you can) with the instruction 'Оптимизируйте изображения' and a link 'Как исправить?'. On the right side, there is a small image of a laptop displaying the website being analyzed.

4.5. Основное зеркало (с www или без)

Необходимо установить основное зеркало и в Яндекс, и в Google. После этого поставьте редирект с неглавного зеркала на главное, чтобы у посетителя всегда был один и тот же адрес.

Отличие адреса - с www или без - только во внешнем виде. Поэтому выбирайте, что больше нравится, что привычнее видеть.

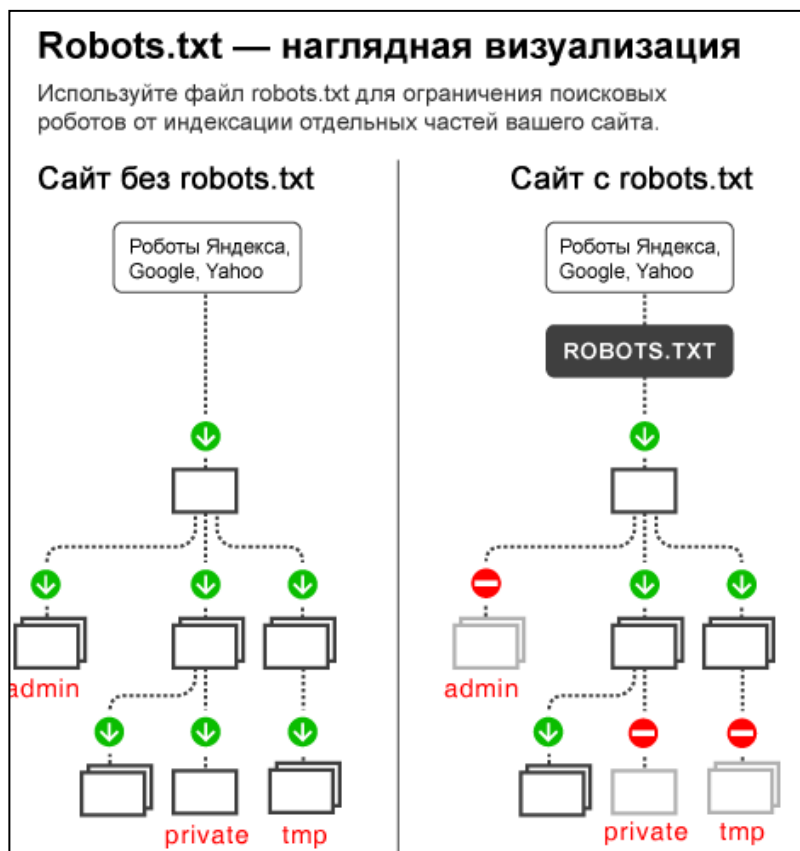
Где проверять:

- webmaster.yandex.ru
- файл robots.txt
- Файл htaccess

4.6. Настройка robots.txt

Пошаговая инструкция от Яндекса здесь:

<https://yandex.ru/support/webmaster/controlling-robot/robots-txt.xml>



4.7. Настройка sitemap.xml

Карта сайта позволяет пользователю быстро и удобно перемещаться по сайту, а также с ее помощью можно повышать рейтинг страниц и повышать позиции в выдаче. Создание сайтмеп имеет большое значение для индексации сайтов с большим количеством страниц.

Сервисы в помощь:

- <https://webmaster.yandex.ru/tools/sitemap/>

4.8. Дубли страниц

Возникают в том случае, когда одна и та же страница доступна по нескольким разным URL-адресам. Также они называются "зеркалами". Проблема в том, что поисковые машины могут выбрать любую из версий как главную, а остальные - склеить. И какие именно из них будут склеены, а какая страница попадет в индекс, останется неизвестным. Также неясно, какую страницу нужно продвигать (на какой адрес URL закупать ссылки или делать внутреннюю перелинковку). Поэтому важно не дать возможности поисковику выбирать, а предоставить только один нужный адрес.

Сервисы в помощь:

- [Pageweight](#)
- [Xenu](#)
- tools.seointellect.ru

4.9. Проверка видимости сайта в браузерах

Необходимо протестировать, как сайт отображается во всех возможных браузерах и операционных системах. Это можно сделать платно или бесплатно, с помощью онлайн сервисов, локальных приложений, установить все браузеры на своем компьютере и пр.



4.10. Использование микроформатов

Микроформаты помогают передать поисковым роботам информацию о контенте сайта: контакты, отзывы, товары и т.д.

- hCard — формат контактов;
- hRecipe — формат кулинарных рецептов;
- hReview — формат отзывов;
- hProduct — формат товаров.

4.11. Корректность использования микроформатов

Все микроформаты различаются по своей внутренней структуре и по составу полей. Иногда при их использовании возникают различного рода ошибки.

Что нужно сделать:

- Использовать микроформаты по правилам:

http://microformats.org/wiki/Main_Page-ru

- Провести валидацию: <http://webmaster.yandex.ru/microtest.xml>

4.12. Учет содержимого микроформатов при индексации

Проверьте, чтобы содержание микроформатов поисковыми роботами читалось корректно. К примеру, Google может расценить при некорректном заполнении микроформата hReview фальшивым отзывом и пессимизировать сайт.

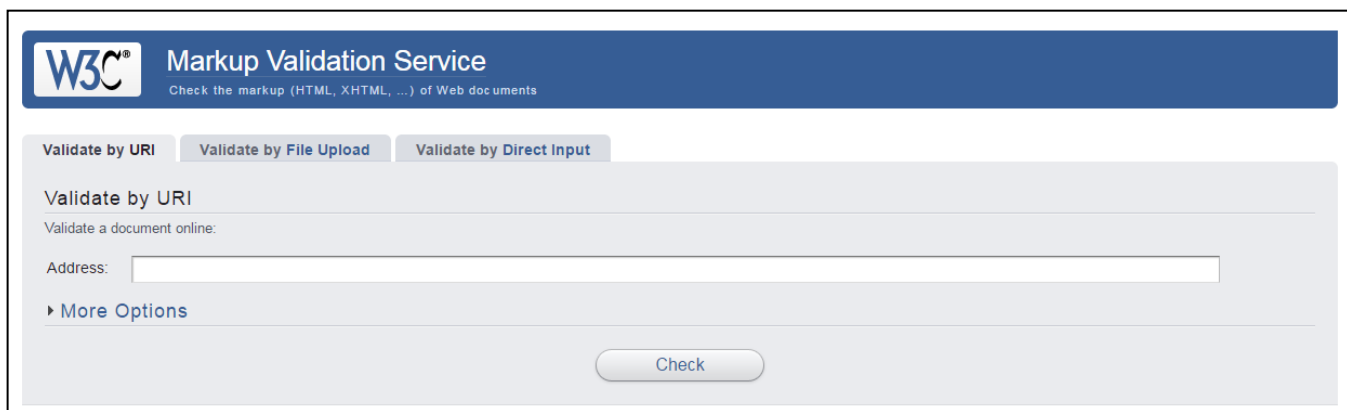
4.13. Проверка кода на присутствие скриптов

Разберите html и проверьте, чтобы код CSS и скриптов находился не внутри страницы, а в отдельных файлах. Это значительно оптимизирует работу сервера и увеличит скорость загрузки страниц.

4.14. Валидация кода

Валидность - соответствие стандартов кода определенным нормам. Что нужно сделать:

- Проверить соответствие кода стандартам - <http://validator.w3.org/>;
- Убедиться в отсутствии мусора в html-коде (вручную);
- Вручную проверить, чтобы CSS и javascript были вынесены;
- Проверить лишние теги заголовков и title (вручную).



The screenshot shows the W3C Markup Validation Service interface. At the top, there is a blue header with the W3C logo and the text "Markup Validation Service" and "Check the markup (HTML, XHTML, ...) of Web documents". Below the header, there are three tabs: "Validate by URI", "Validate by File Upload", and "Validate by Direct Input". The "Validate by URI" tab is selected. Below the tabs, there is a section titled "Validate by URI" with the text "Validate a document online:". Underneath, there is a label "Address:" followed by a text input field. Below the input field, there is a link "More Options". At the bottom of the form, there is a "Check" button.

4.15. Атрибуты rel="next" и rel="prev"

Используются для того, чтобы соединить в логическую последовательность несколько страниц сайта.

Например:

- длинные тексты разделяются на несколько коротких страниц;
- списки продуктов в интернет-магазинах;
- темы форумов обычно помещаются под последовательными URL.

Если Google найдет ошибку в разметке, то в будущем будет индексировать и опознавать содержание на основе своего эвристического алгоритма.

4.16. Использование Noindex, Nofollow

Эти теги используются для того, чтобы закрыть ненужные внешние ссылки.

Тег Noindex:

- Используется для того, чтобы запретить индексацию какой-то определенной части текста;
- Не закрывает ссылки и изображения;
- Не валидный, поэтому некоторые HTML-редакторы не воспринимают его.

Тег Nofollow:

- Имеет задачу закрывать от поисковиков ссылки, расположенные в тексте;
- Если ссылка заключена в этот тег, то вес на странице он не сохраняет;
- Нет смысла закрывать все внешние ссылки, т.к. вес все равно "сгорит";
- Атрибут для тега <a> запрещает передачу по ссылке ;
- Не ставьте этот тег на ссылки, которые ведут на внутренние страницы сайта.

4.17. Meta name Noindex

Применяйте этот тег для запрета индексации части html-кода. Помните, что картинки и ссылки этим тегом закрывать нельзя (если закрыть анкор и ссылку, то ссылка проиндексируется, а анкор - нет). Этот тег не валиден, но если нужно это сделать, прописывайте его в таком виде:

- <!-- noindex -->
- <!--/ noindex -->

Google на тег Noindex не реагирует, только Яндекс.

4.18. Meta name Nofollow

Нужен для того, чтобы закрывать ссылки от индексации как для Google, так и для Яндекса, не передавать вес со ссылающегося сайта на ссылаемый. Не закрывайте все внешние ссылки тегом nofollow, иначе вес сгорит, если даже обнаруживается хоть одна активная внешняя ссылка.

Ключевое отличие между noindex и nofollow:

- noindex - закрывает текст от индексации;
- nofollow - запрещает передавать вес по ссылке (атрибут тега <a>).

5. Внутренние факторы

5.1. Видимость сайта

Что нужно сделать:

- Определить видимость сайта: сколько запросов видят роботы, сколько в топе (MegaIndex, Seopult);
- Кластеризовать ядро по ТОПу;
- Провести анализ семантического ядра на основе кластеризации;
- Проверить, используется ли сайт при корректном продвижении в текущих реалиях.

5.2. Страницы, которые не содержат исходящие ссылки

Такие страницы образуют висячий узел и нарушают естественное распределение веса между страницами сайта.

Что нужно сделать:

- С помощью Хепи определить проблемные места;
- Привести страницы к обычному виду, либо удалить их.

5.3. Уровень вложенности страниц

Важно распределить страницы по уровням вложенности. От этого зависит статистический вес сайта. Для этого можно воспользоваться инструментом Хепи, который поможет:

- Распределить страницы по уровням вложенности;
- Определить происхождение страниц более 3-го и 5-го уровня вложенности;
- Изучить крайние значения уровней вложенности;
- Выстроить страницы логически.

5.4. Выделение логических кластеров

О том, как это делается подробно читайте здесь:

<https://groups.google.com/forum/?hl=ru>

5.5. ЧПУ

Одной из самых часто встречающихся ошибок создателей сайтов является невнимание к URL-адресам страниц. В России хороший URL-адрес именуется ЧПУ (человекопонятный), англоязычный вариант – SEFURL (searchenginesfriendly URL). Примечательно, что первый термин означает удобство для пользователя, а второй – для поисковых машин, но по сути под этими двумя терминами подразумевается одно и то же. Все специалисты в области развития поисковых технологий дают один совет: чтобы обеспечить высокие позиции сайта, делайте его максимально полезным и удобным для пользователя. Поэтому правильное составление URL-адреса страниц важно не только для потенциальных клиентов, но и для поисковиков.

Примеры URL-адресов:

- Плохой: <http://blog.completo.ru/YEVB458>
- Хороший: <http://blog.completo.ru/optimizatsiya-konteksta/>

5.6. Наличие ключевых слов в доменном имени

Если в домене сайта есть ключевые слова, это добавит ему пунктов в ранжировании сайтов. Так что если у вас есть такая возможность, вынесите в домен ключевые слова.

5.7. Ключевые слова в URL

Это также повлияет на индексацию сайта в выдаче поисковых систем. При создании новых URL, обратите внимание, чтобы в них содержались ключевые слова.

Что нужно сделать:

- Узнайте, по какому принципу сайт автоматически формирует URL;
- Проверьте все адреса сайта на предмет наличия ключевых слов.

5.8. Иерархия URL-структуры сайта

Для чего необходимо правильно выстраивать URL:

- Пользователь должен видеть, где находится;
- Поисковая система должна видеть вложенность страниц между разделами и принадлежность страниц к определенному типу.

Что нужно сделать:

- Сформировать список всех URL сайта;
- Изучить иерархию вложенных групп;
- Проверить наличие отличительных признаков типов страниц в URL.

5.9. Спам в URL

Иногда SEO-специалисты грешат тем, что пытаются разместить как можно больше ключевых слов в URL. Таким образом, эти ссылки становятся спамными.

Что нужно сделать:

- Проверить, чтобы ключевое слово встречалось не более 2 раз и не более 1 раза в домене;
- При отсутствии ключевого слова в домене, в URL оно должно быть не более 1 раза.

5.10. Длина URL

Длина URL имеет влияние на выдачу и индексацию. Но очень длинный ресурсный указатель имеет ряд недостатков:

- для пользователя - не удобен и не всегда понятен, ассоциируется со спамом, сложно запомнить и продиктовать;
- для поисковых систем - негативно оценивается высокий уровень вложенности страниц (он должен быть минимальным), длинные цепочки дольше индексируются.

Примеры URL-адресов:

- Плохой: <http://blog.completo.ru/kak-uvelichit-trafik-na-sayt-v-2-raza-zaschet-nenuzhnyih-zaprosov-effektivnyiy-sposob-kotoryiy-prinosit-klientov-i-ne-zasoryaet-sayt-seo-tekstami/>
- Хороший: <http://blog.completo.ru/kak-uvelichit-trafik>

5.11 Мета-теги: title

Каждая страница должна обладать верным набором ключевых слов. Есть правило: 1 запрос = 1 продвигаемая страница. Для поисковой машины повторяющиеся title являются поводом для занижения позиции сайта, а также все повторы она засчитывает как дубли и может пессимизировать сайт.

Сервисы в помощь:

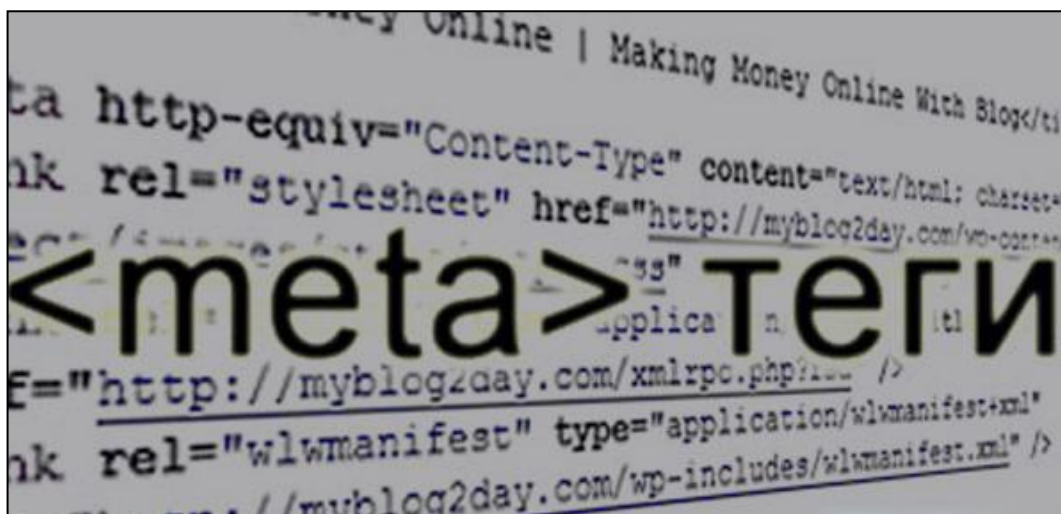
- [Xenu](#)
- [СайтРепорт](#)
- [Google.WebMaster](#)

Проверка Title на спамность:

Иногда SEO-специалисты прописывают много ключевых слов в title. Соблюдайте равновесие между SEO-оптимизацией и юзабилити. Title должен быть понятным и читаемым для пользователя, а для поисковых систем - удобным для ранжирования. Максимальная длина с пробелами - 80 символов, но лучше придерживаться оптимальных границ (40-65 знаков).

Проверка длины Title по всем страницам сайта:

Title присваивает бонусные баллы словам, находящимся в видимой части заголовка. Если title будет слишком длинным, то слова, расположенные не в начале, будут считаться обычным текстом. Проверить наличие нужных слов в title можно составив таблицу в Excel.



5.12. Мета-теги: description

Используйте уникальное содержание тегов Description.

Сервисы в помощь:

- [СайтРепорт](#)
- [Xenu](#)

Проверка Description на спам:

Проверяйте содержание тегов Description на наличие спама.

Сервисы в помощь:

- Ручной анализ выгрузки всех Description с помощью СайтРепорт
- [Xenu](#)

5.13. Проверка заголовков на спамность

На индексацию сайтов также влияет содержимое тегов заголовков h1-h6. Важно проверить, чтобы заголовках не было повторов ключевых слов.

Сервисы в помощь:

- [СайтРепорт](#)
- [A-Parser](#)

5.14. Проверка наличия тегов заголовков

Проверка заголовков осуществляется по 2 пунктам:

- У продвигаемых страниц обязательное наличие H1 заголовков;
- На одной странице должен быть один заголовок H1.

5.15. Стили заголовков

Стили заголовков h1 должны быть вынесены в CSS и выглядеть так: `<h1>Заголовок</h1>`, а неверно прописанный: `<h1 style="lala"><h1/>`.

5.16. Оформление контента

Очень важно не только написать хороший текст, его нужно отформатировать. Поведенческий показатель повышается, если читателей привлекает удобство и легкость восприятия контента.

На что нужно обратить внимание:

- Шрифты (нужно выбирать стандартные, без засечек, использовать не больше 2-3 видов);
- Заголовки и подзаголовки - то, что сразу привлекает внимание пользователя;
- Пространство страницы - важно распределить пустоты и текст;
- Акценты - выделять важные смысловые места в тексте особым способом: жирным, курсивом или менять цвет, шрифт;
- Выравнивание;
- Изображения (единый стиль и размер, контраст картинок и фона, включить масштабирование, создать миниатюры);
- Списки;
- Активные ссылки, если текст большой.

5.17. Техническая уникальность контента

В идеале текст должен быть уникальным, авторским на 100% (или близко к этому значению). Но часто программы по определению совпадений идентифицируют текст с ошибками. Поэтому ваша задача - использовать программы, которые не будут искать плагиат там, где его нет. Одни из лидеров по качеству и скорости - Text.ru и Content-watch.ru.

5.18. Уникальность контента

Текст должен быть уникальным, нигде ранее не используемым, тогда ваш сайт будет лучше продвигаться. Имеет смысл делать качественный и глубокий рерайт. Также с помощью различных ресурсов можно найти страницы, которые без вашего ведома размещают ваши тексты.

5.19. Ссылки на внешние сайты

Статистический вес между всеми ссылками сайта распределяется равномерно. Но в том случае, когда ссылок на сторонние сайты больше, тогда поисковые системы могут пессимизировать сайт. Чтобы этого не произошло, просмотрите списки внешних ссылок на другие сайты и убедитесь в том, что их не слишком много.

Сервисы в помощь:

- [СайтРепорт](#)
- Плагин RDSBar.

5.20. Дублированные ссылки

Такие ссылки также влияют на индексацию сайта в выдаче поисковых систем.

Сервисы в помощь:

- [СайтРепорт](#)
- [Xenu](#)
- [PageWeight](#)

5.21. Циклические ссылки

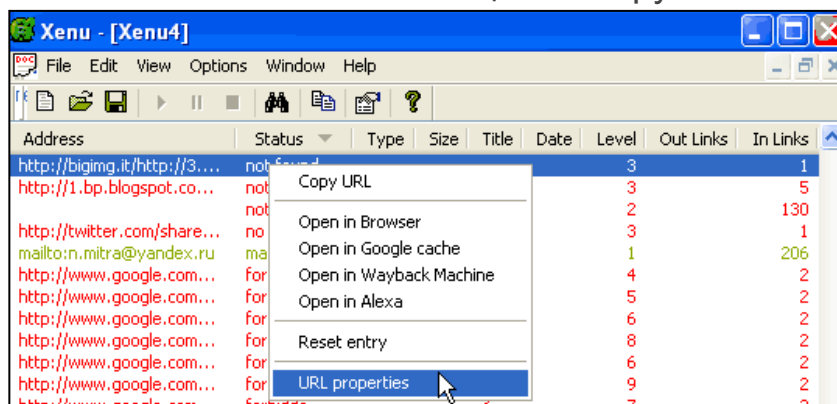
Это такие ссылки, которые ссылаются сами на себя.

Сервисы в помощь:

- [Xenu](#)
- [СайтРепорт](#)

5.22. Битые ссылки

Произведите поиск таких ссылок с помощью инструмента Xenu.



5.23. Контекстная перелинковка

При добавлении на свой сайт новый контент, вставляйте 1-2 ссылки на важные страницы по ключевым словам.

5.24. Навигационные ссылки

Это такие ссылки, которые помогают пользователю видеть структуру сайта или большого текста. Например, страницы в "Википедии", где перед основной информацией размещена навигация/оглавление, нажимая на которую человек быстро переходит в нужный раздел.

5.25. Сквозные ссылки

Сквозные ссылки - это такие ссылки, которые повторяются на всех (или в группах) страниц сайта. Например, меню. Эти ссылки наиболее весомые и значимые для поисковой системы, чем ссылки первого и второго типа. Поэтому лучше, чтобы в анкоре сквозных ссылок упоминались слова из списка ключевых слов.

5.26. Блоки с перелинковкой

Рекомендуем использовать «Полезные ссылки», т.к. они косвенно, но положительно влияют на позиции сайта. Обычно их размещают в конце основного текста. Например, в разделах «Полезная информация», «Популярные товары» и пр.

Читайте также:

[Онлайн-консультант, чаты и другие «бешеные» окна сайте – за чем будущее?](#)

[Оценка юзабилити компанией AskUsers: ликбез от профессионалов](#)

[Как перестать терять от 1,5 миллиона рублей ежемесячно на негативных отзывах в интернете?](#)

[Кейс: как без переделки сайта, используя правильную интернет-рекламу и аналитику, заработать 15 000 000 для клиента](#)

[Кликджекинг: как уйти от санкций Яндекса?](#)

5.27. Страницы, недополучающие статистический вес

Все поисковые системы при ранжировании используют различные алгоритмы, в том числе и вычисление веса страниц сайта. Вес – это показатель того, как часто та или иная страница сайта случайным образом открывается воображаемым посетителем. Поисковые роботы используют не только случайно нажимающего воображаемого посетителя, но и вносят свои доработки в этот алгоритм. Мы можем ориентироваться на упрощенную формулу передачи веса: $Pw(A) = \sum [Pw(Bi) / L(Bi)]$. Вес страницы A равен сумме весов, ссылающихся на A страниц Bi делённых на количество ссылок на каждой из Bi . Очень важно, чтобы вес передавался именно на продвигаемые страницы, растекаясь определенным образом по сайту, а не вытекал вовне. Управляйте весом с помощью атрибута `anchor'arel`, установив его в `“nofollow”`.

Иногда значительный вес распределяется не на важные страницы, а на технические или не нуждающиеся в продвижении.

Что нужно сделать:

- Отсортировать страницы по PageRank в СайтРепорте (или на другом сервисе);
- Сравнить полученный список со списком входных страниц.



5.28. Определение распределения статистического веса при перелинковке НЧ, СЧ, ВЧ запросов

Улучшить позиции при индексации поисковых систем можно путем перенаправления статистического веса на продвигаемые страницы.

Что нужно сделать:

- Загрузить PageWeight и СайтРепорт;
- Рассчитать распределение веса;
- Перераспределить вес (для удобства используйте Excel).

5.29. Определение распределения статистического веса в зависимости от входящих внешних ссылок

Эти расчеты помогают понять, когда, например, стоит использовать ссылку на карточку товара, а когда на раздел.

Что нужно сделать:

- Оценить ссылки по PageRank;
- Добавить в схему распределения PageRank данные по внешним ссылкам.

5.30. Ссылки на сторонние ресурсы

Закрывать от индексации можно 2 вида ссылок:

- Внешнюю ссылку или кусок текста;
- Всю страницу, либо все ссылки на странице.

Использование атрибутов rel nofollow и noindex не так просто, как может показаться с первого взгляда. Поисковики Яндекс и Google учитывают разные моменты и об это нужно помнить.

5.31. Навигационная цепочка

Или, как ее называют специалисты, "хлебные крошки" - помогает пользователю понять, где он находится. При этом главное меню не является навигационной цепочкой.

Что нужно сделать:

- Использовать только если она действительно помогает пользователю (например, ориентация в интернет-магазине);
- Не добавлять только для анкорного текста;
- Прописать ее для удобства пользователя на всех страницах;
- Не размещать в тегах.

5.32. Контактная информация

Должна быть заметна для пользователя, видна на любой странице сайта (лучше вверху или внизу). Рекомендуем прописывать фактический адрес.

 СИСТЕМНЫЙ ЭЛЕКТРОННЫЙ МАРКЕТИНГ	Комплето 	Блог	Компаниям с сетями дилеров	Компаниям с продуктами B2B	Мы обучаем 	+7 (495) 640-89-97
--	--	------	----------------------------	----------------------------	---	--------------------

5.33. Товары и цены

Если необходимо заполнять мета-теги Key Words, не пытайтесь прописать все ключевые фразы. Например, в тексте «Чехол, бампер, футляр для iPhone, то в поле Key Words введите через запятую слова "чехол, бампер, футляр".

5.34. Изображения

Подбирайте изображения, соответствующее теме текста. Лучше, если все они будут иметь единый размер и стиль. Чтобы привлечь целевой трафик из поисковой системы, используйте правильные ключевые слова в Alt-тегах.

5.35. Видео

Наличие видео на странице может помочь повысить поведенческий фактор. Это приводит к большому доверию посетителя к данному сайту, в том числе и к росту позиции. Видеоролики показываются в поисковой выдаче. Также с помощью выдачи можно получить дополнительный трафик с поиска по видеороликам.

5.36. Рейтинг

Это плагин для выставления оценок для сайтов и формирования рейтингов сайтов. Дает возможность выставить свои рейтинги сайту, на котором вы находитесь. Можно прокомментировать сайт или выбрать одну из рубрик для оценки. Если сайт имеет большое количество негативных отзывов, плагин предупреждает об этом пользователя. В выдаче Google и Яндекс присваивает свой рейтинг для каждой страницы.

5.37. Область контента

Качественный и грамотный контент играет большую роль при продвижении сайта:

- Высокий процент уникальности гарантирует попадание текстов в выдачу;
- Не уникальные статьи попадают под фильтр, которые могут потянуть за собой и другие страницы;
- Нужно использовать определенные ключевые слова. Под один ключевой запрос должна оптимизироваться одна страница (допустимо использовать до 4-х ключевиков);
- Следует использовать синонимы;
- Контент должен быть грамотным без ошибок;
- Статьи должны иметь структуру и оформление;
- Статьи должны иметь внутреннюю перелинковку;
- Тексты должны быть написаны под свою ЦА.

5.38. Социальные сети

После того, как сайт хорошо оптимизирован под социальные сети (есть проработанный контент и размещены кнопки социальных сетей), можно приступить к раскрутке. Каждая социальная сеть имеет свои нюансы и сильные стороны:

- *ВКонтакте* все ссылки стоят через редирект (не играют роли для тИЦ и PageRank). Тем не менее, поисковики выдают профили, заметки и статусы, где можно размещать ссылки.
- *Twitter* - поисковики охотно индексируют твиты (даже не прямые ссылки). Яндекс имеет отдельный поиск по твитам. Твиты авторитетных и активных пользователей ценятся выше.
- *Facebook* - ссылки стоят с атрибутом nofollow (вес поисковым системам не передается и не влияет на тИЦ и PageRank). Большую пользу приносят лайки и ретвиты, а не количество публикации. Чем больше лайков получается страница в Facebook продвигаемого сайта, тем больше ссылок с разных страниц пользователей социальной сети будет стоять на продвигаемый сайт.
- *Google+* имеет определенное влияние. Google отдает предпочтение сайтам, добавленным в Google+Круги. Положительно влияют авторитетные пользователи и те, которые имеют почту Gmail. Также рекомендуется проверить авторство на информацию в Google+.

Изучайте все наши материалы и присоединяйтесь к нам. Мы открыты для общения!



6. Внешние факторы

6.1. Параметрические характеристики домена

Чтобы измерять динамику роста положения сайта в выдаче поисковых систем, нужно изучить первоначальные показатели сайта по параметрам:

- ТИЦ;
- PR;
- AlexaRank ;
- Места в рейтингах;
- Места в каталогах Яндекс, DMOZ, Mail.ru.

6.2. Узнаваемость компании в интернете

Что нужно проверить:

- Упоминания компании в интернете;
- Участие в рейтингах;
- Упоминаемость в блогах, новостях.

The screenshot shows the Yandex search interface. At the top, there are navigation links: [Директ](#), [Справочник](#), [Метрика](#), [Рекламная сеть](#), [Маркет](#), and [Бая](#). The Yandex logo is on the left, with a link [подбор слов](#) below it. The search bar contains 'completo.ru'. Below the search bar are three radio buttons: 'По словам' (selected), 'По регионам', and 'История запросов'. There are two buttons: 'Все' and 'Только мобильные'. The main content area shows the text: 'Что искали со словом «completo.ru» — 58 показов в месяц'. Below this is a table titled 'Статистика по словам' with a link to expand the table. The table has two columns: the search term and the number of shows per month.

Статистика по словам	Показов в месяц ?
completo ru	58
http completo ru	17
www completo ru	12

At the bottom, there is a pagination bar: 'Страницы - назад 1 далее -'.

6.3. Проверка ссылочной массы на наличие качественных (трастовых) обратных ссылок

Проанализируйте сайт на наличие ссылок с авторитетных ресурсов – это основной параметр релевантности (TrustRank).

Что нужно сделать:

- Получить список сайтов: ahrefs, majesticseo, solomono;
- Изучить площадки по выборке с высокими ТИЦ, PR, в Як или DMOZ.

Referring page	DR	UR	Ext.	Social	Anchor and backlink	Found
Кейсы www.cossa.ru/216/?subscribe=130729&set_filter=Y&anFilter_M[CREATED_USER_NAME]=&CODE=216	62	11	35	fb 0 G+ 0 in 0	Маркетинговая группа "Комплето" www.completo.ru/	6 d
Тренды www.cossa.ru/152/digitaladvice/?PAGEN_1=16&subscribe=104052&CODE=152	62	11	35	fb 0 G+ 0 in 0	Маркетинговая группа "Комплето" www.completo.ru/	6 d
Тренды www.cossa.ru/152/useSSL/?PAGEN_1=16&subscribe=110769&CODE=152	62	11	35	fb 0 G+ 0 in 0	Маркетинговая группа "Комплето" www.completo.ru/	6 d
AUDI TT CLUB : Просмотр темы - Анекдоты www.audi-tt.ru/forum/phpBB2/viewtopic.php?p=335894	43	7	16	fb 0 G+ 0 in 0	http://www.completo.ru/ www.completo.ru/	6 d
Тренды www.cossa.ru/152/digitaladvice/?subscribe=108492&PAGEN_1=16&set_filter=Y&anFilter_M[CREATED_USER_NAME]=&CODE=152	62	11	36	fb 0 G+ 0 in 0	Маркетинговая группа "Комплето" www.completo.ru/	6 d

6.4. Проверка возрастных характеристик страниц сайта

Что нужно сделать:

- Проверить возраст сайта – через whois: www.nic.ru/whois;
- Проверить историю домена: www.web.archive.org/;
- Проверить историю индексации:

<http://yandex.ru/yandsearch?text=запрос&lr=213&how=tm>

- Узнать дата последней индексации страниц со ссылками;
- Сравнить даты индексации страниц со ссылками и даты простановки ссылок.

Для получения информации введите имя домена или IP-адрес:

Например, test.ru или 194.85.61.42

Информация о домене COMPLETEO.RU

Домен занят.

✚ Информация о домене по данным регистратора REGISTRATOR-RU

По данным WHOIS.TCINET.RU:

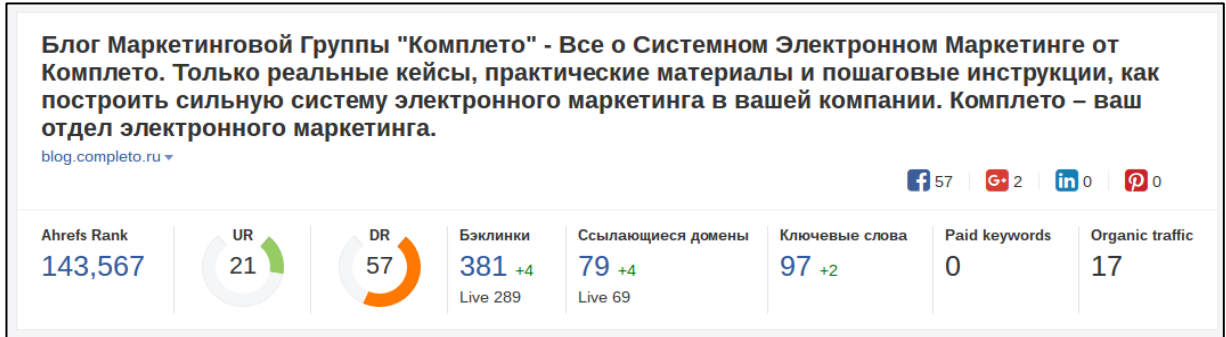
% By submitting a query to RIPN's Whois Service
% you agree to abide by the following terms of use:
% http://www.ripn.net/about/servpol.html#3.2 (in Russian)
% http://www.ripn.net/about/en/servpol.html#3.2 (in English).

domain: COMPLETEO.RU
ns1: ns1.activeby.net.
ns2: ns2.activeby.net.
ns3: ns3.activeby.net.
state: REGISTERED, DELEGATED, UNVERIFIED
person: Private person
registrar: REGISTRATOR-RU
admin-contact: https://cp.mastername.ru/domain_feedback/
created: 2008.02.24
paid-till: 2017.03.24
free-date: 2017.02.24

6.5. Получение ссылок из разных источников

Что нужно сделать:

- Собрать ссылки со всех источников: Яндекс.Вебмастер, ahrefs, majesticseo, linkpad;
- Выгрузить с биржи и агрегаторов.



6.6. Соотношение реального количества ссылок

Для нас представляет интерес количество внешних входящих ссылок, количество страниц в индексе и количество исключенных страниц. Если ссылок в Webmaster.Yandex значительно меньше, чем есть на сама деле, необходимо выяснить причину и устранить ее.

blog.completo.ru [другой сайт](#)

Внешние Внутренние

Список сайтов, страницы которых ссылаются на указанную страницу или раздел вашего сайта. Используйте ссылку "все с сайта", чтобы увидеть все такие страницы для конкретного сайта.

1 Вы можете использовать знак «*» («один и более символов») на конце URL, чтобы увидеть все сайты, ссылающиеся на определенный раздел вашего сайта.

Показать

Например: /document.html или /forum/*

Ссылающихся сайтов: 116, внешних ссылок (приблизительно): 765 | Загрузить (данные на 20.07.2016, 13.9Кб):  Показать: [за весь период](#)

Сайт

[Serpstat взрывает мир контекстной рекламы!](#)
serpstat.com [все с сайта](#)

[Учебный материал: Роль статистической значимости...](#)
smartia.me [все с сайта](#)

[«Однорукий бандит» – нестандартный кейс... | Rusbase](#)
rusbase.com [все с сайта](#)

6.7. Данные по ссылкам

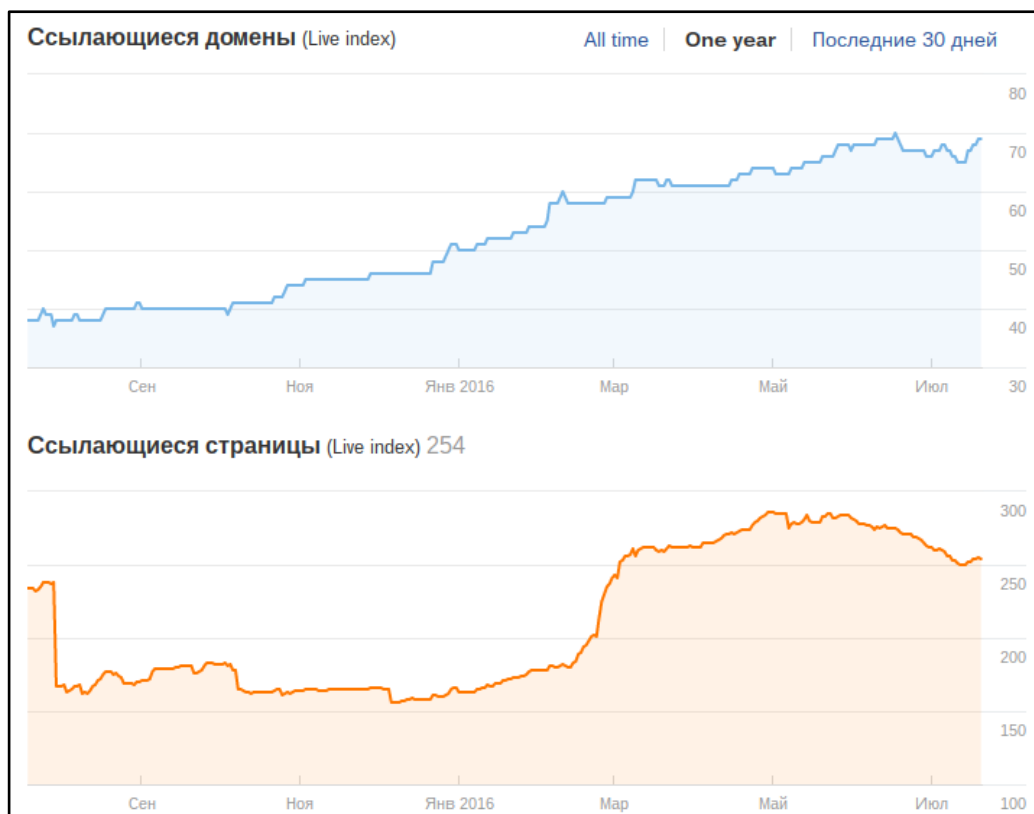
Через сервис проверки <https://checktrust.ru/> получите данные по всей ссылочной массе.

6.8. Динамика изменения ссылочной массы

Изучите динамику и скорость изменения ссылочной массы.

Сервисы в помощь:

- [MajesticSEO](#)
- [Ahrefs](#)



6.9. Индексация страниц-доноров

В индекс поисковых систем попадают не все размещенные ссылки.

Случается, что некоторые ссылки не попадают в индекс на протяжении нескольких лет и SEO-специалист об этом не знает.

Что нужно сделать:

- Во время покупки проверить индексацию похожих страниц сайта, размещенных ранее;
- Сразу после покупки – индексацию страниц (в ручную – кэш в Яндексе, плагин Wink).

6.10. Естественность ссылочного профиля

В недавнем прошлом ссылочную массу создавали с помощью анкорных ссылок в саре, постов, статей на биржах и пр. Сейчас этот способ не работает также эффективно.

Как получить естественную ссылочную массу:

- Создать контент самостоятельно;
- Распространять его;
- Установить шаровые кнопки на странице контента.

6.11. Ссылочный профиль конкурентов

Чтобы занять топовые места в выдаче по нужному запросу, используйте повторение ссылочной массы конкурентов: форумы, комментарии в социальных сетях. Этот метод основывается на обнаружении бэклинков конкурентов.

Что нужно сделать:

- Выбрать сайты в топе по ключевым запросам;
- Проанализировать бэклинки и ссылающиеся домены сайтов;
- Нарастить свою ссылочную массу на тех же ссылающихся доменах.

6.12. Социальные сигналы

У специалистов нет единого мнения об однозначно положительном влиянии социальных сигналов на выдачу. Многое зависит от тематики и качества сайта. В каждом отдельном случае нужно тестировать, анализировать и выстраивать свою индивидуальную стратегию продвижения.

Что нужно сделать:

- Использовать ссылки, твиты, лайки вместе с SEO-ссылками и как дополнительный способ, а не основной;
- Чтобы повысить процент успеха, создать дополнительно группу, сообщество в социальных сетях.

7. Коммерческие факторы

Категории, важные для соответствия коммерческого сайта коммерческим запросам:

- Информация о компании:
 - Контактная информация
 - Наличие телефонов (лучше легкозапоминающихся)
 - Наличие адресов
 - Наличие схем проезда
 - История компании
 - Реквизиты
 - Наличие разрешающих документов: сертификаты, свидетельства, лицензии
 - Информация о процедуре заказа
 - Информация о доставке (лучше, если доставка бесплатная)
 - Информация о гарантии
 - Информация о послепродажном обслуживании
 - Отзывы клиентов
- Наличие представительств в социальных сетях:
 - ВКонтакте
 - Facebook
 - Одноклассники
 - Google+
 - Instagram
 - LinkedIn
 - YouTube
 - Twitter
 - Pinterest
 - Flickr
- Общее по контенту:
 - Отсутствие орфографических ошибок
 - Отсутствие орфографических ошибок
 - Релевантность каждой страницы продвигаемым запросам и заголовкам

- Технические параметры (нижеследующие параметры должны быть минимально возможными):
 - Читаемость доменного имени
 - Средняя длина URL
 - Средняя длина заголовка страницы
 - Соответствие заголовка страницы её содержанию
 - Средняя глубина вложенности URL
- Каталог продукции (товары и услуги):
 - Логичная структура каталога
 - Уникальное изображение для каждого товара
 - Подробное и уникальное описание для каждого товара/услуги
 - Указание цены (для услуг - тарификация)
 - Разнообразие ассортимента
- Маркетинговые активности:
 - Скидки (употребление в тексте документа слов «скидка», «акция», «спецпредложение», «старая цена», «новая цена» и т.п.)
 - Акции
 - Спецпредложения
 - Сервисы для потребителей
 - Корзина для e-commerce
 - Форма заявки
 - Возможность онлайн-оплаты
- Поиск по сайту
- Фильтр (возможность выбора товаров по параметрам)
- Поддержка
- Разнообразие каналов для связи с поддержкой:
 - Телефон
 - Skype
 - Email
 - ICQ
 - Обратный звонок
 - Форма для вопросов
 - Онлайн-консультант
 - Виджеты социальных сетей
- Отсутствие рекламы сторонних бизнесов:
 - Отсутствие pop-up

- Отсутствие pop-under
- Отсутствие click-under
- Информация для потребителей:
 - Обзоры товаров и услуг
 - Советы потребителям
 - Фотогалерея
 - Видеоролики
 - Характеристики продуктов: размер, вес, цвет, технические характеристики, материал
 - Для услуг - бланки документов.

8. Семантическое ядро и трафик

8.1. Анализ семантического ядра

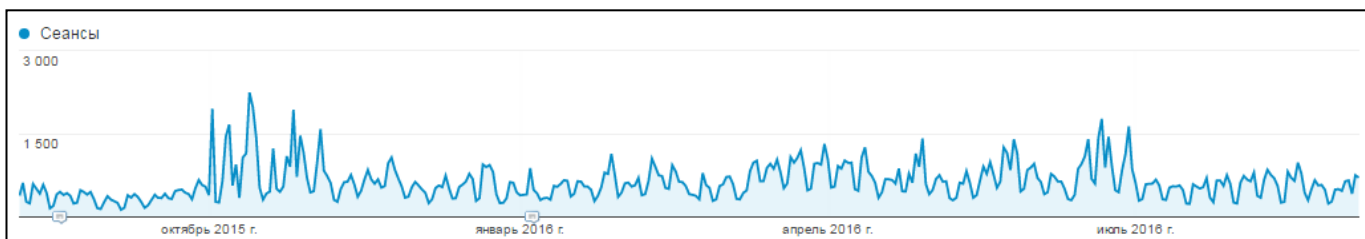
Семантическое ядро должно охватывать максимально возможное количество проблем пользователей и их запросов.

Что нужно сделать:

- Определить, охватывает ли семантическое ядро весь ассортимент и все проблемы целевой аудитории;
- Проверить полноту структуры с целью распределения на нее поискового трафика и трафика из рекламных каналов со сформированным спросом;
- Доработать структуру сайта для отражения на нем полного ядра запросов и всей структуры спроса.

8.2. Анализ трафика

С помощью GoogleAnalytics необходимо определить динамику: органический трафик стабилен, снижается или растет в сравнении с прошлым периодом.



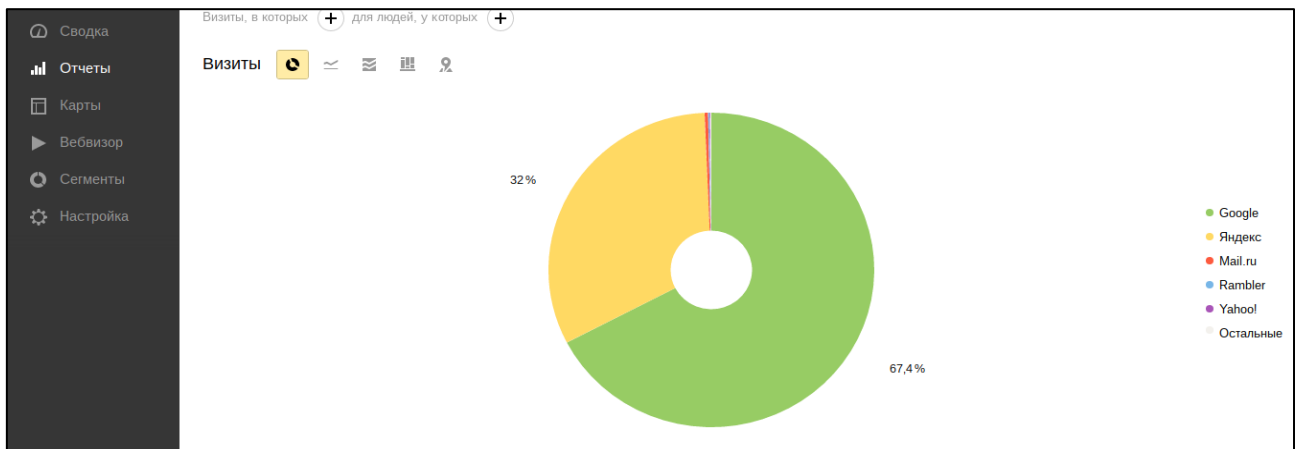
8.3. Анализ видимости сайта

Сервисы в помощь: Keys So, MegaIndex, Seopult, SpyWords.

8.4. Долевое распределение трафика по разным каналам интернет-маркетинга

С помощью сервисов Яндекс.Метрика и Google.Analytics определите все возможные источники трафика на сайт, которые можно использовать для получения ссылок. Изучая взаимосвязь между трафиком и конверсией, часто обнаруживается множество ошибок, допущенных веб-мастерами и маркетологами. Эти ошибки также приводят к падению конверсии.

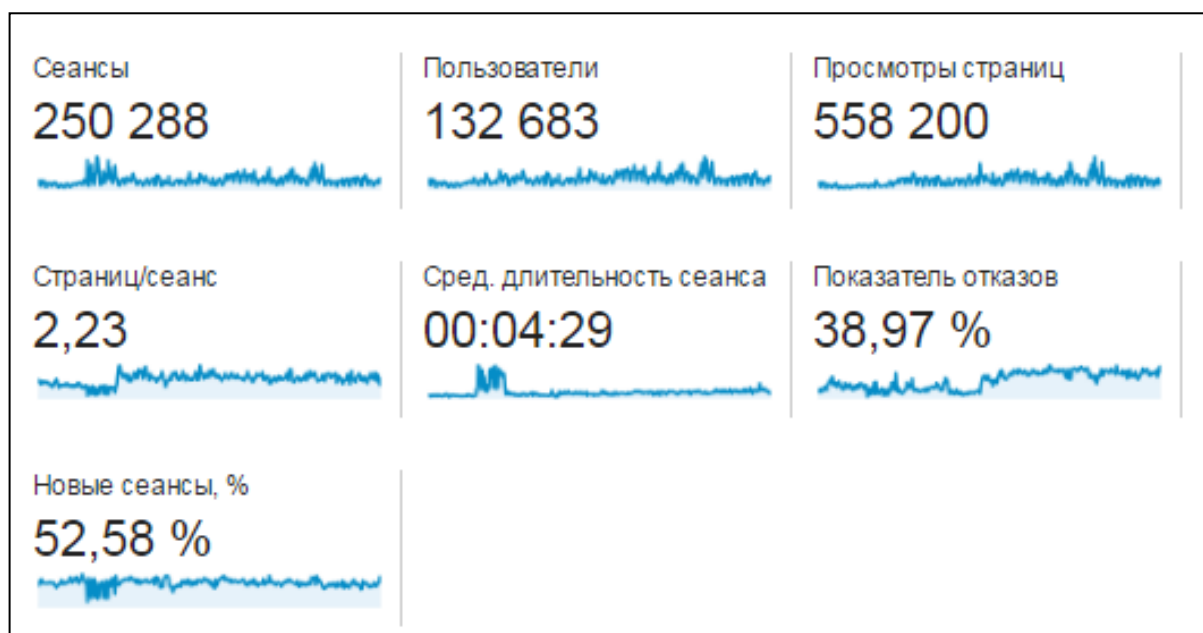
Основной параметр: Default Channel Grouping			Источник или канал		Источник		Канал		Другое	
Дополнительный параметр			Тип сортировки: По умолчанию							
Default Channel Grouping			Сеансы		Сеансы					
			250 547		250 547					
			% от общего количества: 100,00 % (250 547)		% от общего количества: 100,00 % (250 547)					
1.	Paid Search		140 977	56,27 %						
2.	Organic Search		73 260	29,24 %						
3.	Direct		18 337	7,32 %						
4.	Referral		11 839	4,73 %						
5.	Social		3 932	1,57 %						
6.	Display		1 905	0,76 %						
7.	(Other)		297	0,12 %						



9. Поведенческие факторы

Проверка статуса поведенческих факторов:

- Показатель отказов (мгновенное закрытие сайта или переход на другую страницу);
- Количество просмотренных страниц сайта;
- Количество времени, проведенное на странице;
- Количество кликов на сайт при переходе из поисковика ;
- Глубина просмотра;
- Возвращение к повторному поиску;
- Возвращение на сайт;
- Кликабельность сниппета;
- Наличие кнопок социальных сетей.

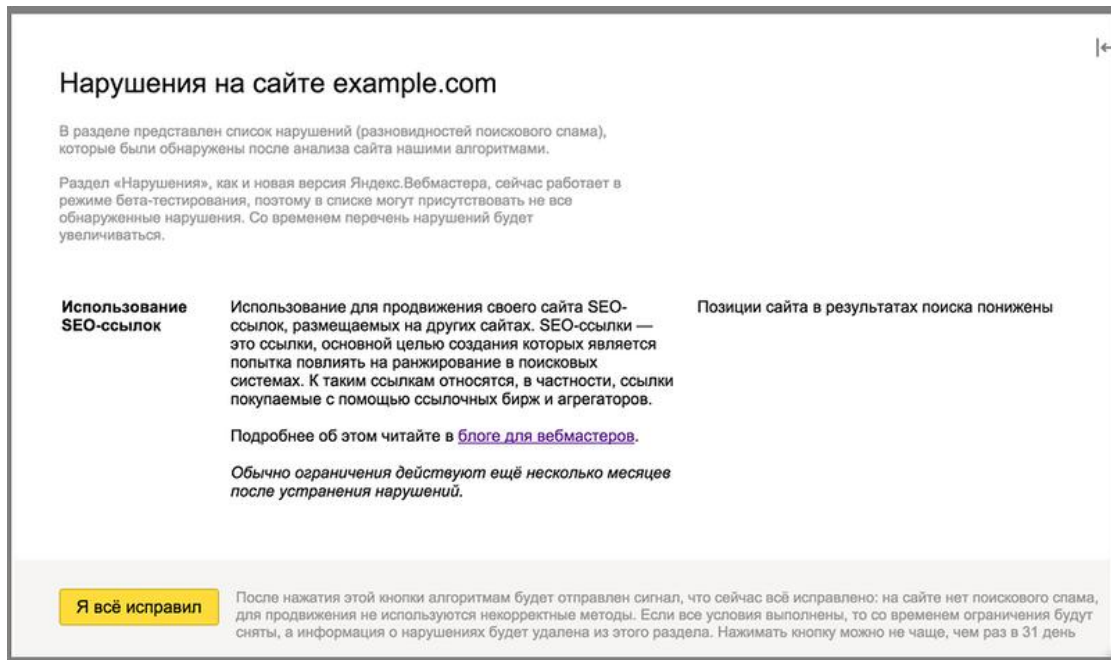


10. Фильтры, АГС, антивирусованность

10.1. Минусинск

Некачественная ссылочная масса может послужить причиной наложения этого фильтра. Проверьте его наличие/отсутствие в

<https://beta.webmaster.yandex.ru>.



10.2. АГС

Этот фильтр был намеренно введен Яндексом в связи с тем, что в рунете увеличивается доля плохих, некачественных сайтов.

При АГС ТИЦ у сайта - НЕ ОПРЕДЕЛЕН.

Также инструмент проверки: xtool.ru (АГС).

10.3. Вирусы

Если сайт заражен вирусами, то ПС отмечает его соответствующей пометкой и занижает CTR, понижая позиции. Важно время от времени проверять сайта на наличие вирусов по Яндекс.Вебмастер и Google.Вебмастер.

Общая информация	Проблемы не обнаружены Вредоносный код на сайте не обнаружен. Однако обратите внимание, что поиск Яндекса осуществляет лишь выборочную проверку страниц сайта.
▾ Диагностика	
Диагностика сайта	Для выявления вредоносного кода используются собственные технологии Яндекса и антивирусный продукт компании Sophos. Яндекс не гарантирует точность Информации и не возмещает никакой ущерб, прямой или косвенный, причиненный в результате использования или невозможности использования Информации, включая, но не ограничиваясь этим, убытки, вызванные неточностью предоставляемой Информации.
Безопасность	
Нарушения	
▸ Поисковые запросы	
▸ Индексирование	
▸ Настройка индексирования	

10.4. Другие фильтры

Кроме вышеперечисленных есть и ряд прочих фильтров, которые можно обнаружить с помощью: <https://seolib.ru/tools/pessimization-checker/>.

Итоги: делайте SEO в комплексе

Не забывайте, что для взрывных и долгоиграющих результатов одного SEO недостаточно. Поисковая оптимизация – лишь один из инструментов интернет-маркетинга, которых насчитывается больше 15 (контекстная и медийная рекламы, email-маркетинг, работа с отзывами, контент-маркетинг, SMM, мобильная реклама, RTB, CPA, ремаркетинг, партнерство и др.).

Прежде чем начинать продвигать бизнес в интернете, нужно [сформировать стратегию интернет-маркетинга](#). Не важно, сколько методов продвижения и рекламных каналов вы задействуете, если у вас нет стратегии, то вы не сможете реализовать цели бизнеса. Любое продвижение в интернете должно начинаться с изучения специфики бизнеса по схеме:

1. [Формулирование бизнес-целей, позиционирования и УТП, сегментация ЦА.](#)
2. Изучение спроса (в том числе интернет-спроса).
3. [Анализ конкурентов.](#)
4. Аудит сайта и рекламных кампаний.
5. [Разработка стратегии электронного маркетинга.](#)

Только когда все эти данные будут собраны, можно приступать к следующим этапам интернет-маркетинга: веб-разработка, поисковая оптимизация, настройка веб-аналитики и запуск рекламных кампаний. Так мы работаем в Комплето, и наши клиенты имеют планомерный и постоянный рост продаж.

Удачи в вашей работе!



СИСТЕМНЫЙ ЭЛЕКТРОННЫЙ МАРКЕТИНГ

Увеличиваем прибыль успешных компаний, выстраивая сильный маркетинг в Интернете

«Комплето» использует системный подход к маркетингу. С 1999 года реализовано более 350 сложных проектов.



Нужно увеличить продажи, захватить большую долю рынка или стать лидером?
Надо вывести новый продукт на рынок, выйти в новые регионы?
Настало время повысить эффективность работы дилеров?



Разрабатываем стратегию, делаем сайт, настраиваем аналитику. Связываем все с CRM и телефонией.
Запускаем рекламу и работы по контент-маркетингу.
Строим систему, которую невозможно скопировать менее чем за 2 года.



Вы получите долгосрочное преимущество и поток клиентов.

Вам нужно повысить прибыль? МЫ ВЫПОЛНИМ ЭТУ ЗАДАЧУ.

Обращайтесь к нам!

Некоторые из наших клиентов:



WWW.FACEBOOK.COM/COMPLETO.RU



WWW.VK.COM/COMPLETORU



WWW.COMPLETO.TV



WWW.SLIDESHARE.NET/COMPLETO_RU



WWW.BLOG.COMPLETO.RU



WWW.TWITTER.COM/COMPLETO_RU



Приходите учиться на курс:

ЭЛЕКТРОННЫЙ МАРКЕТИНГ ДЛЯ B2B И СЛОЖНЫХ РЫНКОВ

- **Отрезали все лишнее.** Например, теорию, которую можно прочитать самостоятельно.
- **Добавили все важное.** Например, готовые примеры конкурентного анализа, сегментации, планы работ по e-mail рассылкам.

ХОТИТЕ НАУЧИТЬСЯ СТРОИТЬ ПРИБЫЛЬНЫЙ ИНТЕРНЕТ- МАРКЕТИНГ?

Мы предлагаем пройти уникальный первый в России курс по СЭМ (Системному Электронному Маркетингу) для B2B и сложных рынков.

Обучение построено так, что за два месяца вы **самостоятельно** выполните все важнейшие работы, необходимые для создания успешного маркетинг-плана.

ПРОГРАММА ДЛЯ:

- B2B компаний
- B2C со сложным продуктом
- Производителей и поставщиков
- Компаний, оказывающих услуги
- Компаний с дилерской сетью
- Оптовых компаний



Специалисты, прошедшие программу, получают диплом Центра онлайн-обучения «Маркетинговое образование».

ЧТО МЫ БУДЕМ ДЕЛАТЬ С ВАМИ НА ПРАКТИКЕ ВО ВРЕМЯ ОБУЧЕНИЯ?

1. Разработаем стратегию электронного маркетинга вашей компании с операционным планом действий на ближайшие полгода.
2. Опишем бизнес-модель вашей компании.
3. Выявим сегменты целевой аудитории, с которыми выгодно работать.
4. Разработаем уникальное торговое предложение для каждого сегмента целевой аудитории.
5. Найдем ниши в Интернете, с которыми не работают ваши конкуренты.
6. Узнаем стратегию интернет-маркетинга и бюджеты конкурентов.
7. Подберем список поисковых запросов для поискового маркетинга.
8. Подберем список площадок для лидогенерации.
9. Составим список требований для контекстной рекламы.
10. Разработаем план по контент-маркетингу.
11. Подготовим список работ по email-маркетингу.
12. Разберёмся, как искать клиентов в социальных сетях.
13. Составим план работ по PR и персональному брендингу в Интернете.
14. Разработаем список работ по продвижению через вебинары и видео в Интернете.
15. Проведем usability-аудит сайта и напишем список доработок для повышения его конверсии.
16. Разработаем список KPI (ключевых показателей эффективности) вашего интернет-маркетинга для систем веб-аналитики и CRM.

ОТЗЫВЫ ВЫПУСКНИКОВ КУРСА:

Николай Жданько

Я разделял идеологию Комплекто, вот почему я точно знал, куда пойду изучать интернет-маркетинг. Спасибо Андрею Гаврикову, Михаилу Федорову и, конечно, Владимиру Давыдову – они очень многое мне дали. В итоге я ушел из компании, в которой работал, нашел хорошего заказчика, которому теперь выстраиваю систему маркетинга. И сейчас я зарабатываю гораздо больше, чем до этого, и использую знания, которые получил на курсе.

И преподаватели, и сам курс очень сильно повлияли на мою жизнь – и это круто.

Рудольф

Так как я начинающий интернет-маркетолог, для меня все было новым, но самое главное – информация давалась структурно. Фактически все знания, которые нам давались, я реализую на практике в своей работе.

Главное достоинство курса состоит в том, что он дает толчок к дальнейшему развитию и четкое понимание структуры интернет-маркетинга.

Такого уровня интернет-маркетинга я больше нигде не встречал. Вот почему я рекомендую этот курс своим знакомым и друзьям.

Елена

Полученные на курсе знания носят системный характер. Преподаватели раскладывают по полочкам информацию, выбирают самое главное и подают в такой форме, в какой ее действительно удобно воспринимать.

Перед нами была поставлена цель – применить полученные знания на практике. И так как мы писали дипломные проекты по материалам компаний, в которых работали, знания действительно были отработаны на практике.

Теперь при общении с подрядчиками я понимаю, когда нас пытаются обмануть и, так сказать, бросают пыль в глаза. До прохождения курса у меня такого понимания не было.

Виктор

Курс действительно очень полезный. Мы учились всем отделом: смотрели записи уроков и разрабатывали стратегию нашей компании. Как результат – теперь в нашем отделе появилась системность и целостность в работе, а раньше мы перепрыгивали от одной задачи к другой. Сейчас нас объединяет общая стратегия, и уже намечились точки роста. Буду рекомендовать курс знакомым!

ПРЕПОДАВАТЕЛИ:



Михаил Федоров

совладелец, технический директор маркетинговой группы "Комплето"



Владимир Давыдов

совладелец, руководитель отдела ведения проектов и заботы о клиентах маркетинговой группы "Комплето"



Андрей Гавриков

совладелец, генеральный директор маркетинговой группы "Комплето"

Всем участникам семинара предоставляется скидка на курс "Электронный маркетинг для B2B и сложных рынков" в размере стоимости купленного билета.

100%

возврат денег,

если курс по каким-либо причинам не подошел

www.maed.ru
+7 (495) 984-75-00
contact@completo.ru

 www.facebook.com/marketing.education.ru
 www.vk.com/marketing.education

НА СТРАЖЕ МАРКЕТИНГА!



КОМПАНИЯ КОМПЛЕТО

www.completeo.ru

+7 (495) 640-89-97

contact@completeo.ru



WWW.FACEBOOK.COM/COMPLETEO.RU



WWW.VK.COM/COMPLETORU



WWW.COMPLETEO.TV



WWW.SLIDESHARE.NET/COMPLETEO_RU



WWW.BLOG.COMPLETEO.RU



WWW.TWITTER.COM/COMPLETEO_RU

ЦЕНТР ОНЛАЙН-ОБУЧЕНИЯ "МАРКЕТИНГОВОЕ ОБРАЗОВАНИЕ"

www.maed.ru

+7 (495) 984-75-00

contact@completeo.ru



www.facebook.com/marketing.education.ru



www.vk.com/marketing.education