



SEO чек-лист для интернет-магазинов

Проектирование сайта под SEO

Создайте правильные URL

Каждая страница сайта должна иметь уникальный URL адрес.

Основные требования ко всем строкам URL:

- Страницы должны быть ЧПУ (человеко-понятный урл)

Пример

Правильно: <https://site.com/category-name/>

Не правильно: <https://site.com/123/>

Не правильно: <https://site.com/?index.php&cat=32>

- Уровень вложенности URL желательно 1й максимум 2й

Пример

<https://site.com/1-level/2-level/>

<https://site.com/1-level/>

- Длина URL до 80 символов (можно не проверять программно, но не делать длинные URL)

Пример

Правильно: <https://site.com/category-name/>

Не правильно:

<https://site.com/category-name-project-76775-1vK6tbM6ZuPMyJfdk-Pi-1BcD36Sx90B8ycLYOe2aAY/>

- Слова в URL через минус (-)

Пример

Правильно: <https://site.com/category-name/>

Не правильно: https://site.com/category_name/

- Отсутствие лишних символов в URL (запятых (,) | подчеркивания (_) | пробелов (%20) | плюсов (+) | специальных символов в URL)

Пример

Правильно: <https://site.com/category-name/>

Не правильно: <https://site.com/category%20name/>

- Недоступность страниц при разном (верхнем и нижнем) регистре букв в URL

Пример

<https://site.com/category/><https://site.com/Category/>

для поисковой системы это разные страницы, даже если контент на них одинаковый

Создайте правильную структуру посадочных страниц

Если на вашем сайте будут фильтры для товаров или контента, то эти страницы могут генерировать разные URL.

Страницы фильтров могут формироваться через минус с привязкой к категории, через GET параметр или через подкатеорию

Пример

Категория - Телефон

Фильтр по бренду - Apple

<https://site.com/mobile-apple/>

| Идеальный вариант

<https://site.com/mobile?brand=apple>

| Возможный вариант

<https://site.com/mobile/apple/>

| Наименее правильный вариант

Для поисковой системы, каждый вариант написания URL - это разная страница. И если контент на них одинаковый - это будет дубликат. Поэтому, если в фильтре выбрано 2 и более значения, то порядок расположения параметров всегда должен быть один и тот же. Независимо от того, в каком порядке их включает пользователь.

Пример

Категория - Кроссовки

Фильтр по бренду - Nike

Фильтр по полу - Женские

URL будет такой <https://site.com/sneakers?brand=nike&s=female>

А страница <https://site.com/sneakers?s=female&brand=nike> будет воспринята поисковиком как дубликат.

Как проверить?

1. Выберите сначала один фильтр и посмотрите на URL
2. Затем выберите 2й фильтр и сравните получившийся URL с предыдущим.

3. Если URL изменился, то страница будет доступна к индексу поисковой системы, если нет прямого запрета через `<meta name="robots" content="noindex, nofollow" />` или canonical на другую страницу.

Настройте видимость основного контента без скриптов

Весь основной контент на странице должен быть виден поисковой системе.

Поисковый робот плохо читает JavaScript, не видит контент в Ajax и Flash.

Спроектируйте верстку сайта таким образом, чтобы основной контент был виден без скриптов.

Как проверить?

- 1. Вариант 1й для этапа разработки:** отключите в браузере все скрипты и посмотрите на вашу страницу без них - скорее всего так увидит вашу страницу поисковик.
- 2. Вариант 2й для сайта,** который уже в индексе поисковой системы: в строке браузера набрать **cache:** перед URL проверяемо страницы. В итоге, вы попадете на страницу Google кэша - именно так Google видит вашу страницу. Просмотрите также текстовую версию страницы в кэше.

Пример

[cache:http://livepage.pro/](http://livepage.pro/)

| Кэш главной страницы

[cache:http://livepage.pro/seo/](http://livepage.pro/seo/)

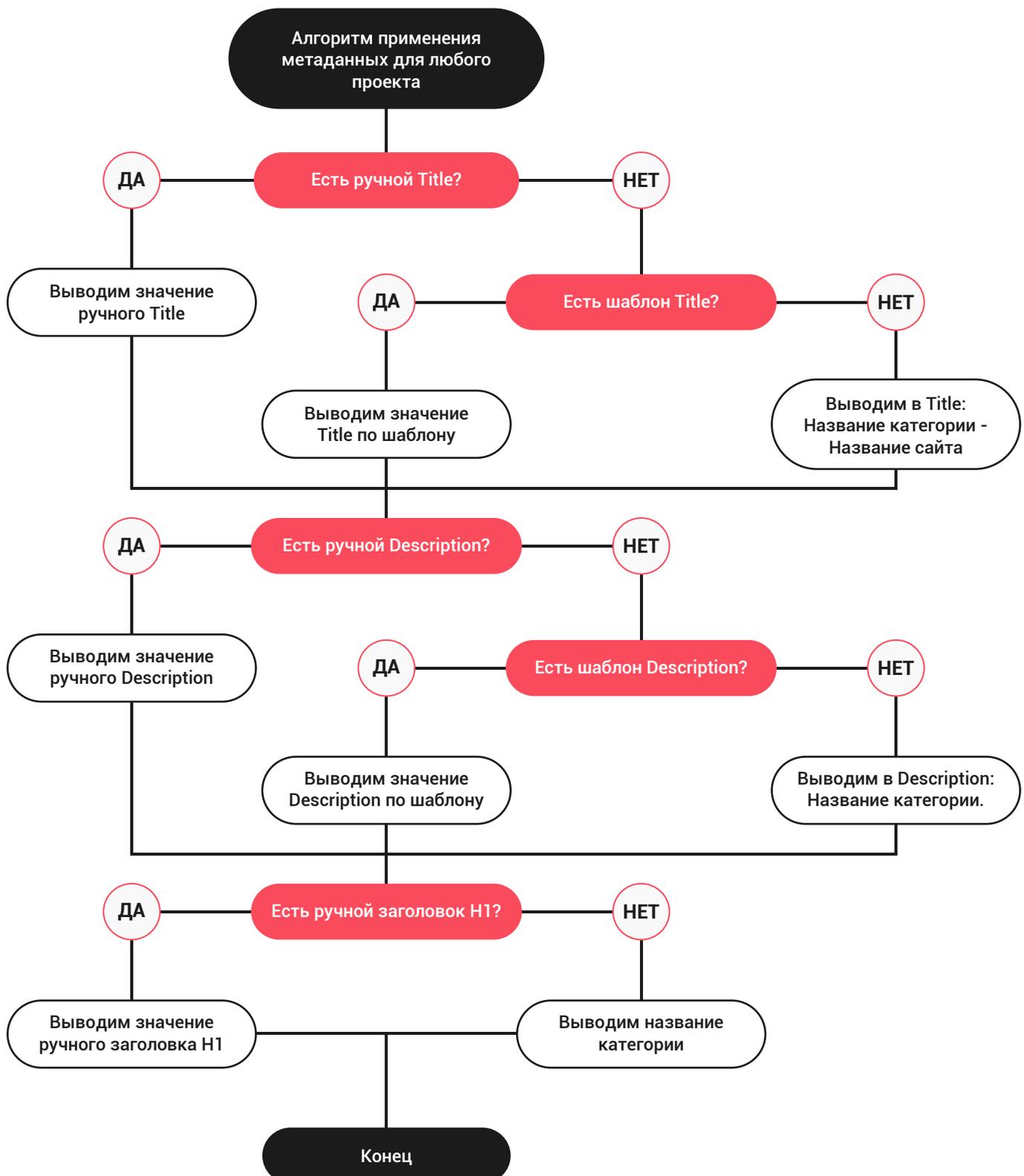
| Текстовый кэш страницы услуги

Создайте и внедрите метаданные на все страницы

- На всех страницах должен присутствовать заполненные теги (метаданные)
 - | `<Title></Title>`
 - | `<meta name="description" content="">`
 - | `<h1></h1>` - должен быть только один на странице, и равен названию страницы
- Метаданные могут быть установлены
 - | по шаблону для части сайта или всего сайта (К примеру для всех товаров, и всех категорий)
 - | ручные для каждой конкретной страницы (К примеру для конкретной категории)
- В шаблонах метаданных, могут использоваться разные переменные:
 - | Название категории / товара / статьи

- | Заголовок H1 категории / товара / статьи
- | Дополнительные характеристики / бренд / артикул и т.д.

Логика вывода метаданных описана на блок-схеме ниже.



Создайте адаптивную версию дизайна под мобильные устройства

Для успешного продвижения сайта оптимально использовать адаптивный дизайн.

При оптимизации сайта для мобильных устройств следует принимать во внимание планшеты.

Проверить оптимизацию сайта под мобильные устройства можно тут

<https://search.google.com/test/mobile-friendly>

Создайте и настройте Sitemap.xml

Создайте файл Sitemap.xml чтобы поисковая система быстро находила новые страницы на вашем сайте, и добавляла их в индекс.

Желательно чтобы xml карта сайта обновлялась автоматически по мере наполнения сайта контентом.

Карта сайта должна:

- Содержать ссылки на:
 - | категории
 - | страницы категория+фильтр доступные к индексации
 - | товары
 - | статьи
 - | услуги
 - | дополнительные страницы, которые опубликованы, отдают ответ сервера 200 Ок, и доступны к индексации (не закрыты через noindex)
- Не содержать битых ссылок
- Не должна содержать ошибок кода
- Не должна содержать ссылки на страницы, закрытые от индексации

Подробная информация о правилах карты сайта Sitemap.xml в [справочной Google](#) и на [официальном сайте](#).

Создайте и настройте микроразметку на сайте

Используйте разметки для улучшения вида сниппета в поисковой выдаче. Хороший сниппет привлекает внимание посетителя и он чаще кликает на объявления с оптимизированными сниппетами.

В качестве основных разметок для сайта используйте:

- разметку хлебных крошек (на всех страницах)
- разметку товаров (на страницах карточек товаров)
- разметку отзывов (там где они есть)
- разметку контактов
- разметку событий

Все важные разметки доступны по ссылке

<https://developers.google.com/search/docs/guides/search-gallery>

Проверка корректности внедрения тут

<https://search.google.com/structured-data/testing-tool/u/0/>

Проверка оптимизации сайта под индексацию поисковыми роботами

Проверьте сайт на наличие базовых страниц-дубликатов

- Сайт должен быть доступен только по одному адресу: (с www или без, с http:// или с https://)

Пример

Главная версия сайта доступна по адресу <https://site.com/>

Следовательно, с дубликатов

<http://site.com/>

<http://www.site.com/>

<https://www.site.com/>

должен стоять 301 редирект на главную версию сайта <https://site.com/>

- Все страницы сайта должны быть доступны либо только со "/" в конце URL, либо без "/" в конце URL

Пример

Если страница доступна по адресу <https://site.com/category/>

То на странице <https://site.com/category> должен срабатывать 301 редирект на страниц

<https://site.com/category/>

И наоборот: если страница доступна по адресу <https://site.com/category>

То на странице <https://site.com/category/> должен срабатывать 301 редирект на страницу

<https://site.com/category>

- Несуществующие страницы должны выдавать 404 ошибку. Дизайн должен сообщать пользователю, что страница не найдена. Ответ сервера должен быть 404, без редиректов.

Проверьте скорость загрузки сайта

Оптимальная скорость загрузки любой страницы конечному пользователю не должна превышать 2-3 секунды. Иначе пользователь не будет дожидаться загрузки и уходить, а у поисковой системы могут возникнуть проблемы с индексацией сайта).

Найти пути оптимизации скорости загрузки страницы может помочь сервис

<https://tools.pingdom.com/>

Все основные типовые страницы сайта (главная, каталог, товар, услуга, статья) должны быть в пределах зеленой зоны по [Google Page Speed Insight](#).

Для контентного проекта рекомендуем внедрить AMP-страницы.

Просканируйте сайт Spider-ом

Для поиска ошибок на сайте, необходимо использовать следующие программные продукты:

- Desktop (подходят как для запущенных сайтов, так и сайтов в разработке)
 - | [Xenu](#)
 - | [Screaming Frog SEO Spider](#)
- Online (для сайтов)
 - | [SeoTo.me](#)

В программах смотрите ошибки:

- Дубликаты - их не должно быть.
 - | Дубликаты по Title - Title должен быть уникальным для каждого URL

Пример

На странице <https://site.com/red-flowers/> | Title = Flowers

На странице <https://site.com/yellow-flowers/> | Title = Flowers

Страницы будут дубликатами по Title, хотя товары на страницах будут разными.

По этому, Title должны быть уникальными

На странице <https://site.com/red-flowers/> | Title должен быть = Red Flowers

На странице <https://site.com/yellow-flowers/> | Title должен быть = Yellow Flowers

- | Дубликаты по контенту - страницы могут существовать, но должны быть закрыты от индексации

Пример

На странице <https://site.com/flowers?sort=1> включена сортировка товара, но товары те же, что и на странице категории <https://site.com/flowers>

По этому, страница сортировки <https://site.com/flowers?sort=1> должна быть закрыта от индексации через `<meta name="robots" content="NoIndex, NoFollow" />`

- Ошибки ответа сервера - внутри сайта их не должно быть
 - | 301 и 302 редиректы (не должно быть любых 3xx ошибок)
 - | 404 и 403 ошибки (не должно быть любых 4xx ошибок)
 - | Не должно быть любых 5xx ошибок

Пример

В меню сайта стоит ссылка на категорию <https://site.com/flowers>

Но основной URL, по которому открывается страница категори это <https://site.com/category/flowers/>

И внутри сайта стоит 301 редирект со страницы <https://site.com/flowers> на страницу <https://site.com/category/flowers/>

Чтобы не было внутреннего редиректа, необходимо заменить в меню сайта ссылку <https://site.com/flowers> на без редиректа <https://site.com/category/flowers/>

- Отсутствие заголовков H1 или их избыток (должен быть один на страницу и описывать название этой страницы)

Пример

На странице <https://site.com/red-flowers/> есть 2 заголовка H1:

```
<h1>Site.com</h1>
```

```
<h1>Red Flowers</h1>
```

Заголовок H1 должен быть только один на каждой странице и описывать контент категории. В примере заголовок `<h1>Site.com</h1>` не описывает название и его необходимо удалить.

Настройки сайта перед запуском

Установите и настройте Google Search Console и Яндекс вебмастер

[Google Search Console](#) и [Яндекс вебмастер](#) (для русскоязычных сайтов) помогут вам отслеживать индексацию сайта поисковыми роботами и технические ошибки.

Установите и настройте Google Tag Manager

[Google Tag Manager](#) позволяет быстро, легко и гибко настраивать маркетинговые кампании без привлечения программистов и вмешательства в код сайта.

Установите и настройте Google Analytics и Яндекс Метрику

[Google Analytics](#) и [Яндекс Метрика](#) (для русскоязычных сайтов) позволят вам учитывать посещаемость

сайта, анализировать поведение пользователей и эффективность маркетинговых кампаний.

Полезная литература

- [Руководство для вебмастеров](#)
- [Руководство для ассессоров Google](#)
- [Руководство Google для Web-программистов](#)
- [Руководство Яндекс для вебмастеров](#)
- [Руководство по микроразметке](#)