



ТЕХНИЧЕСКИЙ + ПОИСКОВЫЙ АУДИТ САЙТА SITE.ru

(01.01.2017 г.)

Подготовил:

Имя
audit@seogift.ru

Содержание

1.	Термины	3
2.	Основные показатели домена и сайта	4
3.	Цели и задачи аудита	5
4.	Технический аудит	5
4.1.	Структура сайта	5
4.2.	Title, Description, h1, "хлебные крошки"	6
4.3.	"Хлебные крошки"	8
4.4.	Технические ошибки	10
	• Дубликаты страниц	10
	• Код страниц	11
	• Навигация и перелинковка	12
	• Коды ответов заголовка сервера, свойства страниц	13
	• Контент страниц	14
5.	Поисковый аудит	17
5.1.	Динамика посещаемости	17
5.2.	Представление сайта в результатах поиска	18
6.	Анализ ссылочного окружения	19
7.	Итоговые рекомендации	21

1. Термины

Сайт SITE.ru – далее по тексту Сайт.

Быстрые ссылки - ссылки на популярные разделы/страницы сайта, отображающиеся в сниппете сайта, и свидетельствующие о корректной структуре сайта.

Домен - адрес сервера, на котором находится сайт. Доменная зона выделяется для обеспечения предоставления информации, которая находится по данному адресу.

Ключевое слово (запрос) – запрос пользователя поисковой системе. Геонезависимый коммерческий запрос – содержит геопривязку в виде региона или населенного пункта (*ноутбуки в москве*). Геоависимый коммерческий запрос содержит коммерческие слова (*купить ноутбук*). Все информационные запросы являются геонезависимыми, однако не содержат геопривязку.

Краулинговый бюджет – каждый сайт имеет лимит на обход страниц поисковым роботом за 1 раз.

Листинг – страница сайта, содержащая список товаров, новостей, статей со ссылками на данные страницы.

Ошибка 404 - код ответа сервера, свидетельствующий, что документ удален, либо его не существовало по данному адресу. Множественные 404 ошибки на сайте – признак некорректной работы CMS.

Поведенческие факторы (ПФ) – факторы, связанные с поведением пользователя в выдаче и на сайте, влияющие на ранжирование сайта.

Пейджинг – страницы нумераций, характерные для списков товаров, статей, новостей и т.д.

Поисковый индекс – количество документов сайта в поисковой выдаче.

Поисковая выдача – результаты поиска по ключевому слову.

Редирект 301 – код ответа сервера, свидетельствующий, что документ перенесен навсегда на новый адрес. В SEO означает процесс «склейки» одного URL с другим.

Редирект 302 - код ответа сервера, свидетельствующий, что документ перенесен временно на новый адрес. Однако старый адрес также существует. Нежелателен для SEO.

ТИЦ – показатель авторитетности ссылающихся сайтов в поисковой системе Яндекс, рассчитываемый для всего сайта. Принимается во внимание не только количество ссылающихся сайтов, но и их качество и тематическая близость.

Трафик – поток посетителей на сайт.

Сниппет – краткое описание сайта в поисковой выдаче.

ЧПУ – человекопонятные адреса страниц, например, <http://site.ru/o-kompanii> вместо <http://site.ru/cat-25253-main.php>

Хлебные крошки – элемент навигации по сайту, показывающий путь от главной страницы в виде гиперссылок.

Яндекс – (в рамках настоящего аудита) поисковая система в доменной зоне .ru с бесплатным трафиком (органическая выдача).

Яндекс.Вебмастер (ЯВМ) и Google Webmasters (GWM)– сервисы с полезной информацией для владельцев сайта.

Яндекс.Каталог (ЯК) – авторитетный каталог сайтов.

Яндекс.Бар – информация о сайте от Яндекса.

CMS – набор программных средств (скриптов) для удобного управления контентом на сайте.

CTR – соотношение кликов к показам в процентах. Чем выше, тем лучше.

Description – мета-тег страницы, который напрямую не влияет на релевантность документа для поисковой системы, однако содержание которого может отображаться в сниппете и влиять на поведенческие факторы.

Google - (в рамках настоящего аудита) поисковая система в доменной зоне .ru с бесплатным трафиком (органическая выдача).

h1 – заголовок страницы, содержание которого влияет на релевантность документа для поисковых систем.

Favicon – пиктограмма сайта отображающаяся в сниппете Яндекса и браузере пользователя.

PR (PageRank) – количественный показатель ссылающихся сайтов в поисковой системе Google, рассчитываемый для каждого URL. Имеет значение от 0 до 10.

SEOMoz – количественный показатель ссылающихся сайтов по версии MOZ.com, который можно считать аналогом отключенному тулбарному PR.

Robots.txt – текстовый файл правил и запретов для поисковых роботов, располагающийся в корне сайта.

Sitemap.xml – карта сайта в формате xml.

Sitemap – карта сайта в формате html.

Title – заголовок страницы в теге <title></title>, содержание которого влияет на релевантность документа для поисковых систем.

URL – адрес страницы сайта в интернете.

2. Основные показатели домена и сайта

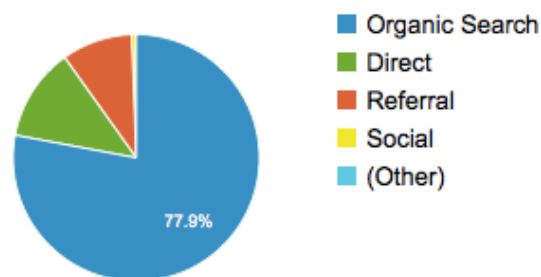
Ключевые параметры	Значение
Название домена (основное зеркало)	-
Дата регистрации домена	-
Продлен до	-
Дата первой индексации в Яндексе	-
Регион сайта по ЯВМ	-
Регион сайта по Яндекс.Бар	-
Количество страниц в Яндекс	-
Количество страниц в Google	-
Наличие в Яндекс.Каталог	-
Регион сайта по ГВМ	-
Наличие в DMOZ	-
Тематика по Яндекс.Каталог	-
Тематика по DMOZ	-
ТИЦ	-
PageRank главной страницы	-
Наличие robots.txt	-
Наличие sitemap.xml	-
Проверка наличия sitemap.xml в панелях ВМ Яндекс	-
Проверка наличия sitemap.xml в панелях ВМ Google	-
Быстрые ссылки в ЯВМ	-
Адреса организаций в ВМ	-
Наличие favicon	-
Посещаемость в сутки	-
Ссылающихся доменов/страниц	-

Пояснение:

- Сайт является возрастным и не имеет ограничений по проведению широкомасштабной кампании по продвижению в поисковых системах.
- Срок регистрации домена заканчивается XXX февраля – рекомендую продлить заранее.
- Регионы настроены корректно.

- Разница в количестве проиндексированных страниц существует за счет некорректной настройки индексирования технических страниц и особенностей индексирования страниц Google.
- Разделы в каталогах Яндекс и DMOZ выбраны корректно.
- Косвенные показатели авторитетности ссылающихся доменов (ТИЦ, PR) высоки и имеют положительную динамику прироста.
- Панель вебмастера в Яндекс настроена корректно, указано основное зеркало, файл sitemap.xml и регион.
- Панель вебмастера в Google настроена некорректно и существуют ошибки, а именно, не указано основное зеркало сайта, что привело к появлению в поисковом индексе дубликатов страниц с версией с www и без www, файл sitemap.xml содержит запрещенные к индексации документы в robots.txt.
- В Яндекс и Google присутствуют быстрые ссылки, которые положительно влияют на CTR сайта из поисковой выдачи.
- Посещаемость сайта достаточно высока. Распределение между каналами следующее:

Лучшие каналы



(скриншот с сервиса веб-аналитики Google Analytics)

Стоит отметить, что в канале Organic XX,38 % составляет трафик из Яндекса, XX,19 % – Google и Mail.ru - XX,58 %.

- Количество ссылающихся доменов и страниц – среднее.

Подробнее в настоящем аудите.

3. Цели и задачи аудита

Задачи:

- 3.1. Технический анализ сайта и соответствие требованиям внутренней оптимизации.
- 3.2. Поисковый аудит и анализ ссылочного окружения сайта.

Цель:

- 3.3. XXX.

4. Технический аудит

4.1. Структура сайта

Достоинства:

- ЧПУ адреса на основных типах страниц. Все страницы имеют ЧПУ, что повышает релевантность документов в поисковых системах.

Недостатки:

- Иерархия URL's не соблюдена.

К примеру, адрес *http://XXX/* должен быть подчинен *http://XXX/* и выглядеть как *http://XXX/*.

Более подробную информацию можно увидеть в настоящем аудите.

4.2. Title, Description, h1

На сайте для страниц прописаны мета-теги и теги Title, Description, h1. Однако многие из них создают проблему дублирования. Часть страниц имеют пустые значения (см. файл – *01.01.2015 - Приложение №1 (Пустые мета-теги) – site.ru.xlsx, лист 1,2*).

Title

Пример:

Страница	Title
<i>http://XXX/single?id=52</i>	Пример дубликата
<i>http:// XXX /single?id=52</i>	Пример дубликата
<i>http:// XXX.html</i>	Пример дубликата
<i>http:// XXX.html</i>	Пример дубликата
<i>http:// XXX d=46</i>	Пример дубликата
<i>http:// XXX 6</i>	Пример дубликата
<i>http:// XXX.html</i>	Пример дубликата
<i>http:// XXX.html</i>	Пример дубликата
<i>http:// XXX =44</i>	Пример дубликата
<i>http:// XXX =45</i>	Пример дубликата
<i>http:// XXX 25</i>	Пример дубликата
<i>http:// XXX =24</i>	Пример дубликата
<i>http:// XXX 23</i>	Пример дубликата

Полную таблицу с дубликатами Title смотрите - *01.01.2015 - Приложение №2 (Дубликаты Title) – site.ru.xlsx*

Description

Пример:

Страница	Description
http://XXX/	Пример дубликата
http://XXX/filter/country-215/	Пример дубликата
http://XXX/filter/id-21/	Пример дубликата
http://XXX/filter/id-21/page-3/	Пример дубликата
http://XXX/filter/id-21/page-2/	Пример дубликата
http://XXX/filter/id-20/	Пример дубликата
http://www.XXX/id-16/	Пример дубликата
http://www.XXX/filter/id-16/	Пример дубликата
http://www.XXX/filter/id-19/	Пример дубликата
http://www.XXX/filter/country-215/	Пример дубликата

Полную таблицу с дубликатами Description смотрите - 01.01.2015 - Приложение №3 (Дубликаты Description) - site.ru.xlsx

Н1

Пример:

Страница	Н1
http://XXX/	Пример дубликата
http://XXX/filter/country-215/	Пример дубликата
http://XXX/filter/id-21/	Пример дубликата
http://XXX/filter/id-21/page-3/	Пример дубликата
http://XXX/filter/id-21/page-2/	Пример дубликата
http://XXX/filter/id-20/	Пример дубликата
http://www.XXX/id-16/	Пример дубликата
http://www.XXX/filter/id-16/	Пример дубликата
http://www.XXX/filter/id-19/	Пример дубликата
http://www.XXX/filter/country-215/	Пример дубликата
http://XXX/	Пример дубликата
http://XXX/filter/country-215/	Пример дубликата
http://XXX/filter/id-21/	Пример дубликата
http://XXX/filter/id-21/page-3/	Пример дубликата

Полную таблицу с дубликатами Н1 смотрите - 01.01.2015 - Приложение №4 (Дубликаты Н1) – site.ru.xls

Решение проблемы:

- Заполнить пустые значения мета-тегов и тегов.
- Автоматизировать заполнение Title и мета-тегов с помощью шаблонизатора.
- Склеить 301 Permanent Redirect страницы с www на без www.

4.3. "Хлебные крошки"

На сайте присутствует важный элемент навигации, так называемые «хлебные крошки». Однако, они реализованы некорректно.

4.3.1. На некоторых страниц их нет:

http://XXX/

http://XXX/

и т.д.

4.3.2. На некоторых страницах они не отражают путь от главной страницы. К примеру, здесь *http://XXX.html* хлебные крошки такие:



Пример скриншота

Хотя материал находится в подразделе XXX.

Корректные хлебные крошки для этой страницы должны выглядеть так:



Пример скриншота

На странице *http://XXX/list* помимо того, что ссылка в хлебных крошках на главную *http://XXX*, также не указан корректный путь. Он должен быть таким:

Пример скриншота

При этом “Главная” ссылка на <http://XXX/>, “Сервисы” – ссылка на <http://XXX/services>, а “Конкурсы” – текстом.

4.3.3. “Хлебные крошки” должны быть размечены микроразметкой формата RDFa. Это позволит поисковым системам выводить в поисковой выдаче для всех страниц «навигационную цепочку», которая увеличит CTR из выдачи.

Рассмотрим на примере страницы <http://XXX>.

Готовый исходный код:

Пример скриншота

4.4. Технические ошибки

Ниже представлен перечень технических ошибок, которые имеются у текущей версии сайта. Они станут неактуальными при выполнении рекомендаций в правой колонке таблицы.

Дубликаты страниц и параметры URL	
Текущее состояние	Что необходимо сделать
Сервер сайта по указанному адресу отдает ответ сервера 200 ОК: http://XXX/	Пример
В разделе http://XXX/ не настроены ЧПУ-адреса.	Пример

<p>Примеры: http://XXX?id=46</p> <p>http://XXXle?id=18</p>	<p>Примеры: http://XXX=46 --> http://XXX.html</p> <p>http://XXX=46 --> http://XXX.html</p>
<p>На страницах сайта встречаются ссылки с множественными слешами //... на конце URL.</p> <p>Пример: http://XXX//</p>	<p>Пример</p> <p>Примеры: http://XXX=46 --> http://XXX.html</p> <p>http://XXX=46 --> http://XXX.html</p>
<p>В поисковой выдаче Google присутствуют страницы с подстановочными параметрами в адресе:</p> <p>Примеры: httpXXX/</p> <p>http://XXX/</p>	<p>Пример</p>
<p>Файл правил для поисковых роботов robots.txt содержит некорректные/неактуальные директивы.</p>	<p>Пример</p>
<p>Важность проблемы: <i>высокая</i></p>	

Код страниц	
Текущее состояние	Что необходимо сделать
<p>На сайте некорректно используются теги h2 семантической разметки в листингах статей и новостей.</p> <p>Пример: http://XXX/</p>	<p>Пример</p> <p>Пример: Пример</p> <p><i>заменить на:</i></p> <p>Пример</p>
<p>На сайте некорректно используются теги h3, h5, h6 семантической разметки в листингах статей и новостей.</p>	<p>Пример</p>

<p>Пример: <i>http://XXX/</i></p>	<p>Пример: Пример</p> <p><i>заменить на:</i></p> <p>Пример</p>
<p><i>Важность проблемы: средняя</i></p>	

<p>Навигация и перелинковка</p>	
<p>Текущее состояние</p>	<p>Что необходимо сделать</p>
<p>На сайте есть большое количество страниц с уровнем вложенности до 74 (!). Такие страницы могут быть длительное время находиться вне пределов досягаемости поисковыми роботами, и соответственно, не участвовать в ранжировании и приносить трафик.</p> <p>Большая часть таких страниц находится в разделе /XXX/</p> <p>Пример: <i>http://XXX=3 - 74-ый уровень вложенности</i></p> <p>Полный список страниц с глубоким уровнем вложенности в - 01.01.2015 - Приложение №6 (Уровень вложенности) – site.ru.xlsx</p>	<p>Пример</p>
<p>На сайте отсутствует карта сайта html-формата, которая выполняет ряд функций:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Помогает поисковым системам определить структуру сайта. 2) Распределить веса по страницам. 3) Помогает пользователям в некоторых случаях при поиске нужной информации на сайте. 	<p>Требования к карте сайта:</p> <p>Пример</p>
<p>Контентная перелинковка на сайте между статьями присутствует, однако она не учитывает особенности поисковых систем.</p> <p>К примеру, практически во всех статьях идут внутренние ссылки на словарь терминов. Практически нет ссылок на аналогичные материалы, которые дополняли бы описываемую тему.</p> <p>Проблема для редактора/контент-менеджера</p>	<p>Пример</p>

заклучаются в нахождении релевантного материала и включении его в перелинковку.	
<i>Важность проблемы: средняя</i>	

Коды ответов заголовка сервера, свойства страниц	
Текущее состояние	Что необходимо сделать
<p>На сайте присутствуют так называемые "битые ссылки", которые мешают роботу корректно обходить полезные ссылки и документы.</p>	<p>Пример</p> <p>Полный список "битых ссылок" в приложении - <i>01.01.2015 - Приложение №5 (Битые ссылки) - site.ru.xlsx</i></p>
<p>На сайте присутствует часть страниц с очень большим физическим весом html-кода (до 1 Мб), что может негативно сказаться на ранжировании данных документов.</p> <p>Примеры: http://XXX http://XXX</p> <p>Оптимальным размером считается страница до 150 Кб.</p> <p>Полный список подобных страниц - <i>01.01.2015 - 01.01.2015 - Приложение №7 (Большие документы) - site.ru.xlsx</i></p>	<p>Необходимо: Пример.</p>
<i>Важность проблемы: средняя</i>	

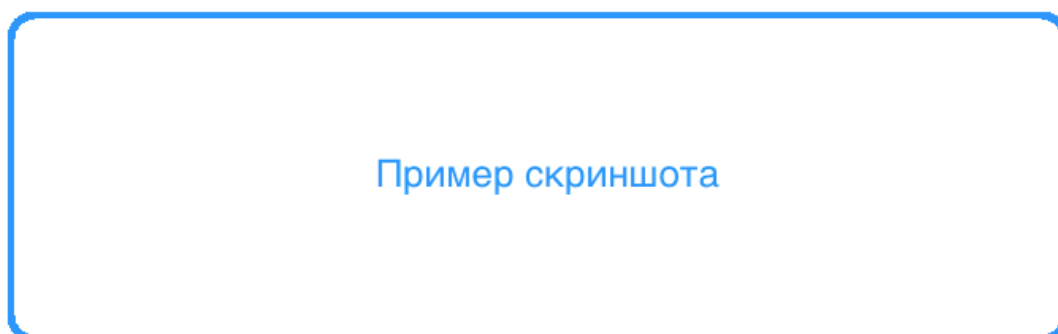
Контент страниц	
Текущее состояние	Что необходимо сделать
<p>Контент страниц сайта представляет собой качественный авторский материал с достаточно подробным и экспертным описанием предмета.</p> <p>С точки зрения уникальности для поисковой системы большая часть контента таковой является. Однако, есть материалы, которые заимствуются другими сайтами, что может отрицательно повлиять на ранжирование документов.</p> <p>В приложении выборочно проверено 10 страниц с разных разделов - <i>01.01.2015 - Приложение №8 (Проверка уникальности) – site.ru.txt</i></p>	<p>В случае обнаружения дубликата в сети можно: Пример</p>

<p>Часть полезного контента закрыта директивами Disallow в файле robots.txt:</p> <p>ПРИМЕР СКРИНШОТА</p> <p>Это привело к потере части трафика. Для раздела /XXX/ - 8,19%, для /XXX/ - 2,51 %. Итого - 10,70%.</p>	<p>Пример.</p>
<p>Контент должен создаваться на сайте по определенному контент-плану, согласованном с SEO-специалистом. Это позволит на стадии написания контента сделать его более конкурентоспособным в поисковой выдаче.</p>	<p>Необходимо согласовывать контент-план с SEO-специалистом, который:</p> <p>Пример</p>
<p>Для имеющихся на сайте текстов необходимо провести оптимизацию контента с целью получения большего трафика по определенным запросам.</p>	<p>Необходимо:</p> <p>Пример</p>
<p>Для привлечения трафика по ключевым словам, не используемым на сайте необходимо провести ревизию семантического ядра и пересобрать его заново. Это позволит существенно повысить поисковый трафик.</p>	<p>Необходимо:</p> <p>1. Пример</p>
<p><i>Важность проблемы: высокая</i></p>	

5. Поисковый аудит

5.1. Динамика посещаемости.

При помощи сегмента «Неоплачиваемые ключевые слова» (Трафик с поисковых систем) был построен график за периоды с 01.01.2015 по 01.01.2015, и для сравнения с 02.02.2013 по 03.02.2014 г.



(скриншот с сервиса веб-аналитики Google Analytics)

Теперь посмотрим в разрезе популярных поисковых систем

Пример скриншота

Пояснение:

Как мы видим, динамика посещений отрицательная, и делает такую динамику Google. Mail.ru незначительно просел и не может повлиять на динамику посещений сайта. А вот Яндекс существенно прирос за отчетный период.

5.2. Представление сайта в результатах поиска

Рассмотрим представление сайта (сниппеты) по случайным запросам в Яндексе и Google (1 скриншот - Яндекс.ru, 2 - Google.ru):

Пример скриншота

Пример скриншота

Пример скриншота

Пример скриншота

Пояснения:

а) Примеры.

Рекомендации:

а) Примеры:

Это делается в панели Яндекс.Вебмастера в разделе Регистр имени.

6. Анализ ссылочного окружения

Динамика прироста ссылок с доменов

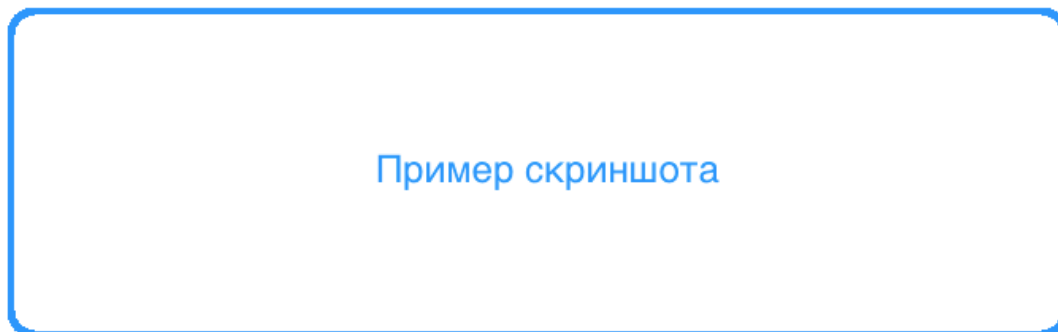
Пример скриншота

(скриншот с сервиса Ahrefs.com)

Популярные анкоры ссылок

Пример скриншота

(скриншот с сервиса Ahrefs.com)



(скриншот с сервиса *Ahrefs.com*)

Пояснения:

1. Ссылочное окружение сайта достаточно качественное. Большое количество сквозных ссылок – это признак доверия со стороны ваших доноров.
2. Динамика прироста ссылочной массы – отрицательная.
3. В тексте ссылок (анкорах) преобладают неестественные для ссылочной массы слова. Присутствуют покупные ссылки с коммерческими анкерами.
4. Ссылающиеся доменные зоны и страны разнообразны. Среди них по убыванию с наибольшей долей: *Россия (XXX,67 %)*, *Украина (XXX,47%)*, *Беларусь (XXX,98%)*. Такое распределение по странам является естественным для данного типа сайтов.

Общие рекомендации:

1. ПРИМЕР

Примечание: Все работы над ссылочным окружением должны проходить под контролем seo-специалистов.

2. Итоговые рекомендации

2.1. ПРИМЕР.