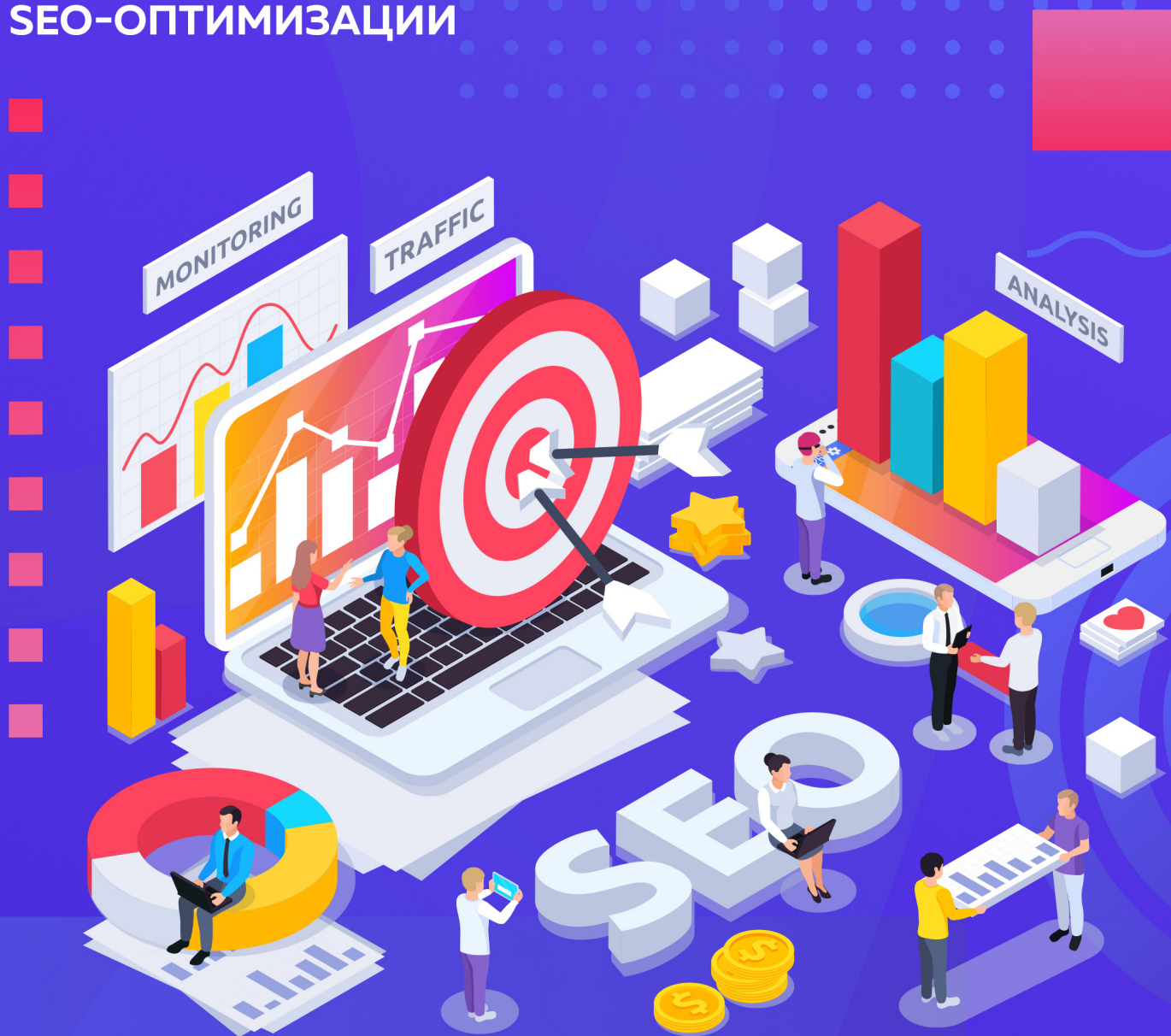


ИСПОЛЬЗУЙ SEO НА ВСЮ МОЩЬ!

ПОШАГОВЫЙ ПЛАН
SEO-ОПТИМИЗАЦИИ



Для кого эта книга?

ЭТА КНИГА ВАМ ПРИГОДИТСЯ, ЕСЛИ:

Вы заказываете SEO:

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

Вы сами делаете SEO:

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



Кто мы?

Мы – команда Комплекто, агентства комплексного электронного маркетинга. Хотим поделиться с вами знаниями, которые накопили в процессе работы более чем с 500 клиентами: b2b-компаниями, производителями с дилерскими сетями и поставщиками сложных товаров и услуг.

В 2013 году мы запустили образовательный центр обучения «Маркетинговое образование» с целью предоставлять качественное образование талантливым и активным людям, повышать уровень маркетинга в стране и положительно влиять на экономику.

Мы обучили более 7 000 человек на мастер-классах, курсах и корпоративных тренингах к 2020 году.

Надеемся, что наш опыт и знания будут полезны вашему бизнесу. Нам уже удалось помочь многим компаниям:



Учебные программы Центра MaEd

ОНЛАЙН-КУРС
ПРОФЕССИЯ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТОЛОГ.

Комплексный курс для маркетологов.
 В программе – все основные инструменты
 интернет-маркетинга, практическая отработка
НАВЫКОВ

[Подробнее о курсе](#)

Ma Ed Международный центр онлайн-обучения MaEd

ОНЛАЙН-КУРС
ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ДЛЯ B2B
И СЛОЖНЫХ РЫНКОВ

Курс разработан с учетом особенностей
 B2B-компаний и компаний, работающих
 на сложных рынках, компаний с дилерскими
 сетями

[Подробнее о курсе](#)

Ma Ed Международный центр онлайн-обучения MaEd

ОНЛАЙН-КУРС
ДИРЕКТОР ПО DIGITAL-МАРКЕТИНГУ

Системный курс с квалификацией международного уровня.
 Программа объединяет в единую систему знания
 классического маркетинга, управление веб-проектами,
 финансами и подрядчиками.

[Подробнее о курсе](#)

Ma Ed Международный центр онлайн-обучения MaEd

Содержание

Для кого эта книга?	2
Кто мы?	3
Учебные программы Центра MaEd	4
Подготовительные работы	9
Краулинг сайта	9
Составление матрицы сайта.....	10
Поисковые системы	11
Яндекс Webmaster, Google Search Console.....	11
Яндекс Метрика, Google Analytics	11
Индексация всех страниц сайта	12
Значимые области на Flash и Ajax.....	12
Индексация всех страниц сайта	13
Необходимость использования noindex, nofollow, meta robots noindex & nofollow..	13
Корректность использования тегов noindex и nofollow.....	14
Выявление ошибок: сравнение индексов по категориям и типам страниц	14
Индексация технических страниц.....	15
Проверка robots.txt	16
Проверка robots.txt на наличие директив для всех ПС	16
Ссылки на неиндексируемое содержимое	17
Кеширующие заголовки.....	17
Исправление ошибок и наличие карты sitemap.xml.....	18
Анализ проблем индексации сайта	19
Ранжирование	20
Яндекс.Каталог.....	21
Яндекс. Справочник	21
Яндекс.Адреса и Google Мой бизнес	22
Расширенный сниппет	23
Парсинг сниппетов по всем запросам Яндекс и Google.....	23
Сниппеты в Google	24
Санкции	24
Отсутствие нарушений лицензии на поиск	25
Скопированный или переписанный материал с других ресурсов, отсутствие уникального контента	25

Автоматический редирект.....	26
Наличие автоматически сгенерированного (бессмысленного) текста.....	26
Присутствие каталогов, статей, программ и пр.	27
Обнаружение страниц с невидимым или слабовидимым текстом или ссылками ..	28
Использование клоакинга	28
Неявный клоакинг	28
Использование обманных техник	29
Навязчивая реклама: popup, popunder, clickunder.....	29
Списки поисковых запросов в текстах страниц	30
Наличие немодерируемых комментариев, форумов или досок объявлений	30
Наличие внешних ссылок	31
Выявление спама в тегах заголовков и title	32
Проверка текстов на спамность ключевых слов	32
Социальная активность.....	32
Технические факторы	33
Корректность использования страницы 404	33
Анализ 404 страницы	34
Проверка ответов сервера	34
Анализ скорости загрузки страниц.....	35
Основное зеркало (с www или без)	35
Настройка robots.txt	36
Настройка sitemap.xml	36
Дубли страниц	37
Проверка отображения сайта в браузерах	37
Использование микроформатов.....	38
Микроформаты помогают передать поисковым роботам информацию о контенте сайта: контакты, отзывы, товары и т.д.....	38
Корректность использования микроформатов	39
Учет содержимого микроформатов при индексации.....	39
Проверка кода на присутствие скриптов	39
Валидация кода	40
Атрибуты rel=»next» и rel=»prev».....	40
Использование Noindex, Nofollow	41
Meta name Noindex	41

Meta name Nofollow	41
Внутренние факторы	42
Видимость сайта	42
Страницы, которые не содержат исходящие ссылки.....	42
Уровень вложенности страниц	42
Выделение логических кластеров	42
ЧПУ	43
Наличие ключевых слов в доменном имени	43
Ключевые слова в URL	43
Иерархия URL-структуры сайта	44
Спам в URL.....	44
Длина URL.....	44
Мета-теги: title	45
Мета-теги: description	46
Проверка заголовков на спамность	46
Проверка наличия тегов заголовков	46
Стили заголовков.....	46
Оформление контента	47
Техническая уникальность контента.....	47
Уникальность контента	47
Ссылки на внешние сайты	48
Дублированные ссылки	48
Циклические ссылки	48
Битые ссылки	48
Контекстная перелинковка.....	49
Навигационные ссылки.....	49
Сквозные ссылки	49
Блоки с перелинковкой	49
Страницы, недополучающие статистический вес	50
Определение распределения статистического веса при перелинковке НЧ, СЧ, ВЧ запросов	51
Определение распределения статистического веса в зависимости от входящих внешних ссылок.....	51
Ссылки на сторонние ресурсы	51

Навигационная цепочка.....	52
Контактная информация.....	52
Товары и цены.....	52
Изображения	52
Видео	53
Область контента.....	53
Социальные сети	54
Внешние факторы	55
Параметрические характеристики домена	55
Узнаваемость компании в интернете.....	55
Проверка ссылочной массы на наличие качественных обратных ссылок.....	56
Проверка возрастных характеристик сайта	56
Получение ссылок из разных источников	57
Соотношение реального количества ссылок	57
Данные по ссылкам	57
Динамика изменения ссылочной массы	58
Индексация страниц-доноров	58
Естественность ссылочного профиля	59
Ссылочный профиль конкурентов	59
Социальные сигналы.....	59
Коммерческие факторы	60
Семантическое ядро и трафик	63
Анализ семантического ядра	63
Анализ трафика.....	63
Анализ видимости сайта.....	63
Долевое распределение трафика по разным каналам интернет-маркетинга.....	64
Поведенческие факторы	65
Фильтры, АГС, антивирусованность	69
Минусинск.....	69
АГС.....	69
Вирусы, санкции поисковых систем	70
Другие фильтры	70
Итоги	71

Подготовительные работы

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](#) - Бесплатно
- [Comparser](#) - Есть демо версия с ограничениями, Платная 2000₽
- [ScreamingFrog](#) - Есть бесплатная версия с ограничением до 500 url, Платная £149 в год
- [Netpeak Spider](#) - Платно, подписка на месяц от 15\$
- [SiteAnalyzer](#) - Бесплатно

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](#)
- [ScreamingFrog](#)
- [Comparser](#)
- [Xmind](#)

Поисковые системы

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:

- [Вебмастер Яндекс](#)
- [Search Console](#)

Яндекс Метрика, Google Analytics

Установите счетчики и проверьте, что все работает верно.

Сервисы в помощь:

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

ЯНДЕКС

Метрика



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: ScreamingFrog/PageWeight/Xenu/любой парсер;
- все проиндексированные важные страницы, все проиндексированные мусорные, все неиндексированные важные страницы и все неиндексированные мусорные.

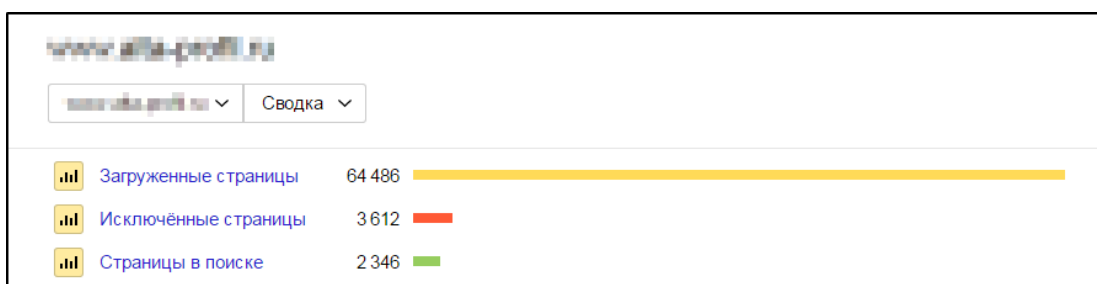
Сервисы в помощь:

Быстро проверить большое кол-во url:

- <https://www.rush-analytics.ru/>
- <https://topvisor.com/>
- <https://tools.pixelplus.ru/>

Для единичных страниц:

- [Вебмастер Яндекс](#)
- [Search Console](#)



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>

https://support.google.com/webmasters/answer/174993?hl=ru&ref_topic=6003039

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:

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

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/	✓

Необходимость использования noindex, nofollow, meta robots noindex & nofollow

Что нужно сделать:

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

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.

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.

Сервисы в помощь:

- [Вебмастер Яндекс](#) - раздел Индексирование
- [Search Console](#) - раздел Индекс

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».

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:

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

Правила соответствия robots.txt:

- <https://yandex.ru/support/webmaster/controlling-robot/robots-txt.html?lang=ru>

URL	Результат
http://www.rosstroy.ru/catalog/promo/fasadnie-paneli/	/catalog/promo/
http://www.rosstroy.ru/catalog/	✓
http://www.rosstroy.ru/about/	✓
http://www.rosstroy.ru/catalog/promo/kanada-plus/	✓
http://www.rosstroy.ru/catalog/promo/gazonnaya-reshetka/	/catalog/promo/
http://www.rosstroy.ru/bitrix/	/bitrix/
http://www.rosstroy.ru/cgi-bin/	/cgi-bin/

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://www.rosstroy.ru/sitemap.xml
9

```

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:

- Любой парсер из пункта 1.1. Краулинг сайта

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 и https 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 при помощи Консоли разработчика в разделе Network (Сеть) заголовки для тестируемой страницы;
- Убедиться в наличии Last-Modified или Etag;
- Обновить страницу F5. Сервер должен ответить 304 кодом (там же в Консоле). 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

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:

- Яндекс - <https://webmaster.yandex.ru/tools/sitemap/>
- Справка: www.sitemaps.org/ru/faq.html#faq_xml_schema
- Google - <https://search.google.com/u/1/search-console/> (Раздел Индекс)

Яндекс Вебмастер https://maed.ru Уведомления Инструменты

Сводка

- Качество сайта
- Диагностика
- Поисковые запросы
- Индексирование
 - Статистика обхода
 - Страницы в поиске
 - Структура сайта
 - Все страницы
 - Проверить статус URL
 - Мониторинг важных страниц
 - Переобход страниц
 - Файлы Sitemap**
 - Обход по счётчикам
 - Переезд сайта
 - Скорость обхода

Добавить файл Sitemap

Добавить

Используемые файлы Sitemap

Источник <small>(можно отправить на переобход еще 9)</small>	Статус	Последняя загрузка
https://maed.ru/sitemap.xml ×	🔄 ок	20.07.2020, 23:01
Найдены в robots.txt		
https://maed.ru/sitemap.xml	🔄 ок	20.07.2020, 23:01

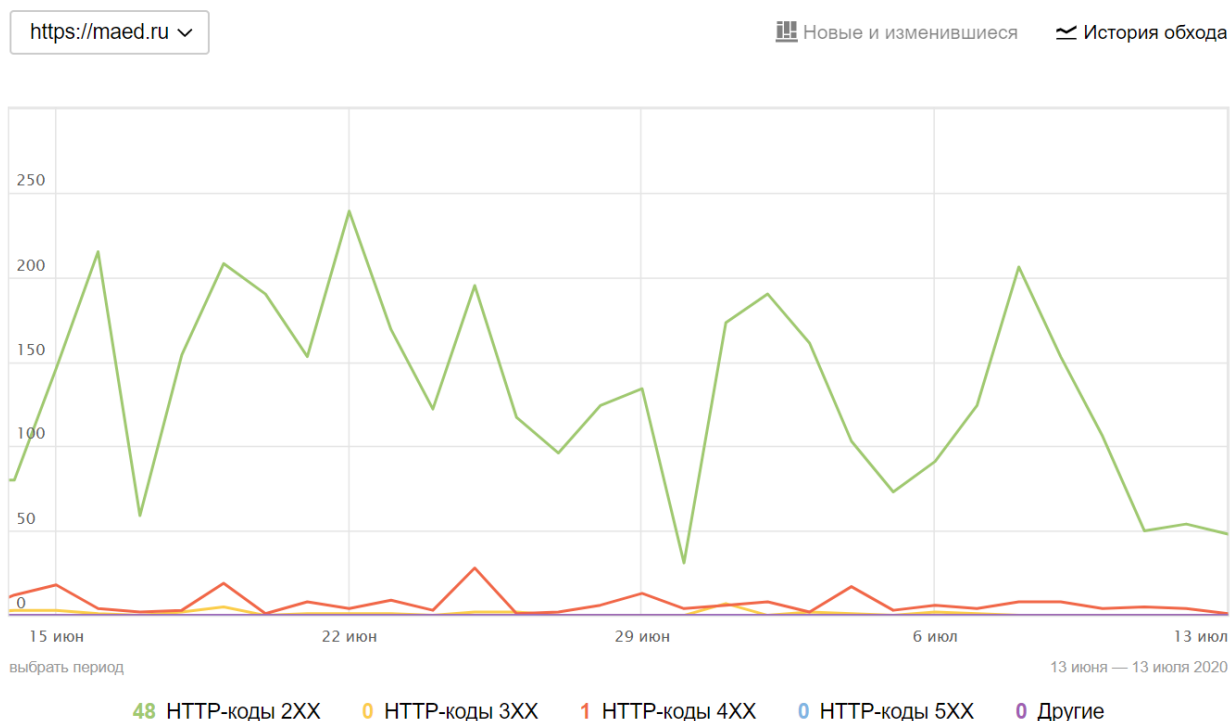
Анализ проблем индексации сайта

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 в разделе Индексирование «Статистика обхода» и «Страницы в поиске», сравнить кол-во страниц которые “видел” робот и кол-во страниц попавших в поисковую базу;
- Сообщить веб-мастеру, если количество исключенных роботом страниц половина (и больше).

Статистика обхода ⓘ



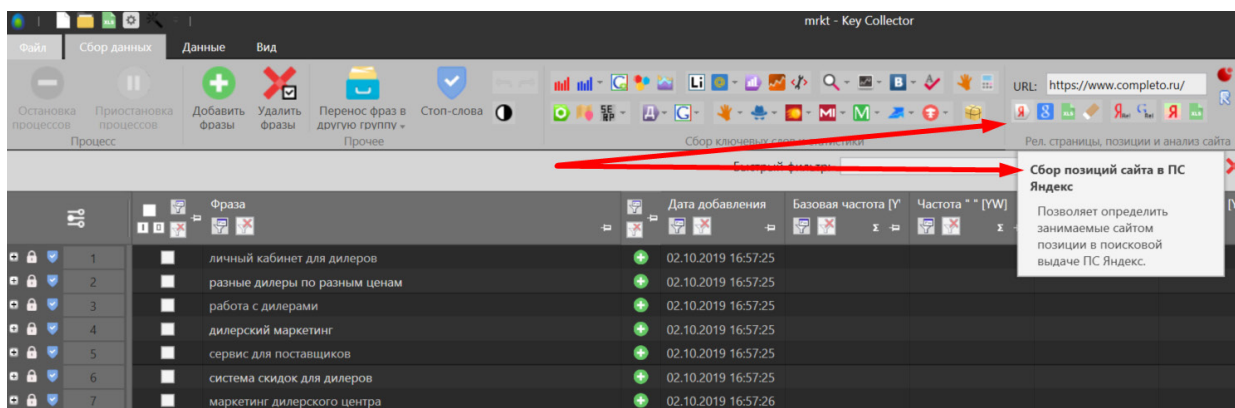
Ранжирование

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

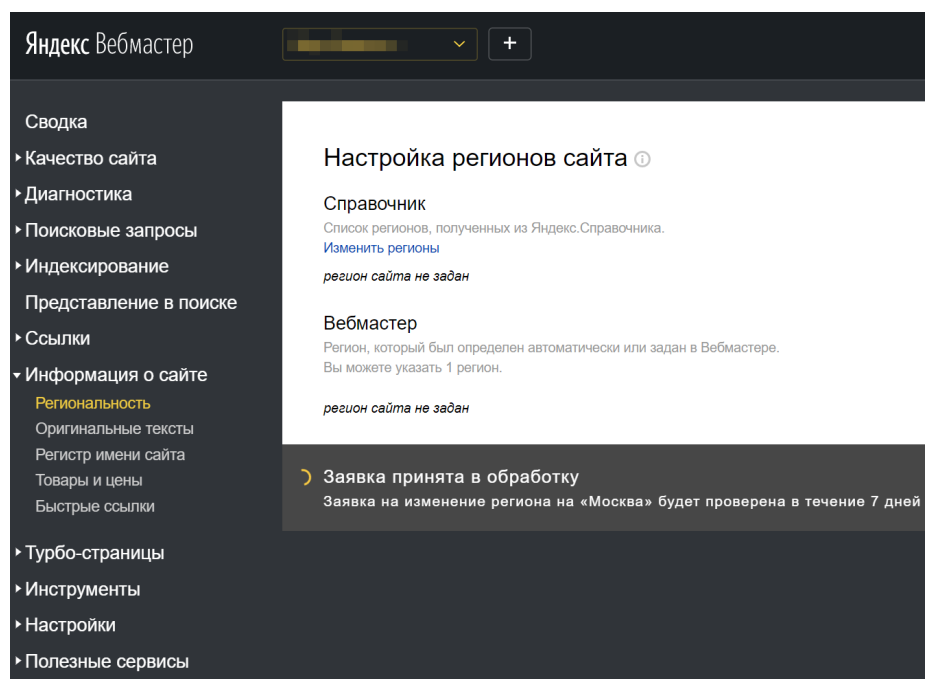
Сбор позиций при помощи Key Collector



Яндекс.Каталог

Что нужно сделать:

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



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 Информация о сайте сайта выбрать Региональность;
- Проверить регион. Если регион присвоен неверно, нужно составить список рекомендаций по изменению региональной привязки.

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:

- <https://yandex.ru/sprav/>
- <https://www.google.ru/intl/ru/business/>

The image shows a search engine results page for the query "maed адрес". The search bar at the top contains "maed адрес" and the "Найти" button. Below the search bar, there are tabs for "Поиск", "Картинки", "Видео", "Карты", "Маркет", "Новости", "Переводчик", "Эфир", "Коллекции", "Кью", "Услуги", and "Ещё".

The search results list several entries:

- Контакты - maed.ru | Маркетинговое образование**
maed.ru > Контакты
Контакты: телефон, адрес, схема проезда.
- Маркетинговое образование — время работы, отзывы и конт...**
Яндекс.Карты > maed адрес
Маркетинговое образование в Замоскворечье с рейтингом, отзывами и фотографиями. Адреса, телефоны, часы работы, схема проезда.
- Онлайн курсы маркетинга. Обучение интернет маркетингу...**
maed.ru
Получите маркетинговое образование, повышайте свою квалификацию на лучших курсах по маркетингу.
Профессия интернет-маркетолог · Контакты · На страницу курса
- МАЕД, центр маркетингового образования, Садовническая...**
2gis.ru > moscow/firm/70000001029087686
МАЕД, центр маркетингового образования: адреса со входами на карте, отзывы, фото, номера телефонов, время работы и как доехать.
- МАЕД — контактная информация — Учёба.ру**
ucheba.ru > uz/105394/contacts
Уточните вид программы. Учебное заведение* МАЕД. Факультет. ... sna@maed.ru. +7 495 984-75-00. Москва, ул. Садовническая, д. 54, стр. 2. Читать ещё >
- Vacu-Maid, Москва, Торговая компания — Телефон, адрес...**
RussianFirms.ru > Москва > company/vacu-maid
Юридическое название. Vacu-Maid. Адрес. ... Vacu-Maid предлагает купить встроенные пылесосы и системы центрального пылеудаления по ЛУЧШИМ ЦЕНАМ в Москве. Если вы когда-либо имели дело с компанией или её... Читать ещё >
- МАЕД - Информация | Facebook**
ru-ru.facebook.com > MAEDbusiness/about/

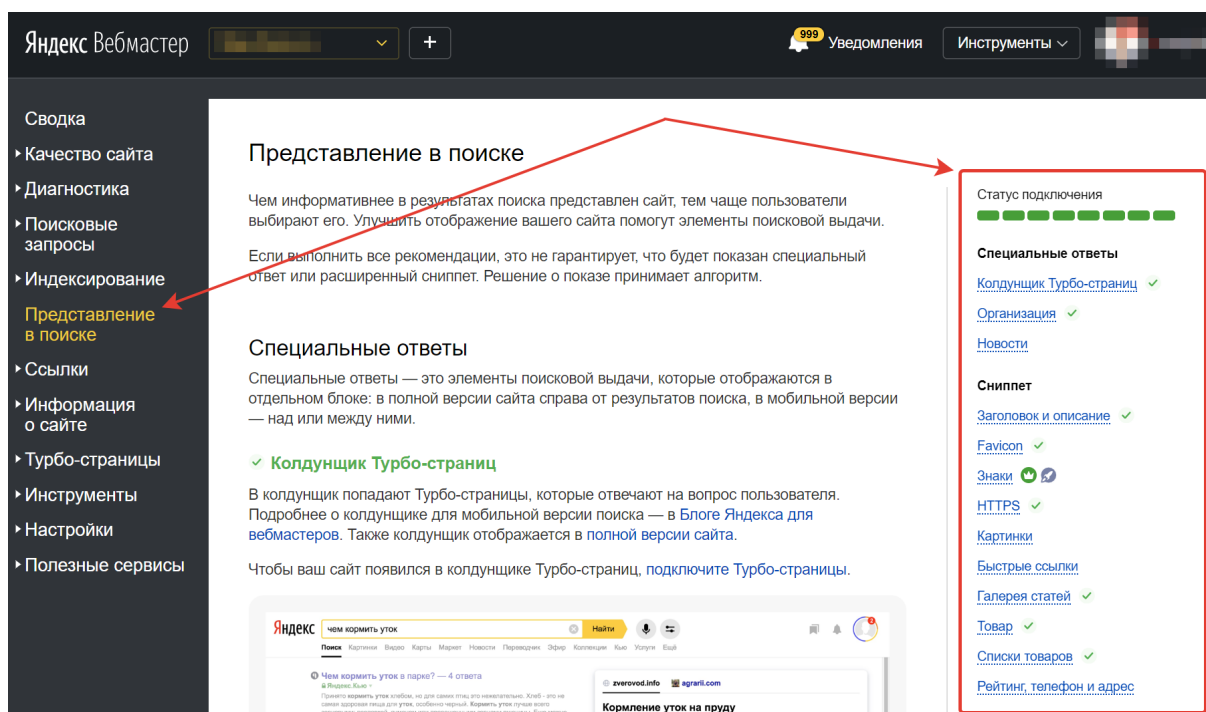
On the right side, there is a detailed view of a business profile for "Маркетинговое образование". The profile shows a rating of 4.4, the address "Садовническая ул., 54, стр. 2, Москва (эт. 3)", and operating hours "пн-пт 10:00–18:00". There are also buttons for "Сайт", "Как добраться", and "Оставить отзыв". Below the profile, there are several reviews from users, including "Грицун Юрий" (22 ноя 2019) and "Павел О." (18 фев 2020).

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:

- В Яндекс Вебмастер перейти в раздел Представление в поиске, здесь представлена подробная информация о всех дополнениях, улучшениях для сниппетов сайта
- Изучите рекомендации и реализуйте их по максимуму



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).

Сниппеты в Google

Нужно проанализировать все части сниппета, чтобы они сформировались правильно:

- Человекопонятные URL;
- Отзывы в формате <https://schema.org/Review>;
- Title, анкоры ссылок, тексты страниц;
- Обозначение авторства контента по формату schema.org;
- Содержимое сайтов:
 - товары <http://schema.org/Product>
 - контактные данные (телефоны, email, адрес офиса) <https://schema.org/Organization>
- Хлебные крошки в <https://schema.org/BreadcrumbList>;
- Тег meta description заполнен, содержит короткое и привлекательное описание содержимого страницы

Если сниппет сформирован некорректно, необходимо его исправить.

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);
- 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

Отсутствие нарушений лицензии на поиск

Скопированный или переписанный материал с других ресурсов, отсутствие уникального контента

Чтобы проверить сайт на наличие неуникальной информации, воспользуйтесь программами

Online сервисы

- <https://advego.com/antiplagiat/>
- <https://www.etxt.ru/antiplagiat/>
- <https://content-watch.ru/text/>
- <https://text.ru>

Десктоп программы:

- AdvegoPlagiatus
- 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.

Автоматический редирект

Ситуация при которой, при переходе на сайт сразу же происходит перенаправление (редирект) пользователя на другой сайт. Подобные редиректы чаще встречается на дорвеях, крайне редко – на клиентских сайтах. Если у вас небольшой сайт (не больше 5000 страниц), проверьте его при помощи программы Xenu'sLinkSleuth или любым другим seo парсером.

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 ОК;
- После сканирования на вопрос Links leuth 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.

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.

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/>.

The screenshot shows the 'Page Weight Lite' application window. The main window displays a table with the following columns: 'Номер' (Number), 'Внеш. ссылка' (External link), 'Текст ссылки' (Link text), and 'Кол-во ссылок (1363)' (Number of links (1363)). The table lists various external links and their corresponding weights. At the bottom of the window, there are buttons for 'Получить данные' (Get data), 'Найти' (Find), 'Сброс найденных' (Reset found), and 'Расчет веса' (Calculate weight).

Номер	Внеш. ссылка	Текст ссылки	Кол-во ссылок (1363)
12	http://awfiter.com/victimalex		323
13	http://www.facebook.com/victimalex		320
11	http://feedburner.google.com/ft/a/mail/verify?uri=alaev/TxUH&loc=ru_RU		318
22	http://www.rotapost.ru/7a-holady	rotapost	10
20	http://www.sape.ru/r/vEiEDxW0.php	Sape	8
134	http://twitter.com/	#tuseo2010	6
23	http://gogetlinks.net/?inv=aeP5cm	gogetlinks	5
18	http://www.slideshare.net/victimalex	slideshare.net/victimalex	4
285	http://www.google.com/search?hl=en&	что я наеун	4
15	http://friendfeed.com/victimalex	friendfeed.com/victimalex	3
21	http://articles.sape.ru/r/vEiEDxW0.php	articles sape	3
127	http://maxinet.com/	Мистерия онлайн	3
130	http://vsegenialno.blogspot.com/p/blog-page_9016.html	Сергея (Reliff)	3
157	http://acefans.ru	acefans.ru	3
158	http://alaeva.info	Фотореп Екатерина Алаева	3
171	http://www.winterife.ru	www.winterife.ru	3
228	http://teamlab.com	TeamLab	3
1	http://feeds.feedburner.com/alaev/TxUH	feedburner.info uri="alaev/txuh" /><atom10:link xmlns:atom10="http://www...	2
27	http://help.yandex.ru/webmaster/?id=996567	http://help.yandex.ru/webmaster/?id=996567	2
29	http://support.google.com/webmasters/bin/answer.py?hl=ru&	Блокировка и удаление страниц с помощью файла robots.txt	2
39	http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B8%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0...	иерархия потребностей по Маслоу	2
71	http://www.amcharts.com/	www.amcharts.com	2
72	http://www.amcharts.com/download	скачайте	2

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.

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.

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.

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 greb.

Навязчивая реклама: rorup, ropunder, clickunder

В том числе rorup, ropunder, clickunder. Еще недавно такая реклама могла повысить долю конверсии или увеличить количество подписчиков на e-mail-рассылку, sms-уведомления. Использование подобной рекламы на сайте значительно увеличивает риск санкций со стороны поисковиков. <https://yandex.ru/support/webmaster/yandex-indexing/webmaster-advice.html?lang=ru>

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;
- 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 rorup;
- Если сайт рекламодателя открывается в другой вкладке, то это rop-under.



Списки поисковых запросов в текстах страниц

Такой прием был придуман для манипулирования алгоритмами поисковых систем - повышения релевантности документа по целевым запросам за счет большого числа текстовых вхождений: 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.

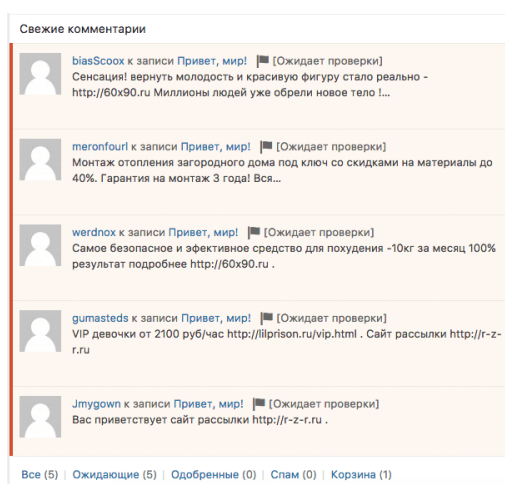
Лечение за границей в лучших немецких клиниках

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 назвать лечение за границей гарантией возвращения утраченного здоровья.

Наличие немодерируемых комментариев, 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.



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, проведите проверку сайта парсером (например ScreamingFrog, Xenu).

Траст xt = 6 (0)

www.completeo.ru

«Completeo» — системный электронный маркетинг

Основные данные	Изменения ХТ	История Тиц	История PR	Индексация в Яндексе
Обратные ссылки	Посещаемость	Видимость в Яндексе	Видимость в Google	Раскрученность Yandex
Раскрученность Google	Whois данные			

Дата проверки: 2019-04-01 10:50:16		Majesticseo:	
Ссылки:		Ссылок всего:	115802
На главной внешних / внутренних:	89 / 92	Доменов в ссылках:	1001
Внешние ссылки на сайт:		MJ индекс:	3271
<u>Заспамленность ссылками:</u>	(0)	IP доноров:	735
Санкции:		Подсетей:	630
Санкции в Яндексе (АГС, Минусинск и др):		TF:	25
Вероятность фильтра на исх. ссылки:	0%	CF:	34
		Данные :	
		Ссылки на сайт:	
		доноров:	1634
		всего ссылок:	109501

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.

Проверка текстов на спамность ключевых слов

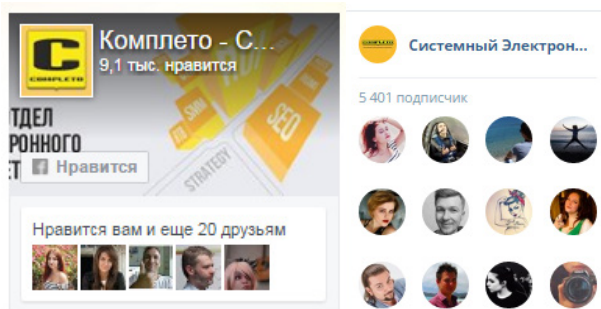
Страницы с заспамленными текстами могут быть пессимизированы. Если такое случилось, воспользуйтесь любым сервисом, который строит график распределения ключевых слов.

Сервисы в помощь:

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

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.



Технические факторы

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.

URL:

User-Agent:

▼

Показать html-код страницы

Кодировка: ▼

[Постоянная ссылка на результат](#)

HTTP/1.1 404 Not Found

Server: nginx/1.16.1

Date: Tue, 21 Jul 2020 08:33:01 GMT

Content-Type: text/html; charset=UTF-8

Connection: keep-alive

Expires: Wed, 11 Jan 1984 05:00:00 GMT

Cache-Control: no-cache, must-revalidate, max-age=0

Link: <https://maed.ru/wp-json/>; rel="https://api.w.org/"

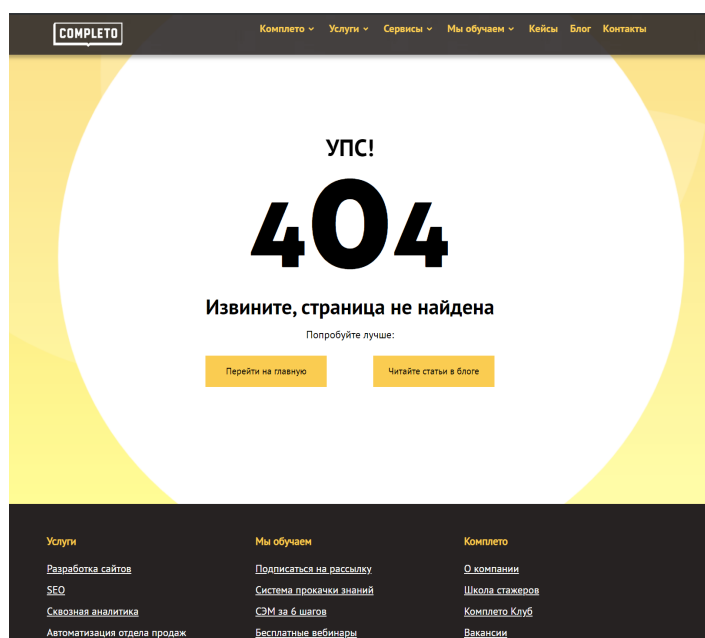
Set-Cookie: wpfront-notification-bar-landingpage=1

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.



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:

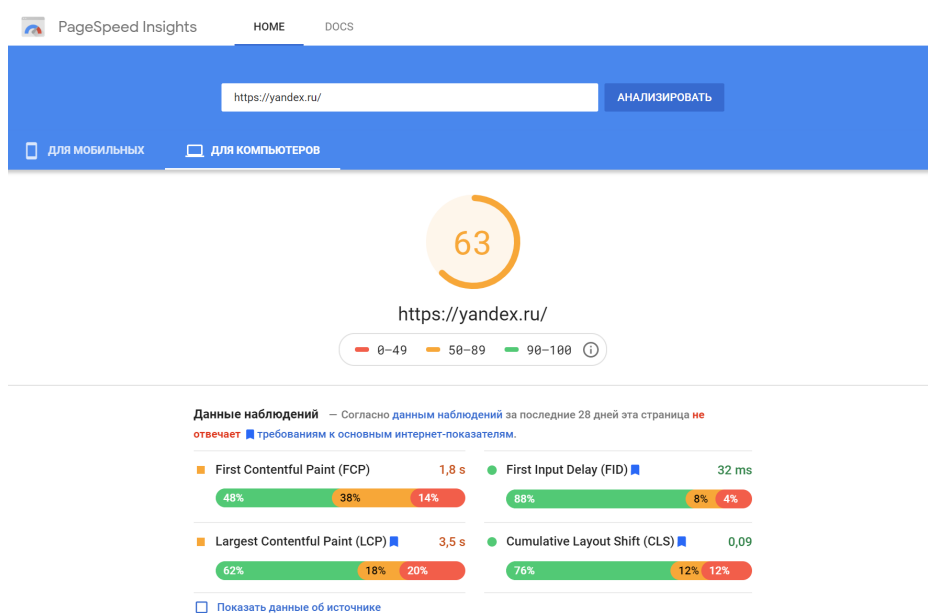
- www.webmaster.yandex.ru/tools/server-response
- www.mainspy.ru/otvet_servera
- www.checkmy.ru/

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:

- <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>



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 сайт всегда был доступен по одному и тому же адресу.

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

Где проверять:

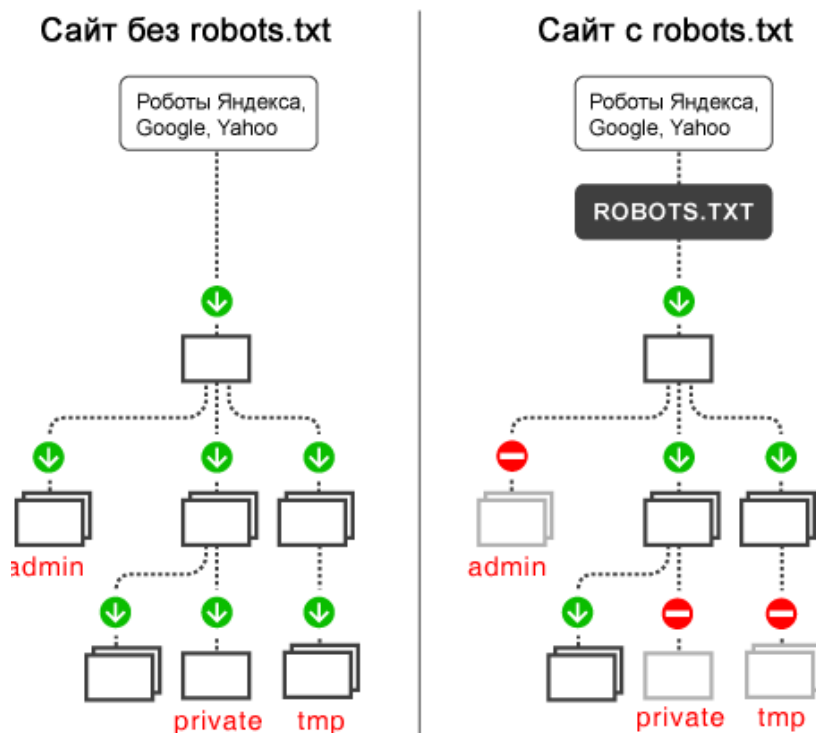
- webmaster.yandex.ru
- Файл htaccess

Настройка robots.txt

Пошаговая инструкция от Яндекса здесь: <https://yandex.ru/support/webmaster/controlling-robot/robots-txt.xml>

Robots.txt — наглядная визуализация

Используйте файл robots.txt для ограничения поисковых роботов от индексации отдельных частей вашего сайта.



Настройка sitemap.xml

Карта сайта позволяет роботу ПС узнать о всех страницах вашего сайта и просканировать их. Создание sitemap имеет большое значение для индексации сайтов с большим количеством страниц.

Сервисы в помощь:

- <https://webmaster.yandex.ru/tools/sitemap/>
- Парсеры ScreamingFrog, Xenu - есть функция создания sitemap.xml
- В различных CMS есть функционал по формированию и автообновлению карты сайта

Дубли страниц

Возникают в том случае, когда одна и та же страница доступна по нескольким разным URL-адресам. 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:

- [Netpeak Spider](#)
- [ScreamingFrog](#)
- <https://webmaster.yandex.ru/>
- <https://search.google.com/u/1/search-console/>

Проверка отображения 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.



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.

Справка для Яндекс

- Яндекс про микроформаты <https://yandex.ru/support/webmaster/microformats/what-is-microformat.html>
- Про schema-org <https://yandex.ru/support/webmaster/schema-org/what-is-schema-org.html>

Что выбрать?

Что лучше использовать — микроформаты или Schema.org? Как робот будет обрабатывать сайт, если я использую и то, и другое?

Наши алгоритмы не отдают предпочтение какому-либо одному типу разметки. Это означает, что вы можете использовать тот формат, который вам кажется более удобным. Тем не менее, мы рекомендуем использовать Schema.org как более современный, полный и активно развивающийся стандарт.

<https://yandex.ru/support/webmaster/schema-org/semantic-faq.html>

Справка для Google

- <https://developers.google.com/search/docs/data-types/article?hl=ru>

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>

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

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.

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.

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).

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.

Google официально заявил о том что больше не поддерживает атрибуты rel=»next» и rel=»prev» (с точки зрения валидности с ними все хорошо), поэтому если на вашем сайте они используются то удалять их не стоит.

Если вы только собираетесь их добавить в целях SEO оптимизации, то особого смысла в этом теперь нет.

Использование Noindex, Nofollow

Эти теги используются для того, чтобы закрыть ненужные элементы на сайте (внешние ссылки, текстовые фрагменты и тд).

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.
- Валидный вариант `<!-- noindex -->Текст<!--/ noindex -->`

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 «сгорит»;
- Атрибут для тега `<a>` запрещает переход робота по ссылке ;
- Не ставьте этот тег на ссылки, которые ведут на внутренние страницы сайта.

Meta name Noindex

Тег `<meta name=»robots» content=»noindex»>` используется для запрета индексации содержимого всего документа.

Справка Яндекс

<https://yandex.ru/support/webmaster/controlling-robot/meta-robots.html>

Справка Google

https://developers.google.com/search/reference/robots_meta_tag?hl=ru

Meta name Nofollow

Тег `<meta name=»robots» content=»nofollow»>` предписывает роботам поисковых систем не выполнять переход по ссылкам на странице.

Внутренние факторы

Видимость сайта

Что нужно сделать:

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

Страницы, которые не содержат исходящие ссылки

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

Что нужно сделать:

- С помощью краулера (Xenu/Netpeak Spider/Screaming Frog) определить проблемные места;
- Привести страницы к обычному виду, либо удалить их.

Уровень вложенности страниц

Важно распределить страницы по уровням вложенности. От этого зависит статистический вес сайта. Для этого можно воспользоваться инструментом Xenu / Page Weight / Netpeak Spider/, 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.

Выделение логических кластеров

О том, как это делается подробно читайте здесь:

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

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/>

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 используйте доменное имя с вхождением ключевого запроса.

Ключевые слова в URL

Это также влияет 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.

Для этих целей можно воспользоваться любым краулером.

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.
- Сформировать навигационную цепочку на сайте

Спам в URL

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

Что нужно сделать:

- Проверить, чтобы ключевое слово встречалось не более 1 раза в URL;

Пример спамного URL: site.ru/catalog/dveri/dveri-v-dom/dveri-v-dom-teplye/

Длина URL

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

- для пользователя - неудобен 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-uvlichit-trafik-na-sayt-v-2-raza-za-schet-nenuzhnyih-zaprosov-effektivnyiy-sposob-kotoryiy-prinosit-klientov-i-ne-zasoryaet-sayt-seo-tekstami/>

Хороший: <http://blog.completo.ru/kak-uvlichit-trafik>

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](#), [Netpeak Spider](#), [Screaming Frog](#)
- [Google Search Console](#), [Яндекс Вебмастер](#)

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 сделав выгрузку в таблицу в Excel или воспользовавшись одним из краулеров.



Мета-теги: description

Используйте уникальное содержание тегов Description.

Сервисы в помощь:

- [Xenu](#), [СайтРепорт](#), [Netpeak Spider](#), [Screaming Frog](#)
- [Google Search Console](#), [Яндекс Вебмастер](#)

Проверка Description на спам:

Проверяйте содержание тегов Description на наличие спама.

Сервисы в помощь:

- Ручной анализ выгрузки всех Description (выгрузку проводим одним из краулеров)

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:

- [Netpeak Spider](#), [Screaming Frog](#)

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.

Стили заголовков

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

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;
- Фото и видеоизображения (единый стиль и размер, контраст картинок и фона, включить масштабирование, создать миниатюры);
- Списки;
- Содержание статьи - активные ссылки, если текст большой;
- Возможность комментирования.

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.

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.

Ссылки на внешние сайты

Статистический вес между всеми ссылками сайта распределяется равномерно. Но в том случае, например, когда ссылок на сторонние сайты больше, чем внутренних, 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.

Дублированные ссылки

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

Циклические ссылки

Это такие ссылки, которые ссылаются сами на себя.

Битые ссылки

Произведите поиск таких ссылок с помощью инструмента Xenu.

Сервисы в помощь:

- [Xenu](#), [СайтРепорт](#), [Netpeak Spider](#), [Screaming Frog](#)

Контекстная перелинковка

При добавлении на свой сайт новый контент, вставляйте минимум 1-2 ссылки на важные тематические страницы.

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.

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.

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?](#)

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

Что нужно сделать:

- Отсортировать страницы по количеству входящих/исходящих ссылок;
- Сравнить полученный список со списком важных страниц для продвижения.



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:

- Воспользоваться PageWeight, СайтРепорт или NetPeak Seo Spider;
- Рассчитать распределение веса;
- Перераспределить вес (для удобства используйте Excel).

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.

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 этом нужно помнить.

Навигационная цепочка

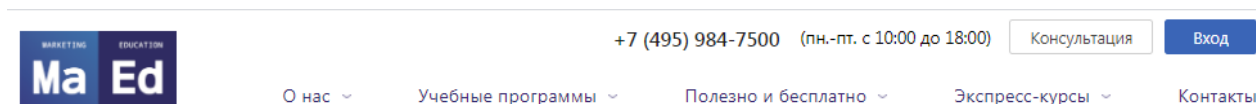
Или, как ее называют специалисты, «хлебные крошки» - помогает пользователю понять, где он находится. При этом главное меню не является навигационной цепочкой.

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.

Контактная информация

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



Товары и цены

Всегда указывайте цену для ваших товаров, даже для тех товаров, где цена зависит от множества параметров.

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.

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.

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;
- 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.

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. 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. 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.



Внешние факторы

Параметрические характеристики домена

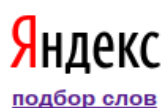
Чтобы измерять динамику роста положения сайта в выдаче поисковых систем, нужно изучить первоначальные показатели сайта по параметрам:

- ИКС
- Возраст домена
- Alexa Rank
- Trust Rank / Domain Rank

Узнаваемость компании в интернете

Что нужно проверить:

- Упоминания компании в интернете;
- Участие в рейтингах;
- Упомятаемость в блогах, новостях;
- Проверка в сервисе Яндекс Вордстат.



[Директ](#) [Справочник](#) [Метрика](#) [Рекламная сеть](#) [Маркет](#) [Бая](#)

completo.ru

По словам По регионам История запросов

Все

Что искали со словом «completo.ru» — 58 показов в месяц

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

Страницы - назад **1** далее -

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 ИКС, трастом, изким спамом. Для оценки ссылочной массы можно воспользоваться сервисом checktrust.

Проверка возрастных характеристик 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 дату 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
nserver:     ns1.activeby.net.
nserver:     ns2.activeby.net.
nserver:     ns3.activeby.net.
state:       REGISTERED, DELEGATED, UNVERIFIED
person:      Private Person
registrar:   REGISTRATOR-RU
admin-contact: https://cp.mastername.ru/domain_feedback/
created:     2008.01.24
paid-till:   2017.01.24
free-date:   2017.02.24
```

Получение ссылок из разных источников

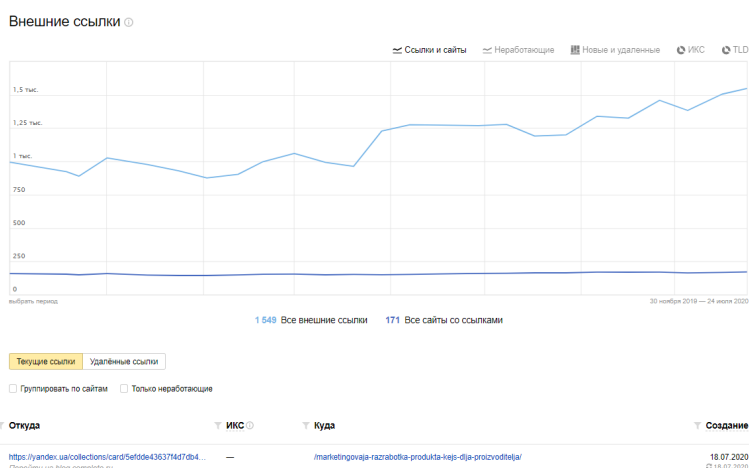
Что нужно сделать:

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

ОРГАНИЧЕСКИЙ ПОИСК	КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА	ВНЕШНИЕ ССЫЛКИ	ИНДЕКС САЙТА
2.1K ПЕРЕХОДОВ В МЕСЯЦ	0 ПЕРЕХОДОВ В МЕСЯЦ	233.4K ССЫЛОК MI СОМАЙН РАНК 39	217 СТРАНИЦ В ИНДЕКСЕ MI
Ключевых запросов 771 Эффективных показов 1.3K	Ключевых запросов 0 Эффективных показов 0	Ссылается доменов 1.8K Ссылается IP 514 Megaindex TrustRank 1.4K Megaindex LinkRank 283.83	Поддоменов 50 Зеркал 0

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.



Данные по ссылкам

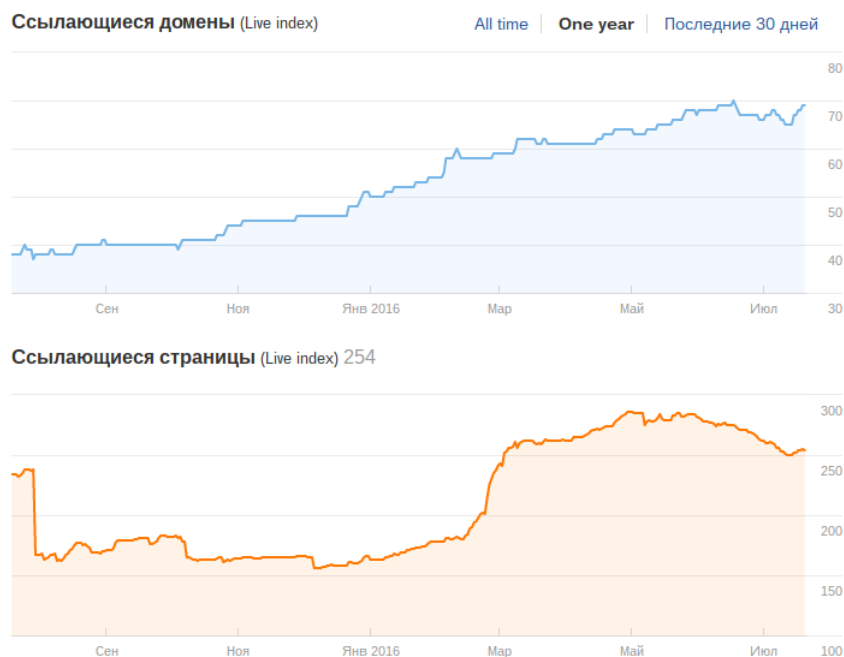
Через сервис проверки <https://checktrust.ru/> получите данные по всей ссылочной массе.

Динамика изменения ссылочной массы

Изучите динамику и скорость изменения ссылочной массы.

Сервисы в помощь:

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



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 Яндексe, Google).

Естественность ссылочного профиля

В недавнем прошлом ссылочную массу создавали с помощью анкорных ссылок в sare, 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.

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.

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.

Коммерческие факторы

Категории, важные для соответствия коммерческого сайта коммерческим запросам:

Информация о компании:

- Контактная информация
- Наличие телефонов (лучше легко запоминающихся)
- 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
- Instagram
- LinkedIn
- YouTube
- Twitter
- Pinterest

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 ecommerce
- Форма заявки
- Возможность онлайн-оплаты
- Поиск по сайту
- Фильтр (возможность выбора товаров по параметрам)
- Поддержка

Разнообразие каналов для связи с поддержкой:

- Телефон, Email
- Skype, 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

Семантическое ядро и трафик

Анализ семантического ядра

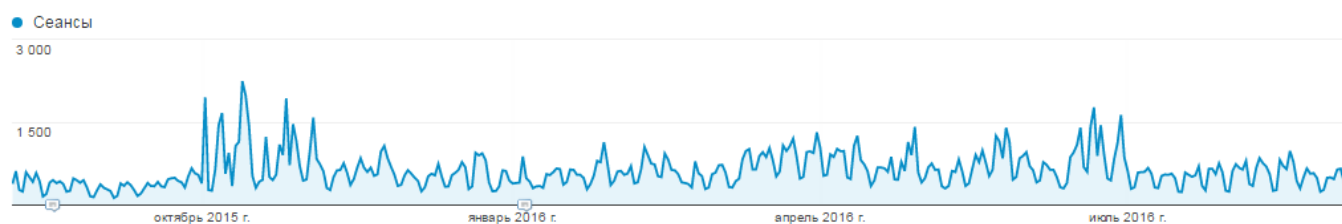
Семантическое ядро должно охватывать максимально возможное количество проблем пользователей и их запросов.

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.

Анализ трафика

С помощью Google Analytics / Яндекс Метрика необходимо определить динамику: органический трафик стабилен, снижается или растет в сравнении с прошлым периодом.



Анализ видимости сайта

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

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 ▾

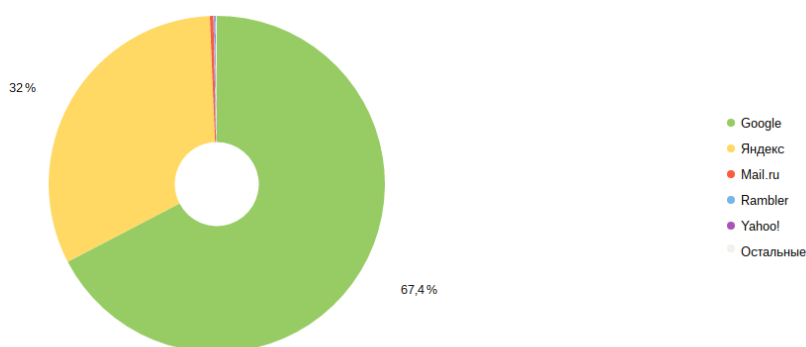
Дополнительный параметр Тип сортировки: По умолчанию ▾ Поиск Ещё...

Default Channel Grouping	Сеансы	Сеансы
	250 547 % от общего количества: 100,00 % (250 547)	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 %

- Сводка
- Отчеты
- Карты
- Вебвизор
- Сегменты
- Настройка

Визиты, в которых (+) для людей, у которых (+)

Визиты



Поведенческие факторы

Проверка статуса поведенческих факторов:

- Показатель отказов (мгновенное закрытие сайта или не 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.

Сеансы

250 288



Пользователи

132 683



Просмотры страниц

558 200



Страниц/сеанс

2,23



Сред. длительность сеанса

00:04:29



Показатель отказов

38,97 %



Новые сеансы, %

52,58 %



Основные особенности:

- Для активации нужен трафик из поиска – с других каналов сигнал учитывается едва заметно

- По НЧ не работают (мало данных о поведении юзеров)

запросно-документные >> документные >> хостовые

- В основном влияют именно запросно-документные ПФ!

- Подключение Яндекс.Метрики и Google Analytics - используем для предоставления ПС более полных данных по поведению пользователя внутри сайта.

Поведенческие факторы бывают

- Внешние – рассчитываются на выдаче (кликковые)

- Внутренние – рассчитываются внутри сайта (посткликковые)

Внешние ПФ – запросозависимые – сильные*

- CTR документа и домена по запросу в органической выдаче (Количество кликов \ количество показов в процентах)*

- Последний клик в органической выдаче*

- Единственный клик в выдаче*

- Возвращение на поиск

- Среднее время до клика по документу (время между кликами),

- Среднее число кликов в выдаче по конкретному запросу

Внутренние ПФ – значительно слабее

- Число длинных кликов (время пребывания превышает 60 с)*

- Доля длинных кликов* (не должна отклоняться от ср. по сайту)

- Число удовлетворенных шагов по запросу (30 сек, затем переход по внутренней ссылке)*

- Среднее число длинных кликов по запросу

- Среднее время пребывания на странице по запросу*

- Среднее время пребывания на странице по всем запросам

- Средняя длина сессии в секундах*

- Общее время пребывания на сайте по всем запросам

(Клики учитываются по конкретным запросам!)

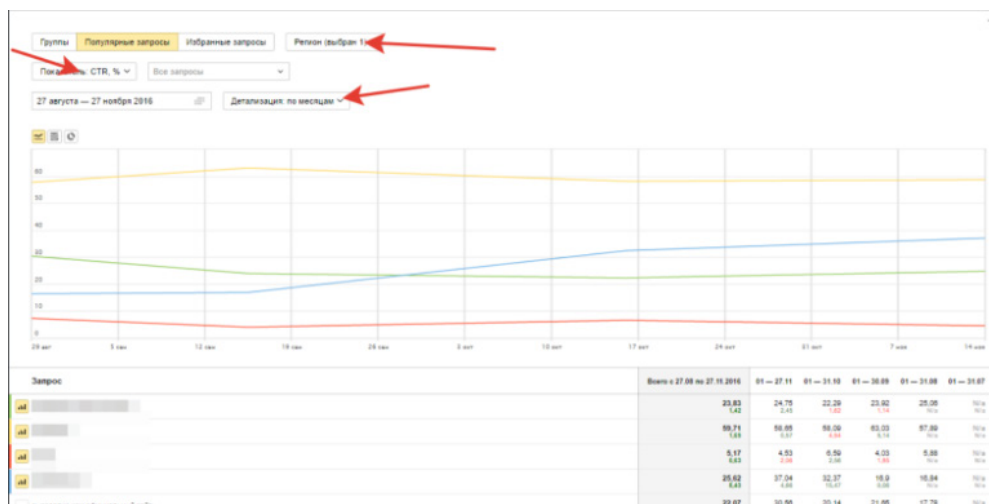
Поведенческие факторы в ПС рассчитываются по большому количеству метрик, индивидуальных для каждой тематики и по данным, известным только поисковой системе. Поэтому адекватно измерить их нереально, степень нашего влияния на ПФ ограничена, но не пытаться их улучшить – нельзя. Работа над поведенческими факторами комплексная, и результат заметен лишь спустя какое то время – быстрых результатов здесь не бывает.

Яндекс Вебмастер

Запрос / URL	Показы	Клики	Позиция	CTR, %
[blurred]	49	21	2,11	42,18
[blurred]	33	16	1,02	48,44
[blurred]	25	6	3,17	21,3
[blurred]	19	10	1,6	52,71
[blurred]	13	1	3,38	2,22
[blurred]	13	1	2,44	5,75
[blurred]	13	2	5,02	10,47
[blurred]	12	3	2,2	18,75

При анализе в первую очередь обращаем внимание на:

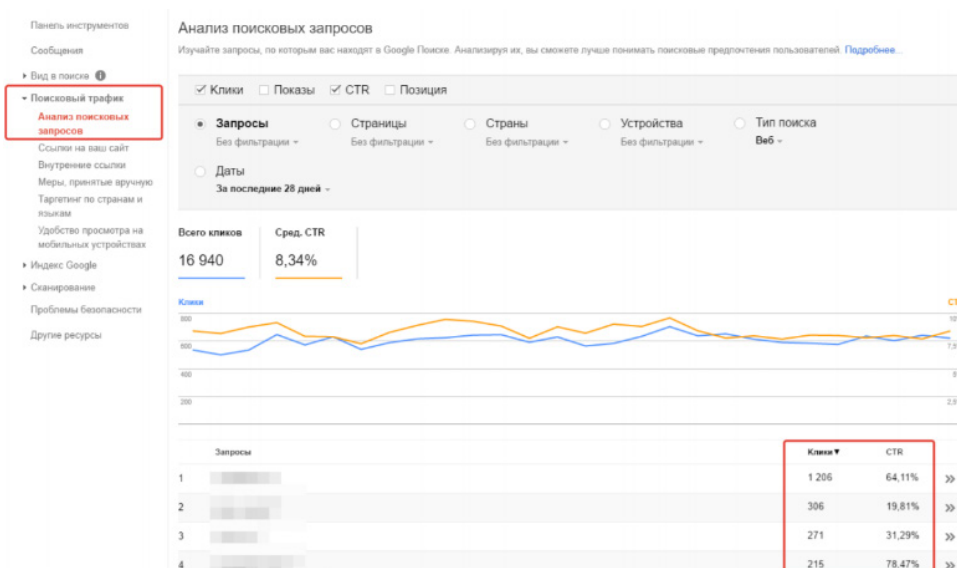
- запросы в топ-10 с большим числом показов и низким CTR;
- запросы с высокой позицией, но низким CTR.



Google Search Console

Анализ:

- Анализируем CTR хостовый
- Отбираем страницы у которых низкий CTR
- Подбираем запросы для таких страниц и оптимизируем сниппет
- Занимаемся шаблонной оптимизацией сниппетов каталожных страниц
- Анализируем нет ли популярных по показам мусорных запросов



Фильтры, АГС, антивирусованность

Минусинск

Некачественная ссылочная масса может послужить причиной наложения этого фильтра. Проверьте его наличие/отсутствие в <https://webmaster.yandex.ru/>

Нарушения на сайте example.com

В разделе представлен список нарушений (разновидностей поискового спама), которые были обнаружены после анализа сайта нашими алгоритмами.

Раздел «Нарушения», как и новая версия Яндекс.Вебмастера, сейчас работает в режиме бета-тестирования, поэтому в списке могут присутствовать не все обнаруженные нарушения. Со временем перечень нарушений будет увеличиваться.

<p>Использование SEO-ссылок</p>	<p>Использование для продвижения своего сайта SEO-ссылок, размещаемых на других сайтах. SEO-ссылки — это ссылки, основной целью создания которых является попытка повлиять на ранжирование в поисковых системах. К таким ссылкам относятся, в частности, ссылки покупаемые с помощью ссылочных бирж и агрегаторов.</p> <p>Подробнее об этом читайте в блоге для вебмастеров.</p> <p>Обычно ограничения действуют ещё несколько месяцев после устранения нарушений.</p>	<p>Позиции сайта в результатах поиска понижены</p>
--	--	--

Я всё исправил

После нажатия этой кнопки алгоритмам будет отправлен сигнал, что сейчас всё исправлено: на сайте нет поискового спама, для продвижения не используются некорректные методы. Если все условия выполнены, то со временем ограничения будут сняты, а информация о нарушениях будет удалена из этого раздела. Нажимать кнопку можно не чаще, чем раз в 31 день

АГС

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

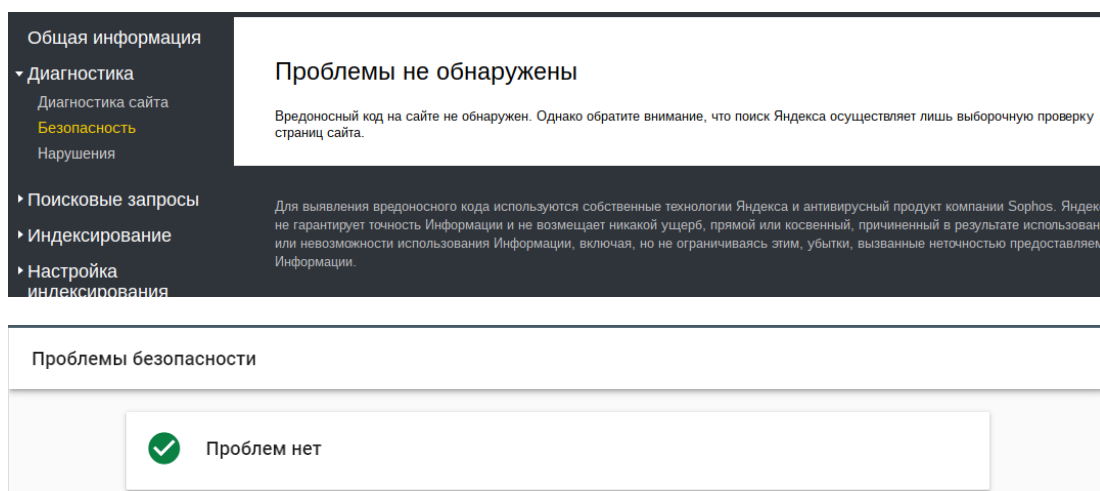
При АГС ТИЦ у сайта - НЕ ОПРЕДЕЛЕН.

Также инструмент проверки: xtool.ru (АГС).

Вирусы, санкции поисковых систем

Если сайт заражен вирусами, то ПС отмечает его соответствующей пометкой и занижает CTR, понижая позиции.

Важно время от времени проверять сайта в Google Search Console (раздел “Меры, принятые вручную” и “Проблемы с безопасностью”) и в Яндекс.Вебмастер (раздел Диагностика -> Диагностика сайта, Безопасность и нарушения) на наличие вирусов, мер, принятых вручную и прочих ошибок, влияющих на продвижение.



Другие фильтры

Кроме вышперечисленных есть и ряд прочих фильтров, которые можно обнаружить с помощью: <https://seolib.ru/tools/pessimization-checker/>. <https://pixelplus.ru/samostoyatelno/stati/prodvizhenie-saytov/sanktsii-poiskovykh-sistem.html>

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](#), так мы учим на курсах в [центре онлайн-образования MaEd](#), и это приводит клиентов к планомерному и постоянному росту продаж.

Удачи в вашей работе!

ЦЕНТР ОБУЧЕНИЯ МАРКЕТИНГУ

Мы делаем упор на практику, системные знания, сложные кейсы.

В основе программ — международные стандарты маркетинга и огромный опыт спикеров.

ТОП курсов MaEd

[Курс «Создание сайта, решающего бизнес-задачи компании»](#) — Много коммерческих сайтов разрабатывается агентствами и студиями без погружения в бизнес, рынок, продукт, аудиторию. Как результат — сайт, который не решает бизнес-задач, не дает конверсии и продаж.

Мы создали курс — единственный в России практический интенсив для руководителей и маркетологов, а не для дизайнеров, проектировщиков интерфейсов или креативщиков. В итоге вы получите мощный набор практических знаний для реальной работы.

[Курс «Директор по digital-маркетингу»](#) — для тех, кто хочет построить отдел интернет-маркетинга и эффективно управлять им. Хороших диджитал-директоров в России единицы. И вы можете стать одним из них.

[Курс «Интернет-маркетинг для b2b и сложных рынков»](#) — для специалистов со сложными продуктами и занятых в сфере b2b. Благодаря курсу вы сможете разобраться в тонкостях интернет-маркетинга применительно к вашей конкретной ситуации.

[Курс «Профессия интернет-маркетолог»](#) - учим смотреть комплексно на маркетинг компании, продукта или услуги, планировать эффективные кампании в интернете, самостоятельно работать с ключевыми каналами продвижения.

Читайте: <https://blog.completo.ru/>

Смотрите:



канал
Маркетинговое
образование

Общайтесь:



vk.com/marketing.education



instagram.com/marketing.education



facebook.com/marketing.education.ru



t.me/tyzhmarketolog



Центр обучения “Маркетинговое образование”

www.maed.ru

+7 (495) 984-75-00