

Общий обзор

В Яндексе, у сайта видимость по более 1000 запросов в диапазоне до ТОП50, в Гугле ~20-30% этих запросов в пределах ТОП50. Каких-либо фильтров на сайт Гуглом не наложено, но есть ряд доработок которые положительно повлияют на результаты в Гугле и Яндексе.

1) Google Analytics, webmasters tools, places

Добавьте на сайт счетчик Гугл Аналитикс, аналитику можно смотреть и в Метрике, но у вас нормальные поведенческие факторы у трафика из поисковых систем, пусть об этом подробнее узнает Гугл.

Создайте аккаунт в инструментах для вебмастеров от Гугла (webmaster.google.com) будет понятнее картина индексации и положения сайта в Гугле, так же, туда могут приходить важные сообщения об внешних ссылках, индексации и фильтров Гугла.

Если для вас важен именно регион Москва, то добавьте сайт в Google Places, ваш сайт будет привязан к конкретному региону в Гугле и он будет лучше ранжироваться для посетителей из Москвы.

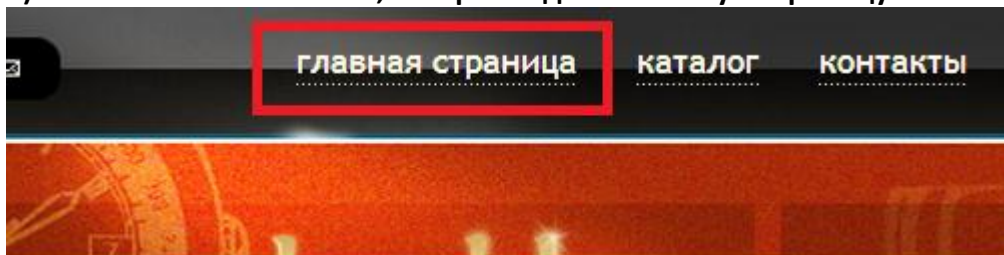
Если же вас интересуют более широкий охват, то привязываться к конкретному городу не стоит.

2) Копия главной страницы

Есть копия главной страницы <http://baselshop.ru/index.php>

Установите с этой страницы 301й редирект на главную страницу, чтобы исключить дублирование.

3) Измените текст ссылки, которая ведет на главную страницу:



Эта ссылка кликабельна и передает вес, если ее анкорный текст будет с продвигаемы запросом («часы» или «копии часов»), то видимость этого запроса сможет улучшиться, подберите такую фразу, чтобы навигация по сайту была понятна и одновременно использовались продвигаемые запросы.

4) ЧПУ УРЛы

Некоторые разделы сайта в УРЛе имеют название марки, например:

http://baselshop.ru/catalog/browse-zenith_watch-all.html

Другие только цифры, например:

<http://baselshop.ru/catalog/browse-19-all.html>

Сделайте ЧПУ УРЛы для всех разделов, это повысит их релевантность по запросам с названием марки.

5) Заголовки h1

У страниц из раздела «Каталоги часов» не заголовков h1

Эти заголовки хорошо влияют на релевантность,

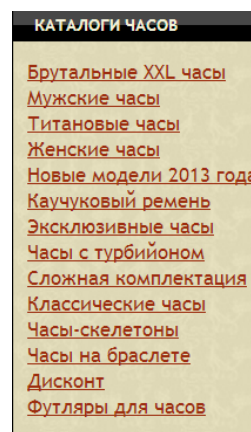
Сделайте заголовки для этих страниц, с употреблением продвигаемых фраз,

Желательно чтобы h1 – не дублировали title.

Также заголовков нет у страниц вида:

<http://baselshop.ru/pages/...>

Для них по тому же принципу сделайте заголовки.



6) Заголовки страниц /news/

У всех статей на страницах /news/ один и тот же заголовок h1 – «Статьи о часах»
Сделайте эти заголовки разными и уникальными.

7) Длина тегов title

У ряда страниц очень длинные теги тайтлы, они могут хуже ранжироваться, стремитесь делать тайтлы не более 100 символов, а еще лучше до 64 символов, столько символов видно в поисковой выдаче, привлекательное содержание тайтлов – лучше кликается.

Во вложение таблица со страницами у которых нужно сократить тайтлы в первую очередь.

8) Неуникальные тексты

У страниц с описанием часов – неуникальные тексты, которые встречаются на других сайтах. Гугл очень чувствителен к уникальности и может плохо ранжировать страницы именно по этой причине. Сделайте уникальные тексты, описания часов, которые будут и полезны посетителям.

9) Внешние ссылки

В текущем ссылочном профиле небольшая доля безанкорных ссылок. Такие ссылки с большей вероятностью могут быть восприняты как естественные и оказать положительное влияние.

Добавьте внешних ссылок на главную и на другие продвигаемые страницы с такими вариантами анкоров:

<http://baselshop.ru>

baselshop.ru

Baselshop

http://baselshop.ru/news/unikalnie_chasi_only_watch.html (для каждой страницы свой УРЛ)

тут

сайт

на сайте

здесь

магазин

и т.п.

Также стремитесь к тому, чтобы ссылок с 1 словом было больше, сайты развивающиеся естественными ссылками, имеют однословных ссылок больше всего. Сайты которые продвигают покупными, имеют больше всего ссылок в 3-4 слова, поисковики это легко различают.

10) Google+

На страницы с товарами, добавьте кнопки «поделиться в google+» - аудитории там практически нет, но Гугл учитывает лайки и ссылки из Гугл+.

Достаточно недорого можно покупать лайки и ссылки в соц.сетях в этом сервисе

<http://forumok.com/>

Ставьте ссылки из Гугл+ и делайте задания на шаринг и кликанье кнопки «поделиться», все это можно настроить в Форумке. Как часто и как интенсивно, заранее не подсчитать, начните с 5-10 ссылок в 2-3 дня, далее от результатов регулируйте.

Пункты проверяемые во время аудита

В аудите указываются и описываются только те пункты, в которых есть проблемы или возможно что-то доработать, проверка идет по широкому перечню возможных проблем, основные из них:

1. Скомпоновать ключевые фразы
 - 1.1 Сгруппировать ключевые слова в категории и подкатегории
 - 1.10 Создать схематическое дерево сайта
 10. Оптимизировать структуру сайта
 - 10.1 Сайт состоит преимущественно из html
 - 10.10 Любая страница доступна с главной максимум в два клика
 - 10.3 На важные разделы сайта размещена ссылка с главной страницы
 - 10.4 Использовать хлебные крошки
 - 10.5 Создать sitemap.xml
3. Оптимизировать адреса страниц
 - 3.1 В адресе страницы отразить структуру сайта
 - 3.10 ЧПУ для адресов внутренних страниц
 - 3.3 Небольшая длина URL внутренних страниц
4. Оптимизировать индексацию сайта
 - 4.1 Размер html-кода не превышает 100-1000 килобайт
 - 4.10 Скорость загрузки страницы не превышает 3-5 секунд
 - 4.3 Используемый флеш не содержит важный для индексации контент
 - 4.4 Отсутствуют фреймы
 - 4.5 В html-коде страницы нет лишнего мусора
 - 4.6 Серверные логи, админ. панель и поддомены с тестовой версией сайта закрыты от индексации
 - 4.7 На страницах прописана соответствующая кодировка
5. Избавиться от дублей
 - 5.1 Выбрать основное зеркало (с www или без)
 - 5.10 Настроить файл robots.txt
 - 5.3 Для Яндекса основной хост прописать в robots.txt
 - 5.4 Главная страница не доступна по адресу /index.php или /index.html
 - 5.5 Движок сайта не генерирует сессионных переменных в& адресе страниц
 - 5.6 Старые адреса редиректят посетителей на новые страницы
 - 5.7 Используется rel=canonical
 - 5.8 Несуществующие страницы выдают 404 ошибку
 - 5.9 Пользователи и роботы видят одинаковый контент
 - 5.10 Используется надежный хостинг!
 - 5.11 Сайт зарегистрирован в панели для вебмастеров
6. Оптимизировать заголовки title
 - 6.1 Длина заголовка не более 70 символов
 - 6.10 Отобразить в title содержимое страниц
 - 6.3 Заголовки сделать привлекательными для клика
 - 6.4 Использовать в title ключевые слова
 - 6.5 Важные слова вставлять в начале заголовка
 - 6.6 Title является уникальным в пределах сети
7. Оптимизировать сниппеты
 - 7.1 Текст в meta description не более 130 символов
 - 7.10 Описание составлено так, что привлекает внимание и побуждает пользователя к действию
 - 7.3 В описании присутствует ключевое слово
 - 7.4 Использовать микроразметку данных
8. Оптимизировать контент
 - 8.1 Использовать уникальный контент, удобный для чтения
 - 8.10 Вставить ключевые фразы в H1-H6
 - 8.3 Ключевая фраза встречается в тексте
 - 8.4 Отсутствует невидимый текст
 - 8.5 Отсутствуют дубли контента
 - 8.6 Ключевые слова используются в атрибуте alt (при наличии изображений)
 - 8.7 Отсутствует всплывающая реклама, закрывающая основной контент
 - 8.8 Текст на странице состоит из минимум 1050 слов
9. Оптимизировать внутренние ссылки
 - 9.1 На страницы имеется переход хотя бы по одной текстовой ссылке
 - 9.10 Число внутренних ссылок на странице не более 900
 - 9.3 Использовать ключи во внутренних ссылках
 - 9.4 Основная навигация доступна поисковым роботам, не использующим javascript
10. Модерировать исходящие ссылки

- 10.1 Количество внешних исходящих ссылок минимально
- 10.2 Нерелевантные и немодерируемые исходящие ссылки закрыты в rel=nofollow
- 10.3 Размещаемые посетителями ссылки модерируются
- 10.4 Отсутствует линкопомойка
- 10.5 Отсутствует обмен ссылками
- 11. Разместить обратные ссылки на сайт
- 11.1 Проверить количество обратных ссылок, поставить цель к их увеличению
- 11.2 Использовать ключевые слова во внешних ссылках
- 11.3 Использовать уникальные ссылки
- 11.4 Есть ли ссылки с сайтов подобной тематики?