

## Аудит <http://dizayn-saytov.ru/>

### 1) Зеркала WWW

Сайт доступен как с [www](http://www.dizayn-saytov.ru/) так и без. В Яндексе он проиндексирован без [www](http://www.dizayn-saytov.ru/), а в индексе Гугла есть страницы с [www](http://www.dizayn-saytov.ru/) и без <http://u.to/ПаоКВА>, это объясняет почему в индексе Гугла больше страниц. Нужно склеить зеркала, главным стоит выбрать зеркало без [www](http://www.dizayn-saytov.ru/), так как в Яндексе сайт уже проиндексирован таким образом.

Для склейки нужно:

- Поставить 301й редирект со страниц с [www](http://www.dizayn-saytov.ru/), на страницы без
- В вебмастерах Яндекса и Гугла установить главное зеркало без [www](http://www.dizayn-saytov.ru/)
- Создать файл `robots.txt` где явно указать основное зеркало. Содержание для файла `robots.txt`:

```
User-agent: *
Allow: /
Host: dizayn-saytov.ru
```

Все внутренние ссылки нужно настроить так, чтобы они были без [www](http://www.dizayn-saytov.ru/), те которые ведут на главную и все остальные



### 2) Копия главной

В индексе есть страница <http://dizayn-saytov.ru/main/>, которая является копией главной.

Нужно поставить с нее 301й редирект на главную, чтобы она не размывала вес. Проверить, не формируются ли на нее ссылки в CMS. Дополнительно ее можно закрыть от индексации в `robots`

```
User-agent: *
Allow: /
Disallow: /main/
Host: dizayn-saytov.ru
```

### 3) Sitemap

Нужно сгенерировать файл `sitemap.xml`, в котором будут все страницы сайта важные для посетителей (без служебных, админ страниц)

Добавить Сайтмеп в вебмастера Яндекса и Гугла и в ссылку в `robots.txt`:

```
User-agent: *
Allow: /
Disallow: /main/
Host: dizayn-saytov.ru
Sitemap: http://dizayn-saytov.ru/sitemap.xml
```

### 4) Файл robots.txt

В индексе нет служебных страниц сайта, а на сайте не обнаружено ссылок на страницы которые не должны попасть в индекс, если такие страницы будут появляться, то их нужно будет закрыть от индексации, а пока финальная версия файла `robots.txt` будет такая:

```
User-agent: *
Allow: /
Disallow: /main/
Host: dizayn-saytov.ru
Sitemap: http://dizayn-saytov.ru/sitemap.xml
```

### 5) Региональное ранжирование

Яндекс

В Яндексе сайту присвоен регион Россия, это неплохо, сайт может ранжироваться по Питеру, Твери и другим регионам России. Но в питерской или тверской выдаче, по геодезическим запросам, например «дизайн сайтов», предпочтения может отдаваться сайтам, у которых присвоен более

точный регион, Петербург или Тверь. С других регионов особо переходов нет, это естественно, тяжело конкурировать в региональной выдаче, поэтому стоит сузить региональный таргетинг на Петербург и Тверь.

Так как есть адреса и местные телефоны в Петербурге и Твери, то можно написать письмо в Яндекс Каталог, о присвоение сайт соответствующих регионов, в подтверждение указать наличие реальных офисов с адресами и телефонами в этих регионах.

В настройках Яндекс Вебмастера, в географии сайта добавить организация с адресов Петербурге, соответственно добавить ее в Яндекс Справочник и Карты.

Гугл

У Гугла нет явно выраженной региональной выдачи, но при геоинформационных запросах предпочтение отдается сайтам с того региона, откуда был запрос. Для лучшего ранжирования в Гугле нужно, добавить на сайт счетчик Google Analytics, зарегистрироваться в Гугл Вебмастере, добавить офисы в Питере и Твери в сервис Гугл Адреса и Гугл карты. (Там возможно подтверждение, отправляют письмо с кодом по почте, на указанный почтовый адрес)

## **6) Существующие внешние ссылки**

Все внешние ссылки которые удалось обнаружить, ведут на главную страницу сайта, по запросам «разработка сайтов» и «создание сайтов». Существует значимая ссылочная масса, поэтому далее рассматриваем релевантность страниц сайта, с учетом что эти 2 важных запроса, оба собраны на главной странице.

## **7) Главная страница. Релевантность. Переспам.**

Сложность в том, что на главную собрали много запросов, создание и продвижение и разработка. Логичнее было бы продвижение выделить на отдельную страницу, но уже стоит много ссылок с соответствующими анкерами на главную, поэтому стремимся все эти запросы уместить на 1 странице.

Title = «Создание сайтов в Твери, разработка сайтов в Твери, продвижение сайтов в Твери, создание сайтов в Санкт-Петербурге, разработка сайтов в Санкт-Петербурге, продвижение сайтов в Санкт-Петербурге: выбирай Инсайт Студио!» - постарались употребить все конкурентные запросы, но с таким тайтлом есть риск быть пессимизированным за переспам. После того как в Яндекс Каталоге сайт получит регионы Петербург и Тверь, можно опустить частое включение этих запросов в тайтл.

Также поисковики уже хорошо различают синонимы и по запросу «разработка ...» показывают и разработку и создание сайтов. Поэтому вариантов обновленного тайтла может быть несколько:

- «Разработка и продвижение сайтов в Санкт-Петербурге и Твери: выбирай Инсайт Студио!»

- «Создание и разработка сайтов, продвижение сайтов в Санкт-Петербурге и Твери: выбирай Инсайт Студио!»

- «Создание и продвижение сайтов: выбирай Инсайт Студио!»

Все варианты по своему будут более релевантны для определенных запросов, однозначно не ответить какой лучше, тут уже стоит ориентироваться на ваше основное направление, создание или продвижение. Также стоит учитывать что тайтл – самый крупный и заметный элемент в сниппете, стоит его делать с учетом того, чтобы он был интересен для клика пользователям. Слишком длинные, заспамленные тайтлы, хуже кликаются.

Description – в целом нормальный, но после получения регионов, стоит отказаться от включения регионов в текст тега, так как он должен быть «продающим», интересны для клика, а когда в нем и Петербург и Тверь, могут возникать сомнения у пользователя, в каком регионе работает компания?

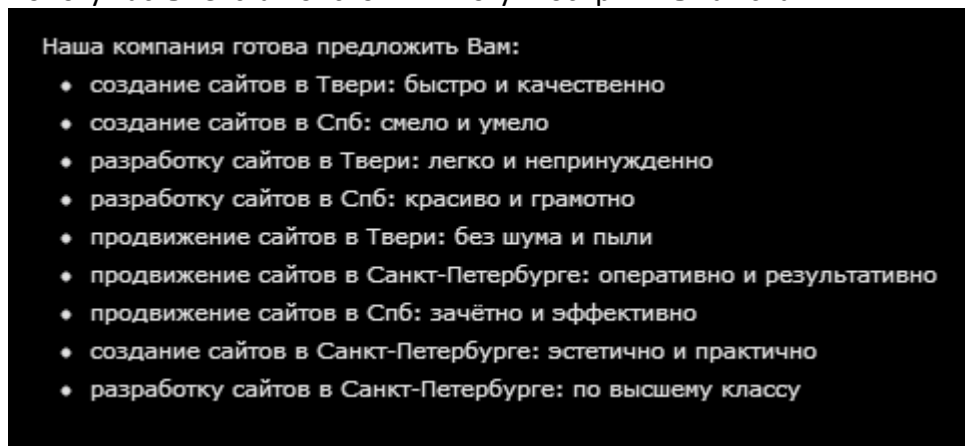
H1 = «Создание сайтов в Спб, Создание сайтов в Санкт-Петербурге Создание сайтов в Санкт-Петербурге: качественно» - тоже как и тайтл, стоит упростить. Например: «Создание сайтов в Санкт-Петербурге и Твери качественно»

Расположить h1 нужно выше тегов h2 и h3.

В тегах h2 и h3 – стоит употребить важные фразы, но по 1 разу, без спамности, чтобы они отражали структуру текста, как более детальное описание услуг.

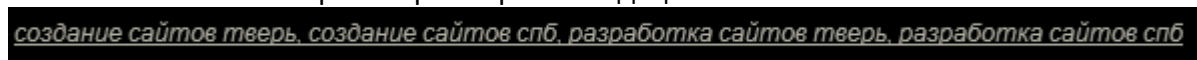
Текст главной страницы: нужно стремиться сделать текст легко читаемым, опустить частое употребление Петербург и Тверь, после присвоения регионов, такой потребности не будет, но текст можно сделать более элегантным. Также стоит отказаться от частого выделения ключевых фраз жирным. Достаточно это сделать в одном месте, где это уместно.

Вот эту часть текста поисковики могут воспринять как спам



Можно сделать список где по 1 разу сказать о ваших услугах, без упоминания регионов.

Вот эта ссылка также противоречит рекомендациям поисковиков:

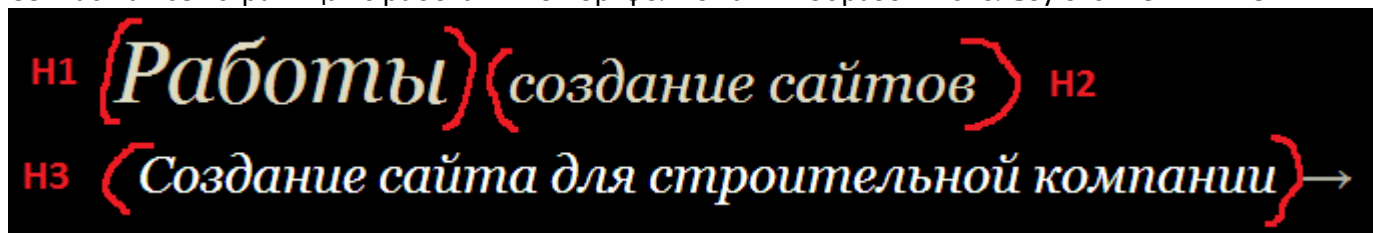


Не логично, когда страница ссылается сама на себя, разнообразные тексты ссылок можно получить, поставив ссылки с других страниц сайта (что у вас уже частично встречается) и не использовать перечисление через запятую.

## 8) Другие страницы сайта

Тайтлы всех страниц должны быть разнообразны, это реализовано. Теги h1 тоже необходимо сделать уникальными, они должны отражать основное содержание страницы и быть разнообразными.

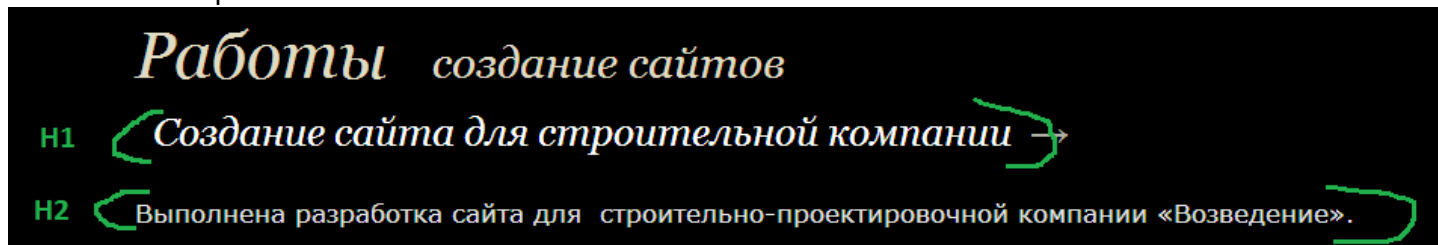
Сейчас на всех страницах с работами из портфолио таким образом используются теги h1-h3:



В итоге у всех страниц теги h1 и h2 одинаковые, хотя содержание и смысл страниц разнообразный.

Эти теги стоит использовать как иерархию описывающую смысл каждой отдельной страницы и содержание этих тегов будет отличаться у страниц, так как они о разном.

Стоит таким образом использовать теги:



Если на странице будут более мелкие подразделы, то для них можно применять h3. Это использование тегов h1-h3 относится и к страницам с услугами и клиентами.

## 9) Страница 404

Страница 404 оформлена, предлагается перейти на существующие страницы сайта – это хорошо, но ссылки с нее не работают. Нужно настроить, чтобы с 404 страницы можно было попасть на рабочие страницы сайта.

## 10) Рекомендации по продвижению

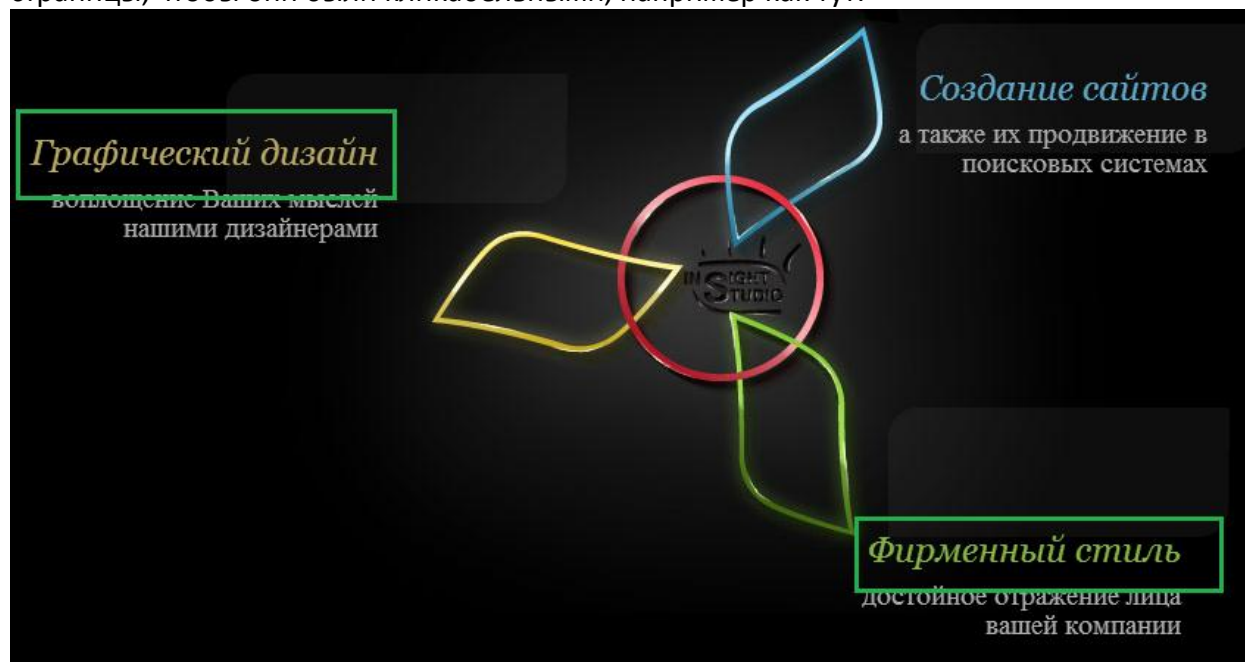
Тематика достаточна большая, пока у вас активно продвигается только главная страница, а есть еще масса услуг которые можно продвигать. Например: верстка, дизайн, фирменный стиль и т.д. Все эти страницы должны иметь уникальные и интересные тексты, теги и желательно визуальный контент с примерами и т.п. Нужно исключить разные страницы об одном и том же, например «фирменный стиль»:

[http://www.dizayn-saytov.ru/raboty/firmennyji\\_stil/](http://www.dizayn-saytov.ru/raboty/firmennyji_stil/)

[http://www.dizayn-saytov.ru/uslugi/fir\\_stil/](http://www.dizayn-saytov.ru/uslugi/fir_stil/)

По логике это должна быть 1 страница, на ней может быть текст а за ним примеры работ.

Для таких страниц с услугами, которые подойдут для продвижения, стоит сделать ссылки с главной страницы, чтобы они были кликабельными, например как тут:



То есть страницы с продвигаемыми услугами, желательно сделать в 1 клике от главной страницы.

## 11) Внешнее ссылки

На данный момент внешний ссылочный профиль выглядит таким образом: большая доля ссылок с анкорным текстом 3 и более слова и много одинаковых анкоров.

3 и более слова в анкоре – это признак больше продажной ссылки, сайты с естественным ссылочным профилем, имеют больше всего ссылок в 1 слово.

Стоит стремиться увеличить долю ссылок в 1 слово и безанкорных ссылок, это может быть урл сайта <http://dizayn-saytov.ru/> или ссылка такого вида: dizayn-saytov.ru, а также: сайт, тут, здесь, компания и т.п. Также стоит разнообразить варианты входящих анкорных текстов.

При продвижение дополнительных страниц с услугами, начать проставлять ссылки и на них.

## 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?