



Поисковый аудит сайта

Дата создания 28.12.2014
Дата изменения 07.02.2015

Наименование отчета	Заключение по экспресс аудиту сайта
Инициатор	
Объект исследования	http://www. [REDACTED] .ru/
Условия исследования	Внешний доступ (без доступа к статистике сайта)

Содержание

1. ВВЕДЕНИЕ	3
1.1. Общий обзор факторов ранжирования домена – см. в приложениях.....	3
1.2. Присутствие в БД поисковиков	3
1.2.1 Количество страниц сайта	3
1.2.2 Присутствие в Yandex.....	3
1.2.3 Присутствие в Google	3
1.3. Ключевые слова	3
1.3.1 Сравнение видимости сайта и конкурентов	3
1.3.1.1 Позиции сайта и конкурентов в Yandex по Подольску	4
1.3.1.2 Выводы сравнения с конкурентами	4
1.4. Внешние ссылки на сайт в сравнении с конкурентами	4
1.4.1 Выводы по сравнению ссылочной массы сайта со ссылочной массой конкурентов	5
1.5. Оценка релевантности страниц сайта ключевым словам	5
1.5.1 Заголовки страниц.....	6
1.5.2 Использование описания страниц (мета тег description)	6
1.5.3 Использование описания ключевых слов для страниц (мета теги keywords).....	6
1.5.4 Использование H1.....	6
1.5.5 Использование ключевых слов	6
1.5.5.1 Использование картинок	6
1.5.6 Контент на страницах	6
1.5.6.1 Дублирования контента за счет неверной адресации	6
1.5.6.2 Разное.....	7
1.5.7 Активность в социальных сетях	7
1.6. Выводы.....	7
1.6.1 Примерная стоимость, сроки оплаты и результат	7
1.6.2 Результат работ.....	8
1.6.3 Что дальше?.....	8
1.7. Приложения:	8

1. Введение

Ниже перечислены проблемы различного характера (технические, поисковые и т.п.) решение которых необходимо для эффективного привлечения потенциальных клиентов из поисковиков (Yandex, Google, Mail.ru и др.)

Выполнение рекомендаций, выделенных красным цветом, считается критичным для последующего продвижения сайта.

Выполнение рекомендаций, описанных обычным, основным цветом документа, считается рекомендательным, исправить которые целесообразно, но не критично с точки зрения дальнейшего продвижения сайта.

Все рекомендации основаны на полученных данных анализа целевого сайта и сайтов конкурентов, приведенных в приложениях

1.1. Общий обзор факторов ранжирования домена – см. в приложениях

1.2. Присутствие в БД поисковиков

В анализе сайта рассматриваются следующие поисковики:

- Yandex – занимает примерно 60% поиска в Рунете;
- Google - занимает примерно 30% поиска в Рунете;
- Mail.ru - занимает примерно 8% поиска в Рунете (в предварительном анализе не использовался);

Все остальные поисковики на данный момент для продвижения в Рунете не представляют интереса, т.к. объемы поиска для Рунета в них не сопоставимы с указанными.

1.2.1 Количество страниц сайта

Мало страниц - рекомендуется увеличение

1.2.2 Присутствие в Yandex

Нормально

1.2.3 Присутствие в Google

– 1 страница - очень критично! Необходимо разбираться с отсутствием страниц в индексе Google

1.3. Ключевые слова

Для предварительного анализа были выбраны 20 ключевых слов (в соответствии с тематикой страниц сайта) и был произведен анализ видимости сайта и анализ сайтов ближайших конкурентов (находящихся в этом же регионе и попадающих в поисковую выдачу по указанным ключевым словам) по этим поисковым словам.

Использованные ключевые слова не отражают полностью деятельность компании, но достаточно однозначно характеризуют текущее состояние сайта с точки зрения его продвижения в сети.

1.3.1 Сравнение видимости сайта и конкурентов

Сайт находится на 2 месте среди исследованных (из 3-х исследуемых). При этом, эффект достигнут только за счет локального поиска в Подольске в Yandex. Но даже по этим данным сайт отстает от лидера почти в 18 раз (1% против 18% у лидера).

Если же посмотреть на более глобальный поиск в разных поисковиках, то результат будет значительно хуже (см. ниже).

При исследовании не рассматривались сайты-конкуренты из других регионов, но попадающие в поисковую выдачу по исследуемым ключевым словам в виду того, что в первую очередь стоит

Параметры	www.████████.ru	████████	
-----------	-----------------	----------	--

ставить задачу обхода локальных конкурентов (относимых к региону Подольска).

Сравнение видимости сайта и конкурентов (графика)

1.3.1.1 Позиции сайта и конкурентов в Yandex по Подольску

Сравнение позиций в Yandex для пользователя из Подольска (Яндекс определил, что пользователь входит в сеть из Подольска и выставил в поиске принадлежность пользователя к Подольску). Это наиболее вероятный вариант для пользователя, входящего в интернет в Подольске.

Из 20 ключевых слов только по 3-м сайт попал в ТОП-50, но позиции на 3-ей странице выдачи практически лишают сайт трафика (посетителей) даже по этим ключевым словам.

1.3.1.2 Выводы сравнения с конкурентами

Выявленное отставание от лидера в локальном поиске (в Месте расположения компании) почти в 18 раз и стремящаяся к 0 видимость сайта при расширении поиска (выход в ближайшие населенные пункты) говорит о том, что сайт практически не выполняет свои задачи. Судя по внешним данным, посещаемость сайта из поискового трафика стремится к 0.

Необходима оптимизация страниц сайта, наращивание ссылочной массы, наращивание внешних сигналов (упоминание в социальных медиа) как минимум.

1.4. Внешние ссылки на сайт в сравнении с конкурентами

На сайт ведут только 8 внешних ссылок (2 действующие, 6 – в последующем не откликнулись).

При этом, у конкурента их значительно больше - всего 227 ссылок. При этом, много ссылок как плохого качества, так и вполне неплохих.

Всего обратных ссылок	1	181	
Всего доменов ссылок	1	100	
IP-адреса	1	90	
Всего С-блоков	1	80	
Dofollow-ссылки	1	144	
Домены ссылающиеся с главной стр.	0	0	
Основной TLD	100% .ru	81% .ru	
Основная Страна	100% Россия	59% Россия	
Текстовые ссылки	100%	99%	
Анкоры	1	49	
Ключевики	7	59	
URL анкоров	1	19	

1.4.1 Выводы по сравнению ссылочной массы сайта со ссылочной массой конкурентов

Сайт практически не имеет ссылочной массы и как следствие, имеет низкие показатели посещаемости. Без наращивания ссылочной массы, как одного из серьезных факторов ранжирования в поисковой выдаче, достижение хороших позиций в поисковой выдаче невозможно.

Для того, что бы достигнуть и обойти конкурентов, необходимо «прикупить» не менее 150...200 ссылок в течении 6...8 месяцев. При средней стоимости ссылки 200 рублей, прямые затраты за весь период наращивания ссылочной массы могут составить около 40000 рублей (т.к. процесс наращивания ссылочной массы растянут во времени, то вполне возможно, что хороших результатов удастся добиться раньше и с меньшими затратами).

1.5. Оценка релевантности страниц сайта ключевым словам

Отсутствие реального списка ключевых слов, отсутствие распределения этих слов по большинству страниц сайта, и приведенные результаты исследования видимости сайта в различных поисковиках

по небольшому спектру ключевых слов (см. п.1.3.1) делает бессмысленным анализ конкретных страниц на конкретные ключевые слова (и без анализа видно, что релевантность будет стремиться к 0). Т.е. страницы сайта слабо релевантны той информации, которая на них приведена и «по которой» их должны находить (выдавать) поисковики на запросы пользователей.

Поэтому, приведем только общие замечания, относящиеся ко всем страницам.

1.5.1 Заголовки страниц

Необходимо прописать заголовки страниц фразами, содержащими ключевые слова и оптимизировать их. Так же необходимо решить все отмеченные в анализе проблемы (дублирование заголовков и т.п.)

1.5.2 Использование описания страниц (мета тег description)

Необходимо у всех страниц заполнить тег Description, ликвидировать дублирование содержимого мета тега description и добиться его уникальности. Размер заголовка, в среднем, не должен превышать 70 символов и должен состоять из привлекательного текста, содержащего ключевые слово(а). Содержимое мета тега description должно соответствовать тексту страницы и содержать ключевые слова, используемые в тексте страницы. Содержимое тега необходимо оптимизировать.

1.5.3 Использование описания ключевых слов для страниц (мета тег keywords)

Необходимо у всех страниц заполнить тег Keyword. Содержимое мета тега keywords должно соответствовать ключевым словам, используемым в тексте страницы. Содержимое тега необходимо оптимизировать.

1.5.4 Использование H1

Необходимо на всех страницах заполнить тег H1 текстом, содержащим ключевую фразу и оптимизировать.

1.5.5 Использование ключевых слов

Необходимо оптимизировать использование и выделение ключевых слов в тексте страниц (теги: и <a>)

1.5.5.1 Использование картинок

Необходимо в атрибут ALT картинок прописать фразы, содержащие ключевые слова и оптимизировать их содержание.

1.5.6 Контент на страницах

Необходимо приблизить текст на страницах к уникальному (сделать его рерайтинг) и распределить текст по страницам, в соответствии с распределением ключевых слов.

1.5.6.1 Дублирования контента за счет неверной адресации

Необходимо устранение дублирования контента за счет такой адресации. Если это следствие использованных модулей CMS, то по-видимому целесообразно запретить индексирование

ненужных страниц в robots.txt и при необходимости, на уровне http сервера (.htaccess) поставить переадресацию с кодом 301.

1.5.6.2 Разное

Нет

1.5.7 Активность в социальных сетях

Необходимо завести аккаунты в социальных сетях и проявлять в них активность. Так же необходимо получить сигналы из социальных сетей на страницы сайта.

1.6. Выводы

Состояние сайта не рационально. Для такого состояния сайта бессмысленно приводить анализ всех страниц сайта, т.к. оно в этом состоянии это не имеет решающего значения.

Для сайта необходимо проделать следующие работы (в порядке очередности):

1. Создать семантическое ядро (подобрать необходимые ключевые слова для продвижения исходя из списка предлагаемые услуг и товаров, и распределить их по страницам) для создания новой структуры сайта
2. Продумать структуру сайта и систему навигации исходя из созданного семантического ядра и потребностей клиентов. А так же сделать понятным для клиента его место нахождения (показать навигационную цепочку, так называемые «Хлебные крошки»).
3. Убрать всю лишнюю информацию с целевых страниц (если страница посвящена какой то теме, то ничего другого на ней быть не должно).
4. Реализовать побуждающие действия для клиента (сделать заказ, заказать звонок и т.п.)
5. Решить все технические проблемы сайта
6. Провести поисковую оптимизацию страниц сайта в соответствии с созданным семантическим ядром
7. Провести работы по наращиванию ссылочной массы и социальных сигналов
 - a. Произвести покупку ссылок
 - b. Разместить каталог ссылок и производить осторожный и неторопливый обмен ссылками с различными значимыми партнерами, большинство из которых должны иметь отношение к профилю деятельности компании
 - c. Активизировать присутствие в социальных сетях. Для этого необходимо завести аккаунты в различных социальных сетях (vk.com, twitter.com, facebook.com, google+ и др.) и осуществлять регулярные посты в сети (хотя бы раз в неделю).

1.6.1 Примерная стоимость, сроки оплаты и результат

Примерная общая стоимость работ по продвижению за 6 месяцев составляет:

- Наращивание (покупка) ссылочной массы и социальных сигналов - [REDACTED]
- Работы по наращиванию ссылочной массы и социальных сигналов - [REDACTED]
- Оптимизация структуры сайта и поисковая оптимизация страниц сайта - [REDACTED]

Планируемый срок работы – 6 месяцев

Примерный график оплаты:

- 1 месяц [REDACTED] (аванс на оптимизацию сайта + [REDACTED] на покупку ссылок и социальных сигналов и работу)
- С 2-ого по 4 месяц – по [REDACTED] ежемесячно (на покупку ссылок и социальных сигналов и работу) – всего за 3 месяца [REDACTED]
- 5 месяц [REDACTED] (1 [REDACTED] повторную оптимизацию страниц сайта + [REDACTED] на покупку ссылок и социальных сигналов и работу)
- 6 месяц [REDACTED] (1 [REDACTED] конечная оптимизация сайта + [REDACTED] на социальные сигналы на 6 месяцев вперед)

1.6.2 Результат работ

Гарантируется естественный среднедневной поисковый трафик по ключевым словам – от 200 до 300 посетителей в день (расчет производится за недельный период, т.к. посещаемость как правило колеблется в зависимости от дня недели). В случае не достижения нижнего предела, работы будут продолжаться за счет исполнителя до получения указанного результата.

1.6.3 Что дальше?

После проведения работ достигнутые результаты будут сохраняться несколько месяцев, а затем постепенно начнут падать, т.к. продвижение сайта – это борьба (даже можно сказать, война) оптимизаторов, и если сайт не «поддерживать» регулярно, то скорее всего кто-то другой начнет в этой борьбе обходить. Поэтому, если вы хотите сохранить полученные позиции и наращивать результат далее, то работы по продвижению сайта необходимо проводить постоянно. Как минимум, целесообразно для такого регионального сайта проводить небольшие работы по покупке ссылок и социальных сигналов. Так же, необходимо увеличивать количество страниц на сайте (например, выполненные работы, тематические сообщения/заметки и т.п.) Список этих работ и их стоимость, в общем, соответствует работам, планируемым во 2,3 и 4 месяц работам (см. предыдущий раздел 1.6.1) и могут составлять при текущем уровне цен  рублей в месяц в зависимости от поставленных задач.

1.7. Приложения:

- Анализ структуры сайта - [Example-Website-Structure-Audit-Report.pdf](#)
- Анализ позиций сайта и сайтов конкурентов - [Example-Website-Competition-Rankings-Report.pdf](#)
- Анализ ссылочной массы и социальных сигналов - [Example-Website-Backlinks-Analysis-Report.pdf](#)