

# Технический аудит сайта

Автор: Константин Булгаков

Чек-лист состоит из 10 важнейших блоков и содержит более 100 критериев для оценки веб-сайта, о которых легко забыть или упустить в процессе разработки или продвижения проекта.

Версия документа - 1.4.

Вся информация в файле приведена по состоянию на 13.09.2017.

Исходный документ с обновлениями доступен на сайте по ссылке:

<http://konstantinbulgakov.com/docs/checklist-audit>

## Несколько слов...

С каждым годом мы наблюдаем бурные изменения правил игры в поисковой оптимизации. Факторы, актуальные несколько лет назад и исправно приносящие результат и позиции, сегодня потеряли свою важность. Поисковые системы меняют, докручивают и пытаются улучшить алгоритмы, делают их сложнее для оптимизаторов, добавляют новые критерии оценки.

Наверняка, читатель спросит, на что следует акцентировать внимание в процессе развития сайта сегодня? Для меня ответ очевиден. Я считаю, что сегодня поисковые системы комплексно используют в ранжировании следующие группы факторов:

1. Техническая оптимизация;
2. Качество контента;
3. Качество ссылочной массы;
4. Поведенческие показатели;
5. Машинное обучение.

Существует еще несколько сотен факторов оценки, но основными являются перечисленные выше пункты.

В этом документе мы детально разберем техническую сторону оптимизации сайта. В документе приведен настольный чек-лист с более чем 100 критериями оценки для вашего проекта. Все критерии разделены на 10 групп по темам для понятной навигации и удобной работы. Каждый блок содержит комментарии с рекомендациями, которые будут полезны не

только молодым сайтам, но и уже крупным проектам, желающим «прогнать» сайт по списку и применить упущенные в процессе разработки решения.

Коллеги, возможно вы заметите опечатки или ошибки - напишите об этом и следующая обновленная версия файла станет лучше текущей.

Желаю Вам успешного и продуктивного продвижения!

Пишите письма на адрес: [info@konstantinbulgakov.com](mailto:info@konstantinbulgakov.com)

Заходите на сайт: <http://konstantinbulgakov.com>

## 1. Анализ тематики

Первый блок аудита будет полезен совсем молодым проектам, которые находятся на стадии поиска, изучения или только начинают активно собирать информацию о рынке, продукте и конкурентах.

На этом этапе требуется собрать больше информации о выбранной нише в которой вы запускаете свой веб-сайт. Следует оценить спрос, основных игроков рынка, сделать анализ их сильных и слабых сторон, оценить сезонность предлагаемого товара или услуги.

1. Анализ поискового спроса;
2. Определение и анализ конкурентов;
3. Актуальность и востребованность;
4. Оценка прибыльности услуги и продукта;
5. Определение бизнес-модели и способа монетизации;
6. Анализ видимости сайта в поисковых системах.

Уже на основе собранных данных вы сможете *определить* способы монетизации проекта, разобраться с собственной бизнес-моделью, разработать грамотное целевое УТП (уникальное торговое предложение) и выбрать каналы продвижения.

## 2. Анализ семантического ядра

Комплекс работ по поисковому продвижению следует начинать с составления семантического ядра.

«Семантическое ядро сайта (или «семантика») - это упорядоченный набор слов, их морфологических форм и словосочетаний, которые наиболее точно характеризуют вид деятельности, товары или услуги, предлагаемые сайтом»

Определение *потребностей и интересов* целевой аудитории проекта, позволит сформировать правильную структуру, подготовить новые разделы и посадочные страницы, написать тексты и правильно составить мета-теги.

1. Оцените эффективность уже собранных поисковых запросов;
2. Проведите анализ и составьте новые ключевые слова;
3. Разделите ключевые слова на группы для каждой отдельной страницы и раздела;
4. Проанализируйте релевантность созданных посадочных страниц ключевым запросам;
5. Оцените и доработайте структуру сайта с учетом семантического ядра.

Для детальной проработке семантического ядра помогут мозговой штурм вместе с коллегами на совещании или проверенные бесплатные инструменты – [Wordstat](#) от Яндекса и [Keyword Planner](#) от Google.

### 3. Технический аудит

Поиск технических проблем, является важным этапом работ, на стадии завершения разработки проекта и на начальной стадии поисковой оптимизации. Проверьте свой проект, используя список:

1. Коды ответа сервера;
2. Анализ на уязвимость и подверженность атакам;
3. Соответствие кодировки сайта и хостинга;
4. Скорость загрузки страниц;
5. Вид URL-адресов;
6. Структура URL-адресов;
7. Корректность настройки файла robots.txt;
8. Создание карты сайта в формате HTML;
9. Создание автоматически генерируемой карты сайта в формате XML;
10. Анализ HTML кода на ошибки;
11. Настройка 404 ошибки сервера;
12. Настройка 301 редиректа для домена с www и без;
13. Настройка 301 редиректа для адресов с / и без;
14. Настройка 301 редиректа со старых страниц и разделов на новые.

Данный блок работ позволяет взглянуть на сайт *глазами поискового робота* Яндекс и Google, выявить программные недочеты и внести требуемые изменения, что плодотворно скажется на ранжировании страниц сайта.

## 4. SEO-параметры

В этом блоке мы рассмотрим базовые критерии, которые отличают «хороший» сайт от «плохого». Прежде всего, обратите внимание на заполнение мета-тегов ключевыми словами, наличие заголовков и подзаголовков в текстах, отсутствие дубликатов страниц и битых ссылок.

1. Мета-теги Title и Description;
2. Заголовки и подзаголовки в текстах;
3. Количество страниц в активном и запасном индексах Google;
4. Скорость индексации страниц;
5. Наличие фильтров со стороны поисковых систем;
6. Анализ разницы страниц в индексе Яндекса и Google;
7. Анализ сниппета сайта;
8. Определение главного зеркала сайта;
9. Наличие страниц дубликатов;
10. Наличие битых внутренних ссылок;
11. Внутренняя перелинковка;
12. Анализ микроразметки;
13. Географическая и региональная привязка сайта;
14. Наличие ошибок в панелях вебмастера Яндекс и Google.

Для поиска битых ссылок рекомендую использовать простую и бесплатную программу Xenu. Для анализа мета-тегов скачайте и установите программу Netpeak Spider. В поиске дублей вам помогут панели вебмастера [Google](#) и [Яндекс](#).

## 5. Анализ контента

Качество контента сегодня является одним из важнейших факторов в процессе ранжирования сайтов поисковыми системами. Для успешного продвижения необходимо иметь релевантный, уникальный и полезный для посетителей контент. Перечисленные критерии помогут правильно оформить тексты и изображения на страницах, сделать их читаемыми и понятными для конечной аудитории.

1. Наличие заголовка первого уровня H1;
2. Уникальность материалов;
3. Объем текстов;
4. Плотность ключевых слов;
5. Оптимизация текстов и картинок;
6. Заполненность страниц текстом;
7. Правописание;
8. Регулярность публикаций;
9. Форматирование и разметка текста;
10. Заполнение атрибута alt и title к изображениям.

Старайтесь создавать *контент для людей*. Не нужно указывать в тексте все возможные ключевые слова и словоформы. Такой текст будет крайне неприятно читать, пользователь закроет вкладку и перейдет к конкурентам, а вы рискуете попасть под *санкции* поисковых систем и потратить массу времени, нервов, сил и денег на исправление заспамленного контента и подготовку новых текстов для страниц. Пустая трата времени, согласитесь.

Лучше с первого дня начните готовить полезные и уникальные материалы для своих клиентов и посетителей.

## 6. Анализ внешних факторов

Предыдущие пункты описывали внутренние работы по улучшению сайта. В этом блоке мы начнем разбор способов внешней поисковой оптимизации.

Внешняя оптимизация - это комплекс мер и факторов, которые проводятся вне сайта, а именно приобретения внешних ссылок на различных интернет-площадках.

Последние несколько лет поисковые системы запустили масштабную войну с оптимизаторами, использующими в работе ссылочное продвижение. Однако, многочисленные тесты и эксперименты показывают, что влияние ссылок на позиции сайтов по-прежнему велико. Следует заметить, что ссылки, размещённые на сомнительных порталах, могут крайне негативно сказаться на росте сайта в поиске. Многое зависит не только от самих доноров, но и от выбранной ссылочной стратегии. Список ниже позволит взглянуть на процесс ссылочного продвижения более системно:

1. Анализ ссылочной массы;
2. Анализ сайтов-доноров;
3. Распределите ссылочной массы на внутренние страницы;
4. Виды и типы анкоров и их процентное соотношение;
5. Поиск и устранение неработающих внешних ссылок;
6. Технологии закупки ссылок;
7. Наличие аффилиатов сайта.

Для анализа ссылочного профиля используйте сервис [ahrefs.com](https://ahrefs.com) в связке с базовым функционалом панелей вебмастера [Яндекса](#) и [Google](#).

## 7. Социальный фактор

Не имеет никакого смысла недооценивать развитие сайта в социальных сетях. Не секрет, что около 70% аудитории интернета присутствует в различных социальных сетях. Продвижение сайтов в социальных сетях получило название SMM, а оптимизация сайта под продвижение в соц сетях - SMO. Давайте разберем, на какие работы стоит тратить ресурсы и время для получения результатов, даже при минимальном финансировании.

1. Наличие и ведение страниц компании в социальных сетях;
2. Упоминание сайта в социальных сетях и работа с возражениями;
3. Ссылки из социальных сетей (посты, комментарии и т.д.);
4. Использование социальных кнопок на сайте;
5. Упоминание сайта на тематических блогах и в СМИ;
6. Наличие информации о компании в Яндекс.Справочник;
7. Наличие информации о компании в Google Мой бизнес.

Продвижение в социальных сетях поможет не только расширить аудиторию сайта, получить новый мощный канал привлечения клиентов, но и улучшить ссылочный профиль проекта. Большой объем естественных качественных обратных ссылок на проект, по которым начнет переходить аудитория, будет несомненным плюсом в процессе поискового продвижения.

## 8. Анализ поведенческих факторов

Поисковые системы научились собирать информацию о поведении аудитории каждого проиндексированного ресурса и делать на ее базе объективные *выводы*. Следовательно, чем лучше ваш сайт удовлетворяет запросу пользователя, тем ниже будут ваши конкуренты в поисковой выдаче. Для оценки поведения пользователей, принято измерять следующие метрики:

1. Средний показатель отказов;
2. Среднее время проведенное пользователем на сайте;
3. Средняя глубина просмотров на пользователя;
4. Конверсия достижения целей;
5. Показатель возвратов на сайт;
6. Анализ кликабельности (CTR) сниппета поискового запроса.

Замечу, что для каждой сферы деятельности показатели будут свои. Например, если вы развиваете информационный проект, то ключевыми метриками для вас будут – *среднее время проведенное пользователем на сайте и глубина просмотров*. Чем выше эти показатели, тем больше удастся заработать денег на привлечение рекламодателей.

Другой пример - заказ такси. Здесь совершенно противоположная ситуация. Если посетитель долго прибывает на сайте, пересмотрел все разделы и страницы, то скорее всего пользователь просто не может найти требуемую информацию. Возможно, он просто ищет номер телефона и заветную кнопку вызова автомобиля. В этом

примере важнейшей метрикой будет являться – *процент и количество совершенных конверсий*.

Не следует пытаться манипулировать поведенческими факторами. Это способствует наложению санкций на сайт и понижению позиций. Гораздо эффективнее и важнее работать над улучшением ключевых показателей сайта, удовлетворять ожиданиям аудитории и проводить постоянные работы над общим повышением качества проекта.

## 9. Юзабилити-аудит

Мы создаем сайт не для поисковых роботов, собственно этого, различных рейтингов и метрик тщеславия. Основная цель, к которой должен стремиться каждый проект - *решать задачи конечного посетителя*.

Если сайт не решает потребностей клиента, то клиент уходит к конкурентам. Компания теряет деньги, бизнес можно закрывать.

Чтобы не произошло такой ситуации, требуется улучшать продающие качества сайта, делать понятным для клиента и работоспособным. Рекомендации ниже помогут сделать сайт понятнее, а пользователю завершить визит на сайт заявкой или покупкой.

1. Сформируйте понятную структуру сайта;
2. Добавьте важную для пользователя информацию (страницы о компании, адреса, способы оплаты, информацию о доставке, время работы офиса или склада, гарантийные обязательства, реквизиты и т.д.);
3. Укажите минимально необходимую контактную информацию на каждой странице сайта (телефон, адрес, email);
4. Заполните страницы сайта и карточки товара;
5. Контент посадочной страницы должен быть релевантным группе поисковых запросов ведущих на нее;

6. Проанализируйте формы, меню и кнопки на работоспособность;
7. Проверьте удаленность (в кликах) важных страниц от главной страницы;
8. Наличие адаптивного дизайна сайта для мобильных устройств;
9. Шрифт должен легко читаться и быть понятным;
10. Возможность перейти в корзину с любой страницы;
11. Укажите цены рядом с каждым товаром;
12. Наличие авторизации на сайте через социальные сети;
13. Наличие социальных кнопок;
14. Качество фотографий и изображений;
15. Ограничьте до минимума или вообще откажитесь от присутствия рекламы (ссылки, тизеры, баннеры, растяжки и попапы);
16. Возможность оставить отзыв и комментарий на продукт и услугу;
17. Выявите проблемы мешающие получить целевое действие;
18. Удобное меню и структура с понятной и логической иерархией;
19. Работоспособная форма поиска по сайту;
20. Возможность сортировки товаров по цене, модели, производителю и другим критериям;
21. Корректное отображение страниц в различных браузерах;
22. Наличие HTML версии карты сайта для удобной навигации посетителя по разделам.

## 10. Анализ коммерческих факторов

В заключительном блоке этого документа, мы опишем перечень основных факторов, влияющих на доверие пользователей к вашему сайту, компании, товару и бренду.

1. Аналитика и сравнительный анализ по конкурентам в топе поисковых систем;
2. Ссылочная стратегия конкурентов;
3. Определение факторов, влияющих на доверие посетителей к сайту;
4. Полнота ассортимента товаров в категориях и информация о наличии или отсутствии;
5. Наличие и актуальность скидок, акций и торговых предложений;
6. Наличие «живых» фотографий офиса, клиентов, сотрудников;
7. Наличие удобной обратной связи (формы обратной связи и звонка, онлайн-консультант, социальные сети и т.д);
8. Наличие городского номера телефона +7 (812) или номера 8 (800) для клиентов в других регионах;
9. Регулярная публикация корпоративных новостей или ведение блога компании;
10. Интерактивная карта в разделе «Контакты»;
11. Электронный адрес компании на домене сайта.

## Обращение

Коллеги, очень надеюсь, что информация будет иметь для вас практическую пользу. Я с большим удовольствием отвечу на возникшие у вас вопросы и рассмотрю пожелания.

Познакомиться с другими полезными документами и инструментами для работы вы можете по ссылке <http://konstantinbulgakov.com/docs>. Все материалы находятся в свободном доступе и являются бесплатными.

В свободное от общих задач время готовлю удобные и полезные решения для ИТ-специалистов, копирайтеров, редакторов, маркетологов и всех тех, чья работа связана с текстами и рутинной обработкой больших объемов информации. Полный набор инструментов можно посмотреть здесь <http://konstantinbulgakov.com/tools>.

Возможно, вы заметили опечатки или у вас появилось желание оставить комментарий или дополнить документ - напишите об этом и следующая обновленная версия файла станет лучше текущей.

Желаю Вам успешного и продуктивного продвижения!

Пишите письма на адрес: [info@konstantinbulgakov.com](mailto:info@konstantinbulgakov.com)

Заходите на сайт: <http://konstantinbulgakov.com>