



Чек лист для самостоятельного SEO сайта

Список действий для белого SEO

Системы аналитики - настраиваем

- Ставим счетчик Яндекс Метрики
- Ставим счетчик Google Analytics
- Настраиваем цели в системах аналитики и в Яндексе и в Google
- Настраиваем Яндекс Вебмастер
- Настройка Google Console

Индексирование страниц в поисковых системах

- Проверяем индексацию сайта в Google
- Проверяем индексацию сайта в Яндексе
- Сравниваем количество страниц в Яндекс и Google.
Важно! Должно быть проиндексировано одинаковое количество страниц.
- Проверяем, закрыты ли от индексации тестовые домены и другие копии сайта

- Убрать дубли страниц с сайта и из индекса

Техническая настройка сайта для SEO

- Внедряем микроразметку на сайте
- Внедряем Open Graph разметку на сайте
- Проверяем, корректно ли настроен robots.txt
- Проверяем настройку канонических страниц
- Настраиваем страницы пагинации
- Настраиваем файл sitemap.xml (карта сайта)
- Проверяем и убираем, если есть, битые ссылки
- Убираем циклические ссылки
- Настраиваем заголовки Last Modified и If-Modified-Since
- Убираем лишние редиректы
- Настраиваем ЧПУ (человеко-понятные урлы) на каждой странице
В URL не должны использоваться заглавные буквы. Вместо числовых и буквенных идентификаторов в них прописаны понятные слова, характеризующие содержимое страницы. Страницы, на которых настроены ЧПУ, быстрее индексируются и лучше ранжируются, к тому же им больше доверяют пользователи.
- ПРОВЕРИТЬ: не должно быть ошибок сервера
- ПРОВЕРИТЬ: На сайте не должно быть ошибок в верстке
- Проверить скорость загрузки сайта - должна быть высокая

- Сайт должен иметь адаптивный дизайн, мобильную версию или динамическую верстку
- Внедрить атрибут rel=alternate, указывающий на соответствующую мобильную версию страницы
- Проверьте разметку локализованных страниц - на страницах, имеющих различные языковые версии, должны быть указаны адреса всех языковых версий с атрибутом rel=«alternate» hreflang=«x»

Внутреннее SEO

- Проверьте оптимизацию title
 - Должен быть уникальным для каждой страницы, 12 слов или 140 символов, основные ключи нужно вынести в начало*
- Проверьте оптимизацию мета-тега Description - должен быть длиной 60-200 символов
- Проверьте заполнение тега Keywords
- Проверьте оптимизацию заголовков H1, H2, H3
- Сделать внутреннюю перелинковку
 - Распределение ссылочного веса должно быть в пользу важных страниц*
- Уберите с сайта «висячие узлы»
 - «Висячие узлы» — это ссылки из-за которых статический вес утекает в никуда, например, кнопки лидогенерации, активные кнопки для связи, ссылки на неподвигаемые документы и pdf-файлы)*
- Сделать хлебные крошки
 - Хлебные крошки (навигационная цепочка) — элемент навигации сайта, показывающий путь в структуре ресурса от главной страницы к текущей, на которой в данный момент*

находится пользователь.

- Проверить - на сайте не должно быть скрытого текста
- Проверяем в Яндекс.Вебмастере, сделаны ли быстрые ссылки
- Проверьте названия изображений на сайте
Имена файлов должны быть соответствовать содержанию (например, «urakovka_gruza.jpg», а не «00001.jpg»)
- Проверяем: У изображений должны быть атрибуты alt и title
- Добавить https-протокола (подписанного SSL-сертификата)
- Проверяем чтобы на всех страницах сайта с протоколом HTTPS весь контент передается только по HTTPS протоколу

Семантическое ядро и ключевые слова

- Сбор ключевых запросов должны из разных источников
- Собираем подсказки в Яндекс и Google
- Группируем слова, которые должны продвигаться на отдельных страницах

Проверка коммерческих факторов оптимизации

- Общая информация о компании
- Добавить сведения о доставке и оплате
- Добавить службу поддержки

- Возможность перейти в корзину должна быть с любой страницы сайта
- Добавить юридические реквизиты (ИНН/КПП/ОГРН)
- Добавить электронную почту она должна быть на собственном домене
- Указать максимальное количество вариантов связи
онлайн-связь (Skype, WhatsApp, Viber, Telegram и т.п); телефон — идеально номер, который начинается с 8-800... (добавить и в шапку, и в подвал/футер сайта); онлайн-консультант; форма обратной связи; опция «Заказать звонок/перезвонить мне» (добавить в шапку сайта)

Ссылочные факторы оптимизации сайта

- На сайт должны быть ссылки с других сайтов
- Ссылочная масса должна быть не хуже, чем у конкурентов
- Все ссылки можно найти в инструментах для вебмастеров (все ссылки должны видеть поисковые системы)
- Страницы, с которых есть ссылки на ваш сайт, должны быть проиндексированы поисковыми системами
- В анкор-листе должен отсутствовать спам
- Нельзя использовать ссылки с сайтов запрещенных тематик или с подозрительными анкорами
- Ссылки с других сайтов не должны вести на несуществующие страницы

- Избегайте «линкопомоек» и скрытых ссылок на сайте
- Избегайте ссылок с АГС-сайтов и явных SEO-ссылок

Поведенческие факторы

- Проанализируйте отказы
- Проанализируйте глубину просмотра сайта (количество страниц, посещенных пользователем за сеанс)
- Проверьте время, проведенное на сайте
- Проверьте CTR на поиске
- Проверьте возвраты на поиск и возвраты на сайт из поиска

Работы над улучшением поведенческих факторов

- Время проведенной е пользователем на сайте должно быть не меньше, чем у конкурентов
- Определите точки входа с высоким показателем отказов по целевым запросам, проанализируйте их и попробуйте найти причину плохих показателей
- Основные блоки информации нужно разместить на привычных местах
- Адаптировать сайт под мобильные устройства
- Сниппеты должны быть привлекательны

- Страницы входа должны соответствовать запросу
- Шрифты должны легко читаться на любых устройствах

Удачи в продвижении ваших сайтов. Добавить/удалить пункт - напишите сюда seostarto@yandex.ru

Создано с помощью онлайн сервиса Чек-лист | Эксперт: <https://checklists.expert>

как это убрать?