



Чек-лист по аудиту SEO оптимизации и техническому анализу сайта

Часто технические недочеты и даже незначительные ошибки сайта делают любые попытки продвижения сайта неэффективными. Во избежание такой ситуации необходимо периодически проверять свой интернет-ресурс. Этот чек-лист - позволяет произвести тщательный технический аудит сайта. Помогает выявить факторы, негативно влияющие на производительность и востребованность сайта.

Проанализировать "ключи" и ключевые словосочетания (фразы)

1. Определиться с целевой аудиторией будущего сайта

Ваша цель - группа интернет-пользователей, которые могут быть заинтересованы в посещении вашего сайта, покупке товара или заказе услуги, получении информации.

2. Подобрать правильные ключевые слова

При создании сайта внедряют ключевые слова, по которым пользователи могут его найти. Подбирают ключи с помощью мозгового штурма, поисковых подсказок google и яндекс, сервисов статистики и подбора ключевых слов, веб-аналитики, слов от ваших конкурентов, а также выбирают из контекстной рекламы

3. Увеличить ядро запросов вашего продукта

Необходимо расширить список ключей можно, используя комбинации слов, синонимы, сокращения, опечатки и аббревиатуры. Включить однословные и многословные запросы.

4. Проанализировать делают ли пользователи запросы по вашим ключевым фразам

Ключевые слова и поисковые запросы это разные понятия. Поисковые запросы люди вводят в форме поиска, и именно они интересны для сайта. Проверьте (мозговым штурмом или комбинированием), какие подобранные вами варианты ключевых фраз

никто не ищет, следует удалить их из общего списка.

- 5. Проверить результаты поиска подходящих ключевых слов и словосочетаний, выяснить их количество

Большое число найденных документов говорит о высокой конкуренции поискового запроса и сложности его продвижения.

- 6. Выбрать лучшие и перспективные ключевые слова

В зависимости от вашей цели, выберите из полученного ядра запросов наиболее перспективные, и не требующие много усилий для продвижения

Оптимизировать и структурировать сайт под клиента

- 1. Хорошо скомпоновать ключи

Сгруппировать ключевые слова в группы (категории) и подгруппы (подкатегории). Часто категориями являются высоко- и среднечастотные фразы, а подкатегориями средне- и низкочастотные. Создать схематическое дерево сайта

- 2. Структурировать сайт

Важно отображать структуру текстовыми ссылками. Страницы и разделы делать быстродоступными. Добавить навигационные ссылки других страниц сайта. Создать `sitemap.xml`

- 3. Оптимизировать адреса всех страниц

Отображать структуру сайта в URL-адресах, по возможности коротких. Добавить ЧПУ (человеко-понятные урлы) позволяют использовать ключи в адресах страниц, а также повышать кликабельность ссылок.

- 4. Оптимизировать мобильную версию сайта, с возможностью в дальнейшем разработки мобильного приложения

Провести технический аудит

- 1. Настроить индексацию сайта

Размер `html`-кода = 100-200 килобайт (не должно быть ничего лишнего), скорость

загрузки страницы до 3-5 секунд.

2. Избавиться от нежелательных копий и дублей

Выбрать основное зеркало (с www или без), настроить файл robots.txt.

3. Указать канонический адрес

При наличии одинакового контента на нескольких страницах можно указать каноническую с помощью rel=canonical, тогда именно она будет использоваться для всех доступных версий и показываться в поисковой выдаче.

4. Использовать проверенный хостинг

5. Зарегистрироваться в панели вебмастеров

Используйте специально разработанную панель, в которой можно следить за состоянием своего сайта и вовремя реагировать на неполадки.

Подготовить содержание (будущий контент) сайта и оптимизировать его

1. Оптимизировать заголовки «title»

При создании качественного ресурса, нужно делать заголовки страниц уникальными и удобными для использования. Длина заголовка не более 70 символов, тайтл должен отображать содержимое страницы. Заголовки следует сделать привлекательными для клика. Важные слова вставлять в начале заголовка.

2. Оптимизировать сниппеты

Сниппет - описание сайта в результатах поиска. Это и заголовки и сам текст описания, дополнительные визуальные элементы (адрес офиса компании или быстрые ссылки). Делайте meta-description от 70 до 130 символов. В описание включите ключевые слова. Используйте микроразметку

3. Оптимизировать сам контент (наполнение / содержимое)

Страницы с уникальным контентом быстрее попадают в индекс и их легче продвигать. Используйте теги - с ключевыми словами. 250 слов на странице гарантированно дают ей возможность быстро попасть в индекс, и использовать несколько вхождений нужных ключей. Используя ключевые слова в alt

Правильно настроить ссылки

1. Адаптировать внутренние ссылки

Делать переходы по текстовым ссылкам (не более 100 шт.). Использовать ключи во внутренних ссылках.

2. Смоделировать исходящие ссылки

Сократить количество внешних исходящих ссылок до минимума.

3. Разместить на страницах сайта обратные ссылки

Проверить количество уникальных обратных ссылок, постепенно увеличивая их. Использовать необходимые ключи во внешних ссылках.

4. Проверить работу всех перечисленных ссылок

Начать социальную активность

1. Изучить SMM - Social media marketing!!!

Найти и проанализировать аналогичные бизнес-активности, перенять самое лучшее. Просмотреть активность аудитории в данной нише.

2. Зарегистрировать себя в одной или нескольких (или сразу во всех) социальных сетях

Настроить бизнес-страницу в Facebook, Вконтакте, Instagram и других соц. сетях, завести микроблог в Twitter. Активно вести обсуждения, давать полезные советы. Отказаться от ботов. Ссылки на социальные сети должны отражаться на сайте

3. Завести личный и / или корпоративный блог

Писать интересные посты, выкладывать обновления блога в соц. сетях, использовать гостевой блогинг и социальные кнопки.

4. Дорожить и управлять своей репутацией

Отслеживать, кто и что о вас пишет в социальных сетях, в блогах, на форумах и т.п. Активно показывать свою позицию в интересующей вас нише инфо-бизнеса.

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

как это убрать?