



Чек-лист по SEO-оптимизации сайта

SEO-оптимизация сайта — основополагающий этап создания сайта. Во многом мере, от того насколько Вы продумаете SEO сайта на этапе его создания - будет зависеть и развитие всего бизнеса. Об алгоритме его создания и инструментах, которые при этом используются, вы можете узнать из нашего чек-листа.

Технический блок

☐ Обработать ошибку 404

При вводе заведомо неправильного URL должен происходить редирект на заранее подготовленную страницу 404. На этой странице должно быть объяснено о причинах произошедшего и должны быть предложены дальнейшие действия.

☐ Ввести Технический файл robots.txt

Сайт должен содержать технический seo файл robots.txt. Внутри этого файла должны быть закрыты от индексации все технические папки на сервере, а так же страницы сортировок, пагинаций и все другие страницы с параметрами, не являющиеся уникальными в рамках сайта.

☐ Сделать склейку зеркал WWW

В каком бы виде вы не ввели адрес сайта (с WWW или без) - должен происходить автоматический серверный редирект 301 к одному и тому же виду.

☐ Продумать ЧПУ

Сайт обязательно должен содержать ЧПУ - человекопонятные URL. То есть каждый адрес сайта должен прописываться транслитом.

☐ Не забывать про карту сайта.html

Необходимо внедрить карту сайта HTML, которая разбита на пагинацию и содержит ссылки на все страницы сайта. Для интернет магазина допустимо ставить только

ссылки на основные разделы!

☐ Проверить скорость по PageSpeed

Скорость сайта должны быть в зеленой зоне по тесту Гугл как для стационарных, так и для мобильных устройств! Если довести скорость до зеленого уровня не удастся – оранжевый так же можно считать приемлемым, но никак не красный уровень скорости!

☐ Учитывать валидацию html и CSS

Необходимо провести валидацию HTML, CSS.

☐ Проверить Битые ссылки

Не должно быть битых ссылок – проверяется при помощи XENU.

☐ Просмотреть наличие внешних ссылок

Нежелательных ссылок быть не должно. Проверить можем через RDS.

☐ Прописать SEO теги

Основные SEO Теги (Title и Description) внутри сайта не должны дублироваться. То есть заголовки разных страниц должны отличаться. Иначе сайт может быть зафильтрован, если на нем много страниц с одинаковыми тегами которые попали в индекс!

☐ Выделять Главный заголовок H1

Каждая страница должна содержать H1 и он должен быть только 1. Зачастую в шаблоне самый главный заголовок прописан просто стилем с большим шрифтом – это критическая ошибка!

Блок коммерческих факторов

☐ Установить On-line консультант

Обязательно внедрите онлайн консультанта

☐ Собрать Детальные контакты

В контактах должна быть дана детальная схема проезда на Яндекс или Гугл картах. Очень детально заполнить важнейший коммерческий раздел - контакты. В нем необходимо указать время и дни работы компании.

☐ Оставить реквизиты

У сайта должен быть создан и детально заполнен раздел Реквизиты – это очень важный

коммерческий раздел.

☐ Оставить телефоны

В контактах помимо обычных телефонов должны быть указаны номера вайбер, ватсап, а так же скайп и ICQ.

☐ Не забыть про товарную перелинковку

В карточку товара добавить блок – “С этим товаром покупают” и – “Недавно просмотренные товары”

Юзабилити блок

☐ Указать регион работы

В шапке сайта необходимо явно указать регион для которого ваша компания предоставляет услуги. Если вы работаете по всей России, то много лучше будет определять город пользователя по IP — сайт из своего города вызовет намного больше доверия, нежели сайт , работающий по всей России.

☐ Анонсировать статьи

Необходимо организовать на главной анонс последних статей и новостей сайта.

☐ Выкладывать статьи по теме

В каждую статью на сайте необходимо добавить блок, который будет содержать ссылки на соседние статьи. На прочтении статьи путь пользователя по сайту не может завершаться!

☐ Учесть копирайт и год основания сайта

На самом деле пользователи обращают внимание на копирайт, расположенный в подвале и особое внимание обращают на год основания проекта.

☐ Не забыть про время и дни работы сайта сквозным блоком

Под телефоном в шапке должно быть указано время и дни работы.

☐ Наличие цены в карточке

Если у вас интернет – магазин – цена в карточке товара должна быть намного больше всех остальных элементов страницы кроме H1 и резко контрастировать с ними.

☐ Установить кнопку купить

Если у вас интернет – магазин – кнопка купить в карточке товара должна быть намного больше всех остальных элементов страницы кроме H1 и резко контрастировать с ними.

☐ Указать элементы в карточке

Если у вас интернет – магазин – элементы в карточке товара должны быть расставлены правильно. Слева фотографии товара, а справа стоимость и кнопка купить – не иначе!

☐ Оставлять "Хлебные крошки"

У сайта должны быть хлебные крошки и они должны быть в стандартном для них месте — новаторство тут излишне!

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

как это убрать?