



SEO - Коммерческие факторы ранжирования сайта - единый чек-лист

Данный чек-лист содержит список основных коммерческих факторов ранжирования сайта в поисковых системах Яндекс и Google. Факторы сгруппированы по направлениям, независимо от степени влияния на позиции сайта.

1. Представление товаров и услуг

1.1 Характеристики и описания

На страницах услуг или карточках товаров обязательно уникальное описание и перечень основных характеристик.

1.2 Подбор по параметрам

В большей степени актуально для интернет-магазинов. Например, инструментарий фильтрации в рамках PLP (страницы листинга товаров).

1.3 Сравнение

Сравнение отдельных товаров по унифицированным полям характеристик. Особо актуально для интернет-коммерции: необходимо наличие данного функционала в рамках карточек и листинга товаров.

1.4 Фотографии товаров

Рекомендуется наличие уникального изображения для товара, в том числе, в рамках листинга и карточки. Изображение также может быть оптимизировано посредством оформления атрибутов alt и title с использованием важных для продвижения ключевых слов.

1.5 Несколько фото на товар

Для каждого товара, в рамках PDP (карточки товара), рекомендуется наличие от 3

изображений.

1.6 Сертификаты

Все товары и услуги должны иметь соответствующие сертификаты, с возможностью доступа к ним непосредственно с посадочной страницы (на специальной вкладке или по ссылке)

1.7 Лицензии

Все товары и услуги должны иметь соответствующие лицензии, с возможностью доступа к ним непосредственно с посадочной страницы (на специальной вкладке или по ссылке)

1.8 Рекомендации по выбору

Необходимо внедрение функционала на уровне сайта (специализированный раздел) по подбору товаров и услуг. Может быть реализовано, как пошаговое меню, либо через отметку важных характеристик.

1.9 Рекомендации по выбору на странице

Функционал рекомендаций по выбору должен быть доступен для перехода с посадочной страницы, в идеале - рекомендации по подбору товаров и услуг, релевантных конкретной целевой странице.

2. Цены

2.1 Наличие цен на сайте

В рамках страниц товаров и услуг, отдельной страницы прайс-листа и т.д.

2.2 Наличие цен на странице

Необходимо разместить актуальные цены на товары и услуги на отдельных посадочных страницах. Также рекомендуется указание валюты.

3. Дополнительная ценность

3.1 Гарантия

Наличие гарантии на товары и услуги, отражение условия гарантий на посадочных страницах и специализированном разделе.

3.2 Постпродажное обслуживание

Наличие информации об условиях и видах сервиса, доступных клиенту или покупателю.

3.3 Упоминание гарантии

Упоминание гарантии в SEO-значимых элементах на страницах: от текстов и мета-тегов - до блоков преимуществ.

4. Экспертность

4.1 Информация о специалистах

Особенно актуально для сайтов в сфере предоставления услуг. Наличие специализированного раздела, посвященного экспертам компании, с описанием их компетенций и профессионального опыта.

4.2 Информация о специалистах на посадочной странице

Актуально в ключе экспертных статей, либо размещения информационных блоков на посадочных страницах.

4.3 Видео на сайте

Наличие на сайте видео-контента, по тематике реализуемой продукции или предоставляемых услуг. Возможен вывод в обособленный раздел с видео-материалами, а также размещение отдельных видео на посадочных страницах.

4.4 Видео на странице

Наличие видеороликов, посвященных реализуемым товарам и услугам, на посадочных страницах.

4.5 Экспертный контент

Наличие публикаций, статей и обзоров, направленных на реализуемые товары и услуги.

5. Методы получения товаров

5.1 Информация о доставке

Информация об условиях предоставления доставки, выделенная в рамках отдельной

страницы или раздела.

5.2 Инфо о доставке на странице

Информация об условиях, сроках и географии доставки, размещенная непосредственно на посадочной странице.

5.3 Курьерская доставка

Наличие возможности осуществить доставку курьером

5.4 Самовывоз

Наличие возможности получить товар с самовывозом.

5.5 Почта или транспортные компании

Возможность отправки товаров по почте или посредством привлечения компании, оказывающей транспортные услуги.

6. Кнопки заказа

6.1 Кнопка заказа

Наличие на сайте кнопки заказа товаров или услуг.

6.2 Кнопка заказа на странице

Наличие данной конверсионной точки непосредственно на посадочной странице, например, на страницах отдельных услуг, листингах и карточках товаров.

7. География

7.1 Локализация в Москве

Действительное присутствие компании в Москве/Московской области.

7.2 Локализация в Санкт-Петербурге

Действительное присутствие компании в СПб/ЛО.

7.3 Множество регионов

Действительное присутствие компании в нескольких регионах РФ.

7.4 Несколько адресов

Наличие нескольких адресов внутри отдельных регионов, а также наличие адреса в каждом из заявленных регионов.

7.5 Адрес на сайте

Наличие адреса в специализированном разделе "контакты" или аналогичном, сквозное представление адреса в "шапке" или футере.

7.6 Адрес на странице

Наличие адреса на конкретной посадочной странице: от отдельных вкладок и контентных блоков - до тех же сквозных элементов в футере и "шапке".

7.7 Телефон на сайте

Наличие на сайте в разделе контактной информации, а также в сквозных блоках контактов в футере и "шапке" действительных номеров телефона.

7.8 Телефон на странице

Наличие действительного номера телефона на посадочных страницах.

7.9 Несколько телефонов

Наличие на сайте нескольких номеров телефона, например, регионального и единого по РФ.

7.10 Номер 8-800

Наличие номера 8-800 в контактной информации сайта.

7.11 Несколько телефонов

Наличие на сайте нескольких номеров телефона, например, регионального и единого по РФ.

8. Отзывы

8.1 Отзывы на сайте

Наличие специального раздела или дополнительного функционала отзывов на сайте.

8.2 Отзывы на странице

Наличие отзывов о конкретном товаре или услуге на посадочной странице.

8.3 Упоминание отзывов

Наличие упоминаний отзывов в SEO-значимых элементах на страницах.

8.4 Отзывы в интерфейсе

Возможность оставить отзыв о товаре или услуге посредством встроенного интерфейса на странице.

9. Скидки

9.1 Скидки

Наличие скидок, акций, спецпредложений. Также возможно формирование отдельного раздела, где представлены эти предложения.

9.2 Скидки на странице

Наличие на посадочной странице информации о специальных предложениях для конкретного товара или услуги

10. Оплата

10.1 Информация об оплате

Наличие обособленного раздела или специализированной страницы, содержащих информацию о методах и порядке оплаты.

10.2 Оплата на странице

Наличие информации о методах и способах оплаты на посадочной странице товаров или услуг.

10.3 Оплата в интерфейсе

Возможность осуществления оплаты непосредственно с использованием функционала сайта.

10.4 Упоминания об оплате

Наличие в текстах и базовых SEO-значимых элементах упоминаний о порядке и

способах оплаты.

10.5 Оплата картой

Возможность оплатить товар или услугу картой онлайн.

10.6 Яндекс.Деньги

Возможность оплаты товаров и услуг с использованием сервиса Яндекс.Деньги

10.7 Webmoney

Возможность оплаты с использованием кошелька Webmoney

11. Заказ звонка и консультации

11.1 Обратный звонок

Наличие специального конверсионного элемента (кнопки, формы и т.д.) для заказа обратного звонка.

11.2 Онлайн-консультант

Наличие на сайте функционала онлайн-консультанта, в том числе с использованием сторонних сервисов.

12. Ассортимент

12.1 Широта ассортимента

Наличие в категориях товаров множества товаров. Категорийные страницы сайтов с 1-2 товарами ранжируются сравнительно ниже полноценных наполненных категорий с большим количеством товаров и пагинацией.

12.2 Много брендов

В рамках категорий продукции - представить максимально возможное количество брендов. Для монобрендовых сайтов и сайтов производителей может являться объективным ограничением.

Хотите узнать больше о продвижении сайта в конкурентных коммерческих тематиках?

Пишите: roman@molinos.ru Успехов в продвижении!

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

как это убрать?