

SEO-анализ текущего положения сайта starterapp.ru

Краткий отчет для коммерческого предложения: аудит, рекомендации и стратегия продвижения

1. Краткая оценка состояния

Общий вывод: у starterapp.ru сильная продуктовая упаковка, узнаваемый бренд и хороший ссылочный потенциал, но SEO-рост ограничивают технические ошибки, слабая управляемость индексации, недоработанные мета-теги и недостаточная посадочная структура под коммерческий спрос ресторанов, доставки, приложений, CRM и программ лояльности.

Блок	Данные	SEO-вывод
Видимость в Яндекс Москва	333; в ТОП-10 - 10 фраз	Есть задел, но отставание от лидеров ниши кратное.
Органика / ссылочный профиль	38 ключей; трафик 899; DR 73; 756 доменов	Сильный домен и рост трафика, но просадка по ключам и большой ссылочный «шум».
Техническое состояние	555 грубых тех. ошибок; 4614 предупреждений	Главный ограничитель роста - техническое качество и управляемость индексации.
Индексация и карта сайта	robots.txt отсутствует; 77 URL-сирот в sitemap	Нужно навести порядок в краулинге и внутренней перелинковке.
Контент и мета-теги	43 грубые SEO-ошибки; 10 дублей Description; 4 страницы без H1	Коммерческие страницы требуют доработки под спрос и сниппеты.

Главная страница. На первом экране сильный оффер «+50% выручки вашей доставки», понятные СТА «Начать бесплатно» и «Получить презентацию», демонстрация мобильного приложения и сайта, доверительные блоки «2300+ ресторанов», кейсы и сегментация по кухням. С точки зрения конверсии страница выглядит сильной, но с SEO-стороны ей не хватает текстовой структуры под группы запросов и расширенных блоков: кому подходит продукт, интеграции, сравнение с агрегаторами, FAQ, кейсы по сегментам и разметка.

2. Ключевые проблемы, которые стоит вынести в КП

- Технические ошибки и HTML-разметка:** В аудите зафиксировано 555 грубых технических ошибок и 475 HTML-ошибок на 70 страницах. Повторяются проблемы с размещением noscript/head, style внутри body/div, некорректной вложенностью div/button. Это не всегда ломает отображение, но снижает качество кода, усложняет обход и может влиять на сниппеты, рендеринг и поведенческие факторы.
- robots.txt и управление индексацией:** Файл robots.txt отсутствует. При наличии 137 URL в sitemap и большого количества служебных/журнальных/кейсовых страниц сайту нужен единый файл правил для поисковых роботов с указанием Host/Sitemap и закрытием технических зон, если они есть.
- Sitemap и страницы-сироты:** 77 URL есть в sitemap.xml, но не найдены при обходе сайта. Примеры: /journal/situational-push, /journal/release-sep-25, /for-whom/catering, /solutions/tablet-menu. Такие страницы могут индексироваться без внутреннего веса и хуже ранжироваться.
- Canonical и закрытые URL:** Найдено 3 канонических URL, заблокированных от индексации: /webinars/franchisee-success, /privacy, /rules. Это расходует краулинговый бюджет и создает противоречивые сигналы для поисковых систем.
- Мета-теги и заголовки:** Есть 10 страниц с одинаковым Description, 2 страницы с Title = H1, 2 страницы с Title = Description, 4 страницы без H1: /pricing, /get-launch, /get-grow, /get-foodtech. Это напрямую влияет на релевантность, CTR сниппетов и распределение посадочных страниц.
- Тонкие страницы:** В отчете отмечены страницы с малым объемом текста: /get-launch и /get-grow по 57 слов, /start - 54 слова, /legal - 73 слова, /news - 84 слова, /integrations/yandex-delivery - 107 слов. Коммерческим страницам не хватает раскрытия выгод, условий, FAQ, интеграций и кейсов.
- Изображения:** На сайте 2693 изображения, у 1899 пустой alt, у 2693 пустой title. Для SEO важнее alt: нужно описывать интерфейсы, экраны приложения, кейсы ресторанов и продуктовые функции. Это даст дополнительную релевантность и улучшит доступность.
- Ссылочный профиль:** По скриншоту: DR 73, 756 referring domains, 96,1 тыс. backlinks; при этом зафиксирована потеря 51 тыс. ссылок и падение UR. Профиль сильный, но требует чистки качества, распределения веса по посадочным и системной закупки/PR-размещения в тематике ресторанного бизнеса и foodtech.

3. Развернутые рекомендации для работ

Приоритет	Направление	Что сделать
Критично, 1 месяц	Техническая база	Создать robots.txt; проверить sitemap; убрать противоречия noindex/canonical; исправить шаблонные HTML-ошибки head/noscript/style; проверить индексацию страниц тарифов, решений и интеграций.
Критично, 1 месяц	Мета-теги и H1	Переписать Title/Description/H1 для приоритетных страниц: главная, /pricing, /start, /get-launch, /get-grow, /get-foodtech, /solutions/*, /integrations/*. Для каждой страницы закрепить один основной интент.
Высокий, 1-2 месяц	Структура посадочных	Собрать семантику и расширить структуру под кластеры: приложение для ресторана, сайт для доставки еды, CRM для ресторана, программа лояльности, автоматизация доставки, QR-меню, интеграции iiko/r_keeper/Яндекс Доставка, решения для пиццерий/суши/бургерных/кофеен/франшиз.
Высокий, 1-3 месяц	Контент	Доработать коммерческие страницы: 2500-5000 знаков полезного текста, блоки «для кого», «что входит», «интеграции», «стоимость», «срок запуска», «кейсы», FAQ, сравнение с агрегаторами и таблицы возможностей.
Средний, 2-3 месяц	Внутренняя перелинковка	Связать главную, тарифы, решения, интеграции, кейсы и журнал. На страницах кейсов добавить ссылки на соответствующие решения и тарифы, в журнале - СТА на коммерческие посадочные.
Средний, 2-4 месяц	Коммерческие факторы	Усилить доверие: страницы с юридической информацией, SLA/поддержка, интеграции, сравнение тарифов, отзывы, видео-демо, скриншоты, логотипы клиентов, отраслевые кейсы, блок «как проходит подключение».
Средний, постоянно	Ссылки и PR	Сформировать безопасную ссылочную стратегию: тематические статьи на площадках о ресторанном бизнесе, foodtech, франчайзинге, автоматизации; ссылки на страницы решений, а не только на главную; контроль анкоров и качества доноров.

4. Краткая стратегия продвижения

- Этап 1: стабилизация и быстрые SEO-правки, 1 месяц:** Исправить robots.txt, sitemap, canonical/noindex, H1 и мета-теги. Закрывать шаблонные HTML-ошибки. Подготовить карту посадочных и семантическое ядро. Цель - убрать технические ограничения и повысить релевантность уже индексируемых страниц.
- Этап 2: рост посадочной структуры, 2-3 месяц:** Создать и доработать страницы под основные коммерческие кластеры: сайт/приложение/CRM/лояльность/автоматизация доставки/интеграции/отраслевые решения. Перелинковать их с главной, тарифами, кейсами и журналом. Цель - увеличить число релевантных URL и запросов в ТОП-10.
- Этап 3: усиление авторитета и конверсии, 3-6 месяц:** Запустить контент-план для журнала и кейсов, PR/ссылки на тематических площадках, доработать коммерческие факторы и FAQ-разметку. Цель - нарастить видимость по средне- и высокочастотным запросам, распределить ссылочный вес на посадочные и превратить информационный трафик в лиды.

5. Как упаковать в коммерческое предложение

Рекомендуемый акцент КП: не просто «SEO-продвижение», а комплексная работа с продуктовой воронкой: техническое SEO + посадочные под спрос + контент и кейсы + ссылочный/PR-блок. Сайт уже имеет сильный брендовый и ссылочный фундамент, поэтому основной потенциал роста - в расширении семантики и исправлении внутренних ограничителей.

- KPI на 3-6 месяцев:** рост количества релевантных посадочных, увеличение запросов в ТОП-10/ТОП-3, рост органического трафика и заявок, снижение числа технических/SEO-ошибок, повышение CTR сниппетов по коммерческим страницам.
- Фокус первых работ:** главная, тарифы, страницы подключения, решения, интеграции и кейсы, так как именно они ближе всего к заявке и должны получать внутренний и внешний ссылочный вес.
- Отдельный блок КП:** ежемесячный отчет с динамикой видимости, ТОП-10, трафика, индексации, исправленных ошибок, созданных посадочных и полученных ссылок.

Использованные данные: сводный SEO-аудит starterapp.ru от 17.06.2026, скриншот главной страницы, скриншот ссылочного профиля/поисковых метрик.