Веб-студия Biz-Mark

МО, г. Пушкино, 1-й Некрасовский проезд, 6, офис 311
Тел: 8(495)324-24-90
E-mail: info@biz-mark.ru
https://biz-mark.ru/

Аудит сайта example.ru

Выводы по проекту и план работы

Аудит показал, что у сайта есть перспективы SEO продвижения.

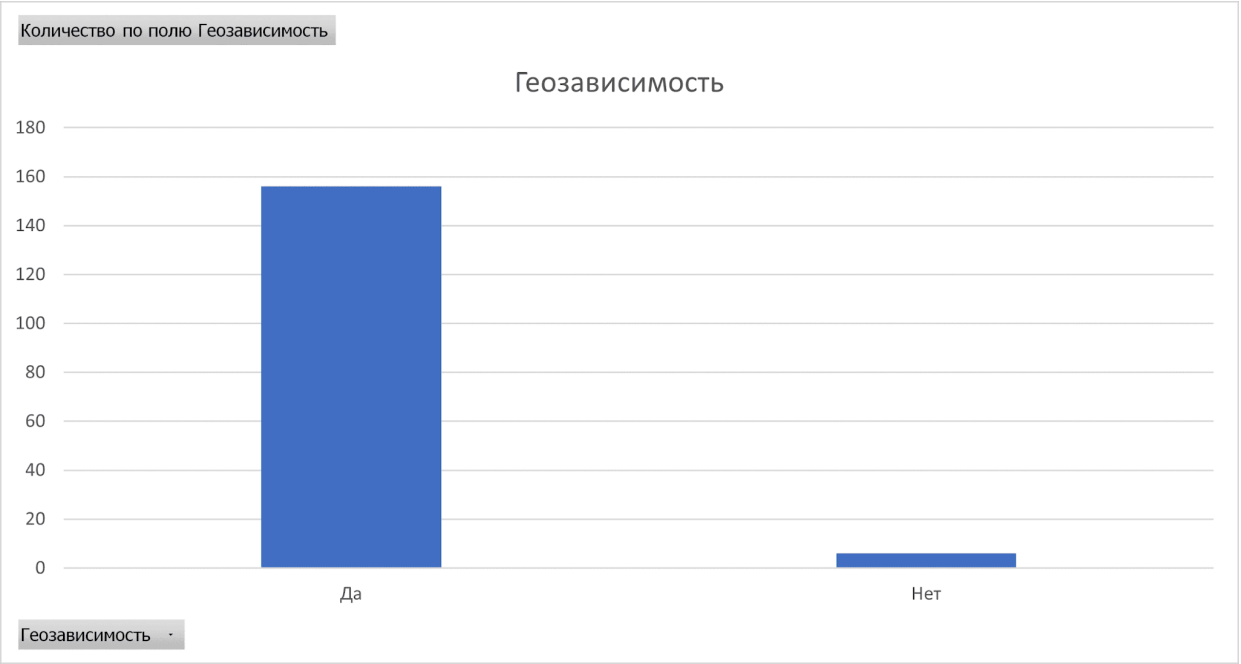
На это указывает то, что почти по трети ключевых фраз, указанных для аудита (ссылка на таблицу), сайт занимает ТОП 10. Это касается и Москвы, и Новосибирска.

При этом, это запросы маркерные. Это означает что у них есть более конкретные, уточняющие запросы по которым сайт также может получать хорошую видимость.

Точка роста №1: Внутренняя SEO оптимизация

Но у сайта есть технические и SEO ошибки. Их исправление является первичной точкой роста проекта. Все ошибки будут указаны ниже, под выводами.

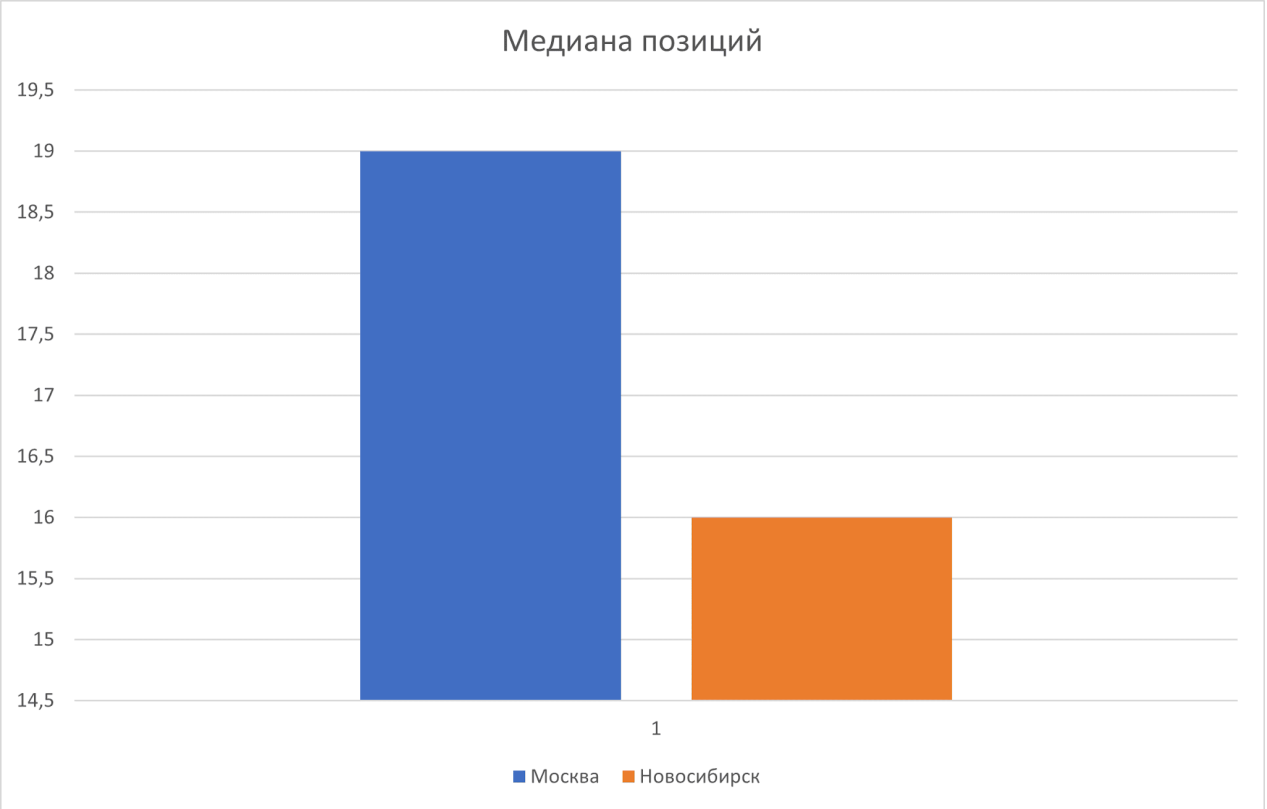
Однако, перед началом работы необходимо определиться какой регион более приоритетен. Потому как для большинства запросов, указанных при аудите, важен указанный регион в заголовках и контенте сайта.



Приоритетность региона можно определить по финансовым показателям бизнеса — где доход выше или по SEO показателям рынка — где больше количество ключевых слов и выше их частотность.

Второй вариант более сложен из-за того, что необходимо собрать семантическое ядро по всей России и точечно проверять частотность ключевых фраз по каждому региону. Такой подход охватывает не только текущий трафик на сайт, как в первом варианте, но и потенциальный трафик в будущем.

Что касается текущих позиций, указанных в аудите, то Новосибирск (медиана — позиция 16) незначительно опережает Москву (медиана — позиция 19).



После того как приоритетный регион определен, нужно будет всю оптимизацию сайта ориентировать именно на него.

А под менее приоритетный регион необходимо сделать новый сайт на поддомене. Например nsk.example.ru. Этого же касается и других городов.

Чтобы 2 раза не исправлять одни и те же проблемы, рекомендуется новый сайт делать на новом шаблоне.

Далее необходимо исправить технические ошибки на текущем сайте и приступить к сбору семантического ядра.

Семантическое ядро будет включать в себя все ключевые фразы, по которым могут искать продукцию магазина. Семантическое ядро необходимо обновлять регулярно, так как спрос может меняться.

Далее по семантическому ядру необходимо проработать структуру каталога проекта. Новая структура будет в себя включать как текущие, так и новые разделы каталога. Без новых разделов, многие ключевые фразы могут быть упущены, а вместе с ними и потенциальный трафик.

Чтобы ускорить получение первой отдачи от продвижения, внедрение нового семантического ядра необходимо внедрять пошагово.

На первом шаге — первичная оптимизация страниц с переписыванием мета заголовков и обновление текущих текстов. После того как это будет выполнено для всего сайта, можно переходить ко второму шагу.

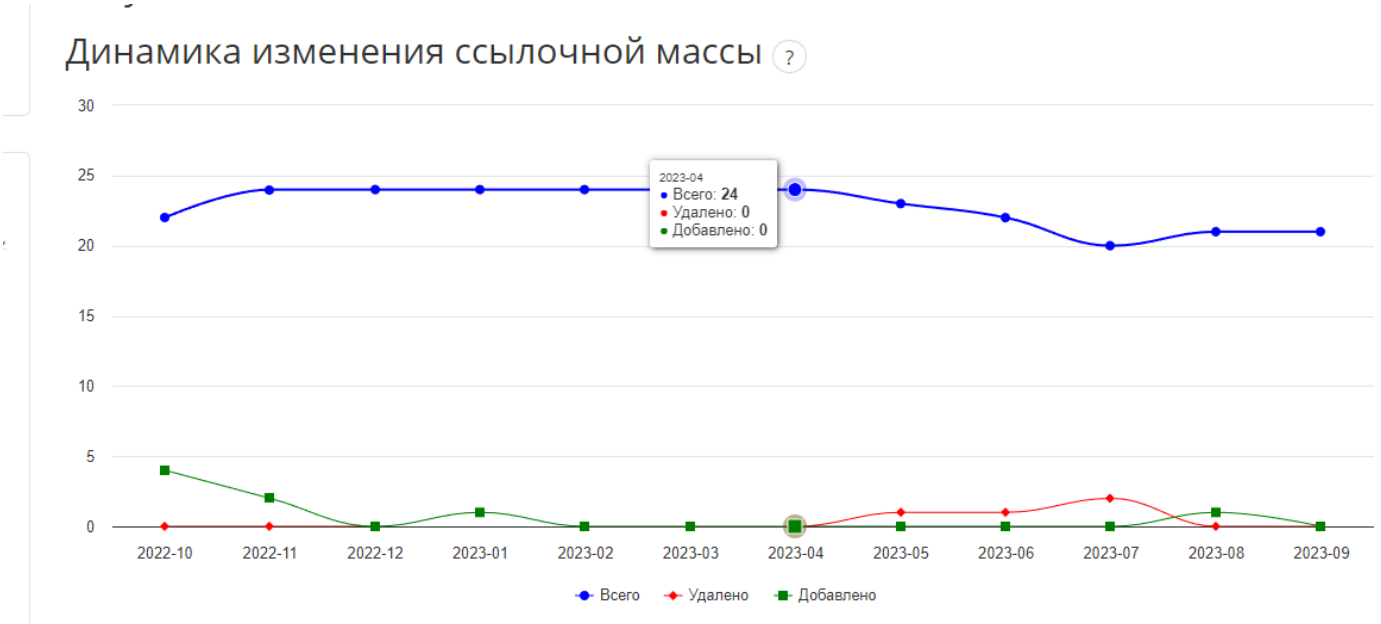
На втором шаге проводится более точечная оптимизация страниц, когда на основе конкурентного анализа показатели каждой страницы доводятся до возможного максимума оптимизации. Этот шаг более сложен и многие показатели доводятся до максимума через тестирование разный гипотез. Главная задача этого этапа, «дожать» позиции в Топ-10.

Таким образом, мы добьемся максимально возможной внутренней оптимизации каталога проекта.

Точка роста №2: Линкбилдинг

Далее, одной из точек роста проекта может быть проработка ссылочной массы. От этого особенно зависит продвижение в Google.

На данный момент, это сторона развития проекта почти не проработана.



Это сказывается на позициях в Google. Если в Яндексе, в ТОП 10 из используемых в аудите ключевых фраз, находится более 40 фраз, то в Google не превышает и 17.

Для ссылочного продвижения, мы также используем работу по шагам.

В первом шаге, мы проработаем «естественные ссылки». Это ссылки, которые можно бесплатно добавлять на сайты справочников, биржи фриланса и другие сайтов. Это поможет сделать общий ссылочный профиль проекта максимально естественным.

На втором шаге, мы выберем максимально перспективные после внутреннего продвижения ключевые фразы, будем под них писать тематические статьи и выкладывать их на сторонние сайты. Эти сайты, «доноры» мы будем выбирать исходя из их качества и посещаемости. Приоритет будем отдавать тем проектам, где присутствует ваша аудитория.

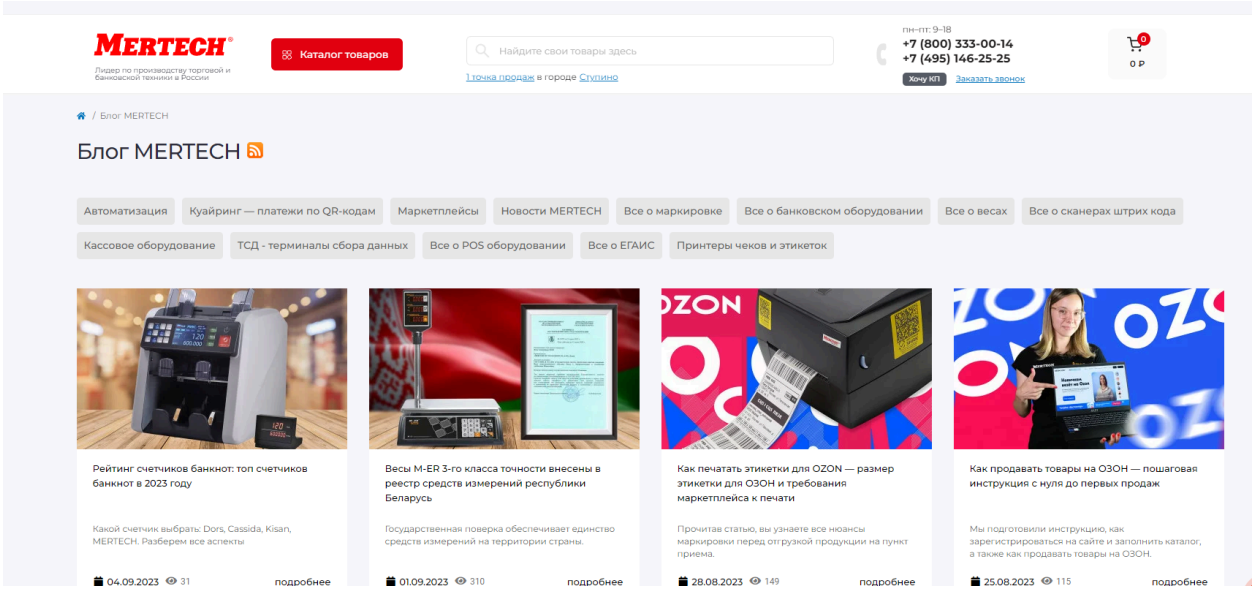
Такие ссылки будут сообщать поисковикам о авторитетности вашего проекта. А Google получит необходимые сигналы для повышения позиций сайта.

Точка роста №3: Контент-маркетинг

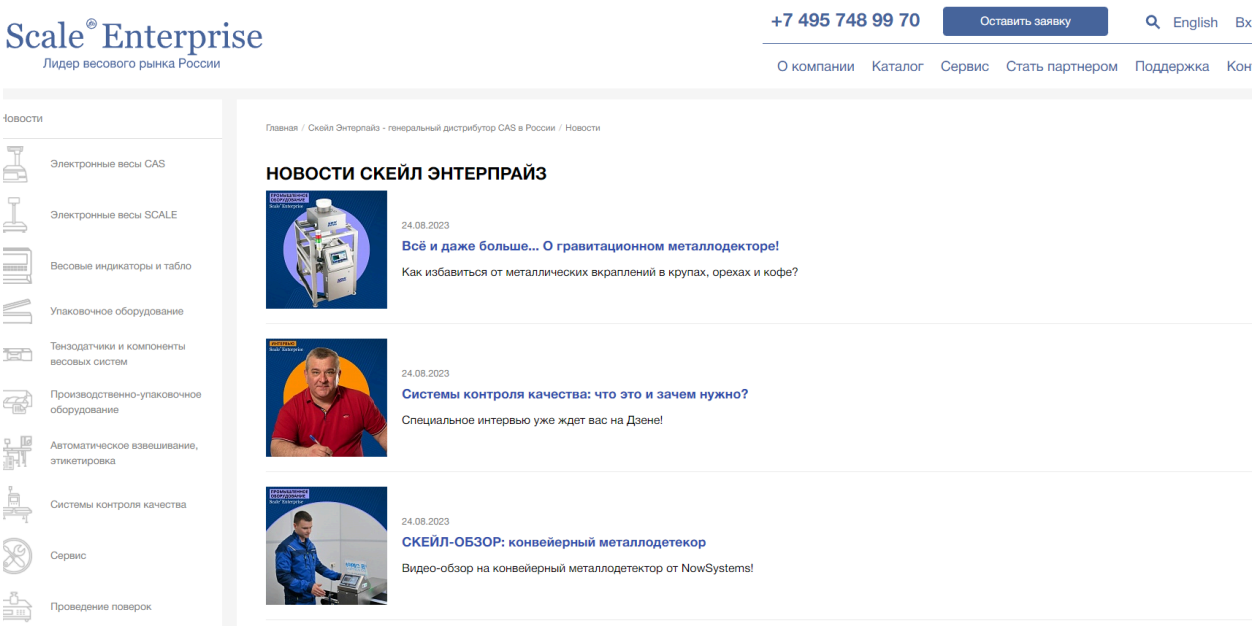
Третьей точкой роста проекта может быть ведение блога компании. Контент-маркетинг выполняет сразу несколько задач:

1. Увеличивает узнаваемость и авторитетность бренда;
2. Привлекает новый трафик на сайт, который затем можно конвертировать в продажи;
3. Положительно влияет на позиции сайта в целом, в том числе на коммерческие страницы.

Среди ваших конкурентов есть проекты, которые используют контент-маркетинг



https://mertech.ru/blog/



https://www.scale.ru/about/news/

В этой работе, мы изучим примеры блогов прямых и косвенных конкурентов, а также проекты с схожей аудиторией.

На основе их материалов мы составляем контент-план в котором будут перечислены возможные темы статей, их объем семантики и то, как часто интересуются вопросом, который раскрывается в каждой статье.

На каждую статью будем готовить техническое задание, в котором будем примерный план статьи, комментарий от вас и SEO параметры.

В каждой статье будем стараться сделать информацию лучше, чем у конкурентов. Чтобы наша статья была информативнее по смыслу и приятнее по стилю написания.

Далее мы устроим «конкурс» среди копирайтеров и передадим им одинаковое техническое задание на статью с одинаковой темой.

С теми копирайтерами, которые, по-вашему, и нашему мнению лучше справятся, мы будем в дальнейшем работать.

Такой подход позволит ежемесячно, партиями готовить статьи, достигая быстрого роста блога.

Системных подход с регулярными задачами

Кроме этих работ, мы будем регулярно выполнять работы:

1. Контроль работоспособности сайта;
2. Контроль позиций и видимости;
3. Актуализация семантического ядра;
4. Ведение проекта в системе Пиксель Тулс;
5. Регулярный аудит проекта в системе Лабрика;
6. Отслеживание работы конкурентов над своими проектами;
7. Отслеживание показателей по аналитике проекта;
8. Подготовка ежемесячных отчетов.

Тоже самое будем проводить и со вторым сайтом, но с приоритетом на основной.

Такой комплексный подход к продвижению сайта позволит не только исправить ошибки сайта, но и уверенно расти в целом, занимая ключевые позиции на рынке. И как следствие увеличить количество покупателей.

Ориентировочный план работы по проекту по основному и второстепенному сайту (для нового сайта пропускается 1 шаг):

1. Исправление технических ошибок сайта;
2. Обновление мета-тегов;
3. Сбор семантического ядра;
4. Составление структуры проекта по семантическому ядру;
5. Внедрение новой структуры;
6. Первичная оптимизация по новой структуре и ядру;
7. Глубокая проработка страниц сайта с приоритетом по ключевым позициям;
8. Подготовка контент-плана для блога;
9. Подготовка технического задания на статьи;
10. Подбор копирайтеров;
11. Проверка выполнения работ копирайтеров, публикация статей;
12. Составление плана проработки ссылочной массы;
13. Простановка бесплатных ссылок;
14. Подбор сайтов – доноров для закупки ссылочной массы;
15. Подготовка текстовых материалов для ссылочной массы;
16. Закупка ссылок с сайтов, контроль простановки донорами и наличия ссылок на сайтах в дальнейшем.

Количество выполняемых работ зависит от выделенных часов на проект. Некоторые задачи могут выполняться параллельно.

Список технических ошибок

- Количество страниц в поиске и на сайте различается:
    - На сайте — 896;
    - В Яндексе — 1296. То есть в поиске присутствуют дубликаты, их нужно удалить из поиска;
    - В Google — 789. То есть не хватает страниц.
- На сайте присутствуют битые ссылки, которые отдают 404 ошибку.
- Есть ссылки без текста. По сути, они не отображаются на страницах и являются скрытым контентом.
- Рекомендации по сканированию сайта — файл Robots.txt составлен некорректно:
    - Для Google есть отдельный блок, но директивы в нем отсутствуют;
    - Get параметры закрыты от поиска неверно, поэтому в поиске присутствуют дубликаты страниц;
    - Часть категорий скрыт от индексации.
- У изображений не заполнены теги alt и title.
- У сайта очень низкие параметры скорости загрузки страниц от 3 до 5 секунд. При необходимых до 1,5 секунды. По оценке Google:
    - 6 из 100 для мобильной версии
    - 17 из 100 для ПК версии
- Выпадение ошибок при открытии сайта. Во время аудита некоторые страницы открывались долго или были ошибки сервера

Список SEO ошибок

- Дубликаты заголовков Title.
- Дубликаты описаний Description.
- Страницы с очень похожим контентом, относительно внутренних страниц— до 98%.
- Страницы с очень похожим контентом, относительно других сайтов — до 25%
- Есть косвенные признаки накрутки поведенческих факторов. Возможно это конкуренты накручивают отрицательные показатели на сайта, чтобы понизить его позиции.