

## Общий список работ по SEO

---

Все работы по SEO-продвижению сайта можно разделить на 2 группы: работы над внутренними факторами ранжирования и работы над внешними факторами.

По нашему мнению, наибольшее влияние на позиции сайта в Яндекс на текущий момент оказывают внутренние факторы, поэтому им уделяется большее внимание.

### Работы над внутренними факторами

Грамотная работа над внутренними факторами особенно важна для развитых e-commerce проектов, т.к. любое действие не только влияет на уровень конверсии, но и может привести к потерям данных или работоспособности сайта, что принесёт значительный убыток.

#### Семантическое ядро и планирование стратегии продвижения

1. Анализ области деятельности компании / тематики сайта. Определение тематических особенностей и ограничений для данного сайта.
2. Анализ текущего состояния домена и его поисковых параметров для оценки текущей ситуации с продвижением сайта.
3. Формирование списка подходящих поисковых запросов для данного сайта, используя различные источники:
  - счётчики веб-аналитики;
  - базы ключевых слов;
  - сервис wordstat.yandex.ru.
4. Обработка полученного списка – отсев непригодных для продвижения данного сайта запросов.
5. Анализ полученного списка запросов:
  - деление его на группы;
  - оценка частотности запросов;
  - эффективности запросов.
6. Краткий технический аудит сайта, оценка объёма технических работ по сайту, необходимых для приведения сайта в соответствие с требованиями поисковых систем.
7. Оценка объёма дополнительной ссылочной массы, необходимой сайту для продвижения по составленному списку запросов. Для этого сначала определяется текущий объём ссылочной массы, затем рассчитывается необходимый объём, делается вывод.
8. Оценка объёма контента (доп. страниц для написания), необходимого сайту для продвижения по составленному списку запросов.
9. Прогнозирование скорости вывода сайта в ТОП и объёма поискового трафика, который можно получить в результате успешного SEO-продвижения по составленному списку поисковых запросов.
10. Оценка рекламной кампании в контекстной рекламе (в поддержку SEO-продвижению).
11. Согласование полученной оценки и объёмов работ с Заказчиком, финализация стратегии продвижения проекта.

#### SEO-анализ, составление плана оптимизации

1. Проведение анализа контента сайта, включая:
  - Проверка сайта на наличие наложенных поисковыми системами санкций (автоматические и ручные фильтры), включая: бан, АГС, аффилиацию, Пингвин, Панда, фильтр за переоптимизацию.
  - Анализ сайта на предмет поискового спама: скрытый текст/ссылки, дорвеи, каталоги ссылок/статей.

- Проверка сайта на отсутствие на нём рекламы (контекстная реклама, тизерные сети, pupunder, clickunder).
  - Анализ HTML-кода сайта на соответствие семантическим требованиям.
  - Контроль правильной индексации страниц сайта: отсутствие неиндексирующихся элементов на сайте (flash, JS, важный контент в картинках и т.п.)
  - Контроль правильности верстки сайта, кроссбраузерная проверка.
  - Анализ метатегов и заголовков у веб-страниц сайта. Устранение повторяющихся метатегов у разных страниц. При необходимости, реализация автогенерации метатегов и/или заголовков у страниц в отдельных категориях.
  - Анализ навигации сайта (меню, карта сайта, поиск, разбиение каталогов товаров/статей на категории), при необходимости перепроектирование структуры сайта для упрощения взаимодействия пользователей с ним.
  - Поиск битых ссылок на сайте.
  - Анализ внутренней ссылочной структуры сайта.
  - Анализ конкурентов, определение стратегий их продвижения и преимуществ.
  - Оценка скорости загрузки страниц сайта. При необходимости – оптимизация быстродействия.
  - Анализ структуры URL-адресов сайта. Формирование требований к изменению структуры (и функционала – при необходимости).
  - Проверка правильной обработки сервером страниц с ошибками (404, 403 и т.д.).
  - Анализ индексации сайта. Составление правил для управления индексацией и их последующая публикация в robots.txt
  - Проверка корректной работы форм (с т.з. валидации и функциональности).
  - Проверка корректной работы функционала заказа товаров/услуг (в т.ч. корзины).
  - Контроль наличия на сайте всей необходимой коммерческой информации (описания товаров/услуг, ценообразование, взаимодействие с клиентами/партнёрами, контакты со схемой проезда и т.п.)
  - Анализ контента на уникальность, определение списка страниц, тексты которых подлежат переработке.
2. Детальный анализ имеющейся на старте ссылочной массы сайта. Мониторинг и чистка ссылок.
  3. Краткий юзабилити-аудит основных страниц сайта (главная страница, каталог товаров, карточка товаров, функционал заказа, корзина).
  4. Анализ текущего взаимодействия пользователей с сайтом (при наличии счётчиков веб-аналитики). Выявление явных проблем с функционалом и юзабилити сайта.
  5. Распределение списка поисковых запросов для продвижения по страницам сайта.
  6. Формирование требований к текстам для целевых страниц.
  7. Подготовка требований по изменению функционала и/или структуры сайта в рамках его поисковой оптимизации.

### **Организация сбора статистики**

1. Установка на сайт счетчиков веб-аналитики (Google Analytics и Яндекс.Метрика). Настройка отслеживания целевых действий пользователей.
2. Регистрация сайта в сервисе Яндекс.Вебмастер. Настройка параметров индексации сайта.
3. Регистрация сайта в сервисе Google Search Console. Настройка параметров индексации сайта. Связывание с профилем Google Analytics.
4. Настройка отслеживания динамики позиций сайта, его поисковых параметров и статистики посещаемости во внутренней информационной системе.
5. Регистрация сайта в справочниках поисковых систем – Google Business и Яндекс.Справочник.

6. Контроль привязки сайта к нужным регионам в поисковых системах.

### **Наполнение сайта материалами**

1. Запрос материалов, необходимых для разработки контента.
2. Написание текстов для сайта в объёме, предусмотренном на этапе составления стратегии продвижения, согласно сформированным на этапе анализа требованиям.
3. При необходимости, разработка графических материалов для выставления на сайт вместе с текстами.
4. Согласование материалов с Заказчиком. При необходимости, их коррекция.
5. Выставление материалов на сайт. Регистрация текстов в сервисе «Уникальные тексты» в Яндекс.Вебмастер.
6. Заполнение метатегов и заголовков для новых страниц при их создании.
7. При необходимости, создание функционала (разделов, текстовых блоков) для размещения материалов на сайте.

### **Работа над функционалом и структурой сайта**

1. Создание и заполнение файла robots.txt с правилами для индексации сайта, выработанными на этапе анализа.
2. Определение главного зеркала сайта. Настройка серверного перенаправления (редиректа) со всех неосновных зеркал на главное для их правильной «склейки» при индексации сайта.
3. Перевод сайта на безопасный протокол HTTPS.
4. Закрытие от индексации всего неуникального контента.
5. Закрытие от индексации лишних частей HTML-шаблона сайта (для предотвращения их попаданию в поисковый сниппет на странице результатов поиска).
6. Внесение на сайт изменений, предусмотренных и согласованных в ходе SEO-анализа сайта, включая при необходимости:
  - доработку функционала сайта;
  - переработку структуры и навигации;
  - устранение проблем взаимодействия пользователей с сайтом;
  - настройка веб-сервера и системы управления сайтом.
7. Реализация дружественной к поисковым системам структуры URL-адресов на сайте, согласно рекомендациям, полученным при анализе сайта.
8. Добавление карты сайта, включая её XML-версию (sitemap.xml).

### **Отображение сайта в результатах поиска**

1. Анализ и корректировка поисковых сниппетов в результатах поиска, с заполнением необходимых данных.
2. Формирование YML- выгрузки товаров из каталога и передача через Яндекс.Вебмастер (отображение цен у карточек товаров в поисковой выдаче).
3. Применение микроразметки (schema.org).
4. При необходимости, создание регистрация онлайн-чата для добавления в выдачу кнопки «Чат с компанией».

### **Корректировки**

По мере переиндексации внутренних изменений на сайте, мы проводим анализ позиций и, при необходимости, проводим корректировки, когда ситуация с ростом позиций хуже ожидаемой. Эти меры включают:

1. Повторный SEO-анализ сайта. Формирование рекомендаций по улучшению позиций.
2. Повторный анализ уникальности текстов на сайте (со временем их могут скопировать конкуренты).

3. Анализ наложения на сайт санкций поисковых систем. Меры по преодолению санкций, включая взаимодействие со службой поддержки Яндекса/Google и внесение корректировок в контент сайта, ставший причиной наложения санкций.
4. Контроль индексации сайта. Принятие мер для скорейшей переиндексации изменений на сайте.
5. Противодействие наложению санкций поисковыми системами:
  - систематическая проверка уникальности контактных данных, торгового предложения;
  - анализ внешней ссылочной массы;
  - анализ резких скачков трафика.

### **Анализ поведенческих факторов и меры по их улучшению**

1. Проведение исследования поведения пользователей на сайте с помощью инструмента Яндекс.Метрики «Вебвизор».
2. Выявление проблемных сегментов трафика при помощи анализа данных веб-аналитики
  - сегменты с высоким показателем отказов;
  - сегменты с низким количеством просмотренных страниц и временем пребывания на сайте.
3. Анализ кликабельности (CTR) ссылки в поисковой выдаче по основным поисковым запросам. При необходимости корректировка поискового сниппета.
4. Анализ и оптимизация поведенческих факторов на сайте, путём доработки функционала и добавления контента на сайт.
5. Периодическое наполнение сайта полезными материалами для улучшения взаимодействия пользователей с ним, что приводит к улучшению поведенческих факторов.

### **Работы над внешними факторами**

При работе над внешними факторами сайта следует быть аккуратным, т.к. именно они часто являются причиной наложения на сайт санкций поисковых систем, избавиться от которых бывает крайне проблематично.

#### **Планирование стратегии закупки ссылок**

1. Анализ ссылочной массы конкурентов для определения необходимых объёмов ссылок.
2. Подбор тематических сайтов для получения ссылок.
3. Составление плана по закупке ссылок, учитывающего объёмы анкорных ссылок (с ключевыми словами в тексте) и безанкорных ссылок.
4. Планирование графика наращивания ссылок для избегания санкций поисковых систем за быстрый прирост ссылок.

#### **Наращивание ссылочной массы**

1. Подбор подходящих доноров для закупки ссылок.
2. Закупка ссылочной массы согласно составленному плану. При этом у каждого донора выбирается наиболее подходящая по ряду параметров внутренняя страница для размещения ссылки.
3. Контроль простановки ссылок, при покупке «навсегда».
4. Получение обратных ссылок из дополнительных источников: региональных каталогов, форумов, комментариев, сервисов «вопросов-ответов», отзывов.
5. Принятие мер для придания естественности закупленной ссылочной массы: контроль разнообразия источников ссылок и их текстов, контроль разнообразия страниц сайта, на которые проставляются ссылки.

## Распределение работ по этапам проекта

---

Проект по SEO-продвижению сайта можно разделить на несколько этапов. Для каждого этапа характерен свой состав работ и приоритеты.

### 1 этап (1-2 месяц)

На этом этапе проводится поисковая оптимизация сайта. Для него характерен существенный рост позиций и высокая динамика их изменений, но относительно не большое количество запросов в ТОП10. Основные виды работ:

- Стартовые подготовительные работы по организации сбора статистики и настройке индексации сайта.
- SEO-анализ сайта.
- Противодействие санкциям поисковых систем, если они имеют место.
- Создание на сайте посадочных страниц под продвигаемые поисковые запросы.
- Планирование стратегии наращивания ссылочной массы, закупка первой части ссылок для получения сайтом доверия у поисковых систем.
- Работы по повышению качества сайта.

### 2 этап (3-6 месяц)

Это активный этап развития. На нём вносятся коррективы в сделанные на первом этапе внутренние изменения на сайте, а так же активно ведётся закупка ссылок. Основная часть запросов выходит в ТОП10 именно в эти месяцы. Основные виды работ:

- Повторный анализ конкурентов для улучшения внутренней оптимизации сайта. Вносятся корректировки в стратегию продвижения.
- Анализ поведения пользователей на сайте, улучшение взаимодействия пользователей с сайтом за счёт доработки его функционала.
- Продолжается наполнение сайта – на сайт активно пишутся тексты для получения дополнительного трафика и повышения его информативности.
- Работа над коммерческим предложением сайта.
- Активное наращивание ссылочной массы.

### 3 этап (6-9 месяц)

Это завершающий этап проекта, после которого следует его расширение и постановка новых целей. На этом этапе оставшиеся (в основном высококонкурентные запросы) выходят в ТОП10. Основные виды работ:

- Расширение семантики за счет охвата новых тематик.
- Повторная оптимизация сайта под новые группы запросов.
- Повторный анализ конкурентов для улучшения внутренней оптимизации сайта. Вносятся корректировки в стратегию продвижения.
- Противодействие диверсиям конкурентов, анализ уникальности контента на сайте, его уникализация.
- Анализ поведения пользователей на сайте, улучшение взаимодействия пользователей с сайтом за счёт доработки его функционала.
- Различные функциональные улучшения на сайте. Контроль его доступности и работоспособности.
- Наращивание и контроль ссылочной массы.