

IDIA Market LLP

тел: 8 (7172) 27 99 00 вн.270 Гульбану

моб: +7 707 332 14 38

е-mail: gulbanu@idiamarket.kz

www.idiamarket.kz

адрес: 010000, г. Астана, ул. Бейсекбаева 24/1, 2-этаж, офис № 222.



T3 SEO

Что такое SEO

1. Факторы ранжирования SEO	3
-----------------------------------	---

Полный анализ SEO..... 4

1. Анализ позиции/трафика/конверсии	4
2. Технический аудит сайта.....	6
3. Анализ сайта softgroup.kz	7
4. Анализ сайта icegroup.kz	8
5. Анализ сайта horest.kz.....	9
6. Анализ сайта metalgroup.kz	10
7. Определение приоритетных страниц	11
8. Подробный анализ конкурентов	12

Техническое задание на исправление ошибок 14

1. Техническая оптимизация	14
2. Оптимизация Core Web Vitals	14
3. Заголовки	16
4. Корректная настройка метаданных	16
5. Настройка каноничности страниц	16
6. Ошибки HTML и CSS	17
7. Настройка языковых версий сайта	17
8. Семантическая разметка	17
9. Оптимизация листинга страниц	25
10. Настройка карточек товара	25
11. Sitemap	25
12. Карта сайта HTML.....	26
13. Запрет на индексацию рекламных и технических URL на сайте	26
14. Корректная настройка технических параметров в URL.....	27
15. Настройка страниц пагинации.....	27
16. Циклические ссылки.....	27
17. Корректная настройка фильтров.....	28
18. Оптимизация загрузки изображений	28
19. Оптимизация краулингового бюджета.....	29
20. Анкерные блоки перелинковки	29

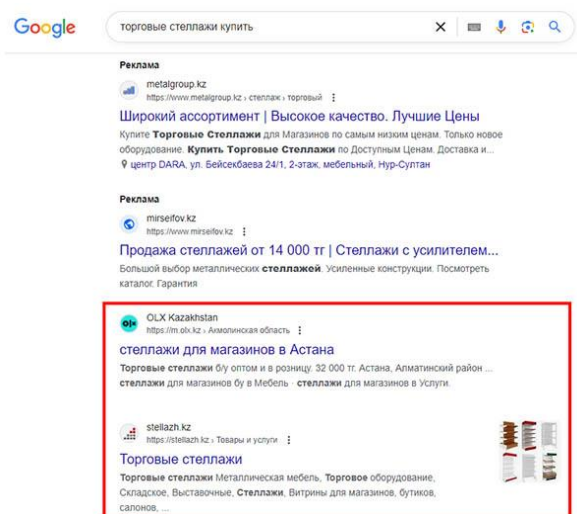
Структура сайта 30

1. Семантическое ядро	31
2. Контент	31

Ссылочная масса 32

Что такое SEO

SEO (Search Engine Optimization) — это процесс оптимизации веб-сайтов и их контента с целью повышения их видимости в результатах поиска на поисковых системах. Основная цель SEO заключается в том, чтобы привлечь больше органического (неоплаченного) трафика на сайт, улучшая его позиции в поисковой выдаче по определённым запросам пользователей. Пример, нам нужны торговые стеллажи. В поисковике мы видим сначала контекстную рекламу, ниже – органическую.



Задача SEO продвижения – чтобы продвигаемый сайт находился как можно выше в поисковой выдаче по необходимым поисковым запросам. Совокупность таких поисковых запросов еще называют семантическим ядром сайта или семантикой.

1. Факторы ранжирования SEO

В SEO, факторы ранжирования означают различные критерии, которые поисковые системы используют для определения порядка отображения веб-страниц в результатах поиска. Эти факторы могут включать следующее:

1. **Качество контента:** Релевантность, уникальность и полезность контента для пользователей.
2. **Авторитет и надежность домена:** Долгосрочная история домена, его авторитетность в отрасли.
3. **Оптимизация ключевых слов:** Использование ключевых слов и фраз в заголовках, мета-тегах, тексте и URL страницы.
4. **Оптимизация заголовков и мета-тегов:** Заголовки H1-H6, мета-описания, заголовки страницы и теги ALT для изображений.
5. **Пользовательский опыт и поведенческие факторы:** Время, проведенное на сайте, показатели отказов, клики на ссылки, скорость загрузки страницы и т. д.
6. **Техническая оптимизация:** Читаемость кода, структура URL, использование HTTPS, мобильная дружелюбность и др.
7. **Качество внешних ссылок:** Количество и качество внешних ссылок, указывающих на ваш сайт.
8. **Локальный SEO:** Оптимизация для поиска в конкретной географической области (по регионам)
9. **Аналитика и мониторинг:** Оценка и анализ эффективности SEO-стратегии, корректировка и улучшение.

Полный анализ SEO

1. Анализ позиции/трафика/конверсии

1.1 Анализ позиции в SEO — это процесс оценки того, как ваш веб-сайт или конкретная страница выстраивается в результатах поиска по определённым ключевым словам или фразам. Это важная часть SEO-стратегии, которая позволяет понять, насколько хорошо ваш сайт оптимизирован для поисковых систем и какие усилия требуются для улучшения его позиций.

Основные шаги **для анализа позиции** в SEO:

- Выбор ключевых слов:** Определения всех потенциальных ключевых слов и фраз, которые могут быть связаны с компанией.
- Использование инструментов для SEO:** [Google Search Console](#), [Seranking](#).

Seranking сайта horest.kz:

URL	частотность	элементы поиска	оценка контента	ср. искр.
купить тепловое оборудование	10	★ ★ ★ ★	-	3
магазин теплового оборудования	0	★ ★ ★ ★	-	-
оборудование тепловое	10	★ ★ ★ ★	-	3
продажа теплового оборудования	10	★ ★ ★ ★	-	4
тепловое кузовное оборудование	10	★ ★ ★ ★	-	3
тепловое оборудование купить	10	★ ★ ★ ★	-	2
тепловое оборудование кузов	0	★ ★ ★ ★	-	3
тепловое оборудование цена	0	★ ★ ★ ★	-	15
тепловое оборудование цены	0	★ ★ ★ ★	-	11
тепловое оборудование	70	★ ★ ★ ★	-	2
интернет магазин теплового оборудования	0	★ ★ ★ ★	-	-
оборудование тепловое промышленное	0	★ ★ ★ ★	-	19
промышленное тепловое оборудование	10	★ ★ ★ ★	-	35
профессиональное тепловое оборудование	0	★ ★ ★ ★	-	2
тепловое оборудование в казахстане	0	★ ★ ★ ★	-	24
тепловое оборудование интернет магазин	0	★ ★ ★ ★	-	66
тепловое оборудование каталог	10	★ ★ ★ ★	-	50
тепловое оборудование магазин	10	★ ★ ★ ★	-	2

Google search console сайта metalgroup.kz:

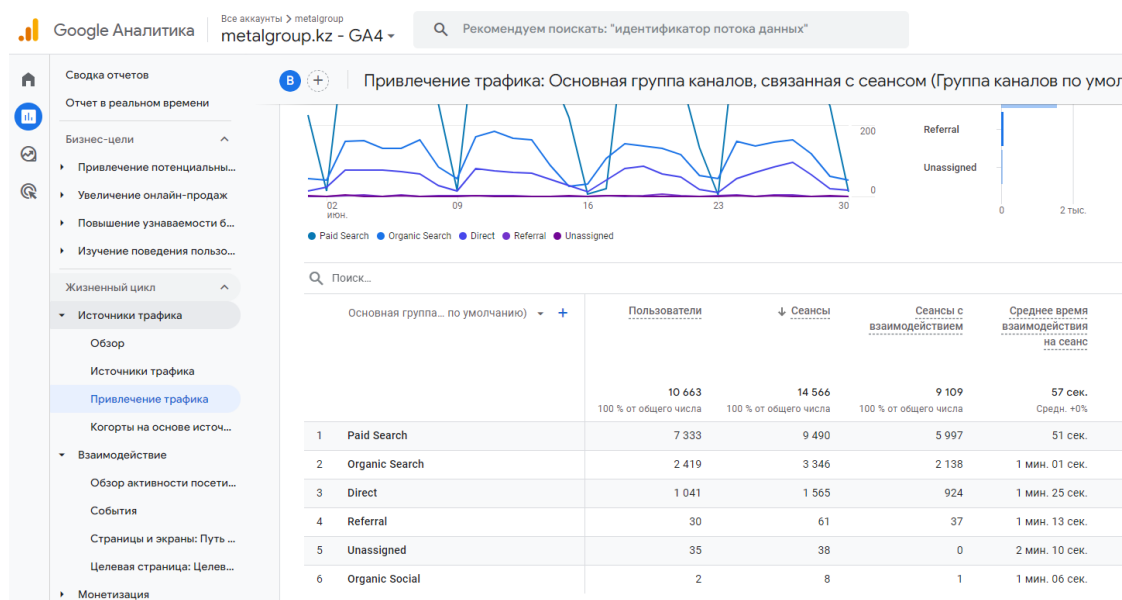
ЗАПРОСЫ	СТРАНИЦЫ	СТРАНЫ	УСТРОЙСТВА	ВИД В ПОИСКЕ	ДАТЫ
металлические стеллажи	4	872	6,8		
холодильная камера	4	537	7,7		
стеллажи алматы	4	373	12,1		
торговые стеллажи	4	254	23,1		
кондитерская витрина	4	177	7		
стеллажи металлические алматы	4	128	12,7		
кузовное оборудование алматы	4	95	4,8		
система хранения для гардеробной	4	91	10		
idea playlet алматы	4	87	4,4		
пристенный холодильник	4	73	8		

1.2 Анализ трафика в контексте SEO и веб-аналитики означает изучение данных о посещаемости вашего сайта или конкретных страниц с целью понять, как пользователи находят ваш сайт, как они взаимодействуют с контентом и какие метрики можно улучшить для достижения бизнес-целей.

Основные аспекты анализа трафика:

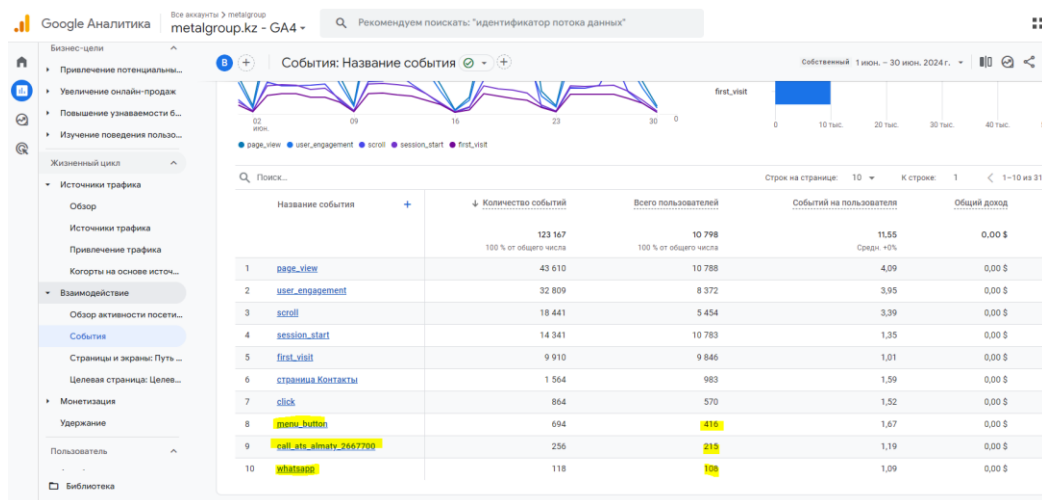
- 1. Источники трафика:** Определение, откуда приходит трафик на ваш сайт (Paid search, Organic search, прямой заход, реферальные ссылки и т.д.).
- 2. Общая посещаемость:** Оценка общего числа посетителей, просмотров страниц и других метрик, отражающих общую активность пользователей на сайте.

Анализ трафика [Google analytics](#) сайта metalgroup.kz:



1.3 Анализ конверсии - это процесс изучения того, какие проценты посетителей вашего сайта выполняют желаемые действия, такие как позвонить, отправить заявку через корзину, подписка на рассылку, заполнение формы обратной связи и т.д. Изучение того, какие каналы (поисковые системы, социальные сети, рекламные кампании и т.д.) приносят наибольшее количество конверсий. Это позволяет распределить бюджет маркетинговых усилий более эффективно.

Анализ конверсии [Google analytics](#) сайта metalgroup.kz:



2. Технический аудит сайта

Технический аудит сайта в SEO — это процесс проверки и оценки технических аспектов веб-сайта с целью выявления проблем, которые могут влиять на его видимость и производительность в поисковых системах. Этот аудит помогает идентифицировать технические ошибки и несоответствия с лучшими практиками SEO, которые могут затруднять индексацию сайта поисковыми роботами и ухудшать пользовательский опыт.

1. **Проверка индексации:** Все страницы сайта индексируются поисковыми системами и что нет нежелательных страниц в индексе (например, страницы с дублирующимся контентом или страницы с ошибками).
2. **Проверка скорости загрузки:** Оценка скорости загрузки сайта на различных устройствах и соединениях, идентификация факторов, замедляющих загрузку (например, большие изображения, ненужные скрипты).
3. **Мобильная дружелюбность:** Проверка сайта на адаптивность и удобство использования на мобильных устройствах, что важно для ранжирования в мобильных поисковых результатах.
4. **Файл robots.txt и XML-карта сайта:** Проверка правильности настройки файла robots.txt и XML-карты сайта для обеспечения корректной индексации и инструкций поисковым роботам.
5. **Безопасность и защита данных:** Проверка уровня безопасности сайта, включая наличие SSL-сертификата (HTTPS), защиту от вредоносных программ и спама.
6. **Пользовательский опыт:** Оценка общего пользовательского опыта на сайте, включая удобство навигации, доступность информации и общее визуальное впечатление.

IDIA Market LLP

тел: 8 (7172) 27 99 00 вн.270 Гульбану

моб: +7 707 332 14 38

e-mail: gulbanu@idiamarket.kz

www.idiamarket.kz

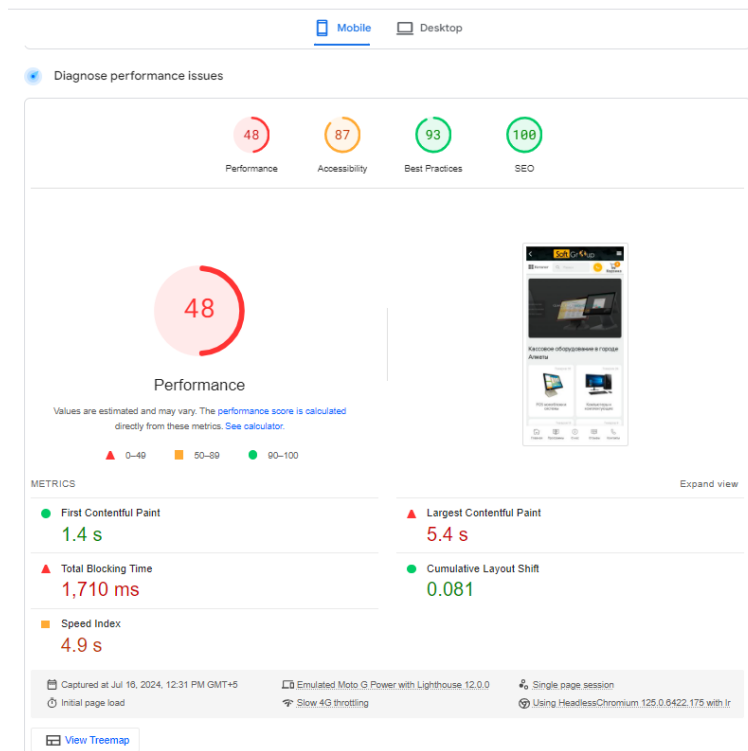
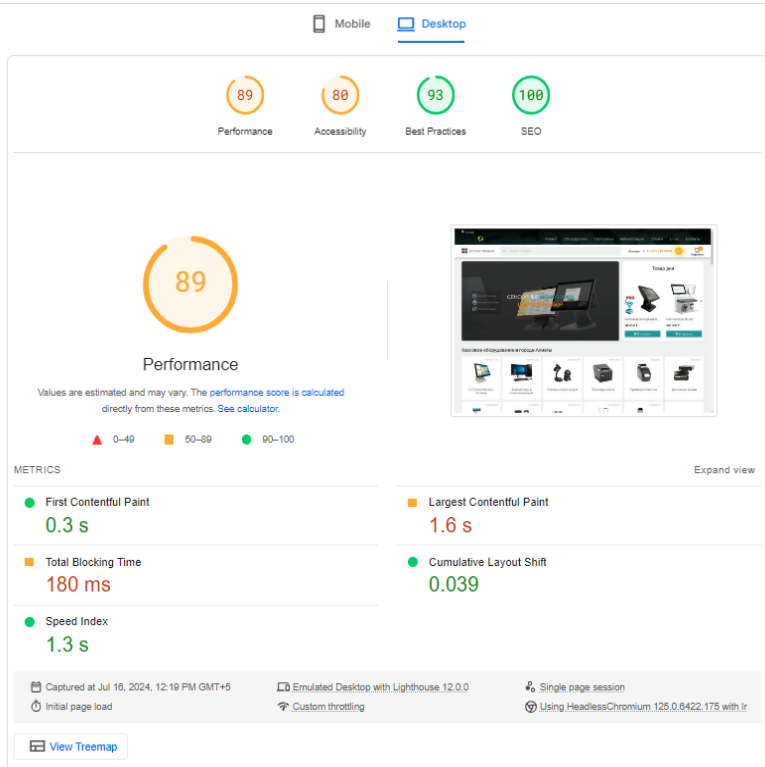
адрес: 010000, г. Астана, ул. Бейсекбаева 24/1, 2-этаж, офис № 222.



Анализ сайта desktop softgroup.kz через Lighthouse [полная ссылка:](#)

DESKTOP:

MOBILE:



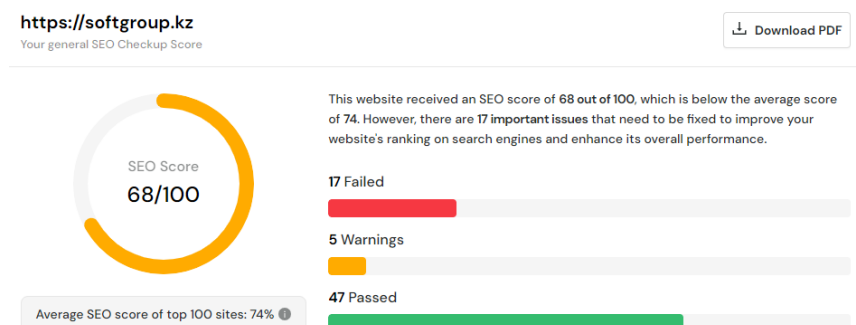
89%/48% Performance — производительность. Анализирует скорость загрузки сайта. На эту оценку влияет время блокировки, отрисовки стилей, загрузки интерактивных элементов, шрифтов и контента.

80%/87% Accessibility — доступность. Проверяет, могут ли все пользователи получать доступ к контенту и эффективно перемещаться по сайту. Эта оценка зависит от понятности и воспринимаемости контента, возможности управлять интерфейсом и передвигаться по содержимому без помощи мыши.

93%/93% Best Practices — лучшие практики. Проверяет безопасность сайта и использование современных стандартов веб-разработки. Оценка зависит от того, используется ли на сайте HTTPS, устаревшие API, правильная кодировка и другие параметры.

100%/100% SEO — оценивает соответствие страницы советам Google по поисковой оптимизации. Здесь проверяется использование метатегов, доступ к индексации и переобходу роботами, наличие атрибутов alt у изображений, адаптированность к мобильным экранам и другие характеристики.

Общая оценка сайта SEO от seositecheckup 68%: из тестов - **17 не пройдено**, **5 предупреждения**, **47 пройдено**



IDIA Market LLP

тел: 8 (7172) 27 99 00 вн.270 Гульбану

моб: +7 707 332 14 38

e-mail: gulbanu@idiamarket.kz

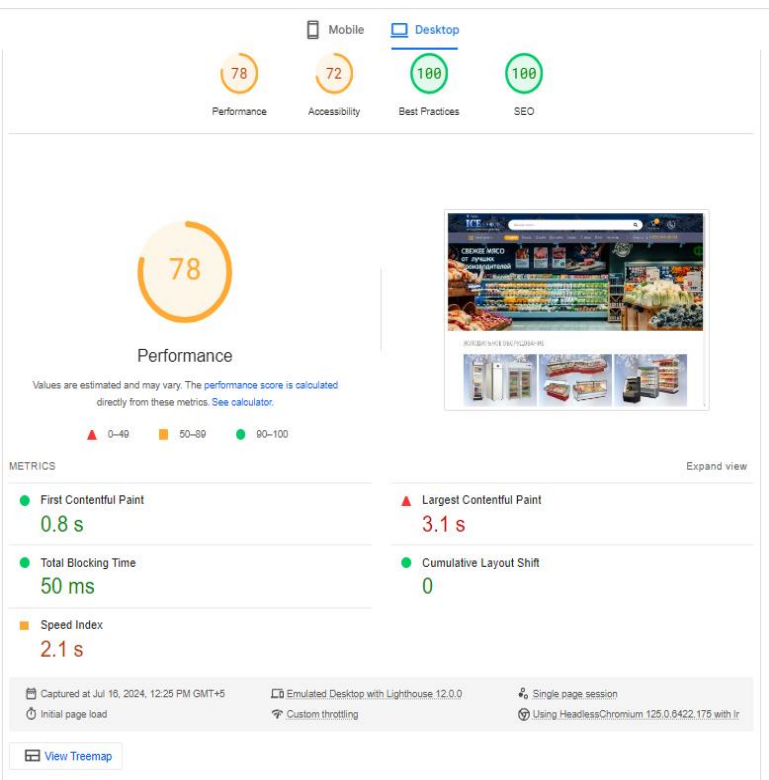
www.idiamarket.kz

адрес: 010000, г. Астана, ул. Бейсекбаева 24/1, 2-этаж, офис № 222.

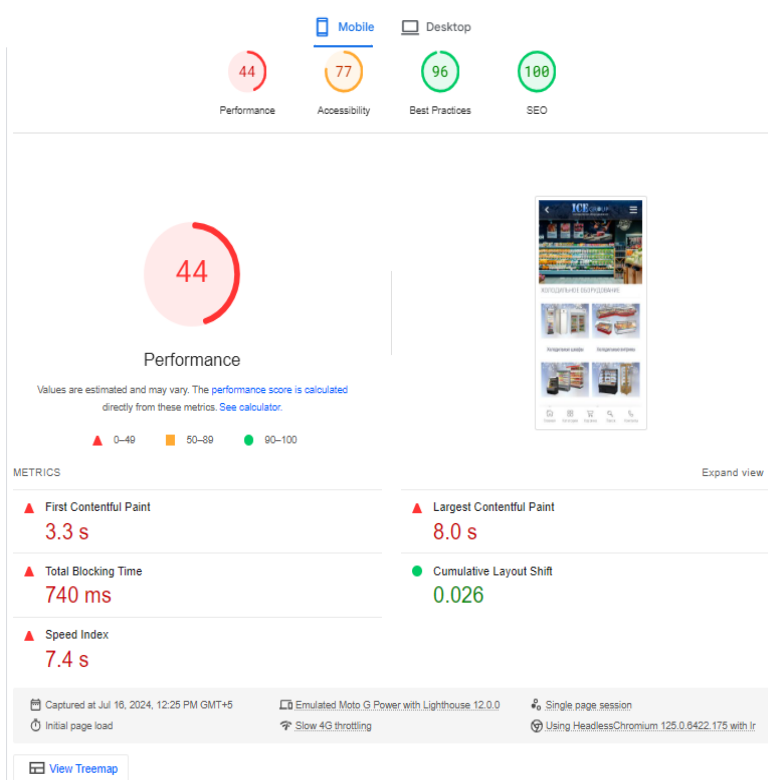


Анализ сайта icegroup.kz через Lighthouse [полная ссылка](#):

DESKTOP:



MOBILE:



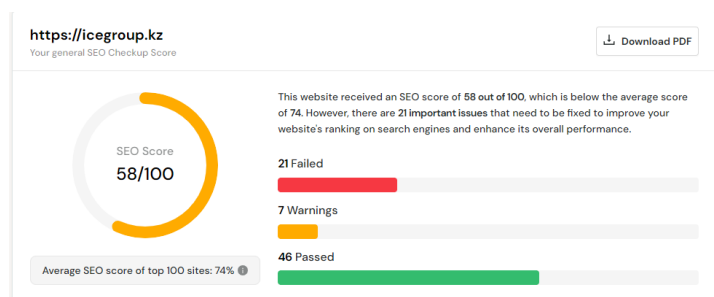
78%/44% Performance — производительность. Анализирует скорость загрузки сайта. На эту оценку влияет время блокировки, отрисовки стилей, загрузки интерактивных элементов, шрифтов и контента.

72%/77% Accessibility — доступность. Проверяет, могут ли все пользователи получать доступ к контенту и эффективно перемещаться по сайту. Эта оценка зависит от понятности и воспринимаемости контента, возможности управлять интерфейсом и передвигаться по содержимому без помощи мыши.

100%/96% Best Practices — лучшие практики. Проверяет безопасность сайта и использование современных стандартов веб-разработки. Оценка зависит от того, используется ли на сайте HTTPS, устаревшие API, правильная кодировка и другие параметры.

100%/100% SEO — оценивает соответствие страницы советам Google по поисковой оптимизации. Здесь проверяется использование метатегов, доступ к индексации и переобходу роботами, наличие атрибутов alt у изображений, адаптированность к мобильным экранам и другие характеристики.

Общая оценка сайта SEO от [seositecheckup](#) **58%**: из тестов - **21 не пройдено**, **7 предупреждения**, 46 пройдено



IDIA Market LLP

тел: 8 (7172) 27 99 00 вн.270 Гульбану

моб: +7 707 332 14 38

e-mail: gulbanu@idiamarket.kz

www.idiamarket.kz

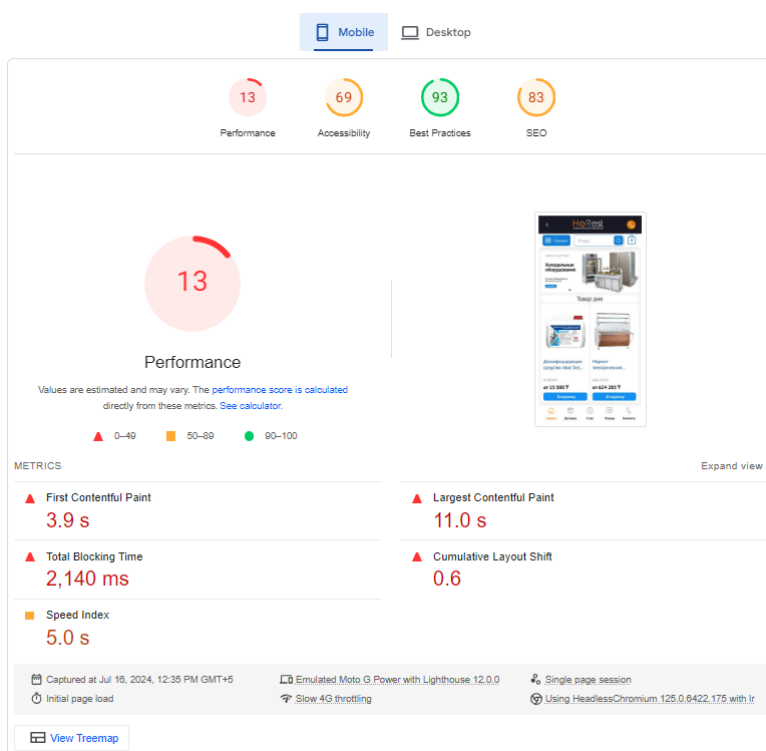
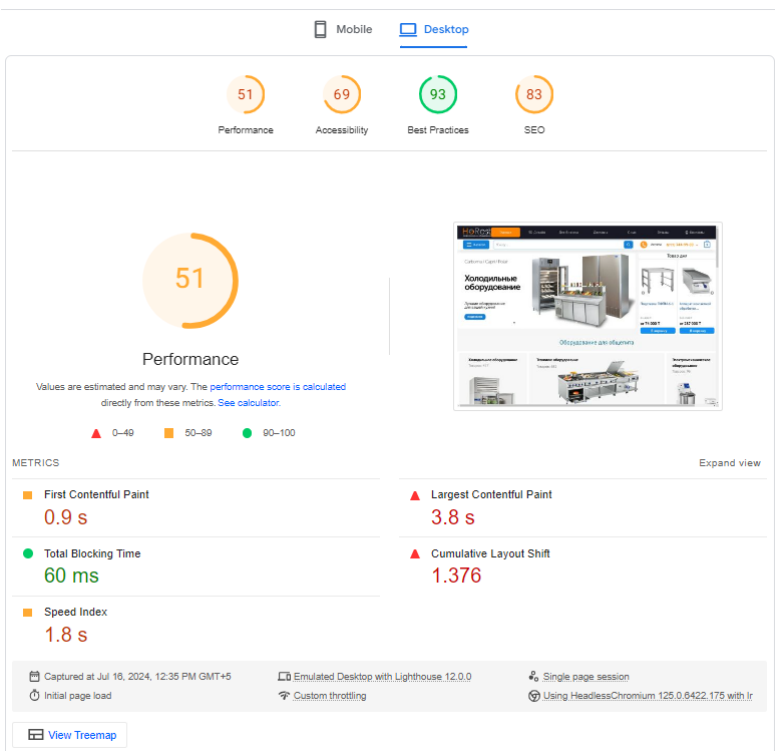
адрес: 010000, г. Астана, ул. Бейсекбаева 24/1, 2-этаж, офис № 222.



Анализ сайта horest.kz через Lighthouse [полная ссылка](#):

DESKTOP:

MOBILE:



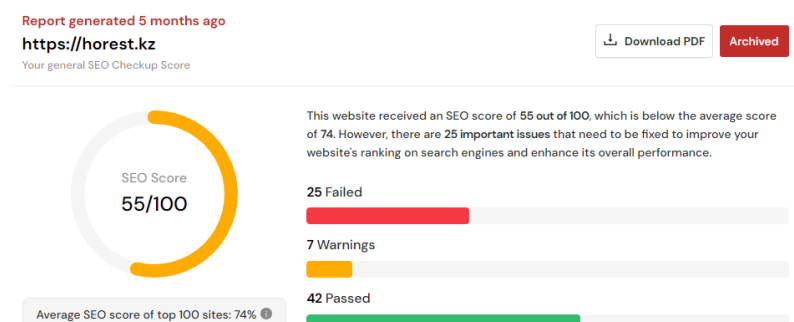
51%/13% Performance — производительность. Анализирует скорость загрузки сайта. На эту оценку влияет время блокировки, отрисовки стилей, загрузки интерактивных элементов, шрифтов и контента.

69%/69% Accessibility — доступность. Проверяет, могут ли все пользователи получать доступ к контенту и эффективно перемещаться по сайту. Эта оценка зависит от понятности и воспринимаемости контента, возможности управлять интерфейсом и передвигаться по содержимому без помощи мыши.

93%/93% Best Practices — лучшие практики. Проверяет безопасность сайта и использование современных стандартов веб-разработки. Оценка зависит от того, используется ли на сайте HTTPS, устаревшие API, правильная кодировка и другие параметры.

83%/83% SEO — оценивает соответствие страницы советам Google по поисковой оптимизации. Здесь проверяется использование метатегов, доступ к индексации и переобходу роботами, наличие атрибутов alt у изображений, адаптированность к мобильным экранам и другие характеристики.

Общая оценка сайта SEO от [seositecheckup](#) 55%: из тестов - **25 не пройдено**, **7 предупреждения**, 42 пройдено



IDIA Market LLP

тел: 8 (7172) 27 99 00 вн.270 Гульбану

моб: +7 707 332 14 38

e-mail: gulbanu@idiamarket.kz

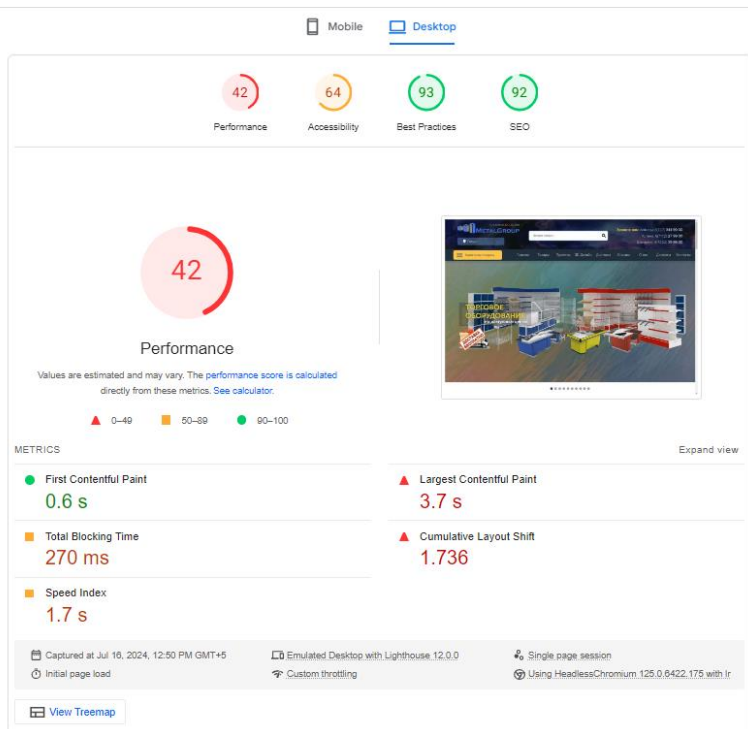
www.idiamarket.kz

адрес: 010000, г. Астана, ул. Бейсекбаева 24/1, 2-этаж, офис № 222.

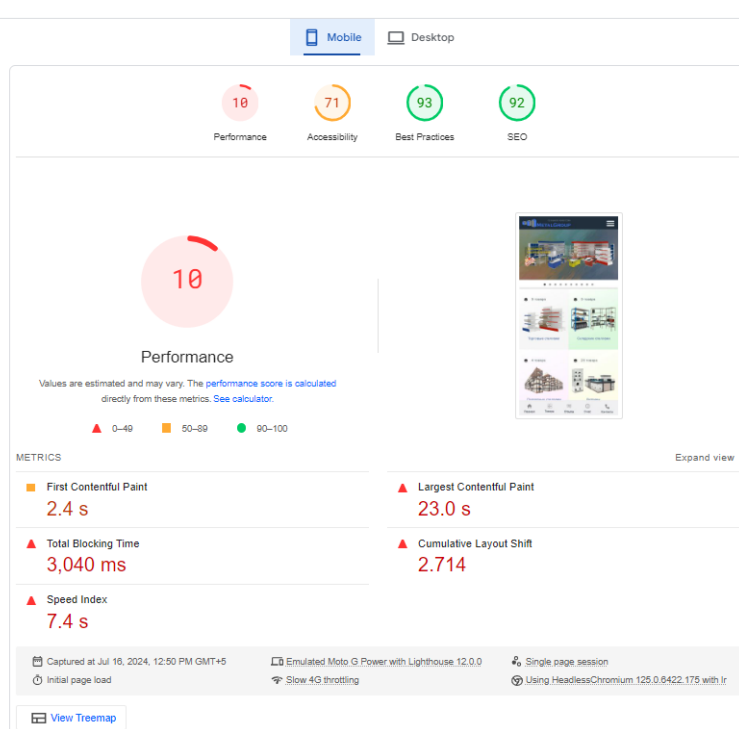


Анализ сайта metalgroup.kz через Lighthouse [полная ссылка](#):

DESKTOP:



MOBILE:



42%/10% Performance — производительность. Анализирует скорость загрузки сайта. На эту оценку влияет время блокировки, отрисовки стилей, загрузки интерактивных элементов, шрифтов и контента.

64%/71% Accessibility — доступность. Проверяет, могут ли все пользователи получать доступ к контенту и эффективно перемещаться по сайту. Эта оценка зависит от понятности и воспринимаемости контента, возможности управлять интерфейсом и передвигаться по содержимому без помощи мыши.

93%/93% Best Practices — лучшие практики. Проверяет безопасность сайта и использование современных стандартов веб-разработки. Оценка зависит от того, используется ли на сайте HTTPS, устаревшие API, правильная кодировка и другие параметры.

92%/92% SEO — оценивает соответствие страницы советам Google по поисковой оптимизации. Здесь проверяется использование метатегов, доступ к индексации и переобходу роботами, наличие атрибутов alt у изображений, адаптированность к мобильным экранам и другие характеристики.

Общая оценка сайта SEO от [seositecheckup](#) **52%**: из тестов - **24 не пройдено**, **6 предупреждения**, **44 пройдено**

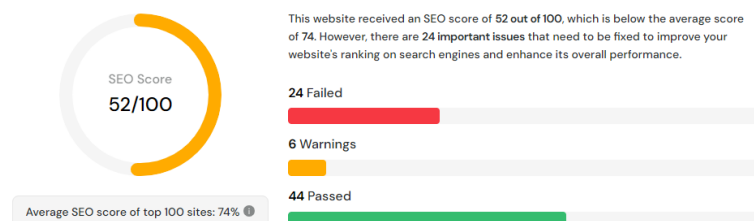
Report generated 5 months ago

<https://metalgroup.kz>

Your general SEO Checkup Score

Download PDF

Archived



3. Определение приоритетных страниц для продвижения

Определение приоритетных страниц для продвижения в SEO — это стратегический подход к выбору конкретных страниц вашего сайта, которых нужно оптимизировать и продвигать с целью улучшения их видимости и ранжирования в поисковых системах. Используя данные аналитики (например, Google Analytics) для оценки текущей производительности страниц. Рассматриваем такие метрики, как трафик, конверсии, отказы, время на сайте и другие показатели эффективности.

Определение приоритетных страниц сайта horest.kz через [Google Analytics](#):

Google Аналитика | Все аккаунты > icegroup.kz | <https://icegroup.kz/> - GA4 - | Поиск: Рекомендуем поискать: "Администратор"

Сводка отчетов | Страницы и экраны: Путь к странице и класс экрана | Сводка отчетов | 1 мар. – 15 июн. 2024 г. | 1-25 из 1136

Путь к странице и класс экрана	Пользователи	Просмотров на пользователя	Среднее время взаимодействия	Количество событий	Ключевые события	Общий доход	Показатель отказов
	15 658 00 % от общего числа	5,42 Средн. +0%	1 мин. 38 сек. Средн. +0%	215 522 100 % от общего числа	1 027,00 100 % от общего числа	0,00 \$	36,51 % Средн. +0%
1 /index	14	616,36	2 ч. 12 мин.	18 053	0,00	0,00 \$	11,43 %
2 /	4 357	1,74	22 сек.	24 947	48,00	0,00 \$	27,98 %
3 /lar	3 414	2,17	34 сек.	21 601	17,00	0,00 \$	32,94 %
4 /products	2 661	2,05	24 сек.	16 005	29,00	0,00 \$	16,59 %
5 /holod_shikaf	1 616	1,97	16 сек.	7 453	12,00	0,00 \$	10 %
6 /holod_vitrina	1 453	1,98	51 сек.	7 309	12,00	0,00 \$	13,95 %
7 /lari_cryspi_cf200f_direct	67	41,70	8 мин. 35 сек.	5 696	0,00	0,00 \$	10,69 %
8 /holod_camera	1 589	1,53	19 сек.	8 348	17,00	0,00 \$	30,39 %
9 /holod_steklo	960	2,12	34 сек.	4 772	2,00	0,00 \$	14,34 %
10 /kondit	1 152	1,65	40 сек.	5 610	14,00	0,00 \$	15,63 %
11 /pristen_vitrina	750	2,46	1 мин. 19 сек.	4 597	7,00	0,00 \$	11,02 %
12 /index	444	3,42	42 сек.	3 598	1,00	0,00 \$	12,16 %
13 /holod_ustanovka	802	1,75	27 сек.	4 331	9,00	0,00 \$	25,16 %
14 /holod_pharmacy	724	1,65	24 сек.	3 894	1,00	0,00 \$	30,31 %
15 /contact	644	1,76	33 сек.	3 389	627,00	0,00 \$	8,16 %

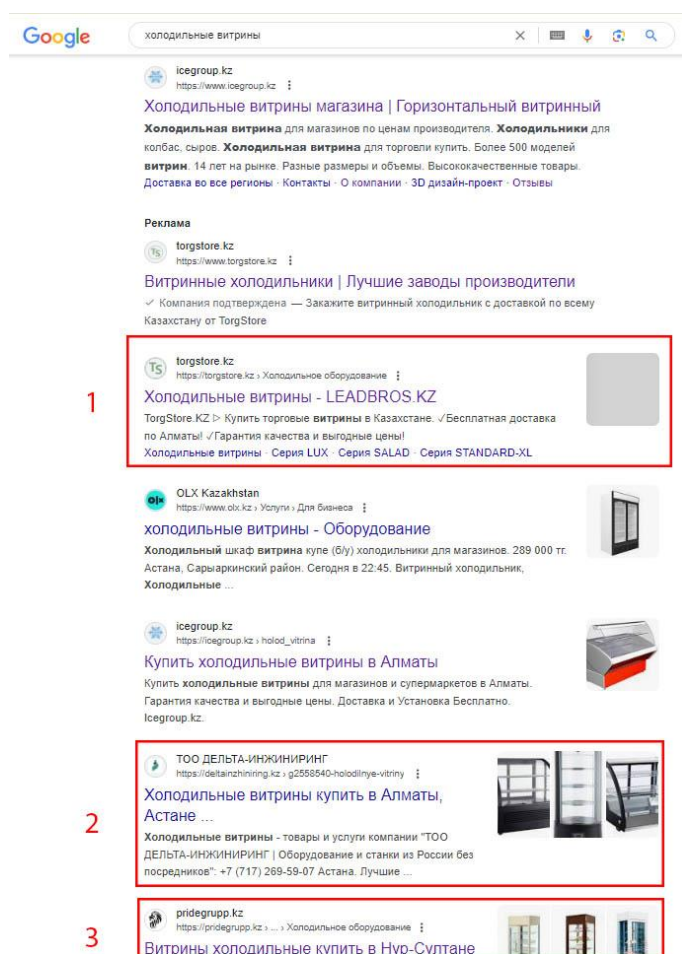
Задачи по анализу определения приоритетных страниц:

- 1) Создание категории Морозильники (много запросов, нету на сайте морозильников, только холодильники)
- 2) Морозильные лари
- 3) Холодильные камеры
- 4) Холодильные шкафы (очень много товаров)
- 5) Холодильные витрины
- 6) Кондитерские витрины
- 7) Холодильные горки
- 8) Холодильные столы
- 9) Настольные витрины
- 10) Холодильная камера
- 11) Льдогенераторы
- 12) Шкафы шоковой заморозки
- 13) Камеры шоковой заморозки

4. Подробный анализ конкурентов

Подробный анализ конкурентов в SEO — это важный этап для разработки эффективной стратегии продвижения сайта.

1. **Определение основных конкурентов**, которые успешно ранжируются по ключевым запросам в вашей нише.
2. **Анализ ключевых слов**: Изучение ключевых слов, по которым конкуренты успешно ранжируются.
3. **Содержание и структура сайта**: Изучение структуры и содержание страниц конкурентов. Оценить какие типы контента они используют (статьи, блоги, видео и т.д.)
4. **Технический аудит**: Оценка скорости загрузки, мобильную дружелюбность, использование мета-тегов.
5. **Анализ ссылочного профиля**: Изучите ссылочный профиль конкурентов. Определить, откуда они получают обратные ссылки (бэклинки).



1. Были изучены 3 сайта, по ключевым словам, категории “Холодильное оборудование”

- Структура сайта, ключевые слова, title, description, заголовки h1, h2, h3

SUMMARY	Headers	Images	Links	Social	Tools
Title 96 characters	Холодильное оборудование: купить холодильное оборудование в Казахстане, Алматы, цена Leadbros.kz				
Description 166 characters	LEADBROS.KZ ► Купить холодильное оборудование промышленное в Казахстане. Бесплатная доставка по Алматы. Выгодные цены, широкий выбор. Read more				
Keywords	Keywords are missing!				
URL	https://torgstore.kz/cholodilnoe-oborudovanie				
Canonical	https://torgstore.kz/cholodilnoe-oborudovanie				
Robots Tag	Robots meta tag is not defined.				
Author	Author is missing.				
Publisher	Publisher is missing.				
Lang	Lang attribut of HTML element is missing.				
H1	H2	H3	H4	H5	H6
1	3	0	0	21	0
Images 63 Links 401					
Robots.txt Sitemap.xml					

- Наличие тега canonical, используется для указания поисковым системам основной (канонической) версии URL страницы. Если на сайте есть несколько страниц с аналогичным или идентичным содержанием, тег canonical позволяет указать поисковым системам предпочтительный URL этой страницы.

- Наличие микроразметки может улучшить видимость вашего контента в поисковых системах, увеличить кликабельность (CTR) результатов поиска благодаря богатым результатам (Rich Snippets) и улучшить пользовательский опыт.

torgstore.kz
<https://torgstore.kz> Холодильное оборудование :
Холодильные витрины - LEADBROS.KZ
 TorgStore.KZ ► Купить торговые витрины в Казахстане. ✓Бесплатная доставка по Алматы!
 ✓Гарантия качества и выгодные цены!
Холодильные витрины - Серия LUX - Серия SALAD - Серия STANDARD-XL

- Наличие контента по ключевым словам

Обеспечить красивую выкладку продукции и сохранить ее свежесть поможет холодильное оборудование. Специальные установки изготавливаются различной формы и размеров, что позволяет подобрать технику для торговли заготов и магазинами разной площади и конфигурации.

Типы холодильного оборудования

Почему выгодно купить холодильное оборудование?

В зависимости от вида деятельности организации могут использоваться различные типы промышленного холодильного оборудования:

- холодильные шкафы;
- холодильные камеры;
- охлаждающие прилавки.

Холодильные шкафы со стеллажными дверцами подходят для торговых залов и магазинов. Они обеспечивают нужную температуру продуктам питания и предоставляют обзор товаров с разных сторон. Такое оборудование скрывается стеллажи и выполняет прямые назначения по сохранности продукции.

Холодильные камеры имеют вертикальную форму. Для применения на складах выбирают боксы со сплошными дверками, их используют для хранения замороженных продуктов. К ним легко можно подкатывать небольшие грузовики авто и размещать необходимые товары. Промышленная холодильная камера имеет несколько уровней температурного режима и обеспечивает длительное хранение товаров на складах магазинов и заводов.

Прилавки со стеллажными перегородками используют как витрину для выкладки мясной, сырной, молочной продукции, а также для демонстрации бакалеи и кондитерки. Основная задача такого оборудования – легкий доступ продукции или покупателю до продукта и хранение их в течение большого срока. Витрины не предназначены для заморозки или длительного хранения, в отличие от поддержания оптимальной температуры и сохранения свежести товаров.

Купить холодильное оборудование — это не просто сделать выгодное вложение, но и пройти необходимый этап в организации бизнеса. Приобретение правил хранения продуктов питания повлечет за собой их порчу и убытки для предпринимателя.

Сколько стоит холодильное оборудование в КЗ?

Цена на охлаждающие камеры и морозильные боксы будет зависеть от технических характеристик. На стоимость, с которой вы можете ознакомиться в объявлении, также влияют габариты установки. Потому надо решить, какой объем продукции вы планируете хранить или охладить. Диапазон температур холодильного оборудования — еще одно условие выбора оборудования. Чем больше возможностей у камеры менять и устанавливать различные температурные режимы, тем выше стоимость оборудования.

Холодильники в устройстве имеют быть выносными или встроенными. Наружный генератор требует дополнительной установки и обслуживания помещений, где он будет находиться. По типу генерирования холода различают статическое или динамическое оборудование. Так динамическое типа времени на охлаждение продукта уйдет больше, но оно не обмерзает и может храниться без упаковки. Для статического охлаждения характерна скорость, но тогда продукты лучше держать в упаковке.

На сайте компании Leadbros.kz представлен каталог с большим выбором оборудования по выгодным ценам. Мы предлагаем оформить заказ через интернет и заказать доставку в Алматы или любой другой город Казахстана.

Витринный холодильник:

Техническое задание на исправление ошибок

1. Техническая оптимизация

По анализу сайта softgroup.kz [полная ссылка](#) необходимо выполнить следующие задачи:

Производительность мобильной версии сайта составляет критичной отметки - **48% Performance**.

1. Необходимо сократить время выполнения js файлов, удалить неработающие/старые gtm разметки:

☒ Show 3rd-party resources (5)

URL	Total CPU Time	Script Evaluation	Script Parse
softgroup.kz 1st Party	3,599 ms	1,534 ms	12 ms
/js/jquery-1.11.3.min.js (softgroup.kz)	2,281 ms	1,342 ms	7 ms
https://softgroup.kz	879 ms	19 ms	2 ms
/js/script.js (softgroup.kz)	178 ms	13 ms	2 ms
...modules/dataProducts.js (softgroup.kz)	176 ms	159 ms	1 ms
/js/smart-search.js (softgroup.kz)	85 ms	0 ms	0 ms
Yandex Metrika Analytics	2,273 ms	1,751 ms	12 ms
/metrika/tag.js (mc.yandex.ru)	2,273 ms	1,751 ms	12 ms
Google Tag Manager Tag-Manager	871 ms	819 ms	42 ms
/gtag/js?id=G-E0MLEVZE9L (www.googletagmanager.com)	590 ms	565 ms	18 ms
/gtm.js?id=GTM-T3HWCNF (www.googletagmanager.com)	195 ms	180 ms	14 ms
/gtag/js?id=UA-212...-1&l=dataLayer&cx=c (www.googletagmanager.com)	87 ms	74 ms	10 ms
Unattributable	587 ms	36 ms	0 ms
Unattributable	587 ms	36 ms	0 ms
Google Analytics Analytics	78 ms	68 ms	4 ms
/analytics.js (www.google-analytics.com)	78 ms	68 ms	4 ms

2. Сократить время на обработку, компиляцию и выполнение скриптов JS. Для этого вы можете разбить код JS на небольшие фрагменты
3. Настроить подходящий размер изображений, современные форматы изображений

Верстка:

1. Заменить заголовки `<h3></h3>....<h6></h6>` на `` **не ключевые слова** с соответствующим стилем CSS на всех страницах сайта.
2. Заменить теги `
</br>` на `` с соответствующим стилем CSS на всех страницах сайта.
3. Заменить теги `` на `` с соответствующим стилем CSS

2. Оптимизация Core Web Vitals

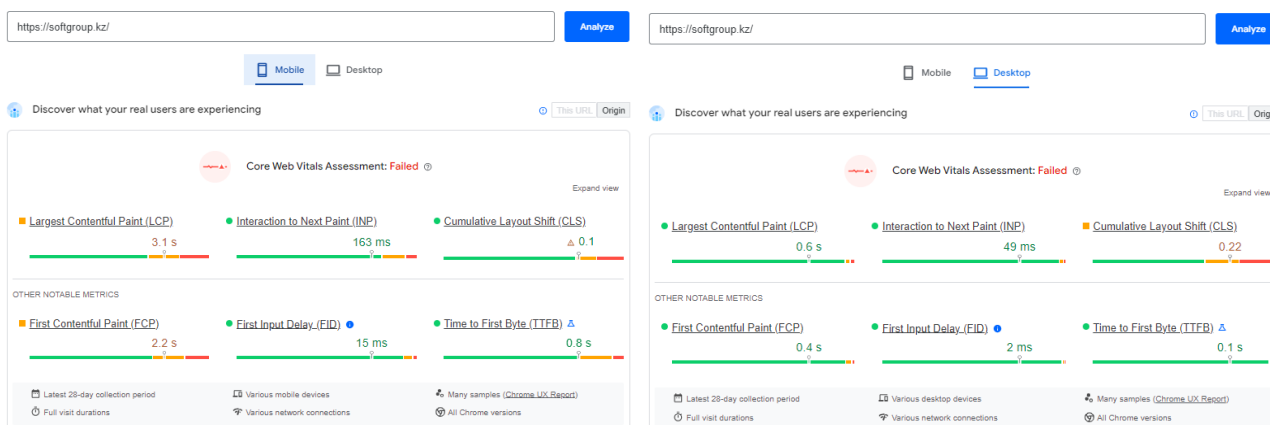
Core Web Vitals (основные показатели загрузки) – это метрики реального пользовательского опыта, которые анализирует Google.

Core Web Vitals присоединены к группе метрик, которые Google называет «Удобство страницы» (Page Experience). К другим сигналам в составе этой группы относятся оптимизация для мобильных устройств, HTTPS, Безопасный просмотр и отсутствие назойливых межстраничных объявлений.

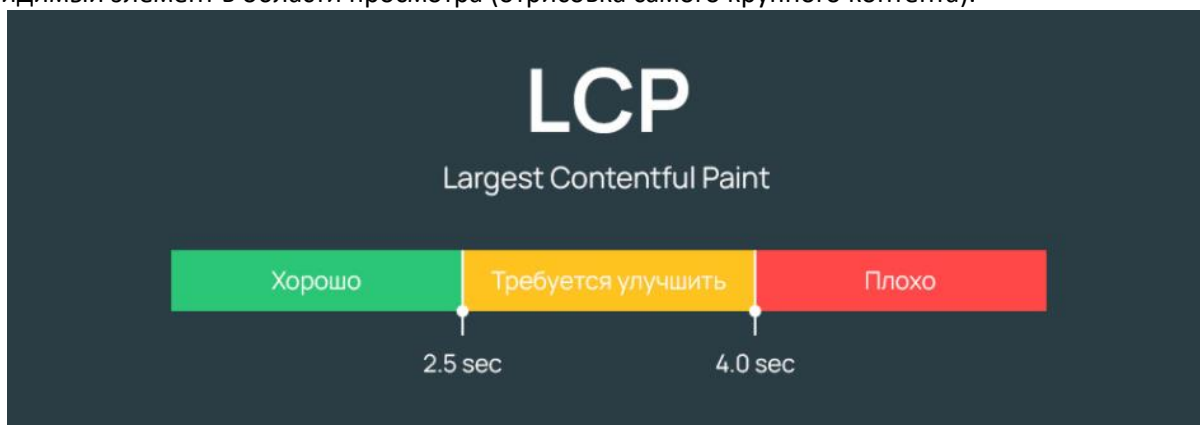
Анализ по softgroup.kz Core Web Vitals [полная ссылка:](#)

DESKTOP:

MOBILE:



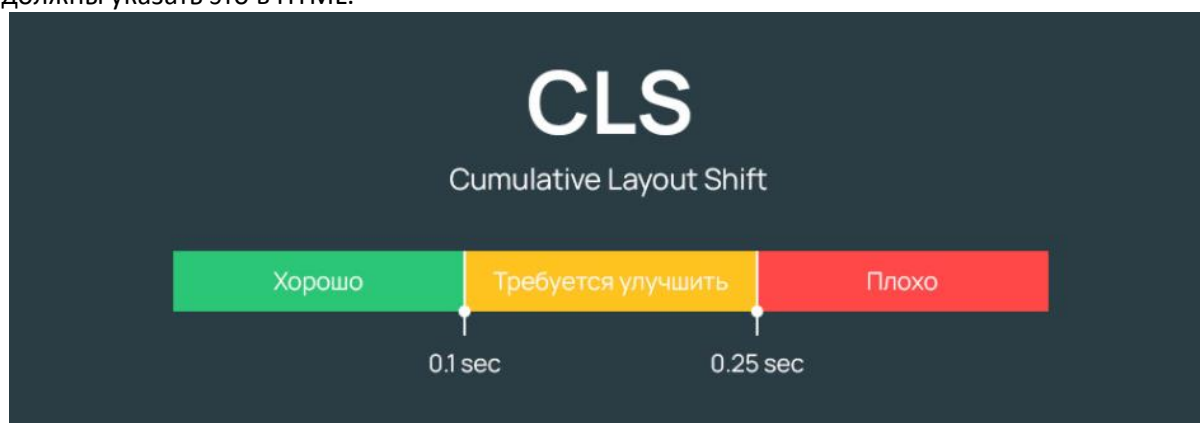
1. **0.6 s / 3.1 s LCP (Largest Contentful Paint)** - время, за которое браузер отрисовывает самый крупный видимый элемент в области просмотра (отрисовка самого крупного контента).



2. **2 ms / 15 ms FID (First Input Delay)** - показывает время между первым взаимодействием пользователя со страницей (нажатием на ссылку, кнопку и т.п.) и ответом браузера (задержка после первого ввода). То есть, насколько быстро страница становится интерактивной. Если пользователь на что-то нажимает и ничего не происходит или же происходит, но очень медленно, то это плохой опыт взаимодействия. FID может зависеть от JavaScript, стороннего кода, и есть несколько способов найти и устранить эти проблемы.

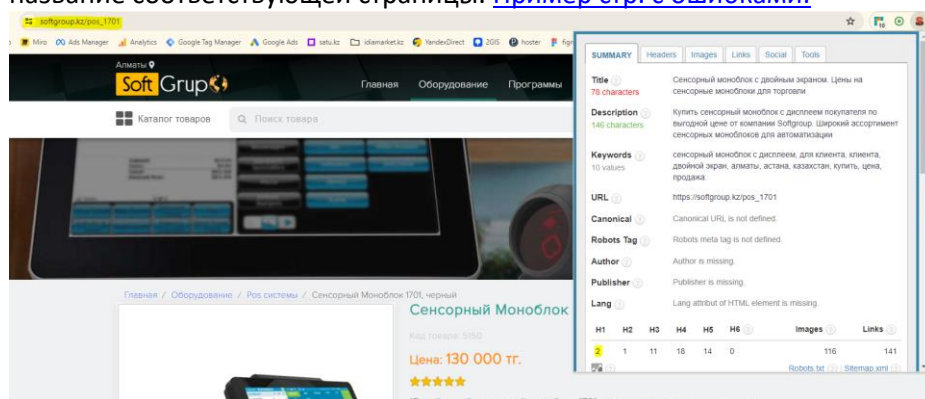


3. **0.22 / 0.1 CLS (Cumulative Layout Shift)** - оценивает, насколько элементы на странице смещаются во время её загрузки (совокупное смещение макета). Другими словами, насколько быстро страница становится стабильной. Основная причина нестабильности состоит в том, что размеры изображений часто не определены. Поэтому, если у вас есть изображение шириной и высотой в 400 пикселей, то вы должны указать это в HTML.



3. Заголовки H1:

На всех страницах сайта должен быть один, и только один заголовок H1. Он должен отображать название соответствующей страницы. [Пример стр. с ошибками:](#)



4. Корректная настройка метаданных

Страницы содержащие данные в мета-теге keywords. Данный мета-тег является нежелательным при SEO оптимизации, т.к. Google уже неоднократно заявлял о том, что не учитывает его при ранжировании. В то же время - это отличный источник переспама для страниц. Рекомендуется удалить его со всех страниц сайта.

5. Настройка каноничности страниц

Для корректной индексации сайта, необходимо настроить `<link rel="canonical" href=""/>` сам на себя для всех страниц сайта, кроме пагинации и сортировки.

Использование канонических ссылок (canonical):

1. Каноническая ссылка (canonical) должна указывать на основную версию страницы, чтобы избежать проблем с дублированным контентом и улучшить SEO.
2. Каноническая ссылка должна быть прописана в теге `<link rel="canonical" href="URL">` внутри секции `<head>` каждой страницы:

1. Главная страница
2. Категорийная страница
3. Подкатегорийная страница
4. Страница с примененным фильтром
5. Страница карточки товаров
6. Страница пагинации

6. Ошибки HTML и CSS

На сайте обнаружены критические ошибки:

[Ошибки CSS](#)

[Ошибки HTML](#)

7. Настройка языковых версий сайта

Нужно разместить теги `<html lang="ru">` на всех страницах соответствующих версий. Это поможет поисковым системам индексировать и правильно понимать структуру сайта, на какой язык и регион ориентирована конкретная версия страницы

8. Семантическая разметка

Семантическая разметка – это система тегов-аннотаций, которые позволяют поисковым программам идентифицировать и распознавать сведения на целевых страницах товаров.

Говоря простым языком, с помощью специальных символов, которые распознает поисковая система, мы можем указать "чем именно" является та или иная информация на страницах сайта, т.е. показать поисковой системе, что номер телефона - это номер телефона, а не набор цифр, логотип - это не простая картинка, а логотип компании и так далее.

1. Разметка логотипа сайта:

Разместить на всех страницах сайта.

```
<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "http://schema.org",
  "@type": "Organization",
  "name": "horest.kz",
  "url": "https://horest.kz/",
  "logo": "https://horest.kz/images/logo.png"
}
</script>
```

Инструкция: <https://developers.google.com/search/docs/data-types/logo>

2. Семантическая разметка для поиска по сайту:

```
<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "http://schema.org",
  "@type": "WebSite",
  "url": "https://horest.kz/",
  "potentialAction": {
    "@type": "SearchAction",
    "target": "https://horest.kz/search.html"
  }
}
</script>
```

Инструкция: <https://developers.google.com/search/docs/data-types/sitelinks-searchbox>

3. Разметка страниц листинга:

- Разметка должна быть внедрена для всех карточек товара на всех страницах с листингом товаров (Страницы категорий и фильтров). На примере https://horest.kz/professional_plity.html

```
<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "http://schema.org",
  "@type": "ItemList",
  "url": "https://horest.kz/professional_plity.html",
  "numberOfItems": "62", //числовое значение количества товаров в листинге
  "itemListElement": [
    {
      "@type": "Product",
      "position": 1,
      "url": "https://horest.kz/induksionnaya-plita-kip-29p-3-5.html",
      "image": "https://horest.kz/images/products/teplovoe/induksionnye_plity/induksionnaya-plita-kip-29p-3-5.webp",
      "name": "Индукционная плита КИП-29П-3,5",
      "description": "text", // description карточки товара
      "offers": {
        "@type": "Offer",
        "url": "https://horest.kz/induksionnaya-plita-kip-47n-sdvoenny-induktor-ego.html",
        "priceCurrency": "KZT",
        "price": "897138",
        "availability": "https://schema.org/InStock"
      }
    },
    {
      "@type": "Product",
      "position": 2,
```

```

        "url": "https://horest.kz/induksionnaya-plita-kip-29p-3-5-01.html",
        "image": "https://horest.kz/images/products/teplovoe/induksionnye_plity/induksionnaya-plita-
kip-29p-3-5-01.webp",
        "name": "Индукционная плита КИП-29П-3,5-01",
        "description": "text", // description карточки товара
        "offers": {
            "@type": "Offer",
            "url": "https://horest.kz/induksionnaya-plita-kip-29p-3-5-01.html",
            "priceCurrency": "KZT",
            "price": "414920",
            "availability": "https://schema.org/InStock"
        }
    },
    {
        "@type": "Product",
        "position": 3,
        "url": "https://horest.kz/plita-elektricheskaya-epk-27n.html",
        "image": "https://horest.kz/images/products/plita/plita-elektricheskaya-epk-27n.webp",
        "name": "Плита электрическая ЭПК-27Н",
        "description": "text", // description карточки товара
        "offers": {
            "@type": "Offer",
            "url": "https://horest.kz/plita-elektricheskaya-epk-27n.html",
            "priceCurrency": "KZT",
            "price": "204930",
            "availability": "https://schema.org/InStock"
        }
    }
]
}
</script>
<script type="application/ld+json">
    {"@context": "http://schema.org",
    "@type": "ProductCollection",
    "name": "Профессиональные плиты", // h1 категории
    "image": "https://horest.kz/images/products/teplovoe/induksionnye_plity/induksionnaya-plita-kip-29p-
3-5.webp", // изображение первого товара
    "url": "https://horest.kz/professional_plity.html",
    "collectionSize": "62", // числовое значение количества товаров в листинге
    "author": {
        "@type": "OnlineBusiness",
        "name": "horest.kz"
    },
    "description": "text" // <meta name="description" content="text">
    }
}
</script>

```

4. Разметка для карточек товара:

Разметка должна быть на всех карточках товара. По примеру:

```
<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "https://schema.org/",
  "@type": "Product",
  "name": "Индукционная плита КИП-29П-3,5",
  "image": "фото карточки товара",
  "description": "Подтягивать Description страницы",
  "review": { // Разметка для отзыва на карточке товара
    "@type": "Review",
    "author": "Игорь",
    "datePublished": "2021-02-11",
    "reviewBody": "Тестовый отзыв",
    "reviewRating": {
      "@type": "Rating",
      "bestRating": "5",
      "ratingValue": "5",
      "worstRating": "1"
    }
  },
  "aggregateRating": { // Разметка для обозначения рейтинга карточки товара
    "@type": "AggregateRating",
    "ratingValue": "5",
    "reviewCount": "1"
  },
  "offers": {
    "@type": "Offer",
    "url": "https://horest.kz/induksionnaya-plita-kip-29p-3-5.html",
    "priceCurrency": "KZT",
    "price": "392656",
    "priceValidUntil": "2021-03-05", // Заполнять только для товара со скидкой (дата окончания скидки)
    "itemCondition": "https://schema.org/NewCondition",
    "availability": "https://schema.org/InStock", // Изменять зависимо от статуса товара
    "seller": {
      "@type": "Organization",
      "name": "horest.kz"
    }
  }
}
</script>
```

Разметка для обозначения рейтинга карточки товара должна выводиться только при наличии хотя бы одного отзыва на карточке. Если на карточке отзывов нет, разметка выводиться не должна, так как поисковая система не воспринимает рейтинг равный 0 и сервис <https://search.google.com/> будет в данном случае выдавать ошибки.

5. Семантическая разметка для статей

Разметка должна быть на всех статьях.

```
<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "https://schema.org",
  "@type": "NewsArticle",
  "mainEntityOfPage": {
    "@type": "WebPage",
    "@id": "https://google.com/article"
  },
  "headline": "h1 статьи",
  "image": [
    "https://example.com/photos/1x1/photo.jpg",
    "https://example.com/photos/4x3/photo.jpg",
    "https://example.com/photos/16x9/photo.jpg"
  ],
  "datePublished": "2015-02-05T08:00:00+08:00", // Обязательно в формате ISO 8601
  "dateModified": "2015-02-05T09:20:00+08:00", // Обязательно в формате ISO 8601
  "author": {
    "@type": "Person",
    "name": "John Doe"
  },
  "publisher": {
    "@type": "Organization",
    "name": "horest.kz",
    "logo": {
      "@type": "ImageObject",
      "url": " "
    }
  }
}
</script>
```

Проверка внедрений:

Проверка должна производиться для разного типа страниц в инструменте [проверки структурированных данных Google](#)

Отчет инструмента не должен содержать ошибок в разметке.

6. Разметка хлебных крошек:

Пример для: <https://horest.kz/induksionnaya-plita-kip-29p-3-5.html>

```
<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "http://schema.org",
  "@type": "BreadcrumbList",
  "itemListElement": [{
    "@type": "ListItem",
    "position": 1,
    "name": "Оборудование для общепита",
    "item": "https://horest.kz/"
  }, {
    "@type": "ListItem",
    "position": 2,
    "name": "Тепловое оборудование",
    "item": "https://horest.kz/teplovoe.html"
  }, {
    "@type": "ListItem",
    "position": 3,
    "name": "Индукционные плиты",
    "item": "https://horest.kz/induksionnye_plity.html"
  }, {
    "@type": "ListItem",
    "position": 4,
    "name": "Индукционная плита КИП-29П-3,5",
    "item": "https://horest.kz/induksionnaya-plita-kip-29p-3-5.html"
  }
  ]
}
```

7. Разметка Open Graph для карточек товара

на примере <https://horest.kz/induksionnaya-plita-kip-29p-3-5.html>

```
<meta property="og:type" content="product" />
<meta property="og:title" content="Индукционная плита КИП-29П-3,5" />
<meta property="og:url" content="https://horest.kz/induksionnaya-plita-kip-29p-3-5.html" />
<meta property="og:image"
content="https://horest.kz/images/products/teplovoe/induksionnye_plity/induksionnaya-plita-kip-29p-3-5.webp" />
<meta property="og:description" content="description" />
<meta property="product:price:amount" content="392656" />
<meta property="product:price:currency" content="KZT" />
<meta property="og:site_name" content="horest.kz" />
```

Примечания:

Прописанные данные не влияют на взаимодействие с поисковой системой, по этой причине, следует прописывать мета-данные ориентированные на пользователя. Оптимизация метаданных для соц.сетей не имеет смысла.

Для проверки нужно провести тестовый постинг разных типов страниц в различные соц-сети и убедиться, что нужная информация подтягивается

8. Микроразметка FAQ

Добавить разметку для блоков FAQ на Главную и ____

Семантическая разметка:

```
<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "https://schema.org",
  "@type": "FAQPage",
  "mainEntity": [{
    "@type": "Question",
    "name": "✚ ",
    "acceptedAnswer": {
      "@type": "Answer",
      "text": "▷ "
    }
  },
  {
    "@type": "Question",
    "name": "✚ ",
    "acceptedAnswer": {
      "@type": "Answer",
      "text": "▷ "
    }
  },
  {
    "@type": "Question",
    "name": "✚ ",
    "acceptedAnswer": {
      "@type": "Answer",
      "text": "▷ "
    }
  },
  {
    "@type": "Question",
    "name": "✚ ",
    "acceptedAnswer": {
      "@type": "Answer",
      "text": "▷ "
    }
  }
]
}
```

9. Разметка структурированных данных

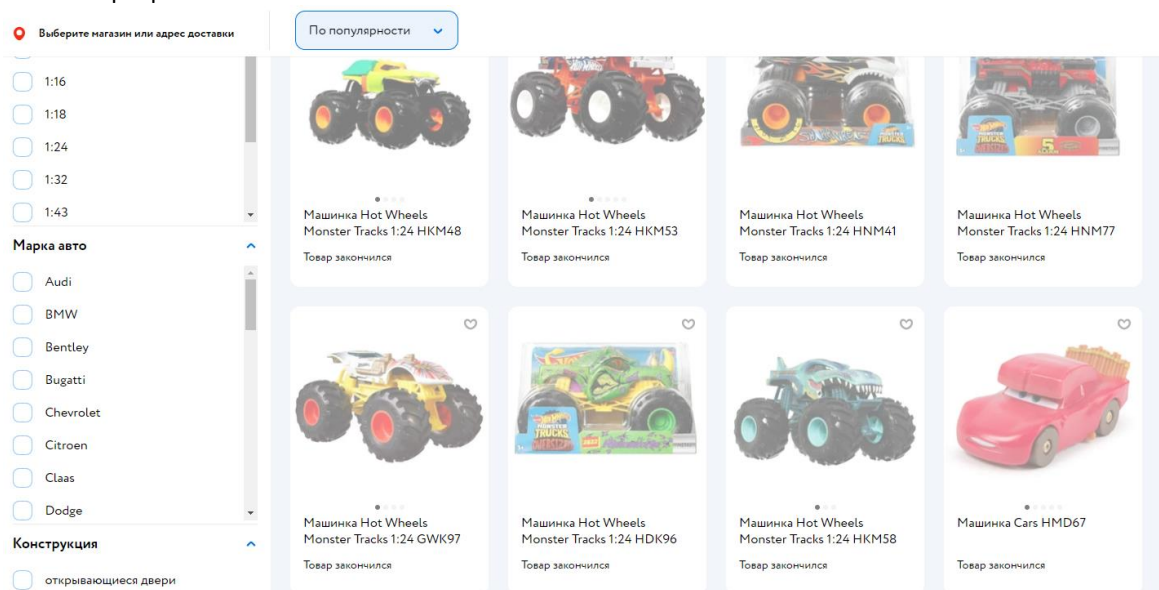
Пример для страницы <https://horest.kz/induktsionnaya-plita-kip-29p-3-5.html>

```
<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "https://schema.org",
  "@type": "OfferShippingDetails",
  "deliveryTime": {
    "@type": "ShippingDeliveryTime",
    "businessDays": {
      "@type": "OpeningHoursSpecification",
      "dayOfWeek": [
        "https://schema.org/Monday",
        "https://schema.org/Tuesday",
        "https://schema.org/Wednesday",
        "https://schema.org/Thursday",
        "https://schema.org/Friday"
      ],
      "opens": "09:00",
      "closes": "18:00"
    },
    "cutoffTime": "12:00:00Z",
    "handlingTime": {
      "@type": "QuantitativeValue",
      "minValue": 1,
      "maxValue": 2,
      "unitText": "business day"
    },
    "transitTime": {
      "@type": "QuantitativeValue",
      "minValue": 2,
      "maxValue": 5,
      "unitText": "business day"
    }
  },
  "shippingDestination": {
    "@type": "DefinedRegion",
    "addressCountry": "KZ"
  },
  "shippingRate": {
    "@type": "MonetaryAmount",
    "value": "392656",
    "currency": "KZT"
  },
  "url": "https://horest.kz/induktsionnaya-plita-kip-29p-3-5.html"
}
</script>
```

Примечание: Это общий пример и нужно будет его модифицировать в соответствии с реальными данными. Например, вы должны изменить opens и closes в businessDays на реальное время работы, minValue и maxValue в handlingTime и transitTime на реальное время обработки и доставки, value и currency в shippingRate на реальные стоимость и валюту доставки и т.д.

9. Оптимизация листинга страниц

- На корневых страницах листинга отсутствуют карточки товара. Необходимо добавить их внизу под списком подкатегорий корневой категории. Пример: <https://horest.kz/teplovoe.html>
- Добавить отображение рейтинга в листинге и на карточках. “Звездочки” в листинг и под названием или на самой карточке
- Добавить отображение количества отзывов на карточках товара
- Добавить сортировку по:
 - По названию
 - От дорогих к дешевым
 - От дешевых к дорогим
 - Акционные предложения (Скидки)
 - Популярные (На основе рейтинга)
 - Новые
- Реализовать подгрузку товаров с помощью кнопки “Показать еще”, в дополнение к пагинации
- Заменить кнопку “В корзину” на “Купить” на всех карточках в листинге
- Перед ценовым значением добавить слово “Цена:” на всех карточках в листинге и блоках перелинковки
- Для карточек, которых нет в продаже по разным причинам, выводить соответствующую плашку и автоматически смещать такие карточки в конец, после тех, что в наличии в листинге – добавить прозрачность.



10. Настройка карточек товара

- Заменить кнопку “Позвонить” на “Купить” и реализовать добавление товара в корзину
- Перед ценовым значением добавить слово “Цена:”
- Внедрить функционал отзывов
 - Добавить возможность оставить оценку товару.
- Добавить отображения рейтинга, оставленного пользователями. Разместить “звездочки” возле заголовка карточки или на самой карточке

11. Sitemap

Исправление ошибок при составлении sitemap.xml сайта:

- Пропущенные страницы. При генерации sitemap через приложение, где автоматически генерируется данный файл, нужно учитывать, что количество страниц обычно включает около 300-400.
- Проблемы с индексированием. Страницы, которые не должны быть индексированы, включены в sitemap.

- Учитывать тег <changefreq>, который указывает на приблизительную частоту обновления страницы. Допустимые значения: always, hourly, daily, **weekly**, **monthly**, yearly, never;
- Учитывать тег <priority> — тег, который указывает на приоритетность страницы по сравнению с другими страницами. Значение указывается в диапазоне от 0,0 до 1,0.
- Обновление. При добавлении новых страниц или при обновлении существующих, необходимо вносить изменения в sitemap.

Необходимо вручную проверять, после отправлять запрос на индексирование **ежедневно 200 url** в Google Search console. Сервис дает только 10 url для отправки запроса, необходимо скачать **Google Indexing API** к панели Google Search Console. [ссылка](#)

12. Карта сайта HTML

Необходимо сформировать карту сайта HTML:

Карту сайта необходимо разместить по адресу <https://horest.kz/sitemap>

Пример реализации <https://osoblyvi.com.ua/karta-saitu>

Также необходимо разместить активную ссылку в футере сайта.

Карта сайта должна содержать в себе ссылки в виде списка всех категорий и подкатегорий

Пример:

ОСКАР

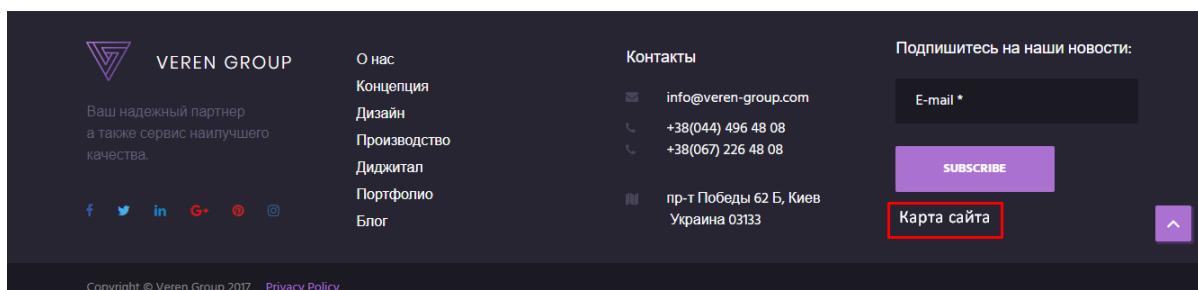
Regular checkups are an important part of maintaining good health—in children and adolescents and adults.

A52

Physiotherapy helps restore movement and function when someone is affected by injury, illness or disability.

Flirt&Tan

We perform minor procedures, under local anesthesia if necessary at the Medical Center.



13. Запрет на индексацию рекламных и технических URL на сайте

Под рекламными URL подразумеваются адреса сайта, по которым пользователь переходит с той или иной рекламной кампании (Adwords, Директ, Facebook ads и прочее.)

В URL добавляются специальные символы для отслеживания таких переходов и дальнейшей аналитики.

Но для поискового робота такие URL будут являться дублями основных адресов. По этой причине необходимо их закрыть от индексации.

Необходимо на страницах, содержащих символы в URL:

```
utm_
sort=
gclid=
fbclid=
/search?ProductSearch[search_name]=
```

Выводить инструкцию для поискового робота:

```
<meta name="robots" content="noindex,nofollow"/>
```

14. Корректная настройка технических параметров в URL

Настроить 301 редирект на необходимую страницу по шаблону для технических параметров в URL

Шаблон склейки:

Настроить 301 редирект с:

Параметр	Пример
Разный регистр	https://horest.kz/Holod.html
////	https://horest.kz////holod.html

15. Настройка страниц пагинации

- Реализовать страницы пагинации через метод GET. Переход по страницам, должен отображаться в адресной строке.
- Реализовать 301 редирект с первой страницы пагинации на основную страницу для избежания дубля
- настроить rel="canonical" со всех страниц пагинации на основную
на пример для страницы https://horest.kz/holod_stol/?page=2.html rel="canonical" должен стоять на https://horest.kz/holod_stol.html
- не использовать атрибуты next, prev, чтобы показать связь между страницами пагинации (было актуально до марта 2019 года)
- Внедрить директиву NOINDEX / **FOLLOW** на все страницы пагинации
- Предусмотреть отсутствие генерации пустых шаблонов из несуществующих страниц пагинации.
 - Пример:
 - Добавляем любое количество цифр в пагинацию https://horest.kz/holod_stol/?page=2453.html - получаем пустой шаблон
 - Если страницы пагинации не существует или она была удалена - должен происходить 301 редирект на первую или последнюю страницу пагинации.
- Удалить description со страниц пагинации
- Текст основной страницы не должен дублироваться на страницах пагинации
- Формулы генерации H1 и Title для страниц пагинации:

H1 и Title	URL	Пример
h1 + страница №*	https://horest.kz/holod_stol/?page=2.html	Холодильные столы - страница № 2
title + страница №*		Холодильные столы для ресторанов и общепита. - страница № 2

16. Циклические ссылки

Для исключения циклических переадресаций реализовать логику ссылок таким образом, чтобы при нахождении на любой внутренней странице, ссылки в навигационном меню и футере на эту же страницу были неактивны. (Можно визуально приглушить)

У Логотипа на главной странице и футере не должно быть ссылки на главную страницу.

17. Корректная настройка фильтров

Необходимо настроить корректную работоспособность фильтров и их пересечений. На сайте есть фильтры, но они работают без создания новых страниц. Необходимо что бы при зажатии фильтров формировалась новая страница. Фильтры должны отдавать ответ сервера 200 OK

Допустимы только ЧПУ URL в латинице.

Добавить функционал для работы со страницами фильтров. Что б для каждой страницы фильтра и их пересечений была возможность вносить мета данные (title, description, h1) а так же SEO текст.

Индексация фильтров

Настроить логику индексации фильтров по таблице:

Условие	Статус
1 фильтр	INDEX / FOLLOW
2 фильтра из разных блоков	NOINDEX / NOFOLLOW
2 фильтра из одного блока	NOINDEX / NOFOLLOW
От 3 и больше фильтров в любых комбинациях	NOINDEX / NOFOLLOW

Реализовать логику работы фильтров:

- **Если на фильтр добавлен SEO текст** - такой фильтр всегда будет INDEX / FOLLOW независимо от комбинаций
- Текст с категории не должен дублироваться на фильтре
- **Открытые для индексации фильтры** - должны иметь `<link rel="canonical" href=""/>` сам на себя
- **Фильтр доступен только при наличии товара** в нем
- **Если фильтр содержит один товар** - должны быть активны только те фильтры, которые добавляют товары в выдачу. Все остальные неактивны (невозможно нажать, нет ссылки внутри, приглушен цвет) и закрыты директивой noindex/nofollow
- **Фильтр или комбинация не содержит товары** - должны быть неактивны (невозможно нажать, нет ссылки внутри, приглушен цвет) и закрыты директивой noindex/nofollow

18. Оптимизация загрузки изображений и iframe

Для всех тегов `` и `<iframe>` необходимо внедрить атрибут:

```
loading="lazy"
```

Пример реализации тега для `img`:

```

```

Пример реализации тега для `iframe` (динамическая карта, видео-контент):

```
<iframe src="video-player.html" loading="lazy"></iframe>
```

Дополнительная информация: <https://ru.megaindex.com/blog/lazy-loading-seo>

Внедрить генерацию ALT и Title для изображений:

- Alt и Title не должны быть на “технических” изображениях. Необходимо удалить с таких изображений alt и title
- Для изображений в листинге (На всех категориях, перелинковке и главной) внедрить следующие ALT и Title по формуле:
 - Название товара + фото/фотография
- Для основного изображения в карточках товара:
 - Название товара + фото/фотография
- Для дополнительных изображений в карточках товара:
 - Название товара + фото/фотография №*

19. Оптимизация краулингового бюджета

Внутренние и исходящие ссылки внутри сайта должны быть корректно настроены и отдавать только 200 ОК. В иных случаях, распространенные ошибки как: ссылки с редиректом, 404 и смешанный контент (http) негативно влияют на корректное распределение ссылочного веса внутри сайта и впустую тратят краулинговый бюджет (то как часто робот будет заходить на сайт и в каком количестве сканировать страницы).

Исходящие ссылки

По всему сайту, сквозняком проставлены исходящие ссылки. Необходимо удалить их или закрыть свойством rel="nofollow"

[Таблица исходящих ссылок](#)

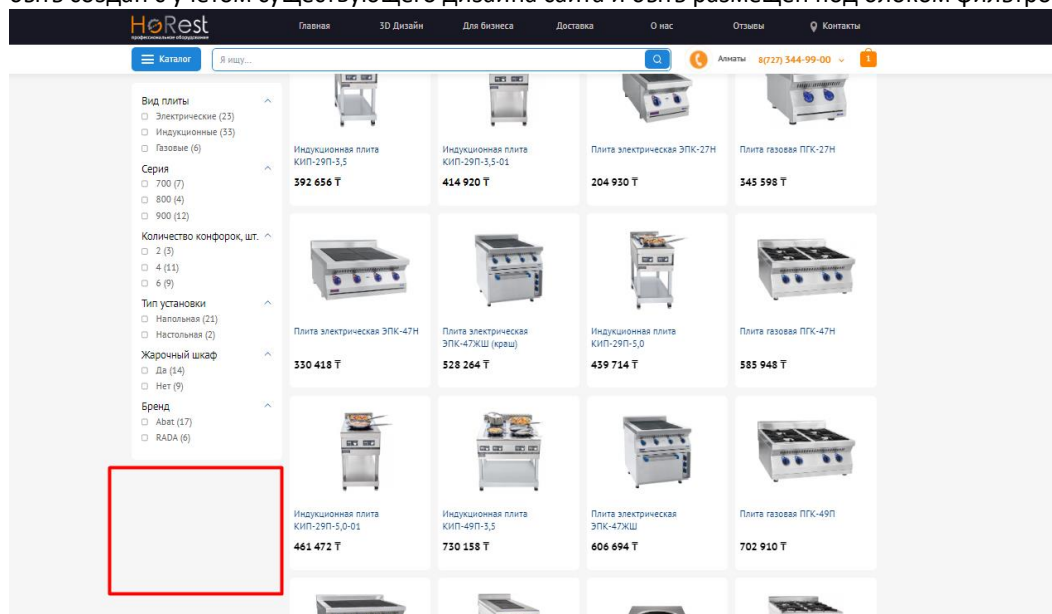
Редиректы 30*

Обнаружены ссылки с редиректами. Необходимо заменить в шаблоне на актуальные 200 ОК.

[Таблица с 301](#)

20. Анкерные блоки перелинковки

Необходимо внедрить на сайт анкорный блок перелинковки на все страницы листинга, кроме блога. Блок должен быть создан с учетом существующего дизайна сайта и быть размещен под блоком фильтров:

**Требования:**

- Название блока будет “Популярные запросы” и он должен включать в себя 6 ссылок в виде списка.
- Ссылки должны быть сверстаны стандартным тегом <a>
- `Анкор`
- Генерация ссылок для блока перелинковки должна происходить рандомно.

- Должен быть полный охват пар “URL - Анкор”
- Они должны сгенерироваться 1 раз и остаться неизменными.
- Не должны генерировать циклические ссылки (ссылки сами на себя)
- Анкорные ссылки должны добавляться из навигационного меню

Структура сайта

Структура сайта — это организация и иерархия всех его страниц и элементов. Правильная структура важна для удобства пользования и SEO-оптимизации. Основные элементы структуры сайта включают:

- 1. Главная страница (Home Page):**
 - Центральная точка входа на сайт, с навигацией по основным разделам.
 - Часто содержит краткую информацию о сайте и ссылки на основные разделы.
- 2. Навигационное меню (Navigation Menu):**
 - Главное меню, которое помогает пользователям переходить между страницами сайта, в нашем случае это – ссылки на категории.
 - Может быть расположено в верхней части страницы, сбоку или внизу.
- 3. Категории (Sections):**
 - Основные категории сайта, в нашем случае товары, которые могут содержать подкатегории.
 - Например: "Холодильные шкафы", "Холодильные витрины".
- 4. Подкатегории (Subsections):**
 - Более детальные категории внутри основных разделов.
 - Например, в категории "Морозильные лари" могут быть подразделы "с глухой крышкой", "с гнутым стеклом".
- 5. Внутренние ссылки (Internal Links):**
 - Ссылки, которые ведут на другие страницы внутри сайта. Например, в категории "Морозильные лари" имеются ссылки "Для магазинов", "Для мороженого"
 - Улучшают навигацию и SEO.
- 6. Страницы (Pages):**
 - Индивидуальные страницы с контентом.
 - Например, "О компании", "Отзывы", "Контакты".
- 7. Боковая панель (Sidebar):**
 - Дополнительная область навигации, часто расположенная сбоку страницы.
 - Может содержать категории, фильтры, последние посты, теги и другие элементы.
- 8. Футер (Footer):**
 - Нижняя часть сайта.
 - Содержит информацию о копирайте, дополнительные ссылки и контакты.
- 9. Контактные формы и СТА (Call to Action):**
 - Элементы, призывающие пользователя к действию (например, заполнить форму, подписаться на рассылку).
- 10. Карты сайта (Sitemap):**
 - XML-карта сайта для поисковых систем.
 - HTML-карта сайта для пользователей, где перечислены все страницы сайта.

1. Семантическое ядро

Семантическое ядро — это набор ключевых слов и фраз, которые описывают содержание сайта и соответствуют запросам пользователей в поисковых системах.

Шаги по созданию семантического ядра:

- 1. Анализ целевой аудитории:**
 - Определить аудиторию.
- 2. Сбор ключевых слов:**
 - Использовать различные инструменты для поиска ключевых слов (например, Google Keyword Planner, Яндекс.Wordstat).
 - Определить основные и второстепенные ключевые слова.
- 3. Кластеризация ключевых слов:**
 - Разделить ключевые слова на группы по смыслу.
 - Создать кластеры, объединяющие связанные между собой ключевые слова и фразы.
- 4. Анализ конкурентов:**
 - Изучить семантическое ядро конкурентов.
 - Найти ключевые слова, которые приносят им наибольший трафик.
- 5. Оценка частотности и конкурентности:**
 - Определить, насколько часто пользователи вводят те или иные запросы.
 - Оценить уровень конкуренции по каждому ключевому слову.
- 6. Выбор приоритетных ключевых слов:**
 - Сосредоточиться на ключевых словах с высокой частотностью и средней конкурентностью.
 - Учитывать релевантность ключевых слов вашему контенту.
- 7. Создание контента на основе семантического ядра:**
 - Оптимизировать существующий контент и создать новый, основываясь на выбранных ключевых словах.
 - Прописывать ключевые слова в мета-тегах title, description, в заголовках h1-h3, в тексте – раскрывающий текст, описание товара.

Создание семантического ядра — это непрерывный процесс. Периодически необходимо пересматривать и обновлять его, чтобы оставаться актуальным и соответствовать изменениям в поведении пользователей и алгоритмах поисковых систем.

2. Контент

Контент сайта — это информация, представленная на страницах сайта, включая текст, изображения, видео, аудио и интерактивные элементы. Качественный контент помогает привлекать и удерживать аудиторию, улучшать SEO и достигать бизнес-целей.

Типы контента:

- 1. Текстовый контент:**
 - **Статьи и блоги:** Обеспечивают полезную и актуальную информацию для пользователей.
 - **Описания продуктов и услуг:** Информировать пользователей о ваших предложениях.
 - **Руководства и инструкции:** Помогают пользователям понять, как использовать продукты или услуги.
- 2. Мультимедийный контент:**
 - **Изображения:** Иллюстрируют текст, делают его более привлекательным.
 - **Видео:** Привлекают внимание, объясняют сложные концепции, демонстрируют продукты.
- 3. Интерактивный контент:**
 - **Калькуляторы:** Помогают пользователям рассчитать стоимость услуг, в нашем случае – конструктор.

Принципы создания качественного контента:

1. **Актуальность и полезность.** Контент должен отвечать на вопросы пользователей и предлагать решения их проблем.
2. **Уникальность.** Создать оригинальный контент, который выделяет ваш сайт среди конкурентов.
3. **Читаемость и структурированность.** Использовать заголовки, подзаголовки, списки и абзацы для улучшения читаемости.
4. **Оптимизация для SEO.** Включать ключевые слова, метатеги, альт-теги для изображений. Оптимизировать заголовки и URL-адреса.
5. **Визуальная привлекательность.** Использовать качественные изображения и графику. Убедиться, что сайт имеет приятный дизайн и удобную навигацию.
6. **Интерактивность.** Включать элементы, которые взаимодействуют с пользователями и удерживают их внимание.

Регулярные обновления контента являются важным аспектом управления сайтом. Они помогают поддерживать интерес пользователей, улучшать SEO и демонстрировать актуальность и активность компании.

Ссылочная масса

Ссылочная масса (или ссылочный профиль) — это совокупность всех ссылок, которые ведут на ваш сайт из внешних источников. Ссылочная масса является одним из ключевых факторов ранжирования в поисковых системах, так как качественные ссылки могут значительно повысить видимость и авторитет вашего сайта.

Поисковые системы, такие как Google, используют ссылки как один из факторов ранжирования. Качественные внешние ссылки могут улучшить позиции вашего сайта в поисковой выдаче.

Принципы создания качественной ссылочной массы:

1. **Качество ссылок:**
Предпочитайте ссылки с авторитетных, релевантных и высококачественных сайтов.
Избегайте ссылок с сайтов с низким качеством, спам-сайтов и фермы ссылок.
2. **Разнообразие ссылок:**
Ссылочный профиль должен быть разнообразным и включать разные виды ссылок (естественные, крауд-маркетинг, гостевые посты и т.д.).
3. **Естественный рост:**
Ссылочная масса должна расти естественно и постепенно.
Резкий рост количества ссылок может вызвать подозрения у поисковых систем.
4. **Анкор-лист:**
Важно разнообразить текст анкорных ссылок (тексты, по которым ведет ссылка).
Используйте как точное вхождение ключевых слов, так и более естественные фразы.
5. **Анализ конкурентов:**
Исследуйте ссылочные профили конкурентов для нахождения хороших возможностей для ссылок.

Инструменты для анализа и управления ссылочной массой:

1. Google Search Console для мониторинга ссылок, ведущих на ваш сайт.
2. Ahrefs
3. SEMrush
4. Majestic

Анализ ссылочной массы конкурентов [ссылка](#)