Мини-аудит сайта STEP-PEEL.RU (от 20.01.2014)

Мини-аудит позволяет быстро определить основные характеристики и настройки сервера, сайта и страниц, отражает лишь базовые характеристики сайта. Выявляет серьезные ошибки и определяет необходимый объем работ по настройке сайта под поисковые системы в процессе активного продвижения сайта. Цветом отмечены положительные и отрицательные результаты аудита.

Аудит основан на официальных рекомендациях поисковых систем к сайтам:   
Яндекс – <http://help.yandex.ru/webmaster/>   
Google – <https://support.google.com/webmasters/>   
а так же на:   
Лицензии на использование поисковой системы Яндекс – <http://legal.yandex.ru/termsofuse/>   
и Условии предоставления услуг поиска Google – <http://www.google.com/intl/ru/policies/terms/>

1. Базовая информация  
1.1 Информация о домене, хостинге и системе управления сайта

**Домен зарегистрирован[[1]](#footnote-1):** 2007-06-15 (Возраст: 06 г., 07 мес., 5 дн.)  
**Хостинг сайта[[2]](#footnote-2):**  не определено  
**Предположение о системе управления сайтом (CMS)[[3]](#footnote-3):** не определено

1.2 Анализ настроек сервера под поисковые системы

**Файл инструкций для поисковых систем robots.txt[[4]](#footnote-4):** нет  
**Карта сайта (sitemap.xml)[[5]](#footnote-5):** нет  
**Обработка ошибки 404[[6]](#footnote-6):** есть  
**Ответ сервера на запрос даты последней модификации документа[[7]](#footnote-7):** нет

2. Информация о настройках главной страницы сайта

**Заголовок страницы (Title)[[8]](#footnote-8):** STEP-PEEL Euromi  
**Мета-тег description[[9]](#footnote-9):** Euromi – это новое поколение пилингов на основе ТСА и АНА. Обобщая опыт длительных исследований, бельгийским специалистам удалось создать стабилизированные растворы с заданными характеристиками. Это позволило значительно улучшить технологию химическ...  
**Мета-тег keywords[[10]](#footnote-10):** Пилинг, ТСА, АНА, Химические пилинги, Euromi, Step-peel, Gly Ko Line, Бельгия, трихлороуксусная кислота, гликолевая кислота, омоложение, лечение пигментации, эксфолиация, лечение морщин, уход, срединный пилинг, лечение акне, акнэ, очищение, жирная ко...  
**Заголовки текста H1-H6[[11]](#footnote-11) на главной странице:** нет  
**Атрибуты alt и title иллюстраций[[12]](#footnote-12) на главной странице:** есть

3. Формальные признаки сайта и системы статистики и аналитики

**ТИЦ[[13]](#footnote-13):** 0  
**PageRank[[14]](#footnote-14):** 0  
**Яндекс-каталог[[15]](#footnote-15):** не зарегистрирован  
**Яндекс-метрика[[16]](#footnote-16):** код метрики не найден  
**Яндекс-вебмастер[[17]](#footnote-17):** код подтверждения не найден  
**Google-analytics[[18]](#footnote-18):** код аналитики не найден  
**Google-webmaster[[19]](#footnote-19):** код подтверждения не найден  
**Вероятность того, что сайт продвигался ранее[[20]](#footnote-20):** 25%

4. Информация об индексации сайта, входящих и исходящих ссылках

**Количество проиндексированных страниц[[21]](#footnote-21):** 28  
**Кол-во зеркал домена[[22]](#footnote-22):** 0  
**Кол-во доменов на том же ip[[23]](#footnote-23):** 127  
**Количество ссылок на домен[[24]](#footnote-24):** 16  
**Кол-во доноров[[25]](#footnote-25):** 4  
**Кол-во найденных анкоров[[26]](#footnote-26):** 3  
**Исходящие ссылки домена[[27]](#footnote-27):** 29  
**Кол-во доменов, на которые ссылается данный хост[[28]](#footnote-28):** 4  
**Кол-во исходящих анкоров[[29]](#footnote-29):** 4

5. Предположение о продвигаемых ключевых словах[[30]](#footnote-30)

noText (29%) step peel и gly ko line (29%) euromi (бельгия) (14%) гликолевые пилинги (14%) контакты - euromi :: step peel (14%) официальный сайт (14%)

6. Текущие позиции сайта в поисковых системах[[31]](#footnote-31)

|  |  |
| --- | --- |
| Запрос | Яндекс |
| контакты - euromi :: step peel | 1 |
| step peel и gly ko line | 3 |
| euromi (бельгия) | 7 |
| notext | НЕТ в топ100 |
| гликолевые пилинги | НЕТ в топ100 |
| официальный сайт | НЕТ в топ100 |

(Таблица 1: доступные к определению позиции сайта в поисковых системах Яндекс и Google)

7. Рекомендации по результатам исследования

Сайт является достойным, для продвижения и достижения позиций в топ10 поисковых систем, однако рекомендуем обратить внимание на необходимость настройки (если сайтом занимаются и осуществляют активное продвижение, проверить на предмет халатного отношения к работе):

* Ответ сервера на запрос даты последней модификации документа;
* Заголовки страниц (Title);
* Мета-теги description;
* Мета-теги keywords;
* Яндекс-каталог;
* Яндекс-метрика;
* Яндекс-вебмастер;
* Google-analytics;
* Google-webmaster;
* Исходящие ссылки домена;
* Текущие позиции сайта в поисковых системах.

Обращаем ваше внимание на то, что результаты настоящего и бесплатного мини-аудита не рекомендуется использовать как инструкции к действию или как техническое задание для работы по продвижению сайта. Любое продвижение сайта в поисковых системах всегда включает в себя исследование и работу над более чем 80 факторами в комплексе(при этом поисковые алгоритмы ранжирования содержат не менее 400 факторов являющихся основой для определения позиций сайта по тому или иному поисковому запросу).

Мы признаем, что настоящий аудит является подготовительным и не показывает «картины в целом» ввиду того, что не включает в себя серьезные и трудоемкие исследования и группы работ:

1. Постановка целей и методов достижения позиций в топ10 (определение целесообразного, а значит экономичного в процессе и результативного по окончании работ, семантического ядра сайта;
2. Тщательное исследование внутренней оптимизации сайта (от настроек сервера, сайта и до конкретных посадочных (продающих) страниц;
3. Определение уникальности и полноты содержания сайта (тексты, фото, видео и т.п.), а также новизну и регулярность его обновления;
4. Внешняя оптимизация сайта (работа по естественным бесплатным или постоянно размещаемым ссылкам, упоминаниям в блогах и на форумах, рекомендациям в социальных сетях и т.п.);
5. Юзабилити (usability - удобство использования сайта), а так же улучшение продающих качеств сайта влияющих на экономичность и эффективность работы по продвижению в поисковых системах и рекламе в интернет (контекстная и медийная реклама) в целом.

Указанные пять групп работ по исследованию и подготовке рекомендаций по каждому включенному в них пункту выполняются в рамках работы по оптимизации сайта или на стадии активного его продвижения в поисковых системах Yandex.ru, Google.ru и Mail.ru[[32]](#footnote-32).

1. Дата регистрации домена является индикатором и позволяет предположить дату создания сайта (хотя сайт, на самом деле, может быть создан намного позже). Молодые сайты, с датой создания менее 1 года, не могут быть полноценно продвинуты в поисковых системах и требуют серьёзной подготовки перед продвижением в поисковых системах как Яндекс, так и Google; [↑](#footnote-ref-1)
2. Хостинг – место размещения файлов сайта, в случае если по сайту будут вестись активные работы по продвижению в поисковых системах, нам потребуются доступы к сайту по SSH или FTP-протоколам, содержащие адрес файл-сервера, логин и пароль. В случае, если у клиента есть собственные программисты, все работы по настройке сайта могут быть выполнены ими самостоятельно; [↑](#footnote-ref-2)
3. Мы автоматически определяем основные популярные системы администрирования сайтом, в случае если систему не удалось определить, мы запрашиваем эту информацию у Заказчика. Продвижение сайта всегда требует работ над сайтом как в части развития его содержания (тексты, иллюстрации, видео и т.п.), так и в части настроек html-шаблонов страниц (заголовки страниц title, meta ключевые слова и описания, h1-h6 заголовки текстов, title и alt атрибуты тега img с описаниями картинок и т.п.). Для работы по сайту потребуются доступы к системе администрирования, которые содержат адрес системы, логин и пароль; [↑](#footnote-ref-3)
4. Файл robots.txt является основным для управления роботами поисковых систем и позволяет управлять индексированием сайта, настроить основное зеркало сайта и запретить технические разделы; [↑](#footnote-ref-4)
5. Карта сайта в формате sitemap.xml передает поисковым системам структуру разделов и страниц сайта по уровням вложенности и формирует список всех адресов страниц сайта. Наличие карты не означает корректную настройку - при появлении нового документа/страницы на сайте, в карте сайта автоматически должна появиться ссылка на страницу; [↑](#footnote-ref-5)
6. Корректная обработка ошибки 404 и её настройка на сервере позволяют запретить индексировать на сайте дублирующий контент, а также не индексировать перенесенные или удаленные страницы; [↑](#footnote-ref-6)
7. Перед любым обращением к сайту, поисковая система запрашивает информацию о последнем изменении документов и настройка ответа сервера (last-modified) позволяет корректно показать дату последнего изменения документа, которая может повлиять на попадание страницы сайта в топ10 по результатам индексирования быстророботом. [↑](#footnote-ref-7)
8. Настройка тега заголовка страницы title является важной для поисковых систем т.к. именно заголовок описывает страницу в поисковых системах (рекомендуется длина не более 70 символов без пробелов). Заголовок не должен содержать список ключевых слов и быть одинаковым на страницах сайта; [↑](#footnote-ref-8)
9. Meta description должен быть уникальным для каждой страницы сайта и коротко описывать содержание каждой страницы. Мета-описание в данном теге может быть выбрано в качестве сниппета в топ10; [↑](#footnote-ref-9)
10. Meta keywords должен содержать ключевые слова и быть уникальным для каждой страницы сайта; [↑](#footnote-ref-10)
11. Заголовки текста h1-h6 показываются в видимой (содержательной) части страницы и текста и их корректная настройка существенно влияет на ранжирование сайта в поисковых системах; [↑](#footnote-ref-11)
12. Корректная настройка атрибутов иллюстраций сайта позволяет повысить значимость страницы для поисковых систем, а так же помогает поисковым системам при построении результатов выдачи поиска по картинкам. Дополнительно, настройка указанных атрибутов иллюстраций должна выполняться для уникальных изображений с одновременной настройкой метаданных иллюстрации по EXIF-стандарту; [↑](#footnote-ref-12)
13. ТИЦ – Тематический индекс цитирования сайта, определяемый системой Яндекс как вес сайта в указанной тематике среди прочих. Является условным «мерилом» качества размещенных на сайт ссылок; [↑](#footnote-ref-13)
14. PageRank – Ранг страницы, называемый так же PR и являющийся основой для поискового алгоритма Google при ранжировании сайта в результатах поиска. В последнее время теряет позиции основного фактора ранжирования указанной поисковой системы; [↑](#footnote-ref-14)
15. Регистрация в Каталоге системы Яндекс, позволяет определить основные ошибки при создании/сопровождении/продвижении сайта (в процессе регистрации), а после регистрации позволяет закрепить позиции сайта в поисковой системе по словам названия и описания сайта в Каталоге; [↑](#footnote-ref-15)
16. Наличие кода системы аналитики посещаемости и поведения пользователей от системы Яндекс; [↑](#footnote-ref-16)
17. Наличие кода Панели Вебмастер системы Яндекс, является необходимым т.к. позволяет получить официальную информацию об индексации сайта, регионах, ошибках и т.п. от самого Яндекса; [↑](#footnote-ref-17)
18. Наличие кода системы аналитики посещаемости и поведения пользователей от системы Google; [↑](#footnote-ref-18)
19. Наличие кода Панели Вебмастер системы Google позволяет отслеживать индексацию сайта указанной поисковой системой, выявить проблемы и недочеты в процессе оптимизации и продвижения сайта; [↑](#footnote-ref-19)
20. Определяемая вероятность продвижения сайта на основании выше указанных данных о настройках сайта. Помогает сделать выводы об объеме проделанных услуг по сайту и необходимости конкретных доработок; [↑](#footnote-ref-20)
21. Показывает количество страниц сайта известных поисковой системе Яндекс и является показателем глубины индексации и показывает объем (размер) сайта; [↑](#footnote-ref-21)
22. Зеркало – копия сайта известная поисковым системам, каждое зеркало мешает продвижению основного; [↑](#footnote-ref-22)
23. Показывает количество сайтов размещенных на одном IP (адресе в интернет), чем больше сайтов на одном айпи, тем меньше их серьёзность с точки зрения поисковых систем. В случае с некоторыми хостингами, сайтов на одном айпи может быть несколько десятков; [↑](#footnote-ref-23)
24. Общее количество ссылок на исследуемый сайт установленных на других сайтах/доменах; [↑](#footnote-ref-24)
25. Количество доменов ссылающихся на исследуемый сайт. Тщательное изучение ссылочной массы может говорить об естественном «весе» сайта или о манипулировании результатами выдачи в поисковых системах. Общее количество говорит о наличии работ по продвижению сайта; [↑](#footnote-ref-25)
26. Анкор (anchor – англ. Якорь) – текст ссылки. Показывает разброс в формулировках названий ссылок при тщательном исследовании и так же может подтверждать естественное или искусственное продвижение сайта. Общее количество говорит о наличии работ по продвижению сайта; [↑](#footnote-ref-26)
27. Общее количество ссылок с исследуемого сайта. Одна ссылка из шаблона сайта повторяется на всех страницах и количество исходящих ссылок приближенного к количеству проиндексированных страниц говорит о наличии ссылки из шаблона (обычно в «подвале»/футере сайта); [↑](#footnote-ref-27)
28. Количество доменов/адресов сайтов на которые ссылается исследуемый сайт; [↑](#footnote-ref-28)
29. Количество текстов ссылок ведущих на другие сайты. Нормальным для любого сайта является 2-5, в редких случаях 10-20 текстов ссылок. Количество выше указанного может говорить о наличии на сайте системы продажи ссылок и/или каталога сайтов; [↑](#footnote-ref-29)
30. Предположение о продвигаемых ключевых словах основывается на анализе текстов внешних ссылок, является полезным при последующем анализе мониторинга позиций сайта по указанным словам и говорит о результатах действующего продвижения сайта; [↑](#footnote-ref-30)
31. При определении позиций используется либо список предполагаемых в продвижении запросов из пн.5 мини-аудита, либо список доступных к анализу позиций из других источников. При этом исключаются позиции по словам, Шаг1: имеющие частотность ниже 10 запросов в месяц, Шаг2: имеющие позиции в Яндексе ниже 100, Шаг3: позиции в Яндексе в топ100, но отсутствующие в Google остаются (ориентир на Яндекс, как основную поисковую систему в России). Список сортируется по убыванию позиций в Яндексе; [↑](#footnote-ref-31)
32. Особенности оптимизации под продвижение в поисковой системе Mail.ru не рассматриваются в настоящем аудите, т.к. указанный поиск не имеет существенного веса среди популярных у российских пользователей поисковых систем. На Июль 2013 года, доли поисковых систем распределяются следующим образом: Доля Яндекса - 61,1%, а Google и Mail.ru соответственно 26,2 % и 8,7%. Ввиду уверенно растущей доли Mail.ru, оптимизация сайта под продвижение в указанной системе включена в расширенный (платный) вариант полноценного SEO-аудита и рекомендаций по настройке сайта. [↑](#footnote-ref-32)