

ОТЧЕТ О РАБОТАХ,

выполненных в рамках продвижения проекта

phsitename

**phmonth**

Паспорт сайта

**phdirectorname**

пожалуйста, ознакомьтесь с ежемесячным отчетом по продвижению. В нем представлены позиции (места), которые занимает ваш сайт в поисковых системах по тематическим поисковым запросам.

**Проведенный комплекс работ позволил достичь следующих позиций в рейтингах основных российских поисковых систем по следующим запросам:**

phtableplace

**В отчете приведены позиции сайта в поисковых системах на момент отчетной даты.**

phmetrica

# Мероприятия

**I. Мероприятия по поисковому продвижению сайта (SEO)**

*A. Работа с внутренними факторами ранжирования.*

1. Оптимизация контента посадочных страниц в соответствии с алгоритмами поисковых систем.

a) Проверка уникальности контента посадочных страниц.

b) Анализ частотности и распределения ключевых фраз в контенте.

c) Проверка орфографии и пунктуации, корректности лингвистических конструкций.

d) Актуальность группировки фраз семантического ядра.

e) Отслеживание изменений словаря синонимов (с точки зрения поисковых систем), учет спектральных синонимов в текстовой оптимизации сайта

2. Анализ и оптимизация метаданных посадочных страниц сайта.

3. Оптимизация исходного кода страниц сайта в соответствии с поисковыми запросами.

*B. Диагностика страниц сайта.*

1. Мониторинг и устранение возможных проблем, возникающих в процессе работоспособности сайта.

2. Оптимизация скорости загрузки страниц.

3. Диагностика серверных и общих хостовых показателей.

4. Проверка доступности посадочных страниц.

5. Проверка кодов ответа сервера, устранение «битых ссылок»

6. Проверка на валидность исходного кода сайта и микроразметки.

7. Мониторинг вирусной уязвимости, обнаружение и ликвидация вредоносного кода в случае заражения.

*C. Поддержка стабильной индексации страниц.*

1. Проверка доступности главного зеркала сайта.

2. Проверка корректности директив в robots.txt.

3. Проверка на валидность и актуальность карты сайта для роботов поисковых систем (sitemap.xml).

4. Мониторинг явных и частичных дублей страниц.

5. Поиск аффилированных сайтов и зеркал.

*D. Аудит сайта на предмет наложения санкций.*

*E. Работа с внешними факторами ранжирования*

1. Генерация и оценка социальных сигналов на сайт.

2. Анализ естественной ссылочной массы и динамики ее прироста.

3. Работа со сниппетами.

4. Регистрация на тематических площадках, генерация дополнительного тематического трафика.

5. Мониторинг основных траст-показателей сайта (возраст домена, возраст документа, посещаемость, процент новых посетителей).

*F. Работа с поведенческими факторами.*

1. Анализ точек входа и выхода, оценка степени удовлетворенности пользователя контентом.

**II. Мероприятия по SERM (репутационный маркетинг)**

*A. Мониторинг страниц в социальных сетях*

*B. Количество упоминаний в результатах поиска (справочниках, блогах и новостях)*

*C. Оценка отзывов о компании в интернет-пространстве*

*D. Написание и публикация положительных отзывов о компании.*

**III. Анализ сайтов конкурентов, выявление тематических факторов ранжирования.**

**IV. Анализ активности и лояльности аудитории сайта**

*A. Средняя глубина просмотра страниц.*

*B. Среднее время, проведенное на сайте.*

*C. Мониторинг показателя отказов*

**V. Анализ целевой аудитории - пол, возраст, долгосрочные интересы и т.п.**

Рекомендации по юзабилити

Задача коммерческого сайта – конвертировать посетителей в покупателей товаров/услуг и приносить доход своему владельцу. Все работы по оптимизации и продвижению такого ресурса в интернете в конечном счете направлены на улучшение продающей способности сайта, то есть на повышение конверсии посредством юзабилити.

* Реализация навигационного меню: - присутствие разделов «Каталог» или «Услуги», «Контакты», «Акции», «О компании», «Оплата и Доставка», «Как сделать заказ»
* Визуализация навигационного меню сайта – повышение удобства восприятия
* Размещение наиболее популярной продукции и акций на главной странице
* Подбор товаров в соответствии с выбранными значениями фильтра
* Редизайн пользовательского интерфейса в соответствии с ожиданиями посетителя.
* Кнопка «Заказать в один клик», позволяющая посетителю максимально быстро совершить заказ.
* Форма «Заказать обратный звонок» или ненавязчивый онлайн-консультант.
* Различного рода формы захвата
* Кнопка «Узнать о статусе заказа», при нажатии на которую пользователь может по номеру заказа узнать о его статусе.
* Калькулятор расчета стоимости заказа с возможностью выбора параметров.
* Реализация навигационной цепочки («хлебные крошки»)
* Кроссбраузерность
* Адаптивность, корректное отображение на различных устройствах.
* Функционал, интерактивность
* Карточка товара: изображения, технические характеристики, отзывы
* Блок сопутствующих товаров для повышения стоимости среднего чека
* Блок ранее просмотренных товаров

Используемые термины

**Пользователи** - количество уникальных посетителей сайта (точнее, количество браузеров). Идентификация происходит с помощью cookies.

**Визит** – последовательность действий одного посетителя на сайте (на одном счетчике). Визит завершен, если между действиями посетителя на сайте прошло некоторое время. По умолчанию — 30 минут.

**Посетитель** – пользователь, который зашел на сайт в течение определенного промежутка времени. Посетитель считается уникальным, если обладает неповторяющимся набором характеристик (IP-адрес, браузер, ОС, cookies и др.).

**Ключевое слово (поисковый запрос)** – слово или словосочетание, отражающее определенную тематику и используемое посетителями поисковых машин при поиске товаров, услуг, информации.

**Индексация** – обработка страниц сайта роботами поисковых машин с целью занесения их в базу данных.

**Трафик** – количественный и качественный состав посетителей сайта за единицу времени.

**Внешние** **ссылки** – ссылки с иных тематических сайтов на оптимизируемый сайт.

**PR (page rank)** – мера веса (авторитетности) страницы с точки зрения поисковой системы Google.

**Тематический индекс цитирования (тИЦ)** – мера веса (авторитетности) всего сайта для поисковых систем.

**Конверсия** – это отношение числа посетителей сайта, выполнивших на нём какие-либо целевые действия, к общему числу посетителей сайта, выраженное в процентах.

**Социальные** **сигналы** – действия посетителей сайта, связанные с их деятельностью в социальных сетях («лайки», репосты, подписка на сообщество компании в социальной сети и т.п.)

**Ссылочная масса** – общее число проиндексированных ПС открытых ссылок (без атрибута «nofollow» и использование специальных скриптов) с тематическим анкором (текстом, который и служит ссылкой), которые перенаправляют пользователя на сайт-реципиент (получатель ссылки).

**Сниппет сайта в поисковой выдаче** – описание страницы сайта в результатах выдачи поисковых систем, включая заголовок и быстрые ссылки.

**Микроразметка** – стандарт семантической разметки данных в сети, позволяющий структурировать информацию и облегчить ее извлечение и обработку поисковыми системами для удобного представления в результатах поиска.

**Исходный код web-страницы** – последовательность инструкций, обрабатываемая браузером и определяющая разметку, пользовательский интерфейс и функционал web-страницы.

**Валидность исходного кода** – соответствие кода мировым общепринятым стандартам веб-разработки (W3C), один из показателей качества сайта.

**Показатель отказов** – это процент посетителей, просмотревших только одну страницу сайта, либо продолжительность визита которых составила менее 15 секунд.

**Кроссбраузерность** – свойство сайта отображаться и работать во всех популярных браузерах идентично (отсутствие развалов верстки и способность отображать материал с одинаковой степенью читабельности)

Спасибо за уделенное время!

Настроены на долгосрочное сотрудничество с Вами!



Если у Вас есть какие-либо вопросы, позвоните по телефону:

phphonenumber

или отправьте заявку на электронную почту:

phmailto

Наши специалисты в любое удобное для Вас время готовы обсудить все условия

и учесть Ваши пожелания!