

1. Семантическое ядро

В первую очередь, для сайта необходимо подобрать семантическое ядро с целевыми запросами. Проанализируйте ядро сайта на предмет:

- релевантности ключевых слов,
- все ли запросы — ключевые.

2. Контент сайта

2.1 Title и description

Сформировав семантическое ядро, переходим к анализу мета-тэгов title и description.

Title:

- проследите, чтобы в мета-тэге title были вхождения ключевых слов,
- стратегически важные слова размещайте в начале тэга,
- не допускается чрезмерный переспам ключевыми словами,
- оптимальное количество символов в этом тэге — +/- 60 знаков.

Description:

- это продающий тэг — расскажите, что ждет пользователя по ту сторону ссылки,
- добавьте призыв к действию (только если он выглядит органично),
- не забывайте о ключевых словах, но и не усердствуйте с ними,
- оптимальная длина этого тэга — порядка 150 знаков.

В нынешних реалиях контент метаописаний не участвует при расчете позиций сайта в поиске. Но он влияет на CTR и поведение пользователей, которое становится одним из определяющих факторов ранжирования.

2.2 Уникальность

Title и description должны быть уникальными как в рамках сайта, так и в рамках всего интернета. Подчеркиваю, что эти текстовые блоки играют решающую роль в поиске Google и Яндекс — именно исходя из текста описания, пользователь решает, переходить по вашей ссылке или нет.

2.3 Тексты

Далее переходим непосредственно к текстам. Главные характеристики текста:

- он уникален как в рамках сайта, так и в рамках всего интернета,
- он читабельный и релевантный,
- текст структурирован при помощи заголовков h1 — h6,
- заголовок h1 используется только один раз,
- текст содержит ключевые слова в естественном вхождении (их можно склонять) и не пересыщен ими,

- минимальный объем текста — 1000 символов без пробелов (тексты размером 8+ тыс. знаков ранжируются лучше),
- однако если тематика текста такова, что написать его на 1000 символов проблематично, не стоит «лить воду»,
- текст должен быть виден как человеку, так и поисковому роботу — размещайте его с помощью HTML.

Не стоит выделять ключевые запросы тэгами `b`, `strong`, `em`, `i`. Чрезмерное применение указанных тэгов с целью манипулирования поисковой системой — это позавчерашний день.

2.4 Изображения

Оптимизируйте изображения, размещенные на сайте — заполняйте атрибуты `alt` с вхождениями ключевых слов.

3. Структура сайта

- Сайт должен быть структурирован так, чтобы это было интуитивно понятно и удобно пользователю.
- Ключевые страницы должны иметь уровень вложенности не более второго. Этого можно достичь путем размещения ссылки на ту или иную страницу с главной сайта.
- Обратите внимание и на количество внутренних ссылок на каждой из страниц — их не должно быть более 150.
- Для интернет-магазинов: проконтролируйте, чтобы один и тот же товар, представленный в разных категориях, был доступен только по одной ссылке.
- Размещайте ссылки в меню сайта с помощью чистого HTML.

4. Технический аудит

4.1 Настройте веб-мастерскую

Проверьте, подключен ли сайт к инструментам для веб-мастеров Google и Yandex.

При помощи этих сервисов проанализируйте:

- правильно ли настроены географические цели для сайта (в первую очередь это касается международных доменов `.com` `.net` `.info`),
- наличие ошибок сканирования сайта поисковым ботом. Если вы получили сообщение об ошибке — ее необходимо устранить,
- указано ли основное зеркало сайта,
- применяются ли в отношении сайта ручные меры по борьбе со спамом (Google).

4.2 Скрипты

Проконтролируйте наличие и работоспособность скриптов Google Analytics и Яндекс.Метрики на каждой странице сайта.

4.3 Веб-аналитика

Для сервисов аналитики должны быть настроены:

- цели,
- e-commerce.

4.4 Google Maps

Далее, проверьте, зарегистрирована ли компания в Google Maps. Карточка Google Maps также должна быть оптимизирована, а именно:

- есть вхождения ключевых слов в названии карточки,
- описание карточки «продающее», присутствуют естественные вхождения ключевых запросов,
- указаны пять релевантных категорий сайта с вхождениями ключевых слов;
- карточка открыта для оставления отзывов.

NB: Есть масса способов интегрировать Google Maps с вашим сайтом при помощи плагинов.

4.5 Бизнес-страница в Google+

Преимущества социальной сети Google+ для бизнеса описал мой коллега Олег Бойко в обзоре сервиса Google Мой бизнес. Также взгляните на инфографику, в которой собраны главные плюсы гугловской соцсети как связующего звена всех продуктов компании.

4.6 Движок сайта

Теперь обратите внимание на возможные проблемы с сердцем вашего ресурса:

- в ответ на запрос несуществующей страницы должна отдаваться страница 404 ошибки и код ответа этой страницы должен быть HTTP/1.1 404 Not Found, а сама страница выполнена в стилистике сайта.
- Главная страница должна быть доступна только по одному адресу <http://yoursite.com.ua>, а со страниц вида <http://yoursite.com.ua/index.php>, <http://yoursite.com.ua/index.html> и так далее должен быть настроен 301 серверный редирект на <http://yoursite.com.ua>. В противном случае вы получите дубли страниц.
- Все URL сайта должны быть приведены к одному виду: необходимо настроить 301 серверный редирект со страниц со слэшем в конце URL на страницы без него (или наоборот).
- Страницы пагинации и сортировки с дублирующимся контентом должны быть закрыты от индексации.
- Необходимо настроить 301 серверный редирект с первой страницы пагинации на основную страницу.
- Все URL страниц стоит привести к человеко-понятному виду (ЧПУ) плюс настроить 301 редирект со страниц с не-ЧПУ URL на страницы с ЧПУ URL.
- Все URL сайта должны быть в нижнем регистре. Настройте 301 редирект с URL в верхнем регистре на URL в нижнем.
- На страницах с частичным дублированием контента должен стоять атрибут `rel=canonical`.
- Если проводилось изменение адресов страниц, необходимо настроить редирект с кодом 301 со старых адресов на новые.
- Кнопка «Купить/Заказать» должна быть прописана через ссылку, а не javascript-код.
- Ссылка на страницу «Версия для печати» должна быть с атрибутом `rel=nofollow`, а саму страницу печатной версии сайта нужно закрыть от индексации.

4.7 Сопли Google

Проанализируйте второстепенный индекс Google — необходимо убрать страницы из второстепенного индекса.

4.8 Социальные кнопки и виджеты

Бонусный совет: уделите особое внимание системе комментирования на вашем сайте

Проверьте наличие кнопок социальных сетей, например, G+, Twitter, Facebook, Вконтакте на всех страницах вашего сайта с уникальным и полезным для пользователей контентом. Хотите поэкспериментировать? Прочтите статью о нетривиальной соцоптимизации сайтов.

4.9 Служебные файлы robots.txt и sitemap.xml

Robots.txt:

- в этом файле необходимо указать отдельные директивы для Yandex (с обязательным указанием основного зеркала при помощи директивы host) и других поисковых систем,
- все служебные страницы сайта должны быть закрыты от индексации.

Sitemap.xml:

- разместите файл sitemap.xml в корне сайта,
- проконтролируйте правильность формирования этого файла,
- проанализируйте его работоспособность с помощью Google Webmaster Tools.

См. также: 6+ способов проверить скорость загрузки сайта

4.10 Скорость сайта

При помощи PageSpeed Insights проверьте скорость загрузки страниц сайта — она не должна превышать 3 секунд.

4.11-15 Заключительные советы

- Проанализируйте внутренние ссылки сайта. На сайте не должно быть битых ссылок и ссылок, после перехода по которым, пользователь перенаправляется на другую страницу.
- На сайте должна быть настроена навигационная цепочка хлебные крошки для всех страниц сайта.
- Убедитесь, что на страницах сайта выставлена корректная кодировка.
- Используйте расширенные описания веб-страниц.
- Все внешние ссылки рекомендуется закрывать атрибутом rel=nofollow.