

Чек-лист по оптимизации сайта от маркетингового агентства КУБ

Базовая техническая оптимизация

1. Установлен протокол HTTPS, со всех страниц с http осуществляется 301-редирект на ту же страницу с https.
2. Зеркала с WWW и без WWW корректно склеены: осуществляется 301-редирект с одного зеркала на другое (не важно, на какое, главное, чтобы для всех страниц было одинаково).
3. У сайта нет зеркал по другим доменам. Если есть, то настроен 301-редирект на основной домен.
4. Тестовые площадки (тестовые домены, поддомены, страницы) закрыты от индексирования.
5. Нет технических дублей страниц: /index.php, /index.html, /index.htm, со слешем и без слеша, двух вариантов URL для первой страницы пагинации.
6. Если на сайте есть страницы товаров, услуг, статей, новостей и т.д., которые могут одновременно находиться в разных категориях, проверить, чтобы на сайте не было дублей таких страниц. Если есть, т.е. одна и та же страница может быть доступна по двум и более URL, то нужно проверить, чтобы на страницах дублей корректно прописывался canonical с ссылкой на основной (primary) URL. То же относится к страницам пагинации — они должны индексироваться, но для всех страниц, начиная со второй, должен прописываться canonical с ссылкой на первую страницу.
7. [Сайт добавлен в Яндекс.Вебмастер. Выполнены корректные настройки.](#)
8. [Сайт добавлен в Google Search Console \(Гугл Вебмастер\). Выполнены корректные настройки.](#)
9. На сайте установлен счетчик Яндекс.Метрики на всех страницах сайта по одному разу, код счетчика корректный.
10. На сайте установлен счетчик Google Analytics на всех страницах сайта по одному разу, код счетчика корректный.
11. Установлена связь счетчика Google Analytics с сайтом в Google Search Console.
12. URL страниц настроены по стандарту ЧПУ. Если URL были изменены, то настроены 301-редиректы со старой ссылки на новую.
13. Файл robots.txt есть и соответствует базовым требованиям.
14. Файл sitemap.xml есть, соответствует базовым требованиям, обновляется автоматически, путь к нему указан в файле robots.txt, а также во всех системах Вебмастер.
15. Ссылки с несуществующим URL отдают статус-код 404.
16. Страница 404 должна быть в стиле сайта, с понятным сообщением о дальнейших шагах и строкой поиска по сайту.
17. В robots.txt не заблокировано ничего лишнего.
18. Проверить статус-коды всех страниц сайта. Если есть URL с ошибками 4xx и 5xx — нужно исправить.
19. Проверить статус-коды 3xx. По возможности все такие ссылки заменить на актуальные.
20. Все внешние ссылки на сайте закрыты от индексирования: nofollow для Google, noindex для Яндекс.
21. Проверка работы всех форм на сайте.
22. Настроены цели в Google Analytics и Яндекс.Метрике на успешную отправку форм с сайта.
23. Проверка на кроссбраузерность: страницы сайта отображаются одинаково в различных браузерах, модули на JavaScript функционируют одинаково.
24. Все страницы сайта адаптированы под мобильные устройства (проверить различные типы страниц в системах Вебмастер).
25. Проверка скорости загрузки различных страниц сайта: чем быстрее загружается страница, тем лучше. Критичный порог, если до отрисовки первого экрана проходит время дольше 3 секунд.
26. Корректно настроена разметка OpenGraph.

Геопривязка, регион

27. В разделе Контакты указан адрес офиса или нескольких офисов. Важно! Для правильной настройки региональной привязки в Яндексе у вас должны быть указаны офисы именно вашей организации, адреса представительств не подойдут. Яндекс осуществляет проверку, в основном, по телефону. Гугл отправляет письмо с пин-кодом по адресу офиса.
28. У сайта нет аффилиатов по номеру телефона.
29. В Google по тому же адресу нет компании-конкурента (если есть, конечно, офис вряд ли будут переносить на другой адрес, но нужно указать другие адреса, если это возможно).
30. Настроена микроразметка контактов на странице Контакты, в шапке/подвале сайта. Микроразметка корректна для Яндекса и Google.
31. Установлен регион в Яндекс.Вебмастер.
32. Адрес офиса добавлен в Яндекс.Справочник с ссылкой на сайт.
33. Установлен регион в Google Search Console.
34. Сайт добавлен в каталоги организаций данного региона, которые находятся в ТОПе при поиске компаний данного типа.

Семантическое ядро

35. Семантическое ядро (СЯ) собрано для продвигаемых страниц (кластеров).
36. В СЯ каждому запросу поставлена в соответствие одна страница.
37. Для каждой страницы (раздела) подобраны все возможные ключевые слова и леммы, по которым можно продвигать данную страницу (раздел).
38. На основе собранного СЯ внесены корректировки в структуру сайта (по необходимости).

Мета-теги

39. Мета-теги Title, Description, H1 прописаны для всех страниц, уникальны, составлены корректно, использованы строго по одному разу на странице.
40. Структура тегов Hx корректная на всех страницах, и они не используются для оформления.
41. Теги alt прописаны для изображений на сайте.
42. Теги robots прописаны корректно.
43. Теги canonical, next, prev прописаны корректно.
44. Теги alternate, hreflang для мультязычных сайтов.
45. Теги alternate, media для указания мобильной версии той же страницы.
46. Теги alternate, type для указания версии страницы в другом формате.

Контент

47. Тексты на сайте уникальные. Если нет, проверить, является ли продвигаемый сайт первоисточником с точки зрения Google и Яндекс.
48. В текстах нет переспама.
49. Тексты написаны естественным языком, грамотно, не используются «сеошные» конструкции.
50. Не используется избыточное форматирование с целью выделить все ключевые слова.
51. Если это логично, в текстах используются изображения, галереи, видео, схемы, формулы, таблицы, инфографика.

52. Текст должен быть текстом (не часть изображения, прежде всего относится к слайдерам, баннерам, инфоблокам).
53. Нет длинных портянок текста: текст структурирован, заголовки выделены с помощью тегов Hx.
54. Нет пустых страниц.
55. На страницах товаров и услуг указаны цены.
56. Если это логично, на сайте размещены прайс-лист, инструкции, ГОСТы, справочники. Робот должен иметь возможность проиндексировать содержание файлов (т.е. текст должен быть текстом).
57. На сайте не используется FLASH или используется по минимуму наряду с другими форматами там, где это действительно необходимо (например, возможность поворачивать товар на 360° наряду с возможностью просмотра статичных изображений товара с разных ракурсов).
58. На сайте присутствуют страницы: О нас/О компании, Доставка и оплата, Гарантия качества, Условия возврата, Лицензии и сертификаты, Вакансии, Вопрос-ответ/FAQ, Словарь терминов, Отзывы, Новости сферы/Блог/Форум.
59. На сайте присутствует страница Контакты, на ней размещена схема проезда, указаны все контактные данные и реквизиты организации.

Ссылки

60. Корректно настроена текстовая (контекстная) перелинковка на сайте.
61. Настроена блочная перелинковка на сайте, добавлены рекомендательные блоки навигации.
62. Добавлены хлебные крошки с соответствующей микроразметкой.
63. На сайте есть страница «Карта сайта», в которой указаны ссылки на основные разделы сайта. Ссылка на нее идет сквозняком со всех страниц сайта.
64. Хороший внешний ссылочный профиль. Если есть некачественные ссылки и их много, необходимо сделать все возможное, чтобы их удалить.
65. Сообщества в социальных сетях, регулярные посты с ссылками на ваш сайт.
66. Ссылки в социальных сетях в других сообществах.
67. Добавить кнопки «Поделиться» на страницы сайта.
68. Добавить виджеты социальных сетей «Мне нравится».
69. Гостевые статьи для других площадок.
70. Сайт зарегистрирован в тематических каталогах организаций и бизнес-справочниках.