



Профессиональный аудит сайта

www.podarki-tut.ru

1 Текстовые факторы

- 1.1 Анализ запросов и контента, определение релевантных страниц для запросов (+ проверка геоуависимости запросов)
- 1.2 Оценка «тошноты» страниц (перенасыщение ключевых слов по тексту)
- 1.3 Точное вхождение ключевых слов по тексту
- 1.4 Наличие ключевых запросов в title, description, keywords
- 1.5 Наличие тегов логического форматирования и разметки
- 1.6 Наличие ЧПУ адресов (удобных для восприятия человеком)
- 1.7 Грамотная внутренняя навигационная структура
- 1.8 Актуальность и частота обновления контента

2 Ссылочные факторы

- 2.1 Исходящие ссылки на внешние ресурсы
- 2.2 Внутренняя перелинковка
- 2.3 Обратные ссылки на сайт
- 2.4 Анкоры

3 Факторы в выдаче

- 3.1 Наличие сайта в индексе ПС
- 3.2 Наличие навигационных цепочек и «быстрых ссылок» в выдаче Яндекса
- 3.3 Проверка индексации страницы и ее соответствия сохраненной копии
- 3.4 Проверка региона сайта в выдаче Яндекса
- 3.5 Проверка контактов в выдаче Яндекса с реальными контактами на сайте (+ наличие hcard)

4 Технические и прочие факторы

- 4.1 Проверка времени ответа сервера (скорость загрузки страницы) Ответы
- 4.2 (статусы) сервера
- 4.3 Оценка «тяжести» страниц (вес в КБ) Используемые
- 4.4 на сайте ссылки
- 4.5 Корректность отдаваемой документом кодировки по мета-тегу и ответу сервера (HTTP заголовок)
- 4.6 Наличие перенаправлений (редиректов)
- 4.7 Зеркала сайта (алиасы)
- 4.8 Наличие robots.txt (наличие Host и Sitemap)
- 4.9 Аффилированность сайта (проверка на аффилиаты)
- 4.10 Наличие карт сайта (sitemap.html и sitemap.xml) и страницы контактов
- 4.11 Проверка региональной принадлежности сайта

- 4.12 [Проверка на фильтры/санкции](#)
- 4.13 [Проверка на запрещённые методы продвижения](#)
- 4.14 [Перебои в работе сервера/хостинга, проверка логов ошибок](#)
- 4.15 [Проверка на некоторые частые ошибки в коде сайта](#)

5 [Дополнительные факторы](#)

- 5.1 [Проверка на верификацию домена](#)
- 5.2 [Возраст ресурса \(возможность продвижения по ВЧ ВК\)](#)
- 5.3 [Наличие на сайте счетчиков Google Analytics, LiveInternet, Yandex Metrika](#)
- 5.4 [Наличие сайта в каталогах YaCa и DMOZ](#)
- 5.5 [Участие ресурса в биржах статей и ссылок](#)
- 5.6 [Панель Яндекс.Вебмастер \(добавление xml карты, указание региона, добавление организации, проверка на наличие ошибок\)](#)
- 5.7 [Совпадение географии хостинга и региональности сайта](#)
- 5.8 [Проверка количества доменов на ip сайта](#)

6 Поведенческие факторы

- 6.1 Статистика посещаемости
- 6.2 Наличие в выдаче иконки favicon
- 6.3 Проверка сниппета, возможность добавления расширенного сниппета
- 6.4 Наличие на сайте непоискового трафика
- 6.5 Элементы конверсии

7 Выводы, заключения

1.1 Анализ запросов и контента. Определение релевантных страниц для запросов (сравнение с релевантными страницами в выдаче при поиске по сайту)

Интернет-магазин <http://www.podarki-tut.ru/>.

Продвигаемые запросы: магазин подарков, новогодние подарки, необычные подарки, подарки для женщин, необычные подарки на новый год, подарки для мужчин, подарок девушке, подарки на новый год, подарок женщине, подарок любимому, подарок мужчине, подарок на день рождения, подарки на день рождения, оригинальные подарки, подарки на свадьбу, корпоративные подарки, прикольные подарки, бизнес подарки, подарки оптом, vip подарки, интернет магазин подарков, элитные подарки, эксклюзивные подарки, интересные подарки, подарок руководителю, подарок начальнику, подарок директору, подарок шефу, дорогие подарки, подарок мужу, что подарить мужчине, подарки мужчинам, подарки женщинам, оригинальные подарки для мужчин, прикольные подарки для мужчин, необычные подарки для мужчин, дорогие подарки для мужчин, vip подарки для мужчин, эксклюзивные подарки для мужчин, vip подарки для мужчин, оригинальные подарки мужчинам, необычные подарки мужчинам, оригинальные подарки для женщин, необычные подарки для женщин, прикольные подарки для женщин, необычные подарки на день рождения, оригинальные подарки на день рождения, прикольные подарки на день рождения, что подарить на день рождения, оригинальные подарки на новый год, корпоративные подарки на новый год, подарки, подарки на 23 февраля, подарки мужчинам на 23 февраля, оригинальные подарки на 23 февраля, необычные подарки на 23 февраля, корпоративные подарки на 23 февраля, подарки на 8 марта, подарки женщинам на 8 марта, оригинальные подарки на 8 марта, необычные подарки на 8 марта, корпоративные подарки 8 марта.

1.1.1 Для продвижения сайта по запросам необходимо разбить список продвигаемых ключевых запросов на семантически близкие группы и определить для таких групп релевантные страницы (страницы для продвижения). При отсутствии тематических страниц для запросов следует их создать или вписать продвигаемые запросы в контент на наиболее подходящих страницах.

Запросы для продвижения были проанализированы, и было выявлено, что большая часть запросов продвигается на главной странице сайта, что является неэффективным. Необходимо разбить все ключевые запросы на семантически близкие группы и создать тематически разделы для каждой из групп. Более подробная информация находится в Приложении А.

Для ВК – запросов (высококонкурентных), имеющих позиции за ТОП-100 в выдаче Яндекса, рекомендуется использовать помимо словоформ и падежей, дополнительные слова в контенте. Запросы «подарок женщине», «подарок на свадьбу», «интернет магазин подарков» - информационные и наличие дополнительных слов в тексте повысит релевантность страницы по запросу.

Например:

Дополнительные слова для запроса «подарок женщине» - девушек, девушкам, девушке, девушки, женская; Дополнительные слова для запроса «подарки на свадьбу» - свадебный, подаркам, свадебная, свадебных, своими руками;

Дополнительные слова по запросам можно посмотреть в выдаче Яндекса (подсвечиваются жирным шрифтом).

1.1.2 При выборочной проверке контента страниц на уникальность, были выявлены страницы, содержащие неуникальный контент. Например:

<http://www.podarki-tut.ru/> - Уникальность контента - 64% <http://www.podarki-tut.ru/catalog/section.php?sid=113> - Уникальность контента - 24% <http://www.podarki-tut.ru/catalog/section.php?sid=182> - Уникальность контента - 43% <http://www.podarki-tut.ru/catalog/section.php?sid=114> - Уникальность контента - 18%

Следует обратить внимание на наличие неуникального контента, но в ходе анализа было выявлено, что сайт является первоисточником, и скорее всего, текст изначально был уникальный и впоследствии был «расташен» недобросовестными вебмастерами.

Неуникальные блоки контента с общей информацией (например, главную страницу) следует рерайтить.

Если же владелец сайта <http://www.podarki-tut.ru/> знает о наличии неуникального контента на сайте в каких-либо разделах, то такой контент необходимо переписать, либо закрыть от индексации тегом <noindex>.

Также, хотим обратить внимание: если есть доказательства того, что текст является собственным (авторским), можно сообщить в службу поддержки Яндекса о ранжировании оригинала хуже копии, в соответствии с их постом http://webmaster.ya.ru/replies.xml?item_no=9118. Следует проделать данную процедуру прежде, чем заказывать новый копирайт/рерайт (так как в данном случае Вы фактически признаёте, что не являетесь первоисточником).

1.2 Оценка «тошноты» страницы (перенасыщение ключевых слов тексту).

Параметр «тошноты» главной страницы составляет **7.4161**. Для сайта подобной тематики величина «тошноты» в пределах нормы. Переспама ключевых запросов по тексту нет. «Тошнота» внутренних страниц также в пределах нормы.

1.3 Точное вхождение ключевых слов по тексту.

Рекомендуемое распределение запросов по страницам указано в **Приложении А**. Желательно, в зависимости от конкурентности запроса, вписывать исходные запросы несколько раз в прямом вхождении в тексте. Обязательно использовать словоформы, падежи, разбавленные вхождения запроса, а также дополнительные слова в соответствии с пунктом 1.1.. Тем самым, повышается релевантность страницы для запросов, сокращается бюджет на схожие запросы на одной странице.

1.4 Наличие ключевых запросов в title, description, keywords.

Title'ы всех страницы должны быть уникальными! Если сайт многостраничный и это сделать затруднительно, то желательно уникализировать title'ы хотя бы на продвигаемых страницах. То же самое касается мета-тегов keywords, description. Рекомендуем, чтобы title отражал суть только данной страницы и содержал продвигаемые ключевые слова. Рассмотрим на примере главной страницы <http://www.podarki-tut.ru/>.

1) Текущий title главной страницы:

`<title>Подарки, подарки для мужчин, подарки для женщин, подарки для любимых, подарки для всех!></title>`

желательно изменить на следующий:

`<title>Интернет-магазин подарков: оригинальные подарки, необычные подарки, прикольные подарки, интересные подарки и подарки оптом </title>`

1.4.1 Исключение перенасыщения (переспама) заголовка.

Переспама в заголовках нет.

1.4.2 Дублирующиеся заголовки страниц.

Дублирующиеся заголовки страниц на сайте отсутствуют.

2) Мета-тег keywords отсутствует на главной странице сайта. На внутренних страницах данные мета-теги также отсутствуют. Желательно прописать их и использовать только те запросы, которые отражают суть данной страницы. Запросы можно взять из **Приложения А**.

3) Поскольку мета-тег description поисковые системы могут использовать для создания сниппета, желательно его прописывать также на всех страницах.

Желательно, чтобы он не повторял мета-тег keywords, а являлся осмысленным коротким текстом (200-250 символов) и отражал суть данной страницы. На данный момент, description отсутствует на всех страницах сайта.

Рекомендуем прописать «правильные» мета-теги на главной и на продвигаемых внутренних страницах. Вариантом написания

тега description для главной страницы сайта может выступить:

<meta name="description" content="Интернет магазин «Подарки-ТУТ» предлагает огромный выбор необычных подарков для женщин и мужчин. Оригинальные и прикольные подарки оптом." />

1.5 Наличие тегов логического форматирования и разметки.

1.5.1 Наличие заголовков h1- h6.

На главной странице сайта <http://www.podarki-tut.ru/> присутствует несколько заголовков h1, расположенных в левом навигационном меню. Также есть два заголовка h2. Принимая во внимание то, что заголовок h1 должен быть на странице в единственном числе и содержать ключевой запрос (прямое либо прямое разбавленное вхождение), необходимо убрать все теги h1 из меню. В левом навигационном меню названия разделов сделать ссылками на соответствующие разделы сайта. Требуется заменить все существующие заголовки h4 на следующие:

<h1>Подарки от лаборатории необычных подарков «Podarki-tut.ru»</h1>

<h2>Специализированный интернет-магазин по продаже подарков</h2>

<h2>Пять причин, по которым подарки надо заказывать именно у нас</h2>

1.5.2 Наличие тегов strong (b).

Тегами strong или b можно выделять продвигаемые запросы в контексте.

1.5.3 Применение атрибута alt в теге для изображений.

Рекомендуется прописывать alt'ы в изображениях, так как они отсутствуют. Кроме прямых вхождений, можно также использовать разбавленные вхождения запросов и их словоформы. Разбавленные вхождения запросов можно подобрать в сервисе <http://wordstat.yandex.ru/>.

1.5.4 Применение атрибута title (всплывающих подсказок) в теге <a>.

Всплывающие подсказки на сайте не используются.

1.5.5 Наличие тегов блочной разметки страниц <div> .

Блочная разметка на сайте присутствует.

1.6 Наличие ЧПУ адресов (удобных для восприятия человеком).

На сайте ЧПУ имеют только технические страницы (новости, доставка, корзина и т.п.). Необходимо создать аналогичную систему для основных разделов и подразделов. Рекомендуем использовать вхождения запросов на транслите в ссылках.

1.7 Грамотная навигационная структура.

С главной страницы <http://www.podarki-tut.ru/> должны быть доступны основные разделы сайта. Это должно помочь поисковым системам правильно «увидеть» общую структуру сайта, а посетителю найти интересующую информацию. Для улучшения видимости структуры сайта поисковыми системами рекомендуется реализовать на сайте навигационные цепочки. Навигационные цепочки достигаются понятной, хорошо выраженной структурой сайта и продуманной навигацией:

- основные страницы должны быть доступны с главной страницы сайта;
- навигация должна быть логичной;
- названия страниц должны быть короткими, понятными и точно отражать содержание;
- выполненные в виде картинок ссылки должны иметь заполненный атрибут `alt`, отражающий их назначение;
- текст в теге `title` для ключевых страниц должен совпадать с ее названием (с заголовком страницы, выделенным, например, тегом `h1`) и с текстами ссылок, указывающих на эту страницу.

Практически все требования к оформлению внутренних страниц соблюдены, на сайте присутствуют “быстрые ссылки” и “навигационные цепочки” по некоторым запросам.

1.8 Актуальность и частота обновления контента.

Обновление и качественное содержимое помогут добиться хорошей индексации сайта и интереса со стороны целевых посетителей. Желательно придерживаться обновления контента 1-2 раза в неделю. Можно добавлять новости, акции, новые предложения.

Ссылочные факторы

2.1 Исходящие ссылки на внешние ресурсы.

2.1.1 Количество исходящих ссылок.

Необходимо закрывать исходящие ссылки, ведущие на страницы и разделы, не несущие смысловой нагрузки и не представляющие интерес для пользователя (страницы результатов поиска, формы логина, и т.п.). Также следует закрывать атрибутом «nofollow» ссылки на недоступные, представляющие угрозу для безопасности системы ресурсы, а также «лишние» внешние ссылки.

На главной странице <http://www.podarki-tut.ru/> в индексируемой части сайта обнаружено 218 внутренних и 5 внешних исходящих ссылок. Всего на сайте было обнаружено 17 исходящих ссылок на внешние ресурсы (подробнее в Приложении Б). Сквозные счетчики по всему сайту можно закрыть тегом «noindex».

2.1.2 Количество исходящих внешних ссылок к общему числу страниц на

Общее количество исходящих ссылок с сайта – 17, общее число страниц в индексе

2.2 Внутренняя перелинковка.

Проанализировав страницы сайта, было обнаружено полное отсутствие внутренней контекстной перелинковки. Например, на внутренних страницах сайта, в описаниях категорий и товаров, рекомендуется проставлять ссылки с контента как на главную страницу, так и на внутренние продвигаемые страницы (запросы и URL'ы можно посмотреть в Приложении А). Рекомендуется ставить по 2-5 ссылок со страницы, в зависимости от ее загруженности, используя в качестве анкоров прямые вхождения основных запросов. Данная рекомендация актуальна для всех контентных разделов сайта с полезной информацией. Настоятельно рекомендуется реализовать на сайте внутреннюю контекстную перелинковку.

2.3 Обратные ссылки на сайт.

Xml-карта на сайте не реализована, html-карта также отсутствует. Необходимо создать xml- и html-карты сайта, разместив в них ссылки на все основные внутренние разделы/подразделы сайта.

2.3.1 Анализ беклинков.

Анализ обратных ссылок на сайт и их параметров показал, что общая ссылочная масса на сайт – около 1900 ссылок. Присутствуют как покупные, так и естественные / “псевдоестественные” ссылки

Параметры доноров самые разные, общая ссылочная масса выглядит естественно, но были найдены некоторые доноры, «работоспособность» которых под сомнением (страницы с числом внешних ссылок больше 10, страницы без контента и т.д.). Рекомендуется провести «чистку» тех доноров, для которых это возможно сделать, и продолжать закупать ссылки с разных доменов с наиболее качественных доноров. В первую очередь рекомендуются “ссылки навсегда” в контексте, с околотематичных ресурсов: статьи, блоги, новости, пресс-релизы.

При анализе внешних ссылок основных конкурентов в топе, было установлено, что ссылочная структура сайта <http://www.podarki-tut/> вполне конкурентоспособна, особых «вливаний» бюджетов не требуется, рекомендуется дальнейшее плавное наращивание качественной ссылочной массы.

Кроме бирж ссылок можно использовать и другие сервисы по наращиванию ссылочной массы. При наличии ресурсов, рекомендуется собрать собственную базу качественных тематических сайтов, для размещения ссылок вручную; ссылки с таких сайтов дадут больший «вес», чем ссылки с бирж. Также рекомендуется геозависимые запросы (указаны в **Приложении А**) продвигать ссылками с региональных сайтов-доноров.

2.3.2 Распределение ссылочного веса по страницам.

Основная ссылочная масса сайта распределена неравномерно. Практически все ссылки направлены на главную страницу, часть ссылок направлена на продвигаемые и неосновные внутренние страницы сайта.

Итого, рекомендуется закупать ссылки на:

- главную страницу <http://www.podarki-tut/>;
- продвигаемые внутренние страницы/разделы;
- не продвигаемые внутренние страницы (можно с любыми анкерами) и задействовать их во внутренней контекстной перелинковке, ссылаясь на главную страницу и продвигаемые разделы по нужным анкерам.

2.4 Анкоры.

Анкор-лист довольно разнообразен. В основном, в нем используется название домена или запрос «подарки~» в прямом вхождении. Тошнота анкор-листа со словоформами: «подарк~»(44.0%), «мужчин~»(8.3%), «женщин~»(4.1%), «необычн~»(3.4%).

Также обнаружено малое число вхождений исходных запросов в анкор-листе. Следует использовать в анкорах больше вхождений исходных запросов, особенно тех запросов, которые находятся за ТОП-50. Также в небольших количествах можно использовать разбавленные вхождения запросов, различные словоформы, «псевдоестественные» анкоры и т.д.

В качестве анкоров, при закупке ссылок, обычно рекомендуется следующая схема - всю ссылочную массу можно условно разбить на 3 группы: хорошие, средние и плохие:

- Для «хороших» ссылок рекомендуется использовать анкоры в виде прямых вхождений запросов;
- Для «средних» ссылок – разбавленные вхождения, морфологически измененные запросы;
- Для «плохих» ссылок – все остальное, разбавленные вхождения, анкоры без вхождения запросов, адрес домена и т.д., т.е. все, что делает анкор-лист «естественным».

Также возможно разбавление анкор-листа небольшим количеством «псевдоестественных» анкоров, например:

Выбирайте лучшие подарки в #а#этом#/а# магазине.

Любимой женщине можете выбрать подарки #а#тут#/а#.

Необычные подарки в интернет магазине #а#podarki-tut.ru#/а#.

3

Факторы в выдаче.

3.1 Наличие сайта в индексе ПС.

В ПС Google проиндексировано 1910 страниц. Реально в выдаче участвует примерно 4% страниц сайта, остальные находятся в supplemental-выдаче.

В ПС Yandex около 1680 проиндексированных страниц. Почти все страницы содержат нужную информацию для пользователя. Страницы, не несущие смысловой нагрузки будут закрыты от индексации в файле robots.txt, что должно помочь ПС индексировать необходимые новые страницы.

3.2 Наличие навигационных цепочки «быстрых ссылок» в выдаче Яндекса.

«Быстрые ссылки» в выдаче Яндекса присутствуют. Реализация дополнительных «быстрых ссылок» для продвигаемых запросов возможна в соответствии с пунктом 1.7.

Навигационные цепочки в выдаче Яндекса присутствуют только для запросов - «подарки для мужчин», «подарки для женщин», «подарки на день рождения». Выполнение пункта 1.7. поможет добиться появления навигационных цепочек в выдаче и их правильного формирования для других продвигаемых запросов.

3.3 Проверка индексации страницы и ее соответствия сохраненной копии.

Сохранённая копия страницы <http://www.podarki-tut.ru/> на данный момент соответствует «оригиналу».

3.4 Проверка региона сайта в выдаче Яндекса.

Сайт <http://www.podarki-tut.ru/> продвигается по региону «Москва». Яндексом регион сайта определен верно, и отображается в выдаче для гео зависимых запросов.

3.5 Проверка контактов в выдаче Яндекса с реальными контактами на сайте (+ наличие hcard).

Контакты компании в выдаче Яндекса присутствуют и заполнены корректно. Данные в hcard прописаны.

4.1 Проверка времени ответа сервера (скорость загрузки страницы).

4.1.1 Время ответа сервера.

Время ответа сервера составляет 0.061 секунды, что является хорошим показателем.

4.1.2 Время загрузки страницы.

Время загрузки страницы <http://www.podarki-tut.ru/> было проверено и составляет 2,6 секунды, что является приемлемым показателем.

4.2 Ответы (статусы) сервера.

4.2.1 Проверка ответов сервера.

<http://www.podarki-tut.ru/> - HTTP/1.1 200 OK

4.2.2 Корректность обработки статуса 404.

<http://www.podarki-tut.ru/111111111/> - HTTP/1.1 404 Not

Found Статус 404 обрабатывается корректно.

4.2.3 Правильное оформление 404 страницы.

Дизайн 404-й страницы должен отличаться от дизайна страниц Вашего сайта.

На странице 404 обязательно должны быть ссылки на основные разделы сайта (главную страницу, карту сайта). Если реализован поиск по сайту, можно добавить форму поиска на эту страницу. Также при возникновении любой ошибки, посетителя можно направить на 404-ую страницу путем правки файла .htaccess, например:

ErrorDocument 404 /error.php
ErrorDocument 403 /error.php
ErrorDocument 402 /error.php
ErrorDocument 401 /error.php
ErrorDocument 500 /error.php

где error.php - наша искомая страница, расположенная в корневом каталоге сайта.
Оформление 404-й страницы на примере магазина хоккейной экипировки.

4.3 Оценка «тяжести» страниц (вес в КБ).

Чистый «вес» html-страницы <http://www.podarki-tut.ru/> оставляет 560 КБ, что является приемлемым показателем.

4.4 Используемые на сайте ссылки.

4.4.1 Наличие абсолютных и относительных ссылок.

На сайте присутствуют относительные ссылки. Необходимо, по возможности, привести все ссылки к абсолютному виду.

4.4.2 Наличие динамических ссылок с параметрами и идентификаторами сессии.

Ссылки с параметрами и идентификаторами сессий на сайте отсутствуют.

4.5 Корректность отдаваемой документом кодировки.

Корректность отдаваемой документом кодировки проверяется по мета-тегу и ответу сервера (HTTP заголовок).

Meta тег:

```
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=windows-1251" />
```

HTTP заголовок:

```
Content-Type: text/html; charset=windows-1251
```

Проблем не обнаружено.

4.6 Наличие перенаправлений (редиректов).

301 редирект с неглавного зеркала <http://podarki-tut.ru> на главное зеркало <http://www.podarki-tut.ru> отсутствует. Необходимо в файле .htaccess прописать 301 редирект с неглавного зеркала на главное:

```
RewriteEngine On
RewriteCond %{HTTP_HOST} ^podarki-tut.ru RewriteRule
(.*) http://www.podarki-tut.ru/$1 [R=301,L]
```

4.7 Зеркала сайта (алиасы).

Было обнаружено зеркало www.podarki-tyt.ru, перенаправление на www.podarki-tut.ru установлено и работает корректно.

4.8 Наличие robots.txt (заккрытие ненужных страниц от индексации, наличие Host и Sitemap).

Файл robots.txt на сайте присутствует, но составлен некорректно. Директива Host в robots.txt не указана. Также в файле robots.txt необходимо акрывать страницы и разделы, не несущие смысловой нагрузки. Полный файл robots.txt будет прикреплен к аудиту.

4.9 Аффилированность сайта (проверка на аффилиаты).

Сайт <http://www.podarki-tut.ru/> аффилиатов не имеет.

4.10 Наличие карт сайта (html и xml) и страниц контактов.

Xml-карта на сайте не реализована, html-карта также отсутствует. Необходимо создать xml- и html-карты сайта, разместив в них ссылки на все основные внутренние разделы/подразделы сайта.

4.11 Проверка региональной принадлежности сайта.

В выдаче Яндекса регион сайта подсвечивается верно.

4.12 Проверка на фильтры/санкции.

Такие фильтры/санкции как АГС, «Ты - спамный», «Ты - последний» для сайта отсутствуют.

4.13 Проверка на запрещённые методы продвижения.

Необнаружены.

4.14 Перебои в работе сервера/хостинга, проверка логов ошибок.

В течение 24 часов не было зафиксировано ни одного «падения» сервера.

4.15 Проверка на некоторые частые ошибки в коде сайта.

- Валидность кода/CSS.

Ошибки кода: 49 Errors, 4 warning(s);

Ошибки CSS: 16 ошибок.

- Кроссбраузерность верстки.
Отображение сайта было проверено во всех популярных браузерах, проблем с версткой не обнаружено.
- Наличие декларации <!DOCTYPE> в документе.
Присутствует.
- Закрывание тегов /отсутствие незакрытых тегов.
Проблем не обнаружено.
- Отсутствие данных за пределами тегов / кода.
Проблем не обнаружено.
проблемы.

- Наличие скрытых, невидимых и других несанкционированных ссылок.
Не выявлено.
- Проверка и удаление некорректных и “битых” ссылок, проверка кода ссылок.
Были обнаружены некоторые «битые» ссылки. Полный список находится в Приложении В. Необходимо проверить проблемные ссылки и устранить имеющиеся проблемы.
- Проверка на склейку домена / страниц.
Проблем не обнаружено.
- Прочее.
На некоторых страницах сайта (пример) есть ссылки на неосновное зеркало. Редирект с неосновного зеркала установлен, но все равно рекомендуется использовать ссылки на основной сайт.

5

Дополнительные факторы.

5.1 Проверка на верификацию домена.

state: REGISTERED, DELEGATED, VERIFIED

Домен успешно верифицирован.

5.2 Возраст ресурса (возможность продвижения по ВЧВК).

Возраст сайта составляет 3 года и 2 месяца, что достаточно для его продвижения по высокочастотным высококонкурентным запросам.

5.3 Наличие на сайте счетчиков Google Analytics, LiveInternet, Yandex Metrika.

Все счетчики присутствуют на сайте.

5.4 Наличие сайта в каталогах YaCa и DMOZ.

В Яндекс Каталоге (YACA) сайт присутствует. В ДМОЗ (DMOZ) – отсутствует. Необходимо, по возможности, подать заявку на принятие сайта в каталог DMOZ.

5.5 Участие ресурса в биржах ссылок.

В биржах по продаже ссылок сайт не участвует.

5.6 **Панель Яндекс Вебмастер (добавление xml-карты, указание региона, добавление организации, проверка на наличие ошибок).**

В панели Яндекс Вебмастер регион сайта указан верно, организация добавлена, кроме отсутствия xml-карты, других ошибок не обнаружено.

5.7 **Совпадение географии хостинга и региональности сайта.**

Сервер расположен в Российской Федерации – московский регион сайта совпадает с географией хостинга.

5.8 **Проверка количества доменов на ip.**

На ip 178.248.238.5 расположено 2 домена. По всей видимости, сайт расположен на выделенном сервере, что является положительным дополнительным фактором.

6.1 Статистика посещаемости *

6.1.1 Посещаемость.

Средняя посещаемость сайта на данный момент составляет 1500-1700 уникальных посетителей в сутки.

6.1.2 Просмотров страниц на посетителя.

Соотношение общего количества уникальных посетителей и просмотренных ими страниц формирует показатель «Просмотров на посетителя», чем выше это значение, тем лучше. Для анализируемого сайта «просмотров на посещение» ~ 3,7, т.е. 1 посетитель просматривает в среднем 3-4 страницы сайта. С учетом тематики и типа сайта, это является адекватным показателем.

6.1.3 Показатель отказов.

Обычно значение показателя отказов зависит от типа сайта (новостной портал, блог, интернет-магазин) и конкретной страницы, на которую попадает посетитель. В среднем, это значение обычно лежит в диапазоне 30-50%.

Средний показатель отказа анализируемого сайта 47%, что для данного типа сайта в пределах нормы

6.1.4 Среднее время пребывания на сайте.

Среднее время пребывания на сайте составляет ~ 3 мин. Учитывая информационную составляющую сайта, данный показатель отличный.

- 6.1.5 Также существует показатель, называемый **длиной сессии** (или глубиной просмотра), который показывает, сколько просмотров сделал пользователь за одну сессию (длина сессии может рассчитываться как для отдельного случая, так и в среднем для определенного периода). А параметр «продолжительность сессии» показывает нам, сколько времени пользователь провел на сайте от момента входа до момента выхода с сайта. Чем выше оба эти показателя, тем интереснее сайт для посетителей.
(* В данном разделе статистика рассматривается за последние 4 месяца).

Более подробный анализ всех вышеприведенных параметров смотрите в **Приложении Г**.

6.2 Наличие в выдаче иконки favicon.

Фавикон на сайте отсутствует. Рекомендуется установить favicon.ico.

6.3 Проверка сниппета, возможность добавления расширенного сниппета.

Большинство сниппетов в выдаче Яндекса формируются корректно - из контекста. Однако по поисковым запросам встречаются и некорректные сниппеты. Пример: запрос «оригинальные подарки на день рождения», сниппет: «Подбор необычных подарков для мужчин и женщин по событию, профессии, тематике и т.д. Условия доставки.» взят из Яндекс.Каталога, что говорит о «проблемности» текста в данном случае.

Чтобы исключить проблемы с формированием некорректных сниппетов, рекомендуется выполнение пунктов 1.1. и 1.4. текущего аудита. Обращаем внимание на возможность создания расширенного сниппета для типа Вашей организации. Добиться наличия расширенного сниппета в выдаче Яндекса можно, заполнив соответствующие формы в панели Вебмастера Яндекс. Подробнее здесь.

6.4 Наличие на сайте непоискового трафика.

Для более лояльного отношения ПС к сайту, приветствуется наличие на сайте непоискового трафика. Для этих целей рекомендуется завести тематический блог, твиттер, группу в контакте, фейсбуке. Также возможно создание форума и формирование тематического сообщества.

6.5 Элементы конверсии.

Что может повысить конверсию на сайте:

- полные контакты в виде телефона / E-mail / ICQ / Skype / Онлайн-чата на всех страницах сайта;
- услуга заказа звонка;
- подробная схема проезда в офис;
- форма заказа, онлайн-оплата.

Выводы, заключения.

По итогам аудита было выявлено, что основными проблемами сайта www.podarki-tut.ru являются:

- 1) отсутствие прямых вхождений некоторых запросов на сайте;
- 2) некорректная расстановка блоков логического форматирования в теле страницы (h1- h4);
- 3) следует обратить внимание на неуникальность некоторых частей текстов наряду с уникальными блоками - неуникальные блоки желательно рерайтить;
- 4) отсутствие внутренней контекстной перелинковки;
- 5) неправильное распределение ссылочного веса по страницам;
- 6) наличие некоторых некачественных доноров в ссылочной массе;
- 7) малое число вхождений некоторых исходных запросов в анкор-лист;
- 8) некорректный robots.txt;
- 9) отсутствие xml- и html-карт сайта.

Настоятельно рекомендуется внести изменения на сайт согласно пунктам текущего аудита.

Спасибо!