

Список работ по продвижению сайта*

*план работ является предварительным. Более индивидуальный вектор задач формируется персонально для каждого сайта. На итоговый план работ влияет: тематика сайта, тип сайта, регион продвижения, уровень конкурентности и текущее состояние оптимизации.



Оглавление

1. Сбор информации по проекту
2. Аудит. Юзабилити анализ
3. Аудит. Анализ внутренней оптимизации
4. Аудит. Анализ внешней оптимизации
5. Анализ и сбор текущих показателей
6. Анализ конкурентов
7. Разработка стратегии продвижения
8. Составление СЯ
9. Внутренняя оптимизация. Техническая
10. Внутренняя оптимизация. Составление мета-тегов
11. Внутренняя оптимизация. Тексты
12. Внешняя оптимизация
13. Анализ результатов продвижения
14. Передача отчета о проведенных работах
15. Рекомендуемые работы



Сбор информации по проекту

1. Заполнение клиентского брифа
2. Передача доступов
 - 2.1. Yandex Webmaster
 - 2.2. Yandex Mertrica
 - 2.3. Google Analytics
 - 2.4. Google Search Console
 - 2.5. FTP/Hosting
 - 2.6. Admin панель сайта
 - 2.7. Биржи ссылок (если ранее создавались)
3. Формирование и утверждение ТЗ, целей продвижения

Ответственные за выполнение: SEO-специалист, клиент.



Аудит. Юзабилити анализ

1. Проверка работоспособности функционала десктопной версии сайта (функционирование корзины и оформление заказа, удобство оформления заказа, формы обратной связи, всплывающие окна и другой функционал, который присутствует на сайте)
2. Анализ корректного отображения сайта и проверка работоспособности функционала в мобильной версии
3. Анализ страниц сайта на наличие коммерческих факторов

Аудит. Анализ внешней оптимизации

1. Анализ ссылочного профиля сайта и проверка естественности ссылочной массы
2. Проверка тематичности ссылающихся ресурсов
3. Анализ наличия рекламы на ссылающихся ресурсах
4. Анализ исходящих ссылок на ссылающихся ресурсах
5. Анализ возраста доменов ссылающихся ресурсов
6. Анализ трафика ссылающихся ресурсов
7. Анализ социальных сигналов ссылающихся ресурсов
8. Проверка площадок, ссылающихся с одного IP
9. Анализ Спам, Траст, Икс ссылающихся ресурсов
10. Анализ на наличие фильтров АГС на ссылающихся ресурсах



Аудит. Анализ внутренней оптимизации

1. Выгрузка всех страниц и файлов сайта специальными программами для анализа технической оптимизации и выявления фактических страниц
2. Анализ индекса поисковых систем Яндекс и Google и сравнение страниц в выдаче со списком фактических страниц сайта
3. Анализ мета-тегов
4. Анализ файла robots.txt
5. Анализ главного зеркала
6. Анализ файла sitemap.xml
7. Анализ редиректов
8. Анализ заголовков
9. Анализ текстов
10. Проверка настройки и корректности срабатывания 404 ошибки
11. Анализ наличия ссылок с кодом ответа 404
12. Проверка ошибок внутренней оптимизации в вебмастерах Google и Yandex
13. Проверка оптимизации кода сайта
14. Анализ оптимизации атрибутов alt и title
15. Анализ скорости загрузки сайта
16. Проверка кросбраузерности сайта
17. Анализ корректности использования тега canonical
18. Анализ страниц пагинации
19. Выявление циклических ссылок
20. Проверка сайта с отключенным JS



21. Проверка подключения турбо страниц (AMP)
22. Анализ наличия и качества перелинковки
23. Анализ настройки микроформатов
24. Проверка сайта на вирусы
25. Проверка сайта на фильтры поисковых систем
26. Проверка сайта на аффилированность
27. Анализ страниц, закрытых от индексации
28. Анализ показателей Я-метрики/G-аналитики
29. Стартовый замер позиций в выдаче

Аудит сайта — это детальный анализ факторов, которые влияют на позиции сайта в поисковых системах. Это всестороннее изучение контента, структуры, технических особенностей сайта, выявление слабых мест, планирование и реализация необходимых доработок, с учетом всех принципов работы поисковых систем.

Аудит проводится на старте продвижения, занимает от 5ти до 14ти дней (отталкиваясь от размера сайта и количества ошибок оптимизации). В зависимости от целей продвижения, проведение анализа может быть разбито на несколько периодов (например: анализ внутренней оптимизации в первый месяц работ, анализ внешней оптимизации во второй месяц).

Аудит позволяет получить представление о текущем состоянии сайта и его показателях, выявить ошибки оптимизации и продвижения, выстроить приоритетность проведения работ на сайте. По завершению этапа SEO-специалист передает клиенту документ с анализом сайта, списком ошибок оптимизации.

Ответственные за выполнение: SEO-специалист.



Анализ конкурентов

1. Выявление конкурентов в выдаче
2. Выявление стратегии продвижения конкурентов
3. Анализ УТП конкурентов
4. Сбор структуры конкурентов
5. Сбор ключевых слов конкурентов
6. Анализ мета тегов конкурентов
7. Анализ контента конкурентов
8. Анализ ссылочного профиля конкурентов

Среди SEO специалистов бытует мнение, что для того, чтобы получить желаемые позиции в ТОП выдачи по конкретным запросам, необходимо стремиться к тем же показателям, которые имеют сайты уже находящиеся в ТОПе. Из этого правила есть исключения, но подобная стратегия срабатывает в 80% случаев.

Анализ конкурентов проводится на старте продвижения, занимает от 4х до 14ти дней (в зависимости от тематики, количества конкурентов в выдаче). Анализ конкурентов дает представление о текущем уровне конкуренции и конкурентоспособности сайта, позволяет сформировать прогноз результатов дальнейшего продвижения, дает представление к каким показателям необходимо стремиться (например: плотность вхождения ключевого слова, количество необходимых для покупки ссылок и т.д.).

По завершению этапа SEO-специалист передает документ с анализом показателей сайтов конкурентов.

Ответственные за выполнение: SEO-специалист.



Разработка стратегии продвижения

1. Формирование итогового плана работ
2. Утверждение итогового плана работ

Наличие **конкретного плана действий**, созданного на основе аудита и анализа конкурентов - это фундамент успешного продвижения. Наличие стратегии, сформированной опытным специалистом, исключает возможные причины "слива" бюджета, потери времени и отсутствия результатов. Составление плана работ на основе аудита и анализа конкурентов занимает от 1го до 4х дней. По завершению этапа SEO-специалист передает клиенту на утверждение итоговый план работ на 3-12 месяцев с конкретными дедлайнами, прогнозом и рекомендациями по бюджету.

Ответственные за выполнение: SEO-специалист.



Составление СЯ

1. Подготовка черновой структуры сайта
2. Сбор масок
3. Парсинг ключевых слов
4. Формирование базового списка стоп-слов
5. Первичная чистка
6. Расширение семантики в рамках одной группы (по необходимости)
7. Вторичная чистка
8. Кластеризация
9. Оформление конечного варианта структуры сайта
10. Составление карты релевантности
11. Отправка новых ключевых слов на замер позиций

Семантическое ядро (СЯ) — это список слов и словосочетаний, которые наиболее точно характеризуют вид деятельности, товары или услуги, предлагаемые сайтом. Формирование семантического ядра является стратегической ступенью в продвижении. На основе собранной семантики формируются мета-теги и тексты для продвигаемых страниц. Кроме того, именно на основе запросов из ядра проводится анализ позиций сайта в выдаче.

Сроки формирования семантического ядра варьируются от 4х дней до месяца, в зависимости от размера сайта и количества продвигаемых страниц. В некоторых случаях сбор семантики может быть разбит на несколько этапов (например: в первый месяц собирается семантика на приоритетные страницы, во второй месяц на менее приоритетные). По завершению этапа SEO-специалист передает клиенту карту релевантности с распределенными между страницами сайта поисковыми запросами, эффективную для SEO продвижения структуру сайта.

Ответственные за выполнение: SEO-специалист.



Внутренняя оптимизация. Техническая

1. Настройка систем сбора статистики Google и Яндекс
2. Внесение сайта в каталоги ЯК и Google My Business
3. Присвоение сайту региональности
4. Настройка главного зеркала
5. Внедрение ЧПУ урлов
6. Настройка и оптимизация файла robots.txt
7. Удаление ненужных страниц из индекса поисковых систем
8. Настройка и оптимизация редиректов
9. Устранение ссылок с кодом ответа 404
10. Настройка корректного срабатывания 404 страницы
11. Внесение атрибута rel="nofollow" в исходящие ссылки
12. Устранение полных дублей (одинаковые страницы доступны по разным адресам)
13. Устранение частичных дублей (дубли в мета-тегах, заголовках, содержимом страниц)
14. Составление и внедрение шаблона автоматической генерации title и description (с возможностью ручной корректировки)
15. Оптимизация скорости загрузки сайта Google Page Speed
16. Переезд сайта на HTTPS
17. Формирование и оптимизация карты сайта (sitemap.xml)
18. Оптимизация атрибутов alt и title для картинок товаров/услуг
19. Настройка целей в Google Analytics и Яндекс Метрика
20. Настройка тега Canonical
21. Настройка страниц пагинации
22. Оптимизация заголовков <h1>-<h6>
23. Исправление ошибок валидности кода HTML
24. Исправление ошибок валидности кода CSS
25. Удаление циклических ссылок



26. Настройка микроформатов
27. Настройка хлебных крошек
28. Настройка и подключение турбо страниц Яндекс
29. Оптимизация карты сайта "для людей"
30. Оптимизация больших кусков кода на страницах сайта
31. Настройка содержимого сниппетов
32. Расширение структуры сайта
33. Перелинковка страниц
34. Создание раздела "Блог" (если ранее не было на сайте) для получения околостелевого трафика
35. Отправка измененных страниц на принудительную переиндексацию поисковыми роботами
36. Внедрение нового функционала и улучшение юзабилити на основе аудита сайта и анализа конкурентов

Внутренняя оптимизация – оптимизация сайта внутри, согласно с требованиями поисковых систем. Ключевая цель данного этапа - устранения возможных технических ошибок, которые могут свести все дальнейшее продвижение на нет, совершенствование структуры сайта, юзабилити.

Большая часть задач, касающихся внутренней технической оптимизации, требуют работы с кодом сайта, из-за чего для их выполнения привлекается программист. Сроки проведения технической внутренней оптимизации зависят от размера сайта и количества ошибок - от 10 дней (для маленьких сайтов) до 12ти месяцев (для мегамаркетов и сложных многостраничных ресурсов).

На данном этапе на основе результатов аудита и анализа конкурентов формируется техническое задание, в соответствии с которым и выполняются все работы. Техническое задание предварительно утверждается с клиентом, после выполнения задач формируется и передается отчет о проведенных работах.

Ответственные за выполнение: SEO-специалист, программист.



Составление мета-тегов

1. Составление мета-тегов
2. Размещение мета тегов на сайте
3. Отправка измененных страниц на принудительную переиндексацию поисковыми роботами

Мета-теги – это HTML-теги, с помощью которых указываются дополнительные данные о странице сайта. Основное их назначение в SEO - передача роботам поисковых систем информации о содержимом страницы. Более того, title и description - единственные информативные данные о вашем сайте, которые пользователи поисковых систем видят в выдаче. Содержимое мета-тегов - весомый фактор при определении позиций сайта в поисковой выдаче. Составление и внесение мета-тегов требует от 3х дней до 10 недель, в зависимости от размера сайта. На данном этапе SEO-специалист оптимизирует содержимое title и description страниц сайта на основе собранного семантического ядра. Для клиента составляется отчет о внесенных корректировках.

Ответственные за выполнение: SEO-специалист.



Внутренняя оптимизация. Тексты

1. Составление контент плана
2. Составление ТЗ копирайтеру
3. Проверка текстов от копирайтера
4. Отправка текстов на согласование
5. Добавление текстов в "Оригинальные тексты Яндекс"
6. Размещение текстов на сайте
7. Написание околотематических статей на сайт в раздел "Блог"

SEO оптимизация текста — основной вид внутренней оптимизации сайтов, так-как содержимое и структура текстов анализируется и учитывается поисковыми системами при определении позиций в выдаче. Именно поэтому для успешного продвижения в Яндекс и Google текст должен быть правильно заточен под поисковые запросы, быть уникальным, иметь оптимизированные заголовки, оптимальный объем и допустимые показатели "тошнотности", "водности".

Как и техническая внутренняя оптимизация, данный этап требует много времени на реализацию, из-за чего задача может быть разбита на несколько периодов (например: в первый месяц пишутся тексты на приоритетные страницы, во второй месяц на менее приоритетные). Сроки зависят от размера сайта и количества продвигаемых страниц - от 10 дней до нескольких месяцев. Для клиента составляется отчет о проведенных работах.

Ответственные за выполнение: SEO-специалист, копирайтер.



Внешняя оптимизация

1. Создание ссылочной стратегии и ее утверждение
2. Подбор и анализ площадок
3. Написание и размещение статей с ссылками на биржах
4. Нарращивание ссылочной массы методом гостевого постинга
5. Нарращивание ссылочной массы методом крауд маркетинга
6. Нарращивание ссылочной массы методом размещения ссылки на сайт в тематических каталогах

Внешняя оптимизация – это наращивание ссылочной массы, или получение ссылок на свой сайт с других ресурсов. Ссылка на сайт – это рекомендация, и чем чаще ваш сайт рекомендуют, тем выше его авторитет для поисковых систем. Важно учитывать, что лучший результат дают качественные ссылки с тематических незаспамленных площадок. В свою очередь, дешевые ссылки с малокачественных сайтов могут стать причиной падения позиций в выдаче. То, сколько ссылок покупать в месяц, зависит от возраста сайта и его ссылочного профиля (например: от 10 до 20 для молодого сайта, от 40 для сайта с бэкграундом). Конкретное количество ссылок для покупки в месяц определяется на основе аудита и анализа конкурентов. Для клиента ежемесячно предоставляется отчет о наращивании ссылочной массы.

Ответственные за выполнение: SEO-специалист.



Анализ результатов продвижения

1. Анализ динамики изменений трафика на сайте
2. Анализ изменения позиций в выдаче
3. Анализ поведенческих факторов

Важная часть успеха в продвижении - это регулярная аналитика результатов. Контроль показателей сайта позволяет "держать руку на пульсе", своевременно вносить корректировки в стратегию продвижения. Анализ проводится 1 раз в месяц, его результаты передаются клиенту. В среднем проведение анализа занимает 1-3 дня.

Ответственные за выполнение: SEO-специалист.



Отчетность

1. Передача отчета о проведенных работах
2. Передача отчета о метриках сайта

Рекомендуемые работы

1. SMM
2. Контекстная реклама
3. Подключение e-mail маркетинга
4. Продвижение мессенджерами

Несмотря на то, что **SEO является невероятно результативным инструментом получения лидов и увеличения количества посетителей** - это только один из методов громко заявить о своем сайте.

Как маркетологи, **мы рекомендуем задействовать и другие каналы рекламы**, что позволит охватить большую аудиторию и, как следствие, привлечь к своему продукту еще больше заинтересованных посетителей/потенциальных клиентов.