# Анализ сайта

Был произведен анализ сайта, в ходе которого ресурс <http://vis-avis.ru/> получил среднюю оценку степени оптимизации.



### Технические и структурные недоработки по сайту

В связи с тем, что посещаемость сайта (переходы на сайт потенциальных потребителей) напрямую зависит от положения запросов проекта в выдаче поисковых систем, первоочередной задачей является создание условий для положительной оценки проекта поисковыми системами.

Ниже описаны обнаруженные проблемы, способные оказать негативное влияние на индексацию сайта поисковыми системами и эффективность последующего поискового продвижения:

1. Файл robots.txt: файл robots.txt размещен на сервере, доступен по адресу <http://vis-avis.ru/robots.txt>:



но составлен некорректно.

Данный служебный файл необходим для управления поведением роботов поисковых систем при индексации сайта - определения основного хоста, изменения интервалов между закачкой страниц роботом, запрета индексации дубликатов страниц, служебных страниц, персональной информации;

1. Использование директивы host в robots.txt: директива Host не указана в файле robots.txt.

Рекомендуется прописать директиву Host, явно указав поисковой системе Яндекс на основной хост ресурса;

1. Использование директивы sitemap в robots.txt: директива Sitemap не указана в файле robots.txt.

Необходимо указывать данную директиву в robots.txt для роботов поисковых систем, которые запоминают пути к sitemap.xml, обрабатывают файлы и будут использовать результаты при последующем формировании сессий закачки;

1. HTML-карта сайта: файл sitemap.xml отсутствует на сервере.

Файл sitemap.xml отсутствует на сервере, при запросе файла <http://vis-avis.ru/sitemap.xml> сервер отдает ответ HTTP/1.1 404 Not Found:



Файл sitemap.xml служит для ускорения индексации и поддержания страниц сайта в индексе поисковиков. Необходимо создать структурированный xml-файл с картой сайта, содержащий информацию для поисковых систем о страницах вебсайта, которые подлежат индексации;

1. Внешние ссылки: на сайте обнаружены ссылки на внешние ресурсы – как минимум 3:
* <http://vk.com/club39868631>
* <http://www.twitter.com/Vis_a_vis1>
* <http://www.facebook.com/pages/Vis-a-vis/455075551171401>
* <http://www.sothys.ru/>
* <http://www.ericsonlab.ru/>
* <http://www.paulmitchell.ru/>

Рекомендуется запрещать ссылки на внешние ресурсы от индексации поисковыми роботами, поместив в теги <noindex> и добавив к ссылкам атрибут rel="nofollow";

1. Дружественные веб-адреса: на сайте структура с ЧПУ (человеко-понятный URL) организована не правильно.

Роботы поисковых систем не распознают ссылки вида <http://vis-avis.ru/services/hairstyle-hot/> или <http://vis-avis.ru/services/perm-make-up/> и т.п., необходимо видоизменять на соответствующий транслит: <http://vis-avis.ru/services/hairstyle-hot/> = <http://vis-avis.ru/services/strizhka-gorjachimi-nozhnicami/> или <http://vis-avis.ru/services/perm-make-up/> = <http://vis-avis.ru/services/permanentnyj-makijazh/> и т.д., обязательно настраивая 301-редирект со старых страниц на новые.

Структура сайта с дружественными адресами более понятна пользователям и поисковым системам, кроме того в ЧПУ-ссылках возможно использование дополнительных ключевых слов;

1. Использование тега <noindex>: используйте тег noindex для неважной технической информации.

Данный тег позволяет задать для Яндекса и других поисковых систем не представляющие важности тексты. Например, для любой страницы сайта будет мешаться блок формы поиска, форма регистрации, блоки с нетематическим на странице, контентом и т.п.;

1. Использование подключаемых .js файлов: в коде страниц подключаются JavaScript файлы.

Рекомендуется по возможности объединять .js файлы для уменьшения количества запросов к серверу при загрузке страниц сайта;

1. Использование JavaScript в коде страниц: на страницах сайта присутствует JavaScript, встроенный при помощи тегов <script>.

Рекомендуется выносить скрипты в отдельные подключаемые файлы .js и, по возможности, объединять скрипты в один файл. Таким образом, вы уменьшите время загрузки страницы, уменьшите нагрузку на сервер и сократите исходящий трафик.

1. Контактная информация

Заполните контактную информацию о компании в микроформате hCard.

Данный микроформат улучшит предоставление сайта в результатах поиска, а также видимость сайта среди конкурентов в поисковой выдаче.

### оценка внутренней оптимизации сайта (на примере одной страницы - главной)

Внутренняя оптимизация целевых страниц сайта, как правило, оценивается по следующим важным параметрам:

* **Заголовок <title>**

Этот тег имеет наибольший вес, поэтому при внутренней оптимизации необходимо добавлять ключевые слова и фразы в заголовок страницы;

* **Элемент <meta name="description">**

Используется привлекательное описание, содержащее 1-2 ключевых слова, длиной до 200 символов. В некоторых случаях информация из тега <meta name="description"> используется для формирования сниппета сайта в поисковых системах;

* **Элемент <meta name="keywords">**

Указывается, как правило, 4-6 основных ключевых слов страницы через запятую;

* **Использование заголовка <h1>**

Для придания страницам наибольшей релевантности используется заголовок <h1>, содержащий прямое вхождение основного ключевого слова для страницы;

* **Использование заголовков <h2> - <h6>**

Для придания наибольшей релевантности и определения четкой структуры страницы, данные заголовки используются исключительно в текстовых материалах и содержат морфологические или непрямые вхождения основных ключевых слов, разбивая контент на логические блоки;

* **Стилистическое оформление изображений**

Каждому изображению на сайте присваиваются атрибуты <alt> и <title>, это не нарушит веб-дизайн сайта, зато:

- во-первых, будет по достоинству оценено пользователями, которые отключают в настройках браузера просмотр картинок;

- во-вторых, в названии и свойствах изображений можно прописать ключевые слова и фразы, по которым продвигается статья, что, безусловно, повысит качество поисковой оптимизации текста;

- в-третьих, роботы поисковиков именно по данным атрибутам понимают содержимое каждого изображения;

- в-четвертых, картинки участвуют в поиске поисковых систем (поиск по картинкам), что может увеличить поисковый трафик на сайт. Текст в каждом из этих двух атрибутов не должен повторяться.

Помимо описания атрибутов «alt» и «title» для каждого изображения, желательно также оптимизировать и сами названия img-файлов. Вместо стандартного и ничего не значащего имени файла, например, IMG\_023.jpg, используйте описательное имя, включая ключевые слова и фразы. Помимо того, что это окажет влияние на ранжирование изображения в результатах поиска по изображениям, так еще и поможет Вам с легкостью находить графические файлы по названию. В качестве разделителя слов в имени файла используйте (-),а не (\_)

* **Внутренняя перелинковка страниц**

Используется для повышения релевантности страниц по запросу в поисковых системах и статического веса страниц для поднятия позиций.

Правильно организованные внутренние ссылки расширяют список ключевых слов страниц, а также способствуют повышению релевантности по определенным запросам.

Поэтому, не рекомендуется использовать на сайте так называемые безанкорные ссылки, необходимо каждой внутренней гиперссылке присваивать анкор (атрибут «title»), используя ключевые запросы;

* **Объем текста на страницах и его уникальность**

Зачастую поисковые системы неохотно индексируют документы с объемом текста менее 500 знаков. В большинстве тематик рекомендуется размещать тексты объемом 1500-4500 знаков. Более того поисковые системы предъявляют жесткие требования к уникальности размещенных текстовых материалов и, при попытках разместить заимствованный контент, снижают уровень ранжирования сайта.

**Оценка внутренней оптимизации дана на примере ОДНОЙ целевой страницы – ГЛАВНОЙ.**

1. Использование заголовка <title>:

**<title>vis-a-vis: Центр эстетики и красоты</title>**

Заголовок страницы прописаны некорректно. Для большей эффективности рекомендуется использовать привлекательные для пользователя и индивидуальные заголовки для каждой страницы сайта до 60 символов. Этот тег имеет наибольший вес, поэтому при внутренней оптимизации необходимо добавлять ключевые слова и фразы в заголовки страниц;

1. Элемент <meta name="description">:

**Описание страницы отсутствует!**

Рекомендуется использовать привлекательное описание, содержащее 1-2 ключевых слова, длиной до 200 символов. В некоторых случаях информация из тега <meta name="description"> используется для формирования сниппета сайта в поисковых системах, то есть является некой «визитной карточкой» предприятия;

1. Элемент <meta name="keywords">:

**<meta name="keywords" content="Парикмахерская, салон красоты, Свиблово, СВАО" />**

Мета-тег keywords прописан не совсем правильно. Рекомендуется указывать 4-6 основных ключевых слов страницы через запятую. Более того, на других внутренних страницах сайта описание данного мета-тега отсутствует;

1. Использование заголовка <h1>: на странице не используется заголовок <h1>

Для придания странице наибольшей релевантности рекомендуется использовать один заголовок <h1>, содержащий прямое вхождение основного ключевого слова для страницы;

1. Использование заголовков <h2> - <h6>: на странице заголовки <h2> - <h4> используются некорректно:
* **<h2><a href="http://vis-avis.ru/services/machine\_cosmetology/" title="Акция месяца!!!">Акция месяца!!!</a></h2>**
* **<h2><a href="http://vis-avis.ru/services/spa-rituals/" title="Spa-уход Ритуал красоты">Spa-уход Ритуал красоты</a></h2> и т.п.**
* **<h3><a href="http://vis-avis.ru/services/hairstyle-hot/" title="Стрижка горячими ножницами">Стрижка горячими ножницами</a></h3>**
* **<h3><a href="http://vis-avis.ru/services/brisa-lite/" title="Укрепление Brisa Lite">Укрепление Brisa Lite</a></h3> и т.п.**
* **<h4>О нас</h4>**
* **<h4>Контакты:</h4> и т.п.**

Для придания наибольшей релевантности и определения четкой структуры страницы рекомендуется использовать заголовки <h2> - <h6>, разбивая контент на логические блоки. Желательно чтобы заголовки <h2> - <h6> содержали морфологические или непрямые вхождения основных ключевых слов.

Грубая и распространенная ошибка заключать в данные теги разделы из основного меню сайта или какие-либо другие блоки. Важно, чтобы данные заголовки использовались исключительно в текстовых материалах;

1. Стилистическое оформление изображений: img-файлы на сайте не оптимизированы;
2. Стилистическое оформление текстов: тексты на сайте не оптимизированы;
3. Внутренняя перелинковка страниц: на сайте не организована внутренняя перелинковка страниц;

Рекомендуется использовать для повышения релевантности страниц в поисковых системах и статического веса для поднятия позиций.

1. Уникальность текстового материала:



Большая часть контента на Вашем сайте заимствованы, что может негативно отразиться на поисковом рейтинге и ранжировании веб-ресурса.

### оценка основных внешних показателей сайта

Внешние факторы, влияющие на ранжирование сайта в поисковой выдаче разнообразны, но в основном сводятся к следующему списку:

* **Возраст доменного имени**

Считается, что чем старше сайт, тем больше поисковики ему "доверяют";

* **Тематический индекс цитирования (тИЦ)**

Это величина, придуманная поисковой системой Яндекс, для определения авторитетности ресурса. ТИЦ будет зависеть от того, сколько сайтов будут ссылаться на Ваш проект. Намного лучше, если эти ресурсы ещё и тематически схожи с Вашим, тогда значение ТИЦ будет Выше. Количество ссылок с сайтов разных тематик тоже влияет на ТИЦ, но в меньшей мере;

* **PR или ранг страницы**

Это показатель важности Вашего ресурса, придуманный компанией Google. Увеличить PR можно, так же как и ТИЦ - чем больше ссылок с авторитетных и схожих по тематике ресурсов, тем лучше;

* **Присутствие в Яндекс.Каталоге и DMOZ**

Наличие в каталогах самых известных поисковых систем это в первую очередь очень престижно, а уже во вторую очередь даёт прирост ТИЦ и PR;

* **Ссылочная масса**

Совокупность всех активных ссылок, размещённых в Интернете, которые переадресуют пользователя на оптимизируемый сайт, кроме тех, что размещены на самом сайте. Ссылочная масса является основным инструментом ранжирования сайтов поисковыми системами. Принцип прост – чем больше сайтов ссылаются на продвигаемый ресурс, тем выше может оказаться его поисковый рейтинг.

1. Авторитетность сайта



Возраст доменного имени, конечно, играет Вам в плюс именно в части авторитетности веб-ресурса и его престижа (2 года – лучше, чем несколько месяцев), но если говорить именно за поисковой рейтинг и ранжирование сайтов, то данный параметр носит лишь косвенный характер.

Что же касается данных тИЦ и PR – это крайне низкие показатели;

1. Присутствие в Я.Каталоге и DMOZ



1. Количество страниц в индексе основных поисковых систем

ПС Яндекс: 117 страниц



ПС Google: 134 страницы



Разница в количестве проиндексированных страниц поисковыми системами Яндекс и Google не является существенной. Но все-таки необходимо выявить причину, найти исключенные страницы в ПС Яндекс, настроить файл robots.txt, создать рабочую xml-карту сайта с указанием наиболее приоритетных и важных страниц (см. «Технические и структурные недоработки по сайту»).

1. Ссылочная масса

Успех (скорость и охват поисковых запросов) SEO-продвижения сайта во многом зависит от того, насколько качественно (без грубых нарушений правил Яндекса и Google) шло продвижение сайта ранее, т.е. от «кредитной истории» сайта в глазах поисковых машин.

Динамика по наращиванию ссылочной массы при грамотном и профессиональном подходе должна всегда быть положительной (мы говорим не только об искусственном наращивании ссылочной массы, но и об естественных ссылках с авторитетных ресурсов).

Показатели Вашего сайта, учитывая возраст доменного имени, очень низкие:



***Комментарии:***

Помимо SEO-анализа сайта, я бы рекомендовала еще провести анализ юзабилити веб-ресурса, т.к. в ходе SEO-аудита были параллельно выявлены существенные недоработки на сайте, способные негативно повлиять на поведенческие факторы, а также на возможность продвижения тех или иных разделов.

**Во-первых**, «кликая» на баннеры, размещенные на главной странице, нас перенаправляет на бесполезные для пользователя страницы.

Например, нажимая на один из баннеров - первый, нас перенаправляет на страницу <http://vis-avis.ru/wp-content/uploads/2014/01/%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%83%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B0%D0%BF%D0%B8%D1%8F1.jpg>:



Когда как пользователь должен перейти на соответствующую целевую страницу, содержащую полную информацию о соответствующей акции!

**Во-вторых**, страницы <http://vis-avis.ru/services/feet_care/>, <http://vis-avis.ru/services/machine_cosmetology/> и т.п. реализованы крайне неудачно с точки зрения удобства пользователя и возможности в последующем произвести на данных страницах внутреннюю оптимизацию и, соответственно «продвинуть» по тому или иному ключевому запросу:



**В-третьих**, на сайте имеются страницы без контента.

Например, <http://vis-avis.ru/services/feet/>;

**В-четвертых**, группы в социальных сетях, на которые ссылается сайт, являются «нерабочими». Последняя активность в них датирована 2013 годом.

Тоже самое касается и новостного блока на сайте:



Это негативно сказывается не только на лояльности целевых посетителей, но и на оценке Вашего веб-ресурса поисковыми роботами;

**В-пятых**, если Вы создаете такой раздел, как «Отзывы», то необходимо, чтобы он тоже максимально выполнял свою функцию!

Разместить в нем два отзыва (причем, не ахти каких – не датированных, не объемных):



положительного веса Вашему сайту точно не прибавят, как в глазах пользователя, так и поисковых систем. Если Вы создаете подобные информационные разделы, то они должны в обязательном порядке часто обновляться, иначе – лучше их удалить.

**В-шестых,** на сайте присутствует дублированный контент (например, раздел «Новости» отчасти дублирует информационные материалы с основных разделов сайта):

***Новости***

**

***Косметология – Перманентный макияж***

******

***И подобных недочетов на сайте, которые негативно влияют на авторитетность веб-ресурса и его рейтинг, очень много! Выявить все ошибки, повторюсь, возможно только при доскональном анализе юзабилити.***