# Анализ сайта

Был произведен анализ сайта, в ходе которого ресурс <http://json.tv/> 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://json.tv/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. HTML-карта сайта: файл sitemap.xml отсутствует на сервере.

Файл sitemap.xml отсутствует на сервере, при запросе файла сервер отдает ответ HTTP/1.1 200 OK, но происходит внутренняя ошибка:



File <http://json.tv/sitemap.xml> is empty (<http://json.tv/sitemap.xml> файл пуст), что недопустимо.

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. 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. Обработка ошибки 404:

Ошибка 404 настроена некорректно, при запросе несуществующих адресов, например, например, <http://json.tv/qwerty123456.html>, сервер отдает ответ HTTP/1.1 200 OK.

Необходимо настроить ответ сервера HTTP/1.1 404 Not Found для несуществующих страниц.

Более того, страница «404» (которая появляется при вводе неверного адреса) должна быть оформлена особым образом и отличаться от остальных страниц вашего сайта: на ней должны присутствовать ссылки на основные разделы сайта, а текст ошибки должен сообщать посетителю, что запрашиваемой страницы не найдено, она могла поменять свой адрес.

Можно предложить разместить на странице ошибки карту сайта, ссылку на главную страницу, или форму поиска, и дать инструкцию по дальнейшим действиям. Сообщение об ошибке и инструкции должны быть простыми, четкими и понятными. Это позволит избежать лишние потери клиентов, которые по ошибке могут посчитать, что не работает сам сайт, а не одна из его страниц. Подобные потери посетителя негативно сказываются на поведенческих факторах и, как следствие, на позициях сайта;

1. Относительные ссылки: на сайте используются относительные ссылки на внутренние страницы.

Рекомендуется перед закрывающим тегом </head> разместить тег <base>, указав в нем основной хост ресурса: <base href="http://json.tv">. Это исключит возможность появления и индексации поисковыми системами ссылок на неосновной хост сайта;

1. Внешние ссылки: на странице обнаружено слишком большое количество ссылок на внешние ресурсы – как минимум 9:
* <http://browsehappy.com/>
* <http://www.google.com/chromeframe/?redirect=true>
* <http://json.ru>
* <https://www.facebook.com/jpcadvisers>
* <http://vk.com/jsonpartnersconsulting>
* <https://twitter.com/jpcadvisers>
* [http://www.linkedin.com/company/j%27son-&-partners?trk=top\_nav\_home](http://www.linkedin.com/company/j%27son-%26-partners?trk=top_nav_home)
* <https://www.plus.google.com/>
* <http://face.ua>

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

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.

Более того, бОльшая часть внутренних страниц сайта реализованы асинхронно с помощью JavaScript:



Поисковые роботы подобный JavaScript не исполняют, поэтому данные страницы никогда не попадут в поисковой индекс и не будут участвовать в поисковой выдаче поисковых систем.

Что мы и наблюдаем на данный момент (на примере одной из подобных страниц - <http://json.tv/tech_trend_find/samsung-otkryli-pervyy-muzey-innovatsiy>):





1. Доменная зона: считается, что уровень домена и его зона влияют на отношение поисковиков к сайту.

Зона должна выбираться, исходя из назначения ресурса и придерживаясь семантики доменов верхнего уровня.

***Правило 1:*** *территориально-языковую зону следует выбирать, когда ресурс ориентирован на жителей одной страны или носителей одного языка или одной культуры.*

******

Традиционно поисковики оказывают наибольшее доверие сайтам, расположенных в зонах edu и gov (образовательные и государственные сайты). Но, к сожалению, в этих зонах нельзя свободно зарегистрировать домен.

Из общедоступных же доменов, если мы создаём сайт, ориентированный на Россию, имеет смысл выбрать зону ru или su, а если на заграницу – com (достаточно посмотреть естественную выдачу в основных поисковых системах, чтобы в этом убедиться).

Некоторые из ccTLD также часто используются в качестве тематических из-за созвучия, например:

******

***Правило 2:*** *тематическую доменную зону следует выбирать, когда ресурс полностью (или хотя бы преимущественно) соответствует её предназначению.*

******

При регистрации доменного имени, Вами была выбрана зона .tv, что не совсем удачно и может в дальнейшем вызвать определенные трудности при продвижении в поисковых системах (особенно в ПС Яндекс).

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.

1. Использование заголовка <title>:

**<meta name="og:title" content="Аналитика ИКТ и Digital Media" />**

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">:

**<meta name="og:description" content="JSON TV — единый информационно-аналитический портал про ИКТ и Digital Media" />**

Описание страницы прописано некорректно. 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="Аналитика ИКТ и Digital Media" />**

Мета-тег keywords прописан некорректно. Рекомендуется указывать 4-6 основных ключевых слов страницы через запятую;

1. Использование заголовка <h1>: на странице используется несколько заголовков <h1> (более 40!), что недопустимо:
* **<h1>Алекс Экслер. Google Glass – ещё не революция.</h1>**
* **<h1>Дмитрий Зимин. Легенда российского бизнеса</h1> и т.п.**

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 class="mobile section-title"><a href="/ict\_video">Видео</a></h2>**
* **<h4>О нас</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 текстов: тексты на сайте не оптимизированы;
2. 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.

### 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 играет Вам в плюс именно в части авторитетности веб-ресурса и его престижа, но если говорить именно за поисковой рейтинг и ранжирование сайтов, то данные параметры носят лишь косвенный характер.

Что же касается тИЦ – это крайне низкий показатель;

1. Присутствие в Я.Каталоге и DMOZ



Информационным сайтам, нацеленным на приток большого целевого трафика, обязательно присутствие (регистрация) в данных каталогах;

1. Количество страниц в индексе основных поисковых систем

ПС Яндекс: 9 страниц



ПС Google: 69 страниц



Разница в количестве проиндексированных страниц поисковыми системами Яндекс и Google существенная! Необходимо перенастроить файл robots.txt, создать рабочую xml-карту сайта с указанием наиболее приоритетных и важных страниц, пересмотреть реализацию внутренних страниц (см. п. 9 «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:

