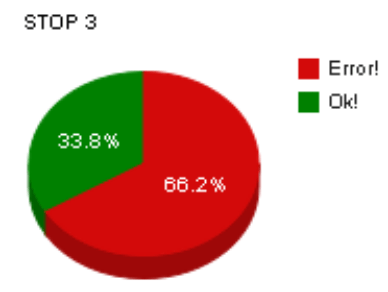
# Анализ сайта

Был произведен анализ сайта, в ходе которого ресурс http://www.ucbrussia.ru получил низкую 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 поискового продвижения:

1. Основной хост ресурса: основной хост не определен.

Необходимо однозначно определить основной хост ресурса, например, www.ucbrussia.ru, тогда с неосновного хоста ucbrussia.ru необходимо настроить постраничный редирект с ответом сервера HTTP/1.1 301 Moved Permanently на страницы основного хоста.

301-редирект используется для склейки домена с www и без www, т.к. для поисковиков домен с www и без – это разные сайты. При этом показатели и ссылочный вес будет совмещаться.

Более того, настроено перенаправление главной страницы сайта <http://www.ucbrussia.ru/> на <http://www.ucbrussia.ru/home>, что недопустимо;

1. Файл robots.txt: файл robots.txt размещен на сервере, доступен по адресу <http://www.ucbrussia.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 в файле robots.txt, явно указав поисковым системам на основной хост ресурса;

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

Файл sitemap.xml отсутствует на сервере и при запросе файла сервер отдает ответ HTTP/1.1 301 MovedPermanently, перенаправляя нас на страницу <http://ucbrussia.ru/home>, что недопустимо!

Данный файл 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, http://www.ucbrussia.ru/qwerty123456.html, сервер отдает ответ HTTP/1.1 301 Moved Permanently.

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. Дубликаты главной страницы сайта

У главной страницы сайта есть дубликаты по адресам:

* <http://www.ucbrussia.ru/home/>
* <http://www.ucbrussia.ru/home.php>
* <http://www.ucbrussia.ru/home.htm>
* [http://www.ucbrussia.ru/home.html](http://ucbrussia.ru/home.html)

Дублирование страниц недопустимо, т.к. нарушает требования, предъявляемые поисковыми системами к сайтам, и может привести к «склейке» страниц, что в свою очередь приведет к удалению страниц из индекса поисковых систем.

Рекомендуется запрещать подобные страницы от индексации при помощи файла robots.txt, а лучше – настроить перенаправление при помощи 301-редиректа на основной хост ресурса;

1. Дружественные адреса страниц: на сайте не организована структура ЧПУ.

Структура сайта с ЧПУ (человеко-понятный урл) более понятна пользователям и поисковым системам, кроме того в ЧПУ-ссылках возможно использование ключевых фраз;

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;

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. Системы веб аналитики: системы веб аналитики не используются на сайте.

Рекомендуется установить бесплатные системы Яндекс.Метрика и Google Analytics. Данные системы помогают анализировать поведение посетителей на сайте, находить проблемные места и улучшать первичные показатели - время просмотра страниц, количество просмотренных страниц, показатель отказов, среднее время пребывания на сайте.

### ТЕКСТОВЫЕ НЕДОЧЕТЫ ПО САЙТУ (на примере ГЛАВНОЙ страницы)

1. Используемые заголовка <title>:

**<title>UCB | Главная</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 заголовок страницы;

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, соответственно, не использовать описание в данном теге – грубая ошибка;

1. Элемент <meta name="keywords">: ключевые слова для страницы отсутствуют.

Рекомендуется указывать 4-6 основных ключевых слов страницы через запятую;

1. Использование заголовка <h1>: на странице используется несколько заголовков <h1>:

* <h1>Пациентам</h1>
* <h1>Препараты</h1>
* <h1>Соискателям</h1>

что недопустимо.

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 не используются заголовки <h2> - <h6>.

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;

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;

1. Объем текста на странице и его уникальность: на данный момент текст не является оптимальным для продвижения в вашей тематике.

В большинстве тематик рекомендуется размещать тексты объемом 1500-4500 знаков. Зачастую ПС неохотно индексируют документы с объемом текста менее 500 знаков.

Более того, Главная страница сайта (вход поисковых роботов для первичной оценки) должна быть информативной, т.е. содержать текстовое описание целей и задач проекта, а также содержать минимально возможное в контексте проекта количество иллюстраций, java-скриптов, flash-иллюстраций.

### АНАЛИЗ ПРЕДОСТАВЛЕННОГО СЕМАНТИЧЕСКОГО ЯДРА

Семантическое ядро сайта — это список поисковых слов, их морфологических форм и словосочетаний, которые наиболее точно характеризуют вид деятельности, товар или услугу, предлагаемые сайтом. Запросы в семантическом ядре должны максимально соответствовать представлениям посетителей о сайте.

Вами был предоставлен список из 29 приоритетных к продвижению поисковых запросов:

1. ЮСБ Фарма
2. фармацевтика
3. тяжёлые заболевания
4. инновационные препараты
5. неврология
6. иммунология
7. кардиология
8. аллергология
9. аллергия
10. эпилепсия
11. болезнь Крона
12. болезнь Паркинсона
13. нарушения памяти
14. ревматоидный артрит
15. критическая ишемия нижних конечностей
16. ишемическая болезнь сердца
17. Ноотропил
18. Кеппра
19. Вимпат
20. Атаракс
21. Симзия
22. Ксизал
23. Зиртек
24. Изокет
25. Кардикет
26. Вазокет
27. Эффокс
28. Эффокс Лонг
29. Вазапростан

Проанализировав предоставленный Вами список потенциально значимых запросов к продвижению, а также поисковую выдачу по ним в разных регионах России, можно сказать, что семантическое ядро сайта составлено некорректно в соответствии с целями поискового продвижения.

Семантическое ядро содержит много так называемых первичных запросов – запросов, характеризующих ресурс «в общем», являющиеся наиболее общими в тематике. Например, «фармацевтика», «аллергия», «кардиология» и т.п.

Как правило, нецелесообразно использовать такие запросы к продвижению, т.к. они в большей степени являются информационными, привлекающими нецелевую аудиторию, либо являются высокобюджетными, но невостребованными в регионах продвижения.

Более того, практически 60% запросов из списка являются геоНЕзависимыми, т.е. выдача по ним едина для всей России, что предполагает более длительный период выхода в ТОП-10 и бюджет как минимум 200 000 рублей в месяц на поисковое продвижение, чтобы достичь лидирующих позиций по всем приоритетным запросам.

Мы считаем, что основными запросами для Вашего сайта, которые целесообразно использовать для продвижения, все-таки являются поисковые фразы с конкретизацией на «объект» или «действие»: препараты, лекарства, средства, производители, фармацевтические компании, возможно - лечение и т.п.

Таким образом, мы рекомендуем пересмотреть и откорректировать составленный Вами список запросов к продвижению, т.к. первоначально грамотно составленное семантическое ядро – залог успешного продвижения сайта в поисковых системах и значительная экономия бюджета. Нужно понимать, что изначально неправильно составленное семантическое ядро сайта не принесет вам желаемого результата и станет залогом безуспешных попыток раскрутить сайт.