



# WELCOME, CREATIVE!

[ProgressCentr.ru](http://ProgressCentr.ru)

Аудит сайта

Автор:

Сайт: <http://viaset.ru>  
E-mail: [design@yandex.com](mailto:design@yandex.com)  
Skype: john-crazy  
Mobile ph: +7 906 405 05 10



### Оценка дизайна и юзабилити сайта

Представленный на аудит сайт [ProgressCentr.ru](http://ProgressCentr.ru) по дизайну является одним из типичных представителей строительной ниши русскоязычного сегмента интернета. Дизайн страниц сайта лаконичен, выполнен в светлой цветовой гамме, содержит самый основной набор средств навигации по контенту, все информационные блоки имеют четкую логическую разрядку. На сайте реализованы идеи одного из самых передовых направлений дизайна: плоского дизайна интерфейса, с элементами минималистичного реализма. Его смело можно назвать строго выдержанным, но в то же время немного шаблонным, что часто встречается среди российских сайтов. Видно, что дизайном и юзабилити сайта занимался профессионал. Однако следует заняться дальнейшим совершенствованием дизайн-концепции сайта, в разделе его контентного наполнения, так как некоторые его элементы выполнены небрежно, а другие - несколькими устаревшими методами. Анализируя конкурирующие по оконной нише ресурсы, следует обратить внимание на набирающую популярность плоских элементов дизайна в интерфейсе, а также уделить особое внимание деталям:

- кнопки, имитирующие нажатие при наведении отходят в прошлое в связи с ростом популярности устройств с экранными интерфейсами;
- скругления по углам форм ввода расположенной в футере контактной формы - старомодно, и не повторяются более нигде в дизайне сайта;
- повсеместные ссылки "Подробнее", не соответствуют солидному подходу, реализованному дизайнером в большинстве разделов сайта;
- на ряде иллюстраций сайта есть нарушение перспективы и основ освещения сцены;



## ProgressCentr.ru

### Аудит сайта

- ссылки меню сайта слишком мелкие для того чтобы воспользоваться им со смартфона без увеличения.

К достоинствам дизайна страниц сайта можно отнести:

- строго выдержанную голубую цветовую гамму, ассоциированную со стеклом
- прекрасно продуманное расположение значимых элементов страницы
- четко структурированные контентные блоки
- наиболее важные элементы сайта всегда видны без прокрутки экрана
- при отключённых изображениях, сайт сохраняет логическую целостность шаблона
- макет сайта подходит для брендирования фона любых страниц сайта
- сайт оптимизирован для печати на принтере

К достоинствам юзабилити сайта я бы отнес следующие моменты:

- доменное имя благозвучно и соответствует тематическому содержанию сайта
- адрес домена читабелен, внутренние URL доступны к вербальной передаче по каналам связи
- заголовки сайта соответствуют содержанию его страниц
- сайт выглядит одинаково во всех современных браузерах
- сайт проходит фильтр семейного поиска
- сайт ассоциирован с реальным юридическим лицом
- есть форма для заказа обратного звонка

Недостатки дизайна шаблонов страниц сайта:

- на сайте отсутствует навигация типа "Хлебные крошки"



## ProgressCentr.ru

### Аудит сайта

- при осуществлении переходов по страницам сайта изображения загружаются долго, а на некоторых страницах - отсутствуют (<http://progresscentr.ru/articles.html>). В результате пользователь проводит время в ожидании их возможной загрузки, введенный в заблуждение красотой наполнения предыдущих страниц
- отсутствует выделение ссылок для уже посещенных разделов сайта, это затрудняет навигацию посетителя по страницам ресурса
- многие текстовые страницы сайта выполнены без иллюстраций

К основным недостаткам сайта в плане юзабилити я бы отнёс:

- срок делегации домена истекает уже менее чем через полгода, не забудьте вовремя продлить его
- не зарегистрированы и не осуществляется перенаправление с доменных имен с клавиатурными опечатками:

Domains (TLD)	Status
orogresscentr.ru	Свободен.
peogresscentr.ru	Свободен.
prigresscentr.ru	Свободен.
profresscentr.ru	Свободен.
progrescentr.ru	Свободен.
progresscennttr.ru	Свободен.
progrdsscentr.ru	Свободен.

- один из адресов страниц сайта имеет нижние подчеркивания, [http://progresscentr.ru/repair\\_alumin\\_windows.html](http://progresscentr.ru/repair_alumin_windows.html), это затруднит его возможный набор в адресной строке браузера при помощи экранной клавиатуры
- нет кнопки или ссылки в хедере «Сделать Стартовой», «Добавить в Избранное», «Добавить в закладки Яндекса». Это сильно влияет на вторичную конверсию портала
- сайт не имеет личного кабинета пользователя
- сайт не имеет сертификата SSL
- вход и регистрация на сайте невозможны при помощи существующих аккаунтов в социальных сервисах



## ProgressCentr.ru

### Аудит сайта

- \* сайт не имеет развитых аккаунтов в социальных сетях
- \* сайт не имеет мобильной версии и плохо оптимизирован для показа на мобильных устройствах
- \* показ адресов компании на картах Яндекс блокируется плагином AdBlock, во избежание недоразумений следует на странице <http://progresscentr.ru/kontakti.html> выдавать предупреждение, что при включенном плагине подобная информация показана не будет
- \* нет формы поиска по сайту
- \* нет раздела с акциями и скидками
- \* сайт не имеет мобильного приложения для iOS, Android

Пункты помеченные звездочкой важны для коммерческого ранжирования в поисковой системе Яндекс и Google, следует дополнить функционал сайта перечисленными модулями и элементами, даже если они не требуются реальному посетителю. Для поиска Google крайне важно подтвержденное авторство в сети G+ и наличие мобильной версии сайта, включающую и его логи на субдоменах.

Дизайн сайта, импонирует мне продуманностью макетов вёрстки, и совокупно может быть оценен на "хорошо". Однако я рекомендую заняться совершенствованием его деталей в самое ближайшее время. Также следует, на мой взгляд, дополнить шаблоны сайта CSS стилем для уже посещенных разделов сайта, выделив их. Существующий дизайн сайта позволяет доработать его до уровня "отлично" небольшими усилиями.

Ниже приводятся рекомендации, повышающие качество сайта, в том числе и с точки зрения алгоритмов поиска; положительно влияющие на количество привлеченных покупателей из поисковых систем.

1. Необходимо заняться технической поддержкой пользователей непосредственно на сайте. Это может быть и отдельный раздел в



## ProgressCentr.ru

### Аудит сайта

виде комментируемого блога, сборника руководств пользователя, так и просто страница с контактными данными технических специалистов компании. Профессиональная техподдержка - важный показатель уровня доверия к сайту компании как со стороны пользователей, так и со стороны поисковой системы.

2. Необходимы акционные и скидочные предложения на рекламируемые услуги, льготные мероприятия, снабжённые как временными ограничениями (с отсчетом времени акции), так и подарочными товарами ухода за окнами (осталось N подарков на складе); размером скидки, чтобы заставить посетителей конкурировать между собой (это предложение для первых 10 покупателей), либо "это ограниченное по срокам предложение сейчас просматривают N посетителей") и так далее.

3. Я рекомендую организовать на сайте продажу виртуальных эквивалентов услуг компании, такие как подарочный сертификат на ремонт окон, видеоматериалы по уходу за окнами, дисконтные карты оконных брендов.

4. На самом деле сайт вполне мог бы принимать оплату по многим категориям услуг компании, следует задуматься о плане работ именно в этом направлении.

5. Необходимо разработать и запустить полноценное приложение для iOS и Android, это позволит не только получить конкурентное преимущество в нише, но и расширить возможности компании.

6. Нужна PR компания по продвижению [ProgressCentr.ru](http://ProgressCentr.ru) в несетевых СМИ. Сейчас он находится в нише, где с сервисом по ремонту окон легко конкурировать, прежде всего из-за небольших по меркам инвесторов вложений в создание подобных сайтов. Мощное позиционирование сайта, например на региональных кабельных каналах позволит утвердиться в отдельной, узкоспециализированной и высокомаржинальной нише; обеспечит солидный по финансовым возможностям и быстрый по срокам отрыв от конкурирующих сайтов.



## [ProgressCentr.ru](http://ProgressCentr.ru)

Аудит сайта

### Заключение.

Представленный на аудит ресурс можно смело охарактеризовать добротным и приятным дизайном с элементами минималистичного реализма, но к сожалению, довольно типичным для современного Рунета по целому ряду допущенных в юзабилити ошибок. Этот факт несколько не умаляет труда, вложенного в него вебмастером и дизайнером.

При устранении перечисленных недостатков в дизайне и юзабилити, его вполне можно будет назвать одним лучших среди региональных оконных сайтов.



# ProgressCentr.ru

Аудит сайта

## Поисковый аудит сайта

1. Текущее состояние основного ресурса.

URL: <http://progresscentr.ru>

Возраст домена: 6 лет

Зеркала домена: не определены

Сайты на том же IP: 23

Кодировка: UTF-8

Средний размер: стр. 36 KB

Среднее время ответа сервера 91 мс

Яндекс тИЦ 275

Google PageRank 4

### Данные WHOIS

domain: PROGRESSCENTR.RU

nserver: ns1.hc.ru.

nserver: ns2.hc.ru.

state: REGISTERED, DELEGATED, UNVERIFIED

person: Private Person

registrar: RU-CENTER-RU

admin-contact: <https://www.nic.ru/whois>

created: 2009.06.01

paid-till: 2015.06.01

free-date: 2015.07.02

source: TCI

**Замечание:** Для улучшения ранжирования в поиске рекомендуется установить сертификат SSL, произвести верификацию владельца, выставить данные о нем так, чтобы они совпадали с данными юридического лица, с которым ассоциирован сайт.





## ProgressCentr.ru

### Аудит сайта

#### Заголовки сервера:

HTTP/1.1 200 OK

Server: nginx

Date: Mon, 30 Mar 2015 09:58:44 GMT

Content-Type: text/html; charset=UTF-8

Connection: keep-alive

Keep-Alive: timeout=5

Cache-Control: s-maxage=0, max-age=0

Expires: Mon, 30 Mar 2015 09:58:43 GMT

Замечания: Сервер не отдает параметр Last Modified.

Страницы в индексе ПС Яндекс: 202, загружено 206, ошибок 404: 0 (0%).

В основном индексе Google 387, загружено из sitemap 185, ошибок 404: 0 (0%).

Замечания: в формуле ранжирования Яндекс метрика надежности сайта фигурирует с удвоенным коэффициентом. На метрику надежности сайта влияет и количество страниц в основном индексе: пользователь не должен попадать на страницы, не вошедшие в индекс (не качественные) ни по внешним ни по внутренним ссылкам. На эту метрику можно повлиять, исключая физически из структуры сайта пустые и служебные страницы (в том числе и путем редиректа), так как пользователь при просмотре сайта не руководствуется инструкциями robots.txt.

#### 2. Анализ файла директив robots.txt

User-agent: \*

Disallow: /assets/cache/

Disallow: /assets/docs/

Disallow: /assets/export/

Disallow: /assets/import/



# ProgressCentr.ru

## Аудит сайта

Disallow: /assets/modules/

Disallow: /assets/plugins/

Disallow: /assets/snippets/

Disallow: /install/

Disallow: /manager/

Disallow: /index.php

Disallow: /repair-of-windows.html

Disallow: /repair-and-installation-of-pvc-windows.html

Disallow: /404.html

Disallow: /home.html

Sitemap: <http://progresscentr.ru/sitemap.xml>

Host: progresscentr.ru

### **Замечания:**

- следует составить файл robots.txt с секциями для каждой поисковой системы
- страницы /repair-and-installation-of-pvc-windows.html, /home.html, /404 не существуют на сайте, их не нужно запрещать в роботсе
- дополнительно для адресов /index.php, //index.php (html, htm, pl, asp) следует организовать в файле .htaaccess редирект на "/", вместо показа 404-й страницы по некоторым из перечисленных адресов, так как если придерживаться концепции развития и стимулирования естественной ссылочной массы, взбмастер (добровольно ссылающийся на ресурс) может и не знать, каким образом организована работа вашего сервера, и поставить ошибочно ссылку, ведущую на 404, а не на главную страницу сайта
- необходимо сделать 404-ю страницу на сайте
- структура файла запретов не соответствует физической структуре сайта на сервере

### 3. Анализ карты сайта.

Карта сайта указана в файле директив, и имеет адрес <http://progresscentr.ru/sitemap.xml>

Индексная карта сайта валидна, содержит в себе инструкцию



## [ProgressCentr.ru](http://ProgressCentr.ru)

### Аудит сайта

с XML картой, в которой содержится 185 документ, против 387 урл, опрашиваемых Google, дополнительно, файл директив ограничивает доступ к 5 документам. Отсюда следует наличие ошибки в паре директив robots-sitemap, так как они описывает не все документы сайта, доступные к загрузке пользователю, необходимо выполнить коррекцию этих двух документов.

#### 4. Установка метаданных

Вэбмастера очень часто недооценивают важность корректного заполнения метаданных для документов сайта, ошибочно полагая, что это не влияет на ранжирование в ПС.

Однако, при прочих равных условиях, два разных документа: без метаданных, (ПС формирует их выборку самостоятельно для построения индексной базы), и с метаданными будут отранжированы в разное время и с разной скоростью (установленные метаданные не только проверяются на соответствие контенту при первоначальном сканировании документа и сразу попадают в индексные поля СУБД, но и участвуют в ранжировании документа “по коду HTML”).

Таким образом, оптимизация метаданных также является одним из необходимых условий правильного ранжирования содержимого сайта. Грамотность их написания — правило хорошего тона для компаний, занимающихся продвижением своего сайта в поиске. Помимо перечисленных моментов работы ПС, связанные с механизмом сбора и хранения документов в индексной базе поиска, правильно составленные метаданные облегчают работу прежде всего самого оптимизатора.

Установленные метаданные можно посмотреть в исходном коде любой страницы, используя опцию просмотра исходного кода клиентским браузером, быстро выяснить по каким запросам осуществлялась оптимизация любого документа сайта на этапах контроля индексирования и контроля позиции в поиске.

Следует отметить, что значения метаданных определяются



# ProgressCentr.ru

## Аудит сайта

эмпирическим путем в зависимости от семантического ядра поисковых запросов и содержанию конкретной страницы, и подлежат пошаговой коррекции в процессе продвижения сайта.

Код страниц рассматриваемого сайта содержат следующие ошибки заполнения метаданных (в документах csv, приложенных к отчету):

пустые **description**: **meta\_description\_missing.csv**

дублированные **description**: **meta\_description\_duplicate.csv**

короткие **description**: **meta\_description\_below\_70\_characters.csv**

пустые **keywords**: **meta\_keywords\_missing.csv**

дублированные **keywords**: **meta\_keywords\_duplicate.csv**

Рекомендуется провести работы по составлению и заполнению метаданных для всех страниц сайта, избегая их дублирования, все допущенные сейчас ошибки являются критическими для ранжирования из-за специфики контента сайта - высокоценные товарные предложения.

### 5. Установка высокорелевантных тайтлов (тэг **<title>**)

Тэг **<title>**, общепризнан наиболее значимым для механизма ранжирования страниц сайта поисковыми системами.

Тайтлы (заголовки) страниц — как правило самое первое поле в индексной базе любой поисковой системы, по которым осуществляется ранжирование документов в результатах поиска. Существенным моментом их оптимизации, является, то что использование символов перечисления (запятая, точка с запятой), а также символов, предваряющих перечисление (двоеточие, тире), отсутствие точки в конце тайтла понижает значимость этого тэга в коллекции документов ПС.

Максимальное количество символов перечисления в одном предложении тэга **title** - 3.

Излишнее количество слов (исключая стоп слова, некоторые



общеупотребительные прилагательные, глаголы, местоимения, наречия, имена собственные, числительные - если они не являются частью поискового запроса) заставляет разработчиков поисковых алгоритмов сокращать длину заголовка, хранимого в индексной базе. Во избежание недружелюбных действий конкурентов (парсинг, пессимизация контента) рекомендуется писать тайтлы, состоящие как минимум из двух предложений, общей длиной от 70 до 120 символов и включать в них имя компании либо название сайта.

Предложенные разработчиками шаблоны заполнения тайтлов не содержат грубых ошибок, однако для улучшения видимости сайта в поиске, следует установить их с учетом приведенных требований, а именно, дописать в начало тайтлов "ProgressCentr.ru". При этом, для мобильной версии сайта, нужно сократить длину этого заголовка до 45 символов, длину description - до 100 символов, включая пробелы. Дополнительно установить метаданные: для основной версии [Rel=Alternate](#) to the mobile pages, для мобильной версии страниц сайта [Rel=Canonical](#) to the normal pages.

При использовании естественных методов продвижения, например цитирования в сети Google+, в анкор [dofollow](#) ссылки попадет именно тайтл страницы, так что нужно составлять их таким образом, чтобы в будущем извлечь максимальную выгоду от социального постинга.

#### 6. Анализ вхождений ключевых слов

Плотности ключевых фраз, заявленных в семантическом ядре, определяются эмпирическим путем, зависят от опыта вэбмастера и подлежат адаптивной коррекции в зависимости от результатов выдачи целевой поисковой системы. Следует отметить, что плотность нужно рассчитывать не только для видимого текста, но



# ProgressCentr.ru

## Аудит сайта

для всего **html**-кода, выдаваемого в целевой пользовательский браузер. Рекомендуется начинать оптимизацию сайта с так называемой "единичной" плотности поисковой фразы в коде:

1 раз в **title**

1 раз в соответствующем поле метаданных 1 раз в заголовке **h1-h6**

1 раз в ссылке **<a>**

1 раз в тэге параграфа **<p>** или **<pre>**

1 раз в одном из младших тэгах разметки: **<li>**, **<div>**, **<td>**, **<span>**, **<font>**, **<strong>**, **<em>**, **<i>**, **<q>**, **<samp>**, **<xmp>**, **<sup>**, **<sub>**, **<big>**, **<small>**, **<tt>**, **<blink>**, **<cite>**, **<del>**, **<ins>**, **<s>**, **<strike>**, **<footer>**, **<code>**, **<kbd>**, **<nobr>**, **<plaintext>**, **<abbr>**, **<acronym>**, **<address>**, **<basefont>**, **<bdo>** //не следует употреблять по разу во всех!

Помните, что ранжирование по младшим тэгам разметки - сильная сторона текущего алгоритма Яндекса (Матрикснет 2.0).

После индексации, следует повышать плотность вхождений поисковой фразы по коду, двигаясь от младших к старшим тэгам **html**, добиваясь оптимального сниппета и позиции документа в выдаче.

На страницах рассматриваемого сайта, страницы, оптимизированные под запросы семантического ядра, имеют наибольшую частоту вхождения слов "окно" 11.7%, "рубль" 9.4%, "ваш" 6.5%, "отзыв" 5.1%, "заказать" 4.3%, "ремонт" 2.5%.

Наиболее плотные слова находятся в тэгах:

**Title:** окно (1355), пластиковый (881), ремонт (550), отзыв (468), установка (250), фурнитура (210), оконный (162), зимний (152), замена (151), монтаж (133), прайс (133), наш (131)

**Meta-keywords:** окно (1294), пластиковый (850), отзыв (359), установка (282), фурнитура (203), замена (199), оконный (183), монтаж (183), реальность (150), ремонт (138), уплотнитель (129), зимний (125)

**Meta-description:** окно (830), пластиковый (437), ремонт (348), прогресс (189), установка (164), оконный (163), отзыв (159), центр (155), услуга (133), профиль (133), монтаж (93), замена (93)



## ProgressCentr.ru

### Аудит сайта

<H1>: окно (873), пластиковый (812), ремонт (476), наш (456), отзыв (408), установка (221), замена (152), зимний (146), монтаж (133), оконный (128), скидка (116), фурнитура (109)

<H2>: балконный (898), балкон (121), наш (80), официальный (40), замена (16), вариант (13), профиль (13), рам (12), параметр (12), система (12), регулировка (10), ремонт (10)

<H3>: бизнес (369), эконом (369), стандарт (369), заказать (194), оставить (193), заказ (35), другой (19), ремонт (16), окно (10), остекление (9), сжатый (8), низкий (8)

<H4>: балкон (60), отделка (60), откос (60), остекление (60), кованный (55), ремонт (55), москитный (55), установка (55), пластиковый (51), дверь (24), окно (24), зимний (9)

<STRONG>: прогресс (72), также (39), смотреть (36), отзыв (22), основной (22), оконный (20), окно (20), пластиковый (19), быть (18), монтаж (17), сотрудник (15), необходимый (15)

Рекомендуется избавиться от разметки тэгами <STRONG> для слов в тексте “оконный”, “окно”, “пластиковый”, “монтаж”.

Кроме того, важным элементом страницы являются социальные кнопки. Многие пользователи могут захотеть поделиться ссылкой на компанию или товар в социальной сети. Нужно помочь им в этом, сделать этот процесс проще. Для этого размещают специальные блоки кнопок на каждой странице, нажав на которые, пользователь автоматически размещает ссылку на данную страницу в своем аккаунте в социальной сети. Примером таких блоков может служить <http://api.yandex.ru/share/>.



### 7. Анализ кода сайта с точки зрения работы ПС.

Следует устранить все ошибки, влияющие на валидность кода (всего найдено 9141 ошибок вёрстки и кода страниц). Проверка сервисом <http://validator.w3.org> дает в среднем 51 Errors/page, при этом нужно отметить, что некоторые документы содержат более 100 ошибок одновременно, например: <http://www.progresscentr.ru>. Следует строго соблюдать стандарты верстки, указанные в хедере шаблона страниц сайта (XHTML 1.1). Метрика валидности кода, так же входит как часть более общей метрики надёжности сайта, с двойным коэффициентом в формулу ранжирования Яндекса по коммерческим запросам.

### 8. Подготовка текстов для публикаций на сайте.

Современный алгоритм Яндекса практически не оставляет вариантов для позиционирования сайта при помощи статейных разделов по многим запросам в поисковой выдаче без развития сайта как сервиса. Превращение сайта в энциклопедию со многими документами, с которых отсутствует конверсия в цели сайта с точки зрения установленных счетчиков Метрики и Analytics, карается весьма жёстким понижением ранга документов сайта, даже если сайт не занимается размещением чужих материалов и ссылочного спама (фильтры АГС, АГС-30, АГС-40).

Требования к материалам, для высококонкурентных запросов, которые должен выполнить соответствующий специалист:

- объем текста 3000-5000 символов без учета пробелов, но не менее 400 слов
- заголовок материала должен в точности соответствовать поисковому запросу
- желательно использовать подзаголовки, разбиение текста на разделы
- использовать предложения без перечислений, длиной





не более 15-ти слов

- не следует комбинировать в одном разделе текста более 2-х высокочастотных ключевых фраз, особенно если они составные
- расположение ключевого слова: в первом предложении обязательно употребление ключевого слова в чистом виде, далее, 20-е, 63-е, 63-е, и т.д. слово - ключ или его словоформа
- при подсчете расстояний между ключом и его словоформами исключают стоп-слова, предлоги, союзы, местоимения, наречия, имена собственные, прилагательные, если они не являются частью ключа
- обязательно использование связанных поисковых запросов, в том числе инверсий ключа (если он составной), общим числом не менее получившегося количества вхождений чистого ключа и его словоформ
- общее число слов в тексте должно быть кратно 64-м
- подготовленный текст необходимо проверить на уникальность пассажей и коллокаций
- дополнительной проверкой для редактора является замена ключевого слова на произвольный другой ключ: если смысл текст при этом не меняется, он обладает слабой релевантностью и составлен из общеупотребительных фразеологических оборотов без учета тематических коллокаций.

Текстовые материалы на [ProgressCentr.ru](http://ProgressCentr.ru) следует продолжить формировать путем организации страниц с новостными материалами по расширенному семантическому ядру поисковых запросов, а приведенные требования - применять при модерации статейных материалов, размещаемых на ресурсе.



#### 9. Исходящие ссылки с документов сайта.

Количество исходящих ссылок с документа определяет не только “ценность” ресурса для поисковой системы (хорошему и полноценному сайту незачем ни на кого ссылаться), но и также влияет на стат вес документа (в рамках алгоритма ссылочного ранжирования GooglePR и аналогичных).

На рассматриваемом сайте присутствуют внешние ссылки, указывающие на ресурсы второго уровня: [provedal.es](http://provedal.es), [plafen.com](http://plafen.com), [wintech.ru](http://wintech.ru) и другие (всего 22 ссылки). Не следует беспокоиться о потере ссылочного веса через них, они вполне вписываются в вашу нишу, кроме того часть из них регионально соответствуют географической привязке основного сайта.

#### 10. Установка ссылок внутри сайта для реализации механизма ссылочного ранжирования.

Механизм внутренней перелинковки, а именно - возврат текстовой составляющей внутренней ссылочной массы со страниц 2-го и выше уровней вложенности на вышестоящие по дереву сайта страницы нужно реализовывать в виде модуля “[Хлебные крошки](#)”, а не при помощи модулей, расставляющего текстовые ссылки в футере или внутри текста. На рассматриваемом сайте, рекомендуется урезать формируемый список ссылок этого модуля до урл главной страницы (не должен быть ссылкой).

Исправление ошибки со ссылкой на главную позволит наполнить внутренний анкор файл релевантными пассажами со ссылками, полностью соответствующими содержанию разделов и конечных документов сайта, без ненужного засорения внутреннего анкор файла паразитными поисковыми запросами.



### 11. Анализ видимости сайта по поисковым запросам.

Сводный отчет по видимости в поиске Яндекса и Google представлен в **Приложении 1**.

Анализ этого приложения позволяет сделать следующие выводы и рекомендации:

- текущая версия сайта присутствует в поиске достаточным количеством запросо-зависимых документов
- сайт обладает высоким потенциалом по привлечению органического трафика, из-за специфики своего контента
- на сайт наложены санкции, ограничивающие ранг его документов в органическом поиске

У аудируемой версии [ProgressCentr.ru](http://ProgressCentr.ru) наблюдается недостаток позиций в поиске по выгодным поисковым запросам по сравнению сразу с несколькими конкурентами, что обусловлено выбранной техникой продвижения. Здесь я бы рекомендовал полную ревизию как целей так и метода оптимизации сайта в плане ориентирования на основные высокочастотные запросы. Достигнутые ранее результаты на мой взгляд, напрямую были связаны с коммерческим низкочастотным ранжированием в Яндексе и частично - наработанным именем домена, то есть изначально заложенным функционалом и необходимым пользователю наполнением сайта, но никак не с работами по повышению релевантности, улучшению структуры и качества текущей версии ресурса. Для снятия ограничений видимости в поиске Яндекса, рекомендуется перенести целиком контент сайта на его поддомен, соответствующий географической привязке бизнеса компании, а именно: [msk.progresscentr.ru](http://msk.progresscentr.ru).



#### 12. Разработка высокорелевантного конкурентного внешнего анкор-листа.

Внешние ссылки, установленные на продвигаемый ресурс являются одним из основных механизмов, влияющим на позиции сайта в результатах поиска. Работа по составлению внешних ссылок (анкоров) и их установке на других сайтах — наиболее трудо- и финансово- затратная часть работы оптимизатора. Использование основных ключевых слов, равно как и вариация ключевых фраз в описаниях ссылок дает наибольшие шансы на высокие места в рейтингах ПС, по множеству позиций. Наиболее естественные структуры ссылок возникают в том случае, если оптимизатор делает свою работу так, как будто отсутствует какая-либо работа с ссылками вообще: если Вы попросите вебмастера сослаться на Вас, он врядли будет проверять текущие позиции сайта, является ли упоминаемый урл основным или дополнительным зеркалом сайта, по каким ключевым словам оптимизируется цитируемый документ. Использование множества комбинаций описаний сделает структуры ваших ссылок более естественной. А ссылки, появившиеся естественным путем – это высокие шансы на долгосрочный успех сайта.

Анализ архива с внешними ссылками, проведенный в рамках текущего исследования сайта показал, что должной работы по разработке внешнего анкор-листа в настоящее время не проводится, хотя во внешних источниках ссылочной массы ранее был задействован ряд многообещающих техник по ее наращиванию и нормализации точных вхождений низкочастотных поисковых запросов. Наибольшее удивление вызывает наличие в архиве с внешними ссылками ссылок с сайтов ([vip-building.ru](http://vip-building.ru), [obane.org](http://obane.org), [koros-plast.ru](http://koros-plast.ru), [soho-media.ru](http://soho-media.ru)), которые не подверглись никакой оптимизации. Наиболее часто встречающейся анкорные комбинации:

- ремонт окон пвх
- немецкие окна



- ремонт пластиковых окон

- ремонт окон

и т.д.

Можно сказать, что они составляют основную массу внешнего анкорфайла. Подобные ссылки полностью размывают достижение внешней оптимизации, сделанные ранее (достигнутые в 2014 позиции в поиске не совпадают с этими ключевыми словами) и должны либо быть оптимизированы с учетом нового семантического ядра сайта.

Основным критерием при установке внешних ссылок должна быть релевантность веб страницы, на которой будет размещена ваша ссылка. Не рекомендуется руководствоваться лишь тулбарными показателями при установке ваших ссылок. Существует множество других внестраничных факторов, которые способствуют высоким положениям в рейтингах поисковых систем и, поэтому установка ссылок, основанная лишь на показателях PageRank и тИЦ, не будет в полной мере соответствовать вашим требованиям. Поэтому страницы с низкими тулбарными показателями, занимающие высокие позиции в серпах Google и Яндекс - обычное явление. Существует множество причин тому, что релевантность занимает первое место среди критериев при установке внешних ссылок:

- такие ссылки дают больше возможностей привлечь целевой трафик на ваш вебсайт;
- в долгосрочной перспективе релевантные ссылки приобретут большее значение в поисковых алгоритмах, кроме того, это значение будет постоянно расти по мере развития поисковых систем. Google приложил немало усилий для того, чтобы уйти от методов PageRank, создавая такие алгоритмы как Hilltop, LocalRank, Caffeine и Hummingbird. Яндекс - использует алгоритмы BHITS, MatrixNet;

Они ранжируют сайты по их соответствию тому местному сообществу, к которому относятся, учитывают поведенческие и коммерческие факторы в ранжировании сайтов. Именно поэтому



## ProgressCentr.ru

### Аудит сайта

не стоит использовать находящиеся в распоряжении взбастера сайты и группы сайтов для продвижения основного ресурса. Стоит отметить, что рассчитать необходимое число внешних ссылок невозможно, т.к. это зависит не только от опыта оптимизатора. Кроме того, поэтапное продвижение при помощи семантических ядер (т.е. по группе семантически родственных словосочетаний) снижает количество усилий по выводу каждого запроса, входящего в выбранное семантическое ядро на 30-50% (позиция в топ10 по запросу "shuco" уменьшает объём ссылочной массы для запроса "окна shuco").

Анализ анкор-листа сайта показал недостаточную оптимизацию текстовой составляющей ссылок вне области аффилированных хостов. Входящие ссылки малопредставительны как по выборке доноров, так и по анкорной составляющей. Также мною обнаружены признаки ссылок для возможного введения ручных санкций со стороны ПС Google - превышение допустимого числа ссылок с анкором "ремонт окон пвх", 46% от числа всех корневых доменов.

При сравнении ссылочного профиля с основными конкурентами со сходным семантическим ядром поисковых запросов по региону Московская область, ProgressCentr.ru не обладает количественным преимуществом по внешним ссылкам в своей тематической нише (Приложение 2, 3).

Однако, установленные ссылки не учитывают, как минимум следующих важных моментов:

- Пропорциональные соотношения между ссылками с главных страниц и ссылок с второстепенных документов хостов позволяют получить более стабильный и выигрышный в плане позиций в результатах поиска результат (рекомендуемое соотношение 20/80, учитываются совокупная видимость по поисковым системам Yandex и Google).
- Совершенно смело можно рекомендовать увеличить количество



## [ProgressCentr.ru](http://ProgressCentr.ru)

### Аудит сайта

имиджевых ссылок и ссылок по 301-му редиректу (Twitter, Youtube, Facebook), это кардинально изменит естественность ссылочной массы и обеспечит нужный отрыв по этому типу ссылок от конкурентов.

· Анкорные ссылки (в том числе nofollow) можно разнообразить следующими типами текстовых анкоров:

- 1) #ключ, словоформа ключа#, еще один ключ (другой или его словоформа)
  - 2) тематические пользовательские запросы из прямого эфира Яндекса
  - 3) коммерческий или информационный анкор в разных падежах, с предлогами
  - 4) ждинсы (переформулировки поискового запроса, связанные с опечатками при вводе запроса, которые может распознать Колдунщик Яндекса)
  - 5) отрицательными отзывами о сайте (ничего серьезного: поругать описание сторонних фирм/услуг, дизайн, структуру, навигацию, процесс загрузки или отображения сайта - что угодно кроме самих услуг компании)
  - 6) ссылками на домен как на источник информации
  - 7) анкорами в виде урл страниц сайта с карточками типовых услуг
- Поскольку показатели поисковый трафика сайта безусловно, требуют улучшения, коррекцию ссылочной массы следует проводить последовательно и ограниченными партиями, потому что в обеих поисковых системах существуют санкции за большой прирост ссылочной массы, который не может превышать 30% от имеющегося объема. Рекомендуемое количество ссылок для вброса 11-20%, перерыв не менее 30 дней, коррекция анкор файла, новый вброс ссылок.

Следует подчеркнуть, что такая коррекция в условиях текущего алгоритма Яндекса (Матрикснет 2.0) должна осуществляться:

- единовременным вбросом нужного количества ссылок (никакого плавного роста быть не должно, производная от кривой роста числа ссылок влияет на метрику ссылочной релевантности)



## ProgressCentr.ru

### Аудит сайта

- вброс по возможности, должен приурочен к каким либо событиям на сайте (например, введением новых разделов сайта, проведением акций, размещением новостей на сайте и т.п.)
- тулбарные параметры доноров - произвольные, на ранжирование сайта с учетом имеющихся ссылок будет влиять не сила или слабость донорской страницы, а анкоры, попавшие в анкорфайл
- обращайтесь внимание на размер постоянной аудитории ссылающегося сайта, например по этому источнику <http://www.audience.gemius.ru/pages/display/visitors>

Временная динамика ссылочной массы показывает потерю существенного их количества вне аффилированных хостов начиная с ноября 2014 года. Я связываю это с выбранной методикой их размещения, связанной с арендой ссылок на бирже Циууаусецк, или использование других агрегаторов. Судя по всему, биржевой бюджет был сокращен, однако другие источники ссылок задействованы не были. Безусловно, это отразилось на трафике сайта из Яндекса, который испытывает падение начиная с декабря 2014 года. Во избежание повторения подобных просадок я рекомендую перейти от арендной модели ссылочной массы к работам по их наращиванию на постоянной основе. Хороший пример подобной методики - у сайта [spr.ru](http://spr.ru). При меньшем количестве ссылающихся доменов - больше ссылок с главных страниц сайтов, лучше метрики совокупного качества ссылающихся ресурсов.

Для работы по повышению позиций в ПС Google рекомендую регулярно пользоваться одним из сервисов по определению искусственных ссылок и отклонять их при помощи инструмента [disavow](#):

- [cognitiveseo.com](http://cognitiveseo.com)
- [removeem.com](http://removeem.com)





## ProgressCentr.ru

### Аудит сайта

В дальнейшем, при установке ссылок для этой поисковой системы, я рекомендую придерживаться следующих соображений:

- [GooglePR](#) донора не должен быть понижен со времени его апдейта 13 февраля 2013 года, либо это новый сайт с PR=0
- избегайте установки ссылок, если в адресе страницы донора присутствуют слова по маске link | artik | artic | seo | archiv
- при формировании анкоров ссылок, следите за тем, чтобы доля ссылок с любым коммерческим анкором в вашем анкор файле не была более 8%
- покупка ссылок должна осуществляться с доноров, имеющих наименьший показатель OBL (OutBound Links, совокупное количество исходящих ссылок с сайта), допустимые значения - менее 100 - большое значение имеет величина передаваемого статвеса со страницы донора, поэтому нужно искать страницы, где количество исходящих ссылок с документа не превышает 50
- следует избегать установки ссылок из одной подсети, требуется проверять IP адреса доноров, чтобы ссылающиеся сайты имели класс IP адреса не ниже C.
- не ищите сайты, уже присутствующие в топ10 Google по нужному ключу, установка ссылки с них приведет к пенальти со стороны этой поисковой системы
- если используете партнерские реферальные ссылки, или ссылки с информеров, обязательно оформляйте их опцией [rel="nofollow"](#).

13. Ранжирование по коммерческой формуле Яндекса.

Единая оценка релевантности формируется по формуле:

$$R(q,d,s)=R_1(q,d)+k*R_2(q,d,s)$$

где  $R_1(q,d)$  - классическая тематическая релевантность Матрикснет, запросо- и документозависимая;

$R_2(q,d,s)$  - коммерческая релевантность, не только запросо- и документозависимая, но и включающая оценку для хоста;



## [ProgressCentr.ru](http://ProgressCentr.ru)

### Аудит сайта

$k$  - весовой коэффициент, максимизирующий коммерческую релевантность, но не влияющий на релевантность тематическую.

**Внимание!** Метрика  $R_2(q,d,s)$  рассчитывается только для высокорелевантных документов, и не принимает участие в ранжировании документов, получившим значения тематической релевантности: нерелевантный, релевантный, полезный и витальный.

$$R_2(q,d,s)=V(q,d)*(2T(s)+U(s)+D(s)+2S(s))$$

здесь  $V(q,d)$  - оценка разнообразия ассортимента для запроса  $q$  и документа  $d$ ;

$T(s)$  - метрика надежности сайта;

$U(s)$  - оценка юзабилити;

$D(s)$  - оценка дизайна;

$S(s)$  - качество обслуживания сайта.

Применительно к сайту [ProgressCentr.ru](http://ProgressCentr.ru) максимизировать значение коммерческой релевантности можно:

- улучшив оценку количества документов по запросам (от “стандартно” до “много”), множитель  $V(q,d)$ , за это ответственно количество страниц в индексе, количество запросов, позиционируемых на каждый документ сайта. Это означает что сейчас необходимо как минимум, втрое увеличить количество страниц с карточками яхт, пересмотреть формирование заголовков страниц, чтобы выйти вперед по этому параметру.
- увеличив надежность сайта (максимальное количество страниц в основном поиске, отсутствие ошибок 404 во внешних ссылках, отдельный сервер, быстрый ответ сайта, увеличив срок делегирования домена). Сейчас оценка “стандартно”, её можно улучшить до “хорошо” или “отлично”. Эта метрика входит с удвоенным коэффициентом.
- улучшив дизайн и юзабилити сайта. Шаги подробно описаны в первой части этого отчета, мобильная версия сильно улучшит эту



## ProgressCentr.ru

### Аудит сайта

метрику.

- улучшив качество обслуживания на сайте. Метрика качества обслуживания также входит с удвоенным коэффициентом. Необходимо добавить (пусть даже и ограничившись формальным подходом к этим разделам):

Пресс релизы

Новости

Чата с оператором системы

Контакты службы технической поддержки

Акции и Скидки

Хочу подчеркнуть, что в формуле только одна метрика - документозависимая, и влияние на неё должно быть очень осторожным и плавным, так как возможна пессимизация сайта за излишнее количество оптимизированных страниц (установка меток исходя только из коммерческих запросов Спектра). Остальные метрики относятся целиком к сайту, начинать работу по их улучшению стоит с надежности и качества обслуживания (протокол <https>), так как они ранжируются с удвоенным коэффициентом. Учитывая то, что по ссылочной релевантности [ProgressCentr.ru](https://ProgressCentr.ru) не является абсолютным лидером своей ниши, я рекомендую заняться именно аспектами ранжирования по коммерческой формуле в первую очередь, так как это позволит максимально реализовать преимущества компании, которыми она обладает на оконном рынке Подмосковья.

Хочу отметить, что все варианты текущего ограничения поискового трафика со стороны Яндекса имеют под собой довольно простую и жлобскую логику: не дать заработать больших денег их владельцам. Руководство этой компании, считает что лидер ниши обязательно должен отдавать часть прибыли в Директ, в противном случае есть методы заставить его получать трафик только оттуда, напрочь отрезав его от органики. Для подстраховки будущего этого проекта я настойчиво рекомендую вести более



## ProgressCentr.ru

### Аудит сайта

агрессивную компанию контекстной рекламы в этой “капризной” ПС.

### Заключение

По результатам выполненного аудита ProgressCentr.ru, ре-комендуемыми к выполнению являются следующие мероприятия:

Доработать шаблоны и код отображаемых страниц сайта в соответствии с приведенными рекомендациями в разделе “Дизайн и юзабилити”, особенно обратить внимание на иллюстративную часть текстовых документов.

Зарегистрировать и постоянно вести аккаунты в основных социальных сетях: Вконтакте, Facebook, Google +, Twitter, YouTube.

Разработать мобильную версию сайтов на субдомене “m.”, приложения для iOS и Android.

Добиться максимальной оценки документонезависимых метрик в коммерческой формуле ранжирования.

Произвести ревизию метаданных и тайтлов сайта, установить модуль “Хлебные крошки”.

Перенести контент сайта на субдомен MSK, поставив постраничный постоянный редирект с прежних документов сайта.

Исправить robots.txt.

Осуществить последовательный вброс ссылочной массы с учетом требований на анкоры и доноры способом, исключаящим их последующее исчезновение из индекса.