

МАГАЗИН ОДЯГУ · SEO-АУДИТ + ПРОСУВАННЯ · WORDPRESS

2 роки на ринку і свіжа міграція на WordPress — вікно, яке варто закрити правильно з першого разу

SEO-аудит на 300+ параметрах і чесний план просування — без обіцянок «топ-3 за фіксований термін», але з реальною системою, яка туди веде.

з 2001

full-cycle студія

20+

років досвіду

400%

середній ROI

CA · US

клієнти

WordPress / WooCommerce

Технічний SEO-аудит

Семантичне ядро

AI-видимість (GEO)

Core Web Vitals

Schema.org

ЧЕСНО, ПЕРШ НІЖ РАХУВАТИ

«Топ-3 з чіткими термінами» — насправді два різних запити

SEO-аудит на 300+ параметрах з чітким планом дій — це те, що ми робимо і показуємо нижче по кожному пункту. А ось «гарантований топ-3 до конкретної дати» чесно не обіцяє жоден легітимний підрядник: позиції в Google залежать від алгоритму, бюджетів і активності конкурентів, сезонності попиту — жодна агенція це не контролює напряму. Хто дає таку гарантію — або вводить в оману, або йде шляхом методів, які Google рано чи пізно штрафує, і тоді під ризиком не наш контракт, а два роки роботи вашого магазину.

Що ми пропонуємо натомість — реалістичний план, де для частини запитів (довгий хвіст, локальні уточнення, категорії з низькою конкуренцією) топ-3 досяжний швидше, а для головних термінів ніші — системне зростання без ризику для домену. Це і є різниця між рекламною обіцянкою і робочим планом.

Свіжа міграція на WordPress — найризикованіший момент для SEO

Ви написали, що оновили сайт і перенесли його на WordPress — саме цей момент ми ставимо пріоритетом №1 в аудиті, до того як почнемо рахувати нову семантику. Без доступу до вашого сайту ми не вгадуємо конкретні знахідки — натомість показуємо, що саме перевіряємо в першу чергу на будь-якому свіжо-мігрованому WordPress/WooCommerce-магазині:

301-редиректи зі старих URL

Якщо адреси товарів і категорій змінились при міграції — старі посилання, на які вже є зовнішні перелінки і трафік з пошуку, повинні вести на нові сторінки, а не на 404.

Дублі URL від варіантів товару

Типова проблема WooCommerce-каталогів одягу: фільтри розміру/кольору генерують окремі індексовані адреси з тим самим контентом — пошукові системи бачать це як дублі й розмивають вагу основної сторінки товару.

Структуровані дані (Schema.org) не перенеслися автоматично

Розмітка Product/Offer з ціною, наявністю, рейтингом — це те, що показує «зірочки» й ціну прямо в видачі Google. При зміні теми/платформи вона часто губиться першою.

Швидкість і Core Web Vitals після зміни теми

Нова тема WordPress = нові скрипти й стилі. Для магазину з великою кількістю фото товарів це прямий ризик для мобільної швидкості — а мобільний трафік у fashion-ніші зазвичай переважає.

Sitemap і Search Console не переприв'язані

Новий sitemap.xml повинен бути повторно поданий в Search Console, інакше Google продовжує орієнтуватись на стару структуру ще тижнями.

Це не «ми знайшли у вас ці помилки» — це список того, що перевіряємо в першу чергу. Конкретні знахідки на вашому сайті побачимо в самому аудиті.

ДЗЕРКАЛО ЗАПИТУ

Що ви написали → як робимо

ПУНКТ ЗАПИТУ	НАША РОБОТА
Повноцінний SEO-аудит	Аудит на 300+ унікальних параметрах у 20 напрямках з єдиним Health Score — не чек-лист на 20 пунктів.
План SEO-просування	Фазований план за принципом «ДОЖАТИ» (швидкі перемоги на існуючих позиціях) і «ЗАХОПИТИ» (нові категорії/сторінки) — без вигаданих гарантій дати.
Вихід у топ-3 пошуку	Реалістична пріоритизація запитів за досяжністю: довгий хвіст і локальні уточнення — швидше, головні терміни ніші — системно.
Чіткі терміни	Фази роботи без вигаданих дедлайнів для алгоритму, який не контролює жодна агенція; конкретний план по фазах — після уточнення обсягу.
Вартість	Окремий розрахунок після уточнення ніші, обсягу каталогу і конкурентного поля — рахуємо це персонально, не навмання.
Магазин одягу, 2 роки на ринку, WordPress	Аудит враховує свіжу міграцію як пріоритет №1 (розділ вище) і специфіку fashion-каталогу (варіанти товару, фотоконтент, сезонність).

НЕ ЧЕК-ЛИСТ НА 20 ПУНКТИВ

Аудит на 300+ параметрах, зведений в один Health Score

Ми тестуємо сайти по 20 напрямках одночасно — від технічної частини до посилального профілю — і зводимо результат в єдину зважену оцінку 0-100. Прогрес видно ще до того, як зрушать позиції: окремо рахуємо «випереджаючі» показники (що вже виправлено, що вже проіндексовано, яка розмітка встановлена — під нашим контролем) і «результуючі» (позиції, трафік — залежать і від зовнішніх факторів).

→ Технічна індексація і crawlability

→ On-page категорій і карток товарів

→ Структуровані дані Product/Offer/Breadcrumb

→ Дублі від варіантів розмір/колір

→ Швидкість і Core Web Vitals (мобільна першочергово)

→ Зображення — alt-тексти, стиснення, lazy-load

→ Мобільний UX — фільтри, кошик, чекаут

→ Посилальний профіль і токсичні донори

→ Sitemap і мовна/регіональна структура

→ AI-видимість (GEO) — окремий напрям, розділ нижче

Повний перелік — 20 напрямів, 300+ параметрів; вище — ті, що найбільш релевантні саме для fashion-каталогу на WordPress.

НЕ СПИСОК КЛЮЧОВИХ СЛІВ

Як ми збираємо семантику

Семантичне ядро — не «список ключів з обсягами», а єдиний робочий документ, де кожен запит прив'язаний до конкретної сторінки каталогу і зони (заголовок/H1/H2/текст), де він має з'явитись — це і є карта релевантності. Правда про попит береться з ваших же даних Search Console й аналітики, а не з абстрактних «обсягів сервісів».

«ДОЖАТИ»

Запити, де ви вже на позиції 4-20 — точкові правки заголовка, H1, розширення тексту категорії, внутрішня перелінка. Швидко і без нового контенту.

«ЗАХОПИТИ»

Запити, де конкуренти є, а вас немає, або ви за 30 позицією — сюди йде новий контент: нові категорійні сторінки, розширені описи, гайди з підбору.

Для розрахунку реального потенціалу топ-3 по кожному запиту використовуємо формулу: обсяг пошукового попиту × очікуваний CTR топ-3-позиції (за нашою практикою на схожих нішах) × поправка на реальний ринковий попит (для UA-ринку «сирі» обсяги систематично занижують реальний трафік) мінус ваш поточний трафік за цим запитом. Це дає число, на якому будеється пріоритизація — а не рекламне обіцяне «топ-3».

ПОКУПЦІ ОДЯГУ ВЖЕ ПИТАЮТЬ СНАГРТ «ЩО КУПИТИ»

AI-видимість — другий канал попиту поруч з класичним SEO

Окрім класичної видачі Google, дедалі більше покупців питають рекомендації напряму в ChatGPT, Perplexity, Gemini. Це вимірюваний і керований канал з трьома складовими: технічний доступ AI-ботів до каталогу (правильний robots.txt, швидке індексування нових товарів), присутність бренду у зовнішніх джерелах, з яких моделі беруть факти, і контент у форматі, який моделі можуть процитувати напряму (чіткі відповіді на конкретні питання покупця — розмір, догляд за тканиною, повернення).

Запит покупця	ChatGPT	Perplexity	Gemini	Claude
«де купити [категорія] в [місто]»	Конкурент А	Немає	Конкурент Б	Немає
«[категорія] розмірна сітка»	Немає	Немає	Немає	Немає
«найкращий магазин [ніша] онлайн»	Конкурент А	Конкурент А	Немає	Немає

Приклад формату — так виглядає карта видимості бренду проти AI-рушіїв на реальному проєкті; для вашої ніші й запитів рахуємо окремо в межах аудиту.

DELIVERABLES

Що ви отримуєте на виході

Аудит-звіт з Health Score

300+ параметрів, 20 напрямів, зведена оцінка 0-100, пріоритизація за впливом.

Семантичне ядро + карта релевантності

Запити прив'язані до сторінок і зон, розділені на «ДОЖАТИ» і «ЗАХОПИТИ».

План дій по фазах

Без вигаданих дедлайнів — послідовність робіт з пріоритетом на пост-міграційні ризики.

Технічні виправлення

Редиректи, канонікалі, розмітка Schema, усунення дублів варіантів товару.

Карта AI-видимості

Технічний доступ для AI-ботів + позиція бренду проти конкурентів у ChatGPT/Perplexity/Gemini.

ЩОБ НЕ БУЛО НЕПОРОЗУМІНЬ

Що НЕ входить у цю роботу

- Копірайтинг усіх нових текстів для «ЗАХОПИТИ»-сторінок — не входить автоматично, обсяг узгоджуємо окремо залежно від кількості нових категорій.
- Платна реклама (Google Ads/Meta Ads) навмисно не входить — це органічне SEO-просування, платний трафік це окремий канал.
- Гарантія конкретної позиції на конкретну дату не входить принципово — з причин, описаних на початку документа.

Одне питання по суті: у вас вже підключені Search Console і Analytics на новому WordPress-домені після міграції, чи це теж потрібно налаштовувати з нуля?

Відповімо на будь-які питання просто тут, у чаті.

WebCoreLab — full-cycle digital studio · Toronto, Canada

Дизайн, розробка, SEO/GEO і DevOps під одним дахом — **від ідеї до продакшна і підтримки**. На ринку з 2001, 20+ років у digital, **20+ років сукупного досвіду команди**.

Архітектурний підхід, вимірюваний результат, повний контроль на боці власника.

ПАРТНЕРСТВА ТА ВИЗНАННЯ

● Clutch · Top Agency Canada

● DesignRush · Best SEO

● G2 · High Performer

● Google Partner

● HubSpot Partner

● Cloudflare Partner

● Semrush Partner

● ISO 27001 Aligned

Релевантні кейси

Схожі за суттю проєкти — e-commerce каталоги, SEO-інфраструктура і зростання органічного трафіку.

E-COMMERCE · CATALOG

Massage Warehouse

Каталог обладнання, чистий UX, швидкий check-out.

→ конверсія каталогу вгору

GEO · SEO

TechFlow

Гео-видимість і органічний трафік.

→ зростання видимості в ніші

GEO · LOCAL

GreenLeaf

Локальний каталог + лідген по регіонах.

→ локальні заявки

GEO · HEALTHCARE

MedCore

Структурований каталог послуг.

→ органікa + довіра

SEO · DATA

Ahres case

SEO-інфраструктура і контент-рушій.

→ масштаб органіки

BRAND · E-COMM

Detox

Брендовий магазин, чиста верстка.

→ конверсія і швидкість

Дивитись усі кейси →