

АУДИТ САЙТУ



- **Мета аудиту:** аналіз поточного сайту для поступової оптимізації та актуалізації сайту.
- **Основні цілі:**
 - Зберегти та покращити поточні пошукові позиції.
 - Підвищити зручність користування, швидкість роботи і зменшити навантаження на сервер.
- **Ключові показники успіху:**
 - Покращення SEO-позицій.
 - Збільшення швидкості завантаження.
 - Покращення зручності користування.

ПЕРШОЧЕРГОВІ ЗАДАЧІ ДЛЯ ОПТИМІЗАЦІЇ САЙТУ:

ОРІЄНТОВНИЙ ПЛАН ДІЙ

Цей розділ знаходиться на початку звіту для того, щоб швидко окреслити основні дії для оптимізації. Далі в звіті наведено більш детальну інформацію про кожен аспект, а також додаткові рекомендації. Важлива інформація, конкретні посилання і переліки знаходяться у файлах на Google Диску, посилання на них на відповідних сторінках звіту.

1. Робота з помилками на сайті (404, 301, 302)

- Проаналізувати всі сторінки з помилками 404 та 301/302 і виправити або видалити їх, щоб уникнути непотрібних редіректів і покращити індексацію сайту.
- Заміна битих лінків на актуальні або перенаправлення їх на релевантні сторінки, щоб зберегти ланцюжок посилань і поліпшити користувацький досвід.
- Оновити sitemap.xml, видаливши з нього непрацюючі сторінки.

2. Наповнення порожніх сторінок контентом

- Визначити порожні, але важливі сторінки, які можуть бути корисними для користувачів.
- Створити унікальний контент для таких сторінок, додати відповідні ключові слова та мета-теги для підвищення їх SEO-ефективності.

3. Пріоритетна оптимізація ТОП-25 сторінок

- Розпочати оптимізацію із ТОП-25 сторінок, які приносять найбільше трафіку. Це включає покращення контенту, оптимізацію мета-тегів, виправлення внутрішніх посилань.
- Перевірити та оптимізувати швидкість завантаження цих сторінок, оскільки вони мають найбільший вплив на трафік і конверсії.

4. Оптимізація мета-тегів та заголовків

- Створити унікальні Title, Meta Description та H1 для сторінок, що не мають цих елементів.
- Виправити дубльовані мета-теги та заголовки для запобігання внутрішньої конкуренції між сторінками та підвищення унікальності сторінок у пошуковій видачі.

5. Оптимізація швидкості завантаження сайту

- Використати сучасні формати зображень, такі як WebP, для зменшення ваги сторінок і прискорення їх завантаження.
- Мінімізувати і об'єднати файли CSS і JavaScript, щоб зменшити кількість запитів до сервера та покращити користувацький досвід.

6. Мобільна оптимізація

- Перевірити адаптивність сайту та забезпечити коректне відображення всіх елементів на мобільних пристроях.
- Виправити розміри шрифтів і кнопок, забезпечивши зручне використання на малих екранах, реалізувати lazy-loading для зображень.

7. Оптимізація внутрішніх посилань

- Переглянути всі внутрішні посилання, щоб забезпечити відсутність битих або редірекованих посилань.
- Створити логічну і зрозумілу структуру внутрішніх посилань, щоб підвищити релевантність і видимість сторінок у пошуку.

8. Структуризація URL-адрес

- Спрощувати URL-адреси, видаляючи зайві технічні сегменти і роблячи їх зрозумілішими для користувачів і пошукових систем.
- Використовувати короткі і семантично значущі назви для URL-адрес, щоб підвищити їхню читабельність та індексацію.

9. Перевірка та оновлення контенту

- Оновити застарілий контент, додати нові ключові слова та оптимізувати структуру тексту для покращення релевантності.
- Використати мультимедійні елементи (зображення, відео) з оптимізованими alt-тегами, щоб підвищити якість SEO і покращити користувацький досвід.

10. Моніторинг та аналіз результатів

- Після впровадження змін регулярно моніторити результати, використовуючи інструменти аналітики (наприклад, Ahrefs, Google Analytics).
- Оцінити, як зміни вплинули на показники сайту, і за необхідності коригувати стратегію оптимізації.

SEO-аудит виявив ключові проблеми сайту, які потребують негайної оптимізації, зокрема сторінки з помилками, биті посилання та недостатній контент на важливих сторінках. **Основну увагу слід приділити ТОП-25 сторінкам для максимально швидкого результату.** Подальша оптимізація включає роботу зі швидкістю сайту, мобільною адаптацією та покращенням внутрішньої структури посилань. Детальні рекомендації та конкретні дані доступні у наступних розділах звіту, а також у таблицях і документах Google Диск, посилання на які наведено у відповідних розділах.

Впроваджувати зміни можна дуже поступово, починаючи з найбільш очевидних помилок

і проблем, щоб покращити загальний стан сайту та оптимізувати ключові показники вже на початковому етапі.

ТЕХНІЧНИЙ АУДИТ

СТРУКТУРА САЙТУ

- Аналіз ієрархії сторінок.
- Перевірка вкладеності сторінок.
- Виявлення "сирітських сторінок" (orphan pages).

ІНДЕКСАЦІЯ

- Перевірка статусу індексації сторінок.
- Аналіз файлів robots.txt та sitemap.xml.
- Виявлення сторінок із помилками індексації (404, 301, 302).

URL –АДРЕСИ

- Перевірка коректності та читабельності URL.
- Пропозиції з покращення URL-структури.

ШВИДКІСТЬ ЗАВАНТАЖЕННЯ

- Аналіз за допомогою PageSpeed Insights.
- Рекомендації щодо оптимізації швидкості.

МОБІЛЬНА ОПТИМІЗАЦІЯ

- Перевірка адаптивності сайту.
- Рекомендації.

SSL –СЕРТИФІКАТ

- Перевірка коректності налаштування HTTPS.
- Виявлення змішаного контенту (mixed content).

ВНУТРІШНІ ПОСИЛАННЯ

- Аналіз кількості та якості внутрішніх посилань.
- Виявлення broken links.

РЕЗЮМЕ РОЗДІЛУ: ПЕРШОЧЕРГОВІ РЕКОМЕНДАЦІЇ РОБІТ

SEO-АУДИТ (ВНУТРІШНІЙ)

МЕТА-ТЕГИ

- Аналіз Title, Description, H1, H2.
Перевірка наявності ключових слів у мета-тегах.

АНАЛІЗ СТОРІНОК ІЗ ТРАФІКОМ

- Визначення сторінок, що приносять найбільше трафіку.
- Оцінка рейтингу сторінок у пошуку.

АНАЛІЗ КЛЮЧОВИХ СЛІВ

- Загальний перелік ключових слів
- Пошук нових можливостей для оптимізації за ключовими словами.

КОНТЕНТНИЙ АУДИТ

АНАЛІЗ ЯКОСТІ КОНТЕНТУ

- Аналіз текстів.
- Сторінки із недостатнім контентом.

МУЛЬТИМЕДІЙНІ ЕЛЕМЕНТИ

- Наявність та оптимізація зображень.
- Використання alt-тегів для зображень.

ІНШІ ПРОБЛЕМИ ТА ПОМИЛКИ

- Додаткові рекомендації щодо помилок.

СТРУКТУРА САЙТУ

АНАЛІЗ ІЄРАРХІЇ СТОРІНОК

Щоб переглянути перелік, натисніть на відповідне посилання на наступних сторінках.

ОПИС КОЛЬОРОВИХ ПОЗНАЧОК У ЗВІТІ

- **Рожевий колір — сторінки з відсутніми батьківськими розділами (404).**

Цей колір позначає сторінки, які існують на сайті як підсторінки, але їхні батьківські сторінки відсутні, що призводить до помилок 404. Наприклад, якщо на сайті є сторінка [REDACTED] але відсутня батьківська сторінка [REDACTED] це створює переривання в ієрархії.

ЧОМУ ЦЕ ВАЖЛИВО

- Логіка навігації: користувачі, переглядаючи підсторінки, очікують знайти загальні батьківські сторінки для легкого переходу між розділами. Відсутність таких сторінок ускладнює навігацію.
- SEO: пошукові системи розглядають відсутні батьківські сторінки як порушення структури сайту, що може негативно позначитися на індексації.
- Досвід користувача: помилки 404 можуть розчаровувати користувачів і створювати відчуття недопрацьованості сайту.

- РЕКОМЕНДАЦІЇ

- Створити батьківські сторінки з описом відповідних розділів, щоб користувачі могли переходити між підсторінками логічно.
- Якщо створення батьківських сторінок неможливе, налаштувати перенаправлення (редирект) на релевантні сторінки, щоб уникнути помилок 404.

- **Сірий колір — порожні сторінки без контенту**

Цей колір позначає сторінки, які існують на сайті, але не містять жодного текстового чи візуального контенту. Такі сторінки виглядають неповноцінно і можуть сприйматися як помилкові.

- ЧОМУ ЦЕ ВАЖЛИВО

- Перешкода для користувачів: порожні сторінки можуть створювати враження недопрацьованості та негативно впливають на користувацький досвід.
- Зниження якості SEO: пошукові системи враховують наявність контенту на сторінках для ранжування. Порожні сторінки можуть понижувати загальну якість сайту в очах пошукових систем.

- РЕКОМЕНДАЦІЇ

- Заповнити ці сторінки контентом, який буде корисним для користувачів і відповідатиме тематиці сайту.
- Якщо сторінка не є важливою і немає планів щодо її наповнення, видалити її з сайту та усунути всі посилання на неї.

ПЕРЕГЛЯНУТИ ПЕРЕЛІК СТОРІНОК:



ПІДСУМКИ

У кожній мовній версії сайту були виявлені сторінки, які є у структурі як підсторінки, але їхні батьківські сторінки відсутні. Це створює проблему в ієрархії сайту, де сторінки нижчих рівнів існують, але батьківські розділи не реалізовані. Зокрема:

- UA версія: Виявлено 12 сторінок.
- RU версія: Виявлено 14 сторінок.
- EN версія: Виявлено 17 сторінок.
- DE версія: Виявлено 19 сторінок .

Ці проблеми з помилками 404 можуть негативно вплинути на SEO, знижуючи цілісність структури сайту. Пошукові системи можуть не повністю розуміти зв'язок між розділами та підрозділами, що може призвести до погіршення індексації.

На сайті також є сторінки, які не містять контенту, хоча присутні в ієрархії. Це призводить до того, що користувачі можуть натрапити на "порожній" контент, що створює враження недопрацьованості сайту. Підсумок по мовним версіям:

- UA версія: виявлено 37 сторінок.
- RU версія: Виявлено 7 сторінок без наповнення.
- EN версія: Виявлено 47 сторінок.
- DE версія: Виявлено 80 сторінок.

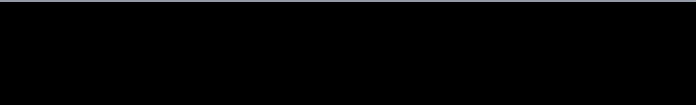
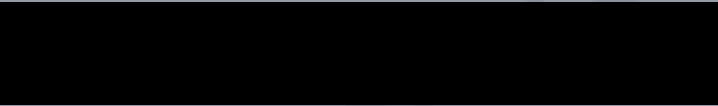
ПРИМІТКА ЩОДО ПІДРАХУНКІВ

Можливі похибки у підрахунках кількості сторінок з помилками 404 та порожніх сторінок через можливі технічні нюанси, дублювання або різні варіанти відображення сторінок у різних мовних версіях сайту. Рекомендується додатково перевірити ієрархію перед впровадженням змін.

ПЕРЕВІРКА ВКЛАДЕНOSTІ СТОРІНОК.

На сайті виявлено 2 потенційно важливі сторінки з вкладеністю 4. Така глибина розташування знижує їхню доступність для пошукових систем і користувачів. Це може призводити до:

- Погіршення SEO-показників через низьку видимість сторінок.
- Ускладнення навігації для користувачів.

URL сторінки	Рекомендація
	Додати внутрішні посилання на сторінку. Перемістити сторінку як звичайний пост у блозі. Додати до sitemap.xml.
	Додати контент на сторінку. Додати внутрішні посилання на сторінку. Додати до sitemap.xml.

Більшість сторінок сайту мають нормальний рівень вкладеності (до 3 кліків від головної сторінки), що забезпечує їх доступність для пошукових систем та користувачів.

Однак, як зазначено у попередньому розділі, були виявлені проблеми з ієрархією:

- "Дитячі" сторінки без "батьківських": деякі сторінки розташовані в структурі так, ніби вони належать до підкатегорій, але батьківські сторінки не існують.
- Невідповідність між URL і внутрішньою структурою: Деякі URL містять зайві рівні вкладеності, хоча фактична ієрархія спрощена.

РЕКОМЕНДАЦІЇ

1. Вирішити проблему "дитячих" сторінок:
 - Створити "батьківські" сторінки з релевантним контентом.
 - Або перенести "дитячі" сторінки ближче до кореневої структури.
2. Перевірити відповідність URL і фактичної ієрархії:
 - Оптимізувати URL сторінок, скоротивши зайві рівні вкладеності.

ОЧІКУВАНИЙ РЕЗУЛЬТАТ

- Збереження гарної доступності сторінок із нормальним рівнем вкладеності.
- Виправлення ієрархічних прогалин забезпечить логічну структуру сайту, покращить навігацію для користувачів та пошукових систем.

"СИРІТСЬКІ СТОРІНКИ" (ORPHAN PAGES).

На сайті виявлено 333 сирітські сторінки, які мають 301 редірект на інші URL. Хоча ці сторінки не впливають на користувачів, їх наявність створює зайве навантаження на пошукові системи та структуру сайту. Лише 1 сторінка без внутрішніх посилань на неї є без редіректу:

РЕКОМЕНДАЦІЇ

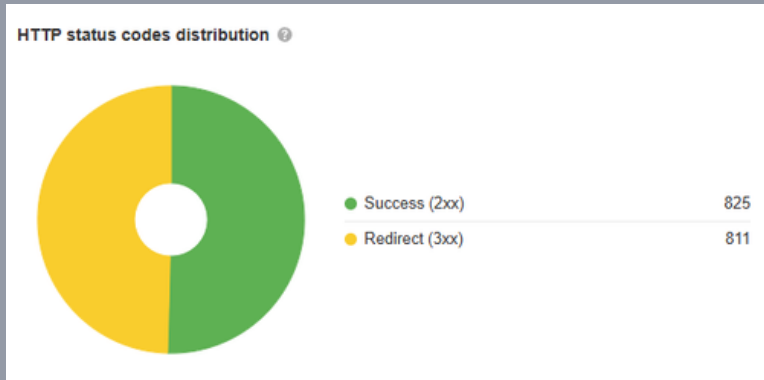
1. Видалити сирітські сторінки з sitemap.xml.
2. Оновити внутрішні посилання, щоб вони вели безпосередньо на кінцеві URL.
3. Перевірити кінцеві сторінки, щоб упевнитися в їх релевантності та коректності.
4. Актуалізувати сторінку з прайсами (якщо є потреба) і додати на неї посилання.

ОЧІКУВАНИЙ РЕЗУЛЬТАТ

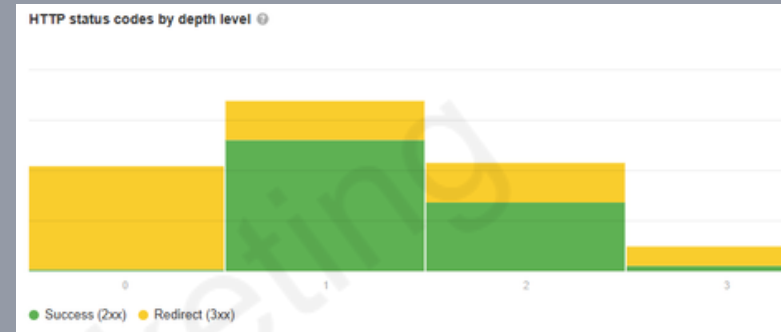
- Оптимізація Crawl Budget.
- Зменшення зайвих редіректів у структурі сайту.
- Чітка структура сайту для пошукових систем.



РЕДІРЕКТИ



Діаграма розподілу HTTP-статусів сайту, що демонструє співвідношення успішних запитів (2xx) та редиректів (3xx).



Розподіл HTTP-статусів сторінок сайту за рівнями вкладеності (depth level). Зелений колір (Success) представляє сторінки з коректним статусом 2xx, а жовтий (Redirect) — сторінки з редиректами (статус 3xx).

Аналіз HTTP-статусів показав, що значна частина сторінок сайту (825) успішно завантажується (2xx), але майже половина (811) мають статуси редиректів (3xx). Більшість редиректів зосереджена на початкових рівнях вкладеності, що може свідчити про необхідність оптимізації структури сайту для зменшення їх кількості.

ІНДЕКСАЦІЯ

ПЕРЕВІРКА СТАТУСУ ІНДЕКСАЦІЇ СТОРІНОК

Аналіз стану індексації сайту показав наступний розподіл:

- Загальна кількість сторінок: 1,638.
- Індексовані сторінки (Indexable): 797.
- Неіндексовані сторінки (Non-Indexable): 841.

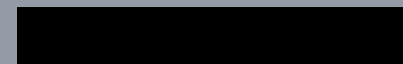
На сайті виявлено значну кількість сторінок, які мають проблеми з індексацією та можуть впливати на загальну ефективність SEO.

Основні проблеми стосуються сторінок із редіректами (301 і 302), які витрачають ресурс сканування (Crawl Budget) і створюють плутанину в структурі сайту.

Розподіл індексованості ?



Неіндексований	841
Індексується	753
Індексується, але дублюється	44





Розподіл статусів індексації URL-адрес сайту, що показує частки індексованих, неіндексованих та інших сторінок у структурі сайту.

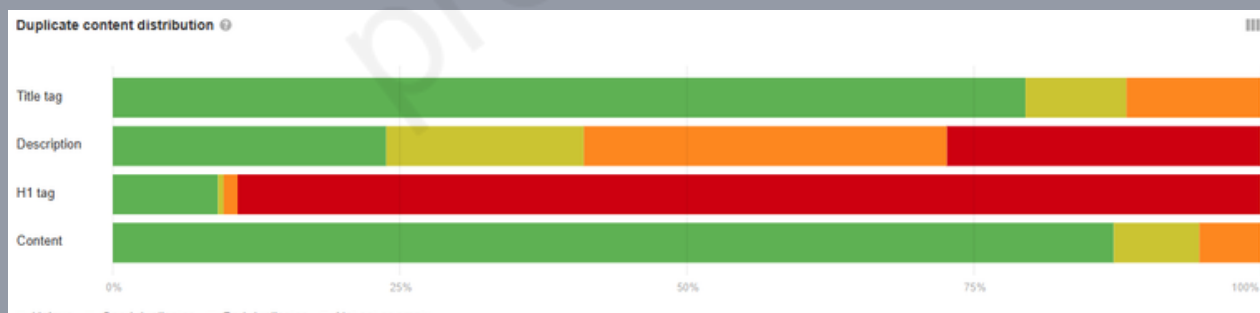
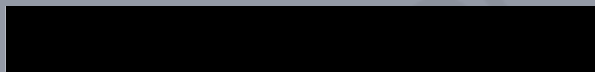
У ході аудиту було виявлено значну кількість сторінок із дублюванням контенту, мета-тегів (title, meta description) та заголовків H1. Такі дублікати створюють додаткове навантаження на пошукові системи, знижують ефективність індексації та конкуренцію між сторінками за релевантність у пошукових системах.

ОСНОВНІ РЕЗУЛЬТАТИ

- Загальна кількість дубльованих сторінок: 37 (за таблицю, посилання додається).
- Типи дублювання:
 - Дублювання контенту: виявлено сторінки з повністю ідентичним контентом.
 - Дубльовані title та meta description: значна кількість сторінок мають однакові мета-теги, що знижує ефективність унікальної оптимізації.
 - Дубльовані H1: однакові заголовки H1 на різних сторінках, що збиває пошукові системи.

Причини виникнення

- Відсутність тегів <link rel="canonical">, що вказують на основну сторінку.
- Налаштування внутрішніх посилань на дубльовані URL.
- Дублювання контенту через однаковий зміст або автоматичне створення сторінок.



РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО УСУНЕННЯ

1. Для дубльованого контенту

- Встановити тег `<link rel="canonical">` для дубльованих сторінок, який вказуватиме на основний URL.
- Видалити зайві сторінки, якщо вони не потрібні, або налаштувати 301 редірект.

2. Для дубльованих мета-тегів

- Унікалізувати мета-дані (title, meta description) для кожної сторінки.
- Для малозначущих сторінок можна встановити тег `<meta name="robots" content="noindex">`.

3. Для дубльованих H1

- Змінити заголовки H1, щоб вони відображали різний зміст кожної сторінки.

4. Оновлення sitemap.xml

- Виключити з файлу дубльовані URL, залишивши лише основні сторінки.

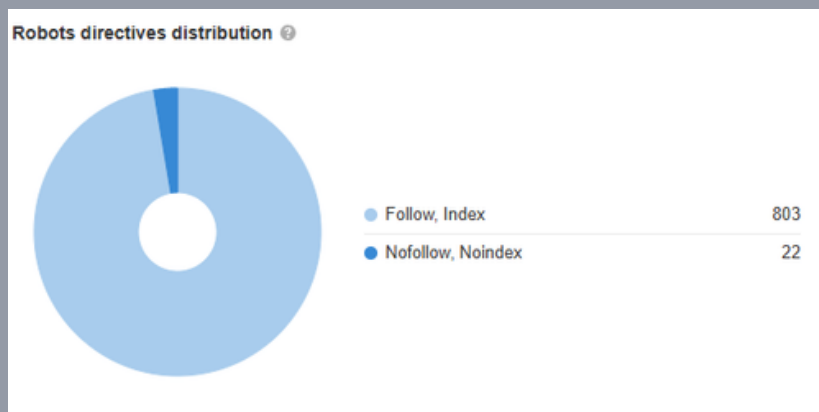
5. Оптимізація внутрішніх посилань

- Оновити внутрішні посилання, щоб вони вели до основних сторінок без дублювання.

ОЧІКУВАНИЙ РЕЗУЛЬТАТ

- Зменшення дублювання на сайті.
- Покращення релевантності сторінок у пошуковій видачі.
- Ефективніше використання Crawl Budget пошукових систем.
- Поліпшення користувацького досвіду через більш логічну структуру сайту.

АНАЛІЗ ФАЙЛІВ ROBOTS.TXT ТА SITEMAP.XML.



Розподіл директив Robots.txt на сайті, де більшість сторінок (803) дозволені для індексації (Follow, Index), тоді як 22 сторінки позначені як Noindex або Nofollow, що обмежує їхню доступність для пошукових систем.

ROBOTS.TXT

ОГЛЯД ДИРЕКТИВ DISALLOW ТА ALLOW

У файлі robots.txt було виявлено коректне блокування системних папок і технічних сторінок, що не повинні індексуватися. Наприклад:

- Disallow:
 - Заборонено доступ до системних папок, таких як /administrator/, /components/, /modules/ тощо.
 - Заблоковані сторінки з параметрами (/?*), що запобігає дублюванню динамічних URL.
 - Заборонено індексацію тегів (/tags/) і технічних сторінок, таких як /thankpage.html.
- Allow:
 - Дозволено доступ до XML-карт сайту:
 - Наприклад, Allow: /component/osmap/?view=xml&id=1&lang=ru.
 - Дозволено індексацію зображень через Allow: /images/.

Налаштування robots.txt виглядає коректним. Важливі папки та сторінки захищені від індексації, водночас доступ до потрібних ресурсів відкритий.

Але у файлі robots.txt вказані sitemap.xml для домену [REDACTED], який перенаправляється на [REDACTED]. Зайві посилання можуть витратити ресурси сканування пошукових систем, перенаправляючи їх із домену [REDACTED]. Тож краще це видалити.

SITEMAP

Файл sitemap.xml на перший погляд відповідає структурі сайту, але є кілька суттєвих недоліків, які можуть негативно впливати на індексацію сторінок.

1. У файлі відсутній стандартний тег `<loc>`, який є обов'язковим для правильної роботи XML sitemap.
2. Карта сайту містить дублюючі посилання та URL, які ведуть на сторінки з редіректами (301, 302), що суперечить рекомендаціям пошукових систем.
3. Відсутнє чітке налаштування частоти оновлення (`<changefreq>`) та пріоритету (`<priority>`), що знижує ефективність карти сайту.

ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ

1. Посилання на редіректи:
 - У sitemap.xml виявлено велику кількість URL, які ведуть на сторінки з редіректами.
 - Це створює зайве навантаження на Crawl Budget і ускладнює індексацію сайту.
2. Відсутність стандартних XML-тегів:
 - У файлі не використовуються основні теги XML, такі як `<loc>`, `<lastmod>`, `<changefreq>` і `<priority>`. Це знижує зрозумілість карти для пошукових систем.
3. Можливе дублювання сторінок:
 - Деякі URL у карті сайту дублюються через наявність мовних версій або технічних параметрів.

РЕКОМЕНДАЦІЇ

1. Створити нові XML-карти сайту:

- Найефективніше рішення — створити нові карти сайту.
- У нових картах слід:
 - Використовувати стандартні теги (<loc>, <lastmod>, <changefreq>, <priority>).
 - Видалити посилання на сторінки з редіректами (301, 302) та технічні сторінки.
 - Розділити карти за мовами (наприклад, sitemap-ua.xml, sitemap-en.xml).

2. Виключити зайві URL:

- Виключити сторінки, які не мають індексуватися (наприклад, /admin/, /tags/, сторінки з параметрами).
- Переконалися, що в карту включені лише важливі сторінки: послуги, категорії, блог, контакти.

3. Оптимізувати структуру карти:

- Пріоритет сторінок налаштувати відповідно до їх важливості:
 - Головна: 1.0.
 - Сторінки послуг: 0.8.
 - Другорядні сторінки: 0.5.
- Частота змін має відповідати типу сторінки:
 - Статичні сторінки (about, контакти): monthly.
 - Динамічні сторінки (новини, блог): weekly.

ОЧІКУВАНИЙ РЕЗУЛЬТАТ

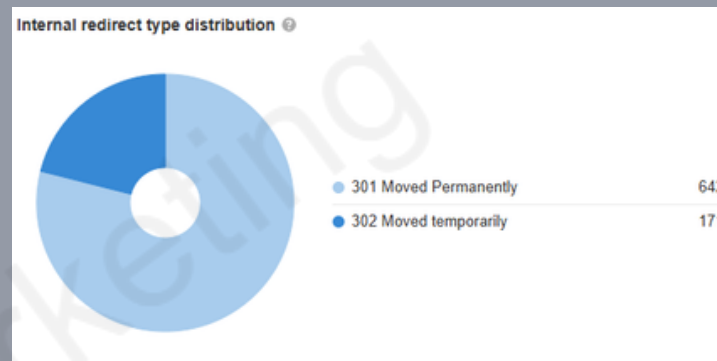
- Покращення індексації сайту пошуковими системами.
- Видалення зайвих сторінок з індексації.
- Зменшення зайвого навантаження на Crawl Budget.
- Зрозуміла та ефективна структура карт сайту для всіх мовних версій.

ВІЯВЛЕННЯ СТОРІНОК ІЗ ПОМИЛКАМИ ІНДЕКСАЦІЇ (404, 301, 302).

На сайті виявлено низку проблем із індексацією, зокрема велику кількість редіректів:

- 301 редіректів: 642 сторінки.
- 302 редіректів: 171 сторінка.

Хоча ці сторінки не індексуються завдяки атрибутам noindex/nofollow, вони створюють зайве навантаження. Крім того, 302 редіректи ведуть на сторінки з помилкою 404, що додатково ускладнює структуру сайту.



ПРОБЛЕМИ 301 РЕДІРЕКТІВ

Проблема:

Сторінки з 301 редіректами не знаходяться в індексі, але створюють зайве навантаження:

- Ці редіректи перенаправляють на кінцеві URL, проте самі сторінки залишаються в структурі сайту або використовуються у внутрішніх посиланнях.
- Проблеми:
 - Пошукові роботи витрачають час на сканування таких URL, замість того щоб концентруватися на кінцевих сторінках.
 - Можливе ускладнення передачі "ваги посилань".

Рекомендації:

- Видалити всі сторінки з 301 редіректами з файлу sitemap.xml.
- Оновити внутрішні посилання, щоб вони вели безпосередньо на кінцеві URL.
- Перевірити та оптимізувати ланцюжки редіректів, залишивши лише один редірект до кінцевої сторінки.
- У кінцевих URL додати канонічні теги для уникнення дублікатів.

ПРОБЛЕМИ 302 РЕДІРЕКТІВ

Проблема:

Виявлено редіректи, які ведуть на сторінки з помилкою 404:

- Ці редіректи не тільки створюють зайве навантаження, але й плутають пошукові роботи, оскільки кінцева сторінка не існує.

Рекомендації:

- Замість 302 використовувати 301, якщо кінцевий URL існує.
- Видалити всі редіректи, які ведуть на 404 (171 шт.).
- Оновити всі внутрішні посилання, які ведуть на ці редіректи, щоб вони вели на релевантні сторінки.
- Для сторінок, що більше не існують, налаштувати коректний статус 404 або 410 (видалена сторінка).

Вплив noindex/nofollow

Незважаючи на ці атрибути, пошукові роботи все одно сканують такі сторінки, якщо вони містять редіректи. Це спричиняє зайве витрачання Crawl Budget та плутанину в структурі сайту.

Аналіз ланцюжків редіректів

У процесі аналізу було виявлено ланцюжки редіректів, які містять більше одного переходу. Наприклад, URL <http://www.██████████> проходить через три редіректи, перш ніж потрапити на кінцеву сторінку:

- <http://www.██████████/> → <http://██████████> → <https://██████████>

ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ЛАНЦЮЖКІВ РЕДІРЕКТІВ

1. Зайве навантаження на пошукових роботів:
 - Пошукові системи витрачають більше ресурсів на сканування кількох редіректів, що може негативно впливати на загальну ефективність індексації.
2. Втрати "ваги посилань" (Link Equity):
 - Чим більше редіректів у ланцюжку, тим більше посилальна вага втрачається на кожному переході.
3. Погіршення швидкості завантаження:
 - Користувачі можуть відчувати затримки через кілька перенаправлень.

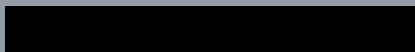
РЕКОМЕНДАЦІЇ

1. Оптимізувати ланцюжки редіректів:
 - Замінити всі ланцюжки на один прямий редірект. Наприклад:
 - <http://www.██████████> <https://██████████> (один 301 редірект).
2. Перевірити внутрішні та зовнішні посилання:
 - Оновити всі посилання, які ведуть на проміжні URL, щоб вони безпосередньо вели на кінцеву сторінку.
3. Налаштувати сервер:
 - Встановити правила редіректів, які скорочують зайві переходи.

ОЧІКУВАНИЙ РЕЗУЛЬТАТ

- Скорочення кількості редіректів до одного на кожен URL.
- Зменшення навантаження на Crawl Budget.
- Покращення швидкості завантаження сторінок.
- Збереження "ваги посилань" для підвищення SEO-ефективності.

Нижче представлені посилання на таблиці з усіма сторінками, що містять редіректи.



URL – АДРЕСИ

ПЕРЕВІРКА КОРЕКТНОСТІ ТА ЧИТАБЕЛЬНОСТІ URL

Аналіз URL-адрес показав низку проблем у їхній структурі, довжині та ієрархії. Виявлені проблеми можуть впливати на зручність користування сайтом, SEO та ефективність індексації. Основні проблеми стосуються довгих URL, надмірної вкладеності, відсутності батьківських сторінок у структурі та технічних елементів, які знижують читабельність.

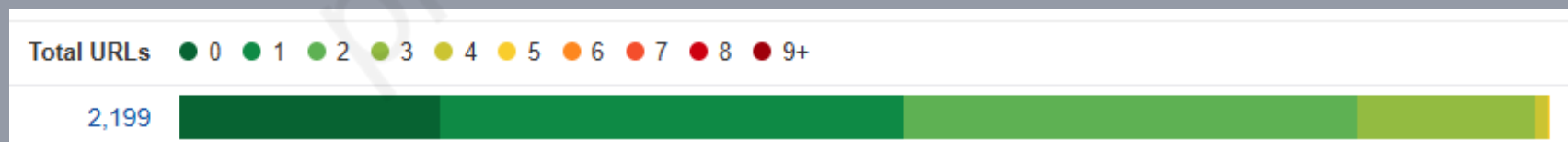
ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ URL

Надмірна довжина URL

- Виявлено URL, які перевищують 75 символів (239 сторінок)
- Довгі URL створюють труднощі в користуванні, погано читаються, можуть впливати на ефективність SEO.

Глибока вкладеність (більше 3 рівнів)

Багато URL мають 4 і більше рівнів вкладеності (246 сторінок). Це ускладнює структуру сайту як для пошукових систем, так і для користувачів.



Співвідношення кількості сторінок різних рівнів вкладеності.

Відсутність батьківських сторінок

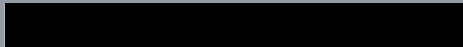
- У кожній мовній версії сайту виявлені підсторінки, чиї батьківські сторінки відсутні, наприклад:
 - UA версія: [REDACTED]

Проблеми з читабельністю URL

- URL містять технічні елементи (poslugi-3, otrasli-2), які не несуть семантичного значення для користувачів або пошукових систем.

Використання неунікальних і малозрозумілих назв

- Наприклад, "1260-korektor-shtatna-pozytsiia" або довгі слова в URL, які не відповідають правилам оптимізації.



URL	Проблема 1	Проблема 2	Проблема 3
[REDACTED] tera/			Підсторінка без батьківської сторінки
[REDACTED] tera/a			Підсторінка без батьківської сторінки
[REDACTED] tera/a	Надмірна вкладеність		Підсторінка без батьківської сторінки
[REDACTED] tera/o			Підсторінка без батьківської сторінки
[REDACTED] tera/o	Надмірна вкладеність		Підсторінка без батьківської сторінки
[REDACTED] -prod			Підсторінка без батьківської сторінки
[REDACTED] tera/o	Надмірна вкладеність	надто довгий URL	Підсторінка без батьківської сторінки
[REDACTED] -rabo			
[REDACTED] tera/v	Надмірна вкладеність		Підсторінка без батьківської сторінки

РЕКОМЕНДАЦІЇ

1. Обирати важливі сторінки для оптимізації.

- Не всі URL потребують змін. Варто фокусуватися на ключових сторінках із високим трафіком або важливих для SEO.

2. Спрощувати URL

- Видалити всі технічні сегменти ("poslugi-3", "otrasli-2"), якщо це можливо без втрати смислу.
- Змінити слова на більш прості та короткі, наприклад, "medichniy-pereklad" замість "otrasli-2/medichniy-pereklad".

3. Оптимізувати структуру

- Не всі підсторінки логічно зв'язані з батьківськими розділами - варто переглянути структуру.
- Створити батьківські сторінки для підсторінок, де це необхідно.

4. Використовувати коректні редіректи

- Для змінених URL налаштувати 301 редіректи на нові сторінки, щоб уникнути втрат у SEO.

5. Впровадження семантичної логіки

- Замість технічних сегментів додати семантично значущі елементи.

6. Оновити внутрішні посилання

- Після змін у структурі URL перевірити та оновити всі внутрішні посилання, щоб вони вели на актуальні сторінки.

7. Контрольні зміни

- Після впровадження змін відстежити, як вони впливають на позиції сайту та Crawl Budget у пошукових системах.

Очікуваний результат: ці зміни забезпечать покращення користувацького досвіду, підвищать релевантність сторінок у пошуковій видачі та спростять структуру сайту, полегшуючи його індексацію.

ШВИДКІСТЬ ЗАВАНТАЖЕННЯ

АНАЛІЗ АНРЕFS

ОСНОВНІ ПОКАЗНИКИ

1. Time to First Byte (TTFB)

- Повільний (300–500мс): 741 сторінка.
- Дуже повільний (понад 500 мс): 78 сторінок.

2. Load Time Distribution (час завантаження)

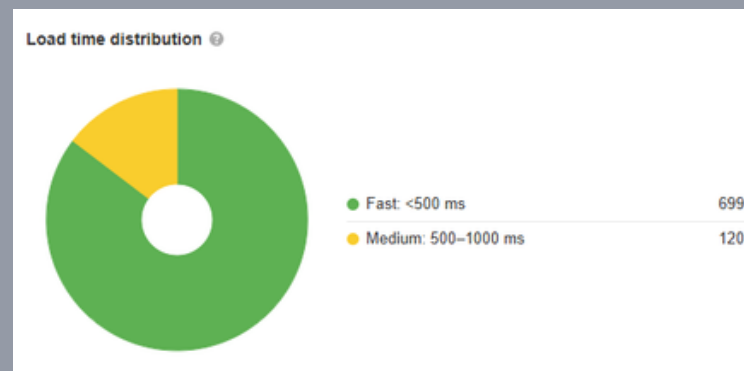
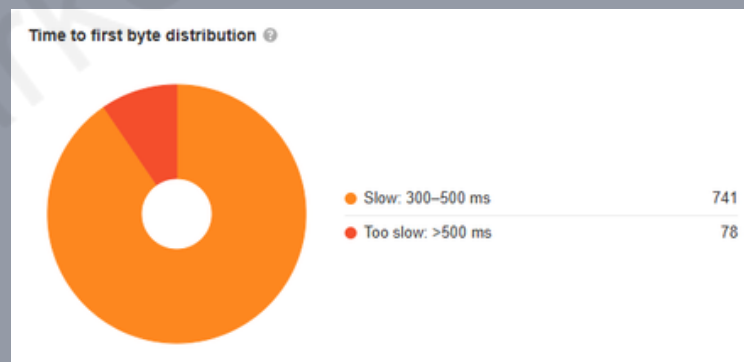
- Швидке завантаження (<500 мс): 699 сторінок.
- Середнє завантаження (500–1000 мс): 120 сторінок.

3. Розмір файлів

- Легкі (<100 KB): Усі сторінки відповідають стандарту, що добре для SEO.

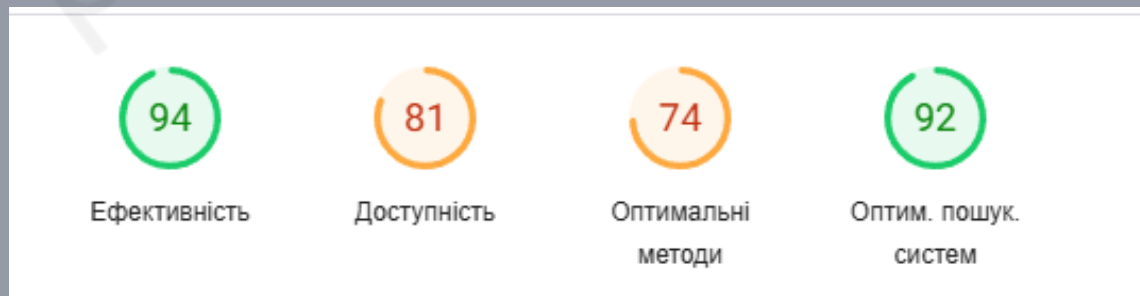
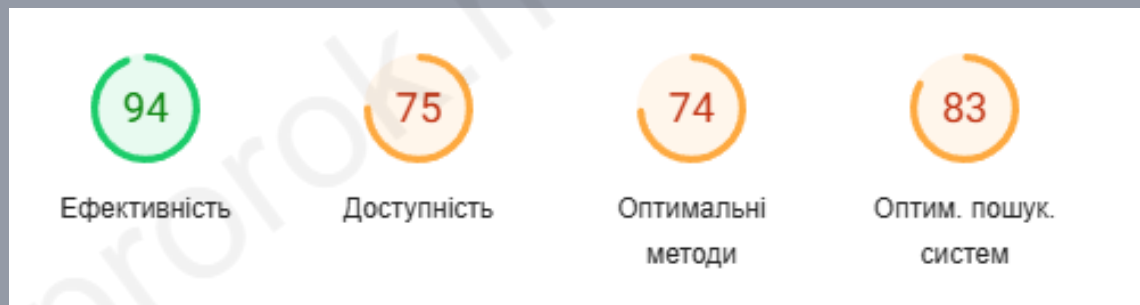
4. Content Encoding

- Використовується стиснення Brotli для всіх сторінок, що позитивно впливає на швидкість завантаження.



АНАЛІЗ ТОП-СТОРІНОК У PAGESPEED INSIGHTS

URL	% ОРГАНІЧНОГО ТРАФІКУ	ЧОМУ ВАЖЛИВА
https://[REDACTED]	47	найбільше трафіку з Google
https://[REDACTED]	7	трафік + головна сторінка україномовної версії



ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ

1. Неефективне завантаження ресурсів

- Виявлено затримку через використання нестиснутих і великих файлів, які перевищують рекомендований розмір.
- Визначено ресурси, що блокують відображення (CSS та JavaScript).

2. Оптимізація зображень

- Деякі зображення не стискаються або використовуються без сучасних форматів (наприклад, WebP).

3. Кешування

- Відсутність тривалого кешування деяких ресурсів, що збільшує час завантаження для повторних користувачів.

4. Неоптимальний порядок виконання скриптів

- Деякі скрипти завантажуються на етапах, що уповільнюють відображення сторінки.

ПОКАЗНИКИ	
● First Contentful Paint	■ Largest Contentful Paint
0,9 с	1,4 с
● Total Blocking Time	● Cumulative Layout Shift
80 мс	0
● Speed Index	
1,3 с	

██████████.UA

ПОКАЗНИКИ

● First Contentful Paint

0,9 с

● Total Blocking Time

40 мс

● Speed Index

1,2 с

■ Largest Contentful Paint

1,5 с

● Cumulative Layout Shift

0.002

/UA/

● Largest Contentful Paint (LCP)

0,9 с

● Interaction to Next Paint (INP)

63 мс

● Cumulative Layout Shift (CLS)

0,01

ІНШІ ВАЖЛИВІ ПОКАЗНИКИ

● First Contentful Paint (FCP)

0,8 с

● Time to First Byte (TTFB) [Δ](#)

0,5 с

.UA

● Largest Contentful Paint (LCP)

0,9 с

● Interaction to Next Paint (INP)

63 мс

● Cumulative Layout Shift (CLS)

0,01

ІНШІ ВАЖЛИВІ ПОКАЗНИКИ

● First Contentful Paint (FCP)

0,8 с

● Time to First Byte (TTFB) [Δ](#)

0,5 с

.UA/UA/

РЕКОМЕНДАЦІЇ

1. Оптимізація ресурсів

- Впровадити стиснення зображень (JPEG 2000, JPEG XR, WebP).
- Зменшити розмір файлів CSS та JavaScript, використовуючи мінімізацію та об'єднання.

2. Зменшення ресурсів, що блокують рендеринг

- Відкласти виконання скриптів, які не є критично важливими (lazy-loading для JavaScript).
- Винести CSS-код у критичний шлях або використовувати inline-стилі для початкового відображення.

3. Покращення кешування

- Встановити довгострокове кешування для статичних ресурсів (наприклад, 6–12 місяців).

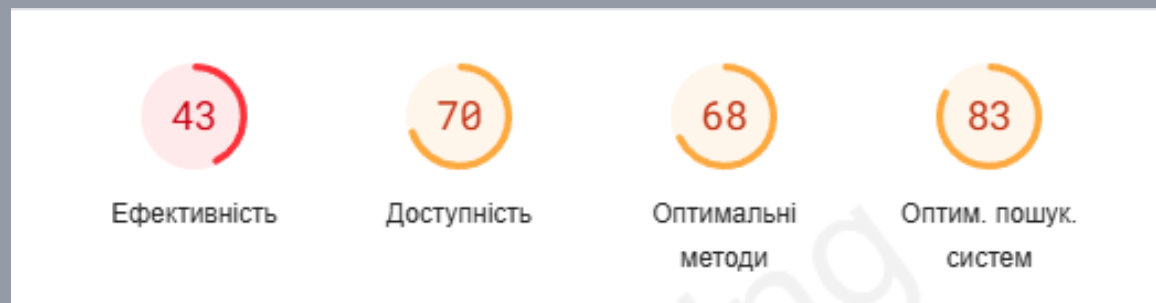
4. Впровадження сучасних форматів

- Замінити формати зображень на WebP, щоб зменшити їх розмір і прискорити завантаження.

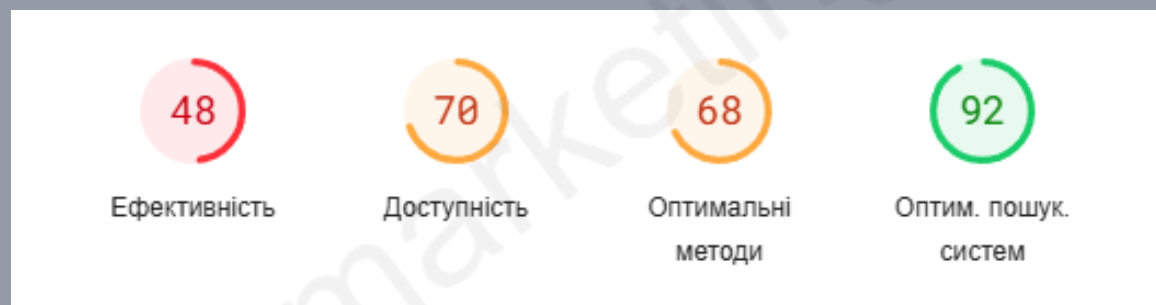
5. Пріоритезація завантаження

- Забезпечити пріоритетне завантаження важливих ресурсів через атрибути preload.

██████████UA
(МОБІЛЬНА)



██████████/UA/
(МОБІЛЬНА)



ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ

1. Рендер-блокуючі ресурси

- CSS і JavaScript файли блокують швидкість відображення основного контенту.

2. Оптимізація зображень

- Багато зображень не стискаються в сучасних форматах (JPEG 2000, WebP тощо).

3. Зменшення невикористаних ресурсів

- Виявлено великий обсяг невикористаного CSS і JavaScript.

4. Затримки через шрифти

- Завантаження шрифтів сповільнює відображення текстового контенту.

5. Неоптимізовані розміри ресурсів:

- Великий обсяг файлів збільшує час завантаження.

6. Повільний Time to First Byte (TTFB):

- Показник перевищує 500 мс (1.7 с). Це створює затримку для всіх наступних дій.

РЕКОМЕНДАЦІЇ

1. Оптимізувати ресурси

- Використовувати стиснення файлів CSS, JavaScript і зображень.
- Впровадити lazy-loading для зображень і нерелевантного контенту.

2. Мінімізувати рендер-блокуючі ресурси

- Відкласти виконання JavaScript (asynchronous loading).
- Інтегрувати критичний CSS у HTML.

3. Оптимізація Time to First Byte (TTFB)

- Налаштувати серверне кешування.
- Використовувати Content Delivery Network (CDN) для пришвидшення завантаження.

4. Використовувати сучасні формати зображень

- Замінити JPEG і PNG на WebP.

5. Оптимізувати шрифти

- Впровадити шрифти із меншою вагою та за потреби використовувати local font caching.

6. Пріоритезація завантаження

- Забезпечити пріоритет для основного контенту (Critical Rendering Path).

7. Перевірити сторінки з високим трафіком

- Зосередитися на оптимізації сторінок із найбільшим відсотком відмов.

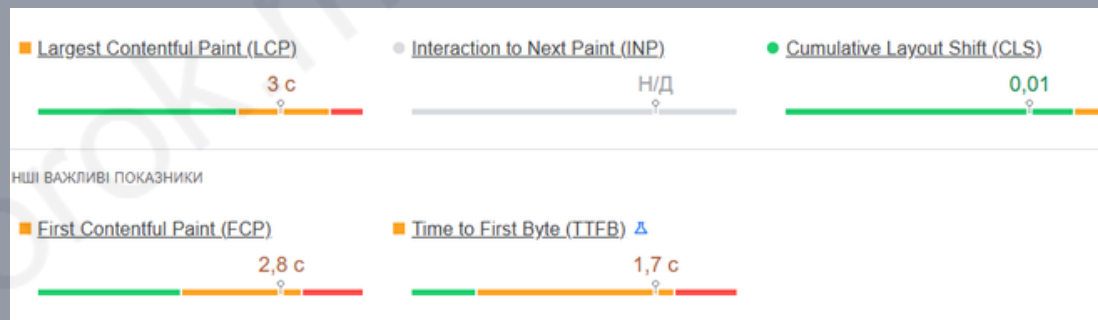
████████.UA
(МОБІЛЬНА)

ПОКАЗНИКИ	
▲ First Contentful Paint	▲ Largest Contentful Paint
3,6 с	4,8 с
▲ Total Blocking Time	● Cumulative Layout Shift
3 230 мс	0.002
■ Speed Index	
3,7 с	

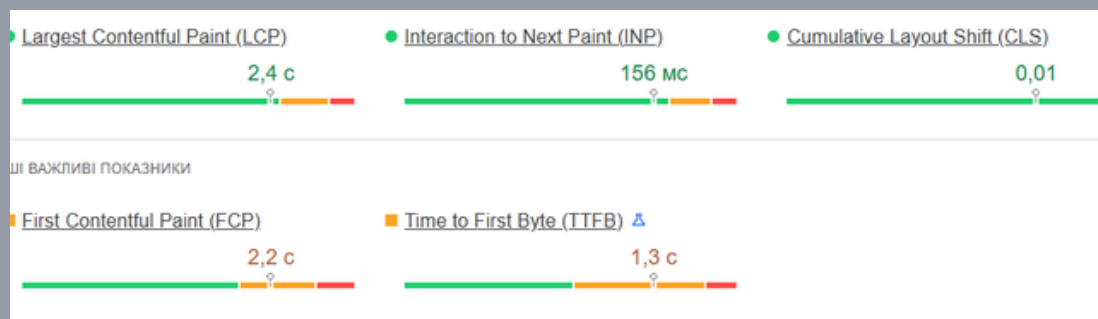
████████UA/UA/
(МОБІЛЬНА)

ПОКАЗНИКИ	
▲ First Contentful Paint	▲ Largest Contentful Paint
4,1 с	5,0 с
▲ Total Blocking Time	● Cumulative Layout Shift
1 790 мс	0.008
■ Speed Index	
4,1 с	

████████.UA
(МОБІЛЬНА)

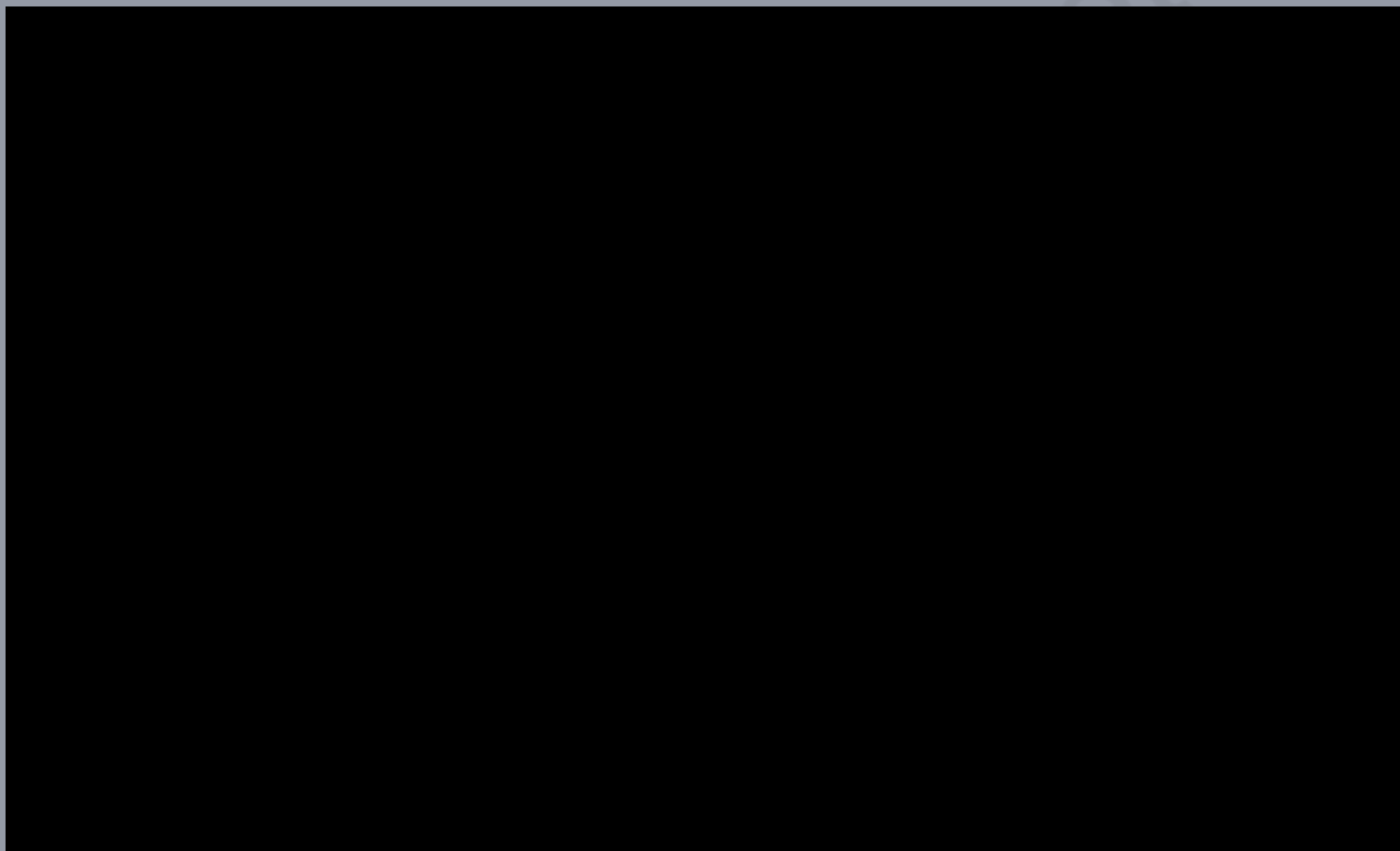


████████UA/UA/
(МОБІЛЬНА)



МОБІЛЬНА ОПТИМІЗАЦІЯ

ПЕРЕВІРКА АДАПТИВНОСТІ САЙТУ



Мобільна версія сайту потребує значної оптимізації як у технічному, так і в юзабіліті аспектах. Основні проблеми включають малий розмір шрифтів, незручні кнопки, некоректну роботу меню, горизонтальну прокрутку та неадаптовані зображення. Важливо виправити ці недоліки, щоб покращити зручність використання сайту та його позиції в пошукових системах.

КЛЮЧОВІ ТЕХНІЧНІ ПРОБЛЕМИ ТА ЇХ ВПЛИВ

1.Зображення та мультимедіа

- Багато зображень некоректно оптимізовано під мобільні пристрої.

2.JavaScript і CSS

- Високе використання блокуючих ресурсів.
- Немає використання lazy-loading для зображень і скриптів.

3.Доступність

- Відсутність адаптивного дизайну для деяких елементів.
- Шрифти та елементи управління надто малі для комфортного використання.

РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ

1.Оптимізація зображень

- Конвертувати зображення у формат WebP.
- Реалізувати lazy-loading для зображень.

2.JavaScript і CSS

- Мінімізувати та об'єднати файли CSS і JS.

3.Підтримка мобільного інтерфейсу

- Змінити розміри кнопок і шрифтів для зручності користувачів.
- Забезпечити коректне відображення вмісту на різних розмірах екрану.

4.Покращення продуктивності

- Зменшити використання великих ресурсів.
- Впровадити HTTP/2 для більш швидкого завантаження ресурсів.

ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ У ЮЗАБІЛІТІ

1. Розмір шрифту

- Багато текстових елементів мають занадто малий розмір шрифту (менше 16px), що ускладнює читання на мобільних пристроях.

2. Розмір кнопок і елементів управління

- Кнопки та інтерактивні елементи (наприклад, посилання на соцмережі) занадто малі та розташовані занадто близько один до одного, що може призводити до випадкових натискань.

3. Меню-гамбургер

- Меню не відкривається належним чином або працює некоректно на мобільних пристроях, що ускладнює навігацію.

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ОПТИМІЗАЦІЇ

1. Збільшити розмір шрифту

- Використовувати мінімальний розмір шрифту 16px для основного тексту та 18px для заголовків.
- Забезпечити достатній міжрядковий інтервал (line-height не менше 1.5).

2. Збільшити кнопки і відстань між елементами.

3. Виправити роботу меню-гамбургера

- Забезпечити, щоб меню відкривалося коректно та працювало плавно.
- Додати функцію закриття меню при натисканні за межі меню.

SSL – СЕРТИФІКАТ

ПЕРЕВІРКА КОРЕКТНОСТІ НАЛАШТУВАННЯ HTTPS

	Server	Test time	Grade
1	web503.default-host.net Ready	Sun, 24 Nov 2024 07:04:50 UTC Duration: 164.15 sec	B
2	web503.default-host.net Ready	Sun, 24 Nov 2024 07:07:34 UTC Duration: 163.767 sec	B

Перевірка SSL-сертифіката сайту через SSL Labs Test виявила, що сервери отримали оцінку Grade B, що свідчить про певні недоліки в налаштуванні захищеного з'єднання. Основними причинами є використання застарілих алгоритмів шифрування та можливі проблеми з ланцюгом сертифікатів. Також варто звернути увагу на підтримку сучасних протоколів, таких як TLS 1.3, та оптимізувати використання актуальних шифрів, які забезпечують вищий рівень безпеки.

Для покращення показників рекомендується перевірити та оновити налаштування серверів, зокрема вимкнути застарілі протоколи та шифри, впровадити підтримку сучасних алгоритмів шифрування, таких як AES-GCM чи ChaCha20, та перевірити коректність ланцюга сертифікатів.

ПРОБЛЕМА З РЕДИРЕКТНИМ ЛАНЦЮЖКОМ

URL [REDACTED] / має зайвий редиректний крок:

1. Початковий URL [REDACTED].ua/ (HTTP) перенаправляє на [REDACTED]
2. Потім відбувається ще один редирект на [REDACTED].

Вплив на безпеку та ефективність

- Безпека: зайві редиректи можуть створювати додаткові ризики для передачі даних, оскільки користувачі тимчасово потрапляють на HTTP.
- Час завантаження: більше редиректів — довший час очікування для користувачів.
- SEO: пошукові системи можуть витратити більше ресурсів на сканування, що знижує ефективність індексації.

Рекомендація

- Скоротити редиректи: налаштувати одразу прямий редирект із [REDACTED] на [REDACTED]

ВІЯВЛЕННЯ ЗМІШАНОГО КОНТЕНТУ (MIXED CONTENT)

Змішаний контент виникає, коли сторінка завантажується через HTTPS, але на неї підключені ресурси через небезпечний протокол HTTP. Це може включати зображення, CSS, JavaScript або інші елементи, що створює ризик безпеки для користувачів і може негативно впливати на SEO.

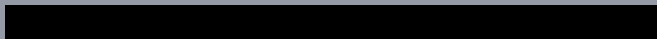
ОСНОВНІ РЕЗУЛЬТАТИ АНАЛІЗУ (НА ОСНОВІ НАДАНОЇ ТАБЛИЦІ)

1. Типи ресурсів зі змішаним контентом

- Зображення (Linked Images): Частина зображень підключається через HTTP.
- CSS-файли (Linked CSS): Деякі стилі завантажуються по незахищеному протоколу.
- JavaScript-файли (Linked JavaScripts): Також присутні скрипти, які підключаються через HTTP.

2. Основні ризики

- Небезпечне підключення: Дані користувачів можуть бути перехоплені.
- Відсутність довіри: Браузери можуть показувати попередження про небезпечний вміст.
- SEO-проблеми: Змішаний контент може негативно впливати на рейтинг сторінки в пошукових системах.



РЕКОМЕНДАЦІЇ

1. Замінити HTTP на HTTPS

- Перевірити всі ресурси (зображення, CSS, JavaScript) і змінити посилання на захищений протокол HTTPS.

2. Використання відносних шляхів

- Для внутрішніх ресурсів рекомендується використовувати відносні шляхи замість абсолютних.

3. Перевірка сторонніх ресурсів

- Якщо змішаний контент викликаний сторонніми ресурсами (шрифти, API), знайти їх HTTPS-версії або розглянути альтернативи.

4. Автоматична перевірка

- Налаштувати сканування сайту за допомогою SEO-інструментів (Ahrefs, Screaming Frog) для виявлення змішаного контенту на регулярній основі.

ВНУТРІШНІ ПОСИЛАННЯ

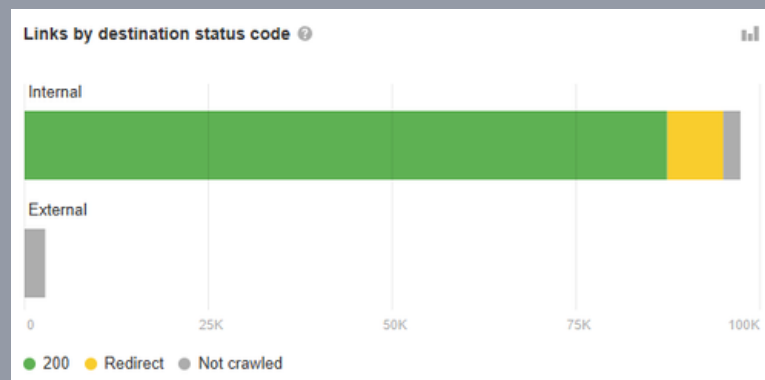
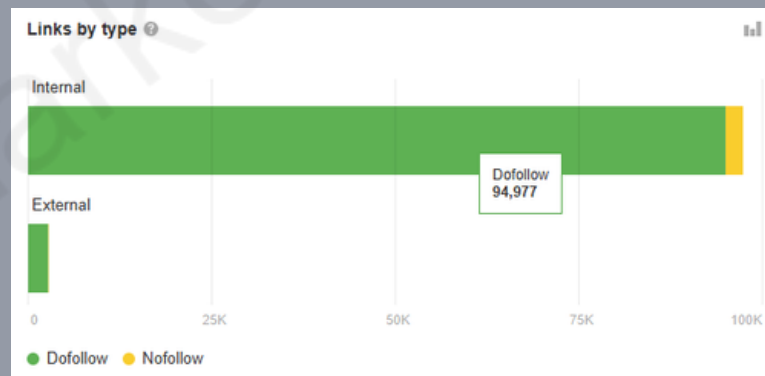
АНАЛІЗ КІЛЬКОСТІ ТА ЯКОСТІ ВНУТРІШНІХ ПОСИЛАНЬ

ЗАГАЛЬНІ ДАНІ

- Загальна кількість внутрішніх посилань: 97,353.
- Успішно працюючі посилання (200 статус): 87,405.
- Посилання, які ведуть через редиректи (301, 302): 7,599.
- Посилання, які не були проіндексовані:
 - Не скановані: 2,349.
 - Заблоковані через robots.txt: 1,866.

РОЗПОДІЛ ЗА АТРИБУТАМИ

- DoFollow посилання: 94,977.
- NoFollow посилання: 2,376.



ЗАГАЛЬНИЙ РОЗПОДІЛ АНКОРІВ

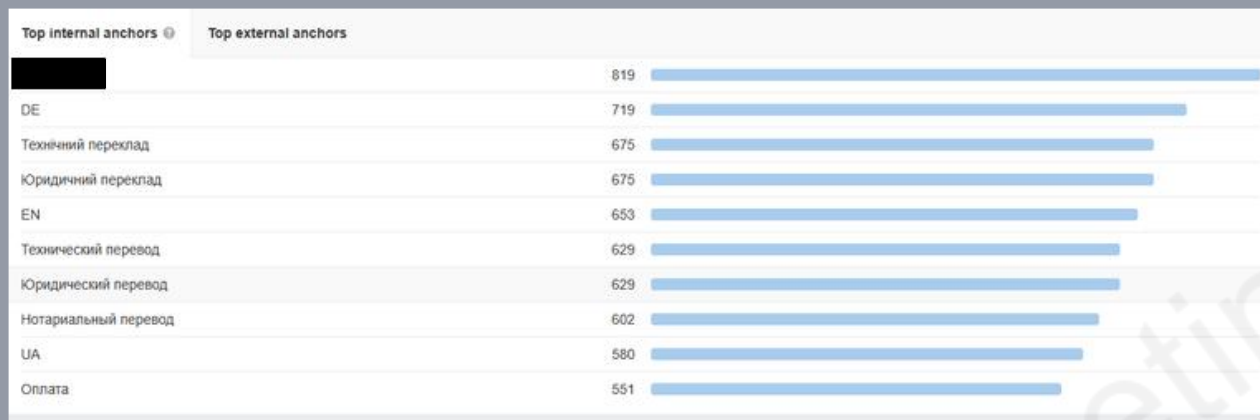
- Описові анкори (87,597): основна частина анкорів є релевантними й описовими, що позитивно впливає на розуміння пошуковими системами змісту сторінок, до яких ведуть посилання.
- Короткі/недостатньо описові анкори (12,564): виявлено значну кількість анкорів, які містять лише одне слово або аббревіатуру. Це обмежує інформативність і знижує релевантність.
- Неописові анкори (8): числа, символи або нерелевантні тексти зустрічаються рідко, але їх слід замінити, оскільки вони не додають цінності.

ВПЛИВ НА SEO ТА КОРИСТУВАЦЬКИЙ ДОСВІД

- Позитивні моменти: високий відсоток описових анкорів свідчить про добру оптимізацію. Це сприяє кращому індексуванню сторінок, підвищенню їхньої видимості у пошуку й релевантності.
- Негативні моменти: недостатньо описові анкори, представлені числами або короткими словами, знижують ефективність внутрішніх посилань і можуть плутати користувачів.

РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ

- Оновлення коротких анкорів: замість коротких слів або чисел використовувати більш описові тексти. Наприклад, замінити "Документи" на "Переглянути процес легалізації документів".
- Виправлення некоректних анкорів: Порожні анкори мають бути заповнені відповідним текстом.

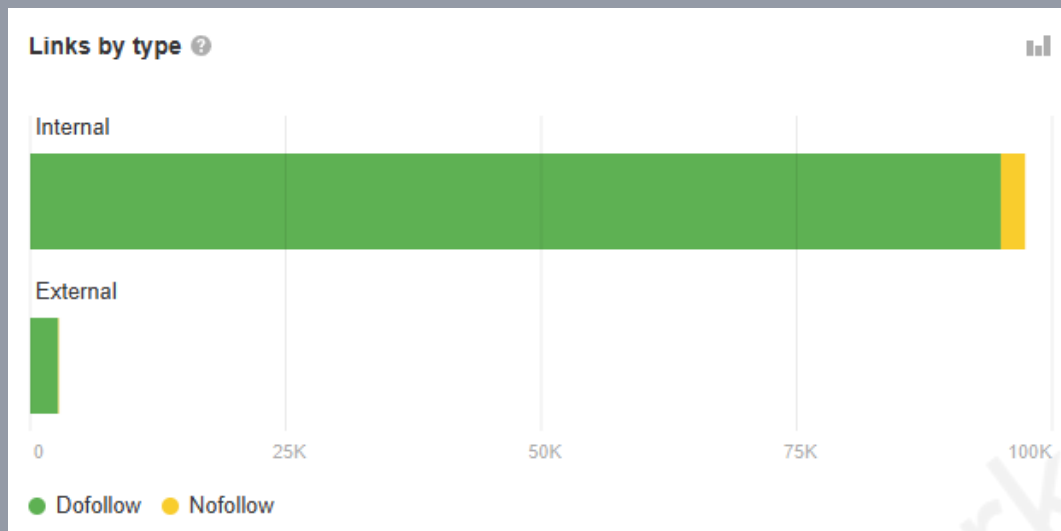


Діаграма демонструє найбільш часто використовувані внутрішні анкори, серед яких лідерами є [redacted] (819), "DE" (719) та "Технічний переклад" (675), що вказує на пріоритетні напрями посилальної стратегії.

АНАЛІЗ ПОСИЛАНЬ DOFOLLOW ТА NOFOLLOW

ЗАГАЛЬНИЙ РОЗПОДІЛ

- DoFollow посилання: 97.62% від загальної кількості посилань. Цей високий показник свідчить про те, що переважна більшість посилань на сайті передають вагу (link equity) на цільові сторінки. Це є ключовим фактором для внутрішньої SEO-оптимізації, оскільки сприяє кращому розподілу рейтингової сили між сторінками.
- NoFollow посилання: 2.38% від загальної кількості. Це порівняно невеликий відсоток, що вказує на обмежене використання посилань, які не передають вагу. Такі посилання зазвичай використовуються для службових сторінок, зовнішніх ресурсів або для запобігання передачі рейтингової сили сторінкам, які не мають SEO-цінності.



Діаграма відображає співвідношення типів посилань на сайті, де переважна більшість (94,977) є Dofollow, що сприяє передачі ваги сторінкам, а лише незначна частка — Nofollow.

ОЦІНКА РОЗПОДІЛУ

- Позитивні аспекти
 - Високий відсоток DoFollow посилань створює ефективну систему внутрішніх посилань, яка сприяє покращенню індексації важливих сторінок пошуковими системами.
 - Це допомагає збалансовано передавати SEO-вагу між сторінками, забезпечуючи їхню релевантність і видимість у пошукових системах.
- Можливі ризики
 - Невелика кількість NoFollow посилань може свідчити про відсутність чіткої стратегії щодо управління передачею ваги. Це може вплинути на службові сторінки (наприклад, сторінки "Політика конфіденційності" або "Контакти"), які зазвичай не мають отримувати вагу.
 - Використання лише DoFollow посилань може призвести до потенційних ризиків спаму або неефективного використання SEO-ресурсів.

ВИЯВЛЕННЯ БИТИХ ВНУТРІШНІХ ПОСИЛАНЬ

На основі аналізу сайту не було знайдено прямих внутрішніх посилань, що ведуть на сторінки з кодом 404. Однак, виявлено проблему з редиректами, які завершуються помилкою 404. Це впливає на ефективність внутрішніх посилань і створює додаткове навантаження на пошукових роботів.

ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ

- Редиректи на 404: частина сторінок має редиректи, які завершуються помилкою 404.
- Вплив на SEO: такі редиректи знижують ефективність передавання ваги внутрішніх посилань і можуть спричиняти плутанину для пошукових систем.

РЕКОМЕНДАЦІЇ

1. Оновити внутрішні посилання, щоб вони одразу вели на актуальні сторінки, без редиректів.
2. Визначити всі редиректи на 404 і виправити їх, налаштувавши коректні 301-редиректи або видаливши непотрібні посилання.
3. Регулярно моніторити 404-сторінки за допомогою Ahrefs або Google Search Console.

АНАЛІЗ ВАГИ ТА РОЗПОДІЛУ ВНУТРІШНІХ ПОСИЛАНЬ

ОСНОВНІ ВИСНОВКИ

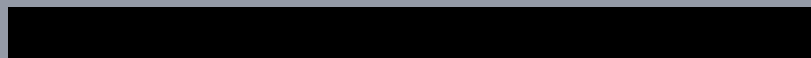
1. Головна сторінка

- URL: [REDACTED]
- Вага сторінки (PR): 100
- Кількість вхідних посилань: 827
- Головна сторінка є основною точкою входу, що пояснює її високий показник ваги та кількість внутрішніх посилань.

2. Сторінки з великою кількістю вхідних посилань

- URL: [REDACTED]
- Кількість вхідних посилань: 323–447
- Незважаючи на значну кількість внутрішніх посилань, деякі з цих сторінок мають низький показник ваги (1), за винятком сторінки [REDACTED], яка отримала вагу 18. Це вказує на потенційні проблеми у розподілі SEO-ваги та оптимізації посилань.

PR (вага сторінки)	URL	Тип	Код HTTP	Органічний трафік	Глибина сторінки	Всі вхідні посилання на сторінку
100	[REDACTED]	text/html; charset=utf-8	200	5	0	827
1	[REDACTED]	text/html; charset=utf-8	200	0	0	447
1	[REDACTED]	text/html; charset=utf-8	200	0	1	324
18	[REDACTED]	text/html; charset=utf-8	200	0	1	323



СТОРІНКИ З НИЗЬКОЮ ВАГОЮ

Багато сторінок з високою кількістю вхідних посилань (понад 300) мають вагу 1. Це може вказувати на:

- Нерелевантність анкорів.
- Використання посилань у менш значущих зонах сторінки (наприклад, футер, сайдбар).
- Недостатній фокус на оптимізації внутрішньої структури посилань.

РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ

1. Перерозподіл ваги посилань
 - Забезпечити, щоб важливі сторінки (послуги, продукти, блоги) отримували більше ваги через внутрішні посилання.
 - Перенести частину ваги з головної сторінки на ключові підсторінки.
2. Оптимізація анкорного тексту
 - Анкорні тексти мають бути описовими та відповідати ключовим словам, релевантним для цільової сторінки.
 - Уникати коротких, нерелевантних або числових анкорів. Наприклад, замість "Деталі" - "Деталі послуги апостилювання".
3. Перегляд контексту посилань
 - Розміщувати внутрішні посилання у текстовому контенті основної частини сторінки, а не у футері чи навігаційній панелі. Це підвищить їхню ефективність у передачі ваги.
4. Фокус на другорядних сторінках
 - Збільшити вагу сторінок, які мають стратегічне значення для сайту (наприклад, послуги або продукти), через внутрішні посилання зі сторінок із високою вагою.

Аналіз показав, що головна сторінка ru-версії сайту отримує більшість ваги внутрішніх посилань, що є очікуваним, але інші стратегічно важливі сторінки залишаються недооціненими. Це може обмежувати їхню видимість у пошукових системах.

Рекомендується оптимізувати структуру внутрішніх посилань, щоб забезпечити рівномірний розподіл ваги між важливими сторінками, покращити анкорні тексти та переглянути контекст використання посилань. Ці дії допоможуть підвищити загальну SEO-ефективність сайту.

prorok.marketing

РЕЗЮМЕ РОЗДІЛУ:

ПЕРШОЧЕРГОВІ РЕКОМЕНДАЦІЇ РОБІТ

1. **Перевірка та створення батьківських сторінок:** створити батьківські сторінки для підсторінок або перенести їх ближче до кореневої структури.
2. **Заповнення порожніх сторінок або їх видалення:** заповнити контентом порожні сторінки або видалити їх разом з усіма посиланнями на них.
3. **Оптимізація редиректів:** скоротити ланцюжки редиректів, видалити сторінки з редиректами з sitemap.xml та налаштувати прямі переходи.
4. **Виправлення дублювання контенту:** встановити canonical-теги, уникнути дублювання мета-тегів і заголовків, видалити або перенаправити зайві сторінки.
5. **Оптимізація швидкості завантаження:** використати сучасні формати зображень (WebP), мінімізувати CSS та JS, налаштувати тривале кешування.
6. **Перегляд та оптимізація карти сайту:** створити нові XML-карти з правильною структурою тегів і розділити за мовами.
7. **Мобільна оптимізація:** виправити розміри шрифтів, адаптувати інтерфейс під мобільні пристрої, впровадити lazy-loading для зображень та скриптів.

МЕТА-ТЕГИ

АНАЛІЗ TITLE, DESCRIPTION, H1, H2.

ЗАГАЛЬНА ОЦІНКА

На основі аналізу мета-тегів сайту (повна таблиця доступна за посиланням), виявлено низку проблем, які можуть негативно впливати на SEO-ефективність та видимість сторінок у пошукових системах. Основні висновки та рекомендації представлені нижче.

1. Відсутність мета-тегів. Частина сторінок сайту не мають прописаних мета-тегів, таких як Title, Meta Description та H1. Це критично знижує їх шанси ранжуватися у пошукових системах, оскільки ці елементи є важливими сигналами для SEO.

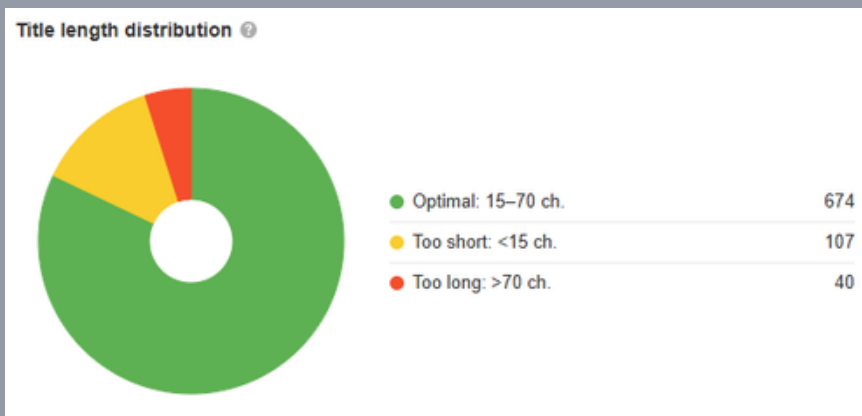
2. Недостатньо оптимізовані мета-теги

- Існуючі мета-теги на багатьох сторінках не відповідають сучасним стандартам SEO:
 - Є надто короткі або довгі мета-теги: наприклад, довжина Title та Meta Description часто виходить за рекомендовані межі (50–60 символів для Title і 150–160 для Meta Description).
 - Невикористання ключових слів: деякі сторінки мають мета-теги, які не включають популярні ключові слова, що знижує їхню релевантність.

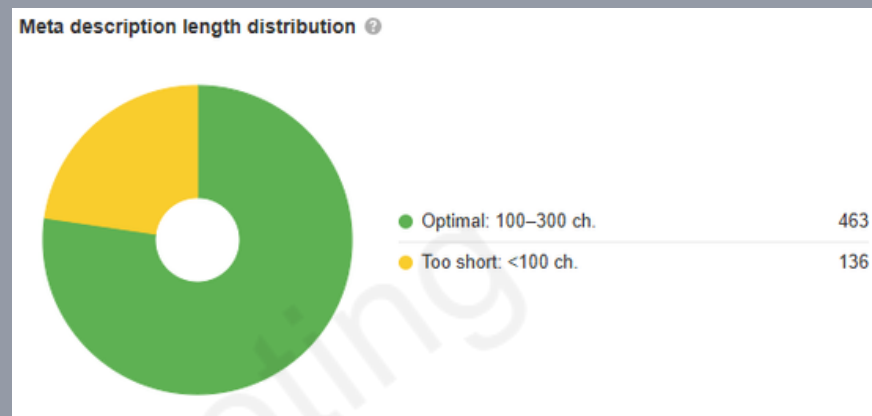
3. Відсутність унікальності: дублювання мета-тегів на кількох сторінках створює конкуренцію між ними, що може негативно впливати на ранжування.

озитивні аспекти

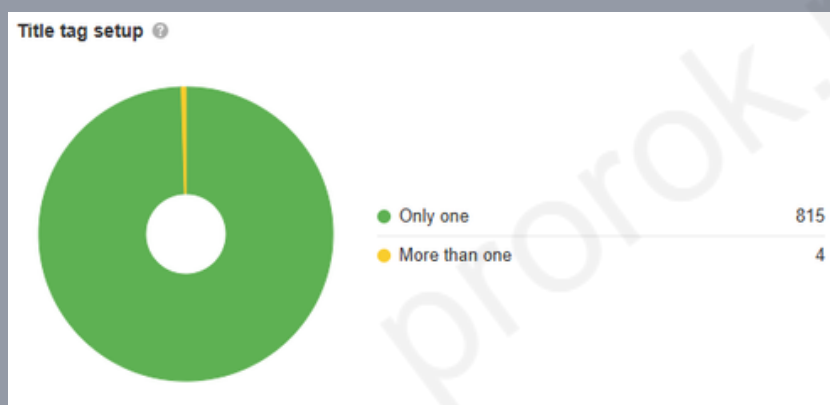
Позитивним аспектом є те, що значна частина існуючих мета-тегів уже містить ключові слова, за якими ранжуються сторінки. Це позитивно впливає на релевантність сторінок і полегшує їх оптимізацію.



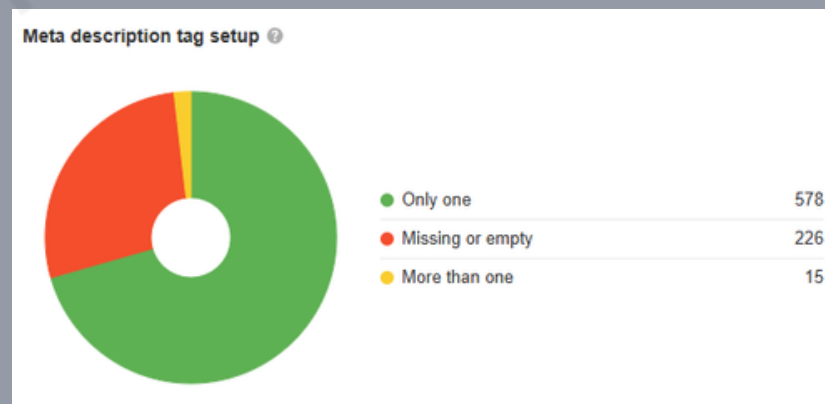
Розподіл довжини заголовків сторінок сайту, де більшість заголовків (674) знаходяться в оптимальному діапазоні 15-70 символів.



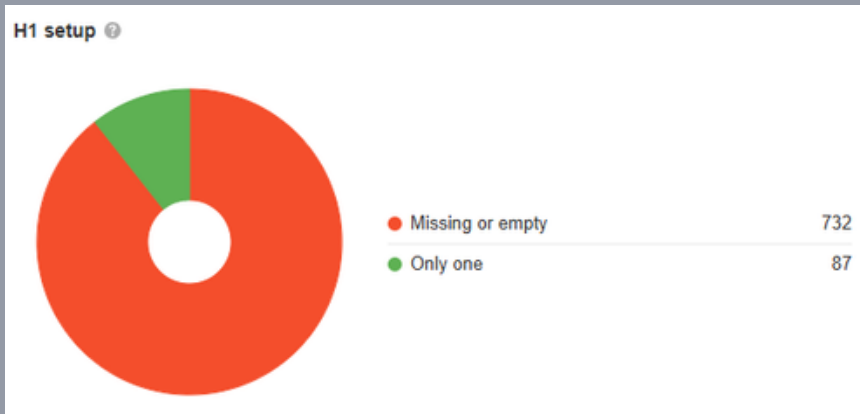
Розподіл довжини описів сторінок сайту.



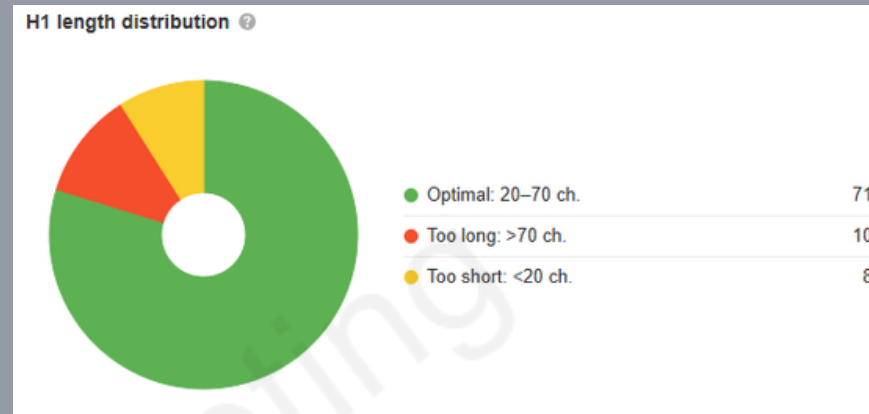
Налаштування тегів title на сайті: 815 сторінок мають лише один тег title, а 4 сторінки мають більше ніж один тег.



Розподіл тегів meta description на сайті: 578 сторінок мають лише один тег meta description, 226 сторінок не мають цього тега або він пустий, а на 15 сторінках присутній більше ніж один тег.



Налаштування тегів H1 на сайті: 732 сторінки не мають H1 або він пустий, а 87 сторінок мають лише один тег H1



Розподіл довжини тегів H1 на сайті: 71 тег має оптимальну довжину (20-70 символів), 10 тегів є занадто довгими (більше 70 символів), а 8 тегів — занадто короткими (менше 20 символів).

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ОПТИМІЗАЦІЇ

- 1. Пріоритезація роботи.** Починати оптимізацію слід зі сторінок із найвищими показниками PR (ваги сторінки) та органічного трафіку. Ці сторінки визначені у першій вкладці таблиці (доступ за посиланням у звіті).
- 2. Написання нових мета-тегів**
 - Для сторінок, де мета-теги відсутні, необхідно створити унікальні та оптимізовані теги:
 - Title: використовувати основні ключові слова, зосереджуючи увагу на релевантності та унікальності.
 - Meta Description: формулювати текст так, щоб він відповідав змісту сторінки та спонукав користувачів переходити за посиланням.

4. Оптимізація існуючих мета-тегів

- Переписати існуючі мета-теги, додаючи ключові слова, за якими вже ранжуються сторінки, але уникаючи надмірного перенасичення.
- Скоротити або розширити довжину мета-тегів відповідно до рекомендацій Google.

5. Унікалізація

- Перевірити дублікати мета-тегів і замінити їх унікальними формулюваннями.

6. Використання ключових слів

- Інтегрувати ключові слова з високим пошуковим попитом, використовуючи дані з таблиці, але зберігати природність тексту.

7. Тестування та контроль

- Після впровадження оптимізованих мета-тегів регулярно моніторити їхній вплив на показники сторінок, використовуючи інструменти аналітики.



PR	Organic traffic	URL	Title	Title length	Meta description	Meta description length	H1	H2	Keywords	No. of content characters	No. of content words	Is page title used in SERP
1			Переклад чеською мовою	22	Переклад текстів та документів чеською мовою в Києві. Боро перекладів, апостилю, нотаріальне засвідчення ☎ (044) 220-30-50 ☎ (099) 533-77-69 ☎ (067) 240-30-85	158		Замовити переклад Замовити переклад Калькулятор вартості перекладу	переклад чеською мовою переклад чеською мовою Київ переклад чеською мовою Львівська переклад чеською мовою Бєсарабський риниок переклад чеською мовою Льва Толстого переклад чеською мовою Хрешатик	22081	1567	TRUE

ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ

- Збільшення видимості сторінок у пошукових системах.
- Підвищення CTR (показника клікабельності) завдяки привабливим та релевантним мета-тегам.
- Зменшення конкуренції між сторінками сайту за однаковими ключовими словами.
- Поліпшення загального рейтингу сайту в пошукових системах.

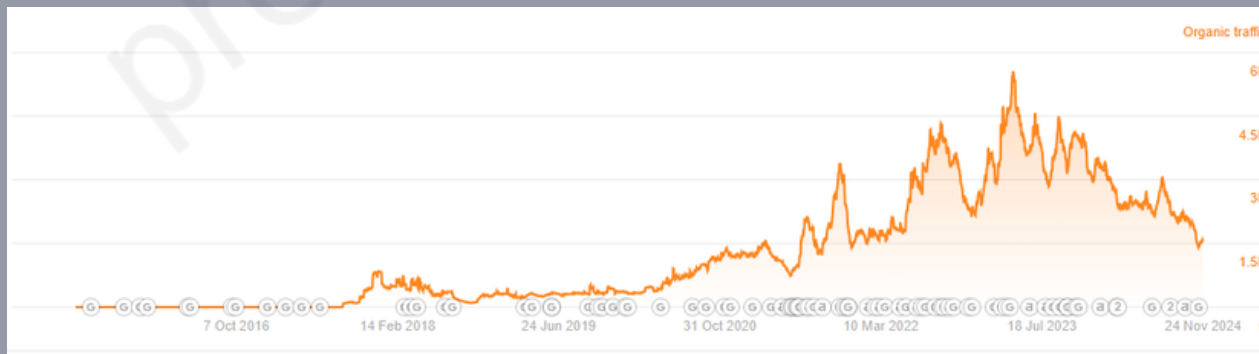
Ця стратегія оптимізації дозволить максимально ефективно використати потенціал сайту для SEO та покращити користувацький досвід.

АНАЛІЗ СТОРІНОК ІЗ ТРАФІКОМ

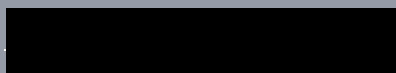
СТОРІНКИ, ЩО ПРИНОСЯТЬ НАЙБІЛЬШЕ ТРАФІКУ.

ЗАГАЛЬНИЙ АНАЛІЗ ОРГАНІЧНОГО ТРАФІКУ САЙТУ ПОКАЗАВ НАСТУПНІ РЕЗУЛЬТАТИ

1. Органічний трафік: сайт отримує 1.6 тис. візитів щомісяця з органічного пошуку, що на 366 менше, ніж у попередньому періоді.
2. Органічні ключові слова: сайт ранжується за 4.5 тис. ключових слів, з яких у ТОП-3 входять 39, у ТОП-10 – 127. Це свідчить про потенціал покращення видимості сайту в пошуку.
3. Географія трафіку: основна частка трафіку надходить з України (73.2%), далі йдуть Фінляндія, Чехія та інші країни.
4. Інформація про типи запитів: більшість ключових слів мають інформаційний або навігаційний характер, що відображає запити користувачів.



Ці дані свідчать про стабільну роботу сайту, але також вказують на необхідність підсилення позицій за ключовими словами, збільшення видимості у ТОП-10, а також адаптацію стратегії під запити з високим потенціалом для покращення конверсій. Далі проведемо детальний аналіз сторінок, що приносять найбільше органічного трафіку, та їх рейтингів у пошукових системах.



#	Трафік	% трафіку	Кількість ключових слів, за якими сторінка ранжується в топі	Беклінки (домени)	URL	Основне ключове слово	Обсяг запитів на топ-ключ (місяць)	Позиція за основним ключем
1	1.7	47	1	46		бюро переводов киев	100	13
2	0.68	19	1	0		перекладач з української на шведську	150	18
3	0.53	15	10	0		переклад на англійську мову	150	22
4	0.27	7	2	5		бюро перекладів киев	40	17
5	0.14	4	1	0		переводчик на армянский	40	25
6	0.09	3	3	0		фарси это	20	17

РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ ВИДИМОСТІ САЙТУ

Диверсифікація трафіку

Зменшення залежності від головної сторінки

- Розширити оптимізацію інших сторінок, особливо цільових сторінок послуг, для збільшення трафіку.
- Додавати унікальний та релевантний контент, щоб залучити нову аудиторію.

Оптимізація ключових слів та контенту

1. Покращення позицій у пошуку:

- Робота над підняттям сторінок у топ-10, починаючи з тих, що зараз знаходяться на 13-25 позиціях.
- Збільшення релевантності контенту та регулярне оновлення ключових слів.

2. Розширення семантичного ядра:

- Додавати нові ключові слова через дослідження пошукових запитів користувачів.
- Оптимізувати сторінки для різноманітних термінів і варіантів запитів.

Підвищення авторитету сторінок

1. Збільшення кількості беклінків:

- Привернути увагу до цільових сторінок через гостьові публікації та тематичні партнерства.
- Використовувати активний контент-маркетинг для залучення природних посилань.

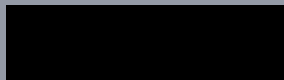
2. Перегляд внутрішньої структури посилань:

- Забезпечити, щоб важливі сторінки отримували більше внутрішніх посилань із релевантними анкерами.

АНАЛІЗ КЛЮЧОВИХ СЛІВ

ЗАГАЛЬНИЙ ПЕРЕЛІК КЛЮЧОВИХ СЛІВ

Аналіз ключових слів демонструє великий потенціал для покращення видимості сайту. Робота над релевантністю контенту, оптимізацією під користувацькі наміри та збільшенням кількості зовнішніх посилань допоможе значно підвищити позиції у пошукових системах, залучити більше трафіку та покращити користувацький досвід.



Ключі	SERP	кількість пошуків за місяць	Складність ключового слова	трафік за попередній період	трафік зараз	зміни у трафіку	Попередні позиції	Поточні позиції	Зміна позицій	Попередній URL	Поточний URL
анкета для приєма на роботу образец украина		60	0	28	28	0	1	1			
словенский язык на какой похож	Featured snippet, People also ask	60	0	21	21	0	1	1			
статус ко	Sitelinks, Video preview	100	0	31	37	6	1	1			
синхронний переклад ціна	Featured snippet, Top ads, Paid sitelinks	50	0	6	8	2	3	2			

ОСНОВНІ ВИСНОВКИ

1. Відповідність ключових слів цільовим сторінкам

- Для деяких ключових слів, таких як "анкета для приєднання до роботи образець україна", спостерігається ранжування сторінок, які можуть не повністю відповідати очікуванням користувачів, що може призводити до високого показника відмов.
- Сторінки, наприклад, "синхронний переклад ціна", покращили свої позиції, але мають низький трафік, що свідчить про потребу в кращій відповідності вмісту очікуванням аудиторії.

2. Тип пошукових запитів та наміри користувачів

- Запити на кшталт "словенський язык на какой похож" показують розрив між пропонуваним контентом та очікуваннями користувачів, які, можливо, шукають глибший контекст або онлайн-інструменти перекладу.
- Брендіві запити, такі як "статус ко", демонструють стабільний інтерес до компанії, але можуть потребувати уточнення для покращення релевантності.

3. Складність ключових слів

- Більшість ключових слів мають низьку складність ($KD=0$), що відкриває можливості для домінування в пошуковій видачі. Однак ключові слова зі складністю >20 , наприклад, "certified document translation", вимагають додаткових зусиль.

4. Трафік та позиції

- Для запитів, як "статус ко", спостерігається зростання трафіку (+6) та покращення позицій (з 6 до 1), що свідчить про успішну оптимізацію.
- Більшість сторінок зберігають стабільні позиції, що вказує на релевантність поточного контенту.

5. Особливості SERP

- Наявність особливих елементів, таких як Featured snippets і Sitelinks, для багатьох ключових слів відкриває можливості для підвищення видимості через структурований контент.

ВИСНОВКИ

1. Відповідність ключових слів цільовим сторінкам

- Для деяких ключових слів, таких як "анкета для приєма на роботу образец украина", спостерігається ранжування сторінок, які можуть не повністю відповідати очікуванням користувачів, що може призводити до високого показника відмов.
- Сторінки, наприклад, "синхронний переклад ціна", покращили свої позиції, але мають низький трафік, що свідчить про потребу в кращій відповідності вмісту очікуванням аудиторії.

2. Тип пошукових запитів та наміри користувачів

- Запити на кшталт "словенський язык на какой похож" показують розрив між пропонованим контентом та очікуваннями користувачів, які, можливо, шукають глибший контекст або онлайн-інструменти перекладу.
- Брендіві запити, такі як "статус ко", демонструють стабільний інтерес до компанії, але можуть потребувати уточнення для покращення релевантності.

3. Складність ключових слів

- Більшість ключових слів мають низьку складність ($KD=0$), що відкриває можливості для домінування в пошуковій видачі. Однак ключові слова зі складністю >20 , наприклад, "certified document translation", вимагають додаткових зусиль.

4. Трафік та позиції

- Для запитів, як "статус ко", спостерігається зростання трафіку (+6) та покращення позицій (з 6 до 1), що свідчить про успішну оптимізацію.
- Більшість сторінок зберігають стабільні позиції, що вказує на релевантність поточного контенту.

Важливо забезпечити релевантність контенту очікуванням користувачів, особливо для сторінок із неоднозначними запитами. Рекомендується створювати нові цільові сторінки для складних запитів, розширювати контент із додаванням детальних описів послуг, прикладів і відгуків клієнтів. Слід активніше працювати над залученням зовнішніх посилань для підтримки ключових сторінок. Для запитів із низькою конкуренцією важливо покращити візуальне наповнення сторінок. Регулярний моніторинг і адаптація стратегій дозволять залишатися актуальними у динамічних умовах пошукових систем.

 Ukraine	1.1K -279	69.6%	3.2K -192
 Finland	150 -47	9.6%	26 -1
 Czech Republic	75 +34	4.8%	229 +13
 Greece	56 +8	3.6%	20 -3
 Germany	21 -6	1.3%	378 -30

Intent	Keywords	Traffic
Branded	115 -17	50 +9
Non-branded	6.1K -451	1.5K -365
Informational	6K -451	1.4K -358
Navigational	917 -81	345 -5
Commercial	565 -54	164 -30
Transactional	256 -26	34 -2
Local	269 -11	170 -2
Non-local	6K -457	1.4K -353

РЕЗЮМЕ РОЗДІЛУ:

ПЕРШОЧЕРГОВІ РЕКОМЕНДАЦІЇ РОБІТ

1. **Оптимізація основних цільових сторінок:** покращити контент і мета-теги сторінок, що займають позиції в діапазоні 10–20, щоб підвищити їх шанси потрапити до топ-10.
2. **Розширення семантичного ядра:** провести аналіз запитів і додати ключові слова з низькою конкуренцією для збільшення видимості сайту.
3. **Виправлення невідповідностей ключових слів і сторінок:** переглянути релевантність цільових сторінок для запитів і створити нові сторінки для некоректно ранжованих запитів.
4. **Створення нового контенту:** розробити інформаційні сторінки з FAQ, прикладами та структурованими даними для залучення більшого трафіку (наприклад, на сторінках, які зараз видають помилку, чи сторінках без контенту).
5. **Залучення беклінків до ключових сторінок:** активізувати роботу над посиланнями для сторінок із великим потенціалом (наприклад, тих, що вже перебувають на 1–2 позиціях).

АНАЛІЗ ЯКОСТІ КОНТЕНТУ

АНАЛІЗ SEO-ТЕКСТІВ

СИЛЬНІ СТОРОНИ ТЕКСТІВ

1. Ключові слова та SEO-оптимізація

- Тексти мають помірну насиченість ключовими словами, такими як "бюро перекладів", "переклад документів", "нотаріальне засвідчення" тощо. Це допомагає підвищити видимість у пошукових системах.
- Використовуються як основні, так і допоміжні ключові слова, що збільшує ймовірність залучення різних типів користувачів із різними пошуковими намірами.

2. Чіткість структури та доступність інформації

- Тексти розділені на логічні блоки, що полегшує сприйняття: послуги, клієнти, особливості кожного типу перекладу тощо. Це позитивно впливає як на користувацький досвід, так і на SEO.
- Зміст представлений у зрозумілому вигляді, що включає прості підзаголовки та списки, які покращують читабельність.

3. Контент для різних аудиторій

- Тексти враховують потреби як фізичних, так і юридичних осіб, що є плюсом для залучення різноманітної аудиторії.
- Пояснення специфіки перекладу кожною мовою дає користувачам більше впевненості в компетентності бюро перекладів і може бути корисним для залучення трафіку через детальні пошукові запити.

НЕДОЛІКИ ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ

1. Відсутність релевантності до конкретних пошукових намірів (Search Intent)

- Деякі тексти занадто загальні й не враховують специфічні пошукові наміри. Наприклад, запит "бюро перекладів ціна" може бути використаний для пошуку конкретної вартості послуг, проте у тексті ціни подані в загальному вигляді, без адаптації під різні типи запитів або ситуацій.
- Варто розглянути можливість створення окремих цільових сторінок або сегментів для запитів із різними намірами. Наприклад, окремо для "нотаріального перекладу" та "локалізації програмного забезпечення".

2. Надмірне використання кліше та рекламних висловів

- У текстах зустрічаються фрази типу "успіх у всіх починаннях" або "шлях до успіху проходить через наші послуги". Такі вислови можуть виглядати надмірно рекламними та знижувати довіру до контенту.
- Бажано зробити тексти більш інформативними і менш нав'язливими. Замість загальних обіцянок фокусуватися на конкретних вигодах, фактах та аргументах.

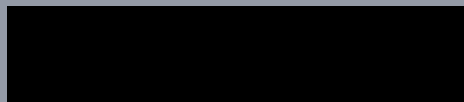
3. Оптимізація для користувацького досвіду

- Частина тексту має складну структуру речень, що ускладнює сприйняття інформації. Наприклад, деякі абзаци надто довгі та містять багато складних термінів.
- Варто додати більше простих речень, а також використовувати коротші абзаци, щоб зробити текст більш читабельним та легшим для сприйняття.

Тексти демонструють певний рівень оптимізації, але потребують подальшої роботи над відповідністю пошуковим намірам і покращенням користувацького досвіду.

Рекомендується оновити тексти або написати їх з нуля, щоб забезпечити максимальну відповідність вимогам SEO та очікуванням користувачів.

Також нижче додано файл, де є перелік сторінок, що взагалі порожні. Варто оцінити важливість і актуальність цих сторінок, поступово наповнити їх контентом або видалити, якщо вони не приносять користі.



prorok.marketing

МУЛЬТИМЕДІЙНІ ЕЛЕМЕНТИ

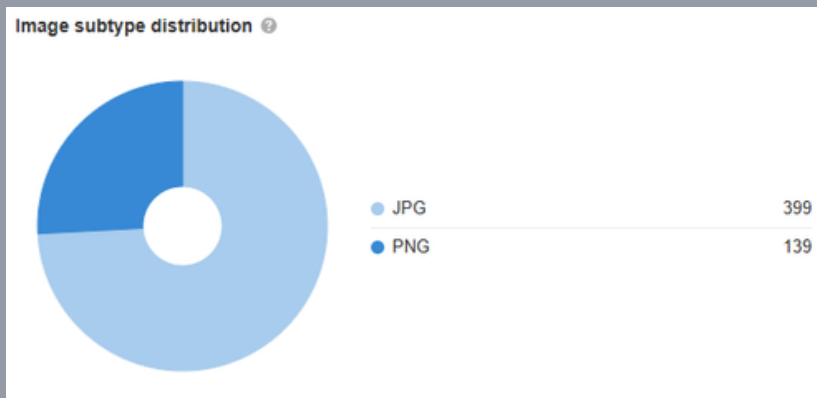
НАЯВНІСТЬ ТА ОПТИМІЗАЦІЯ ЗОБРАЖЕНЬ.



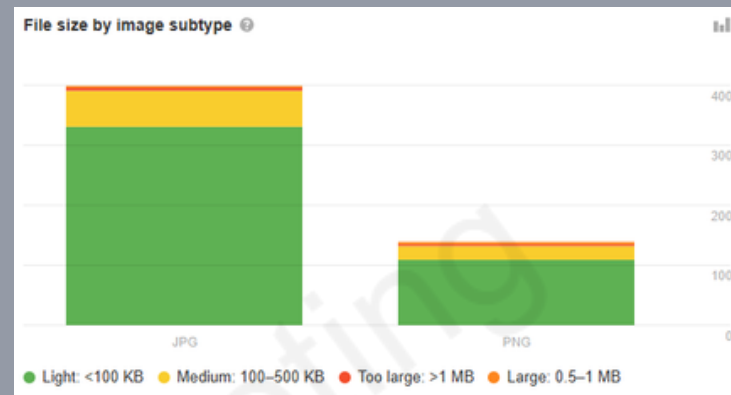
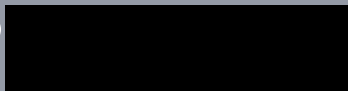
Кольори візуалізують співвідношення типів контенту — сторінки, зображення, JavaScript, CSS та інші типи файлів.

ОПТИМІЗАЦІЯ РОЗМІРУ ЗОБРАЖЕНЬ

- Було виявлено, що деякі зображення на сайті мають надто великий розмір файлу. Це негативно впливає на швидкість завантаження сторінок, що, у свою чергу, може призвести до зниження користувацького досвіду та зростання показника відмов.
- 8 зображень має розмір понад рекомендовані 200-300 КБ, що варто зменшити шляхом стиснення зображень без втрати якості. Це допоможе прискорити завантаження сторінок.



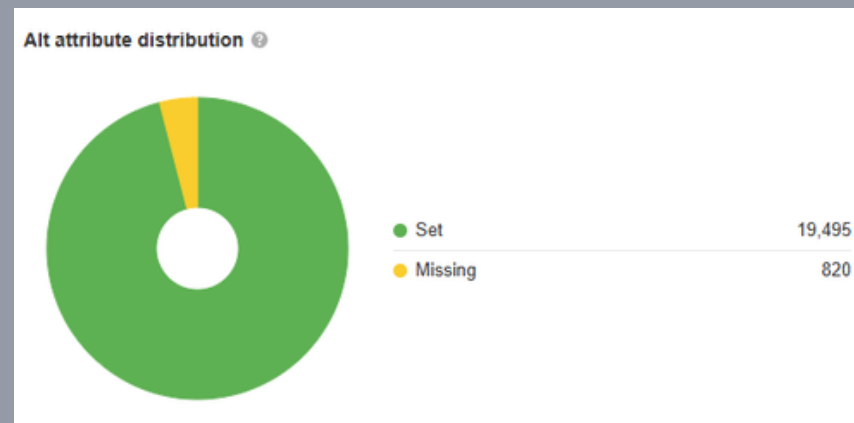
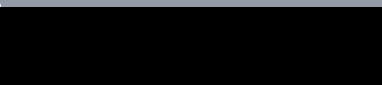
Розподіл типів зображень на сайті: 399 зображень мають формат JPG, а 139 — формат PNG.



Розподіл розмірів файлів зображень за типами: більшість зображень у форматі JPG і PNG мають розмір до 100 KB

НАЯВНІСТЬ АЛЬТЕРНАТИВНИХ ТЕКСТІВ (ALT-ТЕГИ)

- Аналіз показав, що 820 зображень на сайті не мають заповнених alt-тегів. Alt-теги є важливими для SEO, оскільки вони забезпечують пошукові системи додатковою інформацією про вміст зображень. Однак більшість зображень в нормі.



Розподіл атрибутів alt для зображень на сайті



На зображенні наведено топові значення alt-тегів для зображень на сайті. Кілька однакових значень alt-тегів, таких як "Visamaster", "DE", "EN", "Free Icon Facebook", "Free Icon Instagram", "RU", "UA" та інші, використовуються на багатьох зображеннях — від 819 до 820 разів.

Це свідчить про низьку унікальність alt-тегів, що може негативно впливати на SEO, оскільки повторювані alt-описи не надають релевантної інформації для пошукових систем і не покращують індексацію зображень. Рекомендовано переглянути ці теги та створити унікальні та змістовні alt-тексти, що описують зміст кожного зображення більш точно.

РЕЗЮМЕ РОЗДІЛУ:

ПЕРШОЧЕРГОВІ РЕКОМЕНДАЦІЇ РОБІТ

1. **Оновлення контенту:** оновити існуючі тексти для відповідності пошуковим намірам та покращення позицій у видачі.
2. **Створення цільових сторінок:** створити окремі сторінки для специфічних запитів (наприклад, "нотаріальний переклад").
3. **Оновлення мета-тегів:** додати релевантні мета-теги для підвищення CTR.
4. **Унікалізація текстів:** створити унікальний контент для різних мов перекладу

ІНШІ ПРОБЛЕМИ ТА ПОМИЛКИ

ПРОБЛЕМИ З НЕПРАЦЮЮЧИМИ ПОСИЛАННЯМИ

Виявлено значну кількість непрацюючих посилань на важливих сторінках перших рівнів (головна, меню і т.д.), що ведуть на сторінки з помилкою 404. Такі проблеми виникають через видалені або переміщені сторінки, а також через неправильні редиректи. Це негативно впливає на користувацький досвід, знижує авторитет сайту та може зменшити показники SEO.

РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ ВИПРАВЛЕННЯ ПРОБЛЕМ ІЗ ПОСИЛАННЯМИ

1. Перевірка та виправлення внутрішніх посилань

- Переглянути всі внутрішні посилання, що ведуть на сторінки з помилкою 404. Замість них додати актуальні URL-адреси або створити редиректи, щоб перенаправити користувачів на відповідні сторінки.
- Для сторінок, що мають високий рівень трафіку або посилання з інших ресурсів, важливо створити 301 редирект на релевантну сторінку, щоб зберегти вагу лінків.

2. Оптимізація редиректів

- Уникнути довгих ланцюжків редиректів, які можуть збільшувати час завантаження сторінок і створювати додаткове навантаження на сервер. Після виправлення 404 посилань, варто переконатися, що редиректи ведуть безпосередньо на кінцеву ціль без проміжних перенаправлень.

Виявлено значну кількість непрацюючих посилань на важливих сторінках перших рівнів (головна, меню і т.д.), що ведуть на сторінки з помилкою 404. Такі проблеми виникають через видалені або переміщені сторінки, а також через неправильні редиректи. Це негативно впливає на користувацький досвід, знижує авторитет сайту та може зменшити показники SEO.

РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ ВИПРАВЛЕННЯ ПРОБЛЕМ ІЗ ПОСИЛАННЯМИ

1. Перевірка та виправлення внутрішніх посилань

- Переглянути всі внутрішні посилання, що ведуть на сторінки з помилкою 404. Замість них додати актуальні URL-адреси або створити редиректи, щоб перенаправити користувачів на відповідні сторінки.
- Для сторінок, що мають високий рівень трафіку або посилання з інших ресурсів, важливо створити 301 редирект на релевантну сторінку, щоб зберегти вагу лінків.

2. Оптимізація редиректів

- Уникнути довгих ланцюжків редиректів, які можуть збільшувати час завантаження сторінок і створювати додаткове навантаження на сервер. Після виправлення 404 посилань, варто переконатися, що редиректи ведуть безпосередньо на кінцеву ціль без проміжних перенаправлень.

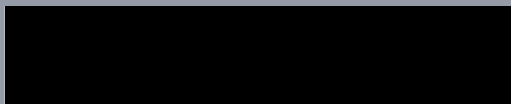
3. Видалення або оновлення посилань у меню та на важливих сторінках

- Перевірити меню сайту та основні посадкові сторінки, щоб переконатися, що вони не містять посилань на непрацюючі сторінки. Це важливо, оскільки такі посилання можуть негативно впливати на користувацький досвід і знижувати рівень задоволеності відвідувачів.

4. Створення сторінок 404 із корисним контентом

- Підготувати зручну та інформативну сторінку 404, яка допоможе користувачам знайти інші релевантні сторінки на сайті. Додати пошуковий рядок, посилання на основні розділи сайту або пропозиції для подальшої навігації.

Всі таблиці та додаткові матеріали знаходяться на Google-диску:



prorok.marketing