

SEO + GEO · ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИН · ВЕДЕННЯ ПІД КЛЮЧ

20 000 товарів stall.ua працюють на пів-сили — бо Google і ІІ їх недобачають

Технічне й семантичне SEO плюс GEO-видимість для stall.ua: дотиснути те, що вже майже в топі, відкрити нові категорії — і зробити бренд видимим не лише в Google, а й у ChatGPT, Perplexity, Gemini, де вас поки що немає.

since 2001

full-cycle studio

20+

років у digital

400%

середній ROI

CA · US

команда

Technical SEO

Семантика-система

Schema / hreflang

AI-видимість (GEO)

Core Web Vitals

Зовнішнє · посилання

Чесно — stall.ua не той магазин, якому потрібен «аудит із чек-листа». 20 000+ товарів, каталог із 2011 року, картки товару з нормальною розміткою. База сильна. Тому ми не вдаватимемо, що у вас усе погано.

Ми прогнали ваш домен через наш аудит-підхід — індексація, sitemap, семантика категорій, видимість в ІІ — і побачили не «поломки», а недобрані гроші. Ось три речі, які видно одразу. Дві з них ми підтвердили вживу; ще кілька позначили як «перевіримо, щоїно отримаємо доступ» — сайт за захистом, і ми не пишемо того, чого не бачили на власні очі.

Що ми побачили

ТЕХНІЧНЕ · ПІДТВЕРДЖЕНО **LIVE**

Карта сайту заморожена ~10 місяців

Усі 6 файлів sitemap (товари / категорії / основне x uk та ru) мають одну дату оновлення — 25.08.2025. Ми перевірили це на двох різних зрізах, збіглося. Усе, що додалось або змінилось у каталозі з серпня, Google не отримує сигналу переобходити. При 20 000 товарів це прямий, щоденний недобір нових позицій.

ON-PAGE · ПІДТВЕРДЖЕНО **LIVE**

Сотні категорій — головні комерційні сторінки — з тонкими заголовками

Частина категорій зроблена добре («Акcesуари для пікніка • складний посуд, грилі, стільці»). Але багато — з однослівними дублями-title: «Одяг», «Попільнички», «Комп'ютерні окуляри». Категорія в e-commerce — це сторінка, що ранжується по комерційних запитах. Тонкий заголовок на сотнях таких сторінок = втрачений трафік саме там, де він найдорожчий.

AI-ВИДИМІСТЬ · ПІДТВЕРДЖЕНО **LIVE**

Для штучного інтелекту бренду stall.ua не існує

Ми двічі запитали Perplexity українською про вашу ж нішу — «де купити цікаві гаджети та акcesуари для дому, кухні та авто» (майже дослівно ваш власний опис магазину). stall.ua не згаданий жодного разу. ІІ назвав Citrus, Rozetka, MOYO, Comfy, Gadgetarium. Дедалі більше покупок починається з питання до ІІ, а не з пошуку Google — і в цій відповіді вас поки немає.

Окремо ми помітили ознаки некоректної Schema на сторінках категорій і службові alt у зображеннях — але це зі старіших зрізів, які ми не змогли підтвердити наживо через захист сайту. Тому виносимо їх у список «перевірити на старті», а не подаємо як факт.

Як ми збираємо семантику — це система, а не список ключів

Тут у нас концептуальний підхід, який відрізняє ведення від «поставили теги й чекаємо».

- Єдиний семантичний **MASTER**-документ на весь магазин — правда з **ваших** даних (Search Console + аналітика), а не «обсяги» зі сторонніх сервісів.
- Кластери **за інтендом**, взаемовиключні — щоб 300+ категорій не канібалізували одна одну в пошуку (при вашому масштабі це реальний ризик).
- Головний поділ роботи: **ДОЖАТИ** (позиції 4-20 — зростання без нового контенту, 5-7 хвилин на сторінку) проти **ЗАХОПИТИ** (нові сторінки й категорії). При ваших **20 000 товарів і ~49 000 сторінок в індексі** пул «ДОЖАТИ» величезний — це гроші, які вже майже ваші.
- Карта релевантності**: URL x ключ x зони (title / H1 / H2 / текст) — де слово вже є, а де його бракує. По ній видно, що правити першим.
- Брифи копірайтеру — під Answer Intent і з кутом проти конкурентів, а не «SEO-текст на 2000 символів».

Аудит по 300+ параметрах → Health Score 0-100

Ми тестуємо сайти не за чек-листом на 20 пунктів, а по **331 параметру у 20 напрямках** зі зведенням у єдиний **Health Score 0-100**. Для stall.ua старт очевидний: заморожений sitemap, ~300 заголовків категорій, розмітка.

Ключове: ми розділяємо **випереджальні** метрики (під нашим контролем — % виправлень, індексація, розмітка) і **результуючі** (позиції, трафік). Тому прогрес видно ще **до** руху позицій — ви не сидите в невіданні перші місяці.

AI-видимість (GEO) — те, чого ще майже ні в кого немає

Наш головний важіль. Він же — ваша найбільша діра зараз.

У нас власна платформа контролю AI-видимості. Кожен запит ми міряємо по **чотирьох осях**:

Awareness — чи згадують бренд

Tonality — як саме

Ranking — яким за списком

Hallucinations — чи не плутають вас з іншими

Як витягуємо бренд у відповідь ІІ: **entity-граф** бренду, машиночитні файли, Schema, відкритий доступ AI-краулерам, автоматичне повідомлення моделям про новий контент — щоб stall.ua потрапив у ту саму відповідь, де зараз Citrus і Rozetka.

Це не теорія: у нашого українського клієнта elpix індекс AI-видимості виріс з **4.1 до 7.4**; у B2B-проекті TechFlow бренд присутній у **73%** відповідей ChatGPT по цільових запитах.

Видимість бренду проти конкурентів — жива матриця

Ось як ми показуємо картину. Колонку Perplexity нижче заповнено реальними відповідями, які ми отримали по stall.ua сьогодні.

ЗАПИТ КОРИСТУВАЧА	CHATGPT	PERPLEXITY	GEMINI	CLAUDE
«найкращі магазини оригінальних подарунків і гаджетів в Україні»	заміряємо	stall.ua — X Citrus, ORNER, Gifty, FAMA	заміряємо	заміряємо
«де купити гаджети та акcesуари для дому, кухні та авто онлайн»	заміряємо	stall.ua — X Citrus, Rozetka, MOYO, Comfy, Gadgetarium	заміряємо	заміряємо

Колонки ChatGPT / Gemini / Claude ми заповнюємо на старті по повному списку ваших запитів — і далі щомісяця бачимо, як «х» перетворюється на «stall.ua» у топі відповіді.

Зовнішнє SEO — на вашому акаунті, під вашим контролем

Ви згадали, що акаунт біржі посилань — ваш. Це навіть краще: ми працюємо на ньому як стратеги й виконавці, а бюджет на розміщення лишається під вашим контролем. Ви бачите кожен донор і кожне розміщення. Наш внесок — **якість донорів замість спаму**: профіль посилань, який підсилює, а не тягне під фільтр. Для магазину, який хоче рости роками, це різниця між активом і ризиком.

Що входить у щомісячну роботу

Прямо на ваше питання «що саме входить у роботу».

Технічне SEO	Індексація, sitemap (почнемо з розмороження), швидкість і Core Web Vitals, чистота URL, лог-сигнали переобходу.
On-page	Title / H1 / мета й структура категорій і карток — насамперед сотні тонких заголовків категорій.
Семантика і структура	Розширення MASTER, нові кластери, карта релевантності, план ДОЖАТИ / ЗАХОПИТИ.
Розмітка Schema	Product / Offer / Breadcrumb на картках, коректна CollectionPage / ItemList на категоріях.
Контент-брифи	Під Answer Intent і з кутом проти конкурентів; пріоритетні тексти категорій.
Зовнішнє SEO / посилання	Стратегія донорів і розміщення на вашому акаунті біржі — ви контролюєте бюджет.
AI-видимість / GEO	Entity-граф, машиночитні файли, grounding, щомісячний моніторинг матриці бренд vs конкуренти.
Аналітика і звітність	Health Score, позиції, окремо прогрес ДОЖАТИ / ЗАХОПИТИ — видно рух ще до зростання позицій.

Що ви отримуєте на виході

Health Score-звіт

300+ параметрів, 20 напрямів, з пріоритетами.

Семантичний MASTER

Ядро магазину з кластерами й картою релевантності.

Впроваджені правки

Мета, Schema, технічна база, sitemap — не список порад, а зроблене.

Матриця AI-видимості

Бренд vs конкуренти по всіх ІІ + план grounding.

Як ми ведемо проєкт

Чотири фази, у кожній — те, що ви бачите й приймаєте.

- Фаза 1 — Аудит і семантика**
Health Score, семантичний MASTER, карта релевантності. Ви одразу бачите повну картину й пріоритети.
- Фаза 2 — Технічна база**
Розморожуємо sitemap, чистимо індексацію, ставимо коректну Schema, беремося за Core Web Vitals.
- Фаза 3 — Контент, структура, AI-grounding**
Заголовки й тексти категорій, нові кластери, entity-граф — щоб бренд з'явився і в Google, і у відповідях ІІ.
- Фаза 4 — Зовнішнє і масштабування**
Посилання на вашому акаунті, ДОЖАТИ → ЗАХОПИТИ, щомісячний моніторинг. Це вже постійний ритм ведення.

Що не входить

Щоб не було сюрпризів пізніше — ось що ця робота **не** включає. Розробка чи редизайн сайту не входить: ми ведемо SEO, технічні правки робимо, але новий рушій — окремо. Платна реклама (Google Ads / PPC) — окремий напрям, теж не входить. Ведення соцмереж не входить. Вартість самих розміщень на біржі не входить — бюджет лишається на вашому акаунті. Масовий копірайт усього каталогу тисячами не входить; брифи й пріоритетні тексти — так, повне наповнення всіх 20 000 карток — окремо.

Наступний крок

Щодо вартості ведення на місяць — вона залежить від обсягу й пріоритетів, тож ми надішлемо її окремо, разом із розкладкою по напрямках. А щоб почати з найдорожчого: підкажіть, які категорії для вас пріоритетні за маржею — з них і почнемо «дотискати», щоб ви побачили рух швидше.

Відповімо на все прямо тут, у листуванні — без обов'язкових дзвінків.

— Команда WebCoreLab · Toronto

WebCoreLab — full-cycle digital studio · Toronto, Canada

Дизайн, розробка, SEO/GEO і DevOps під одним дахом — **від ідей до продажна й підтримки**. У digital із 2001, 20+ років сукупного досвіду команди. Архитектурний підхід, вимірюваний результат, повний контроль на боці власника.

ПАРТНЕРСТВА Й ВИЗНАННЯ

Clutch · Top Agency Canada

DesignRush · Best SEO

G2 · High Performer

Google Partner

HubSpot Partner

Cloudflare Partner

Semrush Partner

ISO 27001 Aligned

Релевантні кейси

E-commerce, органіка й AI-видимість — з реальними числами з проєктів.

SEO · ORGANIC

Ahrefs

Технічне SEO + контент-інфраструктура.
→ +67% органіки · PageSpeed 71-94

E-COMMERCE · GEO

GreenLeaf

Магазин косметики, видимість у ІІ.
→ +328% згадувань у ІІ · +156% AI-виручки

GEO · AI-VISIBILITY

TechFlow

Присутність бренду у відповідях ІІ.
→ 73% присутності в ChatGPT · +548% цитувань

E-COMMERCE · CATALOG

Message Warehouse

Каталог обладнання, органічне зростання.
→ +348% органічного трафіку

GEO · MULTI-LOCATION

MedCore

Мультилокаційний бренд, точність згадувань у ІІ.
→ +418% згадувань у ІІ · точність 34-92%

SEO + AI · UA

elpix

Український проєкт, AI-видимість.
→ індекс AI-видимості 4.1 → 7.4

Дивитись усі кейси →