



Аудит сайта markup-service.com

Содержание

I. Технический аудит

1. Дубли страниц по url
2. Проверка валидности кода
3. Проверка на наличие внешних ссылок
4. Проверка на наличие циклических ссылок

II. SEO аудит

1. Проверка наличия метаданных на страницах
2. Проверка наличия микроразметки
3. Проверка наличия файла robots.txt
4. Проверка оптимизации картинок
5. Проверка скорости загрузки сайта и адаптивной версии

III. Анализ конкурентов

1. Сравнение ссылочного профиля и аналитики

V. Семантика

План работ

I. Технический аудит

1. Проверить сайт на дубли страниц по URL

Полные дубли – это страницы, содержание которых идентично друг другу. Различны только их URL.

В ходе проверки был обнаружен дубль Главной страницы:

<https://markup-service.com/index.php>

Страницы с дублирующимися метаданными не обнаружены.

Решение: Необходимо устранить дубли страниц с помощью 301 редиректа.

2. Проверка валидности кода

В коде сайта обнаружены критические ошибки:

 No pages are W3C compliant. Because there are errors in the code, some web browsers may not be able to read this website correctly and it may not always display correctly. [Close recommendations](#) ▲

 Resolve the validation errors that are listed in the table below. These errors are preventing this website from being fully W3C compliant.

Document	Type	Line	Column	Message
markup-service.com/	ERROR	25	147	Bad start tag in img in head.
markup-service.com/	ERROR	25	158	Stray end tag noscript.
markup-service.com/	ERROR	26	7	Stray end tag head.
markup-service.com/	ERROR	27	19	Start tag body seen but an element of the same type was already open.
markup-service.com/	ERROR	27	19	Cannot recover after last error. Any further errors will be ignored.
markup-service.com/about	ERROR	25	147	Bad start tag in img in head.
markup-service.com/about	ERROR	25	158	Stray end tag noscript.
markup-service.com/about	ERROR	26	7	Stray end tag head.

markup-service.com/about	ERROR	27	6	Start tag body seen but an element of the same type was already open.
markup-service.com/clients	ERROR	25	147	Bad start tag in img in head.
markup-service.com/clients	ERROR	25	158	Stray end tag noscript.
markup-service.com/clients	ERROR	26	7	Stray end tag head.
markup-service.com/clients	ERROR	27	6	Start tag body seen but an element of the same type was already open.
markup-service.com/examples	ERROR	26	147	Bad start tag in img in head.
markup-service.com/examples	ERROR	26	158	Stray end tag noscript.
markup-service.com/examples	ERROR	27	7	Stray end tag head.
markup-service.com/examples	ERROR	28	6	Start tag body seen but an element of the same type was already open.
markup-service.com/faq	ERROR	25	147	Bad start tag in img in head.
markup-service.com/faq	ERROR	25	158	Stray end tag noscript.
markup-service.com/faq	ERROR	26	7	Stray end tag head.
markup-service.com/faq	ERROR	27	6	Start tag body seen but an element of the same type was already open.
markup-service.com/	WARNING	25	147	The border attribute is obsolete. Consider specifying <code>img { border: 0; }</code> in CSS instead.
markup-service.com/about	WARNING	25	147	The border attribute is obsolete. Consider specifying <code>img { border: 0; }</code> in CSS instead.
markup-service.com/about	WARNING	34	53	The banner role is unnecessary for element header.
markup-service.com/about	WARNING	79	15	Section lacks heading. Consider using h2-h6 elements to add identifying headings to all sections.
markup-service.com/	WARNING	134	40	The contentinfo role is unnecessary

service.com/about	NG			for element footer.
markup-service.com/about	WARNI NG	230	15	Article lacks heading. Consider using h2-h6 elements to add identifying headings to all articles.
markup-service.com/clients	WARNI NG	25	147	The border attribute is obsolete. Consider specifying <code>img { border: 0; }</code> in CSS instead.
markup-service.com/clients	WARNI NG	34	53	The banner role is unnecessary for element header.
markup-service.com/clients	WARNI NG	327	40	The contentinfo role is unnecessary for element footer.
markup-service.com/clients	WARNI NG	423	15	Article lacks heading. Consider using h2-h6 elements to add identifying headings to all articles.
markup-service.com/examples	WARNI NG	26	147	The border attribute is obsolete. Consider specifying <code>img { border: 0; }</code> in CSS instead.
markup-service.com/examples	WARNI NG	35	53	The banner role is unnecessary for element header.
markup-service.com/examples	WARNI NG	230	40	The contentinfo role is unnecessary for element footer.
markup-service.com/examples	WARNI NG	326	15	Article lacks heading. Consider using h2-h6 elements to add identifying headings to all articles.
markup-service.com/faq	WARNI NG	25	147	The border attribute is obsolete. Consider specifying <code>img { border: 0; }</code> in CSS instead.
markup-service.com/faq	WARNI NG	34	53	The banner role is unnecessary for element header.
markup-service.com/faq	WARNI NG	324	40	The contentinfo role is unnecessary for element footer.
markup-service.com/faq	WARNI NG	420	15	Article lacks heading. Consider using h2-h6 elements to add identifying headings to all articles.

Решение: Необходимо устранить все ошибки валидации.

3. Проверка на наличие внешних ссылок

Внешние ссылки с атрибутом rel="external nofollow" были обнаружены в футере сайта и в нижней части Главной страницы:



QUESTIONS OR COMMENTS? [CONTACT US](#)



В поисковой системе “nofollow” не передает вес сайту акцептору. Но вес с сайта донора утекает, но утекает как бы в пустоту.

Решение: Для сохранения накапливаемого ссылочного веса, в процессе продвижения, все внешние ссылки рекомендуем оформлять через промежуточные внутренние ссылки-перенаправления (конструкции вида: <http://www.site.com.ua/go.php?URL=www.anothersite.ua>).

4. Проверка на наличие циклических ссылок

Циклические ссылки – это те ссылки, которые направляют пользователя на ту же самую страницу, на которой они располагаются. Проще говоря, они направляют пользователя по кругу, то есть вводят в заблуждение, что само по себе не очень приятно для пользователя, да и поисковые системы далеко не приветствуют такие решения.

Обнаружены циклические ссылки:

- меню в хедере



- меню в футере

Решение: необходимо удалить все циклические ссылки на сайте.

II. SEO аудит

1. Проверка наличия метаданных на страницах

Все 10 страниц содержат уникальные метаданные.

Решение: Ошибок не обнаружено.

2. Проверка наличия микроразметки

Микроразметка – стандарт семантической оптимизации представленный поисковыми системами. Микроразметка позволяет роботам точнее определять и структурировать информацию на страницах сайтов.

Обнаружен микроформат разметки контактной информации hcard, но он содержит ошибки:

hcard		All (1) ▾
hcard		1 ОШИБКА 3 ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯ ^
@type	hcard	
fn	Markup Service	
logo	Markup Service	
org		
@type	org	
organization-name	Markup Service	
✘ photo	Необходимо указать значение для поля <i>photo</i> .	
⚠ adr	Рекомендуется заполнять поле <i>adr</i> . Укажите значение, если оно известно.	
⚠ pricerange	Рекомендуется заполнять поле <i>pricerange</i> . Укажите значение, если оно известно.	
⚠ tel	Рекомендуется заполнять поле <i>tel</i> . Укажите значение, если оно известно.	

Решение: Необходимо исправить ошибки:

cancel

photo

Необходимо указать значение для поля *photo*.

warning

adr

Рекомендуется заполнять поле *adr*. Укажите значение, если оно известно.

warning

pricerange

Рекомендуется заполнять поле *pricerange*. Укажите значение, если оно известно.

warning

tel

Рекомендуется заполнять поле *tel*. Укажите значение, если оно известно.

3. Проверка наличия файла robots.txt

Robots.txt содержит директивы рекомендательного характера для поисковых систем.

Существуют [правила и рекомендации](#) по созданию и содержанию файла robots.txt

Решение: Через robots.txt нужно закрыть от индексации:

админку сайта

страницы регистрации/авторизации/восстановление пароля

4. Проверка оптимизации картинок

 Some images (50.0%) don't have defined sizes using width and height attributes in the HTML. These attributes are optional, but strongly recommended as they help the browser arrange the page more quickly. [Close recommendations](#) ▲

 Add width and height attributes to all image tags. The width and height you specify should be the same as the source image. If you want to resize an image in the browser, use CSS.

Non Explicitly Sized Images

Image URL	Format	Page URL
markup-service.com/images/designtop10.jpg	jpg	markup-service.com/examples
markup-service.com/images/aaronslife.jpg	jpg	markup-service.com/examples
markup-service.com/images/creativejuice.jpg	jpg	markup-service.com/examples
markup-service.com/images/occhiali.jpg	jpg	markup-service.com/examples
markup-service.com/images/cstock.jpg	jpg	markup-service.com/examples

markup-service.com/images/alegria.jpg	jpg	markup-service.com/examples
markup-service.com/images/realestate.jpg	jpg	markup-service.com/examples
markup-service.com/images/baggi.jpg	jpg	markup-service.com/examples
markup-service.com/images/dragonsourcing.jpg	jpg	markup-service.com/examples
markup-service.com/images/jobboardtemplate.jpg	jpg	markup-service.com/examples
markup-service.com/images/sharypic.jpg	jpg	markup-service.com/examples



11 images are being stretched in the browser. [Close recommendations](#) ▲



The width and height you specify in an image tag should be the same as the source image. If you want to resize an image in the browser, use the CSS width and height properties.

Stretched Images

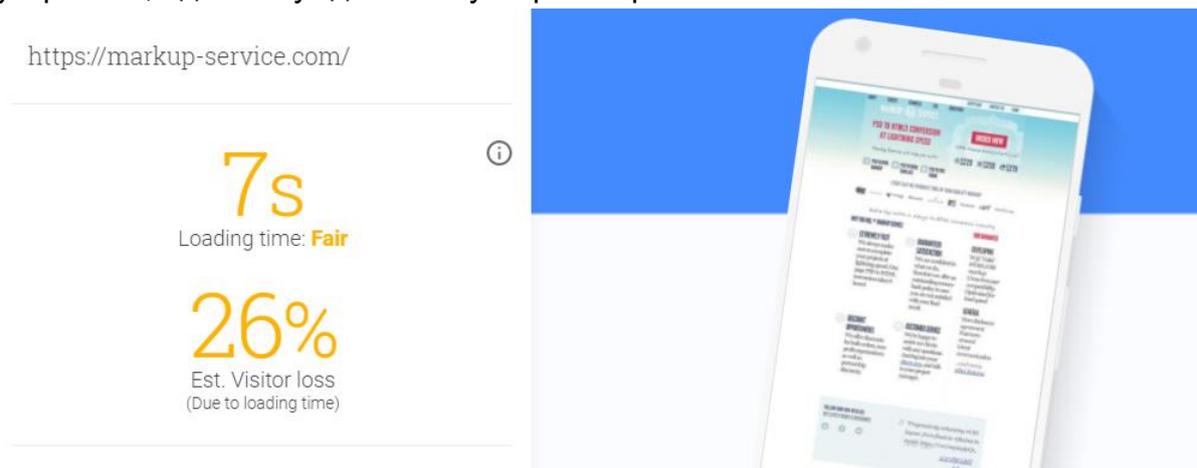
Image URL	Format	Page URL
www.facebook.com/tr?id=615735108506876&ev=NoScript	gif	markup-service.com/
www.facebook.com/tr?id=615735108506876&ev=NoScript	gif	markup-service.com/about
www.facebook.com/tr?id=615735108506876&ev=NoScript	gif	markup-service.com/clients
www.facebook.com/tr?id=615735108506876&ev=NoScript	gif	markup-service.com/examples
www.facebook.com/tr?id=615735108506876&ev=NoScript	gif	markup-service.com/faq
markup-service.com/images/logos.png	png	markup-service.com/
googleads.g.doubleclick.net/.../...&script=0	gif	markup-service.com/
googleads.g.doubleclick.net/.../...&script=0	gif	markup-service.com/about
googleads.g.doubleclick.net/.../...&script=0	gif	markup-service.com/clients

googleads.g.doubleclick.net/.../...&script=0	gif	markup-service.com/examples
googleads.g.doubleclick.net/.../...&script=0	gif	markup-service.com/faq

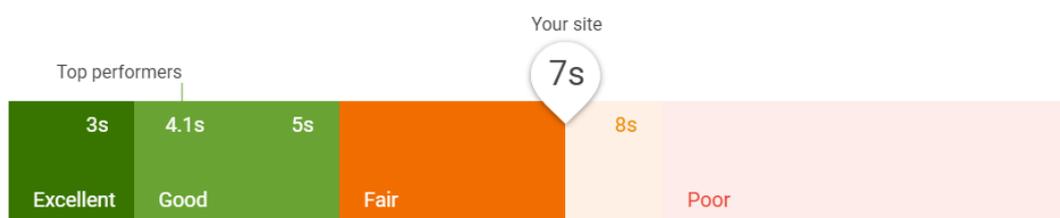
Решение: Необходимо добавить недостающие атрибуты ко всем картинкам сайта.

5. Проверка скорости загрузки сайта и адаптивной версии

Сайт markup-service.com прошел проверку на доступность с мобильных устройств, однако нуждается в ускорении работы:



Industry comparison



Важным фактором ранжирования сайта является скорость загрузки страниц, также это важно и для пользователя. Если сайт долго грузится пользователь скорее закроет окно браузера, нежели будет ждать окончания загрузки.

Была проведена проверка сайта специально разработанным ресурсом PageSpeed Tools от Google, по рекомендации поисковой системы скорость загрузки должна находиться в зеленой зоне:

→ Скорость загрузки главной страницы для компьютеров требует оптимизации

PageSpeed Insights

https://markup-service.com/ АНАЛИЗИРОВАТЬ

Для мобильных
Для компьютеров

Needs Work

81 / 100

Страница может медленно загружаться, поскольку при ее создании не применены подходящие приемы оптимизации. Ознакомьтесь с приведенными ниже рекомендациями.

Предложения по оптимизации

Сократите время ответа сервера
 ▶ Как исправить?

Используйте кеш браузера
 ▶ Как исправить?



<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?url=https%3A%2F%2Fmarkup-service.com%2F&tab=desktop>

→Скорость загрузки главной страницы для мобильных требует оптимизации
 PageSpeed Insights

https://markup-service.com/ АНАЛИЗИРОВАТЬ

Для мобильных
Для компьютеров

Needs Work

66 / 100

Страница может медленно загружаться, поскольку при ее создании не применены подходящие приемы оптимизации. Ознакомьтесь с приведенными ниже рекомендациями.

Предложения по оптимизации

Удалите код JavaScript и CSS, блокирующий отображение верхней части страницы
 ▶ Как исправить?

Сократите время ответа сервера
 ▶ Как исправить?



<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?url=https%3A%2F%2Fmarkup-service.com%2F&tab=mobile>

→Скорость загрузки категории для компьютеров требует оптимизации
 PageSpeed Insights

https://markup-service.com/examples АНАЛИЗИРОВАТЬ

Для мобильных
Для компьютеров

Poor

61 / 100

Эта страница не оптимизирована, поэтому она будет загружаться долго. Примените описанные ниже рекомендации.

Предложения по оптимизации

Оптимизируйте изображения
 ▶ Как исправить?

Сократите время ответа сервера
 ▶ Как исправить?

Используйте кеш браузера
 ▶ Как исправить?



<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?url=https%3A%2F%2Fmarkup-service.com%2Fexamples&tab=desktop>

→Скорость загрузки категории для мобильных требует оптимизации

PageSpeed Insights

https://markup-service.com/examples АНАЛИЗИРОВАТЬ

Для мобильных
Для компьютеров

Poor
54 / 100

Эта страница не оптимизирована, поэтому она будет загружаться долго. Примените описанные ниже рекомендации.

Предложения по оптимизации

- Оптимизируйте изображения
 ▶ Как исправить?
- Удалите код JavaScript и CSS, блокирующий отображение верхней части страницы
 ▶ Как исправить?
- Используйте кеш браузера
 ▶ Как исправить?



<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?url=https%3A%2F%2Fmarkup-service.com%2Fexamples&tab=mobile>

→Скорость загрузки страницы калькулятора для компьютеров требует оптимизации

PageSpeed Insights

https://markup-service.com/order/create АНАЛИЗИРОВАТЬ

Для мобильных
Для компьютеров

Needs Work
74 / 100

Страница может медленно загружаться, поскольку при ее создании не применены подходящие приемы оптимизации. Ознакомьтесь с приведенными ниже рекомендациями.

Предложения по оптимизации

- Сократите время ответа сервера
 ▶ Как исправить?
- Используйте кеш браузера
 ▶ Как исправить?
- Оптимизируйте изображения
 ▶ Как исправить?



<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?url=https%3A%2F%2Fmarkup-service.com%2Forder%2Fcreate&tab=desktop>

→Скорость загрузки страницы калькулятора для мобильных требует
ОПТИМИЗАЦИИ
 PageSpeed Insights

https://markup-service.com/order/create АНАЛИЗИРОВАТЬ

Для мобильных Для компьютеров

Poor
60 / 100

Эта страница не оптимизирована, поэтому она будет загружаться долго. Примените описанные ниже рекомендации.

Предложения по оптимизации

- Сократите время ответа сервера
 ▶ Как исправить?
- Удалите код JavaScript и CSS, блокирующий отображение верхней части страницы
 ▶ Как исправить?
- Используйте кеш браузера
 ▶ Как исправить?



<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?url=https%3A%2F%2Fmarkup-service.com%2Forder%2Fcreate&tab=mobile>

Решение: Для улучшения скорости загрузки и соответствия требованиям ПС необходимо достичь зеленых показателей по всем типам устройств.

III. Анализ конкурентов

1. Сравнение ссылочного профиля

Основными конкурентами по схожему семантическому ядру являются такие сайты:

<https://www.psd2html.com/>

<http://www.emailmonks.com> (<http://www.emailmonks.com/psd-to-email/psd-to-email-html-service.html>)

<https://codemyviews.com/>

Сравнение ссылочного профиля:

<http://markup-service.com/>

1. Ahrefs Rank и UR

Ahrefs Rank сайта составляет 2,791,781 является довольно низким. Сайты ранжируются на основе размера и качества их ссылочных профилей. Веб сайт с наиболее сильным ссылочным профилем занимает позицию №1.

Для улучшения Ahrefs Rank необходимо повышать количество и качество ссылочной массы, ведущей на сайт.

UR (рейтинг страницы) - это показатель качества ссылочной массы целевой страницы по шкале от 1 до 100 (100 - самый высокий). Эта метрика имеет самую высокую корреляцию с ранжированием Google, что означает, страницы с высоким UR, как правило, занимают более высокий рейтинг в поисковых системах.

Ur сайта составляет 38 из 100.



Ссылочный профиль

Ahrefs Ранк ⁱ

Today	2,791,781	↑ 144
avg 7 days	2,779,113	↓ 23,079
avg 1 month	2,762,605	↓ 46,152
avg 3 months	2,716,539	↑ 238,446

Последние 3 месяца



2. Referring domains

Важным фактором ранжирования является количество отдельных сайтов, ссылающихся на целевой сайт или URL-адрес.

На графике показана динамика роста ссылающихся доменов: мы видим, что наблюдаются периодические скачки ссылок. Чтобы сайт не был пессимизирован, необходимо наращивать ссылочную массу постепенно, чтобы прирост выглядел естественным.

Referring domains ⁱ LIVE INDEX

За всё время | **Один год** | Последние 30 дней



Ссылочный профиль сайта разнообразен, количество Dofollow и Nofollow является оптимальным.

Бэклинки	1,453	100%
Dofollow	927	64%
Nofollow	519	36%
Текст	1,446	100%
Редирект	7	< 1%
Изображение	647	45%
Форма	0	0%
.gov	0	0%
.edu	0	0%

3. Карта ссылающихся доменов

Данные, объясняющие как распределяемые домены распространяются странами на основе доменов верхнего уровня кода страны (CTLDs).

Вывод: большая часть ссылок идет из стран СНГ, что не является правильным для продвижения зарубежного сайта. Большая часть ссылок должна вести из стран: США, Канада, UK, а также стран Европы.

Карта доменов (по TLD) ⁱ

.com	146	72%
.net	15	7%
.org	7	3%
.ru	5	2%
.nl	3	1%
.uk	3	1%
.de	2	< 1%
.es	2	< 1%
.ae	1	< 1%
.ag	1	< 1%
.at	1	< 1%
.bi	1	< 1%
.cz	1	< 1%
.fr	1	< 1%
.il	1	< 1%



4. Облако анкоров

Наиболее популярные анкоры обратных ссылок:

markup service 29% **markup-service 19%**

markup-service.com 17% **http://markup-service.com/ 6%**

<a>no text 5% **examples 4%** **http://markup-service.com 4%** **psd to html 3%** **clients 3%**

some examples 2%

5. Страницы, на которые приходится большая часть ссылочной массы

1. markup-service.com/
2. markup-service.com/order/create

6. Анализ беклинков

Ссылки распределены равномерно, есть как вечные, так и естественные.

Ссылочный профиль конкурента <https://www.psd2html.com/>

Ahrefs Rank выше

UR выше



Ссылочный профиль

Ahrefs Ранк ⁱ

Today	122,083	↑ 171
avg 7 days	121,660	↑ 233
avg 1 month	121,817	↑ 1,482
avg 3 months	122,800	↑ 5,635

Последние 3 месяца

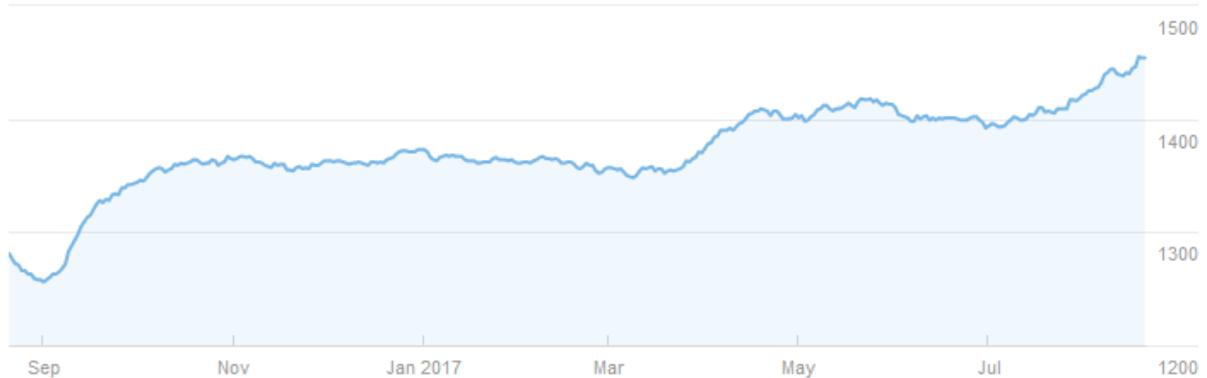


Referring domains

Ссылок большее количество, рост плавный.

Referring domains ⁱ LIVE INDEX

За всё время | **Один год** | Последние 30 дней



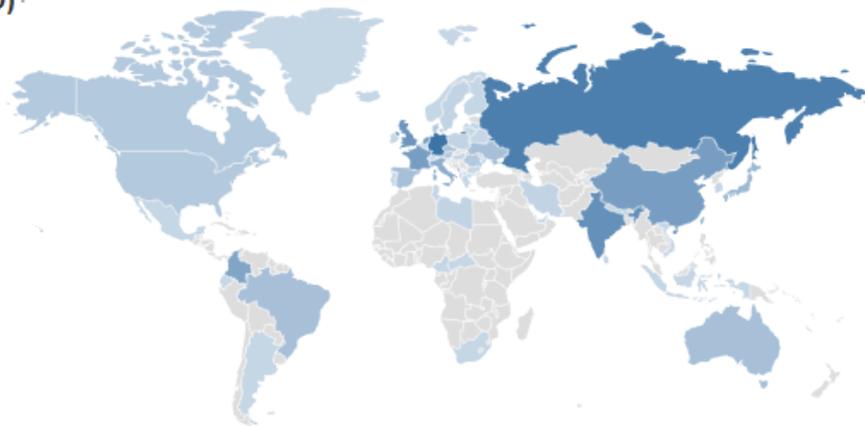
Ссылочный профиль

Бэклинки	15,015	100%
Dofollow	12,498	83%
Nofollow	2,484	17%
Текст	14,982	100%
Редирект	32	< 1%
Изображение	7,617	51%
Форма	0	0%
.gov	0	0%
.edu	29	< 1%

Карта ссылающихся доменов

Карта доменов (по TLD) ⁱ

.com	1,052	64%
.net	164	10%
.org	58	3%
.de	35	2%
.ru	26	1%
.info	22	1%
.in	17	1%
.uk	15	< 1%
.nl	13	< 1%
.cn	12	< 1%
.fr	12	< 1%
.me	12	< 1%
.co	10	< 1%
.io	9	< 1%
.it	8	< 1%



Облако анкоров

psd2html 29% psd2html.com 13%

http://www.psd2html.com/ 7% www.psd2html.com 6% jcf 6% advertisement 5%

<a>no text 4% psd 2 html 4% http://www.psd2html.com 4% psd to html 3%



Страницы, на которые приходится большая часть ссылочной массы

1. www.psd2html.com/ - 977
2. www.psd2html.com/order-now.html - 335
3. www.psd2html.com/js-custom-forms/ - 102
4. www.psd2html.com/10-years-in-review/ - 41
5. www.psd2html.com/work.html - 19

Анализ беклинков

Ссылки распределены равномерно, есть как вечные, так и естественные.

Ссылочный профиль конкурента <http://www.emailmonks.com>

Ahrefs Rank выше
 UR выше



Ссылочный профиль

Ahrefs Rank ⁱ

Today	93,555	↓ 47
avg 7 days	92,581	↑ 243
avg 1 month	93,747	↑ 6,710
avg 3 months	101,153	↑ 11,920

Последние 3 месяца

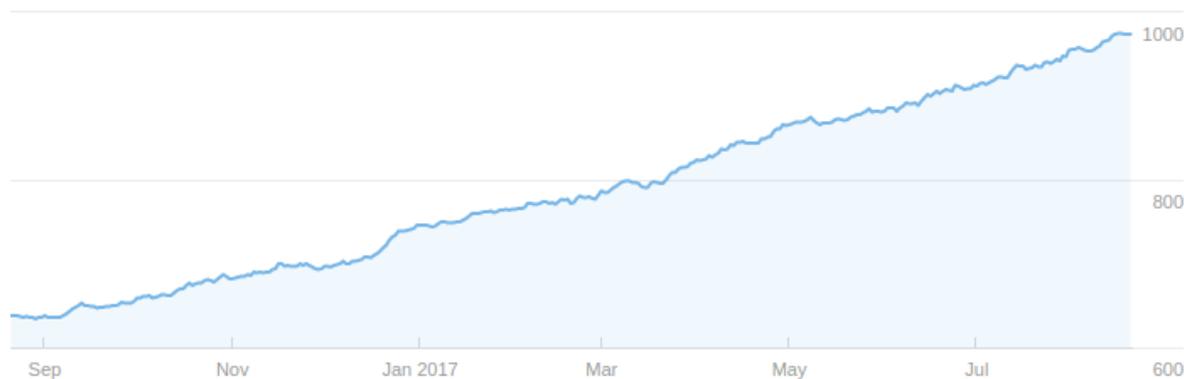


Referring domains

Ссылок большее количество, рост плавный.

Referring domains ⁱ LIVE INDEX

За всё время | **Один год** | Последние 30 дней



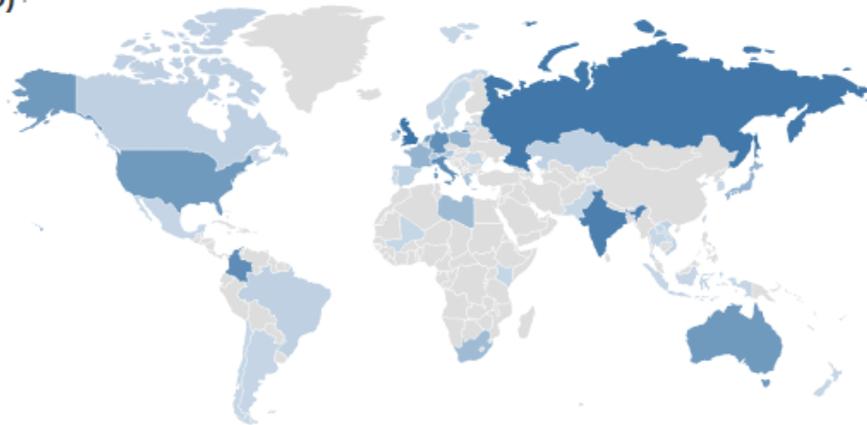
Ссылочный профиль

Бэклинки	8,471	100%
Dofollow	5,668	67%
Nofollow	2,495	29%
Текст	8,163	96%
Редирект	174	2%
Изображение	1,342	16%
Форма	0	0%
.gov	0	0%
.edu	6	<1%

Карта ссылающихся доменов

Карта доменов (по TLD) ⁱ

.com	735	63%
.net	53	4%
.info	41	3%
.org	34	2%
.uk	26	2%
.ru	24	2%
.in	20	1%
.co	15	1%
.it	15	1%
.de	14	1%
.io	12	1%
.nl	12	1%
.au	11	<1%
.us	11	<1%
.pl	6	<1%



Облако анкоров

email monks 21% emailmonks 14% emailmonks.com 4%
 karen walters 4% <a>no text 4% www.emailmonks.com 2% http://www.emailmonks.com 2%
 infographic 2% here 2% http://www.emailmonks.com/design/im..._image.png 2%

Страницы, на которые приходится большая часть ссылочной массы

1. <http://www.emailmonks.com/> - 397



2. <http://www.emailmonks.com/design/email-newsletter-designs.html> - 80
3. <http://www.emailmonks.com/blog/> - 57
4. <http://www.emailmonks.com/psd-to-email/psd-to-email-html-service.html> - 23
5. <http://www.emailmonks.com/interactive-email-advancement.html> - 21

Анализ беклинков

Ссылки распределены равномерно, есть как вечные, так и естественные.

Ссылочный профиль конкурента <https://codemyviews.com/>

Ahrefs Rank выше



Ссылочный профиль

Ahrefs Ранк ⁱ

Today	97,631	↑ 608
avg 7 days	96,606	↓ 35
avg 1 month	96,191	↓ 185
avg 3 months	107,694	↓ 2,680

Последние 3 месяца

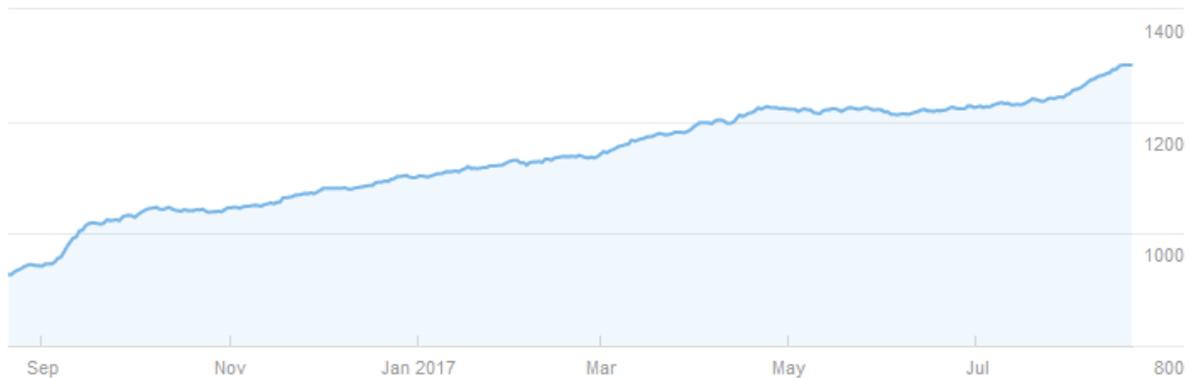


UR ниже

Referring domains

Referring domains ⁱ LIVE INDEX

За всё время | **Один год** | Последние 30 дней



Ссылок больше количество, рост плавный.

Ссылочный профиль

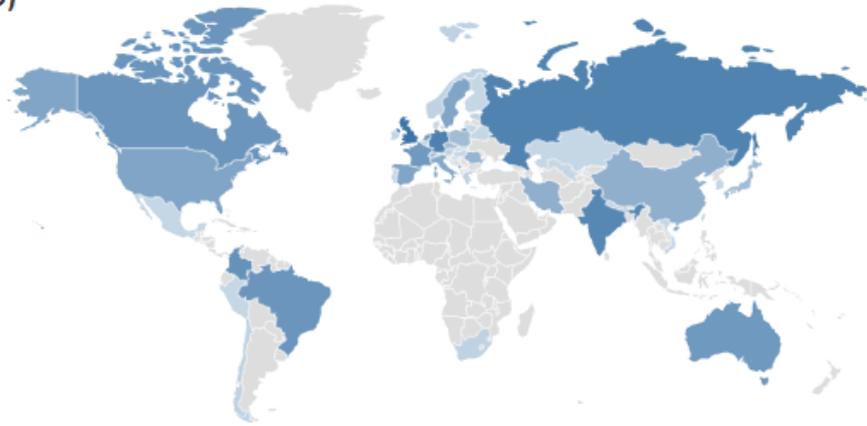
Соотношение Dofollow и Nofollow не является оптимальным.

Бэклинки	361,778	100%
Dofollow	7,563	2%
Nofollow	354,092	98%
Текст	361,655	100%
Редирект	91	< 1%
Изображение	255	< 1%
Форма	0	0%
.gov	0	0%
.edu	33	< 1%

Карта ссылающихся доменов

Карта доменов (по TLD) ⁱ

.com	941	63%
.net	91	6%
.org	43	2%
.uk	29	1%
.io	25	1%
.de	21	1%
.ru	20	1%
.in	18	1%
.me	16	1%
.info	15	1%
.co	14	< 1%
.ca	13	< 1%
.br	13	< 1%
.au	12	< 1%
.fr	12	< 1%



Облако анкоров

mobile first design: why it's great and why it sucks 4% how to center anything with css 3%

5 really useful responsive web design patterns 3% mobile first 3% 这篇文章 3% codemyviews 2%

designshack 2% code my views 2% http://designshack.net/articles/css/mobilefirst/ 2%

codemyviews.com 2%

Страницы, на которые приходится большая часть ссылочной массы

1. <http://www.csschopper.com/> - 697
2. <https://www.csschopper.com/contact-us.php> - 72
3. <http://www.csschopper.com/hire-dedicated-developer-professional.shtml> - 70
4. <http://www.csschopper.com/hire-dedicated-php-developer-professional.shtml> - 44
5. <http://www.csschopper.com/hire-dedicated-wordpress-developer-professional.shtml> - 41

Анализ беклинков

Ссылки распределены равномерно, есть как вечные, так и естественные.

Вывод: На основании анализа ссылочной массы конкурентов, можно сделать вывод, что необходимо:

- постепенно наращивать ссылочную массу;
- увеличить количество беклинков до 2000.;
- основная часть ссылок должна быть из зарубежных источников;
- анкор лист должен быть более разнообразен.

IV. Семантика

История изменения позиций в выдаче за последние 3 месяца:



Вывод: За последние 3 месяца сайт не развивался, скорее всего не наполнялся контентом или страницы не проходили индексацию.

Проверив видимость сайта получаем такой список ключевых слов находящихся в ТОП5, ТОП10, ТОП50

Keyword	Position	Volume	URL
psd to html service	9	30	https://markup-service.com/
psd to html service	17	150	https://markup-service.com/
convert psd to html5	31	40	https://markup-service.com/
online psd to html	32	20	https://markup-service.com/order/create
psd to html online	30	10	https://markup-service.com/order/create
slicing psd to html	34	20	https://markup-service.com/
slice psd to html	39	20	https://markup-service.com/
convert psd to html css	42	20	https://markup-service.com/
psd to html free	48	60	https://markup-service.com/order/create
psd to html css converter	41	10	https://markup-service.com/
best psd to html service	49	10	https://markup-service.com/

Решение: в процессе оптимизации сайта необходимо прорабатывать каждую страницу с учетом данных запросов. Особое внимание стоит уделить запросам из ТОП20, так как достижение результатов по ним будет более быстрое.

План работ первого месяца

1. Анализ частотности и конкурентности ключевых запросов
2. Анализ сезонности ключевых запросов

3. Сбор СЧ и ВЧ запросов
4. Распределение семантического ядра по релевантным страницам сайта (кластеризация)

Результат: Получение файла со структурированным набором ключевых фраз (семантическое ядро), которые максимально широко охватывает заданную тематику, исключая неэффективные запросы.

5. Написание релевантных метаданных (Title и Description) с целью повышения релевантности страницы под выбранные ключевые запросы

Результат: Улучшение ранжирование оптимизируемых страниц в поисковой системе, увеличение кликабельности сниппета (CTR).

6. Составление технического задания копирайтеру на написание всех текстов с учетом требований поисковых систем (уникальность, заспамленность, показатель воды, показатель тошнотности, равномерное распределение ключей в тексте)

Результат: Получаем уникальные, качественные тексты, которые повышают релевантность страницы и несут смысловую нагрузку.

7. Настройка в аккаунте аналитики необходимых фильтров и целей для анализа конверсий

Результат: Проверка и до-настройка (при необходимости) фильтров, целей и сегментов в Google Analytics, которая позволит отслеживать результаты конверсий и анализировать эффективность продвижения как для SEO, так и для отдела маркетинга.

8. Анализ данных из Search Console

Результат: Отслеживаем динамику изменений индексации сайта поисковым роботам для своевременного получения достоверной информации о состоянии сайта (правильное отображения сайта в поисковой системе, доступность файла robots.txt, файла sitemap.xml. и т.д.)

9. Оптимизация файлов robots.txt и sitemap.xml

Результат: Файл исключаящий из поиска технические и дублированные страницы сайта, которые имеют отрицательный эффект на индексацию и, как следствие, напрямую влияют на продвижение сайта.



10. Мониторинг позиций сайта по выбранному семантическому ядру

Результат: Отслеживаем динамику роста позиций и релевантность ключей выбранным старпоинтам. (Еженедельно)

11. Написание ТЗ программисту по результатам аудита

Результат: По итогу внедрения всех рекомендаций получаем технически оптимизированный сайт, соответствующий всем требованиям поисковой системы, что положительно сказывается на ранжировании, индексации и продвижения.

12. Поиск бесплатной ссылочной массы

Результат: Получаем ссылочный профиль, расширенный естественными ссылками с форумов и каталогов, для того чтобы обезопасить продвижение сайта, с целью минимизировать возможность попадания под фильтры поисковых систем.

13. Расширение ссылочного профиля платными ссылками с релевантных площадок

Результат: Повышение авторитетности сайта для поисковых систем, прирост ссылочной массы с трастовых ресурсов и увеличение реферального трафика.