

# Аудит сайта

[h](#)

Целевая страна: КНР



Аудит проведен SEO экспертом Владимиром Калиман.

Skype: vladimir-kaliman

Email: [vladimir.kaliman@gmail.com](mailto:vladimir.kaliman@gmail.com)

Tel. + Viber + Telegram: +380664272498

## 1. Внешняя оптимизация

Поисковые системы и внешние факторы, влияющие на ранжирование сайта в поисковых системах.

### 1.1. Индексация сайта в популярных поисковых системах (ПС).

Если сайт не индексируется либо индексируемые страницы сайта не соответствуют тому количеству страниц, которое в действительности, то это сигнал о том, что у сайта, возможно, есть проблемы.

Перечень популярных ПС (% от общей доли китайского рынка поисковых систем):

**Baidu.com** (~80%), **so.com** (~15%), **sogou.com** (~5%), **Google**.

Индексация в ПС **Baidu** - есть.

Обнаружена индексация других языковых версий в ПС Baidu.

Количество страниц в индексе ПС **so.com** ~374 страниц.

Индексация в ПС **sogou.com** - страницы продвигаемого сайта не обнаружены.

По запросу домена на первом месте находится профиль компании, размещенный в каталоге [h](#)

Общее количество страниц в индексе ПС **Google** - 39 страниц

Количество страниц в дополнительном индексе ПС Google - 0 страниц

**Рекомендации:** необходимо запретить индексацию других языковых версий сайта для китайских поисковых систем.

Для ПС **sogou.com** необходимо попытаться добавить сайт вручную - для китайских поисковых систем подобные ситуации не редкость.

Также на страницах каталогов необходимо попробовать добавить ссылку на свой сайт [\[REDACTED\].cn](#)

## 1.2. Анализ ссылочной массы сайта.

В китайских ПС ссылки влияют на ранжирование сайта меньше по сравнению с западными аналогами. Сегодня ситуация с линкбилдингом для ПС Baidu выглядит достаточно прискорбно - большинство ссылок, практически, не работают из-за низкого качества доноров. Настоящий эффект можно увидеть только от ссылок с очень авторитетных ресурсов. Однако история развития данной ПС показывает, что они идут по пути ПС Google и сегодня пора начинать заниматься "белыми ссылками", забыв про черные методы.

### 1.2.1. Статистика ссылочной массы сайта:

Количество ссылающихся доменов - 39

Количество ссылающихся страниц - 61

Количество ссылающихся IP - 39

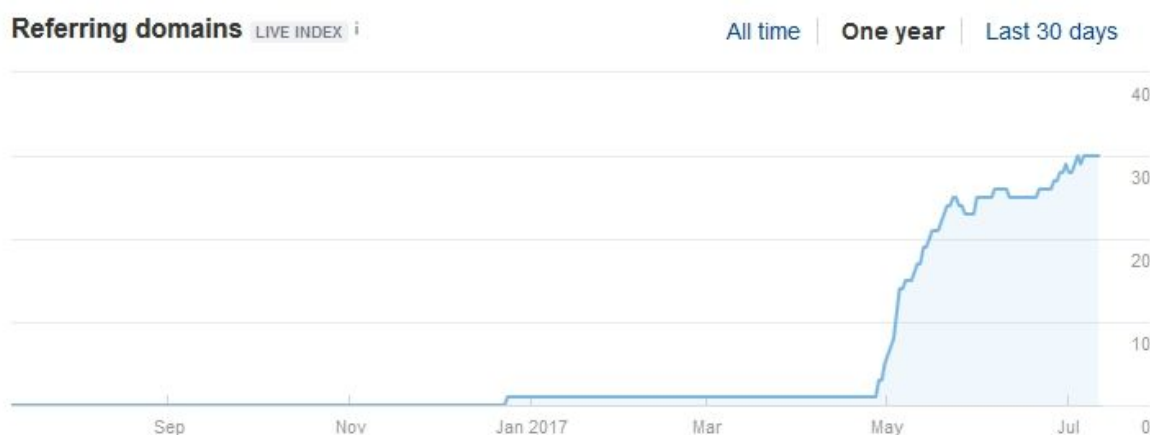
Количество внешних ссылок - 72

Количество dofollow ссылок - 71

Количество dofollow ссылок близко к 100% от общей ссылочной массы.

**Рекомендации:** для построения натурального ссылочного профиля используйте не менее 30% nofollow ссылок для "разбавки" ссылочной массы и предотвращения ссылочных фильтров.

### 1.2.2. Анализ динамики прироста ссылающихся доменов:



Динамика прироста ссылающихся доменов положительная. Для нового домена прирост в ~30 доменов в течении месяца (27 Апр. '17 [1 домен] - 24 Май '17 [25 доменов]) является несколько жестковатым. Однако, при

условии, что динамика прироста останется примерно такой же - проблем возникнуть не должно.

**Рекомендации:** прирост должен быть постепенным, в случае манипуляции с ссылками помимо отслеживания их качества необходимо стараться сохранить общую акселерацию роста и избегать резких изменений в динамике ссылочной массы (резкий прирост, резкая остановка прироста, резкое уменьшение количества ссылающихся доменов). В переносе на диаграмму необходимо отслеживать динамику ссылочной массы и не допускать резких амплитудных скачков в любом направлении.

### 1.2.3. Анализ ссылающихся доменов верхнего уровня (CTLDs):

CTLDs distribution

.com	32	82%
.net	5	12%
.org	1	2%
.co	1	2%



**Рекомендации:** получайте ссылки от сайтов с доменными зонами .cn - даже если эти сайты будут не тематическими - для китайских ПС это более преимущественно, учитывая, что .cn домен получить непросто. С других доменов ссылки хороши в случаях, приведенных ниже в порядке приоритетов:

- 1) контент донора написан на китайском, особенно, если это севернокитайский (мандаринский) язык, который считается основным в континентальном Китае (также именуемый «упрощенным китайским», принятый в стране как основная система письма);
- 2) тематические сайты;
- 3) отсутствие «черного» контента или спама

([https://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_blacklisted\\_keywords\\_in\\_China](https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_blacklisted_keywords_in_China));

- 4) доноры с высокой посещаемостью китайской аудиторией.

### 1.2.4. Анализ облака анкоров внешних ссылок:

Anchor phrases	Referring domains
[REDACTED]	24 62%
[REDACTED]	10 26%
[REDACTED]	1 3%
[REDACTED]	1 3%
[REDACTED]	1 3%
[REDACTED]	1 3%
[REDACTED]	1 3%

Конкретно с анкерами ссылок, в данный момент, проблем не обнаружено. Однако обнаружена другая проблема - первый в списке анкор (наиболее употребляемый в процентном соотношении) является URL - адресом сайта с HTTPS протоколом. В данный момент сайт недоступен по данному протоколу

## HTTP Request Header for

[REDACTED]

Connect to [REDACTED] on port 443 ... failed  
Error 113: No route to host

Error while fetching URL

При анализе ссылок проблема приобрела более серьезный вариант, потому что HTTPS стоит не только в текстовых анкерах ссылок, но и в атрибутах ссылок href в качестве URL Вашего сайта, следовательно, на данный момент подобные ссылки имеют схожий с битыми ссылками статус.

**Рекомендации:** помимо того, что большая часть ссылок (37 из 61 страниц ссылаются на главную страницу сайта с протоколом HTTPS) теряет свой потенциал для сайта, для PC Baidu протокол HTTPS имеет значение, однако на сегодняшний день большинство экспертов сходятся во мнении, что данная PC недостаточно качественно способна работать с безопасным протоколом - необходимо настроить 301 редирект для сайта с безопасным протоколом HTTPS и направить все URL адреса на домен с обычным протоколом [REDACTED].

Отдельно по анкорам стоит упомянуть, что наиболее эффективное влияние от ссылок можно достичь с помощью продвигаемых ключевых слов в анкерах ссылок, однако с этим необходимо быть крайне осторожным. Существуют методики по построению безопасного облака анкоров, когда ссылки с прямыми анкерами ставятся чередуясь с брендовыми анкерами и

безанкорными ссылками. Также рекомендуется использовать ключевые слова с низкой и средней частотностью и каждый раз стараться ставить в анкор новое ключевое слово, чтобы максимально обезопасить свой сайт от наложения штрафных санкций со стороны поисковых систем.

Также рекомендую ссылки ставить не только на главную страницу сайта, но и на внутренние страницы сайта.

Я крайне не рекомендую наращивать низко-качественные, искусственные ссылки - работайте на будущее и получайте либо очень трастовые ссылки, либо просто белые. Не стоит тратить время и ресурсы на получение "черных ссылок", потому что ссылочные алгоритмы у ПС Baidu достаточно регулярно обновляются и они двигаются по колее поисковой системы Google.

Необходимо подходить к линкбилдингу нестандартно для китайского рынка - искать авторитетные ресурсы и популярные сайты с высоким посещением - стараться разместить там полезную информацию и после этого оставить ссылку на свой сайт. Самый качественный показатель эффективности ссылки - это переходы на ваш сайт по внешней ссылке. Если трафика нет - то подобные ссылки можно считать мусором. Также необходимо разработать контент стратегию, которая способна привлечь настоящие натуральные ссылки - постинг how-to статей в блог и действительно полезную информацию (для Вашей тематики это может быть описание нюансов материалов для производства продукции и почему обычная постель вредит здоровью, а Ваша продукция способна решить/предотвратить проблемы с позвоночником и прочее).

Также необходимо проанализировать топовых конкурентов для того, чтобы найти их качественные внешние ссылки и попытаться разместиться там же. Неактивные ссылки ПС Baidu также принимает за ссылки - при этом данные ссылки выглядят более естественно с точки зрения пользователя, а следовательно, и ПС.

## **2. Внутренняя оптимизация**

Внутренняя техническая оптимизация и анализ контента.

### **2.1. Оптимизация контента**

Контент для китайский ПС - это 50% успешного продвижения сайта в Китае.

#### **2.1.1. Поиск скрытого контента**

Проблем не обнаружил. Также при сравнении страницы с кешем в поисковой системе различий нет.

#### **2.1.2. Тексты.**

В Baidu очень важен текст, его качество и объем.

Было примерно подсчитано среднее количество слов для страницы основываясь на анализе первых 20 страниц сайта.

Адрес страницы	Заголовок	Количество слов
[REDACTED]	[REDACTED]	375
[REDACTED]	[REDACTED]	338
[REDACTED]	[REDACTED]	337
[REDACTED]	[REDACTED]	303
[REDACTED]	[REDACTED]	292
[REDACTED]	[REDACTED]	317
[REDACTED]	[REDACTED]	284

Среднее количество слов составило 270 для одной страницы. Это эквивалент ~1600 символов без пробелов.

**Рекомендации:** Необходимо собрать семантическое ядро и написать под него тексты на упрощенном китайском языке, потом наполнить сайт текстами. Тексты должны быть более чем на 1500 символов без пробелов. Это позволит насытить сайт ключевыми словами и улучшить ранжирование. Здесь необходимо учесть, что перевод текста на китайский с русского не позволит полноценно использовать потенциал ключевых слов, потому что прямые переводы ключей маловероятно будут иметь такую же запрашиваемость на целевом языке. Для сбора коммерческой семантики рекомендуется нанять специалиста по контекстной рекламе, владеющего родным языком ( [https://en.wikipedia.org/wiki/Simplified\\_Chinese\\_characters](https://en.wikipedia.org/wiki/Simplified_Chinese_characters) ). Если коротко говорить, то тексты должны быть качественные, потому что мелкие ошибки способны очень серьезно навредить сайту.

### 2.1.3. Заголовки страниц <title>

Необходимо оптимизировать заголовки страниц <title>.

Данный тег имеет существенное влияние на ранжирование сайта.

Рекомендуется в начале title использовать продвигаемые ключевые слова.

Длина должна составлять от 25 до ~30 символов.

Здесь учитывается тот факт, что китайские символы, практически, в два раза больше латинских по размеру.

В пикселях рекомендуется придерживаться границ от 400 до 520 пикселей.

Если прописать title длиннее, то пользователи все равно не увидят все что за границами, а маленькие title не используют весь потенциал. Естественно, текст в данном теге должен соответствовать общепринятой практике - title в общем описывает содержимое страницы.

**64** страницы сайта содержат слишком длинные title.

**139** страниц сайта содержат короткие title - из них 72 страницы без текста в title.

Список URL страниц с данной проблемой приведет в документе по ссылке далее (Лист "title length").



Иллюстрация актуальности проблемы длины **title**:



В том же документе на странице "Дубли тегов" приведены 5 страниц с одинаковыми **title**.

#### 2.1.4. Метаописания **meta name="description"**

Мета-теги **description** не должны повторяться в пределах сайта и не должны быть как слишком короткими, так и слишком длинными, рекомендованный диапазон длины содержимого мета-тега **description** от 70 до 77 символов (950-982 px).

Мета-тег **description** имеет небольшое влияние на ранжирование сайта по поисковому запросу и выводится в качестве сниппета в выдаче ПС, если в нем присутствуют слова из поискового запроса.

Привлекательный сниппет, в свою очередь, повышает вероятность перехода на страницу из результатов поиска.

**113** страниц содержат слишком длинные мета теги описания.

**118** страниц содержат короткие **description** - 88 из них пустые.

Страницы пагинации содержат **русские** слова в данном теге.

Отсортированные данные можно увидеть в документе по ссылке на листе "description length" :

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1gKz9M-5roEmvD2>



#### 2.1.5. **meta name="keywords"**

Отмечу, что здесь также указано слишком много ключевых слов. В отличие от западных ПС данный мета-тег участвует в формуле алгоритма ранжирования и влияет на позиции сайта.

**Рекомендации:** очистить данный мета-тег от всех слов для всех страниц и при наполнении сайта контентом вручную заносить в данный тег 3-4 слова, которые будут продвигаться на соответствующей странице. Это позволит избежать переспама ключевыми словами в данном теге и избавиться от дублей.

### 2.1.6. Текстовые заголовки <h>

На сайте есть только заголовки <h1> - отлично, других текстовых заголовков на страницах не должно быть.

В данные текстовые заголовки рекомендуется дублировать текст из заголовка страницы <title>.

Логика следующая:

- 1) пользователь в поисковой системе читает текстовый заголовок страницы <title>;
- 2) переходит на сайт и текстовый заголовок <title> отображается у него сверху во вкладке страницы. Но пользователи, обычно, этого не знают и не замечают, а их взор опускается ниже - на текстовый заголовок <h1>. И если этот заголовок не такой как он прочитал до этого в поисковой системе, то это может ввести его в маленькое заблуждение. <h1> можно сделать немного другим, но начало этого тега должно совпадать с <title>.

### 2.1.7. Оптимизация изображений в контенте (ALT атрибут)

Для изображений очень важно в названии файла вхождение ключевых слов. Помимо этого необходимо использовать ALT атрибут и вводить туда релевантные странице продвигаемые ключевые слова.

В документе по ссылке ниже (лист "Images - Missing Alt Text") приведен список изображений, для которых пропущен атрибут ALT - таких изображений более 300.

**Рекомендации:** при заполнении страниц сайта текстами заполнять и атрибут ALT для изображений ключевыми словами. При этом ключевые слова должны соответствовать картинке.

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1gKz9M-5roEmvD2...>

### 2.1.8. Оптимизация размера изображений в контенте

Львиную долю скорости загрузки страницы занимает загрузка изображений, потому что это одни из самых больших файлов на страницах.



**Рекомендации:** В документе "bangkok-latex.cn audit extension" лист "Images - Size" приведен отсортированный по размеру список изображений, самые большие необходимо максимально уменьшить в размере.

<https://docs.google.com/document/d/1gKz9M-5roEmvD>

Обычно, для процедуры сжатия изображений используют инструменты на подобие <http://optimizilla.com> или <https://tinypng.com/>

### 2.1.9. Общие рекомендации для контент-стратегии

Контент - это один из немногих доступных инструментов для качественного и долгосрочного продвижения проекта. Стоит уделить этому много времени. Также после оптимизации текстов и контента, в целом, на страницах сайта рекомендуется постить с высокой частотой (желательно 1 раз в сутки) уникальные статьи и делать внутреннюю перелинковку на продвигаемые страницы сайта.

Стоит отметить, что в Китае очень распространено воровство контента, поэтому следует позаботиться об этом и при обновлении текстов сразу же отправлять страницу на переиндексацию через инструменты для вебмастеров Baidu.

## 2.2. On-Page оптимизация

Перечень технических проблем и рекомендаций. Большинство задач программисту будет основано именно на этом разделе аудита.

### 2.2.1. Структура страниц сайта

При анализе структуры страниц сайта я буду отталкиваться от структуры русскоязычного сайта, регулярно сравнивая идентичность с китайской версией сайта.

Даю сразу прямые рекомендации, направленные на то, чтобы сделать сайт более структурированным и уменьшить вложенность страницы сайта.

Текущая визуальная схема структуры страниц сайта доступна по ссылке:

[\[Redacted Link\]](#)

Я рекомендую изменить структуру страниц сайта следующим образом:

[\[Redacted Link\]](#)

Уровень вложенности можно расценивать как важность страницы. Чем более насыщенный цвет страницы и чем жирнее соединитель, тем больше веса получает страница.

Основные изменения:

Основная проблема заключается в том, что целевые страницы на данный момент имеют более глубокий уровень вложенности страниц по сравнению с другими менее ценными страницами.

Если убрать страницу Каталог, то основные продающие страницы поднимутся комплексно на целый уровень вложенности и получат больше веса.

Статьи предлагаю убрать в позиции перед контактами, потому что это менее важные страницы, а контакты должны быть крайними..

“Магазины” сделать подкатегорией “Контакты”. По сути эта информация относится к контактам + убрав одну категорию весь распределяемый вес с главной страницы будет делиться на меньшее количество делителей, что в свою очередь увеличит получаемый вес основными категориями.

В связи с этим предложением необходимо изменить главную страницу сайта и упростить меню навигации. Пошаговое руководство далее:

Страница [http://\[REDACTED\]](http://[REDACTED]) - убрать вообще + сделать 301 редирект на главную страницу сайта.

Главная страница сайта - необходимо изменить шаблон страницы, огромные изображения в шапке сайта негативно влияют на скорость загрузки сайта, ссылка с этой карусели ведет на статьи, которые для данного сайта вообще не особо имеют значения, потому что Ваш сайт зарабатывает на страницах товаров + текущее качество статей плачевное + даже если в дальнейшем писать качественные статьи в рамках контент продвижения сайта, то в данной нише особой ценности данные статьи вряд ли смогут представить для целевой аудитории.

Предлагаю главную страницу сделать по шаблону страницы категории Каталог. Узкая шапка сайта и понятная навигация. Преимущества:

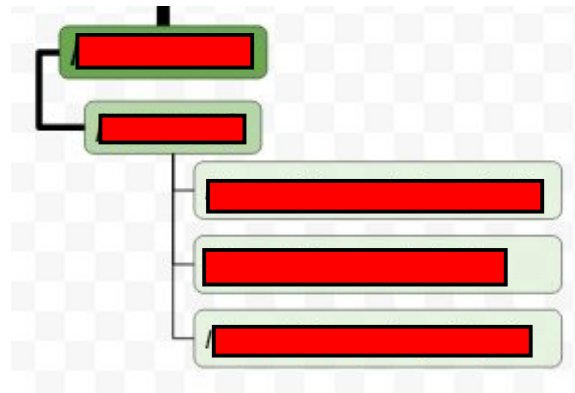
- > убрав карусель пользователям придется меньше скролить сайт ниже;
- > это означает, что пользователь сделает меньше действий для того чтобы получить ту информацию, которую он искал;
- > а это означает что пользователь быстрее достигнет искомой информации;
- + упростится навигация по сайту.
- + также это позволит сократить длину URL адресов продающих категорий, подкатегорий и товаров.

Сплошные преимущества.

Для страницы контактов добавить в качестве подкатегории страницу “Магазины” в меню.

На самой странице “Контакты” добавить Меню слева “Магазины” с отдельными страницами описания магазинов в качестве подкатегорий.

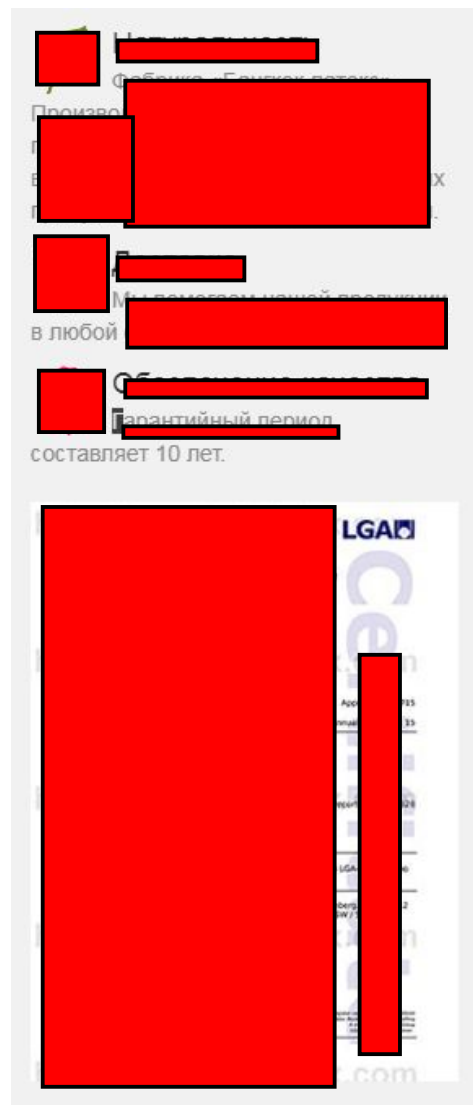
Смотрим по схеме на изображении ниже:



Мелкие служебные страницы не берем в расчет: корзина, авторизация, соглашение об обработке персональных данных и прочее.

### 2.2.2. Новые страницы

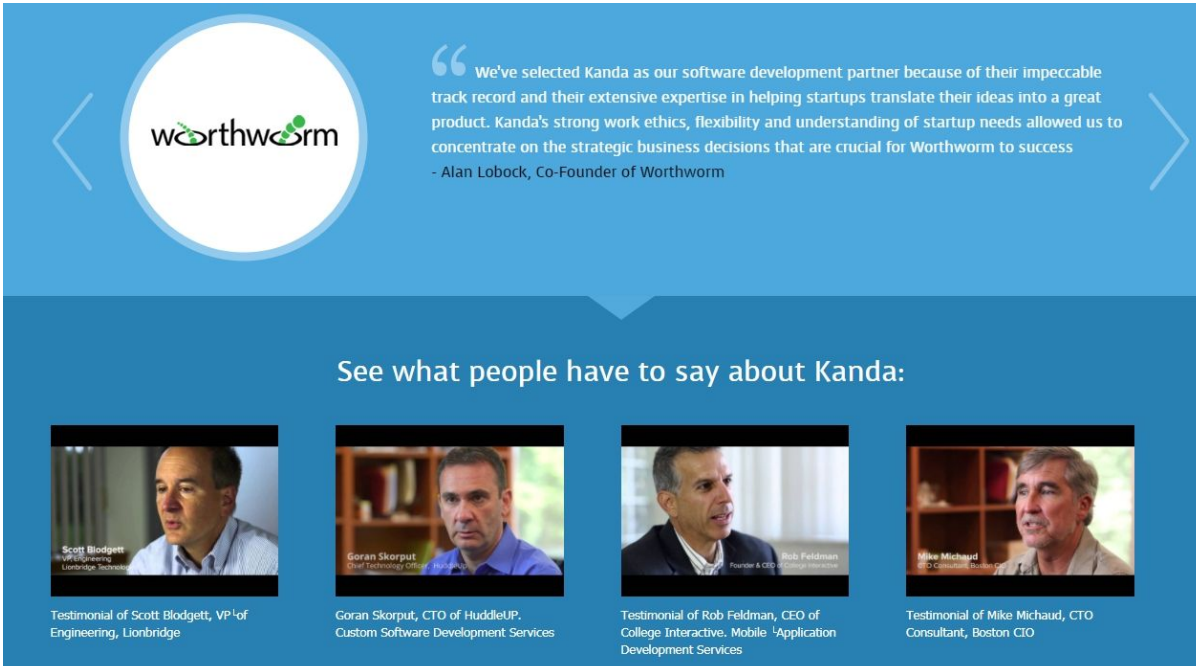
Анализ левого блока контента под левым вертикальным меню навигации, изображенного ниже:



### 2.2.2.1. "Отзывы":

- убрать сопровождающий текст "нет отзывов";
- создать новую страницу с отзывами;
- "Отзывы" в левом меню навигации сделать ссылкой на новую страницу с отзывами
- на странице с отзывами создать полноценные отзывы - не менее 4 штук. Желательно с видео, но это не обязательно.
- должны быть фото человека с отзывом и полноценный текст, взятый в кавычки, подразумевающий что этот текст является авторской цитатой.

### Примеры отзывов:



“ We've selected Kanda as our software development partner because of their impeccable track record and their extensive expertise in helping startups translate their ideas into a great product. Kanda's strong work ethics, flexibility and understanding of startup needs allowed us to concentrate on the strategic business decisions that are crucial for Worthworm to success  
- Alan Lobock, Co-Founder of Worthworm

See what people have to say about Kanda:

Scott Blodgett  
VP of Engineering, Lionbridge  
Testimonial of Scott Blodgett, VP of Engineering, Lionbridge

Goran Skorput  
CTO of HuddleUP, Custom Software Development Services  
Goran Skorput, CTO of HuddleUP, Custom Software Development Services

Rob Feldman  
Founder & CEO of College Interactive, Mobile Application Development Services  
Testimonial of Rob Feldman, CEO of College Interactive, Mobile Application Development Services

Mike Michaud  
CTO Consultant, Boston CIO  
Testimonial of Mike Michaud, CTO Consultant, Boston CIO

Можно в физических магазинах попросить сделать отзыв реальных покупателей. Методов много, однако помните, что настоящий отзыв самый ценный.

### 2.2.2.2. "Натуральность" :

- переименовать в "качество" или что-то аналогичное;
- сопроводительный текст убрать;
- создать отдельную страницу для "Качество(натуральность)";
- сделать ссылку с текущей позиции "Натуральность" на данную новую страницу.
- на странице подробно написать про качество + информацию о производстве. Рекомендуется добавить описание производства по цепочке "от выращивания растений до цеха фабрики", если есть такая возможность.
- изображение "натуральности" сделать ярлыком - изображение со ссылкой на страницу.

### 2.2.2.3. "Доставка":

- переименовать в "Доставка и оплата";

- создать также отдельную страницу;
- убрать сопроводительный текст;
- на месте "Доставка" сделать ссылку на новую страницу сайта;
- на данной странице описать про доставку, желательно добавить информацию о том, что Вы сотрудничаете с популярными курьерскими службами доставки и предоставить их перечень с логотипами;
- изображение из футера с сервисами оплаты также "переместить" в данную новую страницу ;
- подробно описать список служб оплаты и отдельно их логотипы.
- также в эту страницу в конце добавить текст со страницы о "Соглашении использовании персональных данных", если без этой информации на данном сайте невозможно обойтись + переписать этот текст ( привожу ссылку на рус. версию этой страницы [https://\[REDACTED\]](https://[REDACTED]) ) на менее "ужасный".
- в футере ссылку на страницу "о персональных данных" убрать и страницу удалить;
- с удаленной страницы сделать 301 редирект на новую "Доставка и оплата";
- изображение доставки сделать ярлыком - изображение со ссылкой на страницу.

#### 2.2.2.4. "Гарантия":

- сопроводительный текст **оставить** - можно переписать на аналог "Вся продукция предоставляется с гарантией на 10 лет".
- создать отдельную страницу под "гарантию"
- сделать ссылку с бокового меню "Гарантия" на новую страницу.
- на страницу гарантии необходимо продублировать законодательство про гарантийные случаи.
- добавить на страницу изображения гарантийных талонов и изображения "Гарантия 10 лет" - которые, я так понимаю, присутствуют на упаковках ваших товаров.

**2.2.2.5. Изображение сертификата** - здесь необходимо уточнить, есть ли другие сертификаты? Я не буду вникать в это особо, напишу общую рекомендацию: необходимо создать страницу "Сертификаты". На данной странице предоставить как можно больше сертификатов в принципе + их краткое описание (за что их получили и что они означают, кем выданы и когда).

+Для продвижения в КНР рекомендуется добыть лицензию *ICP License*.  
( [https://en.wikipedia.org/wiki/ICP\\_license](https://en.wikipedia.org/wiki/ICP_license) )

### 2.2.3. Меню навигации

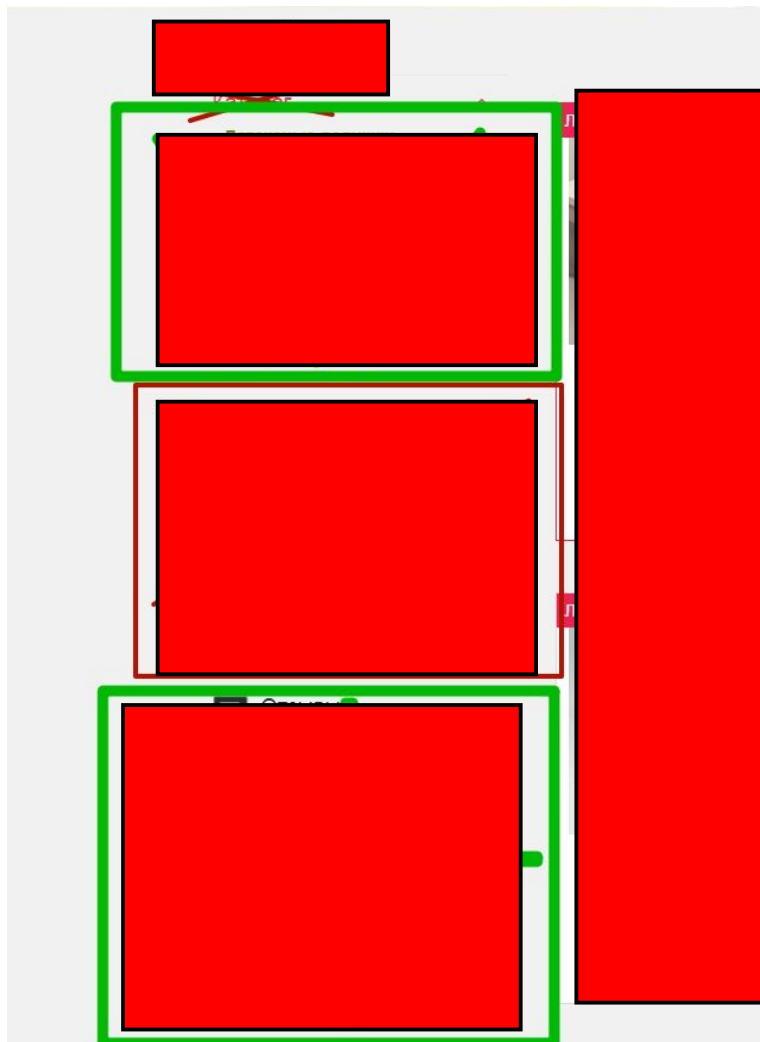
**2.2.3.1. Горизонтальное меню в шапке сайта (с учетом рекомендаций по изменению структуры страниц сайта):**

- убрать из меню категорию "Каталог" вместе с подкатегориями (данная категория будет постоянно присутствовать в левом вертикальном меню сайта);
- "магазины" сделать подкатегорией "контакты"
- "о нас" переместить в предпоследнюю позицию горизонтального меню и переименовать на "статьи".

### 2.2.3.2. Вертикально меню слева:

Для всех типов страниц кроме "контакты" (в "контакты" левое меню будет содержать меню с "магазинами") необходимо сделать меню, которое будет изначально выглядеть таким образом:

- ссылки на главную страницу сайта и Каталог убраны (отмечено красным крестом на изображении);
- свернутое меню основных категорий товаров - при нажатии на меню открывается список подкатегорий;
- страницы "О нас" , "Контакты", "Магазины" убраны (отмечено красным крестом на изображении);
- Ниже отдельным доработанным блоком ссылки на страницы "Доставка" и прочее (см. п 2.2.2 Новые страницы)




### **2.2.3.3. Футер:**

Меню в футере должно дублировать горизонтальное меню навигации в шапке сайта + содержать пункты с п. 2.2.2 Новые страницы

### **2.2.3.4. Сортировка:**

Потребуется дополнительного анализа и доработки после выполнения основных правок в меню.

### **2.2.4. Оптимизация URL**

Уточняю, что предварительно необходимо сделать бекап и вылить его на тестовый домен для того, чтобы можно было сравнить изменения и корректно настроить редиректы 301 со старых страниц на новые URL адреса. С учетом оптимизации структуры сайтов на сайте основные продающие страницы уже будут иметь короче URL, потому что будет удалена часть / 

Далее необходимо удостовериться в том, что все названия пунктов меню содержат релевантные названия, а в случае с продвигаемыми страницами там должны содержаться самые главные продвигаемые релевантные ключевые слова.

После того как пункты меню 100% актуальны и написаны корректно необходимо сбросить список URL адресов всех страниц и переформировать их на Pinyin. Также необходимо использовать разделитель нижнее подчеркивание "\_" вместо тире "-".

Далее необходимо проверить вложенность страниц в URL адресах и хлебных крошках.

Также для статей и подобных страниц, где длина URL адреса страницы слишком длинная - необходимо изменить URL адреса на более короткие. Далее необходимо настроить редиректы 301 со старых URL адресов на новые.

### **2.2.5. Чувствительность URL**

На данный момент не обнаружено проблем, но после правок обязательно необходимо удостовериться, что все по-прежнему работает корректно.

### **2.2.6. rel="canonical"**

#### **2.2.6.1. Страницы пагинации:**

Все страницы постраничной навигации должны ссылаться на первую страницу пагинации с помощью "canonical", то есть в HTML коде таких страниц внутри тега <head> должен быть тег <link rel="canonical" href="http://site.com/canonical-link.html"/> , где в атрибуте href должен быть указан URL первой страницы пагинации.

На текущий момент rel canonical реализован некорректно.





Третья строка `Disallow: /as[redacted]/` в файле запрещает индексацию практически всех изображений сайта. Рекомендуется открыть изображения для индексации.

Далее приведенные строки 13-15 необходимо убрать - таким образом открыть для индексации страницы пагинации и сортировки, иначе есть риск того, что поисковые боты не смогут увидеть большую часть товаров.

```
Disallow: /? [redacted]
Disallow: /* [redacted] *
Disallow: /* [redacted]
```

Строка 17 - зачем запрещать индексацию чтобы потом её разрешить? Необходимо удалить данную строку (разрешили, когда удалили третью строку).

```
Allow: / [redacted]
```

Строка 20 - не используется https. Необходимо поставить http протокол.

```
Sitemap: [redacted]
```

Строки 2,16 - недопустимо наличие пустых переводов строки между директивами User-agent, Disallow и Allow.

В итоге содержимое файла robots.txt должно быть следующим:

```
User-agent: *
Disallow: / [redacted]
Disallow: / [redacted]
Disallow: / [redacted]
Disallow: / [redacted]
Disallow: / [redacted]
Disallow: / [redacted]
Disallow: / [redacted]
Disallow: / [redacted]
Disallow: / [redacted]
```

```
Host: [redacted]
Siter [redacted]
```

### 2.2.12. sitemap.xml

Главная страница продублирована в начале файла. Необходимо для каждого URL добавить тег `<mobile:mobile type="pc,mobile"/>` - в рамках оптимизации под Baidu

**Сейчас:**

```
<url>
  <loc>
```

```
http://b [REDACTED]  
[REDACTED]  
</loc>  
<changefreq>monthly</changefreq>  
<priority>0.7</priority>  
</url>
```

**Должно стать:**

```
<url>  
<loc>  
[REDACTED]  
</loc>  
<mobile:mobile type="pc,mobile"/>  
<changefreq>monthly</changefreq>  
<priority>0.7</priority>  
</url>
```

### 2.2.13. Названия файлов изображений

1649 изображений не имеют ключевых слов в названии файла.

Список в листе "internal images":

[http://gkz](#) [REDACTED]

Рекомендуется переименовывать названия файлов по мере обновления текстов.

### 2.2.14. Скорость загрузки страниц

Анализ необходимо проводить в несколько этапов, с начала оптимизируется главная страница, потом поэтапно прогоняются основные типы страниц и таким веерным методом оптимизируется большинство обнаруженных проблем сайта

[https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?url=http%/\[REDACTED\]](https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?url=http%/[REDACTED])

Poor

36 / 100

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

Предложения по оптимизации

Включите сжатие

• Как исправить?

Удалите код JavaScript и CSS, блокирующий отображение верхней части страницы

• Как исправить?

Сократите JavaScript

• Как исправить?

Оптимизируйте изображения

• Как исправить?

Сократите время ответа сервера

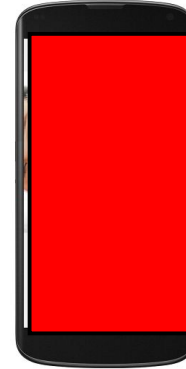
• Как исправить?

Сократите CSS

• Как исправить?

Используйте кеш браузера

• Как исправить?



[https://gtmetrix.com/reports/\[redacted\]](https://gtmetrix.com/reports/[redacted])

Latest Performance Report for: [redacted]

[redacted]

[redacted]

Looks like you might not be using a CDN. [Why should I use a CDN? >](#)

Performance Scores

PageSpeed Score

F(42%)

YSlow Score

D(63%)

Page Details

Fully Loaded Time

7.5s

Total Page Size

2.06MB

Requests

64

PageSpeed

YSlow

Waterfall

Timings

Video

History

RECOMMENDATION	GRADE	TYPE	PRIORITY
Enable gzip compression	F (0)	SERVER	HIGH
Minify JavaScript	F (0)	JS	HIGH
Defer parsing of JavaScript	F (41)	JS	HIGH
Optimize images	E (96)	IMAGES	HIGH
Minify CSS	B (80)	CSS	HIGH
Serve scaled images	A (92)	IMAGES	HIGH
Specify image dimensions	A (95)	IMAGES	MEDIUM
Leverage browser caching	A (90)	SERVER	HIGH
Minify HTML	A (99)	CONTENT	LOW

What do my scores mean?

Rules are sorted in order of impact upon score. Optimizing rules at the top of the list can greatly improve your overall score.

Not every recommendation will apply to your page. The recommendations are meant to be generic, best practices; some things will be out of your control (eg. external resources) or may not apply to your page.

[Learn more about PageSpeed/YSlow scores and how they affect performance.](#)

Need optimization help?

[http://www.webpagetest.org/result/\[redacted\]/performance-optimization/](http://www.webpagetest.org/result/[redacted]/performance-optimization/)



### **2.2.15 Добавить сайт в инструменты для вебмастеров Baidu**

Ссылка на инструмент: <http://zhanzhang.baidu.com/?castk=LTE%3D>

Руководство:

<http://www.dragonmetrics.com/how-to-optimize-your-site-with-baidu-webmaster-tools/>

<https://builtvisible.com/baidu-seo-guide/>

### **2.2.16 Микроразметка и ричснippets**

Руководство:

<http://www.dragonmetrics.com/top-100-most-common-baidu-result-types/>

<http://www.dragonmetrics.com/how-to-get-organic-traffic-on-baidu-in-a-crowded-world-of-rich-snippets/>

### **2.2.17. eTag (Entity Tag)**

Руководство:

<http://wpcertification.blogspot.hk/2010/08/how-to-enable-etag-in-apache-http.html>

### **2.2.19. China SMM**

Руководства:

<http://www.dragonmetrics.com/social-media-guide-for-baidu-seo/>

<http://www.dragonmetrics.com/top-100-most-common-baidu-result-types/#social>