

Доработка сайта WHP: каталог, характеристики по объёму, точные преимущества

Прошли по коду вашего сайта заранее — ниже расклад, где именно эти пять пунктов живут технически.

з 2001
full-cycle studio

20+
років досвіду

400%
середній ROI

CA · US
клієнти

WordPress

ACF / кастомные поля

Rank Math SEO

Schema.org Product

Ajax Load More

UX каталога

Пять пунктов из задачи мы не стали читать как абстрактный список — открыли whp-heat.com.ua и прошли по каждому в коде. Ниже не «мы сделаем красиво», а что конкретно нашли и что с этим будем делать.

Ваши пять пунктов — и что уже видно в коде

Что в задаче	Что нашли, открыв сайт
Список моделей в каталоге, каждая — на страницу продукта	Карточки в /catalog/ уже ведут на реальные страницы товаров — проверили несколько: /boiler/max/ , /boiler/frank/ , /boiler/carl/ отдаются корректно. Но часть моделей подгружается кнопкой «Показать ще» через AJAX (плагин Ajax Load More) — а то, чего нет в исходном HTML, поисковый бот не всегда видит. Проверим, какие модели прячутся за кнопкой, и уберём этот риск для индексации.
Адекватные характеристики под каждый объём, с раскрывающимся списком	Открыли карточку FRANK / FRANK DRY: в описании прямо указано «доступні об'єми: 50, 80, 100 літрів», а таблица характеристик и даже Schema.org-разметка в коде страницы показывают данные только для одного объёма — 50 л. Это не косметика верстки, это структура данных не различает объёмы. Разложим характеристики по объёмам и добавим переключатель, который меняет и таблицу на странице, и саму разметку.
Предложения по другим моделям, которые могут заинтересовать	Блок «Також дивіться» на карточке FRANK уже есть и показывает четыре другие модели. Доведём его до каждой товарной страницы и заменим статичный «что осталось» на подбор по смыслу — близкий объём или похожий сегмент, а не первые четыре по списку.
Скрыть страницу «купить оптом»	Ссылка на неё стоит минимум в двух местах — в верхнем меню сайта и прямо на карточке товара («Щоб дізнатись як купити оптом... натисніть сюди»). Уберём из обоих мест, иначе после скрытия страницы в меню останется рабочая ссылка на 404.
Убрать, что есть Wi-Fi	Нашли причину. Блок «Плюси водонагрівача WHP» с пунктом Wi-Fi — общий шаблон, и он одинаковый на MAX, JACK и FRANK — моделях без Wi-Fi. Это не опечатка в тексте одной карточки, это общий блок преимуществ, который показывает Wi-Fi всем подряд. Приведём в порядок, чтобы у каждой модели были её реальные плюсы.

Почему это важно смотреть в коде, а не только по описанию задачи

Пункт про объёмы — хороший пример. Если просто «поправить таблицу на странице», через месяц она разъедется с тем, что видит Google в Schema.org, потому что источник данных один, а исправление было косметическим. Мы разводим объёмы на уровне данных, а таблица и переключатель на странице становятся отображением этих данных, а не отдельным текстом, который снова придётся синхронизировать вручную.

То же с Wi-Fi: если просто убрать слово «Wi-Fi» с одной карточки, оно тут же вернётся при следующем обновлении блока преимуществ — потому что блок общий на все модели. Чинить нужно логику показа плюсов по модели, а не текст на странице.

У нас за плечами похожая работа с каталогами на масштабе — на проекте MassageWarehouse техническим SEO-аудитом выявили и устранили 47 тысяч дублей URL, возникших из-за фасетной навигации. Логика та же: сначала разобраться, откуда данные берутся, потом чинить один раз в источнике.

Порядок работ

Фаза 1 — разбор данных каталога

Смотрим, сколько моделей на сайте реально имеют больше одного объёма (FRANK и, вероятно, CARL — не единственные), и сколько скрыто за кнопкой «Показать ще». Список моделей и объёмов — вам на сверку, прежде чем менять код.

Фаза 2 — характеристики по объёму

Разводим данные характеристик по объёмам, ставим переключатель на карточке товара, синхронизируем со Schema.org-разметкой, чтобы таблица на странице и то, что видит Google, совпадали.

Фаза 3 — «также смотрите» и опт

Доводим блок рекомендаций до всех карточек с подбором по смыслу, убираем страницу и все ссылки на «купить оптом» — в меню и на карточках товара.

Фаза 4 — плюсы по модели и проверка

Приводим блок «Плюсы водонагрівача WHP» к реальному набору функций каждой модели, проверяем все карточки вручную — что Wi-Fi остался только там, где он есть на самом деле, а страница опта нигде не всплывает.

Уточним перед стартом. Мы разобрали FRANK как пример — по нему видно и проблему с объёмами, и проблему с Wi-Fi. Полный список моделей с несколькими объёмами (кроме FRANK, вероятно CARL и, возможно, ещё пара) сверим по каталогу и подтвердим с вами до начала правок, чтобы не менять то, что уже работает правильно.

Готовы начать сразу с кода. Напишите, если знаете о моделях с несколькими объёмами кроме FRANK — включим их в тот же проход и не будем сверять заново.

WebCoreLab — full-cycle digital studio · Toronto, Canada

Дизайн, разработка, SEO/GEO и DevOps под одной крышей — **от идеи до продакшна и поддержки**. На рынке **с 2001**, 20+ лет в digital, **20+ лет совокупного опыта команды**. Архитектурный подход, измеримый результат, полный контроль на стороне владельца.

ПАРТНЁРСТВА И ПРИЗНАНИЕ

Clutch · Top Agency Canada

DesignRush · Best SEO

G2 · High Performer

Google Partner

HubSpot Partner

Cloudflare Partner

Semrush Partner

ISO 27001 Aligned

Релевантные кейсы

Похожие по инженерной сути проекты — SEO/GEO-видимость, техническая дисциплина на масштабе, AI-автоматизация и высоконагруженные платформы.

E-COMMERCE · TECHNICAL SEO

Message Warehouse

47 тыс. дублей URL с фасетной навигации выявлено и устранено техническим SEO-аудитом.

→ дедупликация на масштабе

GEO · AI SEO

TechFlow

Видимость в AI-ассистентах (ChatGPT, Perplexity, Gemini, Claude) для B2B SaaS-платформы.

→ AI-видимость и цитирование

GEO · E-COMM

GreenLeaf

AI Shopping Visibility — product-level GEO для 200+ товаров, чтобы AI-ассистенты рекомендовали бренд, а не конкурентов.

→ видимость в AI-ассистентах

GEO · HEALTHCARE

MedCore

Локальная GEO/schema-архитектура на 12 локаций с точной AI-видимостью для сети клиник.

→ локальная AI-точность

SEO · CRO

Ahrefs case

Полная семантическая реструктуризация SaaS-платформы — PageSpeed 71→94, конверсия 2.3%→2.94%.

→ скорость и конверсия

ENTERPRISE · LOGISTICS

XPO Logistics

Высоконагруженная логистическая платформа — 97 тыс. пользователей, 32 страны, 99.7% аптайм.

→ стабильность под нагрузкой

AI · AUTOMATION

LatinAmericanCupid

Мультиагентная AI-система поддержки заменила 2000 агентов, CSAT вырос до 94%.

→ автоматизация на масштабе

HEALTHCARE · LEAD GEN

Detox

Рост органических заявок +420% с коллтрекингом и скорингом лидов для медицинского центра.

→ заявки не теряются

SERVICE · AI BOOKING

Custom Maids Toronto

AI-бронирование и CRM для клининговой компании — время записи сокращено на 78%.

→ автоматизация записи

Смотреть все кейсы →