

Вы пишете «текст уникализирован везде» — в медицине это не тот рычаг: Google относит такие сайты к YMYL, и там решает не уникальность, а кто автор, какая у него квалификация и на что он ссылается

Ссылок на сайты в задании нет, поэтому ниже — не догадки про ваши домены, а разбор того, что в медицинской тематике реально двигает позиции, и почему два ваших домена требуют разных стратегий.

с 2001

full-cycle студия

20+

лет опыта

331

параметр отслеживания

59

сигналов AI-видимости

YMYL / E-E-A-T

Семантика как система

История домена

Каннибализация

AI-видимость

главное про медицину

Почему уникальный текст сам по себе не поднимает

Медицинские сайты Google относит к категории YMYL — тем, где неверная информация может навредить здоровью или деньгам человека. К таким сайтам применяются заметно более жёсткие требования, чем к обычным.

На практике это значит, что уникальность текста — это условие, чтобы страницу вообще не сочли копией, а не причина поднять её выше. Двигают другие вещи: указанный автор с медицинской квалификацией, а не анонимный текст; страница о специалисте с образованием и опытом; ссылки на источники, откуда взяты утверждения; кто отвечает за сайт и как с ним связаться; отзывы и упоминания за пределами самого сайта. Сайт с идеально уникальным, но обезличенным текстом в медицине упирается в потолок, и добавление ещё текста ситуацию не меняет.

Это первое, что мы проверяем на обоих ваших доменах, и часто именно здесь лежит объяснение, почему при нормальном контенте нет роста. Хорошая новость: правки тут не про переписывание всего заново, а про авторство, разметку и структуру доверия — объём работы конечный и понятный.

два домена

Пять лет и пара месяцев — это две разные задачи

ДОМЕН С ИСТОРИЕЙ 5 ЛЕТ

Сначала выясняем, чем он жил эти пять лет

История домена — это и актив, и риск. Проверяем: что на нём было раньше (домены нередко покупают с рук, и прошлое тянется за ними), какой ссылочный профиль накопился и нет ли там мусора, есть ли следы санкций, какие страницы уже в индексе и по каким запросам он уже получает показы. Часто у такого домена уже есть скрытый потенциал: запросы на позициях 4-20, где трафик близко и вопрос решается правкой заголовков, а не новым контентом.

ДОМЕН ПАРЫ МЕСЯЦЕВ

Здесь ставка на структуру и доверие, а не на объём

Молодой сайт в YMYL-тематике растёт медленнее любого другого — это нормально и это надо закладывать в ожидания. Работа идёт от фундамента: корректная структура, индексация, авторство, базовые сигналы доверия. Пытаться взять его объёмом текста в медицине — самый долгий путь.

Отдельный вопрос, который стоит решить на старте: два сайта одной тематики у одного владельца. Если они рассчитаны на одни и те же запросы, то начнут конкурировать между собой — вы будете платить за продвижение дважды, а в выдаче они будут мешать друг другу. Поэтому до начала работ мы разводим их по назначению: разные услуги, разные регионы или разные типы запросов. Если разведения не получается, честнее вкладываться в один.

как работаем

Семантика как система, а не список ключей

Для каждого проекта собираем единый семантический документ, где запросы разложены не в столбик, а в рабочую структуру: что уже приносит показы по данным вашей поисковой консоли; отдельный блок «дожать» — запросы на позициях 4-20, где трафик есть, а топа нет; разрыв с конкурентами; кластеры с определённым намерением пользователя; карта соответствия «запрос — страница», которая сразу показывает, где две ваши страницы конкурируют за один запрос.

Для двух сайтов эта карта нужна вдвойне: она же покажет пересечения между доменами, а не только внутри одного.

что отслеживаем

Зафиксированные показатели, а не «стало лучше»

У нас есть мастер-перечень параметров, которые снимаются на старте и отслеживаются дальше — он сводит более 490 наших проверок в структуру из 20 направлений: семантика и видимость, трафик и поведение, индексация, robots, карта сайта, on-page, структурированные данные, скорость и Core Web Vitals, ссылочный профиль, внешнее продвижение и отдельно AI-видимость. Перед стартом отдаём согласованный набор — вы видите, по чему вас будут оценивать, ещё до начала работ.

медицина и AI-поиск

Где сейчас теряются пациенты

Всё больше людей задаёт медицинские вопросы не в поиске, а ассистентам. Для клиник это уже ощутимый канал — и там проблема часто не в отсутствии упоминаний, а в том, что о бренде выдаётся неверная информация: устаревшие услуги, чужие адреса, неправильные контакты.

На нашем проекте для сети клиник из 12 локаций именно это и было исходной проблемой: AI-системы отправляли пациентов к конкурентам и путали данные. После работы над локальной архитектурой и согласованием сущностей корректность данных о бренде в ответах выросла с 34% до 92%, упоминания — на 410%, а обращения, пришедшие из AI-ответов, выросли в 3,8 раза. Мы проверяем эту сторону вместе с классическим SEO, потому что в медицине доверие к данным о клинике — это и есть конверсия.

Портфель открыт: webcorelab.com/case-studies. Часть проектов закрыта условиями договоров.

со стороны клиента

Что нужно, чтобы начать

Ссылки на оба домена — без них любая оценка будет гаданием.

Доступ к поисковой консоли и аналитике — по домену с историей это главный источник: он покажет, что уже работает.

Чем сайты отличаются между собой — разные услуги, разные города или это два похожих проекта. От ответа зависит, разводим мы их или концентрируемся на одном.

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

[Портфолио — webcorelab.com/case-studies →](https://webcorelab.com/case-studies)