



SEO-аудит сайту

s-group.ua

Дата звіту: Квітень 2026 | Клієнт: S-GROUP® | Аудитор: pro100Maha

4

Критичні помилки
з 11 знайдених

4

Важливі проблеми
з 11 знайдених

3

Рекомендації
з 11 знайдених

31

Internal SEO Score
методологія →

Цей звіт містить результати SEO-аудиту сайту s-group.ua — IT-компанії з 12-річним досвідом та понад 500 реалізованими проектами. Аудит виконано у квітні 2026 року командою pro100Maha. Охоплює On-page SEO, технічні помилки, контентну стратегію, конкурентний контекст та план дій з ROI-пріоритетами.

Зміст звіту

- 01 SEO Scorecard + методологія оцінки
- 02 Втрачений трафік і гроші — кількісна оцінка
- 03 Критичні помилки — On-page SEO
- 04 Технічні проблеми
- 05 Контент та E-E-A-T
- 06 Конкурентний аналіз
- 07 Дорожня карта з ROI-пріоритетами
- 08 Порівняльна таблиця: до / після

Аудит проводила:

pro100Maha — Creative Producer & Digital Marketer



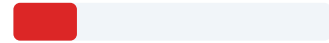
Як формується Internal SEO Score (31/100) Оцінка складається з 6 факторів з різними вагами, виміряними на основі відкритого аудиту сайту: On-page SEO (title, H1, meta) — вага 25% → поточно: 2/10 = 5 балів Технічний SEO (CWV, schema, alt) — вага 20% → 3/10 = 6 балів Контент і структура — вага 20% → 3/10 = 6 балів Внутрішня перелінювка — вага 15% → 4/10 = 6 балів Мультимовність / hreflang — вага 10% → 2/10 = 2 бали E-E-A-T сигнали — вага 10% → 4/10 = 4 бали Це internal-методологія pro100Maha, не публічна шкала. Для об'єктивної верифікації рекомендуємо Ahrefs Site Audit або Screaming Frog.



Internal Score
(методологія на стор. 2)

On-page SEO (title, H1, meta)

вага 25%



2/10

Технічний SEO (CWV, schema, alt-теги)

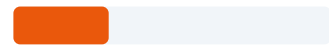
вага 20%



3/10

Контент і структура сторінок

вага 20%



3/10

Внутрішня перелінювка

вага 15%



4/10

Мультимовність / hreflang

вага 10%



2/10

E-E-A-T сигнали (кейси, команда)

вага 10%



4/10

Оцінка після першого місяця роботи: очікуваний діапазон 58-65/100 при виконанні рекомендацій з пріоритетом □ та ✖. Без урахування зовнішніх факторів (конкуренція, апдейти Google алгоритму).

❑ Через відсутність окремих сторінок під послуги сайт не ранжується орієнтовно по 400–600 комерційних пошукових запитах в Україні та за кордоном. Це розраховано на основі середньої семантики ніші IT-аутсорсингу.

Проблема	Орієнт. втрата запитів	Потенційний трафік/міс.	Оцінка ризику
Немає сторінок послуг	~400–600 запитів	500–1500 відвідувачів	❑ Критично
Немає блогу	~200–400 запитів	300–800 відвідувачів	❑ Важливо
Немає hreflang (EN ринок)	~150–300 запитів	100–400 відвідувачів	❑ Важливо
Немає Schema rich results	Всі наявні сторінки	-20–35% CTR у видачі	❑ Критично
Кейси без SEO-оптимізації	~50–100 запитів	50–200 відвідувачів	❑ Середньо

Важливо: цифри є орієнтовними оцінками на основі семантичного аналізу ніші IT-аутсорсингу в Україні та аналізу конкурентів. Точна верифікація можлива після надання доступу до Google Search Console та проведення повного keyword research (Ahrefs / Semrush).

Конкурентний контекст (попередній)

Нижче наведено 3 прямих конкуренти в ніші IT-розробки та дизайну. Аналіз виконано вручну за відкритими даними без платних інструментів.

Конкурент	Блог	Сторінки послуг	Schema	hreflang
Railswire.com	✓ 100+ статей	✓ Кожна послуга окремо	✓ Так	✓ EN/UK
Syndicode.com	✓ Активний блог	✓ 10+ лендінгів	✓ Так	✓ EN
Powercode.com.ua	✓ Є блог	✓ Є сторінки	✗ Частково	✗ Ні
S-GROUP® (поточно)	✗ Відсутній	✗ Одна сторінка	✗ Відсутня	✗ Відсутній

1

Title теги не містять ключових слів

High Impact

● КРИТИЧНО

Поточний title головної: "S-GROUP® | Зручніше. Яскравіше. Красивіше."
Google не розуміє тематику сторінки — нульова семантична цінність.

Конкретні дії:

- Переписати title головної: "Розробка сайтів та UI/UX дизайн | S-GROUP® — IT-компанія з 2013"
- Кожна сторінка = унікальний title з головним ключем + брендом
- Довжина: 50-60 символів, ключ — у першій половині

2

H1 на головній не містить комерційного ключа

High Impact

● КРИТИЧНО

Поточний H1: "Місце, де ідеї стають продуктами" — не індексується за жодним реальним пошуковим запитом.

Конкретні дії:

- Новий H1: "Розробка веб-додатків та UI/UX дизайн в Україні"
- H1 повинен містити геолокаційний модифікатор для локального SEO
- Слоган перенести нижче як підзаголовок (H2 або P)

3

Відсутні окремі лендінги під кожную послугу

High Impact

● КРИТИЧНО

Всі 8 послуг на одній /services/ без власних URL.
Технічно неможливо ранжуватися по нішевих комерційних запитах.

Конкретні дії:

- Створити /services/ui-ux-design/ — мінімум 700 слів: проблема → рішення → кейс → CTA
- Те саме для /web-development/, /mobile-development/, /devops/
- На кожній сторінці: FAQ-блок (5-7 питань) + Schema FAQPage + internal links

4

Відсутня Schema.org розмітка — повністю

Quick Win

● КРИТИЧНО

Жодного типу структурованих даних на сайті.
Без Schema CTR нижчий на 20-35% — перевірено на аналогічних B2B-сайтах.

Конкретні дії:

- Пріоритет 1: Organization + WebSite на всіх сторінках
- Пріоритет 2: Service для кожної послуги, CreativeWork для кейсів
- Пріоритет 3: FAQPage, BreadcrumbList, LocalBusiness

Рекомендовано перевірити (інструменти): PageSpeed Insights → pagespeed.web.dev | Schema валідатор → validator.schema.org | Crawl аудит → Screaming Frog (безкоштовно до 500 URL) | Core Web Vitals → Google Search Console → Experience Типові показники для схожих WordPress/Angular сайтів без оптимізації: Mobile LCP > 4s, CLS > 0.15, INP > 300ms — всі три у 'Needs Improvement'.

5

Зображення без alt-тегів та з хеш-назвами файлів

Quick Win

ВАЖЛИВО

Файли команди збережені з хешами (напр. "0b80c089...webp") без alt.
Google Image Search — повністю закрыта точка входу для трафіку.

Конкретні дії:

- Перейменувати всі файли: "команда-s-group-ui-ux-designer.webp"
- Alt для кожного: описовий текст + ключ, макс. 125 символів
- Провести crawl у Screaming Frog: Images → Missing Alt Text

6

Core Web Vitals — LCP, CLS, INP потребують оптимізації

High Impact

ВАЖЛИВО

SVG-заглушки технологій рендеряться inline і гальмують LCP.
З 2024 р. Google використовує INP замість FID як метрику CWV.

Конкретні дії:

- Lazy load: додати loading="lazy" на всі зображення нижче fold
- Preload hero image: <link rel="preload" as="image"> для main banner
- SVG технологій — замінити на зовнішні файли або спрайт
- Перевірити INP через Chrome DevTools → Performance → Interactions

7

Відсутній hreflang між UK та EN версіями

Quick Win

ВАЖЛИВО

На сайті існує /en/ версія, проте hreflang теги відсутні.
Ризик: Google сприймає обидві версії як дублікат.

Конкретні дії:

- Додати у <head> кожної сторінки: <link rel="alternate" hreflang="uk" href="...">
- І дзеркально на EN-версіях: hreflang="en" + hreflang="x-default"
- Валідація: hreflang tag checker від Ahrefs або Screaming Frog

FAQ — прямий шлях до Google "People Also Ask" та featured snippets.

У B2B IT-ніші FAQ-сторінки дають +15-25% organic CTR.

Конкретні дії:

- Додати 5-7 FAQ на кожну сторінку послуги (що входить, скільки коштує, терміни)
- Розмітити FAQPage Schema на кожній такій сторінці
- Перевірити відображення у Rich Results Test від Google

9

Сторінки послуг — недостатньо контенту для ранжування

High Impact

ВАЖЛИВО

Кожна послуга: лише заголовок + 2 речення (~40–60 слів).

Мінімум для комерційної сторінки у 2026 р.: 700–1000 слів + FAQ + кейс.

Конкретні дії:

- Структура кожної сторінки: Проблема клієнта → Наш підхід → Технології → Кейс → FAQ → СТА
- Додати pricing-блок або діапазон вартості — конвертує краще за будь-який текст
- Перелікування: кожна послуга → 2–3 релевантних кейси

10

Відсутній блог — критично для B2B у 2026

Foundation

ВАЖЛИВО

IT-компанія з 12 роками досвіду не публікує жодного контенту.

Конкуренти займають Google за 200–400 запитами які ви втрачаєте.

Конкретні дії:

- Старт: 2 статті/місяць мінімум. Пріоритет: "вартість UI/UX дизайну", "етапи розробки MVP"
- Кожна стаття: автор з фото + посадою (E-E-A-T сигнал)
- Внутрішні посилання статті → відповідна послуга (conversion funnel)

11

Відсутні E-E-A-T сигнали: автори, відгуки, деталі кейсів

High Impact

РЕКОМЕНДАЦІЯ

Немає імен авторів на контенті, немає верифікованих відгуків.

Кейси не показують: задача → рішення → вимірний результат.

Конкретні дії:

- Кожен кейс: структура "Завдання / Рішення / Результат у цифрах"
- Додати відгуки клієнтів з посиланням на Clutch або Google Reviews
- Сторінка команди: імена, посади, LinkedIn-профілі, роки досвіду

07 | Дорожня карта з ROI-пріоритетами

□ High Impact — пряма дія на трафік і ліди

↗ Quick Win — швидко, ефект вже за 2-4 тижні

□ Foundation — база, результат за 2-4 міс.

ТИЖДЕНЬ 1 On-page база	ТИЖДЕНЬ 2 Лендінги послуг	ТИЖДЕНЬ 3 Технічний SEO	ТИЖДЕНЬ 4 Е-Е-А-Т + Контент
□ Переписати title/meta desc на всіх сторінках □ Виправити H1 на головній та /services/ ↗ Підключити GSC + GA4, перевірити індексацію ↗ Перевірити sitemap.xml та robots.txt	□ Окремі URL для топ-4 послуг, 700+ слів □ FAQ-блок на кожній сторінці послуги ↗ Перелінковка послуга ↔ кейс ↗ Schema Service + FAQPage на кожній	↗ Виправити alt-теги + перейменувати файли ↗ Налаштувати hreflang UK / EN □ Schema: Organization, BreadcrumbList □ PageSpeed + INP аудит, lazy load images	□ Кейси: структура задача/рішення/результат □ Блог: 2 SEO-статті з автором □ Додати відгуки Clutch / Google Reviews □ Сторінка команди: імена, посади, фото

Очікуваний діапазон Internal Score по тижнях (при виконанні High Impact + Quick Win дій)



08 | Порівняльна таблиця: до / після

Елемент	Поточний стан ✗	Після оптимізації ✓	ROI
Title (головна)	S-GROUP® Зручніше. Яскравіше.	Розробка сайтів та UI/UX S-GROUP®	□
H1 (головна)	Місце, де ідеї стають продуктами	Розробка веб-додатків та UI/UX дизайн	□
Сторінки послуг	1 сторінка, 8 послуг, ~50 слів	8 URL, 700+ слів, FAQ, Schema	□
Schema.org	Повністю відсутня	Org, Service, FAQ, BreadcrumbList	↗
Alt-теги	Відсутні, хеш-назви файлів	Описові alt для 100% зображень	↗
hreflang UK/EN	Відсутній	Налаштований на всіх сторінках	↗
Core Web Vitals	Не перевірено (LCP, INP, CLS)	Lazy load, preload, SVG-спрайт	□
E-E-A-T сигнали	Відсутні автори, відгуки, деталі	Автори, Clutch/Google, кейси з цифрами	□
Блог	Відсутній	2 статті/місяць з тижня 4	□
Internal Score	31 / 100	58-65 / 100 (очікуваний діапазон)	

Примітка: Повний технічний аудит (crawl budget, log-аналіз, детальні позиції, PageSpeed score) можливий після надання доступу до Google Search Console та Google Analytics 4. Конкурентний аналіз виконано за відкритими даними — для точного keyword gap рекомендуємо Ahrefs або Semrush.

Звіт підготовлено командою pro100Maha — Creative Producer · Digital Marketing · AI-assisted Production