

Аудит сайта site.ru

Комплексный SEO-аудит – это диагностика ресурса на ошибки, препятствующие выходу сайта на верхние позиции в результатах поиска.

В ходе проверки определяем соответствие сайта требованиям поисковых систем, проводим анализ эффективности работ по продвижению.



ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ
К НАМ В СОЦСЕТЯХ!



Содержание аудита:

1. Анализ SEO-показателей сайта

- 1.1. Проверка посещаемости: сводка, источники
- 1.2. Индексация в Яндекс, Google
- 1.3. ТИЦ
- 1.4. Возраст домена, возраст сайта
- 1.5. Зона домена
- 1.6. Присутствие на картах Яндекс и Google
- 1.7. Присутствие в Яндекс Каталоге, DMOZ

2. Технический аудит сайта

- 2.1. Корректность служебного файла robots.txt
- 2.2. Корректность служебного файла sitemap.xml
- 2.3. Технические ошибки
- 2.4. Средняя скорость загрузки страницы
- 2.5. Анализ кодов ответа сервера
- 2.6. Зеркало сайта
- 2.7. Наличие дублей страниц
- 2.8. Проверка наличия аффилиатов
- 2.9. Битые ссылки
- 2.10. Наличие Flash-элементов и фреймов
- 2.11. Наличие ошибок в HTML-коде
- 2.12. Оптимизация Title и META-данных
- 2.13. Анализ контентного наполнения
- 2.14. Анализ ссылочного профиля сайта
- 2.15. Проверка на использование запрещенных методов продвижения

3. Аудит юзабилити

- 3.1. Аудит главной страницы
- 3.2. Навигация
- 3.3. Способы связи, сервисы
- 3.4. Типографика, ссылки, цвета, сетка, подписи
- 3.5. Кроссбраузерность
- 3.6. Нововведения

4. Семантическое ядро

5. Общие выводы и рекомендации по оптимизации сайта

1. Анализ SEO-показателей сайта

Если вы привлекаете клиентов через сайт и планируете увеличивать продажи, то мониторинг текущего состояния сайта – необходимый шаг. Комплексный SEO-анализ включает в себя оценку более 50 показателей, влияющих на посещаемость ресурса и позиции в поисковой выдаче.

1.1. Проверка посещаемости сайта

Нет пользователя – нет сайта. Ведь если на сайт не будут приходить посетители, то ресурс останется лишь набором никому не нужной информации. Именно от пользователей зависит, станет ли ресурс инструментом продаж, и окупятся ли вложения в сайт.

К тому же посещаемость – важный фактор ранжирования сайтов в поисковой выдаче. Если показатели поведенческих факторов высокие: посетители проводят на сайте достаточно времени, просматривают несколько страниц, повторно посещают сайт, - то выше вероятность, что Яндекс определит сайту более высокие позиции.



Количество посетителей за последний месяц – **11 025 человек**

Процент новых посетителей – **99,4%**

Процент вернувшихся посетителей – **0,6%**

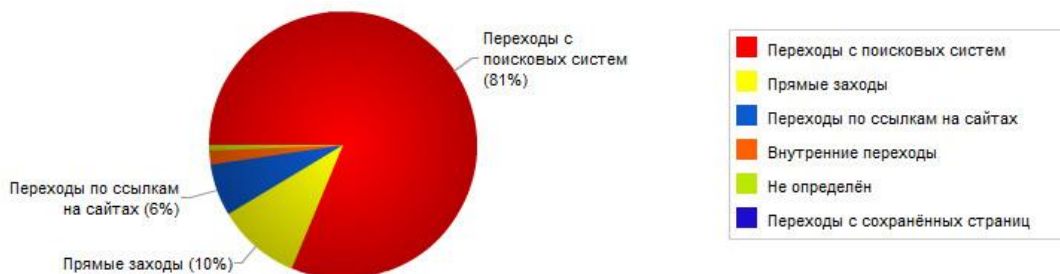
Просмотрено страниц – **21 952**

Средний показатель отказов — **74,1%**. Это значит, что почти 75% посетителей просматривают только одну страницу. Эти посетители однозначно ничего не закажут и не обратятся в компанию.

На графике ниже показано, откуда пользователи попадают на сайт.

Источники трафика: сводка

Яндекс



Оценка, рекомендации: Необходимо решать две проблемы — уменьшать % отказов и помогать посетителям найти интересующую информацию при просмотре сайта, подтолкнуть их к обращению в компанию.

1.2. Индексация сайта в Яндекс, Google

Показатель индексации — количество страниц Вашего сайта, доступных через поисковую систему.



- Количество страниц, проиндексированных в Яндекс – 312
- Количество страниц, проиндексированных в Google – 328




Оценка, рекомендации: На сайт не наложено фильтров. Однако разница в количестве индексируемых страниц говорит о том, что Google хуже видит сайт или не находит ценности в отдельных его страницах.

1.3. ТИЦ

ТИЦ – показатель поисковой системы Яндекс, расшифровывается тематический индекс цитирования. ТИЦ является одним из факторов, показывающих авторитетность ресурса. Этот показатель определяется по наличию и качеству внешних ссылок на сайт. Сайты с высоким ТИЦ имеют больше шансов попасть в ТОП.



■ Показатель ТИЦ – 220




Оценка, рекомендации: Отличный показатель, который является результатом многолетней работы с сайтом. При дальнейшем увеличении естественной ссылочной массы возможно улучшение показателя.

1.4. Возраст домена, возраст сайта



■ Возраст домена – 5 лет

■ Возраст сайта – 5 лет



Оценка, рекомендации: Возраст сайта говорит о доверии к сайту со стороны поисковых систем. На сайт не наложено фильтров, что также влияет на благосклонность поисковых машин при ранжировании запросов.

1.5. Зона домена

Выбор названия, уровня и зоны домена влияет на позиции сайта в результатах поиска.



■ Название зоны домена – зона «ru»



Оценка, рекомендации: Зона «ru» является оптимальной для продвижения в рунете.

1.6. Присутствие на картах Яндекс и Google

Регистрация на популярных картах позволяет пользователям быстрее находить компанию, улучшает позиции сайта и повышает число клиентов Вашего бизнеса.



- Присутствие компании на Яндекс Картах – да
- Присутствие компании на Google Картах – нет



Оценка, рекомендации: Компания хорошо представлена на Яндекс Картах, но в сервисе Google Maps информация о контактных данных организации отсутствует. Рекомендуется внести информацию о месте расположения компании на все основные картографические сервисы.

1.7. Присутствие в Яндекс Каталоге, DMOZ

Яндекс Каталог – это крупнейший в рунете сборник качественных сайтов, структурированных по тематикам. Появление в каталоге сайта означает, что Яндекс ссылается на ваш сайт. Это положительно сказывается на посещаемости. Отлично подходит для сайтов, ориентированных на пользователей из нескольких регионов. DMOZ – авторитетный каталог качественных и полезных сайтов. Попасть в него можно только в случае, если сайт высоко оценивается модераторами.



- Регистрация компании в Яндекс Каталоге - да
- Регистрация компании в DMOZ – нет



Оценка, рекомендации: Регистрация в обоих каталогах оказывает положительное влияние на ранжирование сайта.

Технический аудит сайта

В случае если будут найдены технические ошибки, указываем на их наличие, даем рекомендации.

1.1. Корректность служебного файла Robots.txt

Robots.txt - файл, который содержит подробные инструкции для роботов поисковых систем относительно того, какие страницы следует индексировать. Так, например, не стоит открывать для индексации служебные страницы сайта. Некорректно настроенный Robots.txt тормозит процесс индексации сайта и приводит к появлению в поисковой выдаче нежелательных результатов.



■ Файл robots.txt отсутствует



Оценка, рекомендации: В данный момент отсутствие файла приводит к появлению в индексе нежелательных страниц, например, дубля главной страницы, а также технических страниц. Необходимо создать корректно настроенный файл robots.txt.

1.2. Корректность служебного файла sitemap.xml

Файл sitemap.xml называют картой сайта, т.к. он содержит перечень страниц сайта и, тем самым, служит дополнительным средством навигации для поисковых роботов. Грамотно прописанный файл ускоряет их работу: указывает, какие страницы необходимо сканировать в первую очередь, а какие – второстепенно.



■ Файл sitemap.xml отсутствует



Оценка, рекомендации: Карта сайта отсутствует. Необходимо создать и корректно настроить.

1.3. Технические ошибки



■ 301 редирект с «без www» на «с www» и наоборот

Не настроен. Host также не указан в файле robots.txt. Таким образом, поисковые системы вольны выбирать главное зеркало самостоятельно.

■ 301 редирект с URL без слеша в конце на со слешем URL'а

Не настроен.

■ 404 ошибка

Да, однако страница ошибки не русифицирована и не содержит базовых элементов навигации. Вернуться на сайт можно только по клику на логотип.

■ Наличие Favicon

Да, выполнен качественно.

■ Url сайта

Настроены, однако не учитывают структуру сайта.

■ Наличие пустых страниц

На сайте не обнаружено пустых страниц.

1.4. Средняя скорость загрузки страницы

Время отклика сайта показывает, насколько быстро сервер может ответить на запрос браузера или поискового робота. Если время отклика сайта превышает 2 секунды, то поисковик может посчитать что сайт не работоспособный и соответственно не проиндексировать сайт.

Время и скорость загрузки сайта чрезвычайно важны. Быстрый сайт улучшает пользовательский опыт, увеличивает коэффициент конверсии, вовлеченность пользователей и даже поднимает сайт в результатах выдачи.



■ Время отклика – 394 мс

■ Время загрузки – 1,67 с

■ Средняя скорость загрузки сайта – 34,18 кб/сек



Оценка, рекомендации: Вы можете ускорить загрузку страниц, оптимизировав файлы изображений:

- bg_top.png
- footer_block.jpg

1.5. Анализ кодов ответа сервера

Если веб-сервер отвечает роботам Яндекса не так, как обычным пользователям, то могут возникнуть проблемы с индексированием сайта.

Для обычных страниц должен возвращаться код 200 (OK), для несуществующих страниц этот код должен быть равен значению 404 (Not found). Также существуют и другие коды ответа сервера, такие как: 301, 403, 500, 503 и т.п.

Если все страницы отдают верные значения, значит сайт настроен правильно, а это, в совокупности со многими другими факторами, положительно влияет на ранжирование.



■ **Ошибки кодов ответа сервера – отсутствуют**



Оценка, рекомендации: Сайт настроен правильно: все страницы сайта отдают верные коды ответа.

1.6. Зеркало сайта

Зеркало сайта – частичная или полная копия сайта. Используются для предоставления одной и той же информации из нескольких источников. Зеркала не индексируются поисковыми системами, однако наличие неверно настроенных зеркал нежелательно. Зеркало, которое не является основным, вылетит из индекса поисковых систем.



- Обнаружено зеркало сайта – www. [redacted]



Оценка, рекомендации: Сайт доступен по обоим адресам. Необходимо выбрать единственную версию написания, настроить директиву Host в robots.txt и редирект в .htaccess.

1.7. Наличие дублей страниц

Дубли страниц – это технические копии страниц сайта, доступные по разным адресам. При наличии дублей контент становится неуникальным. За дубли страниц поисковики наказывают понижением позиций, исключением страниц из индекса.



- Обнаружены дубли главной страницы – [http:](http://) [redacted]

[http:](http://) [redacted]

[http:](http://) [redacted]



Оценка, рекомендации: Дубли главной страницы являются распространенной критической ошибкой. Необходимо настроить 301 редирект со всех дублей на главную.

1.8. Наличие аффилиатов

Аффилиаты – сайты, принадлежащие одному владельцу и продвигаемые по одному списку запросов. Такие сайты чаще всего имеют одинаковые контактные данные, схожие доменные имена, названия компаний, одинаковый контент. При обнаружении аффилиата Яндекс накладывает фильтр и занижает позиции всей группе сайтов.



■ Риск аффилирования – не обнаружено

1.9. Битые ссылки

«Битые ссылки» – ссылки, при переходе по которым, пользователь попадает на несуществующие веб-страницы, документы и изображения, которые были удалены или перемещены. Битые ссылки крайне негативно влияют на выдачу сайта в поиске.



■ Наличие битых ссылок – обнаружено большое количество битых ссылок на сайте

Необходимо устранить [http:](http://[REDACTED]) [REDACTED]

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

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

1.10. Наличие Flash-элементов и фреймов

Технология Flash используется для разработки различных элементов сайта, таких как баннеры, всплывающая реклама, навигация и т.д. Эта технология позволяет создавать красивые элементы, но, к сожалению, поисковые системы не читают Flash. Если ключевые элементы сайта сделаны с помощью технологии Flash, то продвигать такой сайт будет практически невозможно.

Фреймы встречаются на старых сайтах и представляют «сайт в сайте». Это устаревшая техника, которая затрудняет взаимодействие ресурса с поисковыми роботами.



■ Наличие Flash-элементов и фреймов – не обнаружено

1.11. Наличие ошибок в HTML-коде

HTML – это стандартный язык разметки в вебе. Поисковые системы должны разобрать HTML-код на ваших страницах, чтобы найти релевантный контент. Если ваш HTML-код содержит ошибки, поисковые роботы могут не найти контента, что негативно скажется на ранжировании страницы.

■ HTML-разметка

Всплывающий блок формы заказа по умолчанию скрыт атрибутом "display: none", который может быть негативно трактован поисковыми роботами. В коде присутствуют закомментированные куски, дублирующие содержимое (комментированные строки не участвуют в формировании облика страницы, однако «засоряют» код страницы).

■ Корректность тега <h1>

Отсутствует на ряде страниц сайта. На главной тег встречается более одного раза (допустим только 1 на страницу). Встречаются дубли H1: <http://> и <http://>

Заголовки также не являются оптимизированными.

Рекомендуем прописать тег h1 на всех страницах сайта, причем сделать его уникальным для каждой страницы.

■ Проверка W3C валидатором

— результат проверки HTML-кода валидатором выявил ошибки. Многие из них не являются критическими. Среди наиболее заметных: несколько тэгов H1 на главной, использование заголовков H2 для оформления телефона, пустые H2.

Кроме того, на всех страницах присутствуют десятки строк пустого кода, что негативно сказывается на оценке сайта поисковыми системами.

1.12. Оптимизация Title и META-данных

Мета-теги помогают поисковому роботу понять, чему посвящена та или иная страница.

Тег <title> определяет заголовок документа. Его содержание отображается в названии окна/вкладки браузера. Title напрямую влияет на релевантность страницы к поисковому запросу.

Основная задача метатега <description> заключается в кратком описании страницы, также текст description может использоваться поисковыми системами при формировании сниппета.

Метатег <keywords> предназначен для перечисления ключевых слов, он не оказывает практически никакого влияния на ранжирование страницы, и тем не менее его рекомендуется заполнять. В нем размещаются релевантные ключевики, по которым продвигается страница. При размещении чрезмерного количества или нерелевантных слов могут возникнуть проблемы с продвижением, так как поисковики такое содержимое расценивают как спам.



■ **Корректность тега Title**

На всем сайте дублируются два типа тайтлов:

Дублирование тайтлов — критическая проблема, т.к. они являются одним из главных факторов для определения релевантности страницы запросу. Рекомендуется прописать уникальные оптимизированные title для всех страниц сайта.

■ **Корректность тега Description**

Отсутствие тэгов META Description и Keywords на всех страницах сайта.

1.13. Анализ контентного наполнения

Уникальный контент с ключевыми словами – основной критерий оценки качества и рейтинга ресурса поисковыми системами. Чем ниже уникальность текста, тем хуже индексируется сайт и хуже позиции.

Яндекс отдает предпочтение сайтам, которые созданы для людей и удобны пользователям. Поэтому, если в текстах употребляется большое количество ключевых слов (переоптимизация), Яндекс понижает позиции сайта. Восстановлены они могут быть только после устранения проблемы.



■ Уникальность текстов

Адрес проверяемой страницы	Уникальность	Детали проверки
	<10%	показать детали
	<10%	показать детали
	12.2%	показать детали
	<10%	показать детали
	<10%	показать детали



Степень уникальности контента – низкая.

Кроме того, многие страницы, с которыми связаны целевые запросы, не имеют текстового наполнения.



■ Наличие переоптимизированных страниц

[http:](#)

[http:](#)

– на приведенных страницах используется большое количество вхождений, порой в неестественном виде.



Оценка, рекомендации: советуем снизить количество вхождений ключевых слов. В данном случае достаточно 2 прямых и 2 «разбавленных» вхождений фразы в текст, которые желательно равномерно распределить по тексту. Первый раз фраза должна употребляться в начале текста в точной форме.

1.14. Анализ ссылочного профиля сайта

Исследуем ссылочный профиль, количество ссылок на сайт, качество ссылающихся сайтов, присутствие сайта в вирусных каталогах.

Входящие ссылки – это ссылки со сторонних сайтов, которые ссылаются на страницы Вашего сайта. Внешняя ссылочная масса учитывается при ранжировании сайтов в поисковой выдаче. Причем, учитывается как количество ссылок, так и качество.

Исходящие ссылки - ссылки с Вашего сайта на другие ресурсы. Ссылки на ресурсы низкого качества, чрезмерное количество исходящих ссылок оказывает негативное влияние на позиции сайта в поисковой системе.



Входящие ссылки

- **Количество ссылающихся доменов - 97**
- **Бэклинки – 3685**
- **Ссылки с площадок низкого качества – не обнаружено**
- **Исходящие ссылки – не обнаружено**



Оценка, рекомендации: Ссылочная масса сайта весьма велика: за 5 лет сайт обзавелся тысячами ссылок с широкого спектра доменов-доноров. Однако ссылочный профиль подлежит тщательному анализу. Многие площадки могли устареть и размещение ссылок на них идет скорее во вред репутации Вашего ресурса. Примеры таких ресурсов смотрите в следующем пункте аудита.

Политика по закупке ссылок, которая ведется сейчас, также не слишком эффективна: арендованные ссылки с биржи Sape низкого качества. Сайты-доноры не схожи по тематике, зачастую не посещаются живыми людьми.

Примеры таких ссылок: <http://taxpravo.ru/international/novosti-534>,
<http://bezpeka.in.ua/get-news/0134/>, <http://fxweek.info/p/3107-poprazdnstvo>.

Почему это важно?

Ваш сайт отнесен к Москве, где ссылочное ранжирование отключено по многим коммерческим тематикам и запросам. Это означает, в частности, что ссылки будут работать в том случае, если по ним будут совершаться пользовательские переходы и эти ссылки будут выглядеть достаточно естественно с точки зрения поисковой системы.

1.15. Проверка на использование запрещенных методов продвижения



- **Использование запрещенных методов оптимизации (black hat) не обнаружено**



Предостерегаем Вас от разнообразных прогонов Xrumer'ом, ссылочных ферм, ссылочных взрывов, переспама вхождений и других путей «оптимизации», которые нарушают рекомендации поисковых систем по работе с сайтами.

Аудит юзабилити

Юзабилити – это удобство использования сайта для достижения определенных целей. В случае с коммерческим сайтом, цель – успешные заявки и продажи. Сайт, учитывающий все правила юзабилити, лучше воспринимается пользователем, имеет хороший показатель времени, проведенного на сайте, и высокий показатель конверсии.

1.1. Главная страница

Главная страница должна производить благоприятное впечатление и выгодно представлять компанию.

Анализируем страницу от и до – первое впечатление, восприятие, подача информации, расположение блоков, доступность и удобство для пользователя.

Пример

Слайдер: два слайда ведут на одну и ту же страницу, лучше сделать ссылки на разные — так пользователь получит больше информации.

По главной странице совершенно невозможно понять, куда попал: то ли это интернет магазин, то ли производитель, то ли еще что-то. Необходима хотя бы пара предложений приветствия и описания сути сайта, желательно в начале — например, сразу после слайдера.

Меню под слайдером: кнопка «Задать вопрос» никуда не ведет, необходимо назначить ей ссылку либо убрать ее.

Блоки слева:

График презентаций: необходимо сделать ссылку с этой фразы, как сделано в блоке «Бесплатная доставка».

Блок под блоком «Бесплатная доставка»: текст на картинке такой мелкий, что сложно понять, куда вообще ведет ссылка. Лучше сделать подпись для нее, либо взять картинку с текстом читаемого размера.

1.2. Навигация по сайту

От того, насколько грамотно, удобно и продуманно составлена навигация, зависит вероятность, что пользователь найдет нужную информацию и в будущем захочет вернуться на сайт.

Проходим по «пути пользователя», находим нелогичные, слабые и «стоп» - места, которые вынуждают пользователя закрыть сайт.

Пример

Информационное меню и меню каталога перемешаны: поскольку в шапке сайта не хватает места для ряда информационных пунктов, они перенесены в каталог. Это не лучшее решение, т. к. создается путаница. Что рекомендуется сделать:

- Пункты верхнего меню логичнее было бы упорядочить следующим образом: Новости — О компании — Каталоги — Интернет-магазин — Распродажа — Контакты
- При этом нужно на картинке пункта «Интернет-магазин» дополнительно написать значение этой кнопки, чтобы оно было более очевидно. Поскольку эта одна из самых важных кнопок, нужно, чтобы ее значение было сразу понятно.
- Отсутствует подсветка активных пунктов меню и нет хлебных крошек, так что не всегда можно понять, где находишься, и с удобством осуществлять переходы.
- Кнопка «Задать вопрос» в левом меню также никуда не ведет.
- Кнопка «Наверх» очень незаметная, рекомендуется сделать ее заметнее.

1.3. Способы взаимодействия с клиентами

Когда у посетителя сайта появляется вопрос или желание приобрести товар/услугу, необходимо, чтобы он мог легко и беспрепятственно это сделать.

Проверяем видимость, логику, удобство использования форм связи.

Пример

Страница «О компании»: пользователи не склонны читать большие тексты, тем более написанные «сплошняком». Чтобы пользователь хотя бы что-то прочел и заинтересовался, нужно в текстах выделять ключевую информацию, например, при помощи жирного\курсивного шрифта, а также списков. Возможно, также стоит сократить текст, убрав из него все лишнее. Эти рекомендации актуальны вообще для любых текстов. Также на этой странице не мешает форма обратной связи.

На страницу «Контакты» необходимо добавить схему проезда (Яндекс / Гугл карту).

К телефонам в шапке рекомендуется:

- Добавить время работы
- Для телефона 8-800 добавить информацию, что звонок бесплатен по России — это важный стимулирующий момент.

Форма регистрации: необходимо сделать поля Имя и Фамилия необязательными — избыточное количество обязательных полей отталкивает пользователей от совершения регистрации.

Отсутствует информация о способах оплаты и доставки. Необходимо сделать страницу с этой информацией.

1.4. Типографика, ссылки, цвета, сетка, подписи

Важным фактором при восприятии сайта является приятное цветовое сочетание, удобный для чтения размер шрифта, графическое наполнение.

Исследуем графическую составляющую сайта.

Пример

В целом, по части графического наполнения претензий к сайту нет.
Отдельные моменты:

- Текст на кнопках в левом меню читается плохо.
- Шрифты блока контента и оформление этого блока выбивается из общего дизайна сайта.

Пример:

- Необходимо использовать шрифт одного размера, стиля и не перебарщивать с разными его цветами и начертаниями. Пример проблемной страницы:
- Ссылка «НАПИСАТЬ НАМ» в подвале сайта пристыковывается к нижней границе картинки, это смотрится некрасиво, необходимо исправить.
- В подвале сайта присутствует две кнопки «нравится» от фейсбука, необходимо оставить одну.

1.5. Кроссбраузерность

Не секрет, что для просмотра сайтов пользователи используют специальные программы – браузеры. Сегодня количество браузеров исчисляется уже десятками и каждый из них имеет по несколько версий, отличающихся по функциональности.

В связи с этим и появилось понятие кроссбраузерности - свойство сайта одинаково работать во всех браузерах. При просмотре сайта в этих браузерах не должно наблюдаться развалов верстки и подаваемый материал должен быть одинаково читабелен.

Проверяем сайт на корректное отображение в популярных браузерах.

Пример

Сайт корректно отображается во всех распространенных браузерах: Opera, Internet Explorer, Mozilla, Google Chrome, Netscape и Safari

1.6. Нововведения

В этом пункте предлагаем интерфейсы и инструменты, которые улучшат восприятие сайта и повысят лояльность посетителей.

** По соглашению с клиентом, мы не имеем права раскрывать информацию о конкретных нововведениях.*

2. Семантическое ядро

Подбираем список из 100 популярных в тематике ключевых слов, по которым на сайт придут целевые посетители, исследуем по скольким из них на текущий момент приходят посетители. Определяем, насколько будет эффективно поисковое продвижение для привлечения трафика на сайт.

Показатель	Оценка	Рекомендация
Тематика	Одежда оптом	Тематика сайта соответствует продвигаемой.
Регион	Москва	Сайту присвоен регион через Яндекс.Каталог

«Частотность» - этот показатель означает, как часто пользователи Рунета вводят такой запрос в поисковой системе (в месяц).

«Позиция» - это место Вашего сайта по запросу в Яндекс на момент проверки.

Фраза	Частотность	Позиции	Фраза	Частотность	Позиции
плащи оптом	185	-	европейские куртки оптом распродажа	0	-
плащи женские оптом	59	-	европейские марки одежды оптом	0	-
плащи оптом от производителя	28	-	европейские плащи оптом	0	-
куртки плащи оптом	26	-	европейские хлопковые плащи оптом	0	89
плащи пальто оптом	5	-	женская верхняя одежда оптом москва	22	-
купить плащ оптом	20	-	женская одежда оптом	4146	-
ветровки плащи оптом	10	-	женская одежда оптом из европы	0	-
женские плащи оптом от производителя	15	-	женская одежда оптом от производителя	1389	-
пальто куртки плащи оптом	0	-	женская одежда оптом скидки	0	-
купить женские плащи оптом	6	-	женские весенние пальто 2015 оптом	0	-
куртки плащи оптом от производителя	1	-	женские ветровки оптом	52	-
плащи куртки ветровки женские оптом	2	-	женские куртки оптом	250	-
куртки оптом	1205	95	женские пальто демисезонное оптом	2	-
куртки женские оптом	250	-	женские пальто на синтепоне оптом	5	-
куртки весна оптом	134	83	женские плащи от производителя	27	-
купить куртки оптом	173	-	женские плащи оптом весна 2015	0	-
куртки оптом от производителя	104	70	женские хлопковые плащи опом	0	32
куртки оптом москва	186	-	купить верхнюю женскую одежду оптом	12	-

женские куртки весна оптом	36	-	куртки женские оптом москва	38	-
оптом весенние куртки женские 2015 оптом	57	-	куртки оптом распродажа	8	-
куртки весна	33	-	модные куртки оптом	14	-
купить женские куртки оптом	37	-	модные куртки оптом распродажа	0	-
женские куртки оптом от производителя	30	-	пальто 2014 оптом	1	-
демисезонные куртки оптом	16	-	пальто 2014 оптом скидки	0	-
куртки пальто оптом	32	34	пальто на синтепоне оптом	11	-
зимние куртки оптом	63	-	пальто оптом от производителя	177	-
куртки оптом недорого	25	-	пальто оптом распродажа	5	-
недорогие куртки оптом	25	-	пальто утепленное оптом	0	-
женские весенние куртки оптом	14	-	плащи ветровки оптом	10	-
купить куртки оптом от производителя	4	-	плащи из европы оптом	0	-
куртка парка оптом	28	-	плащи из хлопка оптом	0	-
женские куртки весна купить оптом	6	-	плащи оптом новая коллекция	11	-
пуховики куртки опт	8	80	плащи оптом москва	15	42
куртки женские оптом в москве	38	-	распродажа женской одежды оптом	4	-
женские зимние куртки оптом	36	-	хлопковые плащи оптом	0	66
верхняя женская одежда из европы оптом	0	-	женская одежда от производителя	3142	-
верхняя женская одежда оптом	125	-	пальто оптом	1215	51
верхняя одежда оптом	646	-	пальто оптом москва	88	61
весенние женские куртки оптом купить	2	-	пуховики оптом	296	-
весенние женские пальто оптом	9	-	оптом от производителя верхняя одежда	145	60
весенние коллекции верхней одежды оптом	1	-	купить верхнюю одежду оптом	76	-
весенние плащи 2015 оптом	0	4	верхняя одежда оптом москва	50	-
весенние плащи оптом	2	-	куплю оптом верхнюю женскую одежду	12	-
весенняя европейская одежда оптом	1	-	верхняя одежда оптом недорого	7	-
ветровки 2015 оптом	11	-	верхняя одежда для женщин оптом	23	71
ветровки оптом москва	22	-	верхняя одежда мелкий опт	17	-
европейская одежда оптом	21	-	женские пуховики оптом	70	-
европейская одежда оптом скидки	0	-	купить пуховик оптом	40	49
европейские куртки оптом	0	-	пуховики оптом от производителя	17	-
куртки пуховики женские оптом	1	-	пуховики оптом в москве	34	38

По составленному ядру **0%** запросов находятся в ТОП10.

Вывод по позициям: на данный момент у сайта нет позиций по запросам. Тем не менее, видимость сайта в ПС можно существенно повысить, проработав техническую, контентную и внешнюю оптимизацию ресурса.

3. Общие выводы и рекомендации по оптимизации сайта

Как показывает практика, даже незначительные изменения на сайте могут улучшить текущие показатели. Однако, чистый код или выверенное положение блока «заказать» не решают главную задачу – генерирования посетителей на сайт и увеличения продаж.

На основании анализа даем рекомендации по исправлению ошибок, увеличению «продающих» свойств сайта и улучшению позиций в поисковой выдаче.

** По соглашению с клиентом, мы не имеем права раскрывать информацию о конкретных рекомендациях по оптимизации.*

**А теперь нажмите на эту большую кнопку,
чтобы вернуться и заказать аудит сайта!**

