

Проведение общего аудита сайта: SEO, юзабилити, ТЕКСТЫ

МДК 03.03

Практическая работа № 1

Что такое аудит сайта

- **Аудит - это проверка ресурса на соответствие определенным требованиям.**

Критериев много, но все они сводятся к двум вещам: **ресурс должен нравиться пользователям и поисковым системам.**

Что в наше время практически одно и то же: поисковые роботы давно научились определять полезные сайты и продвигать их в выдаче.

В “Яндексе” и Google открыто рекомендуют делать интересные для посетителей ресурсы, максимально эффективно решающие задачу по поисковому запросу.

А вот определить, так это или нет, как раз и позволит аудит.

В каких случаях проводится аудит сайта

- Одна из главных задач веб-мастера - **постоянно отслеживать новые веяния и вносить изменения.**

В каких случаях проводится аудит сайта

- **Аудит обязательно проводится в следующих случаях:**
 - ❑ позиции сайта упали в поисковой выдаче. Еще вчера страницы уверенно занимали топ, а сегодня болтаются на третьей-четвертой страницах;
 - ❑ снизилось число заявок и заказов. Возможно, страницы стали менее удобны по сравнению с сайтами конкурентов и постоянные клиенты сбежали к соперникам;

В каких случаях проводится аудит сайта

- ❑ снизился поисковый трафик;
- ❑ ухудшились поведенческие факторы.
Особенно это касается таких характеристик, как количество отказов, длительность и глубина сессии. Если пользователи заходят на страницу, проводят на ней несколько секунд, а затем покидают, пришло время аудита;
- ❑ просто прошло полгода-год. За это время требования к оформлению веб-страниц могут сильно поменяться.

Виды аудита сайта

- Параметров, по которым проверяются страницы - сотни. Их можно разделить на 5 больших групп:
 - Технический аудит.
 - SEO-аудит.
 - Проверка usability, UX и общего удобства для пользователей.
 - Аудит контента.
 - Анализ продающей составляющей (маркетинговый аудит).

Технический аудит

- Практически всегда проводится в **первую очередь.**

Причина проста: **технические причины могут свести на нет все остальные показатели.** Например сайт интернет-магазина. Выгодные цены, удобную доставку и умниц-менеджеров просто никто не увидит, если страницы, допустим, слишком медленно грузятся.

Технический аудит

- **На что нужно обратить внимание при проведении технического аудита сайта интернет-магазина:**

Технический аудит

Ошибки в коде HTML. HTML (HyperText Markup Language) - язык разметки гипертекста.

Этот инструмент сообщает браузеру о том, как следует отображать страницы на экране монитора.

Делается это при помощи специальных команд - тегов.

Например, если кусок текста помечен тегом , на сайте он будет выделен жирным шрифтом.

При ошибках в HTML-коде страницы могут некорректно отображаться.

Заголовки не будут заголовками, будут плавать абзацы и так далее.

Проверить ошибки в HTML-коде можно самостоятельно.

Для этого есть специальные сервисы, например, [HTML Validator](#).

Технический аудит

- **Ошибки в разметке CSS.**

Этот инструмент отвечает за размещение блоков на странице сайта.

От CSS зависят цвет, расположение, форма и другие характеристики модулей.

Неверная кодировка приводит к тому, что страница выглядит попросту криво: блоки обрезаются, закрываются другими элементами и так далее.

Для проверки CSS также есть бесплатные инструменты. Неплохой сервис - [CSS Validator](#).

Технический аудит

- **Медленная загрузка страниц.** На скорость загрузки поисковики обращают пристальное внимание, накладывая фильтры за невысокие показатели.

Да и пользователям не нравится, когда сайт долго грузится.

Инструмент для проверки скорости загрузки - [Google Pagespeed](#).

Технический аудит

При проверке стоит ориентироваться на следующие показатели: **загрузка десктопной версии страница не должна превышать 3 секунд, мобильной версии - 9. Лучше поделить эти цифры на 2.**

Если время загрузки больше, у вас 2 пути: перетащить сайт интернет-магазина на более мощный движок, либо снизить вес страниц для более быстрой загрузки.

Первый вариант предпочтительнее.

Технический аудит

- **Ошибка в коде самого сайта.**

По этой причине страницы также могут неправильно отображаться на экране и содержать другие ошибки.

Приложение для самостоятельной проверки кода - [PR-CY](#).

Технический аудит

- **Ошибка 404.**

Обычно ошибка высвечивается в браузере, если пользователь переходит на несуществующую страницу.

Он может кликнуть по битой ссылке, перейти на ресурс с другого источника, например, соцсети.

Проверить сайт на битые ссылки можно в панели вебмастеров “Яндекса” и Google.

Если страница действительно была удалена, все ссылки на нее нужно уничтожить.

В случае, когда она существует, проверьте линкбилдинг.

Возможно, допущены ошибки в самих ссылках. Вообще появление недоступных страниц - нормальное явление, избежать которого возможно далеко не всегда.

Лайфхак: сделайте оригинальную страницу 404 Not found. Пусть у пользователя будет возможность выйти в нее на другие разделы сайта.

задание

- Провести технический аудит сайта

SEO-AUDIT

- **SEO-аудит — это проверка сайта на соответствие требованиям поисковых систем.**
- Он должен устранить препятствия, которые мешают ресурсу продвигаться в поиске, и показать направления для дальнейшего роста его популярности.
- После анализа у вас будут списки ошибок и задач.
- Разобравшись с ними, вы улучшите позиции сайта в «Яндексе» и Google.

SEO-AUDIT

- Любой сайт, если он развивается, будет меняться.
- Поэтому SEO-аудит нужно проводить **регулярно**.
- Это проверка здоровья ресурса и профилактика возможных проблем.
- Она особенно нужна коммерческим проектам, ведь для них сайт — важный источник клиентов и продаж.

SEO-AUDIT

- Частота аудита зависит от характеристик проекта.
- Усреднённая рекомендация будет звучать так: **проводите его хотя бы дважды в течение года.**

SEO-AUDIT

- Регулярный SEO-аудит позволяет:
- ❑ **Найти слабые места сайта и точки роста.** Это нужно, чтобы правильно распределить доступные ресурсы (время и бюджет) и получить от них максимальную отдачу.
 - ❑ Иногда даже небольшие изменения на сайте могут привести к хорошим и довольно быстрым результатам.

SEO-AUDIT

- Регулярный SEO-аудит позволяет:
 - ❑ **Разобраться** в проблемах с индексацией.
 - ❑ Чаще проблемы относятся к одной из двух групп: **не все нужные страницы попадают в индекс поисковиков**, или, наоборот, **индексируется нежелательный контент**.
- *Например, продублированные или автоматически сгенерированные движком сайта служебные страницы.*

SEO-AUDIT

- **Отреагировать на изменения в алгоритмах.**
- ❑ Google и «Яндекс» меняют алгоритмы ранжирования, стараясь улучшить поисковую выдачу.
- ❑ Чтобы удерживать позиции и сохранять трафик, нужно следить за этими изменениями и менять сайт под новые требования поисковиков.
- *Например, использовать HTTPS или повысить скорость загрузки сайта — об этом часто говорят представители поисковых систем.*

SEO-AUDIT

- **Найти и исправить ошибки на сайте.**
- ❑ Если ресурс «живой» — ошибки неизбежны.
- ❑ Даже простое обновление движка или одного из используемых плагинов может привести к ним.
- ❑ Программисты, работающие над сайтом, тоже не всегда соблюдают требования SEO.
- *Пример: на веб-ресурсе случайно поменялись URL-адреса важных страниц. Это привело к ухудшению их позиций в выдаче, теперь для них нужно настроить переадресацию. Такую ошибку можно найти и исправить в результате SEO-аудита.*

SEO-AUDIT

- Что нужно анализировать: пять направлений

Технический SEO-аудит. Это анализ всех технических аспектов сайта, которые влияют на его позиции в поиске, — например, карты сайта, robots.txt, корректности метатегов Title и Description, наличия дублей страниц, скорости загрузки.

SEO-AUDIT

- **Стандарт исключений для роботов** — стандарт ограничения доступа роботам к содержимому на http-сервере при помощи текстового файла **robots.txt**, находящегося в корне сайта (то есть имеющего путь относительно имени сайта **/robots.txt**). Действие файла не распространяется на сайты, расположенные на поддоменах. **Следование стандарту добровольно.**

SEO-AUDIT

- **Тег title** — это базовый элемент HTML-разметки, который в лаконичной форме демонстрирует пользователям и поисковым роботам основную смысловую и тематическую нагрузку страницы.

SEO-AUDIT

- **Description** - это **META**-тег, который отвечает за описание страницы. Его заполнение является важной частью оптимизации сайта, так как поисковые системы очень часто используют данные **этого META-тега** для формирования описания страницы в сниппете в поисковой выдаче.

SEO-AUDIT

- **Аудит юзабилити.**

- ❑ Чем удобнее сайт для пользователей, тем лучше поведенческие факторы.
- ❑ Они влияют не только на конверсию, но и на позиции сайта в поиске.
- ❑ Значимость поведенческих факторов выше для тех ресурсов, которые борются за топовые позиции в «Яндексе».

SEO-AUDIT

- **Поведенческие факторы сайта.**

- **Отказ (bounce rate)**

Фактически имеется в виду **отказ от просмотра сайта.**

- Выглядит это так: **посетитель заходит на сайт, но с первых секунд понимает, что попал не туда.**
- Он видит, что содержимое страницы не отвечает тому запросу, который он ввел в строке поиска
- Помимо этого пользователь может уйти с ресурса из-за плохого дизайна, неудобного меню и тому подобных факторов.
- Мелкий шрифт, картинки в плохом разрешении и даже неудачно подобранные цвета могут сыграть на отказ.
- Даже если контент неплохой, человек не станет ломать глаза и поищет что-то поудобнее.

SEO-AUDIT

- **Поведенческие факторы сайта.**

Пример:

Посетитель попал на сайт по запросу [“создать интернет-магазин”](#).

Его цель - найти платформу для создания.

Но вместо этого он видит на сайте статьи о том, как это сделать.

Человеку это не интересно, он уже владеет информацией.

Поэтому пользователь закрывает страницу и продолжает поиск.

SEO-AUDIT

- Поведенческие факторы сайта.

□ **Возврат к поиску**

- Ситуация та же: пользователь открыл страницу из поисковой выдачи, только на этот раз его все устроило. Удобный и функциональный сайт и с первого взгляда понятно, что информация адекватна ключевому запросу.

SEO-AUDIT

- Поведенческие факторы сайта.

Допустим, это какая-то статья на интересующую его тематику. **Человек дочитывает материал до конца, после чего понимает, что информация не была исчерпывающей:** он не получил ответы на все интересующие вопросы. Что делает посетитель? Он закрывает вкладку и продолжает искать информацию на других источниках.

SEO-AUDIT

- Поведенческие факторы сайта.

Это тоже учитывает поисковый алгоритм. Он понижает ранжирование сайтов, после посещения которых, посетители вновь пользуются поиском. **Если поиск продолжен - задача не решена или решена не полностью.**

SEO-AUDIT

- **Длина сессии**

□ Это время, проведенное посетителем на страницах сайта.

Чем больше времени он находился на ресурсе, тем лучше. Это значит, что материалы ему интересны, и пользоваться сайтом удобно. А если человек при этом еще и “гуляет” по страницам, переходя из раздела в раздел, это еще лучше.

SEO-AUDIT

- Глубина сессии
 - ❑ **Показывает, сколько страниц сайта посетил пользователь.** В общем случае - чем больше, тем лучше. Фактор показывает не только то, что материалы интересны в принципе, но и то, что ресурс удобен.
 - ❑ Зачастую, чтобы увеличить глубину сессии, веб-мастера искусственно усложняют структуру сайта, например, размещают продолжение статей на других страницах, делают избыточное меню и так далее.
- Делать этого не стоит: пользователи будут уходить с порталов со сложной структурой, потому что ими неудобно пользоваться. А это значит, что возрастет процент отказов.**

SEO-AUDIT

- **Наличие у сайта прямого трафика**

- Если посетители набирают в строке поиска не ключевой запрос, а сразу название конкретного сайта, он получает прямой трафик. То же самое касается случаев, когда пользователи проходят на сайт из закладок, папки “избранное”, журнала или персонального ТОПа (визуальных закладок).
- Этот фактор говорит о двух вещах. Во-первых, у ресурса есть своя постоянная целевая аудитория. Во-вторых, сайт просто известен большому количеству людей - у него мощный бренд.

SEO-AUDIT

- **Наличие у сайта прямого трафика**

Пример:

Посетитель набирает в строке поиска “[купить телефон](#)” и переходит на некий сайт из поисковой выдачи. В этом случае ресурс получает поисковый трафик. Если пользователь сразу набирает, к примеру, “Связной” или “Евросеть”, то это уже прямой переход. **Чем больше таких переходов - тем выше позиция сайта в поисковой выдаче.**

SEO-AUDIT

- **Тепловая карта сайта**

- Этот параметр поисковые алгоритмы используют для того, чтобы **вычислить динамический вес** страницы и **распознать искусственную накрутку поведенческих факторов**. Робот анализирует движение курсора мыши по странице. При попытке накрутить показатели движения будут примитивными и однотипными. Реальный пользователь водит курсором более хаотично.

SEO-AUDIT

- **Кликабельность ссылок из сниппета**

- Если пользователи часто переходят к интересующим разделам сайта прямо по ссылке из поиска, это тоже повышает ранжирование сайта роботами. Фактор говорит, во-первых, о том, что **информация релевантна целевому запросу**. Во-вторых, посетитель **быстрее находит нужную информацию**: он не пользуется меню и даже не открывает [главную страницу](#), а сразу переходит к нужному разделу.

SEO-AUDIT

- **CTR кнопок социальных сетей**
- **Поисковики учитывают и то, насколько активно пользователи делятся контентом в социальных сетях. Это тоже говорит о том, что информация на сайте полезна и интересна.**

SEO-AUDIT & Безопасность

- Сейчас “Яндекс” учитывает 800 различных параметров и их сочетаний.
- Все они сводятся к одному: **сайт в топе должен максимально удовлетворять запросы пользователей.**

SEO-AUDIT & Безопасность

- Отечественный поисковик нещадно наказывает за любые попытки искусственной накрутки любого из параметров.
- Не являются исключением и поведенческие факторы.

SEO-AUDIT & Безопасность

- Если еще несколько лет назад (до 31 августа 2018) можно было продвинуть сайт за счет покупных ссылок, то теперь агентства по созданию и продвижению сайтов предлагают новую услугу - **накрутка поведенческих факторов**.
- Созданы десятки бирж, где исполнителям за небольшое вознаграждение предлагают создать видимость движухи на том или ином ресурсе.

SEO-AUDIT & Безопасность

- **Выглядит это так:** некий заказчик размещает на сайте простое задание - зайти на определенный сайт и совершить на нем какие-то действия.
- *Например,* открыть нужный раздел, кликнуть по указанным ссылкам и так далее. При этом исполнитель должен провести на ресурсе определенное время. Расчет понятен: чем больше пользователей зайдет на сайт и задержится там на какое-то время, тем лучше поведенческие.

SEO-AUDIT & Безопасность

- “НО”. Поисковые машины давно научились распознавать такие

Нарушения и угрозы безопасности на сайте [globalwind.com](#)

Имитация действий пользователей

🕒 Следующая возможность отправить сигнал об исправлении появится через 29 дней

Позиции сайта в результатах поиска понижены

Использование [имитации действий пользователей](#) поисковой системы.

Вероятно, для продвижения Вашего сайта были использованы сервисы или программы, реализующие подобные методы — например, Userator, TrafficStore, WebEffector, SerpClick, Seopult и т. п. Возможно, это было сделано компанией, оказывающей услуги поискового продвижения для Вашего сайта.

Обычно ограничения действуют ещё 8-12 месяцев после устранения нарушения.

[Подробнее о нарушении](#)

Сообщите, что на сайте больше нет нарушений и угроз безопасности

Я всё исправил

Предупреждение о нарушениях и угрозах безопасности на сайте

SEO-AUDIT & Безопасность

- У заказного посетителя движения курсора слишком шаблонны и однообразны.
- Робот сразу это видит и расценивает как попытку искусственной оптимизации.
- За это сайт могут понизить в результатах выдачи и даже наложить фильтр.

Задание

- Провести юзабилити-аудит интернет-магазина

seo-audit

- <https://skillbox.ru/media/marketing/seo-audit/>