

1. Переход на HTTPS

- Фактор ранжирования в Google;
- Пометка «Надежный» в Google Chrome и поддержка современными браузерами;
- Безопасность при работе с админкой;
- Лучшие поведенческие факторы на мобильных устройствах при использовании публичных Wi-Fi;
- Использование протокола HTTP2 для ускоренной загрузки страниц.

У вашего хостера должна быть такая услуга – подключение SSL-сертификата. Подойдет и бесплатный, но только Let's Encrypt.

В верстке все внешние ссылки (в том числе на js, css и другие файлы) должны быть вида “https://” или “//”.

Также в настройках CMS везде должен быть указан протокол https вместо http.

Настройка редиректа, пример .htaccess:

```
RewriteEngine On
RewriteCond %{SERVER_PORT} !^443$
RewriteRule ^(.*)$ https://%{HTTP_HOST}%{REQUEST_URI} [L,R=301]
```

Смысл в том, чтобы с любой страницы без http направляло на ту же страницу только с https. И не были нарушены другие редиректы.

В панели вебмастеров Яндекс и консоли Google должны быть добавлены сайты с https.

В robots.txt адрес sitemap.xml и host также с https должны быть указаны.

Склейка протоколов занимает в среднем 2 недели в Google и 2 месяца в Яндекс.

Возможен спад ТИЦ, но он восстанавливается к следующему обновлению.

Лучше делать переход в несезон.

Судя по статистике в Метрике с конца декабря по март у вас меньше всего трафика. Поэтому лучше всего делать это сейчас (декабре 2017), чтобы к марту восстановить все позиции и быть готовыми к сезону продаж.

2. Региональность

- Улучшение ранжирования геодеpendимых запросов.

«Если сайт содержит большой объем информации о региональных представительствах, рекомендуем использовать поддомены.» (с) Яндекс

У нас нет достаточной контентной информации, которую можно вынести в отдельный сайт. Как минимум к ней относятся:

- информация о цене, оплате, доставке, наличии, контактах указана для данного региона,
- есть отличие ассортимента,
- размещается информация о региональных акциях, скидках, спецпредложениях.

Минусы поддоменов в данном случае:

- утечка веса и траста с основного сайта (т.к. ссылки на регионы должны быть размещены в навигации основного сайта),
- невозможность переноса информационных статей на поддомены;
- трудоемкая техническая реализация;
- частые случаи аффилированности с основным сайтом. Чтобы подобных проблем не возникало, необходимо вкладываться в уникальный контент на поддоменах.

Решение для Яндекс:

«Если у вашей организации есть несколько региональных представительств, укажите адреса и телефоны каждого из них, чтобы робот Яндекса знал о принадлежности сайта к нескольким регионам.»

«...сайту не может быть присвоен регион, не соответствующий фактическому местоположению организации. Местоположение потенциальных клиентов не учитывается.» (с) Яндекс

1. Указываем на страницах сайта контакты представительств в регионах (индекс, адрес, достоверный номер телефона с кодом города).
2. Регистрация в Яндекс.Каталоге. При попадании в каталог мы можем присвоить сайту до 7-ми регионов.
3. Присвоение регионов в Яндекс.Справочнике.
4. * Для повышения конверсии можно использовать персонализацию по региону. На основе IP или ручной установки региона пользователем. При последующем заходе по его cookie будет отображаться заданный регион (условия доставки в этот город, номер телефона, адрес представительства и т.д.). Пример реализации: <https://www.oknograd.by/>

Для всех пунктов обязательное условие – действующий региональный номер телефона, т.к. сотрудники Яндекс часть обзванивают эти номера и проверяют. Даже бывает требуют договора аренды.

В любом случае, у сайта будет только 1 основной регион. Остальные будут считаться второстепенными.

Также следует учитывать, что региональность сайта – это не единственный фактор ранжирования, поэтому для продвижения в регионах следует учитывать и остальные факторы. Например, релевантность страниц по геозапросу, общий траст сайта, более выгодные условия продажи и доставки по сравнению с местными магазинами и поведенческие факторы.

Хорошо повлияет и бесплатный номер для всей Беларуси.

Решение для Google:

Google может связать сайт только с одним регионом – Беларусь. В «Мой бизнес» указываем все филиалы в городах.

Особой рациональности в создании поддоменов для Google нет.

Сайты, ориентированные на Google (например, украинские) склоняются обходиться без поддоменов.

Сайты, ориентированные на Яндекс склоняются к поддоменам (Россия). Что можно наблюдать в SERP'е. Местные сайты и поддомены явно выше ранжируются. Дополнительно это объясняется тем, что конкретно для Москвы и Спб у Яндекса немного отличаются алгоритмы ранжирования. В Беларуси же обе ПС имеют одинаковую популярность.

Самое оптимальное решение, которое вижу я:

Регистрация в Яндекс.Каталог и присвоение сайту всех регионов.

Размещение всех контактов на сайте. Расчет и условия доставки.

Создание и оптимизация страниц под группы запросов с указанием города. Например, «купить насос в витебске», «сколько стоит купить насос в витебске».

Также данный вопрос о разделении сайта на поддомены в Беларуси вставал и при обучении в Webcom. Они рекомендовали не делать этого.

Реализация белорусскими SEO-лидерами:

Контакты и доставка <https://www.21vek.by/company/contacts.html>

Выезд в районы и динамическая смена контактов:

https://www.oknagrad.by/ru/services/vyezd_v_rajony/

Удачный пример Удачника: <http://www.ydachnik.by/about/stores/>

Поэтому, проблема региональных поддоменов связана только с алгоритмом Яндекс. Я предлагаю все же придерживаться рекомендациям поисковиков: если нет достаточной информации для жителей регионов, то не стоит создавать поддомены.

Сейчас в тренде поведенческие факторы (ПФ) и контент. Большое значение на ПФ играют сниппеты, т.е. CTR в поисковой выдаче. Google более дружелюбный в этом плане, но и Яндексом тоже можно манипулировать. Поэтому предлагаю приложить больше усилий на улучшение CTR, вместо трудо- и времязатратного создания поддоменов. При высоком CTR региональность отойдет на задний план.

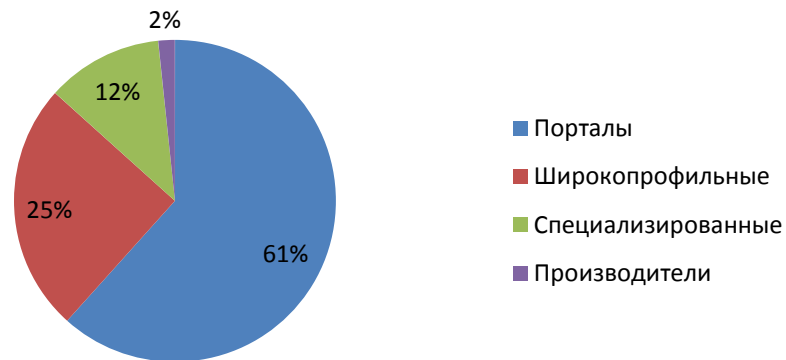
Однозначного правильного решения нет: продвигать основной сайт или делать поддомены. Решение все равно остается за вами.

3. Конкуренты и видимость

Прямыми конкурентами считаются специализированные интернет-магазины с пересечением каталога продукции.

Интернет-магазины с широким ассортиментом (например, pvd.by, voltra.by и т.д.), порталы (deal.by, catalog.onliner.by и т.д.), производители (wilo.com, gidrofor.by), сайты с отзывами, форумы – косвенные конкуренты. Каждый тип сайта конкурирует только между собой. Мы не можем повлиять на предпочтения поисковых систем к типам сайтов, наша цель — быть первым среди своих прямых конкурентов (сайтов такого же типа и тем же ассортиментом, что у нас).

Поисковая выдача ТОП10 в Яндекс и Google



Большая часть трафика и заполнение поисковой выдачи приходится на порталы и интернет-магазины широкого ассортимента. Сайты нашего типа составляют всего 12%.

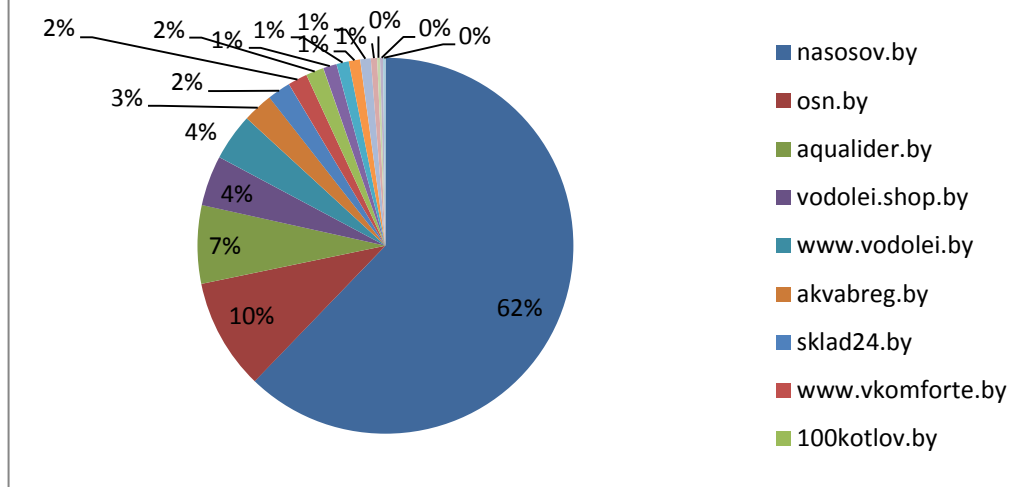
Ниже представлен пример ТОП10 по региону. Желтым цветом отмечены порталы и интернет-магазины широкого ассортимента:

Позиция / Частотность	Вес позиции	купить насос	фекальный насос	купить насос ручеек	купить насос для воды	купить ручной насос	купи/купи	купить водонагреватель	купить фитинги	купить электромагнитный клапан	насос могилев	
		2018	80	94	61	54	1196	93	364	58	62	557
1	0,43											
2	0,28											
3	0,22											
4	0,18								obogreem.by			
5	0,15									nasosov.by		
6	0,15								obogreem.by			
7	0,15											obogreem.by
8	0,15		zhlobinmarket.by			ampika.by						
9	0,15		nasosov.by			www.vkomforte.by						
10	0,15				obogreem.by							
11+	0,08	nasosov.by	aqualider.by	www.vodolei.by		zhlobinmarket.by						
			osn.by			unipump.by						
			akvabreg.by									
			vodolei.shop.by									

Как я говорила ранее, мы конкурируем только по аналогичному типу сайта (специализированные интернет-магазины). **Еще один аргумент в пользу того, что поддомены не дадут ожидаемого выхлопа.**

Видимость каждого сайта рассчитана по формуле: $\sum(\text{Частота запроса} * \text{Вес позиции})$

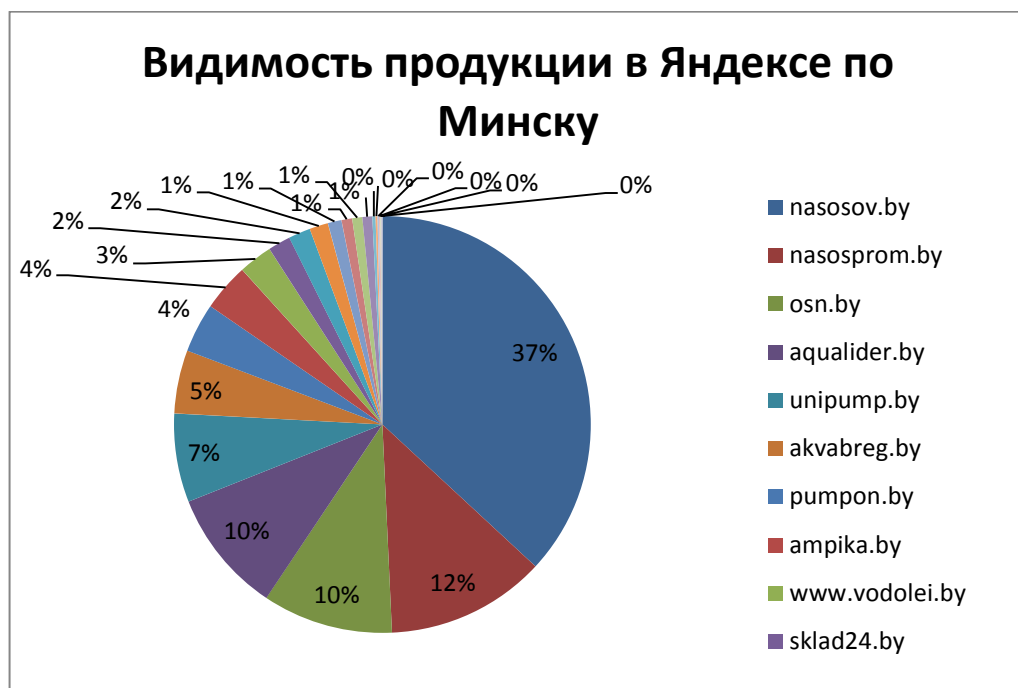
Видимость продукции в Яндексе по всей Беларуси



Основными прямыми конкурентами в Яндексе по Беларуси можно выделить:

1. osn.by
2. aqualider.by
3. vodolei.shop.by
4. www.vodolei.by
5. akvabreg.by

Видимость продукции в Яндексе по Минску



Конкуренты в Минске:

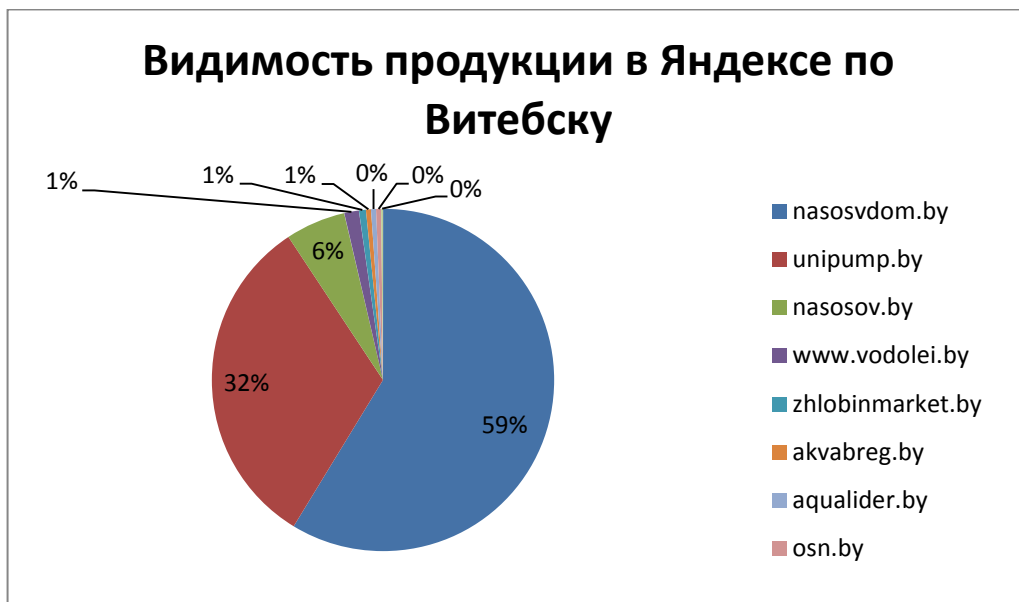
1. nasosprom.by
2. osn.by
3. aqualider.by

4. unipump.by
5. akvabreg.by



Конкурененты в Могилеве:

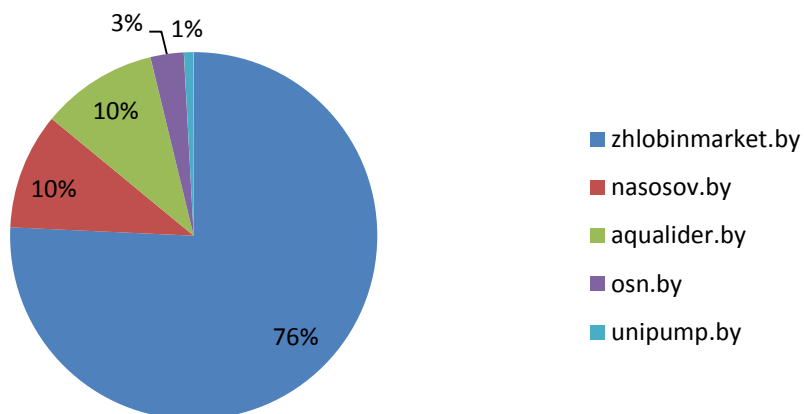
1. obogreem.by - местный
2. zhlobinmarket.by



Конкурененты в Витебске:

1. nasosvdom.by - местный
2. unipump.by

Видимость продукции в Яндексе по Гомелю

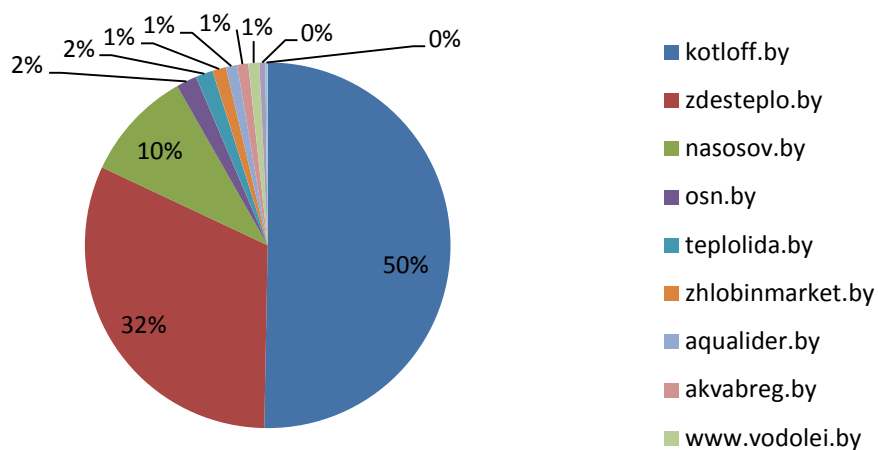


Конкурененты в Гомеле:

1. zhlobinmarket.by
2. aqualider.by
3. osn.by

Гомель – перспективный регион для развития, т.к. отсутствуют местные сильные продавцы.

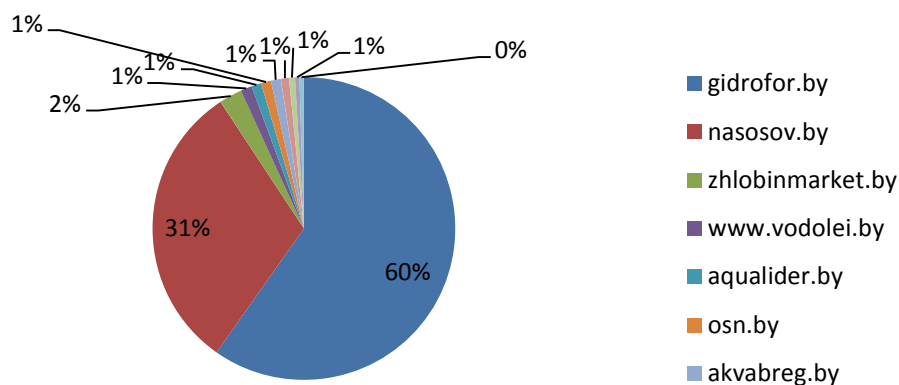
Видимость продукции в Яндексе по Гродно



Конкурененты в Гродно:

1. kotloff.by - местный
2. zdesteplo.by - местный

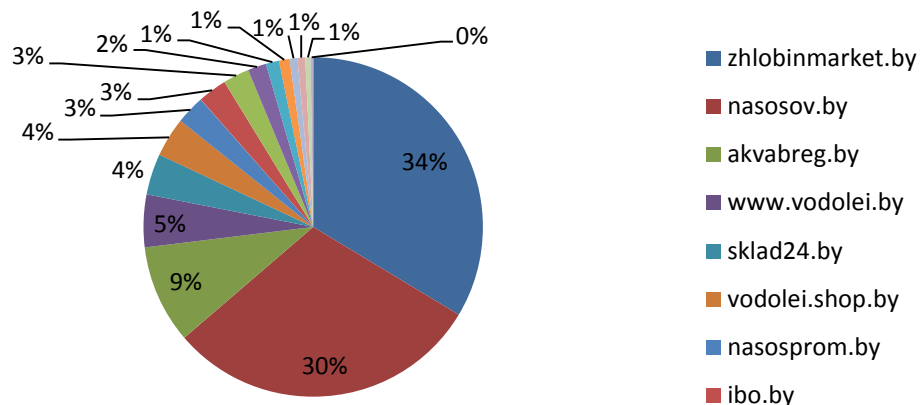
Видимость продукции в Яндексе по Бресту



Конкуренты в Бресте:

1. gidrofor.by – местный производитель
2. zhlobinmarket.by

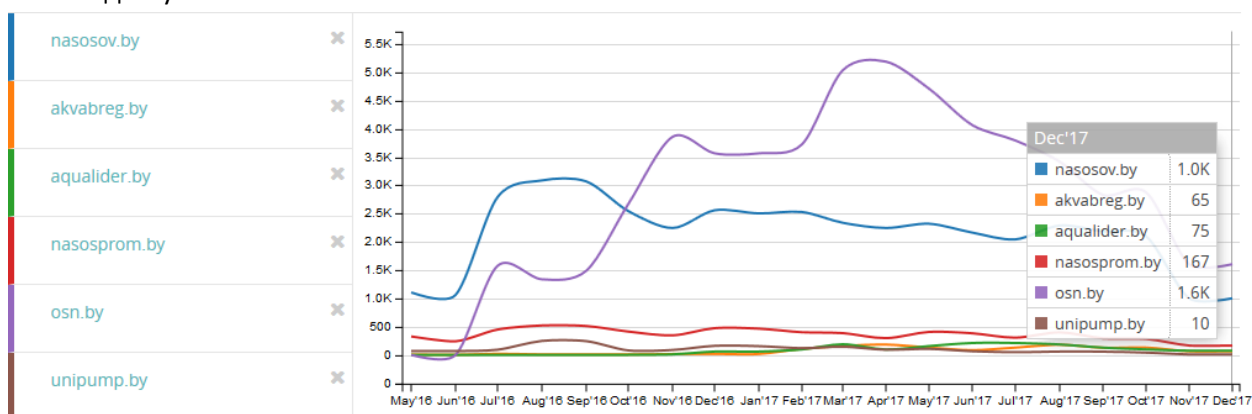
Видимость продукции в Google по всей Беларуси



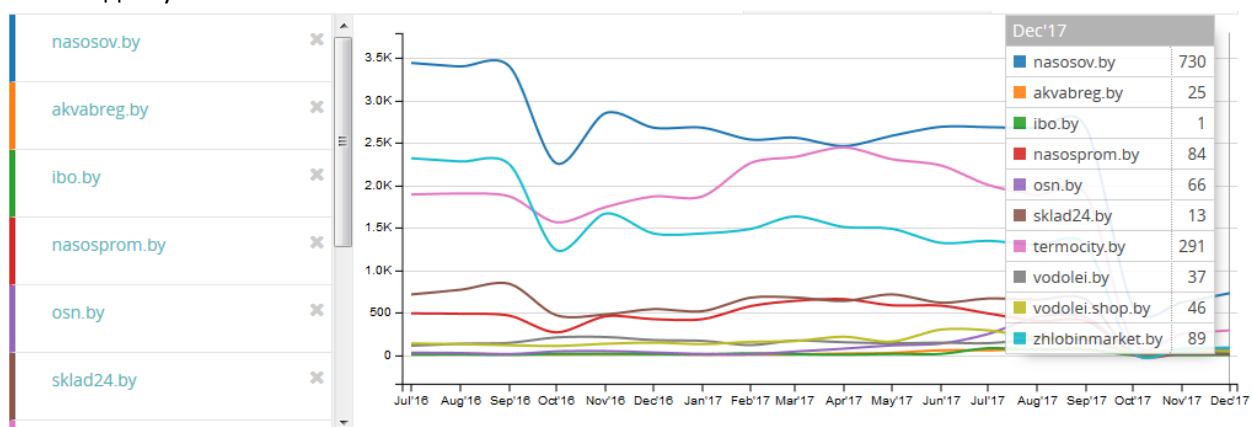
Основными прямыми конкурентами в Google можно выделить:

1. zhlobinmarket.by
2. akvabreg.by
3. www.vodolei.by
4. sklad24.by
5. vodolei.shop.by
6. nasosprom.by
7. ibo.by
8. termocity.by

История видимости эффективных запросов по конкурентам в Яндекс Минске согласно Мегаиндексу:



История видимости эффективных запросов по конкурентам в Google Минске согласно Мегаиндексу:



Показы в Беларуси:

Доля показов в Яндекс	9%*	Доля показов в Google	8%*
Максимум	43%	Максимум	43%
Реальность	18%	Реальность	18%

* за последний месяц, без учета сезонности. На основе ассортимента продукции.

Т.е. видимость по Беларуси реально увеличить в 2 раза.

Доля показов в Яндекс Минск ~ 15%. Можно увеличить на 3%.

Доля показов в Яндекс Могилев ~ 4%. Можно увеличить на 14%.

Доля показов в Яндекс Витебске ~ 1%. Можно увеличить на 17%.

Доля показов в Яндекс Гомель ~ 1%. Можно увеличить на 17%.

Доля показов в Яндекс Гродно ~ 2%. Можно увеличить на 16%.

Доля показов в Яндекс Брест ~ 4%. Можно увеличить на 14%.

Все данные относительные, т.к. не была учтена сезонность по каждой группе товаров, были взяты только средне- и высоко- частотные запросы по ассортименту продукции, с целью определить примерную ситуацию и определить трафиковый потенциал.

Невозможно делать прогноз трафика, но можно оценить потенциал тематики и выполнить работу максимально эффективно. Вот почему:

- среда нестабильна: ошибки ПС, новые алгоритмы, фильтры, действия конкурентов, неполное представление об алгоритмах, машинное обучение;
- сезонность и всплеск спроса: метеориты и пластиковые окна, лед и шины;
- неисполнение обязательств со стороны клиента (текст не выложен, ТЗ не внедрено) ;
- данные по статистике запросов основаны на прошлом опыте;
- неизвестны все запросы, по которым придут посетители;
- технологическое отставание специалистов - 6 мес. минимум;
- ошибки SEO-специалиста, ошибки клиента, ошибки сторонних сервисов;
- ошибки подрядчиков;
- происки конкурентов.

4. Семантическое ядро

Было представлено 1476 запроса. Из них эффективных можно было выделить не более 500. Полностью переделано и дополнено, согласно ассортименту продукции.

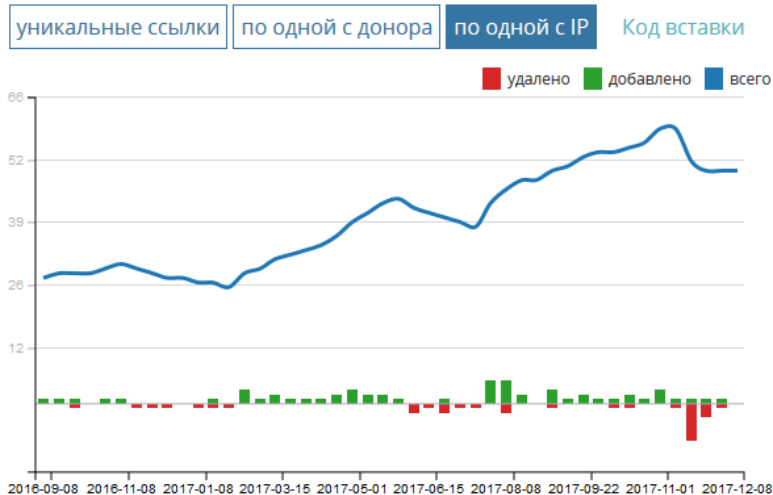
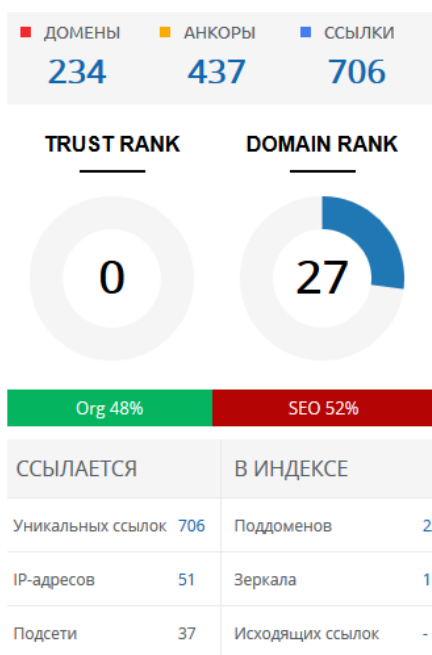
Файл «Запросы». ОТ ВАС! Все запросы нужно пересмотреть и выделить:

- лишние, что к вам совершенно не относится (можно выделить какие-то стоп-слова, и я сама отредактирую);

- важные разделы, категории товаров (можно просто выделить несколько, чтобы было понятно), которым требуется активное продвижение и на что делать упор.

После внесения правок и согласования конечного списка запросов, я проведу более субъективную кластеризацию (группировку), назначу релевантные страницы, после чего можно будет начать работу по контенту (наполнение, редактирование текста и мета-тегов), внутренней перелинковке и линкбилдингу (внешние ссылки). Для вашего проекта рекомендую приоритетное построение естественными ссылками.

5. Ссылочный профиль и линкбилдинг



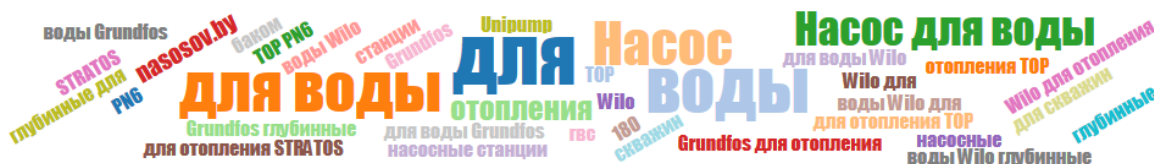
Рекомендуется распределить типы ссылок: 30% SEO, 70% org.

Повысить trust и domain rank за счет покупки и размещения более качественных ссылок.



Рекомендуется закупать и размещать ссылки на тематических сайтах: «Дом», «Строительство».

Популярно в анкорах



Желательно отказаться от повторов анкорного текста. Делать упор на безанкорные и естественные анкоры (здесь, по материалам, на сайте, читайте тут, можно тут найти и т.д.).

Анализ найденных ссылок:

	# ↑	Хост	Главное зеркало	ТРАСТ сайта	СПАМ	АГС фильтр	ТИЦ сайта
<input type="checkbox"/>	1	bimart.by	https://bimart.by	2	0.29	нет	0
<input type="checkbox"/>	2	svline.by	svline.by	1	4.34	нет	10
<input type="checkbox"/>	3	aqualider.by	https://aqualider...	0	n/a	нет	0
<input type="checkbox"/>	4	evrotruba.by	evrotruba.by		10.54	нет	0
<input type="checkbox"/>	5	paljutemu.ru	paljutemu.ru	10	11.95	нет	20
<input type="checkbox"/>	6	elitcomplex.by	elitcomplex.by	0	n/a	нет	0
<input type="checkbox"/>	7	alfaclck.by	alfaclck.by	0	n/a	нет	0
<input type="checkbox"/>	8	bykupyony.net	https://bykupyony...		24.76	нет	0
<input type="checkbox"/>	9	super-chlen.ru	super-chlen.ru	10	0.59	нет	20
<input type="checkbox"/>	10	kvrdns.com	kvrdns.com	23	n/a	нет	0
<input type="checkbox"/>	11	minsk.by	https://domain.by	34	2.57	нет	5000
<input type="checkbox"/>	12	portalrc.ru	portalrc.ru	0	0.00	нет	10
<input type="checkbox"/>	13	ddnscctv.com	ddnscctv.com	12	n/a	нет	1000
<input type="checkbox"/>	14	onedvr.com	onedvr.com	1	n/a	нет	50
<input type="checkbox"/>	15	ais.by	https://ais.by	31	9.38	нет	325
<input type="checkbox"/>	16	centrodns.co.uk	centrodns.co.uk	1	n/a	нет	30
<input type="checkbox"/>	17	100zamkov.ru	100zamkov.ru	10	n/a	нет	0
<input type="checkbox"/>	18	mitsubishi34.ru	www.mitsubishi34.ru	1	n/a	нет	20
<input type="checkbox"/>	19	publboard.ru	publboard.ru	6	13.76	нет	20
<input type="checkbox"/>	20	afghan25.ru	afghan25.ru	2	26.92	нет	10
<input type="checkbox"/>	21	x-line.by	x-line.by	2	1.56	нет	70
<input type="checkbox"/>	22	orbiz.by	orbiz.by	12	1.31	нет	100
<input type="checkbox"/>	23	minsk1.net	minsk1.net	24	1.53	нет	375

Советы по линкбилдингу:

- 1) Для продвижения в регионах необходимо будет проставлять ссылки на сайтах-регионах. На биржах таких сайтов практически нет. Только вручную искать, проставлять, договариваться. **Это важный фактор для продвижения именно в регионах!**
- 2) Разместить продукцию, сделать свои странички на порталах с проставлением ссылки на основной сайт.
- 3) Разовая регистрация по тематической базе.
- 4) Размещение в трастовых каталогах.
- 5) Закупка социальных ссылок.

6. Usability, конверсии, поведенческие факторы

- 1) Разработка модуля подбора (калькулятора) насосов.
- 2) Информация о доставке с расчетом в каждой карточке товара и самовывоза
- 3) Условия, расчет кредита и рассрочки
- 4) Возможность выбрать город в шапке сайта, чтобы все расчеты подставлялись автоматически
- 5) Добавить отзывы, комментарии в карточку товара и каждую статью
- 6) Условия гарантии, возврата товара, сервисного центра
- 7) Всевозможная техническая информация, сертификаты, кратная и подробная информация, галерея фотографий (уникальных желательно)
- 8) Убрать из внутренних страниц блоки «Лучшие российские насосы» и «Доставка». Они выглядят как реклама. Страницы не индексируемые, сильно утекает вес из-за них.
- 9) «Оперативная доставка на дом» - указать такое или похожее УТП или преимущество в шапке.

- 10) Также возле номеров телефонов указать время работы. Если есть номера, на которые реже всего звонят – их лучше убрать из шапки. Можно перенести в контакты.
- 11) Личный кабинет и Корзину сгруппировать в один блок. Можно добавить что-то типа «Проверка статуса заказа».
- 12) Сделать интерактивный пересчет (без нажатия кнопки «Пересчитать»)

Возле поля со скидкой, можно сделать модальное окно или ссылку «Узнайте, как получить скидку», если есть что предложить.

- 13) Оформление заказа нужно сделать привлекательнее и удобнее по дизайну.

Тип плательщика

Физическое лицо Юридическое лицо

это все сливается

Информация для оплаты и доставки заказа

Информация о покупателе

ФИО:* test test

E-Mail: parafoil2013@mail.ru

Телефон:*

Город: Москва

почему москва по умолчанию?

Выбор города сделать интерактивным выпадающим списком при начале ввода

Адрес доставки:

Город по умолчанию или Минск, или выбранный на основе IP, или выранный вручную ранее когда-то (при реализации такой опции в шапке)

Город:

Адрес доставки:

4 Платежная система
это не платежная система



Наличные
курьеру

Оплата наличными при получении заказа курьеру.

2 При нажатии на самовывоз я все равно отдаю деньги курьеру.

3 Служба доставки
это не службы доставки



Доставка курьером
Стоимость 0,0 руб.
Доставка осуществляется в удобное для Вас время.

1 Если бесплатная доставка, то лучше так и написать. Но она вроде как не бесплатная.



Самовывоз
Стоимость
Вы можете самостоятельно забрать заказ из нашего магазина.

Доставка курьером

Стоимость 0,0 руб.

Доставка осуществляется в удобное для Вас время.

Самовывоз

Стоимость

Вы можете самостоятельно забрать заказ из нашего магазина.


Пункты выдачи заказа

Склад магазина "Тепловой"
Телефон: +375(29/33)355-37-37
Адрес: г. Минск, ул. Малая д. 1
(Вход с ул. Автодорожская)
Режим работы: С 10.00 до 18.00

так москв или минск?

Магазин "Тепловой" - это я у вас пытаюсь купить?

Состав заказа

ИЗОБРАЖЕНИЕ	НАЗВАНИЕ	СВОЙСТВА	ТИП ЦЕНЫ	СКИДКА	ВЕС	КОЛ-ВО	ЦЕНА
	<u>Grundfos UP 15-14 B PM</u> <small>Забыла что это или хочу перепроверить то ли покупаю. Как мне зайти в товар? Ни картинка, ни надпись не кликабельны.</small>		Розничная цена	0%	0 кг ??	1	273,0 руб.
Общий вес:							0 кг
Товаров на:							273,0 руб.
Итого:							273,0 руб.

Дополнительная информация

Комментарии к заказу:

← И вообще я передумала. Как назад попасть?

ОФОРМИТЬ ЗАКАЗ

Закажите звонок!
Мы перезвоним в удобное время

Мне на почту не пришло ни одного письма. Email можно не только для восстановления пароля использовать, но и для создания базы подписчиков с целью допродаж. Это теплые клиенты и с ними нужно тоже заниматься. Дополнительно базу клиентов можно собирать через предоставление скидки, бесплатного материала типа «Узнай, как пробурить скважину за 2 часа» и т.д.

Корзину, авторизацию/регистрацию и кабинет пользователя нужно переделывать. И не только по данным замечаниям. Этот модуль требует отдельного ТЗ и предварительного согласования и возможностей заказчика.

Сайт, на котором предусмотрен ввод личных данных обязан:

- иметь SSL-сертификат (даже с точки зрения безопасности, а не SEO);
- сноску о политике конфиденциальности и пользовательском соглашении.

Не продвигаемые страницы типа «О нас», «Полезно» нужно убрать из меню, чтобы на них не передавался вес. Либо скрыть через ajax или js'ом убрать тег <a> а вместо него сделать . Всеразличные упоминания о выгодных условиях для покупателя и обслуживания позитивно влияют на продвижение интернет-магазинов.

Также нужно убрать циклические ссылки (сами на себя). На главной в лого ссылка не нужна.

Главная страница визуально нагружена. Слайдер можно уменьшить до ширины контента.

Предложить в верхней части популярные категории, должен быть фильтр по всем насосам.

Для всех насосов на главной должна быть сортировка, отображение, пагинация или подгрузка аяксом при клике (этот вариант лучше).

Блок с производителями сделать больше. Сделать блок с насосами по назначению, типа тегов: «Для фонтана», «Насосы для скважин», по виду, названию.

В фильтре сделать справку (?).

Редизайн и доработка сайте также требует отдельно ТЗ, предварительного согласования с заказчиком и его возможностей.

СПЕЦИАЛЬНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ!
ДО 17 ДЕКАБРЯ!

STP-250 308,0 р. **292,6 р.**

STP-100 370,0 р. **351,5 р.**

STP-200 410,0 р. **389,5 р.**

STP-400 LUX 389,0 р. **369,6 р.**

STP-800 520,0 р. **494,0 р.**

- Циркуляционные насосы для отопления
- Расширительные баки для отопления и ГВС
- Циркуляционные насосы для систем ГВС
- Насосные станции (с баком / гидрофор)
- Погружные насосы без бака
- Погружные насосы
- Системы интеллектуального водоснабжения (умные решения)
- Гидромолоты для воды
- Насосы для повышения давления
- Ручные насосы для воды и герметики
- Канализационные насосные станции
- Насосы для перекачки дизельного топлива и масла
- Компрессоры
- Мотопомпы
- Модули высокого давления
- Водонагреватели
- Для полива сада и огорода
- Полные комплекты
- Промышленные насосы
- Фильтры и картриджи для очистки воды
- Кухонные комбайны и выжимки



Термосадовый набор джилекс для электрического кабеля
22,0 руб.



Краскопульт Grada G-900A
37,8 руб.



Джилекс 35 ГП
70,0 руб.



ECO AC-1000-3010
934,0 руб.



ISLAND WIND 240-100
172,0 руб.



Джилекс дренажник 250/17
201,0 руб.



Труба полиэтиленовая 50 мм x 2,4 мм для воды
2,7 руб.



JEMIX XVM60 Q/20
53,0 руб.



Ультруп SP-201-50
96,3 руб.



Шланг полиурет. спиральный 10 м. ф 10/14 мм
46,9 руб.



Джилекс 10
33,2 руб.



КОРЕК 10L3100V 220V/100L
677,8 руб.



Ультруп SP-25-80-180
122,2 руб.



Кюба 10" CFC-10K (размер 17) с картриджами SC-10W (5 мкм)
36,6 руб.



TEPLOX PG-12
39,0 руб.



МЕМБРАНА UNIPRESS 24L SPDM
33,2 руб.



14) Подключение к Яндекс.Маркет.

Даст прирост CTR, т.к. в поиске даст возможность отображаться аналогичным способом:

▲ Погружной насос Gardena 4000/2 Classic купить в Минске...

[ydachnik.by](#) > Каталог > ...-nasos-gardena-4000-2... ▼

Автоматический контроль уровня воды. Поддерживает необходимый для работы уровень воды в насосе. Способствует долговечности и длительному сроку службы... **216 б.р.**

✓ Доставка: Минск

▲ Сучкорез Gardena 680 B Classic купить в Минске - Удачник

[ydachnik.by](#) > Каталог > suchkorez-gardena-680-b... ▼

Сучкорез Gardena 680 B Classic - удобный и простой в применении инструмент. Представленная модель прекрасно справится с обрезкой молодых и сочных веток... **81 б.р.**

✓ Доставка: Минск

▲ Вилка садовая Gardena 7,5см на несъемной короткой...

[ydachnik.by](#) > Каталог > ...-sadvaya-gardena-7-5sm... ▼

Вилка садовая Gardena 7,5 см на несъемной короткой рукоятке представляет собой идеальный инструмент для высадки растений в клумбы... **10 б.р.**

✓ Доставка: Минск

В контекстной рекламе будет возможность добавлять звезды к объявлению

Вид **Купите насос по выгодной цене! – Большой выбор**
Все насосы Распродажа Акции и скидки
nasosy.vseinstrumenti.ru реклама
Выгодные цены. Самовывоз/доставка. Сервис, гарантия!
Контактная информация · +7 (499) 681-23-53 · пн-вс 7:00-22:00
★★★★★ Магазин на Маркете · Москва

Ротация товаров и дополнительный трафик из Маркета.

15) Добавление отзывов в карточку товара и статью микроразметкой даст звезды в сниппете Google:

Частный специалист по SEO продвижению сайтов — Белоусова Г.И.
<https://belousova.me> > Сертифицированный специалист > 8 лет опыта ▼
★★★★★ Рейтинг: 4,9 - 3 голоса
Заказать SEO продвижение сайта у частного специалиста. Услуги фрилансера-профессионала.
Качественная оптимизация.

16) Спецсимволы и emoji:

Пластиковые окна купить в Москве от производителя...
plakna.ru ▼
Закажите окна пластиковые на прямую от производителя. Качественные окна со скидкой от 30% от ПлаОкна - ☎ +7(495)641-56-58. ... Специалисты нашей компании занимаются ремонтом окон по выезду, в Москве.

7. Техническая оптимизация

1. Robots.txt

Не все страницы с параметрами закрыты от индексации и поиск. Новый файл прилагается. Более детально смогу составить после предоставления доступа на FTP. Нужно для Google открыть индексацию .js, .css.

2. Sitemap.xml – ОК. Если генерируется автоматически. Нужно более частое обновление поставить.

3. Оптимизация изображений (список)

Названия нужно переделать на транслит и добавить alt="" в соответствии с ключевым запросом. Также сжать и оптимизировать.

4. Скорость загрузки

Среднее время загрузки главной страницы (Европа) — 3,785с – Приемлемо.

Время ответа сервера: — 1,063с – Не очень.

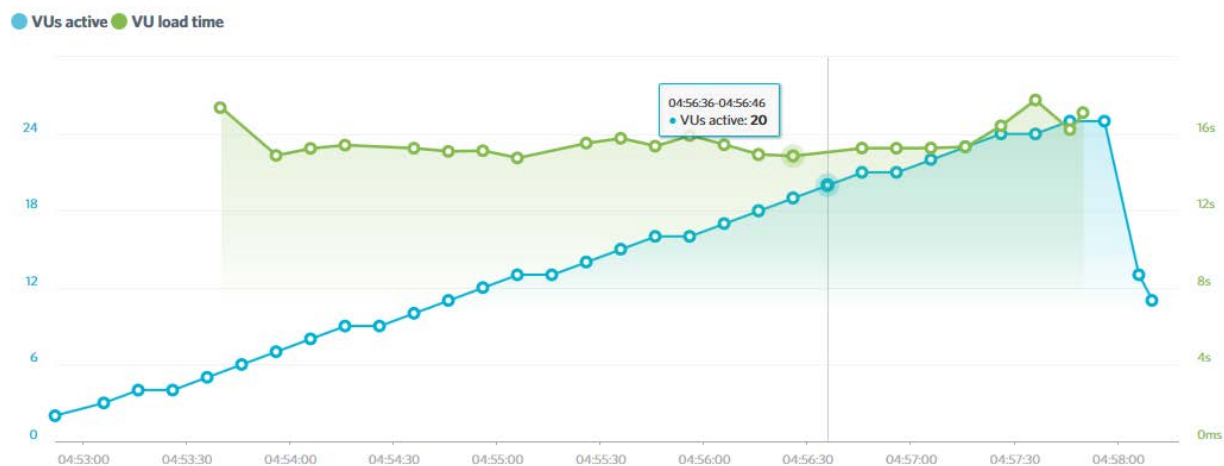
Скорость загрузки HTML - 3,55с – Плохо.

5. PageSpeed Insights

<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>

Показатели и рекомендации должны быть в зеленой зоне и для компьютеров, и для мобильных. Требования скорее не для ускорения, а для улучшения фактора ранжирования в Google (не доказано, не оглашалось официально нигде, но многими замечено).

6. Нагрузочное тестирование – ОК.



7. Подкатегории в каталоге Бренды, Теги.

/brand/* - отдают код 200, вместо 404
 rel="canonical" стоит на категорию товара
 подкатегории 2 уровня
 не продвигаются!

Некоторые имеют дубли:

/tsirkulyatsionnye_nasosy_dlya_otopleniya/brand/maxpump_/ =
 /tsirkulyatsionnye_nasosy_dlya_otopleniya/brand/maxpump/

/pogruzhnye_nasosy/drenazhnye_nasosy/brand/ibo_/ =
 /pogruzhnye_nasosy/drenazhnye_nasosy/brand/ibo/

8. Каталог требует доработки согласно семантическому ядру. Например, начать продвижение по тегам и назначениям, сделать доработки:

/chistaya_voda/	Для чистой воды - добавить раздел	#go-cat-01 убрать
/gryznaya_voda/	Для грязной воды - добавить раздел	#go-cat-02 убрать

9. Кеширование не настроено или настроено плохо

Если указывать в заголовках HTTP дату или срок действия статических ресурсов, браузер будет загружать уже полученные ранее ресурсы с локального диска, а не из Интернета.

10. 404 страница

Сейчас на ней выводится неполная и дублированная карта сайта. Нужно сделать отдельный шаблон. Добавить строку поиска, популярные разделы.

11. Карта сайта HTML.

Также поможет и пользователям, и роботам.

12. Mobile-friendly

<https://search.google.com/test/mobile-friendly>

Должны быть выполнены все условия. Нет доступа к редактированию robots.txt

13. Перелинковка

Не использована ни одна схема правильного перераспределения веса.

14. Карточки товаров.

Для них не собирается семантическое ядро из-за отсутствия надобности. Только если это не бестселлер (например, Iphone конкретной модели, цвета и т.д.). Описание, текст, мета – все также должно быть уникально. И контент для карточек товаров создается автоматически по шаблону. К ним же добавляются: отзывы и обсуждения пользователей (с возможностью редактирования под наши нужды и ключевые фразы), «с этим товаром покупают», «вы просматривали», артикул, остаток на складе и т.д. Описание генерируется дополнительно из характеристик. Например: «Насос весит {weight} кг. При оформлении заказа сегодня, ваш насос {name} доставят в {day} {time}» «С этим товаром покупают» - хорош не только для SEO, уникализации контента, но и действует в качестве upsell.

15. Верстка

```
12 <meta name="robots" content="index, follow" />
13 <meta name="keywords" content="ТРЕЛОХ PE-2, расширительные баки, расширительные баки для системы отопления в интернет-магазине" />
14 <meta name="description" content="Купите у нас расширительный бак ТРЕЛОХ PE-2 и получите лучшие цены на сайте, доставку по всей Беларуси, а также профессиональные консультации специалистов." />
15 <link href="/bitrix/js/main/core/css/core.css?149340508235809" type="text/css" rel="stylesheet" />
16 <link href="/bitrix/js/main/core/css/core_popup.css?149922485420224" type="text/css" rel="stylesheet" />
17 <link href="/bitrix/js/alwaysib/up/style.css?1185711025461" type="text/css" rel="stylesheet" />
18 <link href="/bitrix/components/bitrix/catalog_elements/shop/style.css?1199922281112" type="text/css" rel="stylesheet" />
19 <link href="/bitrix/templates/isshop/components/bitrix/sale_viewed_product/shop/style.css?1326144515284" type="text/css" rel="stylesheet" />
20 <link href="/bitrix/themes/default/public/cebank_kupivredit/Font.css?1487539846206" type="text/css" data-template-style="true" rel="stylesheet" />
21 <link href="/bitrix/templates/isshop/css/styles.css?1508483961103933" type="text/css" data-template-style="true" rel="stylesheet" />
22 <link href="/bitrix/templates/isshop/css/colors.css?14631742113211" type="text/css" data-template-style="true" rel="stylesheet" />
23 <link href="/bitrix/templates/isshop/css/media.css?14281497517246" type="text/css" data-template-style="true" rel="stylesheet" />
24 <link href="/bitrix/templates/isshop/themes/black-green/style.css?150848628518376" type="text/css" data-template-style="true" rel="stylesheet" />
25 <link href="/bitrix/templates/isshop/css/jquery_fancybox-1.3.4.css?13999222549205" type="text/css" data-template-style="true" rel="stylesheet" />
26 <link href="/bitrix/templates/isshop/css/jquery_flexslider.css?13999222549205" type="text/css" data-template-style="true" rel="stylesheet" />
27 <link href="/bitrix/templates/isshop/css/ajax.css?13999222549205" type="text/css" data-template-style="true" rel="stylesheet" />
28 <link href="/bitrix/templates/isshop/css/custom.css?1302264611329" type="text/css" data-template-style="true" rel="stylesheet" />
29 <link href="/bitrix/templates/isshop/components/bitrix/search_title/shop/style.css?1386144515188" type="text/css" data-template-style="true" rel="stylesheet" />
30 <link href="/bitrix/templates/isshop/custom.css?15083154622896" type="text/css" data-template-style="true" rel="stylesheet" />
31 <script type="text/javascript">if(window.BX)window.BX({if(window.BX.Message)window.BX.Message=function(mess){if(typeof mess=='object')return BX.Message[mess[0]]return true};</script>
32 <script type="text/javascript">(window.BX)({top.BX.message({'US_CORE_LOADING':'Загрузка...','US_CORE_NO_DATA':'Нет данных','US_CORE_WINDOW_CLOSE':'Закрыть','US_CORE_WINDOW_EXPAND':'Развернуть','US_CORE_WINDOW_
33 <script type="text/javascript">(window.BX)({top.BX.message({'LANGUAGE_ID':'ru','FORMAT_DATE':'DD.MM.YYYY','FORMAT_DATETIME':'DD.MM.YYYY HH:MI:SS','COOKIE_PREFIX':'BITRIX_SM','SERVER_TIME_OFFSET':'14400','SITE_ID':'2
34
35
36
37 <script type="text/javascript" src="/bitrix/js/main/jquery/jquery-1.8.3.min.js?1188711025461"></script>
38 <script type="text/javascript" src="/bitrix/js/cebank_kupivredit/user_scripts.js?141275319986"></script>
39 <script type="text/javascript" src="/bitrix/js/main/ajax.js?14340508235809"></script>
40 <script type="text/javascript" src="/bitrix/js/main/core.js?149922485418107"></script>
41 <script type="text/javascript" src="/bitrix/js/main/core/core_ajax.js?149922485420224"></script>
42 <script type="text/javascript" src="/bitrix/js/main/core/core_popup.js?149922485420224"></script>
43 <script type="text/javascript" src="/bitrix/js/alwaysib/up/scripts.js?1185711025461"></script>
44 <link rel="shortcut icon" href="/bitrix/templates/isshop/themes/black-green/images/favicon.ico" type="image/x-icon" />
45 <link href="http://fonts.googleapis.com/css?family=Roboto:300,400,400italic,500,500italic,700,700italic&subset=latin,cyrillic-ext" rel="stylesheet" type="text/css">
46 <script type="text/javascript">(window.BX)({top.BX.message({'US_CORE_LOADING':'Загрузка...','US_CORE_NO_DATA':'Нет данных','US_CORE_WINDOW_CLOSE':'Закрыть','US_CORE_WINDOW_EXPAND':'Развернуть','US_CORE_WINDOW_
47
48
49 <script type="text/javascript" src="/bitrix/templates/isshop/js/custom.js?1503284700300"></script>
50 <script type="text/javascript" src="/bitrix/components/cebank_kupivredit/templates/default/scripts.js?1487539846206"></script>
51 <script type="text/javascript" src="/bitrix/components/bitrix/search_title/scripts.js?14875402428971"></script>
52 <script type="text/javascript" src="/bitrix/templates/isshop/js/jquery-1.7.1.min.js?1386144515284"></script>
53 <script type="text/javascript" src="/bitrix/templates/isshop/js/jquery_elastic.js?1386144515284"></script>
54 <script type="text/javascript" src="/bitrix/templates/isshop/js/jquery_modal.js?1386144515284"></script>
55 <script type="text/javascript" src="/bitrix/templates/isshop/js/jquery_fancybox-1.3.4.pack.js?1386144515284"></script>
56 <script type="text/javascript" src="/bitrix/templates/isshop/js/jquery-ui-slides.js?1386144515284"></script>
57 <script type="text/javascript" src="/bitrix/templates/isshop/js/slides.min.js?1386144515284"></script>
58 <script type="text/javascript" src="/bitrix/templates/isshop/js/jquery_flexslider-min.js?1386144515284"></script>
59 <script type="text/javascript" src="/bitrix/templates/isshop/js/jquery.marketingpop-1.2.js?1386144515284"></script>
60 <script type="text/javascript" src="/bitrix/templates/isshop/js/jquery.easing-1.3.js?1386144515284"></script>
61 <script type="text/javascript" src="/bitrix/templates/isshop/js/jquery.validate.js?1386144515284"></script>
62 <script type="text/javascript" src="/bitrix/templates/isshop/js/general.js?1386144515284"></script>
63 <script type="text/javascript" src="/bitrix/templates/isshop/js/owl.carousel.min.js?148808480182896"></script>
64 <script type="text/javascript">(window.BX)({top.BX.message({'US_CORE_LOADING':'Загрузка...','US_CORE_NO_DATA':'Нет данных','US_CORE_WINDOW_CLOSE':'Закрыть','US_CORE_WINDOW_EXPAND':'Развернуть','US_CORE_WINDOW_
65
66
```

1 нормально 2 файла .css
2 тоже желательно объединить на сколько возможно в идеале тоже 2-5 файлов

Все скрипты нужно вынести во внешний .js (application/ld+json – можно не выносить, счетчики тоже можно ставить)

```
</ul>
<script>
$( ".menu > li > a:not(.current)" ).click(function()
{
$(this).parents(".menu").find("li > a").removeClass("current");
$(this).addClass("current");
});
</script>
</div>
<div class="content">
<div class="ajax_catalog">
```

И css тем более:

```

1         <div class="description">ТЕПЛОХ РБ-2 СЛУЖИТ ДЛЯ КОМПЕНСАЦИИ ИЗМЕНЕНИЯ
2 Без возможности замены мембраны!</span><br><br>
3 <span style="font-family: Arial, Helvetica; font-size: 11pt;">Диаметр разъема соединения,
4 <span style="font-family: Arial, Helvetica; font-size: 11pt;">
5 Температура жидкости, макс, С: +99;</span><br>
6 <span style="font-family: Arial, Helvetica; font-size: 11pt;">
7 Объем бака, л: 2;</span><br>
8 <span style="font-family: Arial, Helvetica; font-size: 11pt;">
9 Страна производства: Китай;</span><br>
10 <span style="font-family: Arial, Helvetica; font-size: 11pt;">
11 Гарантия: 24 мес.</span></div>
12
13     </div>
14     <div style="clear:both"></div>
15
16 </div>

```

Мелкие ошибки такого плана:

Комплектация ТЕПЛОХ РБ-2

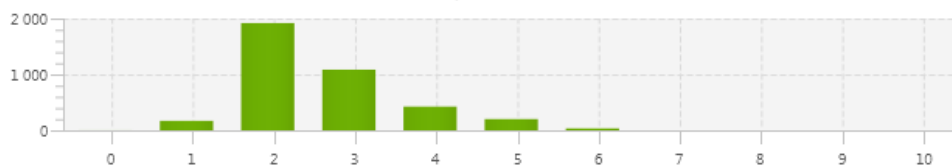
В комплект поставки входит:

- Мембранный расширительный бак в сборе:
 - 1 металлический корпус с резиновой мембраной;
 - 2 резьбовое соединение на входе в бак;
 - 3 ниппель для стравливания и закачки воздуха в бак;
 - 4 запрессованная крышка
- Инструкция по эксплуатации и мерам безопасности;
- Транспортировочная тара.

16. Глубина кликов. От главной должно быть не более 3-х кликов, чтобы попасть на любую страницу сайта. Сейчас 655 страниц находятся дальше 3-х кликов.

Depth (Clicks from Start URL)	Number of URI	% of Total
0	1	0.03
1	169	4.41
2	1918	50.07
3	1084	28.3
4	424	11.07
5	201	5.25
6	34	0.89

Depth Stats



17. Исправить битые ссылки. Файл «response_codes_client_error_(4xx)»

18. Убрать rel="canonical" (со всех страниц с брендами), а этим еще дополнительно написать мета теги и продвигать по запросам: категория+производитель: (список)

19. Страницы с дублированным Title. Должны быть все уникальные. Таблица «page_titles_duplicate».

20. Страницы с Title более 65 символов. Таблица «page_titles_over_65_characters».

21. Страницы с Title менее 30 символов. Таблица «page_titles_below_30_characters».

22. Страницы с дублированными keyword «meta_keywords_duplicate». Лучше вообще убрать все meta keyword на всех страницах сайта. Лучше ничего не сделать, а вероятность сделать хуже – велика.
 23. Страницы без H1 (список)
 24. Страницы с несколькими H1 (список)
 25. Страницы с h1 более 70 символов (список)
 26. Все канонические страницы (список)
-