

Готов ли ваш сайт к продвижению в Яндексе?

Гайд для владельцев сайтов

Валерия Цибикова

1. Вы добавили свою организацию в Яндекс Бизнес?

Как добавить свою организацию в Яндекс бизнес?

Мы не будем сейчас давать рекламу, а просто заведем и наполним карточку для вашей организации, чтобы ваш бизнес занял собой, как можно больше пространства в Яндексе.

1. Перейдите по ссылке или на <https://yandex.ru/sprav/add>.
2. Укажите название компании и нажмите продолжить, впишите вид деятельности.
3. Сейчас важно! Нужно указать тип вашей организации - онлайн или оффлайн. Если у вас есть физический адрес или вы сможете его сделать, то выбирайте - Да, есть филиал, магазин или офис.

Онлайн организация не даст вам практически никакого преимущества в результатах поиска. Вам нужно появиться на картах! Тогда при показах по брендовым запросам, пользователи увидят справа расширенную информацию о вашей организации и смогут оставить отзыв.

Наличие отзывов влияет на результаты продвижения. Для онлайн организации отзыв оставить на картах нельзя, поэтому всеми силами старайтесь доказать Яндекс, что офис у вас действительно есть!

Они попросят взять телефон и сделать непрерывную съемку, как вы идёте от номера дома до своего офиса. Будьте к этому готовы и заранее сделайте табличку на дверь. Если видео вы провалите, есть риск, что придётся высылать договор аренды. А еще у Яндекса есть курьеры, которые ходят и актуализируют информацию для карт.

4. Заполните карточку актуальной информацией - основные данные, фотографии, публикации. Из этого же личного кабинета вы сможете просматривать отзывы и отвечать на них. Для ответов предусмотрены быстрые кнопки, нажимаешь, и благодарность за отзыв тут же публикуется.

5. Регион. Для чего всё это и затевалось. Если вашему сайту не присвоен в Яндексе регион, то о продвижении коммерческих запросов не может быть и речи. Коммерческие - это когда люди хотя что-то купить, а не написать реферат.

Каждому коммерческому сайту нужен регион. Указать нужно регион местонахождения офиса. Сделать это можно в аккаунте Яндекс Бизнеса - О компании - Данные - Добавить регион.

2. На сколько широко ваш сайт охватывает тему, которой он посвящен?

Что значит широко охватить тему на сайте?

Во-первых, тема на сайте должна быть только одна. Относитесь к онлайн ресурсу также, как к оффлайн бизнесу. Вы же не планируете открыть магазин по продаже обоев и котят? Кормов для животных и батареей? Но с сайтами такое происходит нередко.

1 сайт = 1 тема. Обои и батареи вместе можно. Котят и корма тоже.

Поехали дальше.

Что значит ширина охвата? В идеальном варианте вам нужен сео-шник, который соберет семантическое ядро и выдаст, как итог своей работы правильную структуру сайта.

Но что делать, если сеошник стоит дорого, а сайт развивать все-таки хочется?

Посмотрите структуру сайта у лидеров. Как правило, если сайт вышел в лидеры выдачи Яндекса, то seo-специалист там уже поработал. Если вы любите трудиться, то выпишите структуру меню каждого сайта из топа. Из получившихся списков удалите пересечения. То, что останется и есть структура вашего сайта. Не идеально, но лучше, чем ничего.

Лидеров только берем из поиска, не из головы.

Еще сайт можно сравнить с учебником. Вот был у меня в университете учебник по микроэкономике. Я, конечно, уже плохо помню. Но там точно были разделы - спрос, предложение, цена. И, представьте, что это такой за учебник по микроэкономике, если там рассказано только про спрос и предложение, а раздел цена отсутствует? Какова ценность такого учебника? Так и с сайтом.

Сайт должен так полно и широко охватывать тему, все её подтемы и веточки, чтобы у Яндекса создалось впечатление, что вы можете удовлетворить любой каприз потенциального клиента.

Яндекс хочет показывать своим пользователям только полезные сайты, станьте таким сайтом!

3. Страницы сайта уникальны друг относительно друга?

Что значит уникальность страниц?

Все страницы вашего сайта внутри этого же сайта должны быть уникальны друг относительно друга. Много слов как-то получилось.

Внутри сайта страницы должны быть уникальны между собой. Не обязательно на 100%, достаточно будет 30%.

Думаете это так просто? А сквозные блоки вы учитывали? На хорошем сайте обычно есть большое сквозное меню с множеством пунктов и подпунктов. Футер есть. Боковушки там всякие.

Все эти сквозные блоки снижают уникальность страницы. Остается заголовок да еще пара строчек. Тут необходима проверка.

- Скачайте программу [по ссылке](https://site-analyzer.ru/soft/batch-unique-checker/) или на <https://site-analyzer.ru/soft/batch-unique-checker/>.

- Зайдите в Яндекс Вебмастер и найдите страницы в разделе Индексирование - Страницы в поиске - Исключенные страницы - Статус Малоценная или маловостребованная страница. Страницы найти и обезвредить, т.е. уникализировать и отправить на переобход.

Найдите копирайтера, который напишет по абзацу уникального текста для каждой такой неуникальной страницы. Я пользуюсь биржей Etxt.

4. Проверьте title, h1, description, keywords.

Давайте сначала разберемся, кто это такие. А товарищи это очень значимые для продвижения вашего сайта.

TITLE - вы его видите в самом верху даже не сайта, а браузера. Требования к нему - уникален во всём интернете, отражает суть страницы, начинается с главного ключа кластера, длина до 12 слов.

Кто такой главный ключ кластера? Самый частотный запрос из группы запросов, по которым продвигается ваша страница.

H1 - Заголовок на странице уже внутри самой страницы. Это не любой текст, оформленный большими буквами, а текст внутри тегов `<h1>Туть</h1>`.

Требования к h1. Как минимум, он должен быть. А еще он должен быть на странице один, соответствовать теме страницы, быть уникальным внутри сайта. Туда ставим главный запрос кластера без всяких примесей.

DESCRIPTION - переводится, как описание. Оно выгружается в Яндекс. Видели же, кроме адреса сайта всегда есть еще и краткое описание. Вот это он. Пишем небольшой абзац текста и насыщаем его ключевиками из кластера и всякими мотивашками зайти к нам. Пишем в специально отведенное для этого поле в вашей админке.

KEYWORDS - ключевые слова. При ранжировании сайта поисковики их не учитывают. Но зато они отлично учитывают, если все поля keywords у вас на сайте пустые. Точнее пустых быть вообще не должно. Ставьте туда ключ, характеризующий вашу страницу. Можно сильно не думать и не перечислять ничего через запятую.

Как вообще вычислить, где пусто, где одинаково, а где два h1 на странице? Есть бесплатные сервисы и программы.

Ссылки:

<https://site-analyzer.ru>

<https://ru.megaindex.com/a/audit>

5. На ваш сайт нет плохих ссылок?

Проверьте ссылки на свой сайт, не мешают ли они продвижению?

Как не все йогурты одинаково полезны, так и не все ссылки полезны для вашего сайта. А многие из них просто топят ваш сайт. Вы их могли накупать сами, а может и конкуренты постарались и купили на ваш сайт ссылки со ссылкопомоек.

Ну давайте проверим, может все хорошо.

Идём по ссылке или <https://ru.megaindex.com/backlinks> и попадаем в Мегаиндекс - Внешние ссылки. Вводим свой домен и нажимаем показать.

На что обратить внимание?

1. Соотношение органических и SEO ссылок. Органических должно быть больше.

2. Блок популярно в анкорах. Это слова, оформленные ссылкой, которая уже ведет на ваш сайт. В анкорах не должно быть запрещенных тематик. Только если вы не работаете в этой самой запрещенной тематике. Никаких sex, наркотики и прочего.

Плохие ссылки нужно вычистить при возможности. А перед покупкой новых обязательно проверяйте доноров сервисом Чектраст. Это сервис проверки качества сайтов. Покупайте ссылки только у качественных доноров.

6. Конкурентов анализировали?

Равняемся на лидеров

Если вы только начинаете разработку сайта, то с этого этапа нужно начинать. Но т.к. мы с вами говорим про уже действующие сайты, то сначала мы сделали действия, которые дадут быстрый результат.

Итак, что же подсмотреть у лидеров? В одном из предыдущих заданий мы уже смотрели структуру меню и делали для себя гибрид. В этом задании будем смотреть какие блоки есть на сайтах конкурентов-лидеров.

Перед тем, как мы начнем изучение лидирующих сайтов, нам нужно правильно определить эти самые сайты. Как это сделать?

1. Идете в Мегаиндекс - Видимость сайта - Вводите свой домен и нажимаете Применить. Если видимости у вас нет никакой, Мегаиндекс может неправильно определить конкурентов. Тогда вбиваете домен сайта, лидирующего в вашей теме и регионе. Только не берем гигантов и агрегаторов, берем сайт максимально похожий на вас по бизнес-модели.

2. Спускаемся чуть ниже и в разделе История видимости конкурентов переключаемся на вкладку Запросы в ТОП. Выбираем конкурентов только с растущими графиками.

3. Идём в be1 и проверяем возраст страницы. Ссылка в первом комментарии. Из результатов берем самые молодые сайты.

4. Заходим на каждый такой сайт и выписываем все блоки, которые там есть по типам страниц. Например, выписали блоки, которые есть на главной. Выписали блоки, которые есть в категории товаров. Выписали блоки, которые есть в карточке товара. Данные занесли в таблицу.

5. На основании, полученных данных делаем гибридную таблицу. Так мы увидим какие блоки у какого лидера есть. Подводим итог. Если блок встречается у половины лидеров и более, то внедряем на своем сайте точно такой же.

Например, может выясниться, что у большинства лидеров есть номер 8-800 или кнопка заказа звонка. Значит внедряем эти элементы на свой сайт. К примеру, у лидеров есть фильтр в категории товаров. Что ж придётся потрудиться или заплатить разработчику, чтобы и этот элемент внедрить в свой интернет-магазин.

7. Ваш бизнес широко представлен в интернете?

Сейчас будем расширять свое присутствие в интернете

Яндекс видит не только ваш сайт, а еще ваш бизнес целиком и также оценивает присутствие на авторитетных площадках в интернете, если ли у вашего бизнеса социальные сети и офисы на картах.

Кроме того, кроме просто присутствия в социальных сетях, на картах и авторитетных площадках, вы получите оттуда трафик на свой сайт. Это будет качественный трафик, что является неоспоримым плюсом для продвижения сайта.

Что делаем?

1. Заводим все доступные соцсети для своего бизнеса, качественно их наполняем и ставим ссылку на свой сайт.
2. Регистрируем оффлайн адрес на Яндекс картах и в 2GIS.

Раньше на Яндекс картах можно было отметить любой адрес и скачать, что там ваш офис. Сейчас такой номер не проходит. Офис там действительно должен быть, и Яндекс попросит вас это доказать.

Как?

Либо договор аренды, либо непрерывное видео, как вы идёте от номера дома до двери своего офиса. На двери должна быть табличка с названием вашей фирмы, номером офиса и часами работы. Можно еще и дверь открыть и показать сотрудников.

Что делать, если на картах отметку надо, а реального офиса нет? А отметку на картах вам, поверьте, надо.

Договаривайтесь с друзьями, коллегами, знакомыми, чтобы временно разместить у них табличку. Но будьте готовы, что из Яндекса будут и звонить, и приходить под видом клиента, чтобы проверить актуальность данных.

3. Вбиваем в Яндекс в режиме инкогнито основной запрос своей темы. В выдаче открываем все сайты-агрегаторы и справочники. В каждом таком агрегаторе/справочнике создаем свою карточку с описанием деятельности и ссылкой на сайт. Услуги добавьте, товары, новости. И ссылку получите, и трафик.

Итак, мы завели соцсети, организацию на картах и аккаунты в справочниках. Теперь нужно эти направления поддерживать и развивать, а на Яндекс картах особое внимание уделить отзывам.

Успехов!

Связаться и задать вопрос



E-mail: 5900@5900.ru

Вконтакте: [v.tsibikova](https://vk.com/v.tsibikova)

Телефон: [8-922-600-5900](tel:8-922-600-5900)

WhatsApp: [8-922-600-5900](https://wa.me/8-922-600-5900)

Telegram: [@seosites1](https://t.me/seosites1)

Сайт: seosaity.ru