

ЧЕК-ЛИСТ ДЛЯ КОПИРАЙТЕРА

- Текст должен быть уникальным. Даже по теории вероятности два разных человека не могут написать одинаковые предложения из 6-7 слов. Какой % уникальности? Хотите в ТОП-3 - пишите максимально уникальные тексты.

- Текст должен быть полезным, экспертным и без воды. Желательно использовать больше чисел, таблиц и тематических слов.

- Используйте в текстах название Вашей компании или адрес сайта.

- Грамотный текст – сигнал о качестве сайта. Не допускайте на сайте ошибок, как грамматических так и пунктуационных.

- Пишите тексты размером от 2000-3000 символов.

- Составляйте контент-план по написанию текстов и статей на своем сайте. В идеале на сайте должно появляться 2 новые статьи в неделю.

- Появление ключевиков в тексте чаще, чем остальных слов, также считается сигналом релевантности.

- Плотность вхождения основного ключевого слова не должна превышать 3.5%.

- Старайтесь использовать основной запрос в первом и последнем абзаце статьи.

- Нумерованные и маркированные списки позволяют разбить контент на части, делая его более удобным для читателя. Поисковая система отблагодарит Вас за проявленное беспокойство о Ваших читателях.

- Статья должна состоять из абзацев для легкого чтения. Оптимальный абзац: 3-4 строки.

- Выделяйте жирным шрифтом или курсивом только те слова, которые нужно выделить по смыслу, а не ключевые запросы. Оптимальный процент выделения - до 5%

- На странице необходимо делать заголовок с точным поисковым запросом, выделяя его h1.

- В тексте нужно использовать подзаголовки h2-h4. Подзаголовок должен состоять из запроса и слов «для людей», чтобы он выглядел естественно.

- Внутри текстов важно использовать контекстные ссылки. Например, если Вы упоминаете какую-то статью, статью, написанную ранее, то обязательно ставьте на нее ссылку.

- Обязательно добавление картинок (фотографий, различных изображений) и/или видеороликов в тело статьи. Крайне желательно добавлять заголовки и описания (title, alt) к картинкам при их добавлении.

ЧЕК-ЛИСТ ПО КОНТЕНТУ

- Перед написанием текста соберите все запросы, которые вы хотите продвигать на данной странице, и только после этого приступайте к написанию.
- Перед началом продвижения сайта составляйте максимально полный список запросов вашей тематики (семантическое ядро).
- Если у Вас одностраничный сайт – добавьте на него еще страниц (обязательно скрывайте дублирующийся контент). Поисковая система может подумать, что это просто заглушка и 1 страница не вызовет у нее доверия.
- Чем выше Ваш SEO текст расположен в коде страницы – тем лучше для поисковой системы.
- Нельзя делать SEO текст мелким шрифтом или цветом, схожим с фоном страницы. Это может привести к попаданию сайта под фильтр.
- На сайте не должно быть скрытых текстов. Это обнов пользователя и поисковой системы.
- Уникальные видеоролики, загруженные на YouTube, на Вашем сайте служат сигналом качества контента.
- Обновляйте старые статьи, меняя в них цифры, дописывая несколько абзацев, изменяя дату публикации. Google и Яндекс не будут считать данные этой статьи устаревшими.

ЧЕК-ЛИСТ ПО ОПТИМИЗАЦИИ TITLE

- Используйте в Title ключевой запрос, по которому ведете продвижение на данной странице всего 1 раз.
- Начинайте Title со своего ключевого запроса.
- Title должен быть уникальным по всему сайту.
- Title должен быть уникальным по сети интернет. Не копируйте его у конкурентов.
- Советуем делать длину Title не более 60-70 символов.

ЧЕК-ЛИСТ ПО ОПТИМИЗАЦИИ DESCRIPTION

- Description в основном используется для того, чтобы поднять CTR. Используйте в нем призывы к действию («Заходи», «Жми», «Не упусти»), цифры и спецсимволы.
- Используйте в Description ключевой запрос, по которому ведете продвижение на данной странице всего 1 раз.
- Description должен быть уникальным по всему сайту на каждой странице.
- Делайте уникальный Description по всей сети интернет. Не копируйте его у конкурентов.
- Мы советуем длину текста Description делать не более 120 символов.

ЧЕК-ЛИСТ ПО НАПИСАНИЮ ЗАГОЛОВКОВ H1

- Используйте заголовок H1 только 1 раз на 1 странице.
- Заголовок H1 не должен совпадать с Title 1 в 1.
- Используйте ключевой запрос страницы в заголовке H1 всего 1 раз.
- Располагайте основной запрос в начале H1.
- H1 должен быть на сайте в 1 строку. В большинстве случаев мы используем точное вхождение основного запроса продвигаемой страницы, без разбавления.

ЧЕК-ЛИСТ ПО НАПИСАНИЮ ПОДЗАГОЛОВКОВ H2 И H3

- Обязательно используйте подзаголовки H2 и H3 в Ваших текстах.
- Разбавляйте ключевой запрос дополнительными словами при написании подзаголовков H2 и H3. Избегайте точное вхождение.
- H1, H2 и H3 не должны совпадать в рамках одной страницы. Делайте их уникальными, используя разные запросы.
- Используйте теги H2 и H3 исключительно внутри статей.
- Не используйте теги H2 и H3 в названиях товаров, меню и тд.

ЧЕК-ЛИСТ ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ИЗОБРАЖЕНИЙ

- Старайтесь использовать максимальное количество уникальных изображений на своем сайте.
- Прописывайте тег Alt для всех изображений на сайте.
- Прописывайте тег Title для всех изображений на сайте. Используйте в нем формулу: слова «фото», «изображение», «фотография», «картинка» + запрос, который продвигаете.
- Используйте разные теги Alt и Title для всех изображений на сайте. Проявите фантазию, не копируйте их.
- Не забудьте прописать для логотипа теги Title и Alt. Используйте в них Ваши основные запросы. Напомню, что Alt от Title должны отличаться.

ЧЕК-ЛИСТ ПО ВНУТРЕННЕЙ ПЕРЕЛИНКОВКЕ

- Делайте на сайте перелинковки между категориями и статьями/товарами.
- Не делайте с одной страницы на другую больше 1 ссылки в контенте.
- С одной страницы не должно быть больше 50 ссылок (без учета меню сайта).
- Анкор ссылки должен быть релевантен содержанию страницы-акцептора (при перелинковке используйте текст ссылки, который напрямую указывает на тематику страницы, на которую Вы ссылаетесь).
- С главной страницы ссылайтесь только на основные категории.
- Ссылки на отдельные статьи, товары или услуги оставляйте на главной только в случае, если их продвижение в приоритете.
- Все страницы сайта должны ссылаться на главную страницу. Или через «хлебные крошки» или через ссылку на логотипе.
- На сайте не должно быть циклических ссылок (ссылок, которые ведут на эту же страницу)
- На главной странице логотип должен быть неактивным. На остальных – должен вести на главную.
- Не используйте готовые плагины систем управления для перелинковок. Они делают это бездумно. Делайте ссылки только на те страницы, которые действительно нужны пользователю, а не просто случайные статьи.

ЧЕК-ЛИСТ ПО СТРУКТУРЕ САЙТА

- Создавайте структуру сайта, отталкиваясь от собранного заранее семантического ядра.
- Количество страниц на сайте – слабый сигнал авторитетности. Но одностраничникам поисковые системы доверяют значительно меньше, чем корпоративным сайтам или интернет-магазинам.
- Чем меньше уровень вложенности у страницы, тем легче ее продвигать.
- Не делайте на сайте больше 4-х уровней вложенности.
- Категория страницы – также сигнал релевантности. Поисковая система понимает, в какой категории лежит товар, услуга или статья. Категория и продвигаемая страница должны быть тесно связаны по тематике.

ЧЕК-ЛИСТ ПО СОСТАВЛЕНИЮ URL ДЛЯ СТРАНИЦ

- Использование ключевого запроса в URL - еще один сигнал релевантности страницы.
- Цепочки URL читаются поисковыми системами и дают дополнительный сигнал о тематике страницы.
- Слишком длинные URL страниц могут негативно влиять на продвижение сайта. Старайтесь делать их короткими и информативными.
- В конце URL страницы ставьте символ «/».
- Проверьте, чтобы при написании нескольких символов «/////» в конце Вашей страницы, пользователя перекидывало на страницу с одной «/»
- Используйте латиницу при составлении ЧПУ ссылок.
- Разделяйте слова в URL с помощью дефиса.

ЧЕК-ЛИСТ ПО СОЦИАЛЬНЫМ СИГНАЛАМ

- Количество Google+ лайков на странице и качество оформленной страницы в этой социальной сети напрямую влияет на продвижение Вашего сайта. Ни для кого не секрет, что Google таким образом пытается развивать свою соц. сеть.

- Добавляйте на сайте кнопки различных социальных сетей (лайки, репосты, подписки)

- Добавляйте виджеты Ваших групп во всех социальных сетях на Ваш сайт.

- Вставляйте на сайт виджеты комментариев из социальных сетей и мотивируйте людей оставлять в них сообщения.

ЧЕК-ЛИСТ ПО ПОВЕДЕНЧЕСКИМ ФАКТОРАМ

- Поведенческие факторы однозначно влияют на позиции Вашего сайта. Важные для поисковых систем параметры - время, проведенное на сайте, количество просмотренных страниц и % отказов.

- Пытайтесь удержать посетителя на сайте любым способом. Раздевание женщины на каждой странице сайта можете тоже использовать как инструмент.

- Пишите заголовки страниц таким образом, чтобы пользователь заинтересовался и не закрыл сайт в течение первых 10-ти секунд.

- Добавляйте короткие видео на сайт, чтобы удержать пользователя.

- Лучше добавить несколько коротких видео, чем одно длинное.

ЧЕК-ЛИСТ ПО ВНУТРЕННЕЙ ОПТИМИЗАЦИИ (ФИШКИ)

- Добавьте Ваш сайт в Google Webmaster Tools.

- Добавьте Ваш сайт в Яндекс.Вебмастер. После добавления сайта в Вебмастер поисковые системы получат больше данных о Вашем сайте.

- На сайте не должно быть «битых ссылок». Следите внимательно за работоспособностью всех ссылок на сайте.

- Желательно не использовать на сайте партнерские ссылки. Если их будет много, алгоритм поисковой системы может принять его за очередной «штампованный» партнерский сайт.

- Уберите все исходящие ссылки с Вашего сайта. Если нет возможности их убрать проставьте для ссылки `rel="nofollow"`.

- Поисковики могут использовать контент сайтов, на которые Вы ссылаетесь, как сигнал релевантности. Не ссылайтесь на некачественные и нетематические сайты.

- Если Google или Яндекс определит человека, как спамера – логично, что его сайты попадут под фильтр.

- Скорость загрузки страницы напрямую влияет на ее позиции. Постарайтесь сделать сайт максимально быстрым. Оптимизируйте код, все скрипты и изображения.

- Не используйте бесплатные хостинги. Заплатите небольшие деньги за качественный и быстрый хостинг. Это точно повлияет на позиции Вашего сайта.

- Атрибут `rel="canonical"`. При правильном использовании, поможет справиться с дублями, которые нельзя удалить.

- Старайтесь на сайте не допускать дублирование частей контента, страниц и мета-тегов.

- Множество HTML ошибок, кривой код является сигналом о низком качестве сайта.

- Проверьте ваш сайт на наличие ошибок в w3.org и устраните их.

- Обязательно добавьте на свой сайт «хлебные крошки».

- Проверьте есть ли у вас на сайте sitemap.xml. Его наличие – обязательно.

- Настройте sitemap.xml таким образом, чтобы в него сразу же попадали ссылки на новые страницы.

-
- Используйте тег <priority> в файле sitemap.xml, чтобы подсказать приоритетность продвигаемых страниц. Это значения от 1 до 0. Чем больше число – тем выше приоритет.

 - Проверьте есть ли у вас на сайте robots.txt. Его наличие и правильная настройка – обязательно.

 - Максимально наполните страницу «Контакты» информацией.

 - Добавьте на страницу «Контакты» или внизу сайта ваши юридические данные компании или ИП(ФОП). Это вызывает доверие не только у посетителей, но и у поисковой системы.

 - Постоянные «технические работы» и «упавший» сервер может очень плохо повлиять на рейтинг сайта. После таких инцидентов можно вообще «вылететь» из выдачи. Переместите сайт на надежный хостинг.

 - Месторасположение сервера может повлиять на ранжирование сайта по географическим регионам.

 - Разместите на сайте страницы с Политикой конфиденциальности, Пользовательским соглашением и Соглашением на рассылку. Такие сайты вызывают больше доверия.

 - Не размещайте на своем сайте никакую рекламу.

 - Старайтесь не использовать на сайте всплывающие без желания пользователя pop-up формы.

 - Обязательно добавьте на свой сайт уникальный favicon. Желательно его сделать ярким т.к. в выдаче Яндекс он отображается рядом с вашим сайтом, и вероятность, что кликнут именно на Ваш сайт вырастает.

 - Ваш сайт должен корректно отображаться на всех устройствах и разрешениях экранов.

 - Проверьте Ваш сайт во всех браузерах. Корректно отображается?

 - Сделайте адаптивную версию сайта. Это одно из последних громких заявлений Google - в мобильной выдаче приоритетными будут адаптивные сайты.

ЧЕК-ЛИСТ ПО ДОМЕНАМ

- Длительность регистрации домена. Продлите домен хотя бы на 3 года. Поисковые системы будут понимать, что сайтом дорожат, и он не умрет через полгода.

- Возраст домена. Используйте домены, которые вы покупали ранее, а не новые. Чем старше домен – тем больше шансов попасть в ТОП.

- История домена влияет на продвижение. Не покупайте домены, у которых часто менялись владельцы.

- Не используйте ключевые запросы в домене. Это может расцениваться поисковыми системами как переоптимизация.

- Сделайте публичный Whois и к Вам будет больше доверия. Ведь Вы ничего не скрываете?

- Привязывайте домен к региону, в котором Вы будете вести продвижение (особенно важно для международных доменов .com .org .info ,me .pro и т.д.).

ЧЕК-ЛИСТ ПО ВНЕШНЕЙ ОПТИМИЗАЦИИ САЙТА

- Увеличивайте количество ссылок на ваш сайт с умом, постепенно, равномерно, постоянно и с фантазией.

- Составляйте план по закупке ссылок

- Составляйте план по получению бесплатных ссылок

- Разбавляйте бесплатные ссылки на Ваш сайт платными

- Постарайтесь отдать линкбилдинг на аутсорс и контролируйте процесс.

- Следите за анкерами всех Ваших ссылок.

- Неактивные ссылки тоже влияют на продвижение (название компании, адрес сайта)

- Добавляйте Ваши сайты в тематические каталоги.

- Запрещено делать автоматический прогон по каталогам!

- Ссылки в соц. сетях на Ваш сайт тоже влияют на продвижение

ЧЕК-ЛИСТ ПО ЗАКУПКЕ ССЫЛОК

- Закупайте ссылки только на проверенных нами биржах: goetlinks.net, miralinks.ru, rotapost.ru
- Не закупайте ссылки «волнами». Придерживайтесь одной и той же скорости на протяжении одного месяца и последующих. До тех пор, пока не получите ожидаемый результат.
- При поиске ссылок потратьте на 1 час больше, чем Вы планировали.
- Закупайте только вечные ссылки.
- Закупайте 20% анкорных ссылок, 30% смешанных и 50% безанкорных.
- Важно покупать ссылки только с тематических сайтов.
- Не покупайте ссылки с сайтов adult тематики.
- 1 качественная ссылка лучше 3-х некачественных.
- О размещении гостевого поста с вашей ссылкой на тематическом сайте договаривайтесь напрямую.
- Покупайте ссылки на сайтах с возрастом от 2-х лет
- Обращайте внимание на юзабилити сайта. Сайты, которые заточены только на продажу ссылок видны сразу.
- Проверьте наличие сайта в других биржах (особенно автобиржах).
- Обращайте внимание на возраст домена
- Обращайте внимание на возраст сайта
- Смотрите на количество страниц в индексе Google и Яндекс.
- Соотношение кол-ва страниц в индексе Google и Яндекс очень важно. В идеале эти числа должны быть одинаковыми.
- Проверьте соотношение исходящих ссылок и входящих. Входящих должно быть больше.
- Смотрите, постит ли сайт обычный контент (не с бирж, без ссылок)
- Проверьте посещаемость сайта