



**miralinks**  
система размещения статей

SEO аудит сайта  
**site.ru**

# 1 Текстовые факторы

- 1.1 Анализ запросов и контента, определение релевантных страниц для запросов (+ проверка геоуависимости запросов)
- 1.2 Оценка «тошноты» страниц (перенасыщение ключевых слов по тексту)
- 1.3 Точное вхождение ключевых слов по тексту
- 1.4 Наличие ключевых запросов в title, description, keywords
- 1.5 Наличие тегов логического форматирования и разметки
- 1.6 Наличие ЧПУ адресов (удобных для восприятия человеком)
- 1.7 Грамотная внутренняя навигационная структура
- 1.8 Актуальность и частота обновления контента

# 2 Ссылочные факторы

- 2.1 Исходящие ссылки на внешние ресурсы
- 2.2 Внутренняя перелинковка
- 2.3 Обратные ссылки на сайт
- 2.4 Анкоры

# 3 Факторы в выдаче

- 3.1 Наличие сайта в индексе ПС
- 3.2 Наличие навигационных цепочек и «быстрых ссылок» в выдаче Яндекса

- 3.3 [Проверка индексации страницы и ее соответствия сохраненной копии](#)
- 3.4 [Проверка региона сайта в выдаче Яндекса](#)
- 3.5 [Проверка контактов в выдаче Яндекса с реальными контактами на сайте \(+ наличие hcard\)](#)

## 4 [Технические и прочие факторы](#)

- 4.1 [Проверка времени ответа сервера \(скорость загрузки страницы\)](#)
- 4.2 [Ответы \(статусы\) сервера](#)
- 4.3 [Оценка «тяжести» страниц \(вес в КБ\)](#)
- 4.4 [Используемые на сайте ссылки](#)
- 4.5 [Корректность отдаваемой документом кодировки по мета-тегу и ответу сервера \(HTTP заголовку\)](#)
- 4.6 [Наличие перенаправлений \(редиректов\)](#)
- 4.7 [Зеркала сайта \(алиасы\)](#)
- 4.8 [Наличие robots.txt \(наличие Host и Sitemap\)](#)
- 4.9 [Аффилированность сайта \(проверка на аффилиаты\)](#)
- 4.10 [Наличие карт сайта \(html и xml\) и страницы контактов](#)
- 4.11 [Проверка региональной принадлежности сайта](#)
- 4.12 [Проверка на фильтры/санкции](#)
- 4.13 [Проверка на запрещённые методы продвижения](#)
- 4.14 [Перебои в работе сервера/хостинга, проверка логов ошибок](#)
- 4.15 [Проверка на некоторые частые ошибки в коде сайта](#)

## **5** Дополнительные факторы

5.1 Проверка на верификацию домена

5.2 Возраст ресурса (возможность продвижения по ВЧ ВК)

5.3 Наличие на сайте счетчиков Google Analytics, LiveInternet, Yandex Metrika

5.4 Наличие сайта в каталогах YaCa и DMOZ

5.5 Участие ресурса в биржах статей и ссылок

5.6 Панель Яндекс.Вебмастер (добавление xml карты, указание региона, добавление организации, проверка на наличие ошибок)

5.7 Совпадение географии хостинга и региональности сайта

5.8 Проверка количества доменов на ip сайта

## **6** Поведенческие факторы

6.1 Наличие в выдаче иконки favicon

6.2 Проверка сниппета, возможность добавления расширенного сниппета

6.3 Наличие на сайте непоискового трафика

## **7** Выводы, заключения

# Текстовые факторы

## 1.1 Анализ запросов и контента. Определение релевантных страниц для запросов (сравнение с релевантными страницами в выдаче при поиске по сайту)

Бронирование отелей – <http://site.ru/>.

Для продвижения сайта по запросам необходимо разбить список продвигаемых ключевых запросов на семантически близкие группы и определить для таких групп релевантные страницы (страницы для продвижения). При отсутствии тематических страниц для запросов следует их создать или вписать продвигаемые запросы в контент на наиболее подходящих страницах.

При продвижении запросов рекомендуется использовать помимо словоформ и падежей исходного запроса, дополнительные слова в контенте. Дополнительные слова по запросам можно посмотреть в выдаче Яндекса (подсвечиваются жирным шрифтом). Например, для запроса «бронирование отелей» дополнительными словами являются – «гостиницы», «стоимость», «цены».

Рекомендуется обратить внимание на низкочастотное (НЧ) продвижение сайта: подобрать расширенное семантическое ядро, распределить запросы по страницам и продвигать их в поисковых системах. Достаточное количество запросов, а также корректность составления семантики поможет привлечь дополнительный траф на сайт.

1.1.1 Ситуация с контентом достаточно благоприятная; предположительно тексты писались собственными силами, либо силами копирайтеров. Следует и в дальнейшем придерживаться данных правил, размещая на сайте только уникальный контент!

Если оригинал будет ранжироваться хуже «копии», рекомендуется решать проблему с «Платонами», а также напрямую с вебмастерами.

При наличии доказательств, что текст является собственным (авторским), можно сообщить в службу поддержки Яндекса о ранжировании оригинала хуже копии, в соответствии с их постом [http://webmaster.ya.ru/replies.xml?item\\_no=9118](http://webmaster.ya.ru/replies.xml?item_no=9118).

Также рекомендуем пользоваться [сервисом Яндекса](#), который призван помочь избавиться от вышеуказанных проблем на стадии размещения авторского контента на сайте.

Если же владелец сайта <http://site.ru/> знает о наличии неуникальных текстов на сайте, то такой контент необходимо переписывать, либо закрывать тегом «noindex».

Рекомендуется разместить небольшой текст на главной странице по теме (**800-1000** символов) с включением основных запросов. Также, по возможности, добавить фото- и видеоматериал на главную страницу.

## 1.2 Оценка «тошноты» страницы (перенасыщение ключевых слов по тексту).

Параметр «тошноты»\* главной страницы составляет 3.8730. Величина «тошноты» главной страницы в пределах нормы. Параметр «тошноты» внутренних страниц также в пределах нормы.

\*Данный параметр уже не является панацеей (как раньше считалось), но позволяет косвенно судить об общей «заспамленности» запросами конкретного документа.

## 1.3 Точное вхождение ключевых слов по тексту.

Желательно, в зависимости от конкурентности запроса, вписывать исходные запросы несколько раз в прямом вхождении в тексте. Обязательно использовать словоформы, падежи, разбавленные вхождения запроса, а также дополнительные слова в соответствии с пунктом 1.1.. Тем самым, повышается релевантность страницы для запросов, сокращается бюджет на схожие запросы на одной странице.

## 1.4 Наличие ключевых запросов в title, description, keywords.

**Title**'ы всех страницы должны быть уникальными! Если сайт многостраничный и это сделать затруднительно, то желательно уникализировать **title**'ы хотя бы на продвигаемых страницах. Тоже самое касается мета-тегов **keywords, description**. Рекомендуем, чтобы **title** отражал суть только данной страницы, содержал продвигаемые ключевые слова и был читабельный («человечный»).

### 1.4.1 Исключение перенасыщения (переспам) заголовка.

Переспам в заголовках отсутствует. Рекомендуется в **title**'ах помимо прямого вхождения, использовать словоформы, другие падежи нужного запроса, дополнительные слова. Желательно делать более информативные заголовки для внутренних страниц.

### 1.4.2 Дублирующиеся заголовки страниц.

Дублирующиеся заголовки внутренних страниц на сайте присутствуют.

2) Мета-тег **keywords** отсутствует на главной странице сайта. На внутренних страницах данные мета-теги также отсутствуют. Желательно прописать их и чтобы эти мета-теги содержали только те запросы, которые отражают суть страницы.

3) Поскольку мета-тег **description** поисковые системы могут использовать для создания сниппета, желательно его прописывать также на всех страницах.

Рекомендуется, чтобы он не повторял мета-тег **keywords**, а являлся осмысленным коротким текстом (**200-250** символов) и отражал суть данной страницы. На данный момент, **description** присутствует на главной странице. На внутренних страницах сайта данные мета-теги, в основном, отсутствуют.

Рекомендуется прописать мета-теги **keywords** и **description**.

## 1.5 Наличие тегов логического форматирования и разметки.

### 1.5.1 Наличие заголовков h1- h6.

На главной странице сайта <http://site.ru/> присутствуют заголовки **h2, h3, h4**. На внутренних страницах данные заголовки также используются. Рекомендуется в заголовках **h1- h4** употреблять продвигаемые запросы как в прямом, так и разбавленном вхождении. Особое внимание уделять заголовку **h1** на странице; на данный момент он не используется.

### 1.5.2 Наличие тегов strong (b).

Тегами **strong** или **b** можно выделять продвигаемые запросы в контексте, но не злоупотреблять.

### 1.5.3 Применение атрибута alt в теге <img> для изображений.

**Alt**'ы отсутствуют. Кроме прямых вхождений можно также использовать разбавленные вхождения запросов и их словоформы. Разбавленные вхождения запросов можно подобрать в сервисе <http://wordstat.yandex.ru/>.

### 1.5.4 Применение атрибута title (всплывающих подсказок) в теге <a>.

Всплывающие подсказки на сайте не используются.

### 1.5.5 Наличие тегов блочной разметки страниц <div> <span> <b>.

Блочная разметка на сайте присутствует.

## 1.6 Наличие ЧПУ адресов (удобных для восприятия человеком).

На сайте ЧПУ присутствуют. В данном случае, можно рекомендовать, чтобы ЧПУ и в дальнейшем содержали бы транслит продвигаемых запросов, если таковые есть для страницы.

## 1.7 Грамотная навигационная структура.

С главной страницы <http://site.ru/> должны быть доступны основные разделы сайта. Для улучшения видимости структуры сайта поисковыми системами рекомендуется реализовать на сайте навигационные цепочки. Навигационные цепочки достигаются понятной, хорошо выраженной структурой сайта и продуманной навигацией:

- основные страницы должны быть доступны с главной страницы сайта;
- навигация должна быть логичной;
- названия страниц должны быть короткими, понятными и точно отражать содержание;
- выполненные в виде картинок ссылки должны иметь заполненный атрибут **alt**, отражающий их назначение;
- текст в теге **title** для ключевых страниц должен совпадать с ее названием (с заголовком страницы, выделенным, например, тегом **h1**) и с текстами ссылок, указывающих на эту страницу. (Источник)

## 1.8 Актуальность и частота обновления контента.

Обновление и качественное содержимое помогут добиться хорошей индексации сайта и интереса со стороны целевых посетителей. Желательно придерживаться обновления контента **2-3** раза в неделю. Добавлять акции, новости и т.п., что собственно и делается.



# Ссылочные факторы.

## 2.1 Исходящие ссылки на внешние ресурсы.

### 2.1.1 Количество исходящих ссылок.

Необходимо закрывать исходящие ссылки, ведущие на страницы и разделы, не несущие смысловой нагрузки и не представляющие интерес для пользователя (страницы результатов поиска, формы логина, и т.п.). Также следует закрывать атрибутом *“nofollow”* ссылки на недоступные, представляющие угрозу для безопасности системы ресурсы, а также «лишние» внешние ссылки. Сквозные счетчики по всему сайту можно закрыть тегом *«noindex»*.

Всего на сайте было обнаружено около **18000(!)** исходящих ссылок на внешние ресурсы (подробнее в **Приложении Б**), и **99%** ссылок это подгружаемые изображения с рабочего поддомена <http://site-st.ngenix.net/>.

### 2.1.2 Количество исходящих внешних ссылок к общему числу страниц на сайте.



Общее количество исходящих ссылок с сайта – **18380**, общее число страниц в индексе Яндекса – **138048**, и учитывая характер большинства ссылок, данное соотношение в пределах нормы, но всё же - рекомендуется залить графические материалы на собственный хост, иначе возможны санкции со стороны ПС за непомерное число исходящих ссылок.

## 2.2 Внутренняя перелинковка.

Проанализировав страницы сайта, не было обнаружено информационного раздела с реализацией контекстной перелинковки, но учитывая формат сайта, наличие или отсутствие такого раздела не считается критичным. При желании можно организовать таковой раздел с информационными статьями, и размещать в них контекстные ссылки на продвигаемые страницы с указанием продвигаемого анкера. Это улучшит навигацию по сайту, и так же будет способствовать правильному распределению ссылочного веса на продвигаемые страницы. Также доступный вариант перелинковки – реализовать её на страницах новостей и акций. Рекомендуется ставить по **2-4** ссылки со страницы, в зависимости от ее загруженности, используя в качестве анкоров прямые вхождения основных запросов. Данная рекомендация актуальна при наличии тематического контента с полезной информацией на страницах сайта.

## 2.3 Обратные ссылки на сайт.

### 2.3.1 Анализ беклинков.

При анализе внешних ссылок было установлено, что сайт <http://site.ru> имеет внушительную конкурентную ссылочную массу (более 1000 ссылок, включая сильных доноров), что вместе с общим трастом даёт сайту право претендовать на позиции в ТОПе по многим конкурентным запросам, конечно, при отсутствии на сайте других помех (санкции, фильтры).

Соответственно рекомендуется дальнейшее плавное наращивание ссылочной массы с разных доменов с наиболее качественных доноров. С целью повышения качества доноров, в первую очередь рекомендуются «ссылки навсегда» со статей и контекстные ссылки с тематических ресурсов (блоги, новости, пресс-релизы). Для их закупки можно использовать такие сервисы как <http://www.miralinks.ru/> и <http://www.gogetlinks.net/>

Кроме бирж ссылок можно использовать и другие сервисы по наращиванию ссылочной массы. При наличии ресурсов, также рекомендуется собрать собственную базу качественных тематических сайтов, для размещения ссылок вручную; ссылки с таких сайтов дадут еще больший «вес», чем ссылки с бирж.

### 2.3.2 Распределение ссылочного веса по страницам.

Основная ссылочная масса сайта распределена равномерно. Основная часть всех ссылок направлена на главную страницу и основные разделы, оставшаяся часть распределена между некоторыми внутренними страницами сайта.

Итого, рекомендуется закупать ссылки на:

- главную страницу *http://site.ru*;
- продвигаемые внутренние страницы/разделы;
- **не** продвигаемые внутренние страницы (можно с любыми анкерами) и задействовать их во внутренней контекстной перелинковке, ссылаясь на главную страницу и продвигаемые разделы по нужным анкерам.

## 2.4 Анкоры.

Анкор-лист довольно однообразен. В основном, в нем используется url адрес сайта и исходный ключевой запрос в прямом вхождении. Топ словоформ анкор-листа по “тошноте”: “отел~”(23.0%), “гостиниц”(7.6%), “забронировать”(3.4%), “цены”(3.2%).

Было обнаружено достаточное число прямых вхождений исходных запросов в анкор-листе. Также в небольших количествах можно использовать разбавленные вхождения запросов, различные словоформы, «псевдоестественные» анкоры с тематическим околоссылочным текстом и т.д. например:

*Огромный выбор гостиниц в любой точке мира на #a#этом#/a# сайте.*

*А мы заказывали отель через #a#site.ru#/a#.*

В качестве анкоров, при закупке ссылок, обычно рекомендуется следующая схема - всю ссылочную массу можно условно разбить на **3** группы: хорошие, средние и плохие:

- Для “хороших” ссылок рекомендуется использовать анкоры в виде прямых вхождений запросов;
- Для “средних” ссылок – разбавленные вхождения, морфологически измененные запросы;
- Для “плохих” ссылок – все остальное, разбавленные вхождения, анкоры без вхождения запросов, адрес домена и т.д., т.е. все, что делает анкор-лист «естественным».

*\* Напоминаем, что анализ ссылок в профессиональном аудите лишь поверхностный, более детальный анализ проводится в комплексном аудите. Также, вскоре будет доступен уникальный сервис анализа беклинков конкурентов.*

# 3

## Факторы в выдаче.

### 3.1 Наличие сайта в индексе ПС.

В ПС Google проиндексировано **326000** страниц. Реально в выдаче участвует **2%** страниц сайта, остальные находятся в дополнительных результатах поиска.

В ПС Yandex **138048** проиндексированных страниц. Почти все страницы содержат полезную информацию для пользователя. Большое количество страниц содержит информацию об отелях, их ценах и характеристиках. Страницы, не несущие смысловой нагрузки необходимо закрыть от индексации в файле robots.txt, что должно помочь ПС индексировать необходимые новые страницы.

### 3.2 Наличие навигационных цепочек и «быстрых ссылок» в выдаче Яндекса.

«Быстрые ссылки» в выдаче Яндекса отсутствуют. Реализация «быстрых ссылок» для продвигаемых запросов возможна в соответствии с пунктом 1.7.

Навигационные цепочки в выдаче Яндекса присутствуют лишь для некоторых запросов.

[Открытое акционерное общество «Федеральная сетевая компания...»](#)

[Просмотреть](#) [Загрузить](#) 283 КБ

при разработке и применении стандартов организаций Российской Федерации - ГОСТ Р 1.42004 «Стандартизация в Российской Федерации.  
[vintosvai.ru > d/134363/d/normy-proektirovaniya-...](#)

[vintosvai.ru/d/134363/d/smeta\\_xls](#)

[Просмотреть](#) [Загрузить](#) 24 КБ

Лист1 1. Приложение № 1 К Договору подряда № \_\_ 3. от 2011 г. от 2011 г. 6. Смета на производство винтовых свай. 7. и монтаж фундамента. 10...  
[vintosvai.ru > d/134363/d/smeta\\_xls](#)

[Современные конСтрукции винтовых Свай и анкеров](#)

[Просмотреть](#) [Загрузить](#) 2,2 МБ

1 машины и оборудование для подземных горных работ строительная техника'09 Современные конСтрукции винтовых Свай и анкеров Винтовые сваи известны давно. Сварные или литые, они имеют...

[vintosvai.ru > d/134363/d/statya-pro-vintovye-svai-...](#)

[vintosvai.ru/d/134363/d/pamyatka\\_zakazchiku.doc](#)

[Просмотреть](#) [Загрузить](#) 137 КБ

Памятка заказчику свайно-винтового фундамента Уважаемые потенциальные заказчики свайно-винтовых фундаментов. Пожалуйста, внимательно ознакомьтесь с настоящей памяткой, это позволит вам...

[vintosvai.ru > d/134363/d/pamyatka\\_zakazchiku.doc](#)

[ДОГОВОР ПОДРЯДА №](#)

[Просмотреть](#) [Загрузить](#) 99 КБ

[vintosvai.ru > d/134363/d/dogovor--riba.doc](#)

[vintosvai.ru/d/134363/d/rekvizity-ip-smirnyh.xls](#)

[Просмотреть](#) [Загрузить](#) 22 КБ

Лист1 1. Реквизиты ИП Смирных А.В. 2. Наименование. ИП Смирных Александр Владимирович. 3. ИНН. 780419399915. 4. ОГРН. 310784714000628. 5. ОКВЭД. 28.1; 45.1; 45.21.7; 45.25.4. 6. Адрес.  
[vintosvai.ru > d/134363/d/rekvizity-ip-smirnyh.xls](#)

Выполнение пункта 1.7. поможет добиться появления полных навигационных цепочек для продвигаемых запросов.

### 3.3 Проверка индексации страницы и ее соответствия сохраненной копии.

Сохранённая копия страницы <http://site.ru/> на данный момент не соответствует «оригиналу». Рекомендуется обратить внимание на скорость индексации новых материалов поисковыми системами.

### 3.4 Проверка региона сайта в выдаче Яндекса.

Сайту <http://site.ru/> в выдаче Яндекса присвоен регион «Москва». Регион представительства сайта определен верно и отображается в выдаче корректно.

### 3.5 Проверка контактов в выдаче Яндекса с реальными контактами на сайте (+ наличие hcard).

Контакты компании в выдаче Яндекса присутствуют, и совпадают с контактными данными офиса, представленного на сайте.

Данные в **hcard** не прописаны. Рекомендуется обратить внимание на отсутствие данного микроформата.

# 4

## Технические и прочие факторы

### 4.1 Проверка времени ответа сервера (скорость загрузки страницы).

#### 4.1.1 Время ответа сервера.

Время ответа сервера из московского дата-центра составляет **0.002** секунды, что является отличным показателем.

#### 4.1.2 Время загрузки страницы.

Время загрузки страницы *http://site.ru/* было проверено и составляет **1,29** секунды, что является удовлетворительным показателем. Однако рекомендуется обратить внимание на скорость работы хостинга, «вес страницы» и наличие ошибок в коде сайта. Так же обращаем ваше внимание, что данный показатель может варьироваться, в зависимости от загруженности серверов вашего хостера.

### 4.2 Ответы (статусы) сервера.

#### 4.2.1 Проверка ответов сервера.

*http://site.ru/* - HTTP/1.1 **200** OK

#### 4.2.2 Корректность обработки статуса **404**. *http://site.ru/1111111111/* - HTTP/1.1 **404**

Not Found

Статус **404** обрабатывается корректно.

#### 4.2.3 Правильное оформление **404** страницы. Страница 404 оформлена правильно.

Несуществующая страница должна передавать статус 404 и отображать специально созданную, желательно отличную от дизайна сайта страницу, на которой расположены ссылки на главную страницу и карту сайта с основными разделами.

Также при возникновении любой ошибки, посетителя можно направить на **404**-ую страницу путем правки файла *.htaccess*, например:

```
ErrorDocument 404 /error.php
```

```
ErrorDocument 403 /error.php
```

```
ErrorDocument 402 /error.php
```

```
ErrorDocument 401 /error.php
```

```
ErrorDocument 500 /error.php
```

где *error.php* - наша искомая страница, расположенная в корневом каталоге сайта.  
Оформление 404-й страницы на примере магазина хоккейной экипировки.

### 4.3 Оценка «тяжести» страниц (вес в КБ).

Чистый «вес» html-страницы *http://site.ru/* составляет **30** КБ, что является отличным показателем. Общий вес страницы – **358.9** КБ. При хорошей работе хостинга данный показатель в пределах нормы.

### 4.4 Используемые на сайте ссылки.

#### 4.4.1 Наличие абсолютных и относительных ссылок.

На сайте присутствуют относительные ссылки. Необходимо, по возможности, привести все ссылки к абсолютному виду.

#### 4.4.2 Наличие динамических ссылок с параметрами и идентификаторами сессии.

Динамические ссылки и ссылки с идентификаторами сессий на сайте отсутствуют, что является положительным фактором в глазах ПС.

### 4.5 Корректность отдаваемой документом кодировки.

Корректность отдаваемой документом кодировки проверяется по мета-тегу и ответу сервера (HTTP заголовку).

Meta тег:

```
<meta charset="UTF-8" />
```

HTTP заголовок:

```
Content-Type: text/html; charset=utf-8
```

Проблем не обнаружено.

### 4.6 Наличие перенаправлений (редиректов).

**301** редирект с неглавного зеркала *http://www.site.ru/* на главное зеркало *http://site.ru/* присутствует и настроен корректно.

#### 4.7 Зеркала сайта (алиасы).

Найдено 2 зеркала для сайта <http://site.ru/> :  
sitemirror.ru mirrorsite.ru

#### 4.8 Наличие robots.txt (заккрытие ненужных страниц от индексации, наличие Host и Sitemap).

Файл *robots.txt* присутствует, но составлен не совсем корректно. В файле *robots.txt* необходимо закрывать страницы и разделы, не несущие смысловой нагрузки. Директива **Host** указана верно. Путь к **sitemap.xml** в *robots.txt* не прописан. Полный файл *robots.txt* будет прикреплен к аудиту.

#### 4.9 Аффилированность сайта (проверка на аффилиаты).

Для сайта <http://site.ru/> аффилиатов не найдено.

#### 4.10 Наличие карт сайта (html и xml) и страниц контактов.

Xml-карта на сайте реализована и отображается корректно, html-карта отсутствует. Рекомендуется создать указанную карту, разместив в ней ссылки на все разделы и подразделы сайта. Страница контактов на сайте присутствует и содержит всю необходимую информацию.

#### 4.11 Проверка региональной принадлежности сайта.

Сайт оказывает услуги по всему русскоязычному сегменту, и имеет представительство в Москве. К конкретному региону сайт не привязан.

#### 4.12 Проверка на фильтры/санкции.

Такие фильтры/санкции как АГС, «Ты - спамный», «Ты - последний» для сайта отсутствуют.

#### 4.13 Проверка на запрещённые методы продвижения.



Запрещенные методы продвижения не обнаружены.

#### 4.14 **Перебои в работе сервера/хостинга, проверка логов ошибок.**

В течение **24** часов не было зафиксировано ни одного «падения» сервера.

#### 4.15 **Проверка на некоторые частые ошибки в коде сайта.**

- **Валидность кода/CSS.**

Ошибки кода: **30** Errors; **1** Warning.

Ошибки CSS: **420** Errors. **872** Warnings.

Рекомендуется обратить внимание на наличие ошибок в коде сайта.

- **Кроссбраузерность верстки.**

Отображение сайта было проверено во всех популярных браузерах, проблем с версткой не обнаружено.

- **Наличие декларации <!DOCTYPE> в документе.**

Декларация <!DOCTYPE> на страницах сайта выявлена в надлежащем формате.

- **Заккрытие тегов / отсутствие незакрытых тегов.**

Проблем не обнаружено.

- **Отсутствие данных за пределами тегов / кода.**

Проблем не обнаружено.

- **Наличие скрытых, невидимых и других несанкционированных ссылок.**

Не выявлено.

- **Проверка и удаление некорректных и “битых” ссылок, проверка кода ссылок.**

Не были обнаружены «битые» ссылки на сайте.

- **Проверка на склейку домена / страниц.**

Проблем не обнаружено.

# 5

## Дополнительные факторы.

### 5.1 Проверка на верификацию домена.

*state:* VERIFIED

Домен успешно верифицирован.

### 5.2 Возраст ресурса (возможность продвижения по ВЧ ВК).

Возраст сайта составляет **11** лет и **5** месяцев, что достаточно для его продвижения по высокочастотным и высоко конкурентным запросам.

#### 5.2.1 Наличие сайта в Веб Архиве ([wayback.archive.org](http://wayback.archive.org)).

Сайт <http://site.ru/> присутствует в [Веб Архиве](http://web.archive.org) с 03 апреля 2004г.

### 5.3 Наличие на сайте счетчиков Google Analytics, LiveInternet, Yandex Metrika.

Счетчик LiveInternet не найден на сайте. Счетчики Google Analytics и Yandex Metrika на сайте присутствуют. Рекомендуется установить указанный счетчик для получения более подробной статистики по сайту.

### 5.4 Наличие сайта в каталогах YaCa и DMOZ.

Сайт присутствует в Яндекс Каталоге (YaCa) в тематике «Гостиницы». В каталоге DMOZ (ДМОЗ) сайт отсутствует. По возможности, рекомендуется добавить сайт в указанный каталог.

#### 5.4.1 Оценка ТИЦ и PR сайта.

Тематический индекс цитирования для сайта <http://site.ru/> составляет **425** единиц. ТИЦ как средство определения авторитетности ресурсов призван обеспечить релевантность расположения ресурсов в рубриках [каталога Яндекса](#). ТИЦ не является чисто количественной характеристикой, поэтому отображаются некоторые округленные значения, которые помогают ориентироваться в «значимости» («авторитетности») ресурсов в каждой области (теме).

PR страницы <http://site.ru/> составляет 4 единицы.

**PageRank** (пэйдж-ранк) — один из алгоритмов ссылочного ранжирования. Алгоритм применяется к коллекции документов, связанных гиперссылками (таких, как веб-страницы), и назначает каждому из них некоторое численное значение, измеряющее его «важность» или «авторитетность» среди остальных документов.

#### 5.5 **Участие ресурса в биржах ссылок.**

В биржах по продаже ссылок сайт не участвует.

#### 5.6 **Панель Яндекс Вебмастер (добавление xml-карты, указание региона, добавление организации, проверка на наличие ошибок).**

Доступ в панель Яндекс Вебмастера не был предоставлен. В связи с этим, наличие региона и адреса организации в панели Яндекс Вебмастера проверить не удалось. Исходя из результатов выдачи, можно предположить, что регион и адрес организации в панели указаны. Xml-карта на сайте отсутствует. Других ошибок не обнаружено.

#### 5.7 **Совпадение географии хостинга и региональности сайта.**

Сервер расположен в Российской Федерации – регион сайта совпадает с географией хостинга.

#### 5.8 **Проверка количества доменов на ip.**

На ip **188.127.30.211** расположен 1 домен. По всей видимости, сайт находится на виртуальном хостинге или VDS. Размещение на 1 ip адресе такого количества доменов благоприятно влияет на отношение со стороны поисковых систем.

# 6

## Поведенческие факторы.

### 6.1 Наличие в выдаче иконки favicon.

Фавикон на сайте присутствует и в выдаче привлекает внимание посетителя.

### 6.2 Проверка сниппета, возможность добавления расширенного сниппета.

Большинство сниппетов в выдаче Яндекса формируется корректно. Практически все страницы имеют уникальные сниппеты, взятые из контекста.

Чтобы исключить проблемы с формированием некорректных сниппетов, рекомендуется выполнение пунктов [1.1.](#) и [1.4.](#) текущего аудита. Обращаем внимание на невозможность создания расширенного сниппета для типа Вашей организации. Скорее всего, со временем Яндекс введет возможность установки расширенного сниппета и для вашей организации.

### 6.3 Наличие на сайте непоискового трафика.

Для более лояльного отношения ПС к сайту, приветствуется наличие на сайте непоискового трафика. Для этих целей рекомендуется завести тематический блог или группу в контакте. Также возможно создание форума и формирование тематического сообщества.

7

## Выводы, заключения.

Общее впечатление от сайта положительное, видно, что сайт создан людьми для людей, и постоянно улучшается. Также по итогам аудита были выявлены некоторые недоработки, основные из которых:

- 1) следует обратить внимание в сторону низкочастотного продвижения по запросам;
- 2) наличие малоинформативных заголовков страниц;
- 3) дублирующиеся **title**'ы внутренних страниц;
- 4) практически отсутствие мета-тегов **keywords** и **description**;
- 5) отсутствие заголовков **h1** на страницах; 6) атрибуты **alt** в изображениях отсутствуют; 7) не совсем корректный robots.txt.

Рекомендуется внести изменения на сайт согласно пунктам текущего аудита.

**Спасибо!**