

SEO аудит сайта a*****.com от 26.01.16 г.

1. Анализ конкурентов:

На основе анализа ТОП-10 по пересечениям из ядра запросов определены основные сайты-конкуренты (без учета сервисов Яндекса и крупных порталов/агрегаторов):

Сайт	ТИЦ	Кол-во стр.	ЯК	Возраст, мес.	Кол-во ссылок	LinkRang
www.v***k.ru	700	63453	1	128	5691	2025,18
v***a1.ru	140	3375	0	168	166	53,29
w***c.com	1600	7290	1	151	5332	708,22
www.v***g.net	300	15971	1	110	502	200
www.v***g.ru	180	7109	1	151	1765	1087,6
v***m.ru	20	540	0	152	16	11,29
b***t.ru	80	781	1	135	247	123,06
www.p***t.ru	80	326	0	127	317	89,27
www.v***a.ru	600	41636	1	119	1829	465,39
www.a***t.ru	550	40908	1	134	2920	777,41
Медиана:	240	7200	1	135	1134	332,7
a*****.com	100	1841	0	43	993	138,75

Сайт a*****.com уступает по всем основным показателям средним значениям показателей сайтов-конкурентов.

Основные отклонения:

- возраст – у конкурентов он превышает 10 лет, в то время как у a*****.com меньше 4-х;
- кол-во страниц – у конкурентов много информационного контента (статьи, обзоры, форумы), у a*****.com – только каталог, поэтому в разы меньше кол-во страниц;
- ЯК – 7 из 10 добавлены в каталог Яндекса;
- ТИЦ – по кол-ву ссылок, a*****.com не сильно уступает конкурентам, но по качеству ссылочной массы (из чего определяется ТИЦ) – отстает значительно.

Необходимо увеличивать кол-во страниц, добавить сайт в ЯК, работать над увеличением качественной ссылочной массы.

2. Анализ СЯ:

Фраза	Частотн. ** [YW]	Эффективн.	Конкурентн.	Рел. страница [Ya]	Позиция [Ya]	Страница позиц
ветеринарные препараты оптом	19	44,15	159	http://a*****.com/	11	http://a*****.com/
асконт	37	37,36	234	http://a*****.com/exclusive/	2	http://a*****.com/ex
ветпрепараты оптом	11	29,69	127	http://a*****.com/	5	http://a*****.com/
производство ветеринарных препаратов	3	8,08	243	http://a*****.com/	7	http://a*****.com/
витамины для животных	25	7,02	481		-1	
ветеринарные препараты	133	6,88	997	http://a*****.com/	37	http://a*****.com/ka
вакцины для животных	11	5,04	259	http://a*****.com/katalog/&a=6	26	http://a*****.com/ka
лекарства для животных	22	4,68	498	http://a*****.com/katalog/	26	http://a*****.com/ka
ветпрепараты	54	4,64	409	http://a*****.com/katalog/han	24	http://a*****.com/ka
ветпрепараты купить	3	3,36	225	http://a*****.com/	18	http://a*****.com/
ветеринарные препараты купить	3	2,99	297	http://a*****.com/	5	http://a*****.com/
препараты для животных	5	0,61	660	http://a*****.com/katalog/	-1	

Основными, для продвижения, выбраны всего 12 запросов, причем большая часть из которых является неэффективными (запрос общетематичный, информационный – продвигая такие запросы будет много нецелевого трафика) и высококонкурентными (в формуле расчета учитывались: бюджет ЯД, кол-во документов в индексе, кол-во главных страниц в ТОПе, кол-во прямых вхождений в title, наличие сервисов Яндекса). Ассортимент и потребности ЦА не охвачены.

Необходимо составить полное семантическое ядро, провести кластеризацию по группам и потребностям.

3. Оценка трафикового потенциала в сравнении с ТОП-ми конкурентами

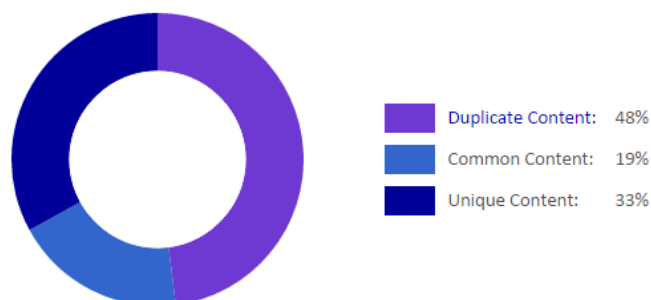
Сайт	Посещаемость в сутки
www.v***a.ru	10413
www.v***g.net	2025
www.v***k.ru	1100
w***c.com	413
www.v***g.ru	405
b***t.ru	229
v***al.ru	185
v***m.ru	79
www.p***t.ru	64
www.a***t.ru	23
Среднее:	1494
a*****.com	451

*Сайт a*****.com имеет значительный потенциал роста трафика, как минимум в три раза от текущих значений.*

4. Анализ внутренней оптимизации сайта

- дублирование контента (Приложение – Внутренняя уникальность)

Просканировано 230 страниц, из которых на 48% обнаружен дублированный контент



- мета-теги (Приложение 1 из тех.аудита):

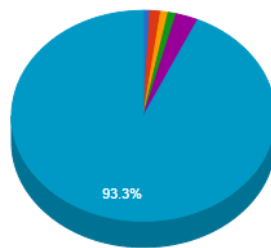
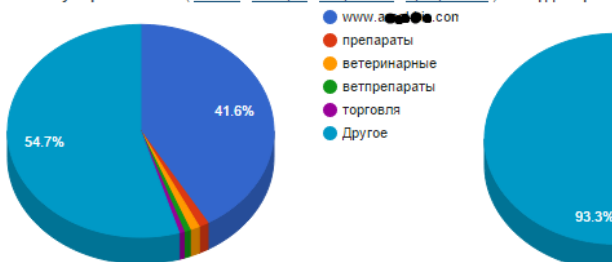
- на 245 страницах дублируется title
- на 20 страницах нет мета-тегов description, keywords
- на 1057 страницах размер мета-тега description не соответствует оптимальному (120-170 символов)
- на 115 страницах размер тега title не соответствует оптимальному (30-70 символов)

- уникальность страниц (выборочно):
 - http://a*****.com/katalog/animals/estrofantin-10-ml: 41%
 - http://a*****.com/katalog/animals/Tetravitam_100ml: 11%
 - http://a*****.com/katalog/animals/ratzia_bag_red: 51%

Каждая страница сайта должна содержать уникальный контент, как по отношению к другим внутренним страницам сайта, так и к внешним сайтам. Мета-теги должны быть прописаны на всех индексируемых страницах (с включением основных ключевых слов) в пределах рекомендуемых объемов.

5. Анализ ссылочной массы

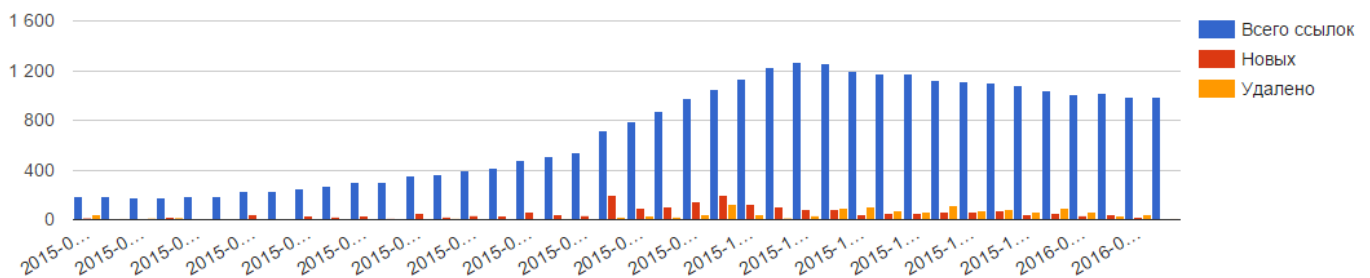
Популярные слова (Слова / Анкоры / Биграммы / Триграммы) ТИЦ доноров



Длина анкоров



Ссылка по одной / уникальные ссылки / по одной с IP (Удаленные / Новые ссылки)



112827 страниц, 993 уникальных ссылок, 983 доменов, 106 IP, 97 подсетей, общий LinkRank 138.75

Доменные зоны: su - 861, ru - 106, com - 9, info - 4, org - 3, net - 2, другие - 1

Количество страниц, на которые ссылаются 22

Ссылочная масса выглядит естественной (88,5% безанкорных ссылок), но низкокачественной (93,3% доноров с ТИЦ<20). Основная масса некачественных ссылок установлена с дорвеев (Приложение – Ссылочная масса)*

* - данных страниц нет в индексе ПС, поэтому они никак не влияют на ранжирование сайта.

Сравнение доноров с конкурентами:

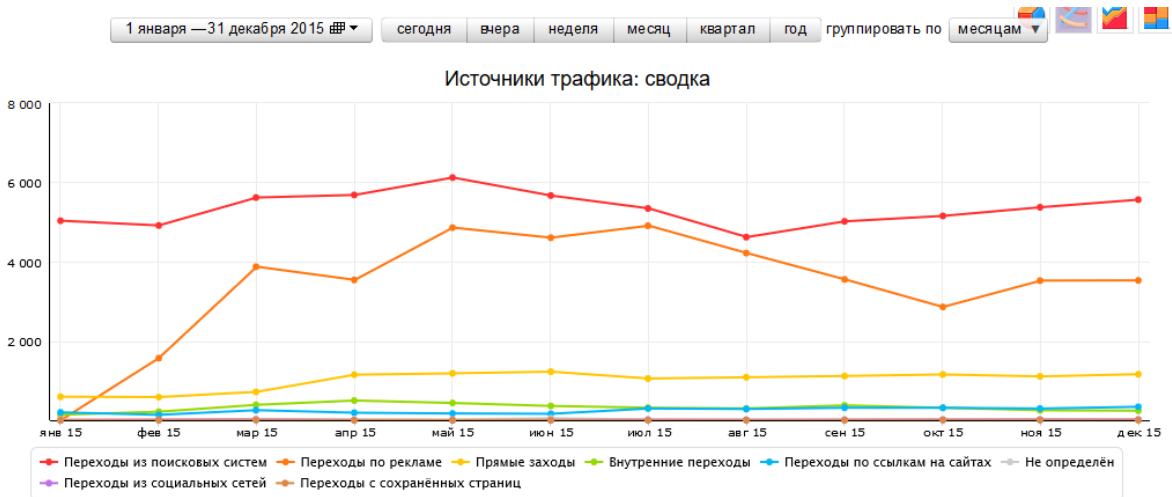
Донор	ТИЦ	a***** .com	v*** k.ru	v*** al.ru	w*** c.com	v*** g.net	v*** g.ru	v*** m.ru	b** *t.r u	p** *t.r u	v***a .ru	a** *t.r u	Кол-во пересечени й с конкур.
***kot.org	700		1	1	1	1	1			1	1	1	8
***au.ru	350		1	1	1	1	1				1	1	7
***olka.info	40		1	1	1	1	1				1	1	7
***as.ru	600		1	1	1		1				1	1	6
***rum.ru	425		1	1	1	1					1	1	6
***niga.ru	250		1	1	1		1				1	1	6
***vOr.ru	110		1		1		1			1	1	1	6
***shcat.ru	110		1		1	1	1				1	1	6
***vosty.ru	100		1		1	1	1				1	1	6
***oclub.ru	90		1		1	1	1				1	1	6
***rum.ru	70		1		1	1	1				1	1	6
***ecoon-portal.ru	60		1	1	1	1					1	1	6
***forum.su	50		1			1			1	1	1	1	6
***shop.ru	40		1	1	1		1				1	1	6
***anda.org	40		1	1	1	1					1	1	6
***lldog.info	30		1	1	1	1					1	1	6
***rek.net	30		1		1	1	1				1	1	6
***stol.com	10		1	1	1	1					1	1	6
***zdrav.ru	10		1		1	1	1				1	1	6
***kimira.ru	400		1		1	1	1				1		5
***rier.info	190		1		1	1					1	1	5
***dn.ua	170		1		1	1					1	1	5
***krolik.ru	150		1		1	1	1				1		5
***a-vet.com	100		1		1	1					1	1	5
***tclub.ru	70		1			1	1				1	1	5
***eforum.ru	60		1		1	1					1	1	5
***t-ru.net	50		1		1		1				1	1	5
***nish.ru	50		1		1	1					1	1	5
***etsby.com	30		1		1	1					1	1	5
***cats.lv	20		1		1	1					1	1	5












***kovod.com	20		1		1	1	1					1	5
***tz-dog.ru	10		1		1	1					1	1	5
***rol.ru	10		1			1	1		1			1	5
***poisk.ru	900		1			1	1					1	4
***sp.ru	600		1			1	1				1		4
***tlek.ru	500				1	1	1	1					4
***ga.ru	250			1			1				1	1	4
***vet.ru	210		1	1	1		1						4
***medical.ru	190		1		1			1				1	4
***board.ru	70		1			1	1					1	4
***animals.ru	50			1	1		1					1	4
***-kot.net.ru	50		1			1	1				1		4
***mal.com.ua	50			1	1		1					1	4
***manya.ru	20		1	1			1				1		4
***nt.ru	20		1	1			1				1		4
***info.su	20		1	1	1							1	4
***ykrosava.ucoz.ru	20		1			1	1					1	4
***uihelp.org	20		1	1			1				1		4
***dog.ru	10		1	1	1						1		4

По возможности, необходимо получить обратные ссылки с приведенных в таблице доноров.

6. Анализ Метрики за год с 01.01.15 по 31.12.15

Источники: сводка

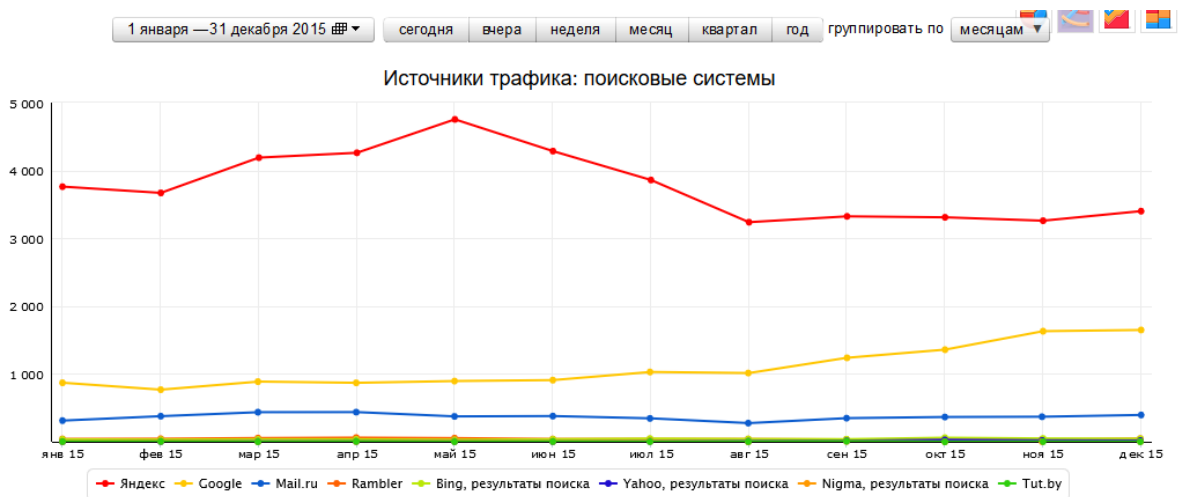


Общие	Цели						Вернувшиеся 
<input checked="" type="checkbox"/> Источник	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Визиты 	<input type="checkbox"/> Просмотры 	<input type="checkbox"/> Отказы 	<input type="checkbox"/> Глубина просмотра 	<input type="checkbox"/> Время на сайте	<input type="checkbox"/> Визиты
Итого и средние		124 427	297 593	17,8%	2,4	00:01:45	29 206
<input checked="" type="checkbox"/>  Переходы из поисковых систем		64 109 <small>51,5%</small>	149 249 <small>50,2%</small>	14,8%	2,3	00:01:49	16 425
<input checked="" type="checkbox"/>  Переходы по рекламе		41 029 <small>33,0%</small>	91 458 <small>30,7%</small>	18,8%	2,2	00:01:17	8 452
<input checked="" type="checkbox"/>  Прямые заходы		12 123 <small>9,7%</small>	31 631 <small>10,6%</small>	32,1%	2,6	00:02:10	2 849
<input checked="" type="checkbox"/>  Внутренние переходы		3 829 <small>3,1%</small>	15 872 <small>5,3%</small>	7,9%	4,1	00:04:08	312
<input checked="" type="checkbox"/>  Переходы по ссылкам на сайтах		2 953 <small>2,4%</small>	8 411 <small>2,8%</small>	20,9%	2,8	00:02:13	699
<input checked="" type="checkbox"/>  Не определён		230 <small>0,2%</small>	510 <small>0,2%</small>	58,7%	2,2	00:01:31	428

С июня по август 2015 года было падение трафика из поисковых систем (о причинах ниже). Начиная с сентября, трафик плавно растет.

Средний показатель отказов на приемлемом уровне – 17,8% (норма до 20%), причем, из поисковых систем наименьшее количество отказов – свидетельство привлечения целевого трафика.

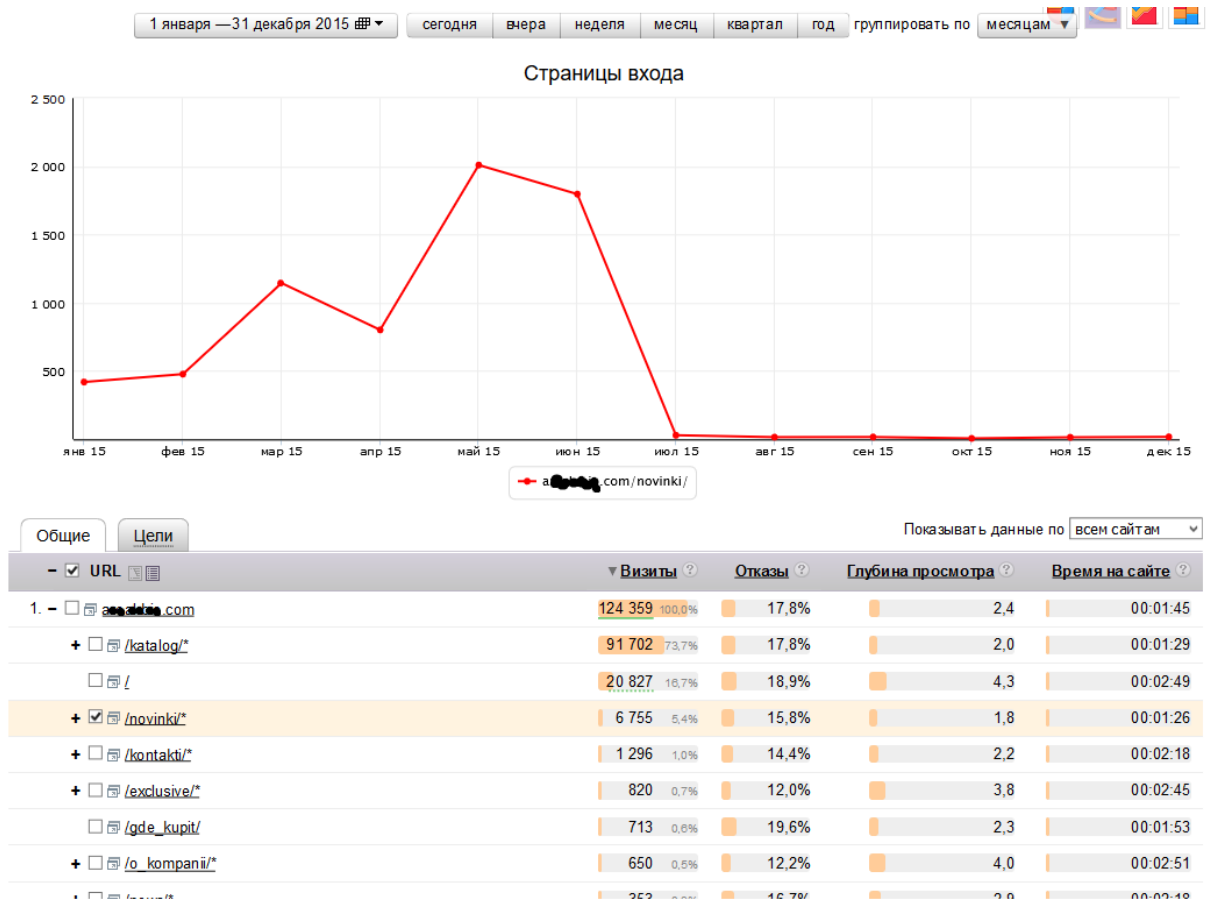
Сводка по источникам: поисковые системы



Общие		Цели						Вернувшиеся ?
Поисковая система	Визиты ?	Просмотры ?	Отказы ?	Глубина просмотра ?	Время на сайте ?	Визиты ?		
Итого и средние	64 109	149 249	14,8%	2,3	00:01:49	16 425		
1. + Яндекс	45 304 70,7%	101 559 68,0%	15,4%	2,2	00:01:47	11 011		
2. + Google	13 114 20,5%	33 622 22,5%	13,8%	2,6	00:01:55	4 193		
3. + Mail.ru	4 412 6,9%	10 605 7,1%	11,8%	2,4	00:01:43	899		
4. + Rambler	517 0,8%	1 239 0,8%	15,9%	2,4	00:01:47	153		
5. Bing_результаты поиска	483 0,8%	1 458 1,0%	16,2%	3,0	00:02:22	117		
6. Yahoo_результаты поиска	128 0,2%	257 0,2%	21,9%	2,0	00:01:03	15		

Падение трафика из ПС Яндекс с июня по август 2015, с сентября – трафик держится на одном уровне, без существенных изменений. Наблюдается заметный рост трафика из ПС Google, начавшийся с сентября.

Сводка: страницы входа (причины падения трафика)



Раздел Новинки – в мае 2015 собирал трафик в 2000 переходов, после чего, по решению заказчика, был удален. В результате – падение*, отраженное на графиках сводок по источникам и поисковым системам.

* - соответствующие редиректы со старых УРЛ на новые были настроены верно и своевременно. Но из-за изменившейся вложенности новой страницы (увеличилась, стало меньше входящих внутренних ссылок) в структуре сайта, она потеряла трафик.