

Чеклист БАЗОВОЙ* поисковой оптимизации сайта

*Подразумевается, что базовая поисковая оптимизация выполняется для всех сайтов на обслуживании в обязательном порядке. Выполняется или нет индивидуальная (не БАЗОВАЯ) оптимизация - зависит от содержания договора с конкретным клиентом.

Сайт-заглушка или оптимизация текущего сайта

1. Если сайт будет разрабатываться долго, то критически важно открывать сайт-заглушку на Cetera CMS или Wordpress и начинать выполнять оптимизацию на нём. Оптимизация занимает время. Ее нужно начинать ДО ОТКРЫТИЯ сайта.
2. На стандартном дизайне с минимальной стилизацией под фирменный стиль Клиента.
3. Без согласований с Клиентом этого временного дизайна.
4. На боевом домене Клиента.
5. Или все тоже самое - делаем над существующим сайтом Клиента.

Контент-ядро

1. Определить запросы, по которым будет продвигаться сайт. Источники:
 - a. Мнение клиента.
 - b. Данные из счетчика посещаемости
 - c. Запросы, по которым сайт находится близко к топу. По данным Seopult.
 - d. Запросы на основании автоматического контент-анализа сайта. По данным Seopult.
2. Сопоставить запросы со страницами сайта. По 2-3 запроса на страницу. В автоматическом режиме для уже существующего сайта это можно сделать с помощью Seopult. Для нового, не проиндексированного сайта придется делать вручную.
3. Разумное количество запросов в контент-ядре - не менее 100 штук. Или, иной способ оценки - 2-3 на каждую страницу на сайте. Если на какую-то страницу на сайте не приходится ни 1 запроса в контент-ядре, она, скорее всего, не нужна.
4. При наличии на сайте каталога товаров в контент-ядро входят все без исключения названия товаров из каталога и ссылки на их страницы в каталоге.

Закупка входящих ссылок

1. Закупить на Seopult ссылки на страницы по словам гласно контент-ядру.
2. На данном этапе автоматический расчёт бюджета закупки ссылок Seopult'ом игнорировать, покупать по минимальной ставке.

Написание SEO-текстов

1. Изменить существующие тексты или пишем новые тексты, используя рекомендации Seopult по количеству слов на странице, в заголовках и т.д. Делаем это за 2 прохода:
 - a. Вносим необходимое количество запросов в текст и в title, согласно рекомендациям Seopult в сводной таблице (вкладка "Страницы" проекта).
 - b. Затем вносим необходимое количество запросов в текст и в title, согласно рекомендациям Seopult в развернутом анализе страницы (иконка в строке каждого запроса в сводной таблице).
2. Оформить текст красиво, в соответствии со стилевым макетом.
3. Разработать выходы со страницы (конверсионные элементы, см. "Чеклист конверсии", материалы в развитие темы, ссылки на подробную информацию по тексту материала).

Закупка статей

1. Закупить около 10 статей на Advego согласно инструкции по работе с Advego. Опубликовать статьи на собственных сайтах Cetera.
2. Закупить статьи на Seopult в объеме, предлагаемом Seopult. Распространить средствами Seopult.

Представление сайта поисковику

1. Поместить в корневую папку сайта файл /robots.txt с указанием основного домена, с блокировкой для индексации раздела, где лежит система управления сайтом. Пример стандартного файла robots.txt для 1С-Битрикс:

```
User-agent: *
Disallow: /bitrix/
Disallow: /search/
Disallow: /login/
Disallow: /personal/
Disallow: /rss/
Disallow: /m/
Disallow: /?sphrase_id=*
User-agent: Yandex
Disallow: /bitrix/
Disallow: /search/
Disallow: /login/
Disallow: /personal/
Disallow: /rss/
```

Disallow: /m/

Disallow: /?sphrase_id=*

Host: www.site.ru

Sitemap: http://www.site.ru/sitemap_index.xml

2. Поместить на сайте карту сайта в формате Google Sitemap. Может откликаться по /sitemap.xml Ссылка на карту должна присутствовать в robots.txt
3. Добавить сайт в Яндекс Вебмастер, Google Webmaster, Bing Webmaster
4. Добавить ссылку на карту в формате Google.Sitemap в Google.Webmaster, Яндекс.Вебмастер, Bing.Webmaster.
5. Добавить сайт в поисковые системы (только для новых сайтов):
Яндекс, Google, Mail.ru

6. Подключение интернет-статистики

1. Создать и разместить на всех страницах сайта счётчики Яндекс Метрика, Liventenet, Google Analytics
2. Настройки для счетчиков.
 - a. Для всех: часовой пояс основной группы посетителей необходимо указывать для того региона, к которому относится сайт. Если сайт не имеет региональной принадлежности, то указываем московское время.
 - b. Для счётчика Яндекс Метрика
 - i. на вкладке "Общие" должны быть включены следующие опции:
 1. Уведомлять меня о проблемах в работе сайта по электронной почте
 2. По SMS
 - ii. На вкладке "Код счётчика" должны быть включены следующие опции:
 1. Вебвизор
 2. Карта кликов
 3. Точный показатель отказов
 4. Внешние ссылки
 5. Асинхронный код

Добавление сайта на карты и адресные справочники ПОИСКОВИКОВ

1. Добавить сайт в справочник компаний Яндекса.
2. Установить на сайт схему проезда на основе Яндекс.Карт. (Если иное не согласовано.)
3. Добавить адрес компании на wikimapia.org, включая ссылку на сайт.
4. Добавить адрес компании на openstreetmap.org, включая ссылку на сайт.
5. Добавить сайт в справочник компаний
Google <http://maps.google.ru/local/add?hl=ru>

Добавление сайта в каталоги

1. Зарегистрировать сайт не менее, чем в 10 каталогов и рейтингов по списку <http://yasa.yandex.ru/yasa/ungrp/cat/Computers/Internet/Ratings/>
 - a. примеры Каталоги

- i. <http://www.wolist.ru>
- ii. <http://www.ulitka.ru>
- iii. <http://www.faststart.ru/>
- iv. <http://www.zabor.com>
- v. <http://hotlog.ru/>
- vi. <http://yarland.ru>

b. Рейтинги

- i. <http://top.mail.ru/>
- ii. <http://metrika.yandex.ru/>
- iii. <http://top100.rambler.ru>
- iv. <http://www.liveinternet.ru>
- v. <http://top.gde.ru/>
- vi. <http://www.tit.by/>

Добавление сайта на прочие сайты

1. Добавить вакансии компании на сайты о работе www.superjob.ru, www.rabota.ru, www.headhunter.ru, www.job.ru, www.vshtate.ru. В описании компании для вакансий обязательно должны быть ссылки на сайт Заказчика.
2. Добавить Заказчика в <http://gorod.yandex.ru/business/>
3. Добавить в <https://plus.google.com/pages/create?hl=en&ppsrc=gpda0>
4. Добавить ссылки на сайт Заказчика на собственные сайты Cetera.
5. Добавить новый сайт в портфолио на сайте www.cetera.ru, www.cmsmagazine.ru и www.ageofweb.ru

Оптимизация поисковых сниппетов

1. Установить на сайте favicon.ico
2. Прописать на всех продвигаемых страницах в title текст не только с нужным списком запросов, но и соответствующий требованиям к объявлениям из чеклиста "Контекстная реклама".
3. Прописать на всех продвигаемых страницах в meta name description текст, соответствующий требованиям к объявлениям из чеклиста "Контекстная реклама".
4. Отредактировать, если уже доступны, быстрые ссылки средствами Яндекс.Вебмастер. Удалить лишнее, случайное. Выбрать по возможности глагольные варианты, например, «Создать сайт» вместо «Сайты» или «Создание сайтов».

Добавление в социальные сети

1. Создать профиль сотрудника клиента в соцсетях. Снабдить их информацией о личности (предпочтительно) клиента или компании клиента и ссылками на сайт клиента.
 - a. Google Plus
 - b. Facebook
 - c. Vkontakte
 - d. Одноклассники

- e. LinkedIn
 - f. moikrug.ru
 - g. vshtate.ru
 - h. livejournal
 - i. liveinternet
 - j. blogger.com
2. Создать страницы или группы в соцсетях facebook, vkontakte. Снабдить их информацией о компании клиента и ссылками на сайт клиента. Все группы и профили делаются в 2 подхода: без специальной графики (только с логотипом клиента, если есть) и, сильно потом, добавляется специально отрисованная графика.
 3. Организовать трансляцию новостей в
 - a. Twitter - twitterfeed.com
 - b. Facebook - RssGraffiti
 - c. Плагин для Wordpress - Livejournal crossposter, Twitter Tools.
 4. Сделать профиль сотрудника клиента на Youtube и Rutube, куда опубликовать видео клиента (если есть) со ссылками на сайт.
 5. Сделать профиль сотрудника клиента клиента на Flickr, Яндекс.Фотки и Picasa, куда опубликовать фото клиента (если есть) со ссылками на сайт.
 6. Сделать профиль клиента на Slideshare, куда опубликовать самостоятельно сделанную или готовую клиентскую презентацию клиента со ссылками на сайт.

Публикация объявлений на доски

1. Добавить несколько бесплатных объявлений про товары или услуги клиента на <http://www.avito.ru/> со ссылками на сайт клиента.

Оптимизируем исходный код страницы

1. Обеспечить наличие
 - a. Title с правильным или стандартным (универсальным для сайта, если эта конкретная страница не продвигается по специфическим ключевым словам) содержимым на каждой странице.
 - b. Meta description с правильным или стандартным содержимым на каждой странице.
 - c. Meta keywords с правильным или стандартным содержимым на каждой странице.
 - d. Title ссылок в навигации с описанием данных разделов или материалов из соответствующего поля.
2. Обеспечить вхождение ключевого запроса в:
 - a. h1 страницы и все или несколько h2 страницы.
 - b. alt ключевых изображений.
 - c. Тег summary таблиц.
 - d. B i и em в тексте страницы.
 - e. B b и strong в тексте страницы.
 - f. Title ссылок из текста страницы.