



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Чек-лист по техническому SEO для SaaS-стартапов

Заложите прочный фундамент для роста вашего SaaS-проекта с помощью критически важных технических SEO-оптимизаций.

Введение: Почему техническое SEO критично для SaaS

Техническое SEO часто недооценивается на ранних этапах развития SaaS-стартапов, однако оно является фундаментом, на котором строится вся видимость вашего продукта в поисковых системах. Без должной технической оптимизации даже самый качественный контент и продуманная стратегия продвижения могут оказаться неэффективными. Поисковые системы, такие как Google и Яндекс, используют сложные алгоритмы для сканирования, индексации и ранжирования сайтов. Ошибки в техническом SEO могут привести к тому, что ваш сайт будет плохо индексироваться, медленно загружаться или вовсе не отображаться в результатах поиска.

Этот чек-лист разработан, чтобы помочь SaaS-стартапам избежать распространённых ошибок и заложить прочный технический фундамент для будущего роста. Он охватывает ключевые аспекты, которые напрямую влияют на то, как поисковые роботы воспринимают и оценивают ваш сайт.

Индексация и сканирование

☐ Настроен файл robots.txt

Убедитесь, что robots.txt не блокирует важные страницы и разделы, которые должны быть проиндексированы. Проверьте его в Google Search Console и Яндекс.Вебмастере. (Источник: Google Search Central)

☐ Создана и отправлена карта сайта sitemap.xml

Sitemap.xml должен содержать все важные URL вашего сайта и быть актуальным. Отправьте его в Google Search Console и Яндекс.Вебмастер. Для SaaS-проектов с динамическим контентом рассмотрите автоматическое обновление sitemap.xml.

☐ Используются теги noindex/nofollow для нерелевантных страниц

Применяйте noindex для страниц, которые не несут ценности для SEO (например, страницы входа/регистрации, служебные страницы, дубликаты). Nofollow используйте для внешних ссылок, которые вы не хотите передавать ссылочный вес.

☐ Правильно настроены канонические теги (rel="canonical")

Для страниц с дублирующимся или очень похожим контентом укажите каноническую версию. Это особенно важно для SaaS, где могут быть страницы с различными параметрами URL, ведущие к одному и тому же контенту.

☐ Проверена доступность важных страниц для сканирования

Используйте инструмент 'Проверка URL' в Google Search Console, чтобы убедиться, что Googlebot может получить доступ и просканировать ваши ключевые страницы.

Скорость загрузки и производительность

☐ Оптимизированы Core Web Vitals

Стремитесь к показателям: LCP (Largest Contentful Paint) < 2.5 сек, FID (First Input Delay) < 100 мс, CLS (Cumulative Layout Shift) < 0.1. (Источник: Google Search Central)

☐ Оптимизированы изображения

Используйте современные форматы (WebP, AVIF), сжимайте изображения без потери качества, указывайте атрибуты width/height, используйте ленивую загрузку (lazy loading).

☐ Включено кэширование браузера

Настройте кэширование статических ресурсов (CSS, JS, изображения) на стороне клиента для ускорения повторных посещений.

☐ Используется CDN (Content Delivery Network)

CDN ускоряет доставку контента пользователям по всему миру, что критично для SaaS с глобальной аудиторией.

☐ Минимизированы CSS и JavaScript

Удалите лишние пробелы, комментарии и неиспользуемый код для уменьшения размера файлов.

☐ Оптимизировано время ответа сервера

Стремитесь к времени ответа сервера менее 200 мс. (Источник: Google PageSpeed Insights)

Мобильная адаптация

☐ Сайт адаптирован для мобильных устройств (responsive design)

Убедитесь, что ваш сайт корректно отображается и функционирует на всех типах устройств и размерах экранов. Google использует mobile-first индексирование. (Источник: Google Search Central)

☐ Проверена удобство использования на мобильных устройствах

Используйте инструмент 'Проверка оптимизации для мобильных' в Google Search Console для выявления проблем.

☐ Элементы навигации и СТА легко доступны на мобильных

Кнопки и ссылки должны быть достаточно крупными, а расстояние между ними — адекватным для нажатия пальцем.

Структура сайта и навигация

☐ Логичная и понятная URL-структура

Используйте короткие, описательные URL, включающие ключевые слова. Избегайте длинных URL с множеством параметров. Пример: /product/feature-name/ вместо /page?id=123&cat=456.

☐ Развитая внутренняя перелинковка

Связывайте релевантные страницы между собой, используя осмысленные анкоры. Это помогает распределить ссылочный вес и улучшает навигацию для пользователей и поисковых роботов.

☐ Используются хлебные крошки (breadcrumbs)

Хлебные крошки улучшают навигацию и показывают пользователю его текущее положение на сайте, а также помогают поисковым системам понять структуру.

☐ Четкая иерархия страниц

Структурируйте сайт по принципу 'силоса' (Silo), где основные категории ведут к подкатегориям и далее к конкретным страницам продукта/функции/статьи.

Дублированный контент

☐ Настроены 301 редиректы для устаревших или дублирующихся URL

Перенаправляйте пользователей и поисковых роботов с неактуальных или дублирующихся страниц на канонические версии. Это сохраняет ссылочный вес и предотвращает проблемы с дублированием.

☐ Параметры URL обрабатываются корректно

Используйте Google Search Console и Яндекс.Вебмастер для указания поисковым системам, как обрабатывать URL-параметры (например, для фильтрации, сортировки), чтобы избежать дублирования.

☐ Обеспечена уникальность контента

Избегайте полного или частичного дублирования контента на разных страницах. Если дублирование неизбежно (например, для страниц с разными языковыми версиями), используйте hreflang и canonical.

Безопасность

☐ Сайт работает по протоколу HTTPS

HTTPS является фактором ранжирования Google и обеспечивает безопасность данных пользователей. Убедитесь, что все страницы доступны только по HTTPS, а HTTP-версии перенаправляются на HTTPS (301 редирект).

Разметка данных (Schema.org)

☐ Внедрена разметка Schema.org для SaaS-продуктов (Product, SoftwareApplication)

Используйте типы Schema.org, такие как `SoftwareApplication` или `Product`, чтобы предоставить поисковым системам структурированные данные о вашем SaaS-продукте (цена, рейтинг, ОС, функционал). (Источник: Schema.org)

☐ Размечена информация о функциях (SaaS Features)

Размечайте ключевые функции вашего SaaS, чтобы они могли быть отображены в расширенных сниппетах.

☐ Размечен раздел FAQ (Question/Answer)

Если у вас есть раздел часто задаваемых вопросов, разметьте его с помощью `FAQPage` для отображения в виде расширенных результатов поиска.

☐ Проверена корректность разметки

Используйте 'Инструмент проверки расширенных результатов' Google для валидации вашей разметки Schema.org.

Инструменты вебмастера

☐ Сайт добавлен и верифицирован в Google Search Console

GSC — основной инструмент для мониторинга индексации, ошибок, производительности и видимости сайта в Google.

☐ Сайт добавлен и верифицирован в Яндекс.Вебмастер

Яндекс.Вебмастер аналогичен GSC для поисковой системы Яндекс, предоставляет данные об индексации, ошибках и позициях.

☐ Настроены уведомления об ошибках

Включите уведомления в GSC и Яндекс.Вебмастере, чтобы оперативно узнавать о критических проблемах (например, об ошибках сканирования).

☐ Регулярный мониторинг отчетов

Еженедельно или ежемесячно проверяйте отчеты по индексации, Core Web Vitals, удобству для мобильных и безопасности в обоих инструментах.

Оценка текущего состояния технического SEO



Отметьте, где находится ваш SaaS-проект по уровню технического SEO на данный момент. Это поможет определить приоритеты.

Больше интересного в нашем блоге



развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями

Получить пользу



 rocketlab.bz

 [@rocketlab](https://t.me/rocketlab)