



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Аудит-лист GEO-оптимизации для блога

Чек-лист для проверки и оптимизации контента блога с учетом требований Generative Engine Optimization (GEO) и современных алгоритмов поисковых систем.

Раздел 1: Базовая SEO-оптимизация (для поисковых систем)

- ☐ **Заголовок H1: Наличие, уникальность, релевантность**
Должен содержать основное ключевое слово и точно отражать суть статьи.
- ☐ **Подзаголовки H2, H3: Структура, использование ключевых слов, четкость**
Разбивайте текст на логические блоки. Используйте вопросительные подзаголовки для GEO-оптимизации.
- ☐ **Ключевые слова: Плотность, LSI-слова, естественность**
Избегайте переспама. Используйте синонимы и тематически связанные слова (LSI) для повышения релевантности.
- ☐ **Мета-теги: Title, Description, Alt-тексты изображений**
Title: до 60-70 символов, содержит ключевое слово. Description: до 150-160 символов, привлекательное описание. Alt-тексты: описывают изображение, содержат ключевые слова.
- ☐ **Внутренняя перелинковка: Релевантность, количество ссылок**
Связывайте статьи по смыслу. Убедитесь, что ссылки ведут на релевантные страницы вашего сайта.
- ☐ **Скорость загрузки страницы**
Проверьте с помощью Google PageSpeed Insights (developers.google.com/speed/pagespeed/insights/). Цель: оценка выше 90 для мобильных и десктопных устройств.
- ☐ **Мобильная адаптивность**
Проверьте с помощью Google Mobile-Friendly Test (search.google.com/test/mobile-friendly). Страница должна быть удобна для просмотра на любых устройствах.

Раздел 2: GEO-оптимизация (для нейросетей и AI-ассистентов)

- ☐ **Четкие ответы на вопросы: Наличие блоков FAQ, прямые ответы в тексте**
Размещайте ответы на вопросы сразу после заголовка или в специальных блоках FAQ. Нейросети предпочитают структурированные ответы (trigub.ru).
- ☐ **Структурированные данные: Использование Schema.org для вопросов/ответов, определений**
Используйте микроразметку Schema.org (особенно тип 'Question' и 'Answer') для облегчения понимания контента AI-моделями (generative-optimization.ru).
- ☐ **Экспертность и авторитетность: Указание источников, цитирование экспертов, 'Proof-of-Human' элементы**
Ссылайтесь на исследования, статистику, авторитетные источники. Демонстрируйте E-E-A-T (Опыт, Экспертность, Авторитетность, Доверие). Включайте 'Proof-of-Human' элементы, чтобы показать, что контент создан человеком, а не ИИ (sostav.ru).
- ☐ **Уникальность и глубина: Отсутствие дублированного/генерированного контента, оригинальные исследования, кейсы**
ИИ-модели предпочитают проверяемую информацию с четкими данными и исследованиями. Размытые формулировки исключают страницу из рассмотрения (generative-optimization.ru).
- ☐ **Понятность для AI: Короткие абзацы, маркированные списки, определения терминов**

Разбивайте текст на абзацы по 3-5 предложений. Используйте списки и таблицы. Определяйте ключевые термины (sostav.ru).

- ❑ **Контекстуальная релевантность:** Соответствие всего текста основной теме, избегание 'воды'

Избегайте сложных конструкций и длинных предложений. Чем проще и точнее изложена информация, тем легче её обработать алгоритмам (sostav.ru).

- ❑ **Техническая доступность для ИИ-краулеров**

Убедитесь, что GPTBot, ChatGPT-User, Claude-Web и другие боты не заблокированы в robots.txt (generative-optimization.ru). Это критическая ошибка, блокирующая индексацию ИИ.

Раздел 3: Пользовательский опыт (поведенческие факторы)

Дочитываемость	Проверяйте по Яндекс.Метрике/Google Analytics. Цель: высокий процент дочитываний, особенно для длинных статей.
Время на странице	Среднее время взаимодействия. Чем выше, тем лучше. Для статей от 1000 слов – от 3 минут.
Показатель отказов	Низкий процент (желательно <30%). Высокий показатель может указывать на нерелевантность контента или плохой UX.
Интерактивные элементы	Опросы, калькуляторы, видео (повышают вовлеченность). По данным Industream media, в России около 20 млн активных слушателей подкастов, что указывает на популярность аудио-форматов.

Раздел 4: Контентные улучшения

- ❑ **Актуальность:** Регулярное обновление 'вечнозеленого' контента

Около 75% трафика в корпоративных блогах приходится на старые, «вечнозелёные» материалы. Регулярно пересматривайте и обновляйте их.

- ❑ **Визуализация:** Использование инфографики, иллюстраций, видео

Списки с маркерами, нумерацией, а также таблицы, схемы и инфографика помогают сделать статью визуально понятной и доступной (sostav.ru).

- ❑ **Призывы к действию:** Четкие и релевантные

Размещайте СТА в конце статьи и внутри текста. Они должны быть логичным продолжением контента.

- ❑ **Гибридный подход к AI**

Используйте ИИ как ассистента для генерации идей и черновиков, но финальная работа (проверка фактов, уникальный опыт, тональность) должна быть за человеком (Go-to-Market Academy, hh.ru: 84% российских маркетологов используют ИИ).

Оценка готовности контента к GEO-оптимизации



Отметьте текущий уровень GEO-оптимизации вашего контента

Больше интересного в нашем блоге



развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями

Получить пользу



 rocketlab.bz

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