



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Чек-лист технического SEO-аудита для производственного сайта (расширенный)

Подробный чек-лист для самостоятельной проверки технического состояния сайта производственной компании.

Индексация и сканирование (Robots.txt, Sitemap.xml, Canonical)

☐ Проверить наличие и корректность файла robots.txt

Убедитесь, что robots.txt не блокирует важные страницы для индексации. Проверьте синтаксис на ошибки (например, с помощью Яндекс.Вебмастера).

☐ Проверить наличие и актуальность карты сайта sitemap.xml

Sitemap.xml должен содержать все важные для индексации страницы (продукты, категории, статьи, документация) и быть актуальным. Рекомендуется использовать динамически генерируемые карты сайта для больших каталогов.

☐ Проверить наличие и корректность тегов canonical

Убедитесь, что для страниц с дублирующимся или очень похожим контентом (например, страницы фильтрации, сортировки, версии для печати) установлен корректный canonical, указывающий на основную версию страницы.

☐ Проверить статус индексации в Яндекс.Вебмастере и Google Search Console

Отслеживайте количество проиндексированных страниц и наличие ошибок индексации. Обратите внимание на страницы, исключенные из индексации, и убедитесь, что это сделано намеренно.

☐ Проверить обработку параметров URL

Настройте правила обработки параметров URL в Google Search Console, чтобы избежать индексации дубликатов, создаваемых фильтрами, сортировками и другими динамическими элементами.

Скорость загрузки (Core Web Vitals, Оптимизация изображений)

☐ Проверить показатели Core Web Vitals с помощью Google PageSpeed Insights

Цель: 'зеленая зона' по LCP (Largest Contentful Paint), FID (First Input Delay), CLS (Cumulative Layout Shift) для мобильных и десктопных версий. LCP < 2.5 сек, FID < 100 мс, CLS < 0.1 (Источник: Google Developers).

☐ Оптимизировать изображения на сайте

Используйте современные форматы (WebP) и сжатие без потери качества. Указывайте атрибуты width и height. Для производственных сайтов с большим количеством изображений продукции это критично.

☐ Минимизировать и объединить CSS и JavaScript файлы

Уменьшите размер файлов CSS и JS, объедините их, чтобы сократить количество запросов к серверу.

☐ Использовать кэширование браузера

Настройте заголовки кэширования для статических ресурсов, чтобы браузер мог их хранить и не загружать при повторных посещениях.

☐ Использовать CDN (Content Delivery Network)

Для сайтов с международной аудиторией или большим объемом контента CDN значительно ускоряет загрузку, доставляя контент с ближайшего сервера.

☐ Отложить загрузку некритичных ресурсов (Lazy Loading)

Особенно для изображений и видео, которые находятся ниже первого экрана.

Мобильная адаптация

- ❑ Проверить сайт на мобильную адаптацию с помощью Google Mobile-Friendly Test

Убедитесь, что сайт корректно отображается и функционален на всех типах мобильных устройств. 'Больше половины B2B-покупателей используют смартфоны для поиска информации' (Источник: RocketLab).
- ❑ Обеспечить удобство навигации на мобильных устройствах

Меню должно быть легко доступным, кнопки достаточно большими для нажатия пальцем, а текст читаемым без масштабирования.
- ❑ Проверить адаптивность форм обратной связи

Формы должны быть удобны для заполнения на мобильных устройствах, без необходимости прокрутки или масштабирования.

Структура сайта и URL (Глубина, ЧПУ)

- ❑ Проверить глубину вложенности страниц

Важные страницы (продукты, категории) должны быть доступны не более чем в 3-4 клика от главной страницы. 'Посетитель должен за 2-3 клика находить нужную информацию' (Источник: RocketLab).
- ❑ Использовать ЧПУ (человекопонятные URL)

URL должны быть короткими, описательными и содержать ключевые слова (например, /product/nazvanie-produktivnoy-modeli/).
- ❑ Обеспечить логичную иерархию URL

Структура URL должна отражать структуру сайта (например, /katalog/kategoriya/podkategoriya/produkt/).
- ❑ Настроить хлебные крошки (breadcrumbs)

Они улучшают навигацию для пользователя и помогают поисковым системам понять структуру сайта. Используйте микроразметку для хлебных крошек.

Оптимизация страниц продуктов (Мета-теги, Структурированные данные, Документация)

- ❑ Оптимизировать мета-теги Title и Description для каждой страницы продукта

Title должен быть уникальным, содержать название продукта, производителя и ключевые слова. Description должен быть информативным, побуждать к переходу и включать УТП.
- ❑ Внедрить структурированные данные Schema.org для продуктов

Используйте разметку Product, Offer, Review, AggregateRating для обогащенных сниппетов в выдаче. Это повышает CTR. Для производственных товаров особенно важны свойства 'model', 'manufacturer', 'gtin', 'sku'.
- ❑ Обеспечить доступность и индексируемость технической документации

Файлы PDF (паспорта, инструкции, чертежи) должны быть доступны для скачивания и, по возможности, содержать текстовый слой для индексации содержимого. Размещайте их на отдельных страницах или в виде ссылок на облачные хранилища с возможностью индексации.
- ❑ Оптимизировать контент страниц продуктов

Включите полные технические характеристики, области применения, качественные фото и видео, отзывы и кейсы. 'Добавление на страницу продукта блока «Сравнение с аналогами» увеличивало время на странице на 30-40% и конверсию в обращение на 15-20%' (Источник: RocketLab).
- ❑ Проверить наличие уникального контента на страницах продуктов

Избегайте копирования описаний у конкурентов или с сайтов производителей. Создавайте уникальные тексты, акцентируя внимание на преимуществах и особенностях вашего предложения.
- ❑ Оптимизировать названия файлов документации

Используйте осмысленные названия файлов (например, 'instrukciya-nasos-model-x.pdf'), а не 'doc123.pdf'.

Безопасность (HTTPS)

☐ Проверить использование HTTPS-протокола

Весь сайт должен работать по HTTPS. HTTP-версия должна перенаправляться на HTTPS с помощью 301 редиректа. Это фактор ранжирования и требование безопасности.

☐ Проверить срок действия SSL-сертификата

Убедитесь, что сертификат действителен и будет продлен своевременно.

☐ Проверить отсутствие смешанного контента (Mixed Content)

Все ресурсы (изображения, скрипты, стили) на HTTPS-страницах должны загружаться по HTTPS. Используйте инструменты вроде Why No Padlock для проверки.

Дублированный контент

☐ Выявить и устранить дубли страниц

Используйте инструменты аудита (Screaming Frog, Netpeak Spider) для поиска дубликатов по Title, Description, H1. Причины могут быть в параметрах URL, версиях для печати, тестовых страницах.

☐ Настроить 301 редиректы для страниц-дубликатов

Если есть несколько версий одной страницы (например, с www и без www, с / и без / в конце), выберите каноническую и настройте 301 редирект.

☐ Использовать тег noindex для неважных страниц

Для страниц с технической информацией, которая не предназначена для индексации (например, страницы личного кабинета, корзины), используйте тег noindex.

Битые ссылки

☐ Проверить сайт на наличие битых ссылок (404 ошибки)

Используйте Яндекс.Вебмастер, Google Search Console или сторонние аудиторы. Битые ссылки ухудшают пользовательский опыт и могут негативно влиять на ранжирование.

☐ Настроить страницу 404 ошибки

Страница 404 должна быть информативной, предлагать пользователю варианты действий (перейти на главную, в каталог, воспользоваться поиском) и быть оформлена в стилистике сайта.

☐ Исправить или удалить битые ссылки

Замените неработающие ссылки на актуальные или удалите их.

Международное SEO (hreflang, если применимо)

☐ Внедрить атрибут hreflang для многоязычных/многорегиональных сайтов

Укажите поисковым системам, на каком языке и для какого региона предназначена каждая версия страницы. Это помогает избежать проблем с дублированием контента и направляет пользователей на правильную версию сайта.

☐ Проверить корректность реализации hreflang

Каждая версия страницы должна ссылаться на себя и на все альтернативные версии. Используйте инструменты проверки hreflang.

☐ Оптимизировать региональные версии сайта

Учитывайте локальные особенности, валюту, единицы измерения, контактные данные для каждого региона.

Оценка текущего состояния технического SEO



Требуется срочная доработка | Есть критические ошибки | Требуется улучшение | Хорошо, но есть недочеты | Отлично, соответствует лучшим практикам

Отметьте, где находится ваш производственный сайт по результатам аудита

Больше интересного в нашем блоге

развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями



Получить пользу

