

# Чек-лист по оптимизации сайта

Самое главное – цель вашего сайта. Сразу дайте себе ответ, кому должен нравиться ваш проект – вам или вашей целевой аудитории (ЦА)? Думайте, как ЦА – что их волнует, какие у них потребности и проблемы? Предлагает ли ваш сайт решение этих проблем?

Не так важна лишняя секунда в скорости загрузки сайта, как доступность и полезность информации на его страницах.

## 1. Общий вид, доступность сайта

Загрузите страницы сайта с настольного ПК, с ноутбука, с мобильного телефона. Используйте для просмотра разные браузеры (Mozilla Firefox, Chrome, Safari, Яндекс.Браузер). Пролистайте сайт, обратите внимание на доступность сайта, удобство использования.

Убедитесь, что все элементы сайта занимают положенные им места, не накладываются друг на друга и доступны для взаимодействия.

## 2. Доступность интерфейса

Каких действий вы ждёте от пользователя? Заявка, заказ звонка, покупка через корзину, сообщение, комментарий – составьте список этих действий. Сымитируйте поведение пользователя для каждой из этих задач. Все ли кнопки и ссылки работают? Удобно ли пользоваться сайтом? Какие действия вам показались сложными или вообще недоступными? Исправьте эти элементы.

## 3. Заголовки и описание страниц

Проверьте, какое содержимое содержится в блоках Title и Description **каждой** страницы вашего сайта. Понятно ли оно пользователю? Помогает ли оно ему? Эти данные анализируют поисковые системы и отображают в результатах поиска. Скорректируйте описание страниц.

## 4. Тексты и изображения на сайте

По возможности, не используйте стоковые или скаченные из интернета изображения. Они не очень нравятся поисковым системам, а у пользователей вызывают меньше доверия, чем реальные фотографии.

Если у вас уникальный товар, сфотографируйте его самостоятельно. Если речь идёт об услугах или сотрудниках – фотографируйте на телефон.

Обратите внимание на содержание фотографии. Если, например, вы работаете в европейской части России, будет странно видеть среди ваших клиентов людей азиатской внешности. У пользователя это вызовет больше сомнений, чем повысит лояльность.

## 5. Перегруженность страниц

Есть ли у вас на странице всплывающие окна? Вечный значок чата и заказа звонка? Догоняющий баннер «вы уже уходите?»

Если вы активно используете «лид-магниты», ловушки и повышатели конверсии, задумайтесь. К вам на сайт пришёл пользователь, которому интересно ваше предложение. Он хочет ознакомиться с информацией, но первые 5-10 секунд тратит на то, чтобы закрыть бесконечные всплывающие окна. Какова вероятность, что он разозлится и покинет сайт?

Помогайте, а не пугайте свою ЦА. Не перегружайте интерфейс «продающими» элементами. Кто заинтересован – купит. Кому не интересно – скорее всего, всё равно уйдёт.

## 6. Доступность контактной информации

Как быстро вы отвечаете на сообщения в чате? Если больше часа, удалите его с сайта. Написав в чат, пользователь будет ждать ответ в ближайшее время.

В шапке сайта, например, вы указали три номера телефона. А ещё email, ссылки на соц.сети, кнопки «заказать звонок» и «написать нам» - как с вами связаться?

Упростите жизнь пользователя – оставьте самые главные каналы связи, остальные уберите в раздел контакты и распишите подробнее. Например, дайте пояснение к номерам телефонов: директор, отдел продаж, бухгалтерия.

## 7. Безопасность сайта

Дополняется ли каждая форма связи ссылкой и пунктом согласия с политикой конфиденциальности и обработки персональных данных? Если нет, срочно добавьте!

Использует ли ваш сайт SSL сертификат? Например, [reg.ru](https://reg.ru) даёт бесплатный сертификат на год. Поисковые системы дают приоритет сайтам, использующим сертификат безопасности.

Проверьте сайт на наличие вредоносного кода, например, через кабинет вебмастера Яндекс.

## 8. Никому не нужные тексты

Да, с одной стороны тексты на сайте необходимы. Но важно понять, помогают или мешают они вашим пользователям.

В любом случае, тексты должны быть уникальными. Максимально, на сколько это возможно. (Инструкции или технические характеристики товара вы вряд ли сделаете 100% уникальными).

Прочитайте тексты с точки зрения вашей ЦА. Несут ли они пользу? Дают ли ответ на вопрос? Сможет ли пользователь получить решение своей проблемы, бегло просмотрев содержимое вашей страницы? За 3-5 секунд.

Не забудьте проверить, нет ли на сайте грамматических и орфографических ошибок!

## 9. Ориентация на ЦА

Что должно быть на сайте? Ваши покупатели часто задают одни и те же вопросы – составьте список вопросов и ответов, сделайте на сайте соответствующий раздел.

Уберите раздел «новостей». Оцените свежесть информации на вашем сайте. Последняя новость размещалась 2 года назад? Возможно, стоит удалить этот раздел?

При оформлении заказа вы спрашиваете ФИО пользователя? А ещё обязательно e-mail и телефон. На сколько вам необходимы полные данные. Возможно, достаточно только имени и номера телефона? Оставьте только необходимые поля.

## 10. Внешние факторы

Как выглядит ссылка на сайт в поисковых системах? Откройте Яндекс и Google, введите в поисковую строку ссылку на ваш сайт, изучите результаты. Понятный ли заголовок страницы? Привлекает ли внимание описание страницы?

Есть ли ваша организация в справочниках? Есть ли отзывы на организацию? Они положительные или отрицательные.

Повторите операцию с другими страницами сайта. Обязательно проверьте ключевые разделы – каталог, страница товара, страница услуги и т.д.

### Что делать с техническими характеристиками сайта?

Robots.txt, sitemap.xml, скорость загрузки, breadcrumbs, микроразметка и ещё несколько сотен важных для оптимизации сайта параметров.

Каждый из данных параметров требует отдельного разъяснения. Но, проработав описанные выше 10 пунктов, вы уже значительно повысите эффективность вашего сайта, потому что пользователь сможет получить необходимую ему информацию.

После этого можно приступать к более глубокому анализу сайта и его оптимизации.

## Закажите экспресс-аудит вашего сайта

Найдем базовые уязвимости вашего сайта  
и рекомендации по их устранению на ЧПЯ \*

[audit.avswb.ru](http://audit.avswb.ru)

\* ЧПЯ - человеко-понятный язык ;)