



[адрес сайта]

Описание сайта

Картинка сайта

589 проблем найдено

❌ Ошибки: 12 | ⚠️ Предупреждения: 58 | ⓘ Инфо: 519 | Страницы: 55 | Дата: ноя 29, 2019

Все Факторы Аудита Сайта (сводка)

Индексирование и сканирование страниц

❌ Ресурсы с кодом состояния 4xx	7
✅ Ресурсы с кодом состояния 5xx	0
ⓘ Страницы, закрытые от индексирования	154
✅ 404 страница настроена корректно	Да
✅ Файл robots.txt	Да
✅ .html карта сайта	Да

Перенаправления

✅ Исправленные версии с www и без www	Да
❌ Проблемы с версиями HTTP/HTTPS	Да
✅ Страницы с перенаправлением 302	0
ⓘ Страницы с перенаправлением 301	1
✅ Страницы с большим кол-вом редиректов	0
✅ Страницы с мета-тегом Refresh	0
ⓘ Страницы с rel="canonical"	52

Кодировка и технические факторы

✅ Адаптированность для мобильных устройств	Да
✅ Страницы HTTPS со смешанным контентом	0
✅ Страницы с дублирующимся rel="canonical"	0
✅ Страницы с Фреймами	0
ⓘ Страницы с ошибками в коде HTML	1
ⓘ Страницы с ошибками и предупреждениями в CSS	1
✅ Слишком большие страницы	0

URL-адреса

✅ Динамические URL-адреса	0
---------------------------	---

Ссылки

⚠️ Битые ссылки	4
✅ Страницы с чрезмерным количеством ссылок	0
ⓘ Внешние ссылки dofollow	226

Изображения

❌ Битые изображения	4
ⓘ Пустой alt текст	84

Онпэйдж

✅ Пустые теги заголовков	0
✅ Повторяющиеся заголовки	0
⚠️ Слишком длинные заголовки	2
⚠️ Пустое мета-описание	52
✅ Повторяющиеся мета-описания	0
✅ Слишком длинное мета-описание	0

Локализация

✅ Языковые версии	0
✅ Страницы с элементами hreflang	0
✅ Неправильные коды языков	0
✅ Невалидные URL	0
✅ Отсутствуют обратные ссылки	0
✅ Конфликтующие элементы hreflang	0
✅ Неканонические страницы с элементами hreflang	0
✅ Отсутствует "x-default"	0
✅ Неполные значения элементов hreflang	0

Все Факторы Аудита Сайта (подробности)

✘ Ресурсы с кодом состояния 4xx (7 ресурсы)

Некоторые из Ваших страниц возвращают код состояния 4xx.

URL ресурса	Код состояния HTTP	Найдено на
[URL]	400 Плохой запрос	52
[URL]	404 Не найдено	2
[URL]	404 Не найдено	2
[URL]	404 Не найдено	1
[URL]	404 Не найдено	1
[URL]	404 Не найдено	1
[URL]	404 Не найдено	1

Об этом SEO факторе:

Ошибки 4xx часто указывают на **проблемы на сайте**. Например, если у Вас есть битые ссылки на странице, и посетители по ним переходят, то они могут увидеть ошибку 4xx. Важно регулярно отслеживать эти ошибки и находить их причины, так как они могут оказать негативное влияние и понизить авторитетность сайта в глазах посетителей.

✔ Ресурсы с кодом состояния 5xx (0 ресурсы)

Отличная работа! На Вашем сайте нет ошибок 5xx.

Об этом SEO факторе:

Сообщения об ошибках 5xx отправляются, когда сервер обнаружил ошибку или проблему. Важно регулярно отслеживать эти ошибки и находить их причины, так как они могут оказать негативное влияние и понизить авторитетность сайта в глазах поисковых систем.

✔ 404 страница настроена корректно (Да)

Хорошая работа! Ваша страница 404 настроена корректно.

Об этом SEO факторе:

Специально настроенная страница ошибки 404 может помочь Вам удержать пользователей на сайте. В идеале, она должна информировать пользователей, что страница, которую они ищут, не существует, и она должна содержать такие элементы как: HTML карта сайта, панель

навигации и поле поиска. Но более важно то, что страница 404 должна возвращать код ответа сервера 404. Это может показаться очевидным, но, к сожалению, это редко бывает так.

Согласно Google Search Console:

"Возврат кода отличного от 404 или 410 для несуществующей страницы... может быть проблематичным. Во-первых, это сообщает поисковым системам, что по данному URL находится реальная страница. В результате, страница с таким URL может просматриваться, а ее контент индексироваться. Из-за того, что Googlebot тратит время на ваши несуществующие страницы, ваши новые уникальные URL могут быть найдены не достаточно быстро или посещаться недостаточно часто, что может повлиять на индексруемость вашего сайта. Мы рекомендуем Вам всегда возвращать статус 404 (Not found) или 410 (Gone) для несуществующих страниц".

✔ **Файл robots.txt** (Да)

Отличная работа! На Вашем сайте есть файл robots.txt.

Об этом SEO факторе:

Файл Robots.txt автоматически сканируется роботами тогда, когда они заходят на Ваш сайт. Этот файл должен содержать команды роботам, например, какие страницы сайта нужно или не нужно индексировать. Если Вы хотите закрыть от индексирования какое-то содержимое (например, станицы с личной или дублирующейся информацией), просто используйте соответствующее правило в файле robots.txt. Для получения большей информации о таких правилах, читайте <http://www.robotstxt.org/robots.txt.html>.

Помните, что команды, содержащиеся в файле robots.txt, являются больше рекомендациями, а не беспрекословными правилами для роботов. Нет никакой гарантии того, что непослушные роботы не станут проверять содержимое, которое Вы запретили.

✔ **.xml карта сайта** (Да)

Отличная работа! На Вашем сайте есть .xml карта сайта. Не забывайте перезагружать ее в поисковые системы после внесения изменений.

Об этом SEO факторе:

.xml карта сайта должна содержать все подлежащие индексированию страницы и располагаться в папке, следующей сразу за стартовой страницей в структуре сайта (пример: <http://www.site.com/sitemap.xml>). Это необходимо для наиболее полного индексирования сайта. .xml карту следует обновлять после каждого добавления новых страниц. Кроме того, карта сайта должна иметь определенный синтаксис.

Этот вид карты позволяет Вам также задавать приоритет для каждой страницы, сообщая таким образом поисковикам, какие страницы Вашего сайта следует сканировать чаще остальных (скажем, если они чаще обновляются). Инструкции по созданию .xml карты можно найти [здесь](#).

❗ **Страницы, закрытые от индексирования** (154 ресурсы)

Некоторые страницы Вашего сайта закрыты от индексирования. Рекомендуется перепроверить файл robots.txt и убедиться в том, что страницы с полезным содержимым индексируются и не запрещены по ошибке.

URL ресурса	Код состояния HTTP	Ограничения роботов
http://www.site.com/robots.txt	Н/Д	Запрещено Robots.txt
http://www.site.com/robots.txt	Н/Д	Запрещено Robots.txt
http://www.site.com/robots.txt	Н/Д	Запрещено Robots.txt
http://www.site.com/robots.txt	Н/Д	Запрещено Robots.txt

Н/Д

Запрещено
Robots.txt

Н/Д

Запрещено
Robots.txt

Об этом SEO факторе:

Есть несколько способов запретить поисковым роботам индексировать страницу:

- с помощью robots.txt;
- с помощью тега Noindex X-Robots;
- с помощью мета-тега Noindex.

Каждый из этих пунктов - строка HTML кода, которая говорит, как поисковые роботы должны сканировать конкретные страницы на сайте. В частности, такой тег говорит роботу, что страница запрещена для индексирования, перехода по её ссылкам и/или архивирования содержимого. Поэтому убедитесь, что страницы с уникальным и полезным содержимым доступны для индексирования.

✔ Исправленные версии с www и без www (Да)

Хорошая работа! Версии адресов с www и без www на Вашем сайте уже исправлены.

Об этом SEO факторе:

Обычно веб-сайты доступны с и без "www" в доменном имени. Слияние этих двух версий поможет избежать их индексирования поисковыми системами как двух разных сайтов.

Хотя индексирование двух версий не является нарушением, назначение одной из них в качестве приоритетной является правилом хорошего тона, от части, потому что это помогает сконцентрировать поисковую ценность ссылок на одну общую версию. Вы можете задать основную версию страниц сайта с www или без www в *файле .htaccess*. Как вариант, Вы можете задать приоритетный домен в инструментах для веб-мастеров Google.

✘ Проблемы с версиями HTTP/HTTPS (Да)

Используется невалидный/недоверенный сертификат SSL. Пожалуйста, убедитесь, что сертификат SSL установлен правильно, срок его действия еще не закончен, и он выдан доверенным центром сертификации.

Об этом SEO факторе:

Если HTTP и HTTPS версии вашего сайта не настроены правильно, обе версии могут быть проиндексированы поисковыми системами, что приведет к проблемам с дублирующимся контентом. Чтобы исправить это, рекомендуется установить одну версию (HTTP или HTTPS, в зависимости от содержимого на странице) в качестве приоритетной.

✔ Страницы с перенаправлением 302 (0 страниц)

Хорошая работа! На вашем сайте не найдено перенаправлений 302.

Об этом SEO факторе:

Перенаправления 302 являются временными, и по ним не переходит ссылочный вес. Если Вы решили использовать такой вид перенаправления вместо перенаправления 301, поисковики могут продолжить индексировать Ваш старый веб-адрес и игнорировать новый, чтобы избежать дубликатов. Либо они могут разделить ссылочный вес поровну между старой и новой страницами, ухудшив Ваши позиции в выдаче. Поэтому не рекомендуется использовать перенаправление 302, если Вы решили окончательно разместить страницу или сайт по новому адресу. В таком

случае лучше использовать перенаправление 301, чтобы сохранить весь ссылочный вес и избежать создания дубликата веб-адреса.

📍 Страницы с перенаправлением 301 (1 страниц)

На Вашем сайте найдены перенаправления 301. Убедитесь, что все они ведут на релевантные страницы и настроены корректно.

URL страницы	Перенаправление страницы	Найдено на
_____	_____	10
_____	_____	
_____	Заголовок не найден	

Об этом SEO факторе:

Перенаправления 301 являются постоянными и обычно используются для решения проблем с дублирующимся контентом или, чтобы перенаправлять конкретные страницы, которые больше не используются. Использование перенаправлений 301 абсолютно допустимо и является благоприятным для поисковой оптимизации, поскольку перенаправление 301 перенаправляет ссылочный вес старой страницы на новую. Просто убедитесь, что вы перенаправляете свои старые страницы на наиболее подходящие новые.

✅ Страницы с большим кол-вом редиректов (0 страниц)

Отличная работа! На сайте отсутствуют страницы, у которых бы было настроено более 2-х редиректов.

Об этом SEO факторе:

В некоторых случаях (напр. неправильная настройка файла .htaccess) страница может получить два и более редиректа. Рекомендуется избегать ситуаций, когда на странице присутствует более 2-х перенаправлений, так как это может привести к ряду негативных последствий:

- Страница не будет проиндексирована, так как роботы Google не проходят дальше 5 перенаправлений.
- Слишком большое кол-во редиректов значительно снизит скорость загрузки страницы, так как каждое перенаправление добавляет несколько секунд к общему времени загрузки.
- Высокий уровень отказов: большинство пользователей покидает страницу, если время ее загрузки превышает 3 сек.

✅ Страницы с мета-тегом Refresh (0 страниц)

Отличная работа! Перенаправлений, использующих мета-тег Refresh, не обнаружено.

Об этом SEO факторе:

Использование мета-тегов Refresh может быть воспринято поисковой системой Google как нарушение её Стандартов Качества, и поэтому не рекомендуется во избежание возникновения проблем с SEO у сайта. По словам одного из представителей Google: *"В целом, мы рекомендуем избегать использования перенаправлений с мета-тегом Refresh, т.к. это может сбить с толку пользователей (а также поисковых роботов, которые могут принять такое перенаправление за попытку перенаправить их на другую страницу)... На данный момент это не вызывает проблем со сканированием, индексированием или ранжированием страниц, но все равно лучше убрать такие перенаправления."* Поэтому лучше использовать постоянные перенаправления 301 вместо перенаправлений с мета-тегом Refresh.

📍 Страницы с rel="canonical" (52 страниц)

На Вашем сайте есть страницы с тегом rel="canonical". Пожалуйста, убедитесь, что теги rel="canonical" прописаны корректно.

Веб-страница	Канонический URL
--------------	------------------

Об этом SEO факторе:

В большинстве случаев, дублирование URL-адресов решается применением 301 перенаправления. Но иногда - например, когда один и тот же продукт интернет-магазина отображается в двух разных категориях с разными URL-адресами, и оба должны быть рабочими - Вы можете указать, при помощи тегов rel="canonical", какая страница должна считаться более приоритетной. Это необходимо корректно прописать в тегах <head> страницы и указать, какую страницу необходимо показывать в выдаче.

✔ Страницы HTTPS со смешанным контентом (0 страниц)

Ни одна из страниц Вашего сайта не использует протокол HTTPS, соответственно, у них нет проблем со смешанным контентом.

Тем не менее, Вам следует подумать о переводе сайта на HTTPS, так как использование безопасного шифрования может благоприятно

отразиться как на общем уровне оптимизации, так и улучшить удобство пользования сайтом. Во первых, проверка HTTPS является официальным фактором ранжирования Google, поэтому сайты HTTPS могут получить преимущество при распределении позиций в выдаче. Во вторых, использование безопасного шифрования поможет защитить Ваших клиентов и их личные данные от атак хакеров и других интернет угроз.

Об этом SEO факторе:

Использование шифрованного соединения рекомендовано для многих сайтов (напр. для сайтов, принимающих оплату или собирающих пользовательские данные.) Но, в некоторых случаях, при переходе с HTTP на HTTPS могут возникнуть определенные технические проблемы. Одной из таких является, так называемая, проблема смешанного контента: когда на HTTPS страницах присутствует контент, доступный через HTTP протокол.

Такие случаи значительно снижают общую безопасность страницы, так как нешифрованный контент доступен для перехвата и может быть изменен третьими лицами. Поэтому во многих современных браузерах такой контент может быть заблокирован для загрузки или же будет загружаться с сообщением "Небезопасное соединение".

Согласно классификации Google существуют два типа смешанного контента: активный и пассивный.

Смешанный контент пассивного типа не взаимодействует с остальными элементами страницы, поэтому в случае атаки на сайт злоумышленник будет достаточно ограничен в возможностях перехвата и изменения содержимого. К пассивному типу относятся: изображения, видео, аудио и другие ресурсы, которые не могут взаимодействовать с другими элементами страницы. Активный тип смешанного контента позволяет злоумышленнику получить полный контроль над страницей. К активному типу относятся скрипты, стили, iframe, ресурсы flash и другие разновидности кода, которые браузер может загрузить и выполнить.

✔ **Адаптированность для мобильных устройств (Да)**

Отлично! Главная страница вашего сайта адаптирована для мобильных устройств.

Об этом SEO факторе:

Согласно официальной информации от Google, алгоритм адаптированности для мобильных устройств затрагивает мобильные результаты для всех локальных версий и имеет большое значение для позиций в выдаче. Алгоритм анализирует каждую страницу по отдельности: поисковая система не проверяет насколько хорошо ваш сайт оптимизирован для мобильных устройств, проверяется оптимизирована ли страница в целом или нет.

Данный алгоритм учитывает такие критерии как размер шрифтов, расположение ссылок, удобство чтения контента и другие.

✔ **Страницы с дублирующимся rel="canonical" (0 страниц)**

Хорошая работа! На страницах Вашего сайта нет дублирующегося кода rel="canonical".

Об этом SEO факторе:

Использование двойного элемента rel=canonical на странице связано часто с использованием различных SEO-плагинов, которые по умолчанию добавляют rel=canonical без ведома веб-разработчика. Проверка кода страницы и настройки rel="canonical" в HTTP ответе сервера может помочь исправить ситуацию.

Использование нескольких rel=canonical может привести к тому, что все они будут игнорироваться поисковыми системами, в результате сайт получит проблемы с дублирующимися страницами.

✔ **Страницы с Фреймами (0 страниц)**

Отличная работа! На страницах Вашего сайта абсолютно нет Фреймов.

Об этом SEO факторе:

Фреймы позволяют отображать более одного HTML документа в одном и том же окне браузера. В результате, текст и гиперссылки (наиболее важные сигналы для поисковых систем) кажутся отсутствующими в таких документах. Если Вы используете Фреймы, то поисковым системам не

удастся проиндексировать Ваш ценный контент, и они не станут ранжировать Ваш сайт высоко.

❶ Страницы с ошибками в коде HTML (1 страниц)

Некоторые страницы сайта содержат ошибки в коде HTML.

Для поисковых систем намного проще сканировать сайты, в которых используется семантически правильная разметка, поэтому HTML код сайта должен быть валидным и не содержать ошибок. Например, если оставить какой-либо тег открытым, то роботы могут пропустить или неправильно прочитать весь следующий блок на странице, что приведет к уменьшению ее значимости.

Веб-страница	Ошибки и предупреждения в HTML
	34 ошибки 28 предупреждения

Об этом SEO факторе:

Проверка происходит с помощью сервиса валидации разметки W3C. Хотя следование стандартам W3C не является обязательным и не будет иметь прямых последствий для продвижения сайта, ошибки в коде, тем не менее, могут повлиять на индексирование содержимого страницы поисковыми системами. Рекомендуется исправить все ошибки в HTML коде сайта, чтобы избежать возможных проблем с поисковыми роботами.

❶ Страницы с ошибками и предупреждениями в CSS (1 страниц)

Некоторые страницы на сайте содержат ошибки в CSS коде. Пожалуйста, проанализируйте список ошибок в CSS и исправьте наиболее критичные.

Веб-страница	Ошибки и предупреждения в CSS
	12 ошибки 170 предупреждения

Об этом SEO факторе:

Проверка проводится с помощью стороннего сервиса W3C по стандарту Консорциума Всемирной паутины.

CSS стили используются для управления дизайном и форматом страницы, а также нужны, чтобы отделить разметку структуры страницы от ее внешнего вида для ускорения загрузки.

Ошибки в CSS коде не так критичны для поисковых систем, но они могут привести к неправильному отображению содержимого для пользователей, что повлияет на посещаемость и уровень отказов страницы. Поэтому убедитесь, что контент страницы отображается верно во всех необходимых браузерах, включая мобильные версии.

❶ Внешние ссылки dofollow (226 ссылки)

На сайте найдены внешние dofollow ссылки.

Пожалуйста, просмотрите список исходящих ссылок и убедитесь, что они ведут на качественные и релевантные страницы. Рекомендуется удалять любые ссылки, которые ведут на сайты сомнительного качества, или добавлять к ним атрибут `rel="nofollow"`. Для этого нужно просто дописать атрибут `rel="nofollow"` внутрь тега `<a href>`.

Например: `Пример`.

URL страницы	Анкор	Код состояния HTTP (для Анкора)
	[картинка] Мы в ВКонтакте	301 Постоянное перенаправление
		200

Простыми словами, ссылками dofollow являются ссылки, у которых нет атрибута rel="nofollow". Поисковые системы переходят по таким ссылкам, и они участвуют в ранжировании (ссылки могут быть закрыты также с помощью мета тега nofollow).

Хотя сами по себе исходящие ссылки не приносят вреда, но если на Вашем сайте есть множество внешних ссылок на нерелевантные сайты или страницы низкого качества, то поисковые системы могут решить, что Ваш сайт продает ссылки или участвует в других схемах, в результате чего сайт может попасть под санкции поисковых систем.

✖ **Битые изображения (4 изображения)**

На сайте найдены битые изображения.

Изображение считается битым, если оно возвращает код состояния 4xx или 5xx, или же URL изображения не указан в теге , также, если URL ведет не на изображение, или была зафиксирована ошибка DNS.

Для решения проблемы убедитесь, что указали правильный URL изображения в HTML коде. Во-вторых, проверьте, чтобы изображение все еще было **доступно на сервере** и при необходимости восстановите его. Если нет возможности восстановить битое изображение, то просто замените его на какое-либо другое или удалите полностью со страницы.

URL страницы	Изображение	Код состояния HTTP (для
[ссылка]		404 Не найдено
[ссылка]	3 3	404 Не найдено
[ссылка]	<нет текста>	404 Не найдено
[ссылка]		404 Не найдено

Об этом SEO факторе:

Хотя битые изображения на сайте не влияют напрямую на его ранжирование в поисковых системах, тем не менее, их следует исправлять по нескольким причинам.

В первую очередь, они влияют на удобство пользования сайтом, поэтому пользователи могут быстрее покидать страницы, так как не будут получать нужную информацию.

Во-вторых, битые изображения препятствуют правильному сканированию и индексации сайта, в результате чего поисковые системы могут пропустить и не проиндексировать какой-либо важный контент.

ⓘ **Пустой alt текст (84 атрибуты)**

На сайте есть изображения с пустыми атрибутами alt. Для всех изображений следует добавить alt текст, который будет описывать само изображение, а также, если возможно, содержать ключевые слова.

URL страницы	URL изображения
[ссылка]	[ссылка]
[ссылка]	[ссылка]
[ссылка]	[ссылка]

Об этом SEO факторе:

Так как поисковые системы пока не могут считывать текст с изображений, использование специальных атрибутов (alt) помогает указать, что изображено на картинках.

Лучше всего создать отдельный alt текст для каждого изображения на странице, используя по возможности свои ключевые слова - это поможет поисковым системам правильно определить содержимое страницы и повисить ее в своей выдаче.

✔ Слишком большие страницы (0 страниц)

Отличная работа! Размер страниц Вашего сайта не превышает 3 МБ.

Об этом SEO факторе:

Существует прямая зависимость между размером страницы и скоростью ее загрузки, что, в свою очередь, является одним из факторов ранжирования. Как правило, большие страницы загружаются дольше. Поэтому, считается хорошей практикой держать размер страницы до 3 МБ. Конечно, это не всегда представляется возможным: например, если у Вас интернет-магазин с большим кол-вом изображений, то размер страницы легко выйдет за указанные 3 МБ, при этом, значительно снизится скорость загрузки страницы для пользователей с медленным интернетом.

✔ Динамические URL-адреса (0 страниц)

На Вашем сайте не найдено динамических URL-адресов. Это означает, что все Ваши URL-адреса легко читаются пользователями и поисковыми системами.

Об этом SEO факторе:

URL-адреса, содержащие динамические символы вроде "?", "_" и/или параметры, трудны для восприятия, т.к. они неописательны и сложнее запоминаются. Чтобы увеличить шанс Ваших страниц на высокую оценку поисковиков, лучше создавать динамические URL, которые были бы описательными и содержали ключевые слова, а не цифры и/или параметры. В соответствии с рекомендацией от Google, "Наилучшей практикой является использование переписанных начисто URL-адресов, не содержащих динамических параметров."

✔ Слишком длинные URL-адреса (0 страниц)

Отличная работа! Длина всех URL-адресов на Вашем сайте в рекомендованных пределах (до 115 символов).

Об этом SEO факторе:

URL-адреса короче 115 символов легче читаются пользователями и поисковыми системами, что делает Ваш сайт более удобным в использовании.

⚠ Битые ссылки (4 ссылки)

На Вашем сайте есть битые исходящие ссылки. Это может затруднить работу пользователей и дать сигнал поисковым системам, что Ваш сайт заброшен. Проверьте эти ссылки и исправьте их.

URL страницы

Анкор

Код состояния HTTP (для Анкора)

404

Не найдено

404

Не найдено

404

Не найдено

404

Не найдено

Об этом SEO факторе:

Битые исходящие ссылки могут испортить впечатление от Вашего сайта для поисковых систем и пользователей. Если на сайте много битых ссылок, то можно предположить, что его не обновляли в течение какого-то времени. В итоге, позиции сайта могут быть понижены.

Хотя 1-2 битые ссылки не вызовут штрафных санкций со стороны Google, старайтесь регулярно проверять свой сайт и исправлять битые ссылки, если таковые имеются. Также убедитесь в том, что число битых ссылок не растёт. Кроме того, пользователи будут Вам благодарны, если Вы не станете показывать ссылки на несуществующие страницы.

✔ Страницы с чрезмерным количеством ссылок (0 страниц)

Отличная работа! На Вашем сайте нет страниц, содержащих более 100 исходящих ссылок.

Об этом SEO факторе:

Согласно Мэтту Каттсу (бывшему главе команды Google по борьбе с веб-спамом), "...всё-таки есть достаточно причин не использовать, скажем, более 100 ссылок на одной странице: это прежде всего плохо для пользователей. Если вы ставите более 100 ссылок со страницы, это может ошеломить ваших пользователей и привести к плохому опыту нахождения на сайте. Страница может казаться вам хорошей до тех пор, пока вы не посмотрите на неё глазами пользователя и не увидите, как воспринимает её человек, впервые пришедший на ваш сайт." Хотя представители Google чаще говорят об "опыте посещения сайта", на практике наличие слишком большого кол-ва ссылок со страницы может привести к ухудшению Ваших позиций в выдаче. Итак, правило просто: чем меньше ссылок на странице, тем меньше проблем с позициями в выдаче. Поэтому лучше придерживаться общепринятых наилучших практик и ставить не более 100 исходящих ссылок (внешних или внутренних) с одной страницы.

✔ Пустые теги заголовков (0 страниц)

Отличная работа! На всех страницах Вашего сайта есть тег <title>, и каждый такой тег заполнен контентом.

Об этом SEO факторе:

Если у страницы нет заголовка или тег заголовка пуст (т.е. он просто выглядит в коде вот так: <title></title>), Google и другие поисковые системы могут взять любой текст с Вашей страницы для отображения её в выдаче. Таким образом, Вы не сможете контролировать, что люди увидят в Google, когда они найдут Вашу страницу.

Таким образом, каждый раз, когда Вы создаёте страницу, не забывайте создавать значимый заголовок, который был бы привлекательным для пользователей.

✔ Повторяющиеся заголовки (0 страниц)

Поздравляем! У всех страниц Вашего сайта уникальные заголовки.

Об этом SEO факторе:

Заголовок страницы часто рассматривается как самый важный её элемент. Это сильный сигнал о релевантности для поисковых систем, потому что заголовок говорит им, о чём в действительности страница. Конечно же важно, чтобы название включало в себя наиболее ценные ключевые слова. Но ещё более важно, чтобы у каждой страницы был уникальный заголовок - таким образом у поисковых систем не будет никаких проблем с определением того, какие из страниц сайта имеют отношение к тому или иному запросу. Страницы с повторяющимися заголовками имеют меньше шансов на высокий ранг. Более того, если на Вашем сайте есть страницы с повторяющимися заголовками, другим страницам также может быть трудно получить высокую оценку.

▲ Слишком длинные заголовки (2 страниц)

Некоторые Ваши заголовки длиннее чем 70 символов. Проанализируйте и перепишите их.

Веб-страница	Длина заголовка
	78
	74

Об этом SEO факторе:

У каждой страницы должен быть уникальный заголовок, содержащий ключевые слова. В тоже время, Вы должны стараться делать заголовков не слишком длинным. Заголовки длиннее 70 символов могут быть обрезаны поисковиками и выглядеть непривлекательно в поисковой выдаче. Вы стремитесь к тому, чтобы Ваш сайт появлялся на 1-ой странице в выдаче - но если заголовок его окажется сокращённым и неполным, это не даст Вам того количества переходов на сайт, которого Вы заслуживаете.

▲ Пустое мета-описание (52 страниц)

У некоторых страниц Вашего сайта нет мета-описаний. Проанализируйте эти страницы и напишите для них мета-описания.

Веб-страница

Об этом SEO факторе:

Хотя мета-описания напрямую не влияют на ранжирование, они всё равно важны, так как формируют сниппеты, которые видят люди в результатах поисковой выдачи. Таким образом, они должны "продавать" страницу тому, кто её видит в выдаче, и побуждать перейти по ссылке.

Если мета-описание пустое, то поисковые системы сами решат, что в него вставить.

✔ **Повторяющиеся мета-описания (0 страниц)**

Поздравляем! У всех страниц Вашего сайта уникальные описания.

Об этом SEO факторе:

Согласно Мэтту Каттсу, мета-описание должно быть уникальным или его вообще не должно быть. Это лучше, чем показывать одинаковое мета-описание для всех страниц. Вот почему стоит убедиться, что у Ваших наиболее важных страниц - уникальные описания, содержащие ключевые слова.

✔ **Слишком длинное мета-описание (0 страниц)**

Хорошая работа! Все Ваши мета-описания в рамках требуемой длины.

Об этом SEO факторе:

Хотя мета-описания напрямую не влияют на ранжирование, они всё равно важны, так как формируют сниппеты, которые видят люди в результатах поисковой выдачи. Таким образом, они должны "продавать" страницу тому, кто её искал и побуждать перейти по ссылке. Если мета-описание слишком длинное, то поисковые системы его обрежут и оно может выглядеть непривлекательно для пользователей.

✔ Языковые версии (0 варианты)

Отличная работа! Все Ваши элементы hreflang соответствуют требованиям.

Об этом SEO факторе:

Если Ваш сайт имеет несколько разных языковых версий, то лучшим способом указать поисковым системам об их наличии будет с помощью элементов hreflang.

В данном разделе представлен список всех значений элементов hreflang, которые были найдены на страницах домена проекта. Вы также можете ознакомиться с рекомендациями Google (<https://support.google.com/webmasters/answer/189077>) о правильном использовании hreflang для мультязычных сайтов.

✔ Страницы с элементами hreflang (0 ресурсы)

Поздравляем! Не найдено проблем ни с одной из локализованных страниц.

Об этом SEO факторе:

Данный фактор проверяет элементы hreflang, которые были использованы на страницах сайта проекта.

✔ Неправильные коды языков (0 ресурсы)

Поздравляем! Все элементы hreflang имеют правильные значения.

Об этом SEO факторе:

Данный фактор анализирует и проверяет значения всех элементов hreflang, найденных на Ваших страницах. Одной из самых распространенных ошибок является использование неправильных обозначений для языков и стран. Например: 'en-UK' вместо 'en-GB'.

Все значения hreflang должны соответствовать стандартам ISO 639-1 (https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_ISO_639-1_codes), если указаны только языковые версии, или стандартам ISO 3166-1 Alpha 2 (https://en.wikipedia.org/wiki/ISO_3166-1_alpha-2), если указаны сразу и языковые и региональные версии. Также можно использовать значение "x-default" для указания страниц, для которых отсутствует другая, более подходящая языковая/региональная версия.

✔ Невалидные URL (0 ресурсы)

Отличная работа! Все элементы hreflang используют правильный формат URL.

Об этом SEO факторе:

В данном факторе проверяются все адреса URL, которые используются в атрибутах hreflang на Вашем сайте. Убедитесь, что для каждой языковой/региональной версии страницы используются полные адреса URL, включая протоколы http:// или https://. В атрибутах hreflang запрещено использование относительных URL.

✔ Отсутствуют обратные ссылки (0 ресурсы)

У сайта нет каких-либо языковых или региональных версий страниц.

Об этом SEO факторе:

Каждая языковая версия страницы должна иметь атрибуты hreflang, которые указывают как на саму страницу, так и на другие языковые версии этой страницы. Также важно, чтобы все языковые/региональные версии указывали друг на друга через свои атрибуты hreflang.

Пример: есть страница на английском языке(en), у которой есть 2 других языковых варианта - на русском(ru) и немецком(de). *Заголовок* английской(en) страницы должен содержать 3 элемента hreflang: один должен указывать на саму английскую страницу, а 2 других на ее русские(ru) и немецкие(de) версии. В свою очередь, немецкие(de) и русские(ru) варианты также должны иметь по 3 атрибута hreflang, которые указывают на английскую версию, друг на друга и на самих себя. В противном случае, если страницы не ссылаются друг на друга, то их атрибуты hreflang будут игнорироваться поисковыми системами.

✔ Конфликтующие элементы hreflang (0 ресурсы)

У сайта нет каких-либо языковых или региональных версий страниц.

Об этом SEO факторе:

В данном разделе проверяется наличие конфликтующих элементов hreflang: у каждого варианта страницы должен быть только один языковой атрибут (пр.: на страницу не должны быть назначены одновременно атрибуты "en" и "de"). Тем не менее, возможно привязывать один и тот же язык, но для разных регионов, например: en-US и en-GB.

✔ Неканонические страницы с элементами hreflang (0 ресурсы)

У сайта нет каких-либо языковых или региональных версий страниц.

Об этом SEO факторе:

В данном разделе указаны все страницы, которые используют элементы hreflang, но, при этом, также имеют элементы canonical, которые указывают на другую страницу. Такое сочетание элементов может запутать поисковые системы, так как предлагаются разные URL для индексации. Лучшим решением будет либо удалить тэг canonical, либо связать этот элемент с этой же страницей.

✔ Отсутствует "x-default" (0 ресурсы)

У сайта нет каких-либо языковых или региональных версий страниц.

Об этом SEO факторе:

Данный фактор проверяет наличие страниц, на которых элементы hreflang используются без значения "x-default". Использование значения "x-default" не является обязательным, но это хороший способ указать поисковым системам, какую версию страницы следует использовать для языков и регионов, для которых не были назначены атрибуты hreflang.

✔ Неполные значения элементов hreflang (0 ресурсы)

У сайта нет каких-либо языковых или региональных версий страниц.

Об этом SEO факторе:

Данный фактор анализирует все страницы, у которых есть языковые/региональные атрибуты hreflang и проверяет, чтобы на этих страницах также присутствовало значение "x-default" и указывался общий URL для пользователей из необозначенных регионов, но использующих один и тот же язык. Пример: страница может иметь отдельные варианты для англоговорящих пользователей из Канады(en-Can) и Австралии(en-Au), но также необходимо сделать общую страницу для англоговорящих пользователей и из других стран.

