# **SEO чек-лист: как правильно оптимизировать сайт и выйти в топ Google**

Этот SEO чек-лист включает все ключевые моменты для успешного продвижения сайта. Следуйте шагам, исправляйте ошибки и регулярно обновляйте контент, чтобы поддерживать рост трафика и не терять позиции в поиске.

🔥 **Факт:** сайты, соответствующие требованиям Google PageSpeed Insights, получают до 10% больше трафика.

## **SEO чек-лист — Техническая SEO-оптимизация**

### **Проверка индексации**

Перед начало всех действий нужно произвести оценку индексации страниц вашего сайта в поисковых системах. Для этого выполните следующие следующие действия:

* Убедитесь, что сайт индексируется в Google Search Console.
* Запрос **site:вашсайт.com** в Google покажет, какие страницы уже в индексе.
* Проверить robots.txt – не блокирует ли он важные страницы.

### **Файл robots.txt**

Файл robots.txt — это инструкция для поисковых роботов. Он указывает, какие страницы можно индексировать, а какие нельзя.

* Закрываем от индексации (Disallow) страницы, которые не должны попадать в поиск, например, админку (/wp-admin/).
* Разрешаем индексацию (Allow) важного контента — статей, товаров, категорий.
* Добавляем ссылку на sitemap.xml, чтобы роботы быстрее находили страницы.

#### **Универсальный robots.txt для самописного сайта или фреймворка**

User-agent: \*

# Закрываем системные файлы и директории

Disallow: /admin/

Disallow: /core/

Disallow: /config/

Disallow: /cgi-bin/

Disallow: /vendor/

Disallow: /node\_modules/

Disallow: /logs/

Disallow: /tmp/

# Закрываем параметры URL, чтобы избежать дублей (если используются GET-параметры)

Disallow: /\*?\*

Disallow: /\*&\*

# Разрешаем индексацию контента, изображений и статей

Allow: /images/

Allow: /uploads/

Allow: /static/

Allow: /blog/

Allow: /news/

# Указываем путь к карте сайта

Sitemap: https://вашсайт.com/sitemap.xml

**Что делает этот пример файла robots.txt?**Что делает этот пример файла robots.txt?

* Запрещает индексацию системных папок (/admin/, /config/, /vendor/, /logs/).
* Предотвращает дублирование страниц из-за GET-параметров (/*?* и /*&*).
* Разрешает индексировать статичный контент, блог, новости и изображения.
* Добавляет ссылку на карту сайта, чтобы поисковые системы быстрее находили страницы.

**Как адаптировать файл robots** **под свой фреймворк?**

* Laravel, Symfony, Django, Flask – оставьте этот robots.txt без изменений.
* Node.js (Express, NestJS) – добавьте Disallow: /public/, если в папке /public/ лежат служебные файлы.
* Nuxt.js, Next.js – убедитесь, что .nuxt/, .next/ и dist/ не индексируются (Disallow: /.nuxt/).
* React, Vue, Angular (SPA-сайты) – если используется SSR или статическая генерация, оставьте Sitemap.

Laravel, Symfony, Django, Flask – оставьте этот robots.txt без изменений.
Node.js (Express, NestJS) – добавьте Disallow: /public/, если в папке /public/ лежат служебные файлы.
Nuxt.js, Next.js – убедитесь, что .nuxt/, .next/ и dist/ не индексируются (Disallow: /.nuxt/).
React, Vue, Angular (SPA-сайты) – если используется SSR или статическая генерация, оставьте Sitemap.

#### **Пример robots.txt для WordPress (рекомендованный Google)**

User-agent: \*

Disallow: /wp-admin/

Allow: /wp-admin/admin-ajax.php

Allow: /wp-content/uploads/

Sitemap: https://вашсайт.com/sitemap.xml

В данной строке: **Sitemap: https://вашсайт.com/sitemap.xml** — укажите ваш адрес сайта

#### **Пример robots.txt если нужно полностью закрыть сайт от индекса**

User-agent: \*

Disallow: /

Данный пример запрещает индексацию всего сайта. Используется в основном на этапе разработки.

### **Карта сайта (sitemap.xml)**

Sitemap.xml – это файл, который содержит список всех важных страниц сайта и помогает поисковым системам быстрее их находить и индексировать.

* Должен содержать все важные URL.
* Загружен в Google Search Console.

#### **Какие URL должны быть в sitemap.xml?**

* Главная страница, категории, важные статьи и товары.
* Только индексируемые страницы (не добавлять закрытые в robots.txt или с noindex).
* Динамически обновляемые страницы (если контент меняется).

#### **Как проверить и загрузить в Google Search Console?**

* Перейдите в Google Search Console → раздел Файлы Sitemap.
* Введите ссылку на файл, например: https://вашсайт.com/sitemap.xml
* Нажмите «Отправить», и Google начнет проверку.

**Без карты сайта поисковики могут дольше индексировать новые страницы**, поэтому обязательно настройте и загрузите ее в GSC!, поэтому обязательно настройте и загрузите ее в GSC!

### **Редиректы и дубли**

[Редирект](https://alex-haleev.com/chto-takoe-redirekt/) (redirect) – это автоматическое перенаправление пользователя или поискового робота с одного URL на другой. Это необходимо, чтобы избежать дублирования контента и потерянного трафика.

* Настройте 301-редирект с http:// на https://.

**Пример настройки в .htaccess (для Apache):**

RewriteEngine On

RewriteCond %{HTTPS} !=on

RewriteRule ^(.\*)$ https://%{HTTP\_HOST}%{REQUEST\_URI} [L,R=301]

* Перенаправте с www на без www (или наоборот).

**Пример: перенаправление с www на без www:**

RewriteEngine On

RewriteCond %{HTTP\_HOST} ^www\.(.\*)$ [NC]

RewriteRule ^(.\*)$ https://%1/$1 [R=301,L]

* Проверьте канонические теги (rel=»canonical») для устранения дублей.

Канонические теги указывают поисковикам, какая версия страницы является основной. Это помогает устранить дублирование контента.

Канонические теги (rel=»canonical») особенно важны в интернет-магазинах, где один товар может иметь разные цвета, размеры или модификации.

Если на сайте создаются отдельные страницы для каждой разновидности товара (например, один и тот же телефон в разных цветах), это приводит к дублированию контента. Чтобы избежать этого, необходимо:

* Назначить основную страницу товара канонической, а для всех её вариаций указать тег rel=»canonical», ведущий на основную страницу.

**Основная страница товара:**

https://вашсайт.com/product/smartphone

**Варианты (разные цвета/размеры):**

https://вашсайт.com/product/smartphone-red

https://вашсайт.com/product/smartphone-blue

### **Оптимизация скорости сайта**

Быстрая загрузка страниц улучшает SEO, снижает отказы пользователей и повышает конверсию. Google рекомендует, чтобы PageSpeed Insights показывал 90+ баллов.

* Google PageSpeed Insights должен показывать 90+ баллов.
* Включить кеширование ([настройки .htaccess](https://alex-haleev.com/htaccess-dlya-wordpress/), плагины).
* Минимизировать CSS, JavaScript и HTML.
* Использовать WebP вместо PNG/JPG.
* Настроить Lazy Load для изображений и видео.

**HTML-разметка для Lazy Load:**

<img src="image.webp" loading="lazy" alt="Картинка">

**JavaScript-реализация:**

document.addEventListener("DOMContentLoaded", function() {

 let lazyImages = document.querySelectorAll("img[loading='lazy']");

 lazyImages.forEach(img => img.src = img.dataset.src);

});

### **SSL-сертификат (HTTPS)**

SSL-сертификат – это обязательный стандарт для защиты данных на сайте. Он шифрует соединение между браузером пользователя и сервером, обеспечивая безопасность данных. Google учитывает HTTPS как фактор ранжирования, а сайты без SSL получают метку «Небезопасно» в браузерах.

* Проверить, что все страницы открываются только по HTTPS.
* Проверить, нет ли смешанного контента (Mixed Content).

Mixed Content – это когда сайт загружается через HTTPS, но часть ресурсов (картинки, скрипты) осталась на HTTP.

SSL – это не просто безопасность, но и плюс к доверию пользователей и Google!

### **Мобильная адаптация**

Google оценивает удобство сайта на мобильных устройствах как важный фактор ранжирования. Если сайт неудобен для смартфонов, он теряет позиции в поиске.

* Тест через Google Mobile-Friendly Test.
* Убедиться, что шрифты и кнопки удобны для мобильных пользователей.

#### **Что проверить для хорошей мобильной адаптации?**

* Шрифты должны быть читабельны
* Минимальный размер 14px и выше.
* Контрастность текста – не менее 4.5:1 (по стандартам WCAG).
* Кнопки и ссылки должны быть удобны для нажатия
* Размер кнопок не менее 48×48 px.
* Расстояние между интерактивными элементами не менее 8px.
* Адаптивный дизайн (Responsive Design)

### **Core Web Vitals (UX-факторы)**

Core Web Vitals – это ключевые показатели пользовательского опыта (UX), которые Google использует для ранжирования сайтов. Если сайт загружается медленно или неудобный для пользователей, его позиции в поиске снижаются.

* LCP < 2.5с, FID < 100мс, CLS < 0.1.
* Использовать CDN для ускорения загрузки.

Чтобы проверить Core Web Vitals проверьте сайт в [Google PageSpeed Insights](https://pagespeed.web.dev/?utm_source=psi&utm_medium=redirect&hl=ru).

Чтобы улучшить Core Web Vitals следите за следующими показателями:

* Оптимизация LCP (ускорение загрузки главного контента)
* Использовать кеширование (.htaccess, плагины для WordPress).
* Включить Lazy Load для изображений (loading=»lazy»).
* Минимизировать время ответа сервера (TTFB < 200 мс).
* Оптимизация FID (ускорение реакции сайта)
* Уменьшить блокирующий JavaScript (перенести в defer).
* Использовать CSS-критический рендеринг (critical.css).
* Загружать тяжелые скрипты асинхронно (async).
* Оптимизация CLS (устранение сдвигов макета)
* Указывать размеры для изображений и видео (width, height).
* Загружать рекламные блоки с фиксированными размерами.
* Избегать вставки шрифтов без font-display: swap.

### **Лог-файлы сервера**

* Проверить частоту обхода ботов Google.
* Выявить ошибки 404, 500, 503 и исправить их.

### **Проверка хостинга**

Если хостинг медленный или часто «падает», сайт теряет позиции в поиске. Google учитывает время отклика сервера (TTFB) и доступность сайта как важные факторы ранжирования.

* Время отклика сервера не выше 200 мс.
* Отсутствие проблем с доступностью сайта.

Быстрый и стабильный хостинг – основа хорошего SEO и высокого ранжирования!

## **Внутренняя SEO-оптимизация (On-Page SEO)**

### **Чистая структура URL**

* Использовать ЧПУ (человеко-понятные URL):
	+ ❌ вашсайт.com/?p=123
	+ ✅ вашсайт.com/blog/seo-checklist
* Убрать дублирующиеся слэши (//) и спецсимволы.

### **Заголовки (H1, H2, H3)**

Заголовки помогают структурировать контент и делают страницу удобной как для пользователей, так и для поисковых систем. Google учитывает правильную иерархию заголовков при ранжировании, поэтому важно соблюдать правила их использования.

* Один H1 на страницу с главным ключевым словом.
* Подзаголовки H2-H3 для логической структуры текста.
* Используются для разделения контента на логические блоки.
* H2 заголовки могут содержать вариации ключевых слов.
* Должно быть несколько H2 (но не перебарщивайте).
* H3 – подзаголовки внутри H2
* Используйте хаголовки H3, если раздел H2 содержит несколько подтем.
* H3 заголовки улучшают читаемость и структурированность.

**Пример:**

<h2>1. Оптимизация изображений для скорости сайта</h2>

 <h3>1.1. Использование WebP вместо PNG</h3>

 <h3>1.2. Lazy Load для изображений</h3>

**Важно:**

* Не пропускайте уровни заголовков (после H2 должен идти H3, а не H4).
* Не делайте слишком длинные заголовки (до 60 символов).
* Используйте заголовки по смыслу, а не только ради SEO ключей.

### **Title и Description**

Title и Meta Description – это первые элементы, которые видит пользователь в поисковой выдаче. Они должны быть понятными, цепляющими и содержать ключевые слова, чтобы повысить CTR (кликабельность).

* Title ≤ 60 символов, содержит ключевое слово в начале.
* Meta Description ≤ 160 символов, привлекает клик.

Попытайтесь совместить в тайтле и дескрипшене: ключевые слова, смысловое описание того: что опубликовано на странице а также кликбейт для того: чтобы пользователи хотели кликнуть именно на ваш сайт.

### **Оптимизированные изображения**

* Атрибут alt содержит описание изображения.
* Размер изображений оптимизирован без потери качества.

### **Контент SEO-оптимизирован**

Контент – это основа SEO. Хорошо оптимизированная статья помогает сайту занимать высокие позиции в поиске и привлекать трафик.

* Ключевые слова в первом абзаце.
* Использование LSI-ключей (синонимов, тематических слов).
* Минимум 1000 слов для статей, если это информационный контент.
* Отсутствие переспама ключевыми словами.

### **Внутренние ссылки (перелинковка)**

[Внутренние ссылки](https://alex-haleev.com/vnutrennie-ssylki-v-seo-ehffektivnoe-ispolzovanie-strategii-i-primery/) – это ссылки с одной страницы вашего сайта на другую. Они помогают улучшить SEO, повысить удобство для пользователей и ускорить индексацию страниц.

* Ссылки с одной страницы на другую логично встроены в текст.
* Важно использовать анкорные тексты.
* Основные страницы получают больше внутренних ссылок.

### **Разметка Schema.org**

Schema.org – это разметка, которая помогает поисковикам лучше понимать содержимое страницы и отображать расширенные сниппеты в выдаче (например, FAQ, рейтинг, дата публикации).

* Добавить структурированные данные для сниппетов:
	+ Article – для блогов.
	+ FAQ – для вопросов и ответов.
	+ Review – для отзывов.
* Проверка дубликатов контента
	+ Проверить через Copyscape или Siteliner.
	+ Убедиться, что канонические ссылки правильно настроены.

## **Внешняя SEO-оптимизация (Off-Page SEO)**

Off-Page SEO – это все действия по продвижению сайта, которые происходят вне самого сайта. Главная цель – повысить авторитет ресурса в глазах поисковых систем и привлечь больше трафика.

### **Анализ ссылочного профиля**

Анализ ссылочного профиля – это проверка количества, качества и структуры входящих ссылок на сайт. Поисковые системы учитывают ссылочный профиль как один из ключевых факторов ранжирования: чем качественнее ссылки, тем выше позиции в выдаче.

* Проверить в Ahrefs, SEMrush или Google Search Console.
* Удалить спамные ссылки через Disavow Tool.

### **Качественные ссылки на сайт**

Качественные ссылки – это внешние ссылки на ваш сайт, которые улучшают SEO и помогают повысить позиции в поиске.

* Гостевые посты на авторитетных сайтах.
* Крауд-маркетинг (форумы, отзывы).
* Работа с PR-упоминаниями в СМИ.

### **Продвижение в соцсетях (Social SEO)**

* Настроить OG-теги (Open Graph) для Facebook, Twitter, Telegram.
* Публиковать контент на Reddit, Pinterest, Quora.

### **Регистрация в каталогах и картах**

Регистрация в каталогах и картах помогает улучшить видимость сайта, повысить доверие поисковиков и привлечь локальный трафик.

* Google My Business (если локальный бизнес).
* Яндекс.Справочник, 2ГИС.

### **Работа с отзывами**

Отзывы влияют на доверие пользователей, репутацию бренда и SEO. Поисковики учитывают отзывы при ранжировании, особенно для локального бизнеса.

* Размещение реальных отзывов в Google на Trustpilot, Отзовик, Яндекс.Маркет.

## **Локальной SEO чек-лист**

Локальное SEO помогает повысить видимость бизнеса в поиске и на картах, привлекая клиентов из конкретного региона.

**Настроен Google My Business**Настроен Google My Business

* Заполнены адрес, часы работы, телефон.
* Добавлены фото и отзывы клиентов.

### **Локальные ключи в тексте**

* «Лучший SEO-специалист в Москве», «Ремонт телефонов СПб».

### **Ссылки с локальных сайтов**

* Отзывы и упоминания на региональных ресурсах.

### **Локальные Schema-разметки**

* Добавить LocalBusiness, Address, Phone.

Локальное SEO – это быстрый способ привлечь клиентов из своего города и занять топовые позиции в региональном поиске!

## **Мониторинг и аналитика для SEO чек-листа**

Мониторинг и аналитика SEO помогают оценить трафик, позиции в поиске, поведение пользователей и эффективность продвижения.

### **Настройте Google Analytics**

Google Analytics 4 (GA4) помогает отслеживать действия пользователей на сайте, анализировать их поведение и измерять эффективность SEO и маркетинга.

* Цели и конверсии отслеживания.

### **Google Search Console**

Google Search Console (GSC) – это бесплатный инструмент от Google, который помогает отслеживать индексацию, поисковый трафик и ошибки SEO.

* Проверка ошибок индексации, трафика, запросов.

### **Ahrefs, SEMrush**

* Отслеживание позиций, ссылок и конкурентов.

### **Тест скорости PageSpeed Insights**

Google PageSpeed Insights (PSI) – инструмент для измерения скорости загрузки и оптимизации сайта. Он оценивает сайт по шкале от 0 до 100 и дает рекомендации по улучшению.

* Проверка мобильной и десктопной версии.

## **Финалочка — SEO чек-лист**

Этот SEO чек-лист включает все ключевые факторы для успешного продвижения сайта. Следуйте пунктам, исправляйте ошибки и регулярно обновляйте контент, чтобы удерживать высокие позиции в поиске.

Если сайт будет соответствовать этому чек-листу, он гарантированно получит больше трафика и доверия поисковиков, что в последсвии скажется на повышении позиций всего сайта целиком.