

Аудит ссылочной оптимизации www.domain.ru

СОДЕРЖАНИЕ

1. Оценка количества и качества внешних входящих ссылок.....	2
2. Оценка структуры внешней ссылочной массы.....	4
2.1. Распределение ссылок по уровню доверия донора.....	4
2.2. Распределение ссылок по статическому весу донора.....	4
2.3. Распределение ссылок по типам анкоров.....	5
3. Обзор динамики прироста ссылочной массы.....	6
4. Обзор динамики прироста ссылочной массы в сравнении с основными конкурентами.....	7
5. Анализ исходящих внешних ссылок.....	8
6. Выработка стратегии наращивания ссылочной массы сайта.....	8
7. Итоги проведенного аудита.....	8
Словарь терминов.....	9

Описание целей анализа

Цель анализа внешних факторов – осветить текущую ситуацию по внешним ссылкам сайта, их количественному, качественному составу, а также скорости прироста естественной ссылочной массы. Заключением обзора ссылочной оптимизации служат выводы по текущему положению с указанием степени критичности найденных ошибок, данные на основе проведенного аудита.

1. Оценка количества и качества внешних входящих ссылок

Обнаружены недочеты

На сайт проставлено большое количество внешних входящих ссылок.

Адрес сайта	Всего ссылок	С уникальных доменов
domain.ru	X XXX	XXX

Таблица 1. Данные по общему количеству внешних входящих ссылок и ссылок с уникальных доменов для domain.ru

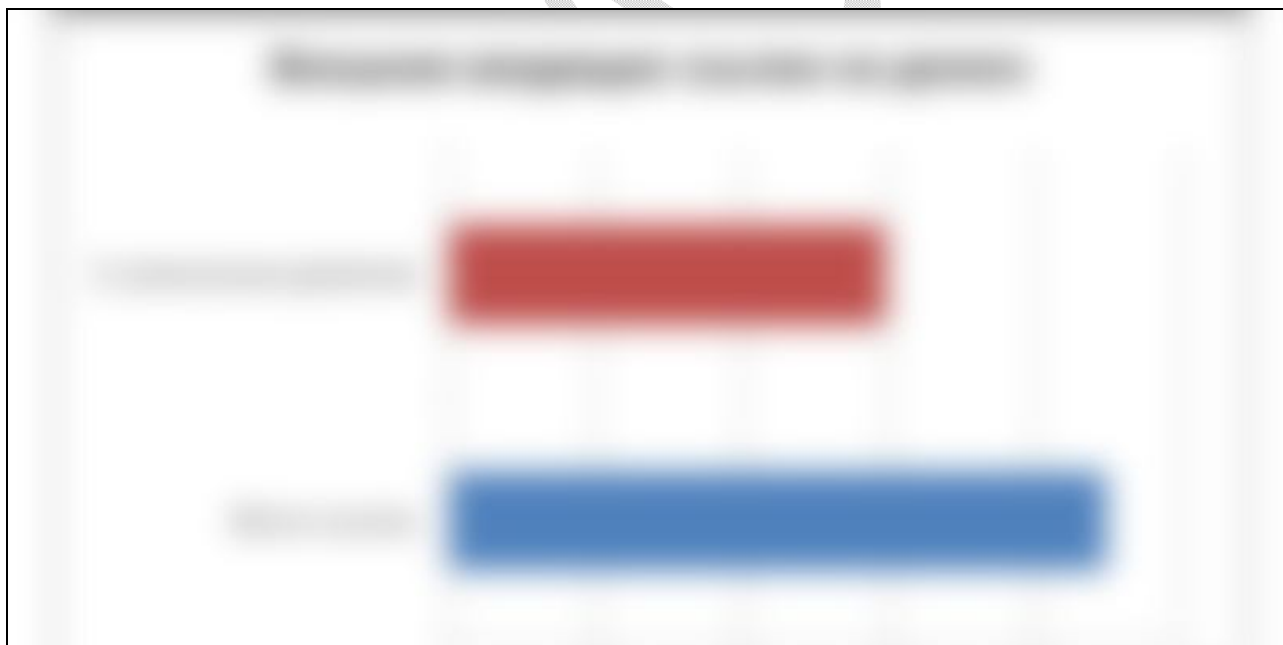


Рис. 1. Внешние входящие ссылки на домен domain.ru

Адрес сайта	Всего ссылок	С уникальных доменов	Среднее число ссылок на 1 домен
konkyrent.ru	X XXX	X XXX	X
konkyrent.ru	X XXX	X XXX	X
konkyrent.ru	X XXX	X XXX	X
konkyrent.ru	X XXX	X XXX	X
domain.ru	X XXX	X XXX	X

Таблица 2. Количество внешних входящих ссылок и ссылок с уникальных доменов для domain.ru в сравнении с конкурентами

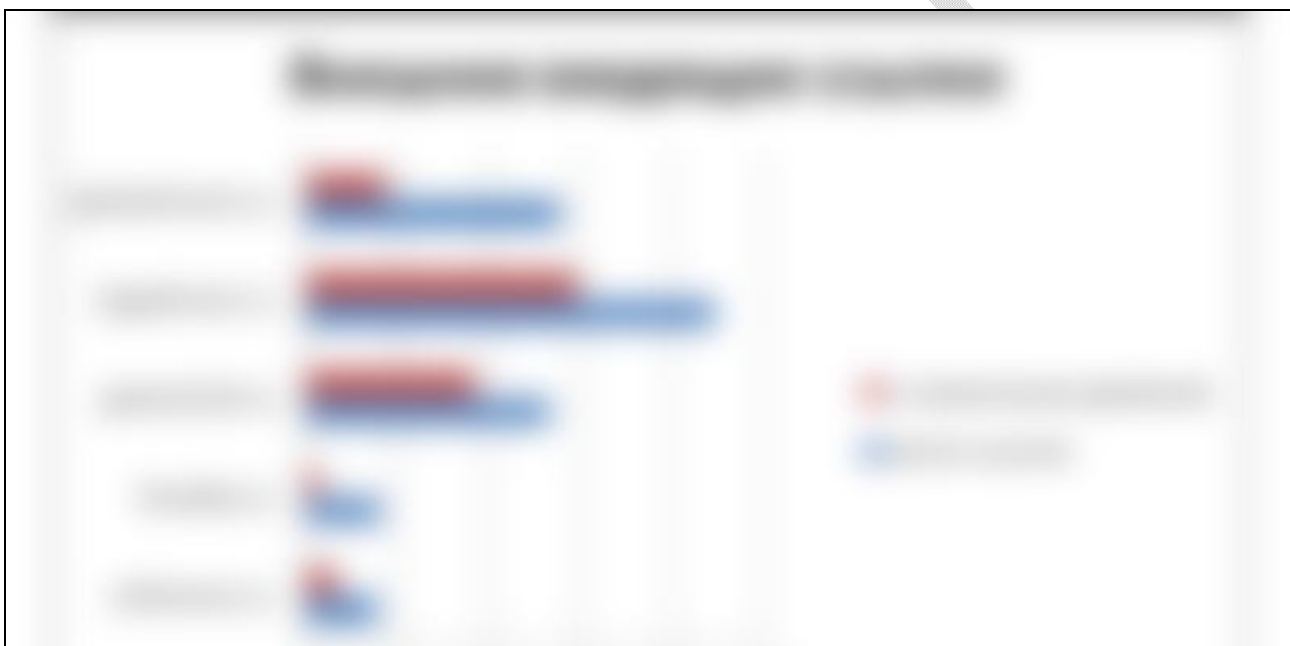


Рис. 2. Количество внешних входящих ссылок с уникальных доменов для domain.ru (сравнение с конкурентами)

Примечание

Уникальность и количество доноров, с которых сайт domain.ru получает внешние входящие ссылки – важный фактор, учитываемый поисковыми системами при ранжировании страниц в результатах поиска.

Следует отметить, что сайт имеет очень большое количество внешних ссылок в целом, тем не менее уникальные доноры. Для сравнения, на данный момент домена 117 сайт конкурента в Google Поиск имеет, тем не менее сайт конкурента получает с домена 117 всего 7 ссылок.

Рекомендация

Рекомендуется улучшить качество входящих ссылок. В данном случае можно рассмотреть возможность ссылок с уникальных доноров, привлечь к сотрудничеству СС. Следует рассмотреть возможность привлечения к сотрудничеству.

2. Оценка структуры внешней ссылочной массы domain.ru

2.1. Распределение ссылок по уровню доверия донора

Обнаружены недостатки

Распределение ссылок по уровню доверия домена для domain.ru в среднем такое же, как и для интернет-ресурсов конкурентов.

Адрес сайта	Непопулярные, в %	Популярные, в %	Очень популярные, в %
konkyrent.ru	XX,X	XX,X	X,X
konkyrent.ru	XX,X	XX,X	X,X
domain.ru	XX,X	XX,X	X,X
konkyrent.ru	XX,X	XX,X	X,X
konkyrent.ru	XX,X	XX,X	X

Таблица 7. Распределение ссылок по уровню доверия донора в процентах

Рекомендация

При выборе ссылочного донора желательно учитывать уровень доверия к нему со стороны поисковых систем. Для этого следует обращать внимание на уровень тематического индекса цитируемости (показатель для поисковой системы Яндекс) и Page Rank (для поисковой системы Google).

Важно учитывать уровень доверия к сайту донора и уровень доверия к сайту получателя ссылок. Более высокий уровень доверия к сайту донора и более высокий уровень доверия к сайту получателя ссылок способствуют более высокому уровню доверия к сайту получателя ссылок.

Рекомендуем использовать сайты с высоким уровнем доверия к сайту донора и сайту получателя ссылок. Для этого следует обращать внимание на уровень тематического индекса цитируемости (показатель для поисковой системы Яндекс) и Page Rank (для поисковой системы Google).

2.2. Распределение ссылок по статическому весу донора

Обнаружены недостатки

Для анализируемого сайта и сайтов конкурентов распределение ссылок по статическому весу доноров примерно одинаковое. Мы рекомендуем увеличивать количество ссылок с сайтов с высоким статическим весом. Чем выше статический вес страницы, тем больший вес она передаёт.

Рекомендуем использовать сайты с высоким статическим весом. Для этого следует обращать внимание на статический вес страницы. Чем выше статический вес страницы, тем больший вес она передаёт.

Адрес сайта	Низкий статический вес, в %	Средний статический вес, в %	Высокий статический вес, в %
-------------	-----------------------------	------------------------------	------------------------------

konkyrent.ru	XX,X	XX,X	XX,X
konkyrent.ru	XX,X	XX,X	XX,X
konkyrent.ru	XX,X	XX,X	XX,X
domain.ru	65,8	34,1	0,1
konkyrent.ru	XX,X	XX,X	XX,X

Таблица 8. Распределение ссылок по статическому весу донора в процентах

Рекомендация

Снизить количество точных, точных вхождений, увеличить количество разбавленных вхождений, увеличить количество безанкорных ссылок, увеличить количество ссылок с разбавлением, увеличить количество ссылок с точными вхождениями, увеличить количество ссылок с разбавлением, увеличить количество ссылок с безанкорными ссылками.

2.3. Распределение ссылок по типам анкоров

Обнаружены недостатки

Сайт имеет недостаточное количество безанкорных ссылок.

Увеличить количество безанкорных ссылок, увеличить количество ссылок с разбавлением, увеличить количество ссылок с точными вхождениями, увеличить количество ссылок с разбавлением, увеличить количество ссылок с безанкорными ссылками, увеличить количество ссылок с разбавлением, увеличить количество ссылок с точными вхождениями, увеличить количество ссылок с разбавлением, увеличить количество ссылок с безанкорными ссылками.

Адрес сайта	Точные вхождения (в т.ч. с окружением), в %	Вхождения с разбавлением, в %	Безанкорные ссылки, в %
konkyrent.ru	XX,X	XX,X	XX,X
konkyrent.ru	XX,X	XX,X	XX,X
konkyrent.ru	XX,X	XX,X	XX,X
domain.ru	42,7	56,7	0,6
konkyrent.ru	XX,X	XX,X	XX,X

Таблица 9. Распределение ссылок по типам анкоров в процентах

Рекомендация

Поскольку сайт имеет недостаточное количество безанкорных ссылок, в процессе наращивания ссылочной массы долю таких ссылок можно увеличить.

3. Обзор динамики прироста ссылочной массы domain.ru

Ошибок не обнаружено

Обзор динамики прироста ссылочной массы с уникальных доноров

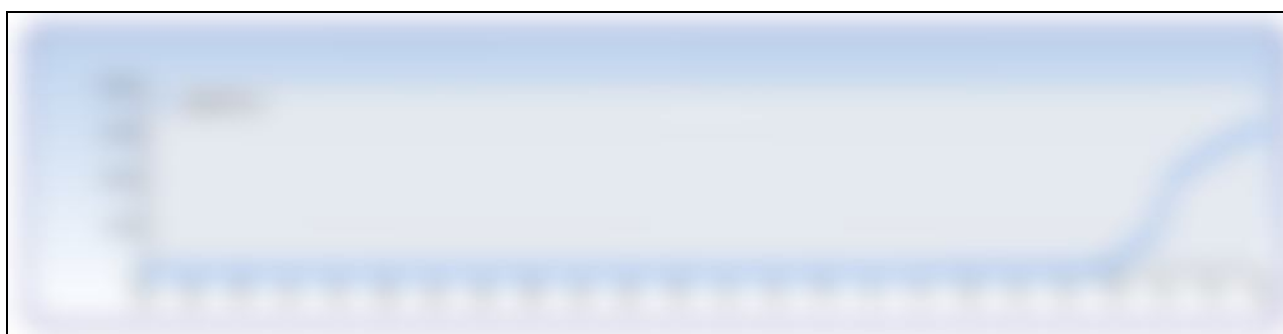


Рис. 5. Обзор динамики прироста ссылочной массы домена domain.ru с уникальных доноров

Обзор динамики прироста общей ссылочной массы

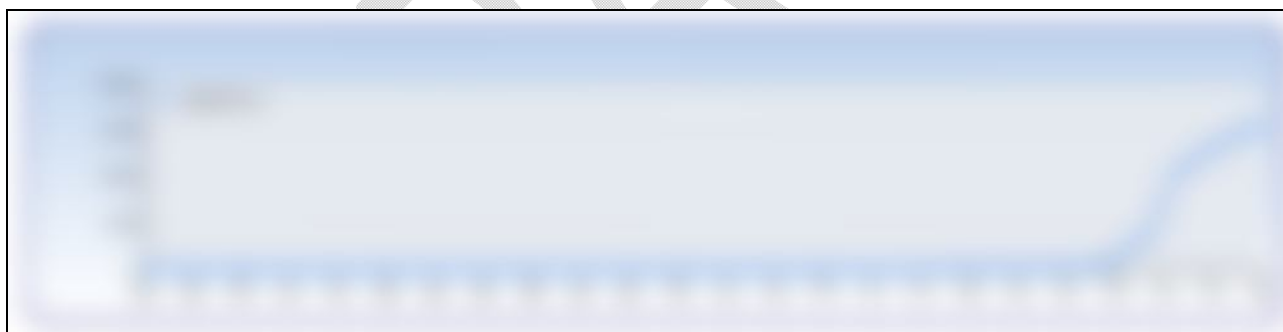


Рис. 6. Обзор динамики прироста общей ссылочной массы домена domain.ru

4. Обзор динамики прироста ссылочной массы domain.ru в сравнении с основными конкурентами

Недостатков не обнаружено

Динамика прироста ссылочной массы с уникальных доноров в сравнении с основными конкурентами:

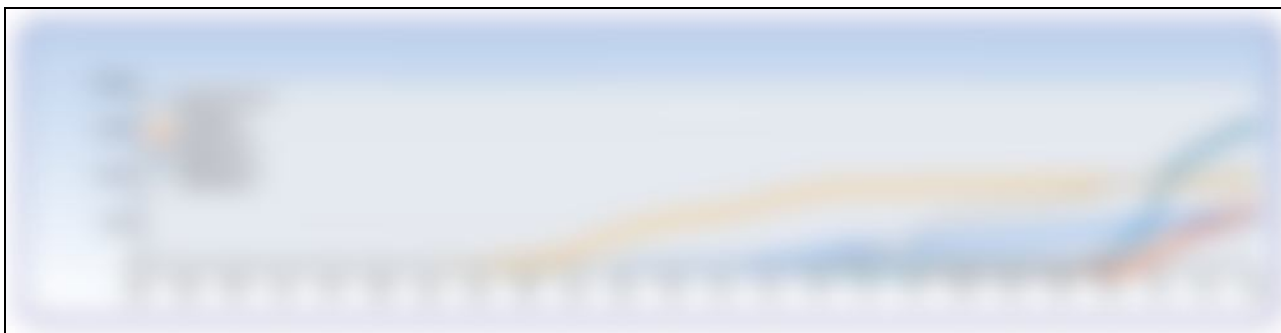


Рис. 7. Обзор динамики прироста ссылочной массы домена domain.ru и конкурентов с уникальных доноров

Динамика прироста общей ссылочной массы в сравнении с основным близким конкурентом (konkyrent.ru) меняется скачкообразно:



Рис. 8. Обзор динамики прироста общей ссылочной массы домена domain.ru и конкурентов

Рекомендация

Возраст сайта domain.ru является достаточным для полноценного наращивания ссылочной массы.

Следует продолжать активную работу по наращиванию ссылочной массы домена, привлекая новых доноров. Необходимо сосредоточиться на тех конкурентах, которые имеют более высокие показатели прироста общей ссылочной массы в сравнении с основным конкурентом domain.ru. Необходимо продолжать активную работу по привлечению новых доноров и привлекать больше сайтов в качестве доноров. Следует

5. Анализ исходящих внешних ссылок

Ошибок не обнаружено

Примечание

6. Выработка стратегии наращивания ссылочной массы сайта.

Для Вашего сайта предлагаем следующую последовательность действий при закупке:

Итоги проведенного аудита

В результате ссылочного аудита были проверены входящие и исходящие ссылки с сайта regadvisor.ru.

Проведен анализ по качеству и скорости прироста ссылок в сравнение с главными конкурентами и даны рекомендации по дальнейшему развитию ссылочной базы сайта.

В настоящее время ссылочная масса наращивается достаточно быстро. Закупку ссылок следует немного замедлить. Мы рекомендуем немного уменьшить объем закупаемых ссылок, и обратить внимание на качество доноров. Хорошими донорами считаются СДЛ с высоким уровнем доверия поисковых систем (высоким ТИЦ и PR) с возрастом домена более двух лет и тематики близкой или такой же, как анализируемый сайт. Оптимальный темп закупки будет рассчитан системой Wizard автоматически.

Описанные в аудите рекомендации составлены для regadvisor.ru согласно текущему положению дел и применимы на первом этапе работы с проектом. Первый этап работы ограничивается 2 месяцами.

Словарь терминов

CSS (каскадные таблицы стилей) — формальный язык описания внешнего вида документа, написанного с использованием языка разметки.

Footer сайта — нижняя часть страницы сайта или последняя строке HTML кода.

HTML (язык разметки гипертекста) — язык разметки документов во Всемирной паутине. Большинство веб-страниц создаются при помощи языка HTML (или XHTML). Язык HTML интерпретируется браузерами и отображается в виде документа, в удобной для человека форме.

IP-адрес — уникальный сетевой адрес узла в компьютерной сети, построенной по протоколу IP.

JavaScript — прототипно-ориентированный скриптовый язык программирования. Наиболее широкое применение находит в браузерах как язык сценариев для придания интерактивности веб-страницам.

Robots.txt — файл ограничения доступа к содержимому страниц сайта поисковым роботам на http-сервере.

Аффилированные сайты — сайты, которые по мнению поисковых систем принадлежат одной компании и предназначены для получения дополнительного трафика в той же тематике, что и основной сайт, с использованием аналогичного семантического ядра.

Битая ссылка — ссылка, которая ведет на несуществующую страницу, документ, файл или изображение.

Валидность внутреннего кода страницы — соответствие внутреннего кода страницы стандартам организации The World Wide Web Consortium (W3C).

Зеркало сайта — точная копия сайта, которая расположена по другому URL-адресу.

Индексирование в поисковых системах — процесс добавления сведений (о сайте) роботом поисковой машины в базу данных, впоследствии использующуюся для (полнотекстового) поиска информации на проиндексированных сайтах.

Код ответа сервера (код состояния HTTP) — часть первой строки ответа сервера при запросах по протоколу HTTP.

Мета-тег — HTML- или XHTML-теги, предназначенные для предоставления структурированных метаданных о веб-странице. Мета-теги помещаются внутрь тега HEAD в (X)HTML-документе, как

правило, после тега TITLE. Мета-теги используются для указания описания страницы, ключевых слов и других данных.

Поисковая система — программно-аппаратный комплекс с веб-интерфейсом, предоставляющий возможность поиска информации в Интернете.

Поисковый индекс — база данных поисковой системы, в которую помещаются сжатые копии сайтов, которые посетил поисковый робот в процессе сканирования Интернета.

Ранжирование — процесс выбора страниц сайтов из базы данных поисковой системы, соответствующих запросу пользователя, и упорядочение их по степени убывания релевантности запросу.

Робот поисковой системы — программа, являющаяся составной частью поисковой системы и предназначенная для перебора страниц Интернета с целью занесения информации о них в базу данных поисковика.

Семантическое ядро сайта — это библиотека поисковых слов, их морфологических форм и словосочетаний, которые наиболее точно характеризуют вид деятельности, товар или услугу, предлагаемые сайтом.

Сниппет — небольшие отрывки текста из найденной поисковой машиной страницы сайта, которые используются в качестве описания ссылки в результатах поиска.

Страница карточки товара — это страница сайта, на которой размещена подробная информация о товаре. На страницах карточек товаров приведено описание товара, фото и цена. Иногда на страницах карточек товаров размещаются также отзывы посетителей.

Тег — основной элемент языка разметки гипертекста (например, XML, HTML).

Узловые страницы — страницы разделов сайта, содержащие ссылки на вложенные страницы.

Хлебные крошки — элемент навигации по сайту, представляющий собой путь по сайту от его «корня» до текущей страницы, на которой находится пользователь.

ЧПУ — адреса страниц сайта, удобные для восприятия человеком (а также систем и методов построения таких адресов). Является аббревиатурой от словосочетания «человекопонятный урл» (где «урл» — жаргонное обозначение URL).

URL-адрес — адрес страницы в сети Интернет. URL состоит из доменного имени, пути к странице на сайте и имени файла страницы.