Рекомендации по верстке сайта с учетом требований поисковой оптимизации

URL
Коды страницы
Микроразметка главной страницы
Коммерческие факторы
Статьи и новости
Отзывы
XML фиды
Дублирование контента
Адаптивный дизайн
Скорость загрузки
Иконка
Метатеги для социальных сетей
Ajax
Корректные title
meta description
Meta keywords
Корректность заголовков
Управление тегами и метатегами
Перелинковка
CSS и JS
Пагинация
Кэш и функционал администрирования
Подготовлено Системно Digital

URL

a. У каждой страницы должен быть свой URL
b. Наличие человеко-понятных URL для каждой страницы
c. URL желательно создавать через транслитерацию заголовка
d. Из URL исключать спец символы
e. Пробелы в URL заменять символом дефиса. В крайнем случае %20
f. У каждой страницы должен быть rel canonical

g. Длина URL желательна не более 92 символов

h. Избегать использования URL с GET параметрами. Допустим для параметров поиска или фильтров в каталоге интернет-магазине при условии, что у каждой сущности (товар, категория) есть еще и отдельная страница со своим URL

Коды страницы

a. Нормальные страницы с контентом должны отдавать http код 200

b. Обращение не существующим страницам должно генерировать http код 404

Микроразметка главной страницы

a. Использование на главной странице сайта текстового описания бренда + размещение логотипа. Если дизайном не предполагается использование этих элементов, то разместить соответствующий код в html, но сделать его невидимым через стили

b. Разместить логотип кодом микроразметки

Коммерческие факторы

a. Желательно наличие страницы контактов

b. Код на странице контактов должен быть размечен микроразметкой

c. На главной странице желательно указание телефон с кодом города, либо 8-800 (не сотовый)

d. Желательно указание контактного Email в домене (не публичные сервисы типа mail.ru, gmail.com)

e. Размещение схемы проезда

f. Размещение времени работы офиса

g. Если офисов много, желательно для каждого из них использование отдельной страницы

h. Желательно использование онлайн системы заказа, онлайн-калькулятора, страницы прайс-листа

5. Хлебные крошки

a. Желательно использование хлебных крошек

b. Хлебные крошки должны быть размечены микроразметкой

Статьи и новости

a. Если используются статьи, то желательно использовать микроразметку

b. Желательно использование rel next prev

Отзывы

a. Если используются отзывы, то желательно использовать микроразметку отзывов

b. Хорошо вынести отзывы на главную страницу

XML фиды

a. Желательна генерация XML фидов для Yandex.Market, Yandex.Недвижимость

Дублирование контента

a. Желательно избегать дублирования контента на разных страницах

b. В случае цитирования на других страницах контента, Неуникальные сегменты страницы имеют тег rel=canonical

c. Технические блоки типа «регистрация пользователя» можно закрыть от индексации

Адаптивный дизайн

a. Обязательно наличие адаптивной версии дизайна сайта. Проверяется с помощью инструмента https://www.google.com/webmasters/tools/mobile-friendly/?hl=ru

Скорость загрузки

a. Оптимизировать работу скриптов и css. Проверять с помощью https://developers.google.com/speed/pagespeed/

b. Желательно оптимизировать размер графики с помощью https://tinypng.com/

Иконка

a. Обязательно наличие иконки
b. Желательно использование всех форматов иконок, не только 16*16

Метатеги для социальных сетей

a. Нужно генерировать метатеги для каждой странице в формате twitter cards
b. Нужно генерировать метатеги для каждой странице в формате open graph
c. Нужно генерировать метатеги для каждой странице в формате vkontakte
d. META Name="copyright" и rel="publisher")
e. Связь страницы с автором G+

Ajax

a. Чем меньше ajax тем лучше. Контент должен быть в html коде страницы
b. В тех случаях, когда используется ajax для бесконечной выдачи контента при скроле страницы, нужно контент для первой страницы сразу генерировать в html коде страницы, а уже остальной можно подгружать через ajax.

Корректные title

a. Длина title – не более 75 символов
b. Ключ входит в title
c. Ключ находится в начале title
d. Использование чисел в title
e. Если главная страница, то title начинается с бренда, на внутренних – наоборот
f. В title слова в правильных словоформах
g. Желательно не использовать ничего кроме пробелов и дефиса в title

meta description

a. Длина Description – не более 160 символов

b. Уникальный Description в пределах сайта

c. В description есть call to action и цифры

Meta keywords

a. Не должно быть никаких Meta keywords

Корректность заголовков

a. Ключ входит в h1

b. Ключ входит в h2

c. только 1 h1 на странице

d. Не использовать h1, h2, h3, h4, h5 для контента, который повторяется на разных страницах (типа виджетов, футеров и т.д.)

Управление тегами и метатегами

a. Должна быть возможность выбирать картинку для метатегов социальных сетей

b. Должна быть возможность выбирать содержание title, h1, meta description (по отдельности)

Перелинковка

a. Использовать одинаковый формат ссылок: со слешем или без него в конце

b. Не ставить ссылки на index.php файл

CSS и JS

a. Удалите из верхней части страницы код JavaScript и CSS, блокирующий отображение

Пагинация

a. Если на сайте будут разделы с пагинацией, то нужна возможность создавать отдельные правила генерации title, headers, description для первой и остальных страниц

Кэш и функционал администрирования

A. Должно быть возможность принудительно обновить кэш
B. Желательно не кэшировать robots.txt вообще
C. Файл llms.txt не нужен
D. Нужна возможность для SEO команды редактировать содержание файла robots.txt

Подготовлено Системно Digital

Наш сайт sistemnodigital.ru

Профессионально наводим порядок в хаотичном мире маркетинга и digital. Опираемся на систему и данные.

Возможно Вам будут интересны и другие наши материалы. Например,

Отзывы в Яндексе	https://sistemnodigital.ru/otzyvy-v-yandekse/
Данные в SimilarWeb	https://sistemnodigital.ru/dannye-v-similarweb/
Почему план работ есть только на старте?	https://sistemnodigital.ru/pochemu-plan-rabot-est-tolko-na-starte/
Требование к разработке сайта с точки зрения поисковой оптимизации	https://docs.google.com/document/d/1UI9EV0oVzqftDaedPQoPjR7VX0L0ognd9PgYptCc79A/edit?usp=sharing
Что учесть маркетологу перед выходом на рынки Узбекистана и Казахстана?	https://habr.com/ru/articles/1005184/

На нашем сайте есть раздел “Университет”, где вы найдете много интересных материалов:

- Методички и инструкции https://sistemnodigital.ru/category/universitet/howto/
  Анонсы вебинаров и мероприятий https://sistemnodigital.ru/category/universitet/events/
- Новости https://sistemnodigital.ru/category/universitet/news/
- Не скучные пресс-релизы https://sistemnodigital.ru/category/universitet/press_release/