БЕСПЛАТНЫЙ МАТЕРИАЛ

Чек-лист SEO-старта интернет-магазина

Отметьте, что уже сделано в вашем магазине, и принесите список на консультацию.

Шаг 1. Техническая база

- [ ] Магазин открывается по одному адресу, настроено защищённое соединение
- [ ] Страницы с параметрами и сортировками не попадают в индекс как дубли
- [ ] Нет массовых ошибок и битых ссылок в каталоге
- [ ] Мобильная версия удобна: фильтры, корзина, оформление заказа
- [ ] Есть карта сайта, она обновляется автоматически
- [ ] Замерена скорость загрузки категории и карточки

Шаг 2. Структура каталога

- [ ] Категории и подкатегории соответствуют запросам клиентов
- [ ] Для каждой группы запросов есть своя страница
- [ ] Адреса страниц понятны и не менялись без редиректов
- [ ] Есть хлебные крошки и ссылки между связанными разделами

Шаг 3. Семантика и распределение

Заполните таблицу для главных категорий.

Категория	Основной запрос	Страница-цель	Маржа категории

Шаг 4. Карточки и фильтры

- [ ] Уникальные title и description по шаблону для каждого типа страниц
- [ ] Описания не скопированы у производителя на все товары
- [ ] Определено, какие страницы фильтров открыты для поиска, а какие закрыты
- [ ] Недоступные и снятые товары обработаны по правилам

Шаг 5. Аналитика

- [ ] Установлен счётчик, настроены цели: заказ, звонок, заявка
- [ ] Заказы учитываются по источникам
- [ ] Магазин связан с CRM или учётной системой

Формулы: конверсия = заказы / визиты × 100; доходность категории = выручка категории − затраты на её продвижение.

Шаг 6. Вопросы подрядчику

- [ ] Как вы работаете с дублями и фильтрами в большом каталоге?
- [ ] Что входит в первый месяц и что я получу на выходе?
- [ ] Как вы отчитываетесь: по заказам или по позициям?
- [ ] Что будет с позициями, если мы сменим дизайн или платформу?
- [ ] Какие результаты вы не гарантируете?

Подготовлено агентством «Приоритет», vprioritete.ru. Материал справочный: цифры подставляйте свои.