

Пример 02 / SEO-аудит

Интернет-магазин: скорость и карточки товаров

Публичная обезличенная версия исходного отчёта. Названия компаний, домены, контакты и персональные данные заменены. Содержание проверок и выявленные показатели сохранены. Отдельные приложения со списками URL не публикуются.

Дата: 20.10.2026. Платформа: StoreLand. Основа: краул Screaming Frog от 20.10.2026 (4146 URL, из них 665 HTML-страниц сайта), ручная проверка кода 18 страниц, PageSpeed Insights, Яндекс Метрика за 90 дней.

Списки адресов к задачам 1, 6, 10 и 13 лежат в приложении: site-02.example, приложение к ТЗ (Google Таблица). Нужный список отбирается фильтром по колонке «Раздел».

Приоритет 1

1. Убрать из меню пустые закрытые категории

Что не так. В меню шапки (десктопном и мобильном) и в боковом каталоге стоят ссылки на 11 категорий без единого товара. Все 11 закрыты тегом `meta robots noindex,nofollow`, но ссылки на них есть на всех 664 страницах сайта. Среди них служебные «Архив» и «Временно скрытые наши», а также «Тюльпаны», «Пионы», «Весна», «День Матери», «День Знаний», «Альстромерия», «Гипсофила», «Букеты из гербер», «Цветы». Посетитель нажимает «Тюльпаны» и попадает на пустую страницу. По Метрике, на пустые «Альстромерию» и «Букеты из гербер» из поиска за 90 дней пришло 3 визита.

Что сделать.

- Скрыть эти категории во всех трёх меню. Полный список с адресами: приложение, раздел «Задача 1».
- Служебные категории «Архив», «Временно скрытые наши», «Новинки», «Товары на главной» не выводить в меню никогда.
- Сезонную категорию возвращать в меню только вместе с товарами и одновременно снимать с неё `noindex`.
- При возвращении сменить адреса на понятные с 301-редиректом со старых: `/catalog/8-marta` на `/catalog/Tyulpany`, `/catalog/Novaya-kategoriya-2` на `/catalog/Piony`, `/catalog/Mame` на `/catalog/Den-materi`.
- Пустую «День Знаний» (`/catalog/1-sentyabrya`) удалить и поставить 301 на рабочую «1 сентября» (`/catalog/1-sentyabrya-2`, 10 товаров).

Как проверить. В HTML любой страницы нет ссылок на адреса из раздела «Задача 1» приложения.

2. Облегчить карточку товара

Что не так. На 109 страницах товаров блок «С этим товаром смотрят» выводит до 60 товаров (в среднем 38). Каждая карточка блока размечена как `schema.org/Product`. В итоге на странице товара до 61 разметки `Product`. Пример: `/goods/Krasnaya-roza-60sm-ot-7-sht`, где 61 `Product`, и у 53 из них в описании стоит «Описание отсутствует». Поисковик может принять товар из блока за основной товар страницы. HTML 57 из 245 страниц товаров весит больше 500 КБ (максимум 719 КБ).

Что сделать.

- Ограничить блок «С этим товаром смотрят» 8-12 товарами.

- Убрать у карточек блока itemscope, itemtype="https://schema.org/Product" и все itemprop. Разметка Product на странице товара должна быть одна, у основного товара.
- Если у товара нет описания, не выводить itemprop="description" вообще, вместо текста «Описание отсутствует».

Как проверить. Валидатор микроразметки Яндекса (webmaster.yandex.ru/tools/microtest) по любой странице товара показывает ровно один Product. HTML страницы товара легче 300 КБ.

3. Убрать ссылку «Вход в бэк-офис» из подвала

Что не так. В меню подвала на всех 664 страницах стоит ссылка «Вход в бэк-офис» на /admin/login, которая ведёт 302-редиректом на форму входа StoreLand. Это открытая ссылка на панель управления для посетителей и роботов.

Что сделать. Удалить пункт из меню подвала. Администраторы входят по закладке.

Как проверить. В HTML страниц нет ссылки на /admin/login.

4. Ускорить мобильную версию

Что не так. За последние 90 дней 356 из 448 поисковых визитов (79%) пришли со смартфонов. Замеры PageSpeed Insights 20.10.2026:

Страница	Мобильный: балл	Мобильный: LCP	Мобильный: TBT	Десктоп: балл	Десктоп: CLS
Главная	35	10,9 с	920 мс	64	0,49
Категория /catalog/Rozy	67	8,5 с	190 мс	68	0,60
Товар /goods/Krasnaya-roza-60sm-ot-7-sht	84	3,5 с	80 мс	59	0,61

Норма: LCP до 2,5 с, CLS до 0,1. У реальных посетителей главной (данные Chrome) LCP 2,7 с и время ответа сервера около 1 с.

Причины, найденные PageSpeed:

- Главная картинка первого экрана грузится скриптом отложенной загрузки (класс lozad). Браузер не видит её в исходном HTML и начинает загрузку на 1,4-1,5 с позже. На главной это первое фото в блоке «Хиты продаж», на категории это картинка первой подкатегории.
- В карточки шириной 318 px (мобильный) и 261 px (десктоп) отдаются фото 900×900, около 90 КБ каждое. Лишний трафик на главной: 360 КБ на мобильном и 689 КБ на десктопе, на товаре 699 КБ.
- Отрисовку блокируют 4 файла стилей: main.css, forall.css, fonts.css и CSS шрифта Open Sans с fonts.googleapis.com. На мобильном это до 2 с.
- Шрифты Materialcons-Regular.ttf, fa-light-300.woff2, OpelSans-Regular.woff2 и OpelSans-Bold.woff2 подключены без font-display: swap. Шрифт Open Sans из Google Fonts сдвигает вёрстку на десктопе главной (0,35 из 0,49 CLS).
- У картинок в карточках и галерее нет атрибутов width и height, отсюда основная часть сдвига вёрстки на категории и товаре.

Что сделать.

- Картинки первого экрана (первые 2-4 карточки «Хитов продаж», первая строка подкатегорий и карточек в категории, главное фото товара) выводить обычным `img` с `src`, без `lozad` и без `loading="lazy"`. Самой первой добавить `fetchpriority="high"`. Остальные картинки оставить ленивыми.
- В карточках выводить уменьшенную версию фото под размер контейнера (около 320 px; для экранов высокой плотности через `srcset`), а не 900×900.
- Всем `img` в карточках, галерее и логотипу проставить `width` и `height` (или `aspect-ratio` в CSS).
- В `@font-face` локальных шрифтов добавить `font-display: swap`, `MaterialIcons` перевести из `.ttf` в `.woff2`. `Open Sans` подключить локально с `preload` либо настроить запасной шрифт так, чтобы смена шрифта не двигала вёрстку.
- Стили первого экрана встроить в `head`, `fonts.css` и CSS Google Fonts подключать неблокирующим способом (`preload` или `media="print"` с `onload`).

Как проверить. PageSpeed Insights для трёх адресов из таблицы: мобильный балл главной не ниже 60, LCP в мобильном тесте меньше 4 с, CLS на десктопе не выше 0,1.

Приоритет 2

5. Ссылки на товары без параметров `?from=` и `?mod_id=`

Что не так. 69% внутренних ссылок на товары (40 001 из 57 878) ведут на адреса с параметрами, например `/goods/Krasnaya-roza-60sm-ot-7-sht?from=Y2Jj&mod_id=[ID]`. Краулер нашёл 365 таких адресов-дублей к 245 товарам. В индекс они не попадают: на них стоит `canonical` на основной адрес, а для Яндекса в `robots.txt` есть `Clean-param`. Но робот тратит обход на дубли, и ссылочный вес уходит на адреса с параметрами.

Что сделать. Во всех шаблонах карточек товара (главная, категории, «С этим товаром смотрят», «Быстрый просмотр», кнопка «Заказать») ссылку на товар выводить на основной адрес без `from` и `mod_id`. Хлебные крошки товара при этом строить по основной категории товара. Если модификацию нужно выбирать заранее, передавать её без изменения адреса ссылки.

Как проверить. В HTML главной и любой категории ссылки вида `/goods/...?from=` и `/goods/...?mod_id=` отсутствуют.

6. Карта сайта и `robots.txt`

Что не так.

- В `robots.txt` карта указана с протоколом `http`: `Sitemap: http://external-02.example/sitemap`.
- В карте 291 адрес и ни одной даты `lastmod`.
- В карте есть 6 адресов, которые не должны индексироваться: закрытые `noindex`, служебные или пустые («Акции» без акций, «Материалы СМИ» без материалов). Список: приложение, раздел «Задача 6. Убрать из `sitemap`».
- В карте нет 4 рабочих страниц, в том числе категории «Сборные букеты» с 27 товарами. Список: раздел «Задача 6. Добавить в `sitemap`».
- Правило `Disallow: /catalog/*?&page=2` не срабатывает на реальные адреса вида `/catalog/Rozy?page=2`: правило ждёт символы «`?&`».

Что сделать.

- В обоих блоках `robots.txt` указать `Sitemap: https://external-02.example/sitemap`.

- Включить в карту «Сборные букеты», «14 февраля», «1 сентября», «Отзывы о магазине». Проверить в настройках этих категорий, не отключён ли вывод в карту сайта.
- Исключить из карты закрытые и пустые страницы по списку приложения.
- Если StoreLand позволяет, включить в карте lastmod.
- Неработающее правило про page=2 удалить. Страницы пагинации закрываются через canonical (задача 7).

Как проверить. <https://external-02.example/sitemap> содержит четыре добавленных адреса и не содержит шесть исключённых.

7. Canonical на всех страницах

Что не так. Тег canonical есть только на адресах с параметрами, на главной и на категории «Хиты продаж». На 295 основных страницах его нет: 245 товаров, 36 категорий, 10 инфостраниц, 3 статьи, /feedback, а также разделы /news?sid=1 и /news?sid=2. Адреса вида /catalog/Rozy?page=2 отдаёт код 200 с пустым списком товаров, тем же title, что у категории, и без canonical.

Что сделать. На каждой странице выводить link rel="canonical" на её основной адрес: на основной странице на саму себя, на адресах с ?page=, ?sort=, ?from=, ?mod_id= на адрес без этих параметров.

Как проверить. В head любой страницы ровно один canonical, и он указывает на адрес, который отдаёт код 200.

8. Alt у фотографий в галерее товара

Что не так. На всех 244 страницах товаров у основных фото и миниатюр галереи (блоки .goodsImageList и .thumbList-box) атрибут alt пустой, всего 6474 тега img. По этим фото товар находят в Яндекс и Google Картинках.

Что сделать. В шаблоне галереи выводить alt с названием товара, у второго и следующих фото добавлять номер: «Красная роза от 7 шт в упаковке, фото 2».

Как проверить. На любой странице товара у фото галереи заполнен alt.

9. Open Graph: og:url и og:type

Что не так. Тег og:url на всех страницах сайта указывает на главную (<https://external-02.example/>), на товарах стоит og:type website. При отправке ссылки на товар в соцсети и мессенджеры часть сервисов подставляет адрес главной.

Что сделать. og:url выводить равным canonical-адресу страницы. На страницах товаров og:type product. og:title, og:description и og:image у товаров уже заполняются правильно.

Как проверить. На странице товара og:url совпадает с её адресом.

Приоритет 3

10. Сжать тяжёлые оригиналы фотографий

Что не так. Оригиналы фото, которые открываются при увеличении и попадают в поиск по картинкам: 865 файлов тяжелее 200 КБ, 67 тяжелее 500 КБ, 37 тяжелее 1 МБ. Самый тяжёлый 3,1 МБ (PNG).

Что сделать. Пересохранить фото тяжелее 500 КБ (список: приложение, раздел «Задача 10»): JPEG с качеством около 80, длинная сторона до 1600 px, цель до 300 КБ. Фотографии в PNG перевести в JPEG. Новые фото загружать уже сжатыми.

11. Заголовки и лишний текст в шаблоне

- Первый заголовок каждой страницы h4 «Мы заметили, что у Вас выключен JavaScript.» из блока noscript. Заменить h4 на p или div.
- В каждую страницу встроены полные тексты политики конфиденциальности в модальном окне (h2 «Политика конфиденциальности», h4 «Общие положения», h4 «Личные сведения и безопасность», около 260 слов) и заголовок h2 «Модальное окно». Это один и тот же текст на всех 664 страницах. Текст политики подгружать в окно по клику (адрес /page/Politika-konfidencialnosti?only_body=1 уже есть и закрыт в robots.txt), заголовки модальных окон делать не тегами h1-h6.
- На главной H1 стоит после 16 заголовков H2 блоков категорий. Перенести H1 в начало основного содержимого.

12. Разметка организации

Что не так. В разметке Organization весь адрес записан одной строкой и в address, и в addressLocality («[адрес скрыт]»), логотип указан относительным путём /design/logo.png.

Что сделать. Тип Florist (подтип LocalBusiness), адрес через PostalAddress: streetAddress «[адрес скрыт]», addressLocality «Анапа», addressRegion «Краснодарский край», addressCountry «RU». Логотип полным адресом. Добавить openingHours по фактическому графику (в шапке указано «круглосуточно», подтвердить у владельца).

13. Товары с одинаковыми названиями

Три пары товаров называются одинаково и отличаются ценой: «Мягкая игрушка "Медвежонок"», «Мягкая игрушка собачка», «Цветы в сумочке». Переименовать с указанием отличия (размер, цвет, состав) или объединить в один товар с модификациями. Адреса: приложение, раздел «Задача 13».

14. Мета-теги главной, инфостраниц и H1 страницы отзывов

- На главной title, description и H1 совпадают: «Доставка цветов в Анапе - Компания-пример». Description заменить, например: «Компания-пример: доставка цветов по Анапе круглосуточно. Розы, монобукеты, сборные букеты, шляпные коробки и корзины. Заказ на сайте и по телефону [телефон скрыт].»
- У 10 инфостраниц, 3 статей и /feedback description повторяет заголовок («Доставка», «Возврат», «Вакансии» и т.д.). Нужно заполнить поле описания у каждой страницы (тексты подготовит SEO-специалист) и проверить, что шаблон берёт description из этого поля, а не из названия.
- На странице отзывов /goods/Otzyvy-o-magazine нет H1. Добавить H1 «Отзывы о магазине «Компания-пример»».

15. Ссылка на ВКонтакте

Ссылка external-03.example/flowerbazar.anapa на всех страницах отдаёт 301 на external-04.example/flowerbazar.anapa. Заменить в шаблоне на https://social.example/community

О публичном примере

Условные адреса *.example сохраняют технический смысл примеров, но не ведут на сайты клиентов. Внешние ссылки на рабочие таблицы удалены; сами приложения в этот PDF не включены. Это исторический отчёт, а не утверждение о текущем состоянии какого-либо сайта.