

Пример 03 / SEO-аудит

Интернет-магазин: старый домен и технические ошибки

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 (4516 URL, из них 356 HTML-страниц сайта с кодом 200), проверка кода и ответов 21 страницы, robots.txt и карты сайта, PageSpeed Insights (Lighthouse 13.5), Яндекс Метрика за 90 дней.

Списки адресов к задачам 1, 2, 3, 7, 8 и 12 лежат в приложении: site-03.example, приложение к ТЗ (Google Таблица). Нужный список отбирается фильтром по колонке «Раздел».

Приоритет 1

1. Ссылки на товары без параметров и canonical на всех страницах

Что не так.

- В листингах 42 категорий 1801 из 1965 ссылок на товары (92%) ведут на адреса с параметрами, например /goods/Vaza-quot-Relefnaya-quot-steklo-D12xH29-5-sm?from=ZGRm&mod_id=[ID]. По сайту в целом таких ссылок 70% (32 519 из 46 565). Краулер нашёл 762 таких адреса-дубля, все относятся к товарам.
- Для Яндекса адреса с параметрами закрыты правилом Disallow: *?, поэтому из категорий робот в товары не переходит. У 118 из 282 товаров нет ни одной ссылки на основной адрес из категорий: робот находит их только через блок похожих товаров на других карточках, вазы оказываются в 4-6 кликах от главной.
- Тег canonical есть только на главной. На остальных 355 страницах и на всех адресах с параметрами его нет, поэтому Google считает их отдельными страницами (подробнее в задаче 2).

Что сделать.

- Во всех шаблонах карточки товара (главная, категории, блок похожих товаров, «Быстрый просмотр», кнопка «Заказать») выводить ссылку на основной адрес товара без from и mod_id. Если модификацию нужно выбрать заранее, передавать её без изменения адреса ссылки.
- В общем шаблоне в head вывести на каждой странице <link rel="canonical"> на адрес текущей страницы без GET-параметров. Пример: на /goods/15-kendl?from=ZGRm&mod_id=[ID] canonical указывает на https://site-03.example/goods/15-kendl, на /goods/15-kendl на него же.

Как проверить. В HTML главной и любой категории нет ссылок вида /goods/...?from= и /goods/...?mod_id=. На любой странице в head ровно один canonical на адрес без параметров. Список 118 товаров: приложение, раздел «Задача 1».

2. robots.txt: убрать открытые правила для Googlebot

Что не так. В начале robots.txt стоят группы User-agent: Googlebot и User-agent: Googlebot-image с пустой строкой Disallow:. Робот Google выполняет только группу со своим именем и правила блока User-agent: * не читает. В итоге для Google открыты корзина, оформление заказа, личный кабинет, поиск по сайту и все адреса с параметрами. По Метрике за 90 дней Google привёл 40 визитов на 27 таких адресов: 24 карточки товаров с ?from= и ?mod_id=, две страницы поиска (/search?goods_search_field_id=0&q=розовые мечты) и категорию с параметрами. Эти адреса находятся в индексе Google как дубли основных страниц.

Что сделать. Только после задачи 1, иначе Google тоже перестанет проходить из категорий в товары. Удалить из robots.txt обе группы целиком:

- User-agent: Googlebot и строку Disallow: под ней;
- User-agent: Googlebot-image и строку Disallow: под ней.

Остальные строки не менять. Google начнёт выполнять общий блок User-agent: *. Фото товаров лежат на i1-external-05.example, это правило их не затрагивает.

Как проверить. В проверке robots.txt (Яндекс Вебмастер или тестер Search Console для Googlebot) адреса /cart, /search?q=розы и /goods/15-kendl?from=ZGRm закрыты, /goods/15-kendl открыт. Адреса из приложения, раздел «Задача 2», через 1-2 месяца перестают приходить в Метрике из Google.

3. Ссылки на старый домен old-site.example и страница отзывов

Что не так.

- На всех 356 страницах в шапке две ссылки на старый домен: пункт меню «Отзывы» на <https://old-site.example/goods/Otzyvy-o-magazine> и город «Екатеринбург» в окне выбора города на <https://old-site.example/>. На главной ещё три: блоки преимуществ «Бесплатная доставка от 2500р по Экб*» на old-site.example/page/delivery, «100% свежий букет или заменим» и «Букет соответствует фото» на old-site.example/catalog. Все эти адреса отдадут 301 обратно на site-03.example, то есть каждая такая внутренняя ссылка идёт через редирект с другого домена.
- Пункт меню «Отзывы» после редиректа ведёт на <https://site-03.example/goods/Otzyvy-o-magazine>, а этот адрес отдаёт 404. Туда же ведёт кнопка «Показать еще» в блоке отзывов на главной. Посетитель из главного меню попадает на страницу ошибки.
- В четырёх статьях блога и на странице «О компании» 22 картинки загружаются с поддомена старого домена media.old-site.example. Сейчас они открываются, но перестанут, если старый домен отключат.

Что сделать.

- В шаблоне шапки, окне выбора города и блоках преимуществ главной заменить адреса <https://old-site.example/> на относительные: /, /page/delivery, /catalog.
- Восстановить страницу отзывов по адресу /goods/Otzyvy-o-magazine (сейчас 404) либо направить пункт меню «Отзывы» и кнопку «Показать еще» на другую рабочую страницу с отзывами.
- Картинки в этих пяти материалах перезалить через редактор, чтобы их адреса были на i1-external-05.example или site-03.example.

Как проверить. В HTML любой страницы нет строки old-site.example. Пункт меню «Отзывы» и кнопка «Показать еще» открывают страницу с кодом 200. Список картинок по страницам: приложение, раздел «Задача 3».

4. Ускорить главную: баннеры слайдера и блоки товаров

Что не так. За 90 дней 2030 из 3246 поисковых визитов (63%) пришли со смартфонов. Замеры PageSpeed Insights 20.10.2026, один прогон:

Страница	Устройство	Балл	LCP	CLS	TBT	Вес страницы
Главная	Мобильный	30	26,1 с	0,63	410 мс	8,8 МБ
Главная	Десктоп	36	6,1 с	0,74	280 мс	8,8 МБ
Категория /catalog/Rozy-50-sm	Мобильный	53	14,1 с	0,18	150 мс	2,0 МБ
Товар /goods/15-kendl	Мобильный	53	12,9 с	0	360 мс	1,8 МБ

Норма: LCP до 2,5 с, CLS до 0,1. Полевых данных Chrome о реальных посетителях у сайта нет. Причины на главной, найденные PageSpeed:

- Слайдер выводит шесть PNG: slide1.png, slide2.png, slide3.png по 1,1-1,27 МБ и мобильные slide1mob.png, slide2mob.png, slide3mob.png по 690 КБ. Браузер загружает все шесть на любом устройстве, это 5,6 МБ, почти две трети веса главной. Самый крупный элемент первого экрана (LCP) это баннер: slide1mob.png на мобильном и slide1.png на десктопе. PageSpeed оценивает экономию от перевода в современный формат примерно в 670 КБ на каждом мобильном баннере.
- Сдвиг вёрстки дают блок «Хиты продаж» (#producttabs) и блоки товаров: картинки карточек грузятся скриптом lozad, сначала показывается заглушка loader.gif со стилем width: auto; height: auto, затем фото другого размера. На десктопе вёрстку сдвигает и логотип, у которого нет width и height.

Что сделать.

- Пересохранить баннеры в WebP (или JPEG с качеством около 80) в размере, в котором они выводятся; ориентир до 150 КБ на баннер.
- Выводить баннер через <picture> с <source media="..."> для мобильной и десктопной версии, чтобы браузер загружал только одну.
- Первому баннеру поставить fetchpriority="high" и не загружать его лениво; второму и третьему loading="lazy".
- Баннерам, логотипу и картинкам карточек товаров задать width и height (или aspect-ratio в CSS) по реальным пропорциям. Убрать у картинок карточек стиль width: auto; height: auto. Заглушку lozad задать того же размера, что и фото.

Как проверить. PageSpeed Insights, главная, мобильный тест: вес страницы меньше 3 МБ, CLS не выше 0,1. В сетевых запросах загружается только один комплект баннеров.

5. Ускорить категории и товары: Яндекс Карты, стили, фото в карточках

Что не так. Замеры в таблице задачи 4. Причины, найденные PageSpeed:

- На каждой странице подключён скрипт Яндекс Карт external-06.example/2.0/?load=package.full: устаревшая версия API 2.0, полный пакет. Он загружает файл _YMaps.js весом 885 КБ, на товаре и в категории это почти половина веса страницы.
- Отрисовку блокируют пять файлов стилей: main.css, forall.css, fonts.css и два CSS из Google Fonts (Rubik, Material Icons). На мобильном это 1,7-2,2 с задержки.

- В карточки категорий отдаются фото 900×900 (около 80-100 КБ каждое) при контейнере меньшего размера. На /catalog/Rozy-50-sm лишние 324 КБ.
- На категории LCP (самый крупный элемент) это текст плашки о cookie «Сайт использует cookie-файлы...», который появляется только после загрузки скриптов.

Что сделать.

- Скрипт Яндекс Карт подключить только на страницах, где карта показывается, и загружать его при прокрутке до карты или по клику. При переделке перейти на актуальную версию API 2.1.
- Стили первого экрана встроить в head; fonts.css и CSS Google Fonts подключать неблокирующим способом (preload или media="print" с onload). Шрифт Rubik подключить локально с font-display: swap.
- В карточках товаров выводить уменьшенную версию фото под размер контейнера (около 320 px, для экранов высокой плотности через srcset), а не 900×900.
- Плашку о cookie выводить в исходном HTML, без ожидания скриптов, либо сделать её меньше по площади, чтобы она не становилась главным элементом экрана.

Как проверить. PageSpeed Insights, мобильный тест для /catalog/Rozy-50-sm и /goods/15-kendl: балл не ниже 70, LCP меньше 4 с. На страницах без карты в сетевых запросах нет _YMaps.js.

Приоритет 2

6. Облегчить карточку товара (блок похожих товаров)

Что не так. На 200 из 282 страниц товаров блок похожих товаров выводит в среднем 51 товар, максимум 60. Каждая карточка блока размечена как schema.org/Product, и в её описании стоит текст «Описание отсутствует». Пример: на /goods/15-kendl 22 разметки Product, у 21 из них «Описание отсутствует». На главной 11 таких разметок. Поисковик может принять товар из блока за основной товар страницы. HTML 183 из 282 страниц товаров весит больше 500 КБ, максимум 772 КБ (/goods/Hrizantema-sort-Altaj-pod-lentu-ot-5-sht).

Что сделать.

- Ограничить блок похожих товаров 8-12 товарами.
- Убрать у карточек блока и у карточек на главной 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.

7. Карта сайта

Что не так. Карта сайта лежит по адресу /sitemap и указана в robots.txt, в ней 361 адрес.

- 20 адресов из карты отвечают 200, но ссылок на них на сайте нет: раздел статей /news («Лента новостей»), «Акции магазина» /discount, служебные категории «Товары на главной», «Хиты продаж», «Новинки» и 15 товаров. Робот узнаёт о них только из карты.
- 18 рабочих категорий, на которые есть ссылки в меню, в карте отсутствуют: «Пионы», «Тюльпаны», «Акции», «Эустома», «Белая роза», «Цветы», «8 Марта», «Новый год», «День св. Валентина» и другие.
- В карте три адреса /news?sid=1, /news?sid=2, /news?sid=3, которые закрыты в robots.txt правилом Disallow: *?. Карта и robots.txt противоречат друг другу.

Что сделать.

- Служебную категорию «Товары на главной» из карты исключить. «Хиты продаж» и «Новинки» либо поставить в меню, либо тоже исключить.
- 15 товаров без ссылок: если товар продаётся, добавить его в категорию; если нет, снять с публикации. Три из них дубли, см. задачу 8.
- Поставить ссылку на /news в меню или подвал, на /discount в меню, если на сайте ведутся акции.
- Проверить настройки 18 категорий, которые не попали в карту (видимость, признак скрытой категории), и добиться, чтобы они в неё вошли.
- Адреса /news?sid=... из карты убрать.

Как проверить. Каждый адрес из /sitemap отвечает 200, не закрыт в robots.txt и имеет хотя бы одну ссылку на сайте; все категории из меню есть в карте. Списки: приложение, разделы «Задача 7».

8. Товары с одинаковыми названиями

Что не так. Четыре пары товаров совпадают по названию и цене:

- «15 пионовидных роз», 6790 ₽: /goods/15-kendl и /goods/15-kendl-3;
- «Букет из 11 альстромерий микс в оформлении», 3290 ₽: /goods/11-alstromerij-2 и /goods/11-alstromeriya-2, плюс третья копия /goods/11-alstromerij, которая есть только в карте сайта;
- «Букет из 25 альстромерий микс в оформлении», 6490 ₽: /goods/25-alstromerij и /goods/25-alstromerij-2;
- «Хризантема (сорт Бакарди) в оформлении (15 шт)», 4890 ₽: /goods/15-bakardi и /goods/15-bakardi-2.

Ещё четыре названия повторяются с разной ценой: «Букет "Розовые мечты"» (3190 и 3690 ₽), «51 красная роза 40 см под ленту» (5490 и 5290 ₽), «Цветочный комплимент в сумочке» (1990 и 2390 ₽), «Букет невесты» (три товара: 4990, 6790 и 7290 ₽). Товар /goods/Gelievye-shary называется так же, как категория /catalog/Gelievye-shary.

Кроме того, на сайте опубликован «Тестовый товар» за 1 ₽ (/goods/Testovyy-tovar), а у пяти товаров адрес не соответствует названию: /goods/1 («Сборный букет с розами»), /goods/9 («Сборный букет "Нежность"»), /goods/Buket-quot-quot («Букет "Идиллия"»), /goods/sbornyj-na («Сборный букет "Фантазия"»), /goods/sbornyj-buket-4 («Сборный букет с хризантемой»).

Что сделать.

- Полные дубли объединить: оставить карточку, на которую больше ссылок и заказов, с остальных адресов поставить 301-редирект на неё.
- Товары с разной ценой переименовать с указанием отличия (количество, размер, оформление) или объединить в один товар с модификациями. Товар «Гелиевые шары» переименовать, чтобы название не совпадало с категорией.
- Тестовый товар снять с публикации.
- Пяти товарам с неговорящими адресами задать адрес по названию, со старого адреса поставить 301-редирект.

Как проверить. В новом крауле нет двух товаров с одинаковым H1. Адреса: приложение, раздел «Задача 8».

9. Alt у фотографий товара и баннеров

Что не так. На всех 282 страницах товаров фотографии галереи и миниатюры выводятся с пустым alt="" (2656 тегов img по краулу); alt заполнен только у главного фото. У трёх мобильных баннеров главной slide1mob.png, slide2mob.png, slide3mob.png атрибута alt нет совсем. Без alt фото товаров не получают текстового описания для поиска по картинкам.

Что сделать. В шаблоне галереи и миниатюр выводить alt по схеме «название товара, фото N». Баннерам задать alt с текстом, который написан на баннере.

Как проверить. В HTML любой карточки товара и главной нет img с пустым или отсутствующим alt, кроме служебных (пиксели счётчиков).

10. Политика конфиденциальности на каждой странице и noindex на главной

Что не так.

- В каждую из 356 страниц встроен полный текст политики конфиденциальности (около 43 КБ HTML) в скрытом окне faqsybox-pp, с заголовками H2 «Политика конфиденциальности» и H4 по разделам. Поисковик видит один и тот же юридический текст на каждой странице; вместе с меню это даёт 700-3000 слов на любой странице независимо от её содержания.
- На главной около 5000 знаков текста (условия доставки, оплаты и возврата, раздел «Залог успеха салона Компания-пример») обернуты в тег <noindex>. Яндекс этот текст не индексирует.

Что сделать.

- Окно с политикой подгружать по клику со страницы /page/Politika-konfidencialnosti (AJAX) или заменить ссылкой на эту страницу.
- На главной убрать тег <noindex> вокруг текста. Если условия доставки и возврата дословно повторяют страницы /page/delivery и /page/Vozvrat, сократить их на главной до двух-трёх абзацев со ссылками на эти страницы (текст подготовит SEO-специалист).

Как проверить. В исходном HTML страницы товара нет текста политики. На главной нет тега <noindex> вокруг текста о салоне и доставке.

11. Убрать ссылку «Вход в бэк-офис»

Что не так. В меню подвала на всех 356 страницах и в списке на странице /page/Karta-sajta стоит ссылка «Вход в бэк-офис» на /admin/login, которая 302-редиректом ведёт на форму входа StoreLand. Это открытая ссылка на панель управления для посетителей и роботов.

Что сделать. Удалить пункт из меню подвала и со страницы «Карта сайта». Администраторы входят по закладке.

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

Приоритет 3

12. Мета-теги главной, инфостраниц и товаров

- У главной description из 42 знаков: «Бесплатная доставка цветов в Екатеринбурге». Заменить, например: «Доставка цветов по Екатеринбургу от салона «Компания-пример»: розы от 89 Р, монобукеты, сборные букеты, шляпные коробки. Бесплатная доставка от 2500 Р.»
- У 19 страниц description повторяет title: 5 статей блога, 12 инфостраниц («Доставка и оплата», «Возврат», «Вакансии», «Реквизиты» и др.), /catalog и /feedback. Заполнить поле описания у каждой

(тексты подготовит SEO-специалист) и проверить, что шаблон берёт description из этого поля, а не из названия. Список: приложение, раздел «Задача 12».

- Title всех 282 товаров собирается по шаблону «{название} купить с доставкой в Екатеринбурге за {цена} рублей | «Компания-пример»» и занимает 73-142 знака. Google показывает около 60 знаков, хвост с ценой и названием магазина обрезается. Сократить шаблон, формулировку согласовать с SEO-специалистом.

13. Заголовки в шаблоне

- Первый заголовок на всех страницах это H4 «Мы заметили, что у Вас выключен JavaScript» и H5 под ним (блок noscript). Заменить на p или div.
- На главной H1 «Доставка цветов и букетов в Екатеринбурге» стоит в коде после 35 заголовков H2, первые из них это блоки товаров («Розы», «Французские розы», «Букеты гиганты» и т.д.). Перенести H1 выше блоков товаров.
- На страницах товаров список районов доставки размечен заголовками: H5 на каждый район («Академический», «Ботанический»...) и H6 «Стоимость доставки зависит от суммы» под каждым. Сверстать списком или таблицей без тегов заголовков.
- В скрытом окне на каждой странице есть H2 «Модальное окно». Заменить на div.

14. Внешние ссылки: статья о ромашках и ВКонтакте

- В статье /news/Po-kakomu-sluchayu-daryat-buket-iz-romashek призыв «Подарите букет из ромашек любимому человеку...» ведёт в каталог другого магазина external-07.example/catalog/Romashki, в конце стоит подпись «Статья подготовлена цветочной мастерской Компания-пример» со ссылкой на external-07.example. Ссылку призыва заменить на свой товар, например /goods/Buket-gigant-iz-romashkovyh-hrizantem-v-pyshnom-oformlenii-ot-5-sht. Подпись со ссылкой убрать или оставить по решению владельца.
- Ссылка external-08.example/Компания-пример в шапке всех страниц отдаёт 301 на external-09.example/Компания-пример. 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.