

Что? Зачем? Для чего? И Почему?



Разработанный ранее сайт, который по тем или иным причинам не выполняет свои задачи, нуждается в изменениях. Первым этапом в это процессе стоит аудит сайта.

Для того, чтобы понять, какой именно аудит необходимо провести – нужно выяснить, что именно Вас не устраивает в сайте. Комплексный аудит сайта можно условно разделить на две части: аудит Юзабилити и аудит SEO. Каждая из этих частей в общей оптимизации сайта отвечает за свои процессы, которые происходят на сайте или с сайтом в пространстве сети Интернет.

Аудит Юзабилити

Если к Вам на сайт заходят посетители, но результативность этих посещений стремится к нулю, это значит, что пользователям на ресурсе неудобно. Они не могут найти нужную им информацию, архитектура сайта настолько запутана, что она утомляет людей, и они уходят так и не добравшись до нужной информации. Кроме того, от таких сайтов у посетителей остается не очень хорошее впечатление.

Чтобы исправить ситуацию и почувствовать реальный прирост эффективности, даже при том же среднесуточном количестве посетителей необходимо:

- изучить структуру (архитектуру) сайта;
- посмотреть на пользовательский интерфейс глазами разных групп пользователей;
- выяснить: что отпугивает пользователей? с каких страниц уходят чаще всего? до каких страниц даже не добираются посетители? по каким ссылкам чаще всего переходят? какими материалами интересуются?

Аудит SEO (Поисковый Аудит)

Подумывать об аудите SEO стоит в том случае, если на Ваш сайт заходит совсем незначительное количество посетителей. Это говорит о том, что сайт по тем или иным причинам не дружит с поисковыми системами, и находится на очень низких позициях в выдаче. Соответственно, потенциальным посетителям ищущим именно Вас, сайт просто не попадает на глаза.

Причина такой ситуации в том, что сайт в целом и каждый текст в отдельности, не оптимизированы и не (или недостаточно) адаптированы под требования поисковых систем.

Для исправления ситуации необходимо:

- проанализировать структуру сайта на предмет дружелюбности к поисковикам;
- проверить соответствие текстов, опубликованных на сайте, требованиям SEO-оптимизации;
- просмотреть наличие и качество тегов.

И так, в ходе аудита сайта проверяются и анализируются:

- Аудитория сайта
- Целевые запросы потенциальных посетителей
- Конкуренция по целевым запросам
- Опубликованные тексты и размещенные материалы
- Наличие и структура внутренних и внешних ссылок с/на сайт

- Структура/архитектура самого сайта
- Интуитивная понятность интерфейса и логичность размещения материалов на сайте.

По окончании:

- Вам предоставляется отчет о проведенной проверке
- и рекомендации по устранению выявленных недостатков