

Аудит сайта <http://www.balkani-tur.ru/>

Основные показатели сайта	
ТИЦ Яндекс	10
PR Google	0
В индексе Yandex	284
В основном индексе в Google	327
В дополнительном индексе Google (не участвуют в поиске)	0
Основной домен	www.balkani-tur.ru
Зеркала	нет
Возраст домена	2013

Комментарий:

Основной домен выбран, зеркала склеены, в основном индексе Google все страницы сайта — все хорошо.

Ответы страничек	
Количество страничек с ответом 200	192
Количество страничек с ответом 301	6
Количество страничек с ответом 302	Нет
Количество страничек с ответом 404	129

Комментарий:

Есть страницы, которые дают 301 и 404 ответы. Надо их исправлять — или удалить, или исправить на верные, чтобы все страницы сайта давали 200 ответ (если это технически возможно).

Технические параметры	
Файл robots.txt	Есть
Файл sitemap.xml	Есть
HTML карта сайта	Нет
Страница 404	Есть

Комментарий:

Файл robots.txt и файл sitemap.xml есть, хорошо.

Рекомендую создать html карту сайта, в которой в логичной форме, в соответствии с иерархией, будут перечислены ссылки на все страницы и разделы сайта, исключая страницы конкретных товаров, статей, постов. Ссылку на данную карту сайта следует разместить с главной страницы в футере.

Страница 404 — фактически есть, оформлена в том же стиле, как и весь сайт, но на ней рекомендую добавить еще:

- превью основных категорий туров
- поле поиска по сайту
- кнопку обратной связи.

Уникальность мета-тегов	
Дубли мета-тегов title	Есть
Дубли мета-тегов description	Есть, также есть незаполненные
Дубли мета-тегов keywords	Есть, также есть незаполненные

Комментарий:

Для всех страничек сайта надо написать свои уникальные мета-теги title, description, keywords. Рекомендую прописать пропущенные description и keywords. Для страниц курортов, типа <http://www.balkani-tur.ru/serbia/treat/prolom-banja/> - тайтлы прописаны не до конца, стоит их прописать по алгоритму, например, так:

T — Пролом-Баня - %Название типа курортов% - %Название страны% - описание, цены | 7-Tour Company

Также рекомендую разобраться с дублями — например, есть страницы типа:

<http://www.balkani-tur.ru/serbia/ski/zlatibor/otel-palisad.php>

<http://www.balkani-tur.ru/serbia/treat/zlatibor/otel-palisad.php>

- страницы одного и того же объекта, только в разных директориях. Надо выбрать, какие из них — главные, и:

- или удалить один из типов страниц (и исправить все ссылки, которые вели на них с сайта)
- или на неглавном типе страниц прописать атрибут rel="canonical", указав каноническими — соответствующие им страницы главного типа.

Адресация, структура и навигация	
Использование ЧПУ	Да
Индексируемое меню	Да

Комментарий:

Все в порядке, рекомендации соблюдены

Анализ ссылочной массы	
Количество внешних ссылок	3287
Количество доноров	30
Разнообразие и естественность ссылок	Нет

Комментарий:

Входящих ссылок достаточно, но мало доноров. Это значит, что на многих страницах доноров проставлены ссылки на наш сайт. Например, есть такой донор — <http://www.7-tur.ru/>, на нем стоит

банер с ссылкой на наш сайт. Рекомендую увеличивать число доноров, а также разнообразить их тип — как сайты-партнеры, так и ссылки с новостей, статей, соцсетей и т.д. В анкорах используется в 86% случаев - адрес домена. Это хорошо, но для эффективного продвижения сайта рекомендую получать естественные обратные ссылки с качественных тематических сайтов, которые будут содержать в анкорах как ключевые слова, так и брендовые (название компании) и безанкорные (адрес сайта).

Пагинация

К страницам пагинации новостей рекомендую прописать метатеги и H1 по алгоритму:

T - Страница n. title определенной страницы | 7-Tour Company

D - Страница n. description определенной страницы.

K - Страница n, keywords определенной страницы

H1 - h1 определенной страницы - Страница n

Еще можно все будущие страницы пагинации закрыть от индексации такими тегами:
no index, follow.

Юзабилити

Шапка

Нет физического адреса, почты, а только телефон. Рекомендую добавить их. И раз на сайте есть ICQ, то ее тоже стоит добавить в шапку.

К логотипу рекомендую прописать расширенный альт и тайтл (в альт стоит вписать основной ключ, который будет в ядре на главную страницу).

Рекомендую добавить поле для поиска, например вот сюда — <http://take.ms/Ху2х1>. При этом можно сразу в это поле вписать поисковые подсказки (а в них, в свою очередь, подставлять автоматом один из нескольких туров, например самых популярных, или же горячих, или же тех, которые надо продать как можно скорее).

Есть кнопки сообществ сайта в социальных сетях — но для них не проставлены ссылки. Рекомендую или проставить ссылки, или удалить кнопки.

Подвал

Есть копирайт - это плюс (сами даты копирайта стоит исправить на такие: ©Туроператорская компания "7-Тур", 2013 — 2015).

Нет адреса и телефонов, рекомендую добавить их, а также график работы.

Также стоит поставить нижнее меню, в котором будут ссылки на продвигаемые страницы (как я понимаю, на главную и на страницы стран). Анкоры нижнего меню можно использовать как в точном вхождении по ядру, так и в разбавленном.

Ссылку на разработчиков надо или не ставить, или ставить правильно — сейчас с нее ведет ссылка на главную, что не хорошо.

Меню

Так как самих туров нет в главном меню, то сделано максимально раскрытое левое меню, где можно попасть в любой отель в один клик — все хорошо.

Отдельные страницы

<http://www.balkani-tur.ru/>

В видимом экране, есть слайдер с каруселью. Рекомендую прописать к слайдам тайтлы типа: «Кликните на фото, чтобы узнать подробнее о»

Превью отдельных туров под слайдером — если судить по карте кликов за год, то видно, что люди больше всего кликают не на название тура (хотя оно кликабельно), а на ссылку «Подробнее» - вот скрин <http://take.ms/0K1xb>. Рекомендую эти ссылки «Подробнее» сделать более заметными и различимыми, например оформить их в виде ярких и нажимаемых кнопок. Также можно использовать этот поток кликов — рядом с ссылками «Подробнее» добавить кнопки-ссылки на цены этих туров (или же сразу на онлайн-бронирование).

Вот этот текст - <http://take.ms/7L2R9> лучше разместить на плашке другого цвета, чем играть цветами и стилями шрифтов. Тем более неверно, что этот текст занесен, как два заголовка H1 — надо заносить его в виде обычного текста, но выделенного плашкой (подложкой) другого цвета.

<http://www.balkani-tur.ru/novyuy-god/>

Рекомендую поставить список отелей в виде плитки, где на месте фотки будет стоять миниатюрное фото соответствующего отеля.

<http://www.balkani-tur.ru/chernogoriya/>

Страница с общей информацией о стране, но которая не несет никакой пользы для продвижения и юзабилити. Рекомендую:

- из текста проставить несколько ссылок на соответствующие страницы отелей
- проставить несколько превью соответствующих отелей

<http://www.balkani-tur.ru/chernogoriya/otdykh-na-more/budva/apartamenty-azzurro-3.php>

Как и прочие страницы самих отелей, эта хорошо наполнена. Но во вкладке Описание — форма для отправки заявки расположена в самом низу — рекомендую поднять ее. Также можно кнопки «Поделиться в соцсетях» поднять в начало страницы.

Тайтлы к картинкам стоит прописывать тематические, а не системные.

<http://www.balkani-tur.ru/serbia/treat/sokobanja/>

Хороший контент на страницах курортов, но рекомендую еще вести перелинковку с этих страниц на тематические продвигаемые.

<http://www.balkani-tur.ru/company/>

Рекомендую добавить:

- фотографии основных сотрудников, или всех, или же хотя бы руководства (чтобы повысить доверие к сайту)
- фотографию фасада здания со стрелками, какой подъезд, какой шлагбаум и т. д.
- Альтернативные источники связи (если они есть) — скайп, вайбер, ватсап и т.д.

Счетчики

Установлена Я.Метрика и LiveInternet, рекомендую поставить еще Google Analytics

Отзывы

Для повышения доверия к сайту и бренду как пользователями, так и поисковиками, рекомендую поставить на сайт гостевую книгу с возможностью модерации отзывов. В идеале в ней располагать и оригиналы отзывов — например, отсканированные документы.

Оптимизация отдельных страниц

Сейчас на многих страницах в тайтлах используются года: 2014 и 2015. Рекомендую заменить их на 2015 и 2016.