Комплексный аудит

https://www.golfcartsofatx.com/



Содержание

Анализ поведенческих факторов 5
Анализ источников трафика 6
Анализ поисковых запросов, по которым пользователи переходили на сайт. 7
Анализ используемых браузеров 8
Анализ основных используемых устройств 9
Анализ совершения основных целевых действий 10
Анализ карты скроллинга 11
Анализ карты кликов 18
Анализ юзабилити (UX/UI) 26
Анализ адаптивности при различных разрешениях экрана 27
Подсвечивание кнопок при наведении курсора 30
Наличие кнопки "Наверх" 32
Анализ использования копирайта 34
Выделение текущего пункт меню 36
Использование доменного имени в адресе электронной почты 38
Главная страница. Блок с изображением 40
Страница "Contact" 42
Футер сайта 44
Анализ конверсионных элементов 45
Главная страница. Первый экран. Информация об отзывах 46
Функционал онлайн-консультанта 47
Главная страница. Блок с преимуществами 49
Главная страница. Блок с отзывы 51
Главная страница. Блок "Frequently Asked Questions" 53
Главная страница. Итоговая структура 55
Страницы категорий. Первый экран 56
Страницы категорий. Первый экран. Кликабельные элементы 58
Страницы категорий. Сортировки 60
Страницы категорий. Отображение количества товаров на странице 62
Страницы категорий. Фильтры. Корректность работы 64
Страницы категорий. Характеристики товаров 66
Страницы категорий. Фильтры. Количество. 68
Страницы товаров. Ссылки/кнопки, уводящие пользователя с целевой страницы 70
Страницы товаров. Увеличение/пролистывание изображений 72
Страницы товаров. Основные характеристики в первом экране 74

Страницы товаров. Цена товара 76
Страницы товаров. Форма запроса цены 78
Страницы товаров. octane.co 80
Страницы товаров. Доставка 81
Страницы товаров. Сопутствующие/рекомендованные товары 83
Страницы услуг. Первый экран 85
Страницы услуг. Кнопки 87
Страницы услуг. Отзывы 89
Страницы услуг. Блок “Do you have any questions?” 91
Формы для заполнения. Обязательные поля 93
Формы для заполнения. Информация о значениях, допустимых для ввода 97
Формы для заполнения. Проверка данных в процессе заполнения форм 99
Формы для заполнения. Подпись полей 101
Формы для заполнения. Поле для ввода номера телефона 103
Формы для заполнения. Добавление вложенных файлов 105
Формы для заполнения. Корректность работы 107
Страницы с аксессуарами 109
Страница "Golf Cart Shipping" 111
Главное меню. Контакты 113
Шапка сайта 114
Страницы категорий. Первый экран 115
Страницы категорий. Элементы подкатегорий 116
Страницы категорий. Фильтры 117
Карточки товаров. "View Specifications" 118
Анализ внутренней оптимизации 119
Производительность главной страницы 120
URL. Редиректы 122
Анализ использования атрибута rel="canonical" 123
Заголовок Expires 125
Заголовок Last-Modified 126
Файл robots.txt 127
Битые ссылки 129
Оформление одинаковых элементов тегами заголовков h1, h2, h3, h4 130
Разметка Schema.org 131
Использование мета-тегов "TITLE" 133
Использование мета-тегов "DESCRIPTION" 136
Заголовки H-1 139
Атрибут Alt для изображений 140

Структура сайта 141
Текст на страницах категорий 142
Google Search Console 143
Анализ внешней оптимизации 144
Использование dofollow ссылок 145
Упоминание сайта в блогах 146
Ссылки на сайт с трастовых сайтов схожей тематики 147
Распределение ссылочной массы 148
Ссылочный профиль сайта 149
Анализ семантического ядра 150
Качество семантического ядра (перечня поисковых запросов) 151
Вывод 153

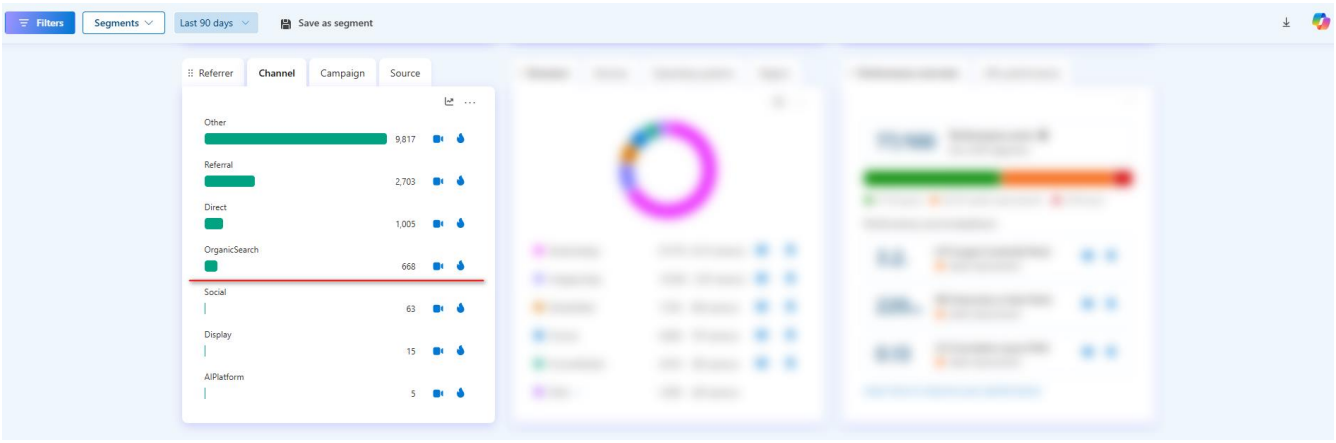
Анализ поведенческих факторов



Анализ источников трафика

Анализ поведенческих факторов

Доля переходов на сайт из поисковых систем ниже, чем доля переходов из других источников.



Рекомендации

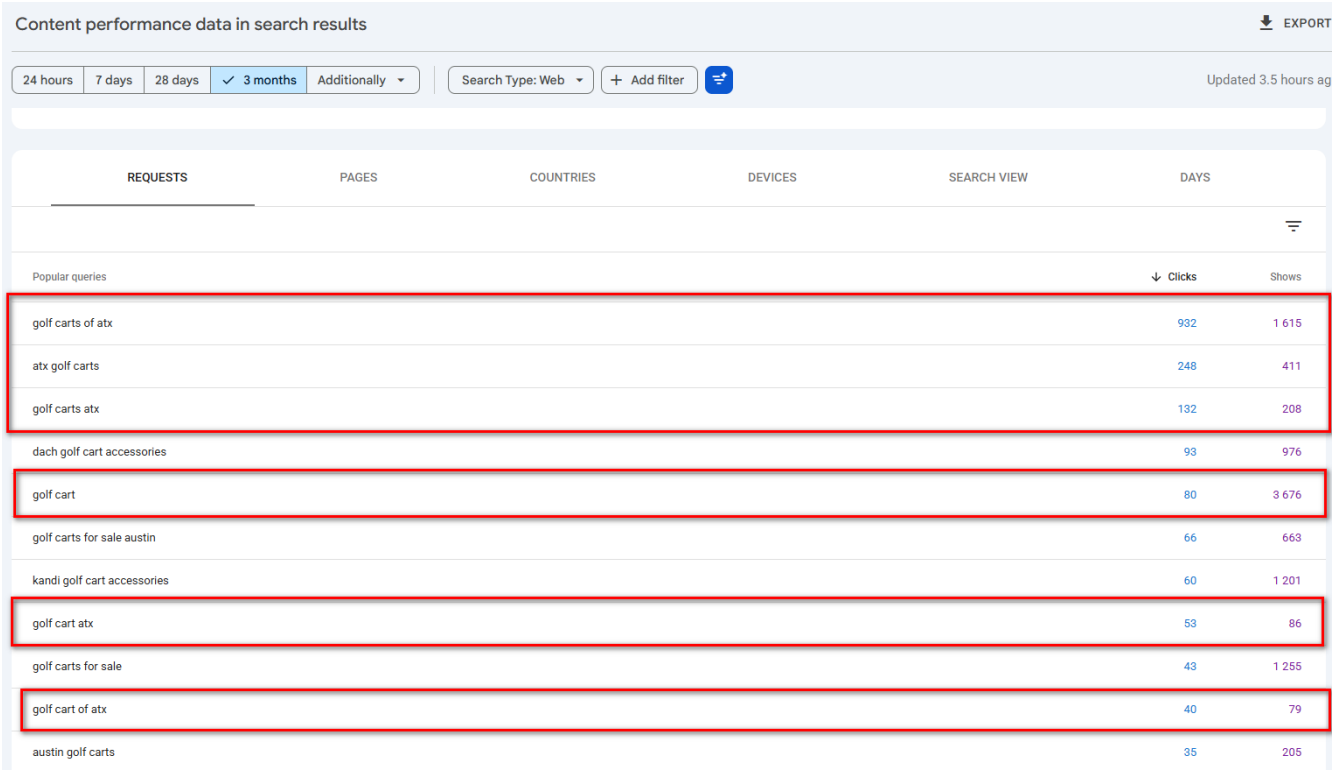
1. **Обратить внимание на внутреннюю и внешнюю оптимизацию сайта.**
2. **Рекомендации по улучшению ситуации указаны в аудите ниже.**

Анализ поисковых запросов, по которым пользователи переходили на сайт.

Анализ поведенческих факторов

Фразы, по которым посетители переходят на сайт, носят очень общий характер и не всегда свидетельствуют о намерении пользователя приобрести гольф-кар или воспользоваться услугой, предоставляемой компанией.

Например:



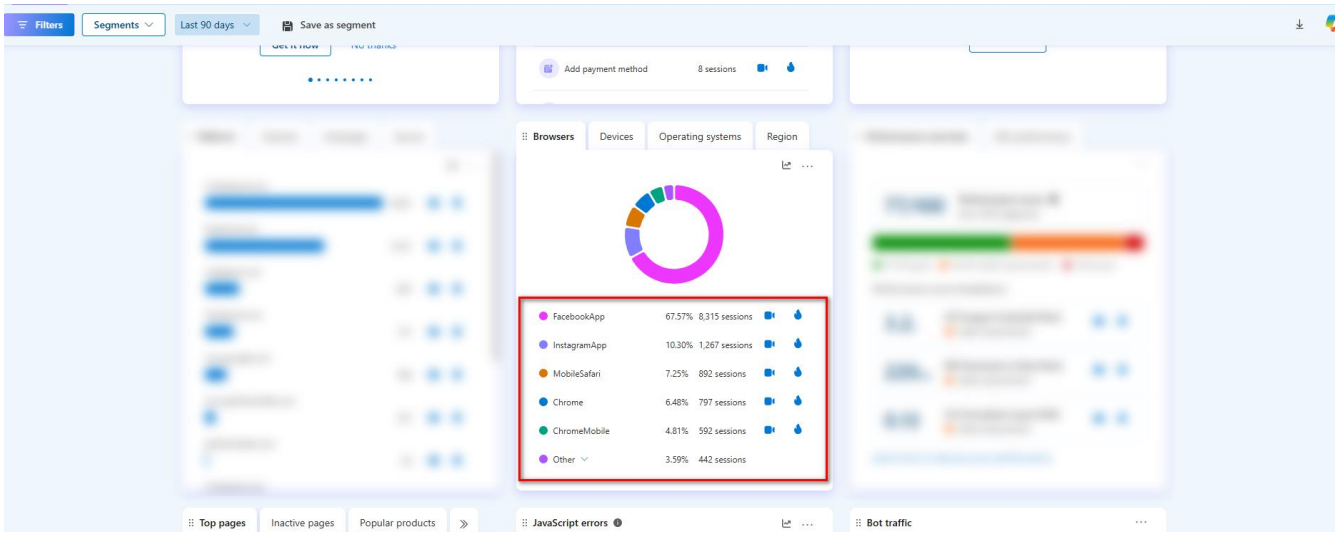
Рекомендации

1. **Усилить продвижение по коммерческим поисковым запросам.**
2. **Собрать расширенное семантическое ядро (список поисковых запросов) с кластеризацией по целевым страницам.**
3. **Оптимизировать сайт под новые поисковые запросы.**
4. **Рекомендации по улучшению ситуации указаны в аудите ниже.**

Анализ используемых браузеров

Анализ поведенческих факторов

Основными используемыми браузерами являются:



Рекомендации

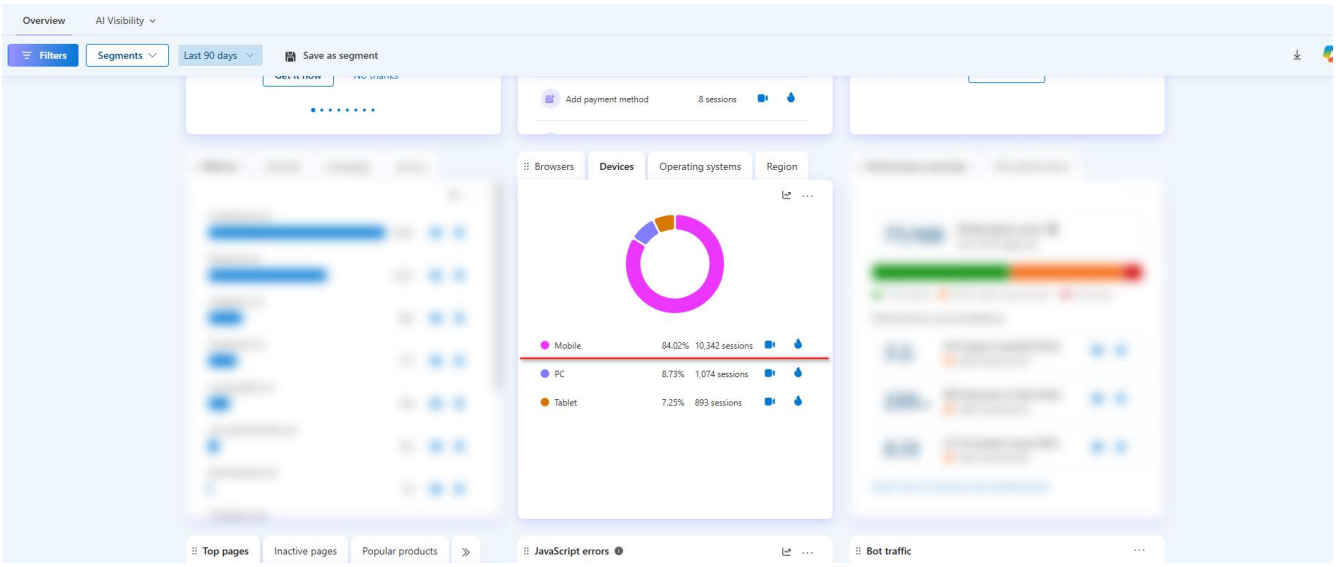
1. **Регулярно отслеживать корректность отображения сайта в наиболее популярных браузерах**

Анализ основных используемых устройств

Анализ поведенческих факторов

Основные устройства, с которых пользователи переходят на сайт:

Смартфоны + ПК



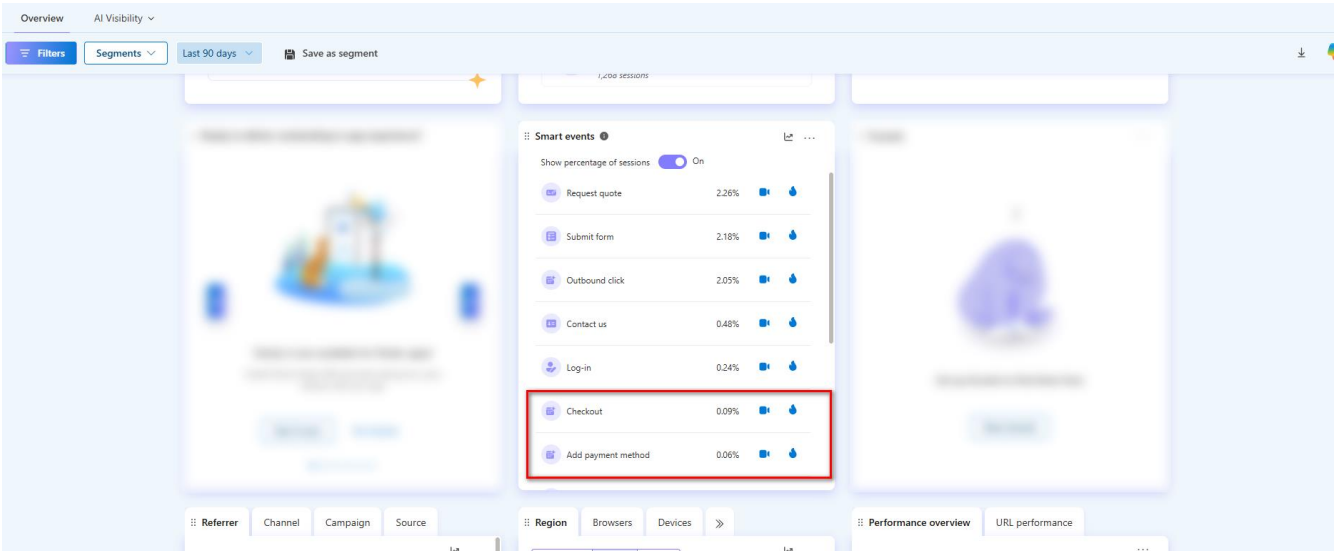
Рекомендации

1. **Регулярно отслеживать корректность отображения сайта на смартфонах и ПК**

Анализ совершения основных целевых действий

Анализ поведенческих факторов

Согласно данным Clarity.Microsoft, коэффициент конверсии довольно низкий, при этом самый низкий показатель на этапах оформления заказа и оплаты товара.



Рекомендации

1. **Рекомендации по улучшению ситуации указаны в аудите ниже.**

Анализ карты скроллинга

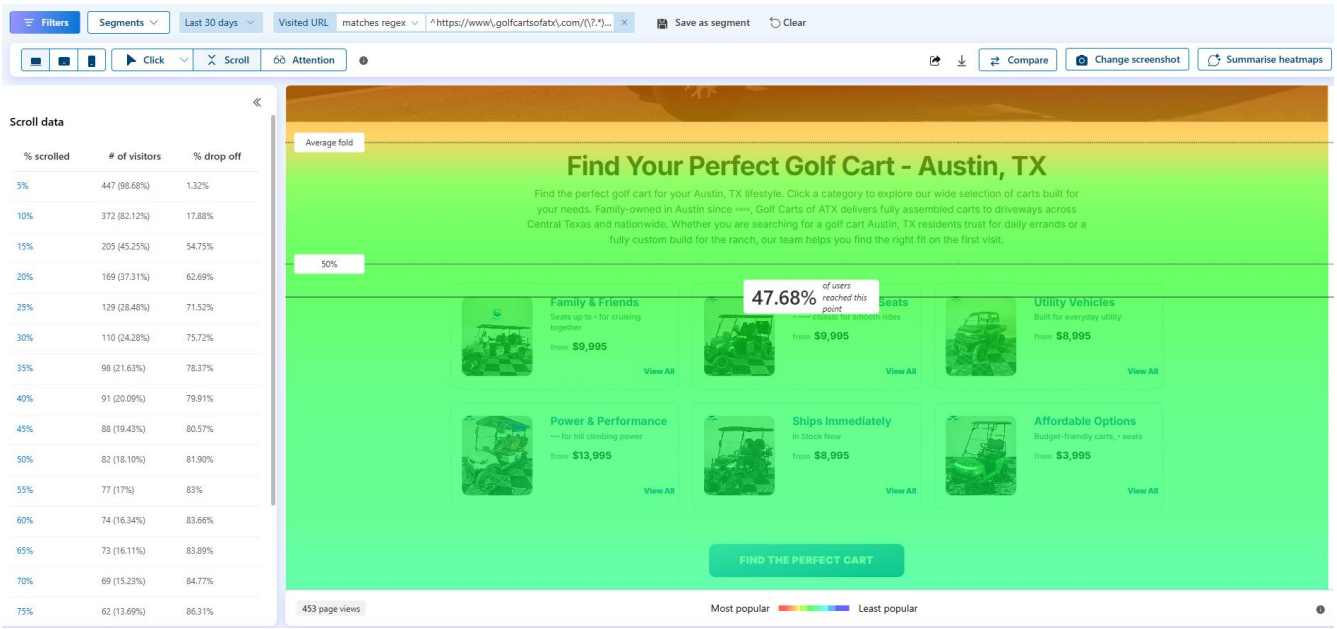
Анализ поведенческих факторов

При посещении сайта пользователь не просматривает всю целевую страницу анализируемого сайта.

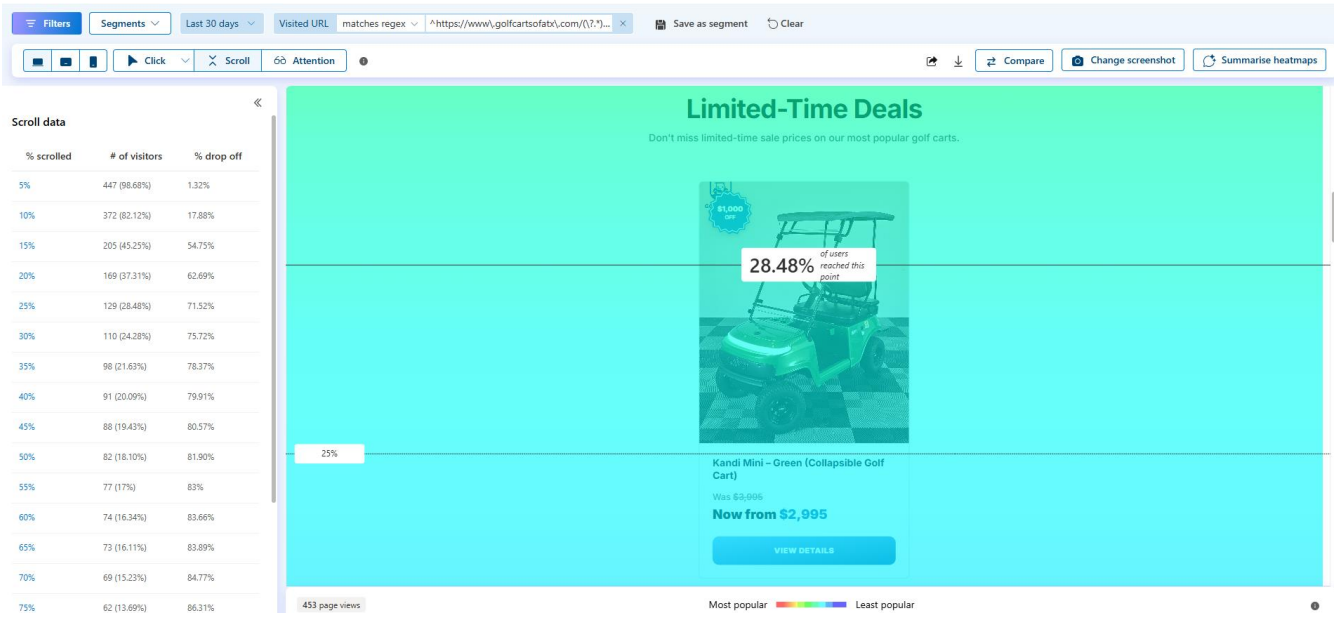
<u>Десктопная версия</u>

Главная страница

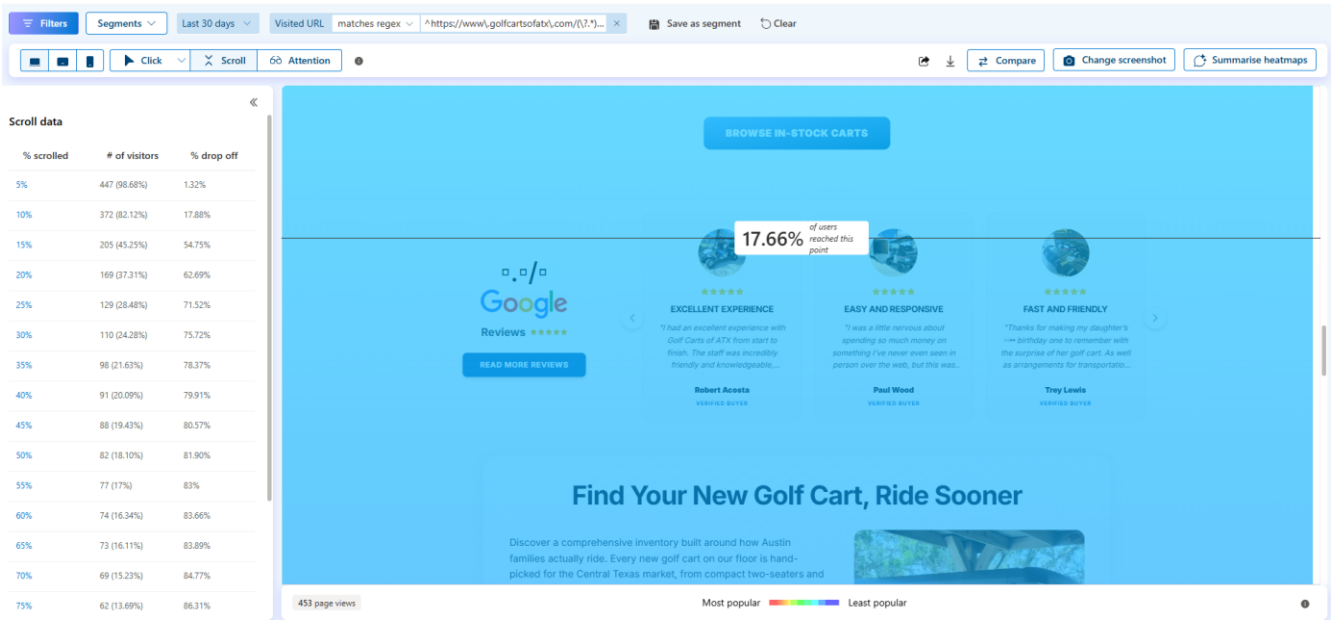
Около 50% пользователей не доходят до второго экрана страницы



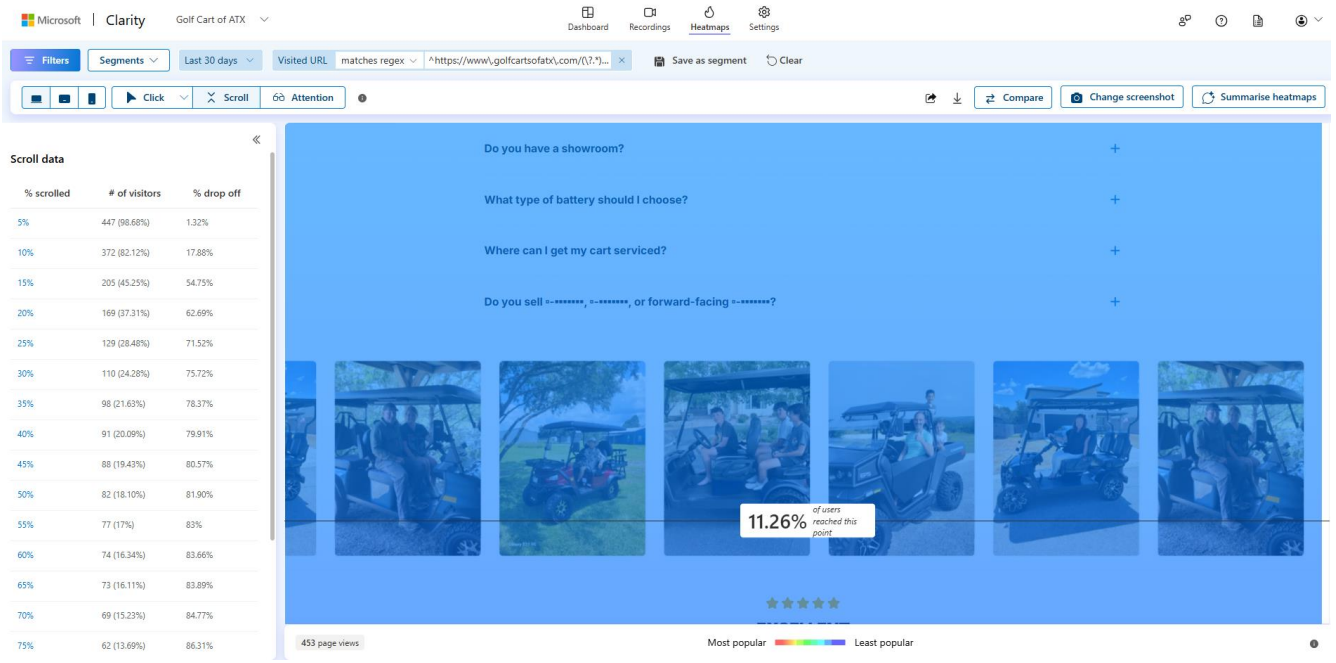
Около 70% пользователей не доходят до блока "Limited-Time Deals".



Около 80% пользователей не доходят до раздела с преимуществами и отзывами.

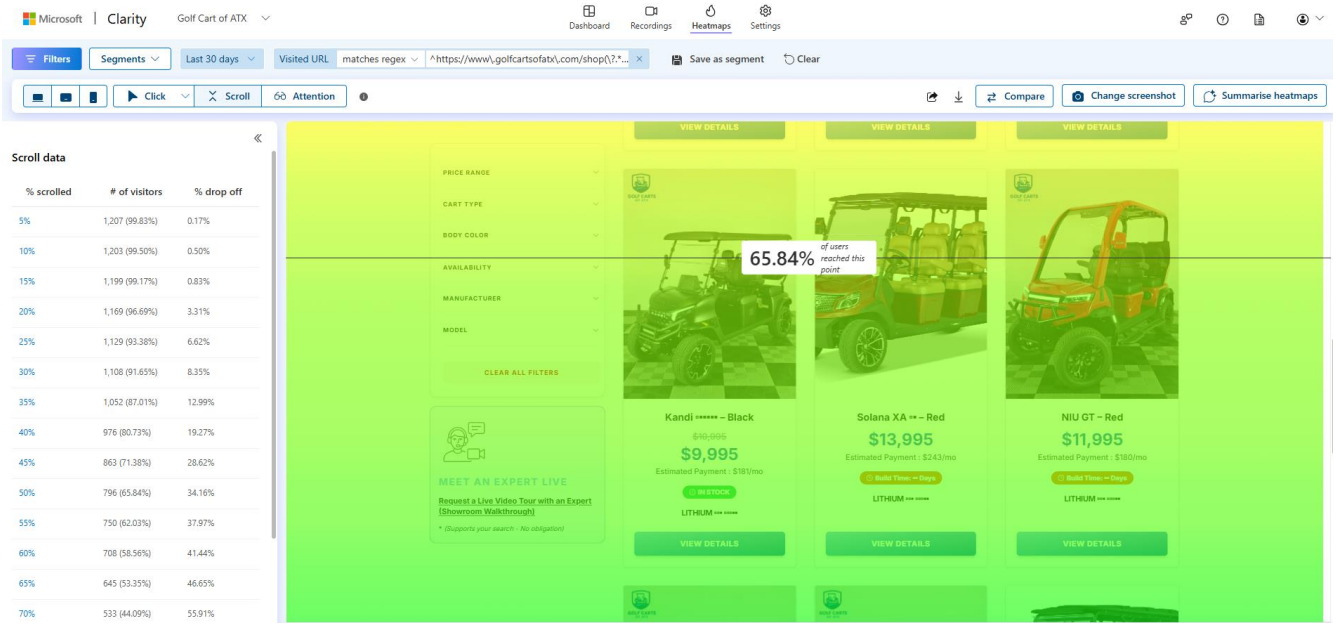


Около 10% пользователей просматривают страницу полностью.



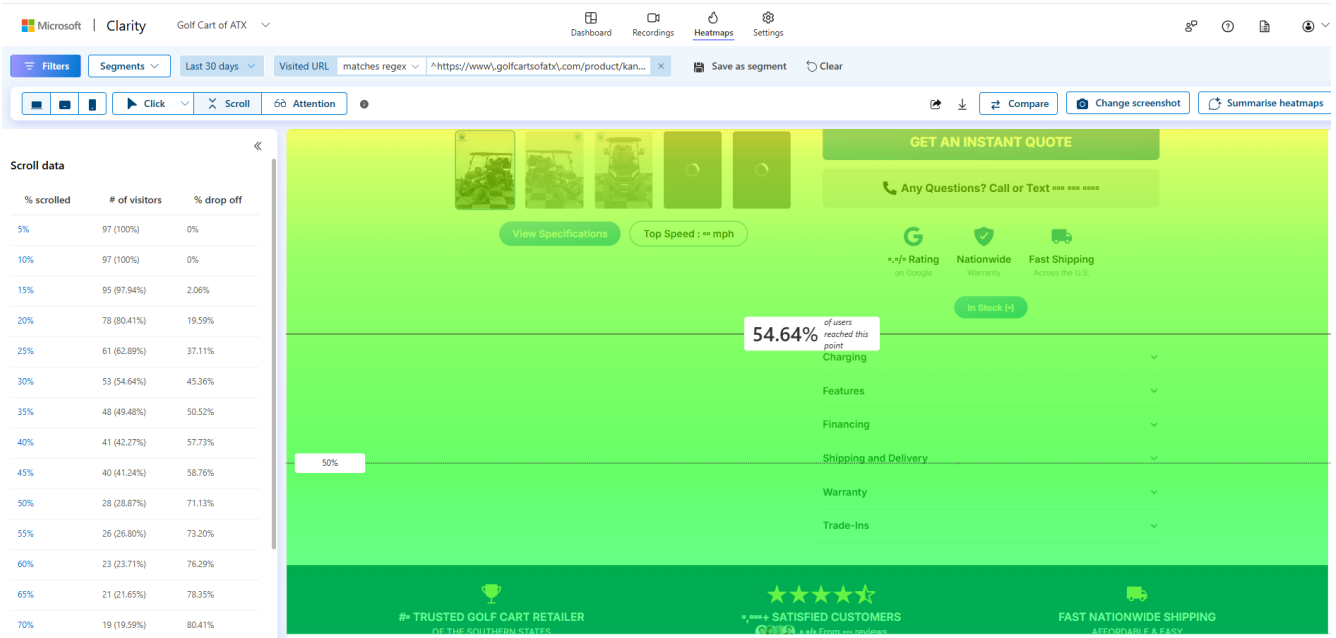
Страницы категорий

Менее 30% пользователей доходят до второго ряда с карточками товаров.

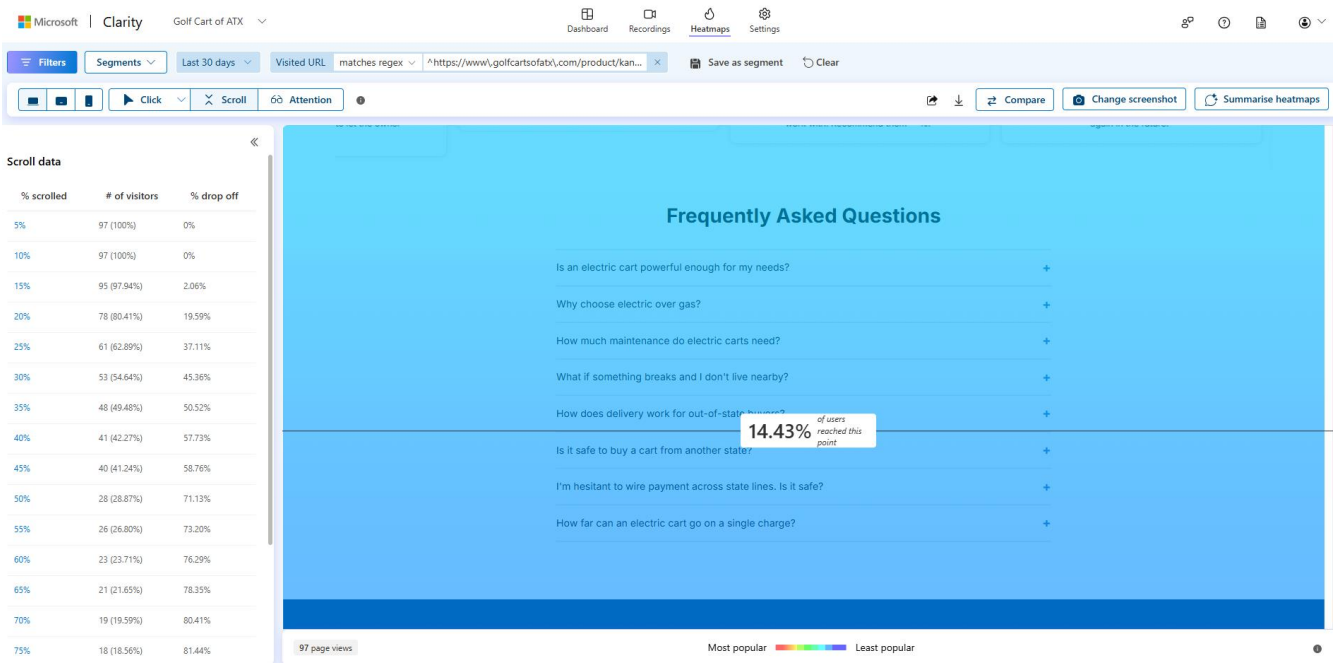


Страницы товаров

Около 50% пользователей доходят до второго экрана страницы.



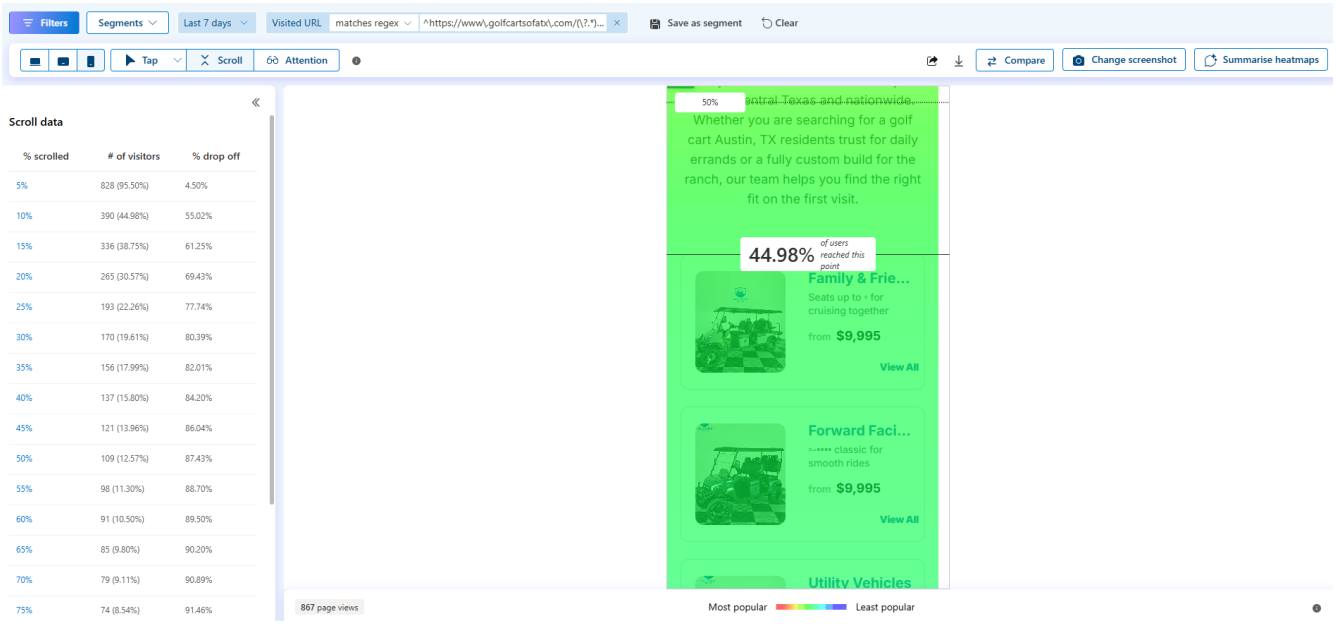
Менее 20% людей просматривают всю страницу



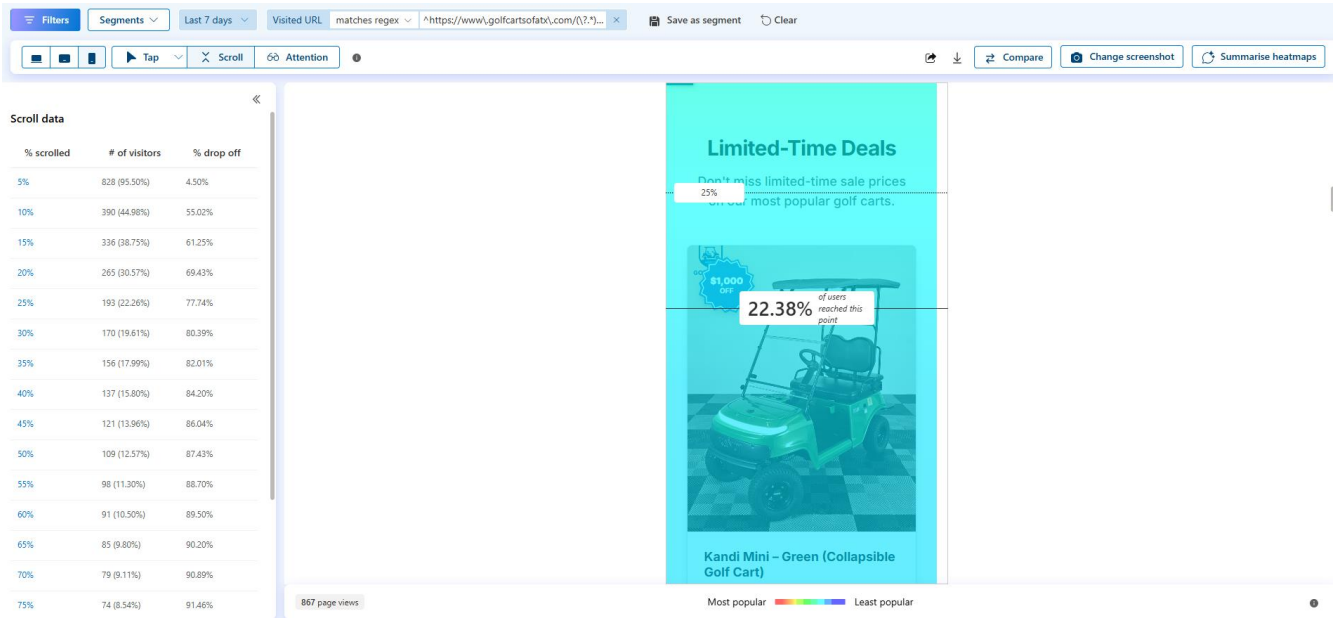
<u>Мобильная версия</u>

Главная страница

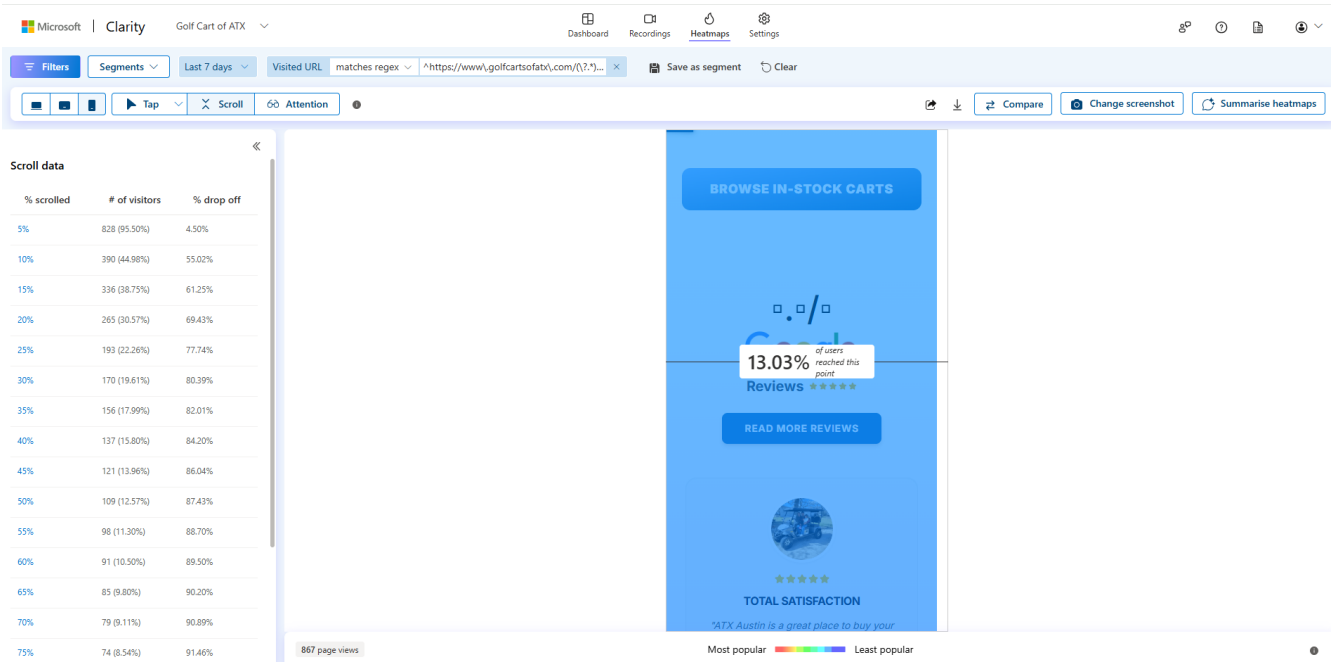
Около 50% пользователей не доходят до второго экрана страницы.



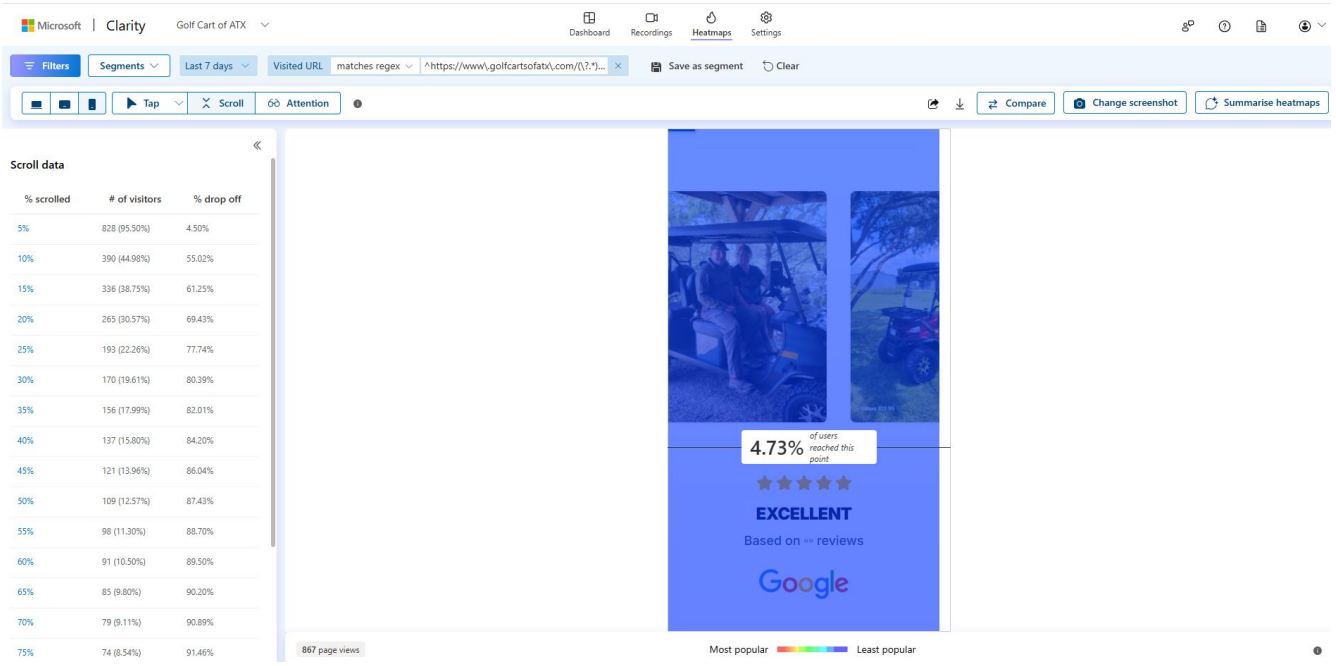
Около 80% пользователей не доходят до блока "Limited-Time Deals".



Около 85% пользователей не доходят до раздела с преимуществами и отзывами

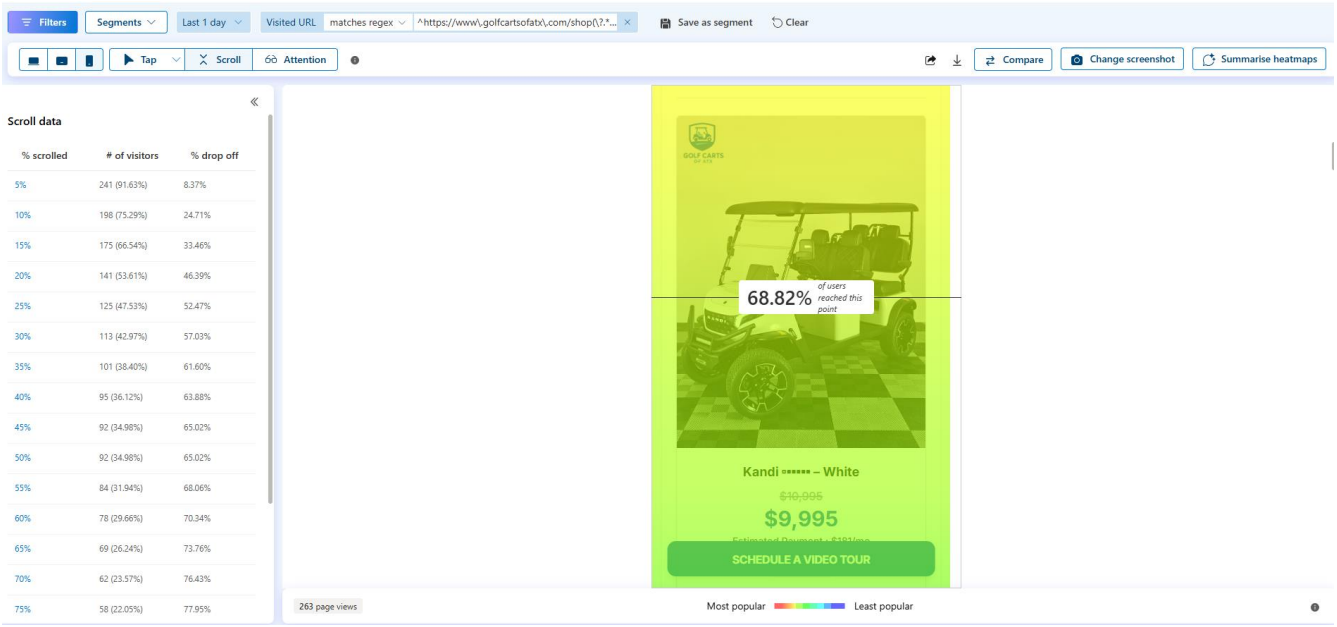


Менее 10% пользователей просматривают всю страницу



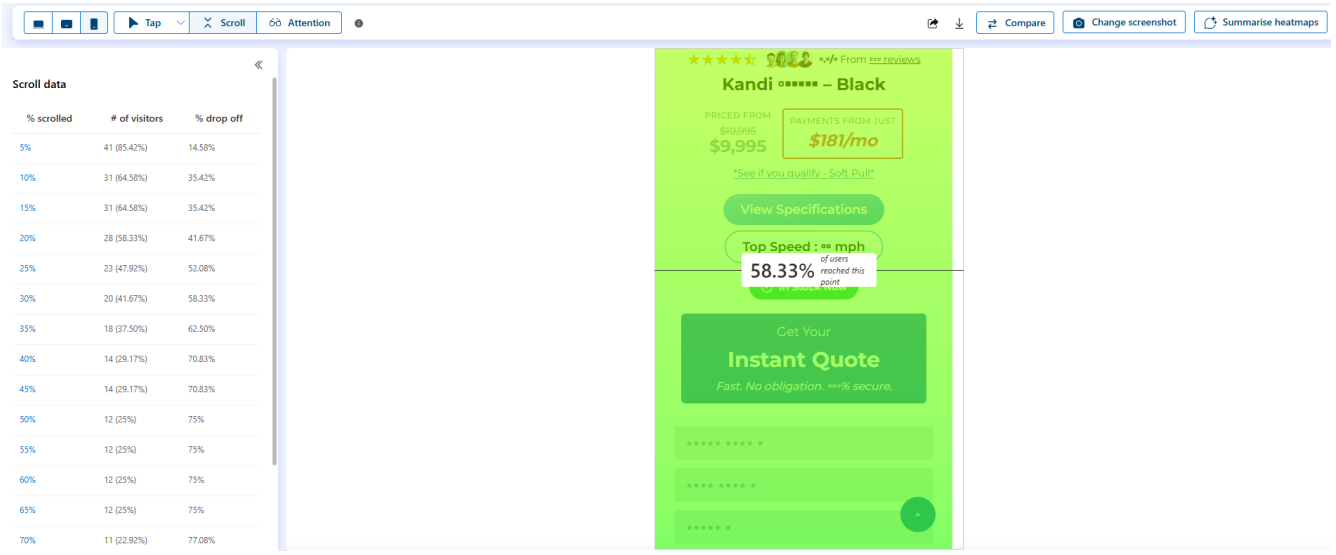
Страницы категорий

Менее 70% пользователей доходят до карточек товаров

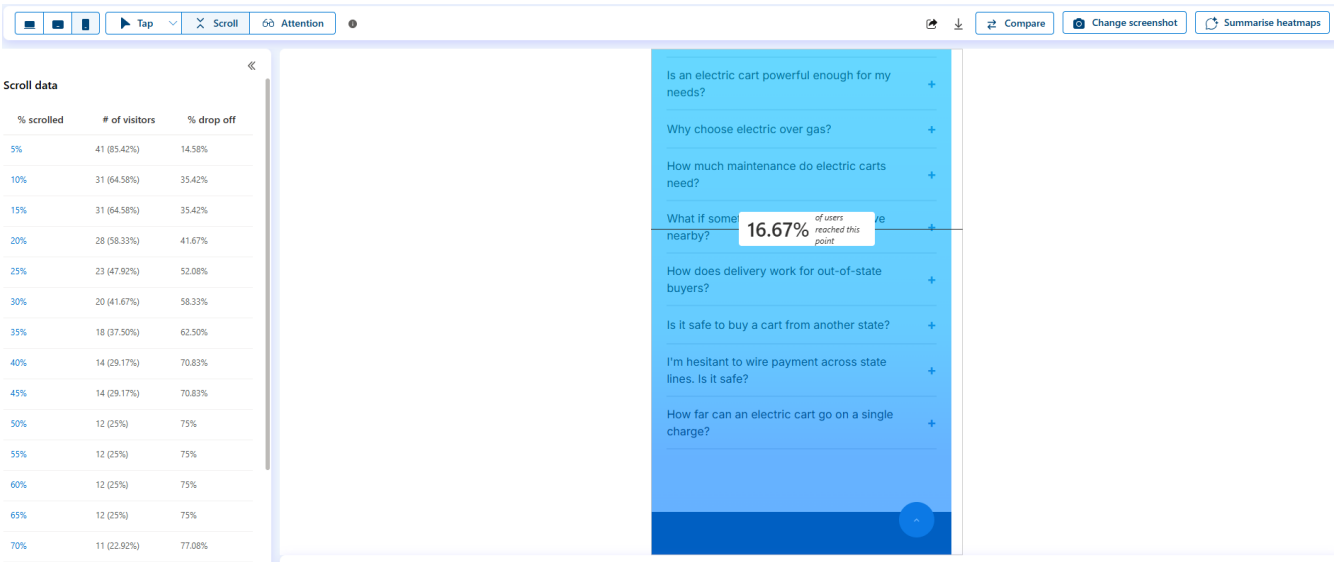


Страницы товаров

Около 60% пользователей изучают информацию о товарах



Менее 20% пользователей просматривают всю страницу



Рекомендации

1. **Рекомендации по улучшению ситуации указаны в аудите ниже.**

Анализ карты кликов

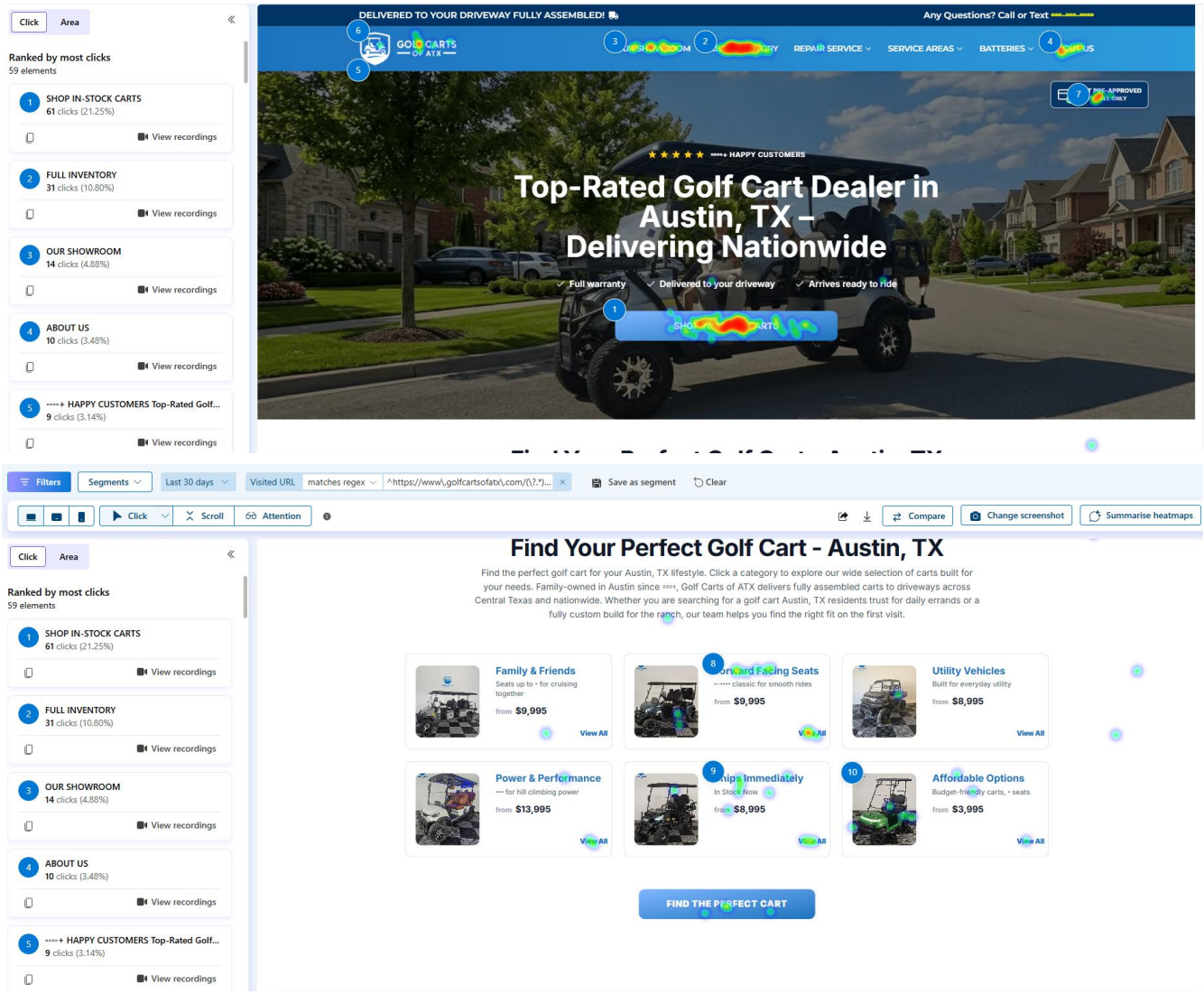
Анализ поведенческих факторов

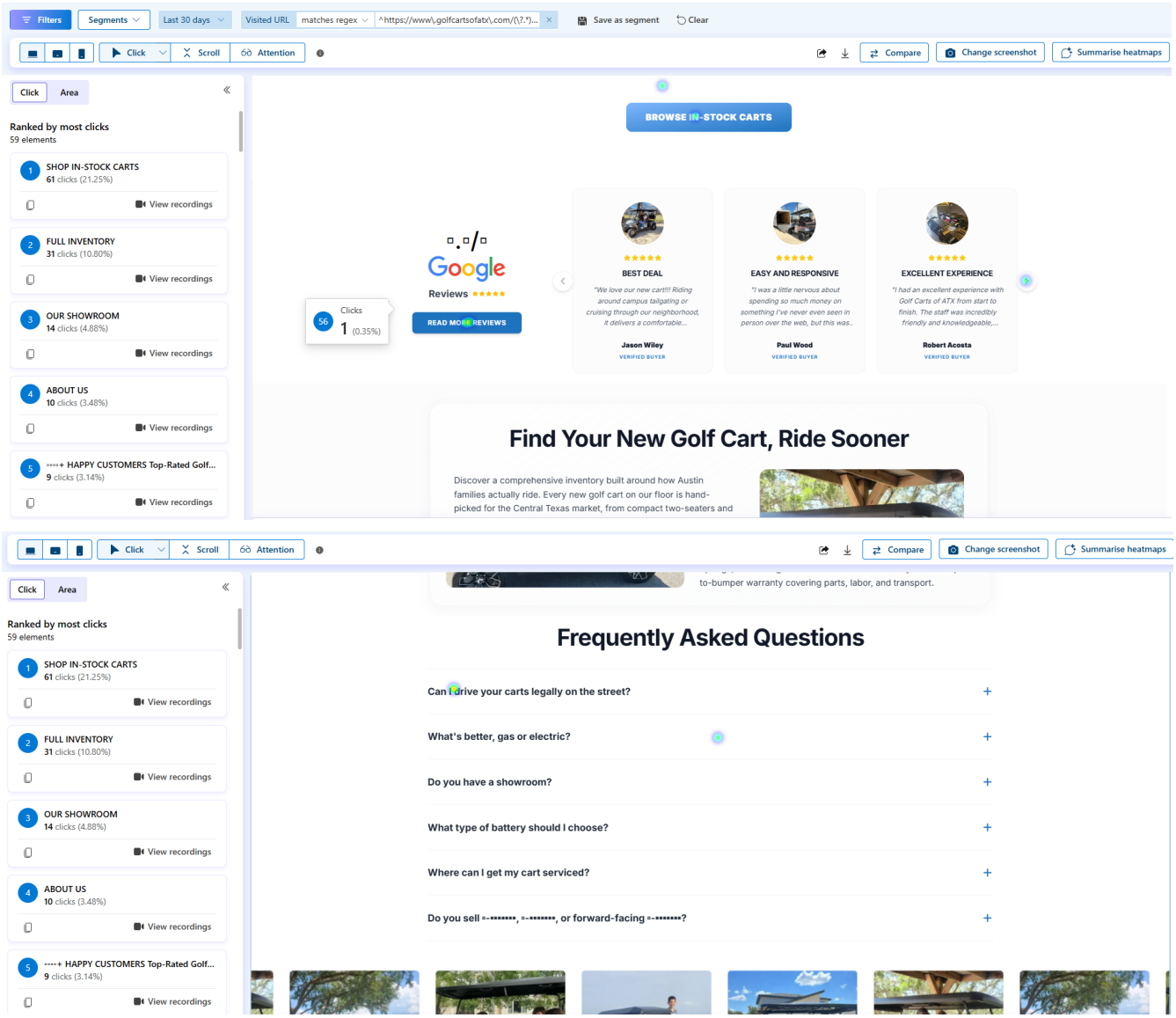
Пользователь не использует весь доступный функционал

<u>Десктопная версия</u>

Главная страница

Пользователи в основном взаимодействуют с элементами навигации и первым экраном

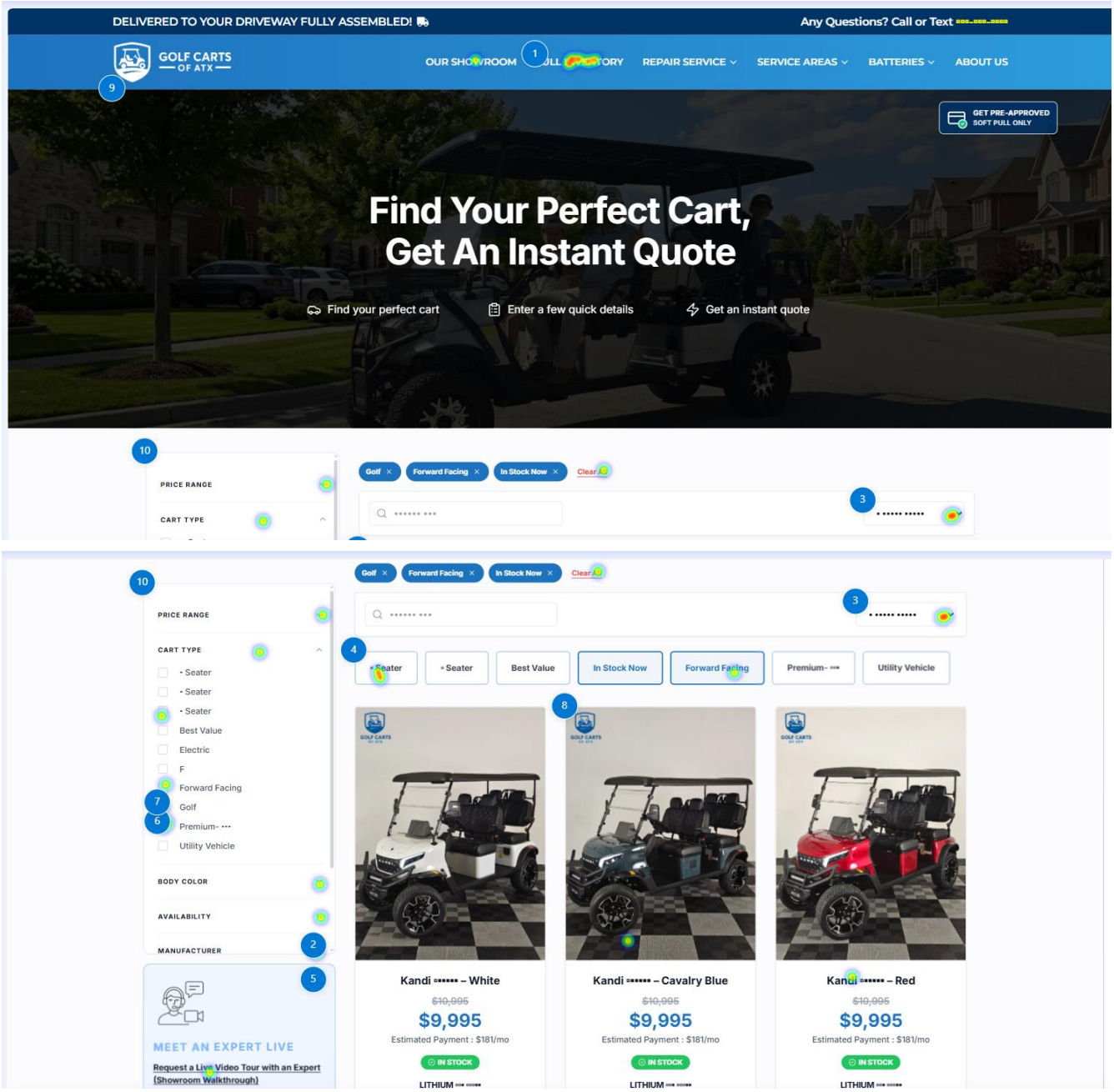




+38(050)637 32 86
info@om-audit.com
OM AUDIT
Анализ поведенческих факторов

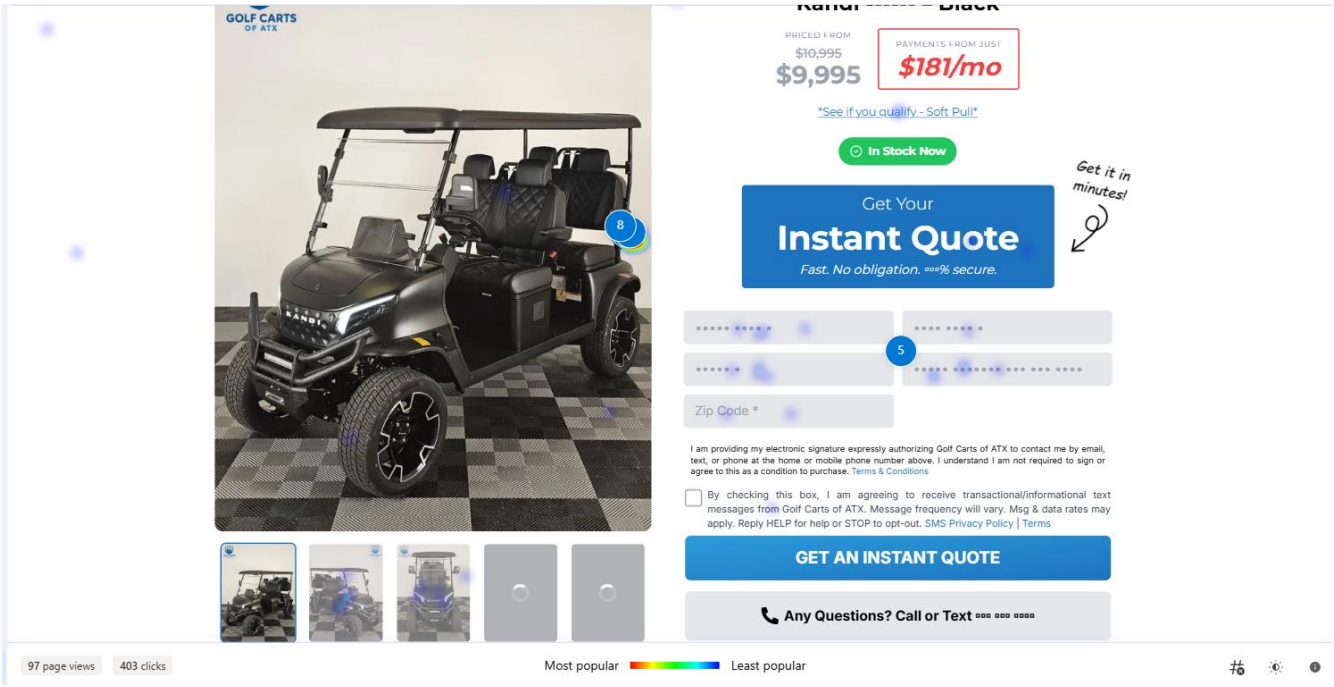
Страницы категорий

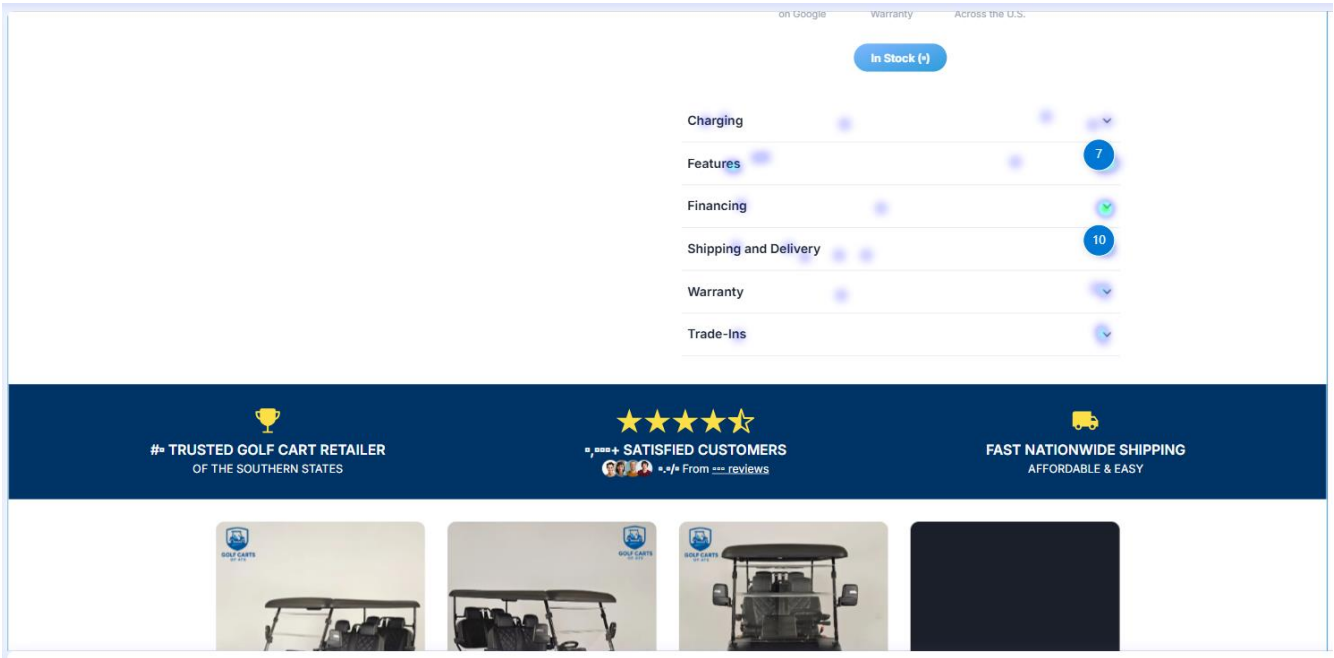
Пользователи в основном взаимодействуют с элементами навигации и фильтрами

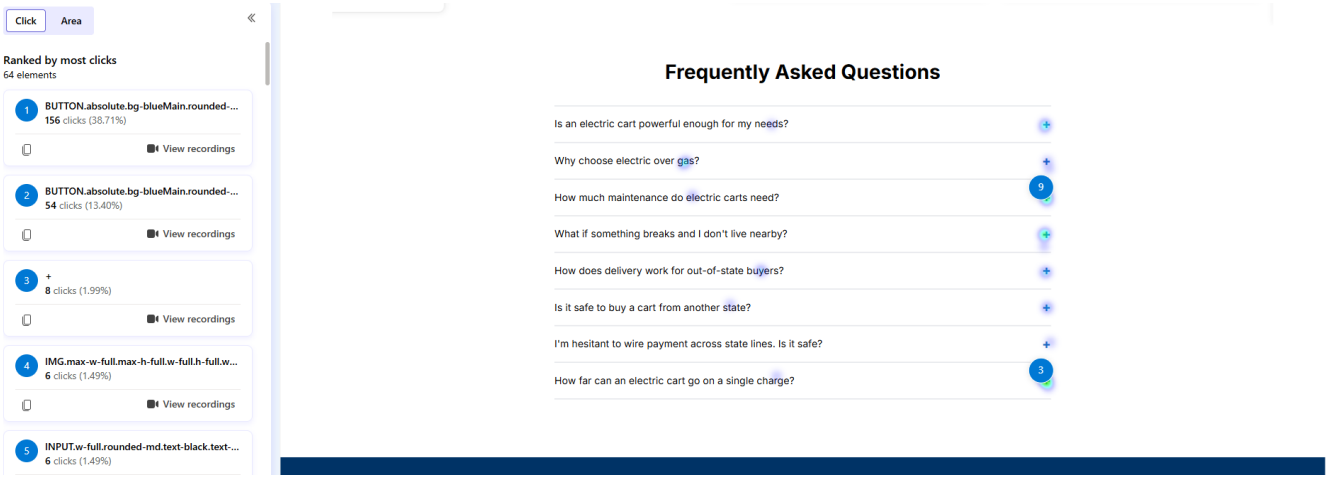


Страницы товаров

Пользователи в основном взаимодействуют с блоком изображений, но не взаимодействуют с конверсионными элементами.



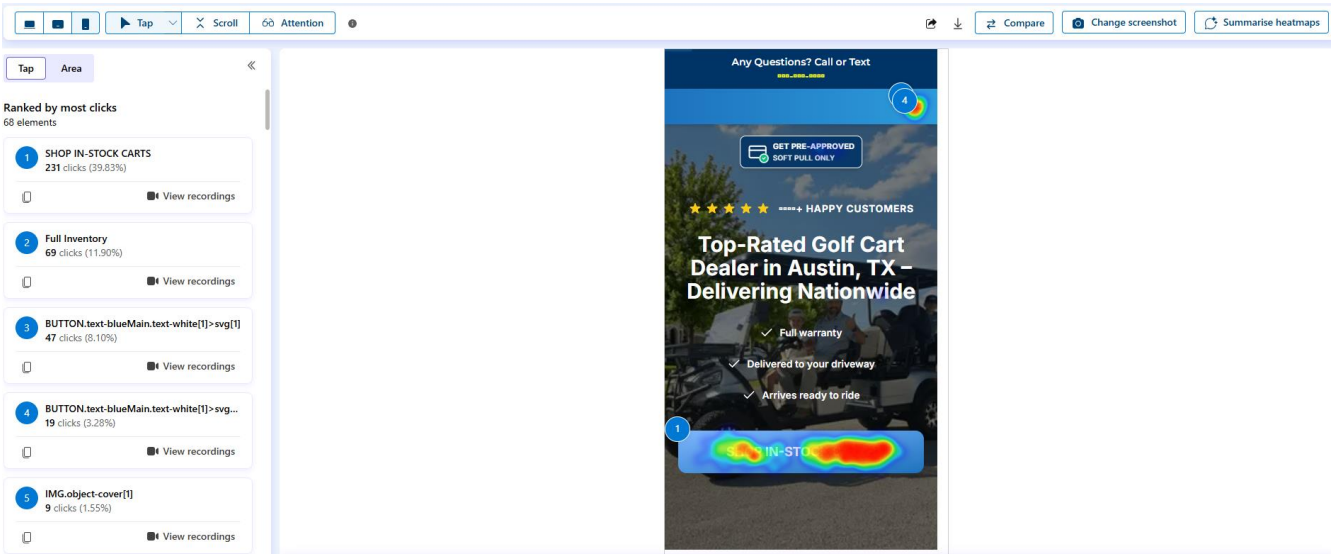


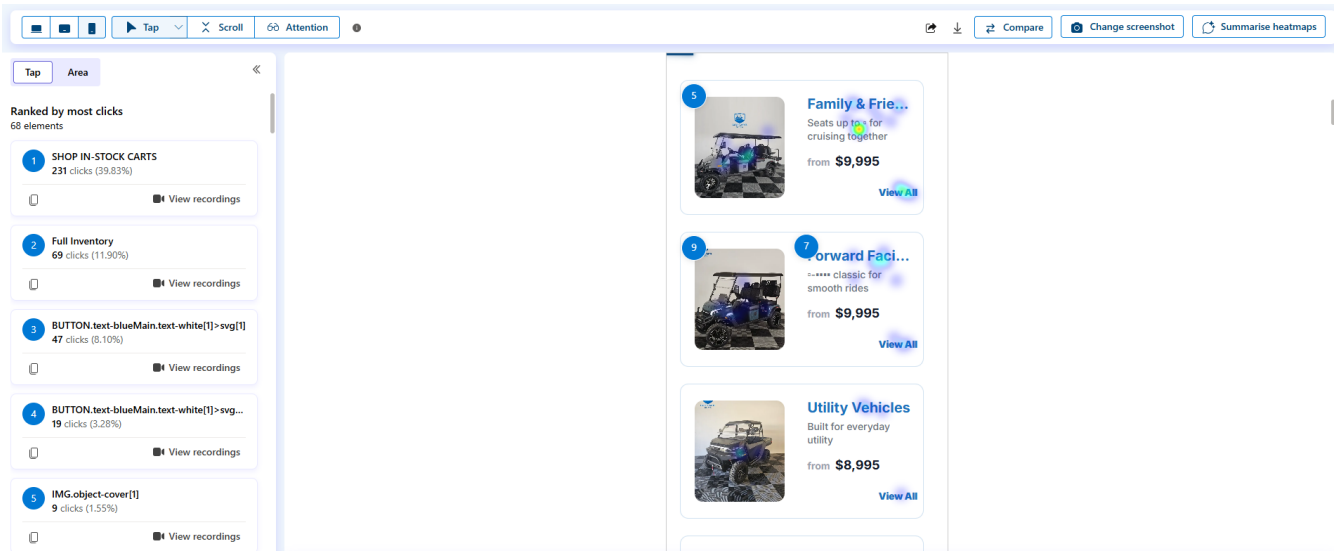


Мобильная версия

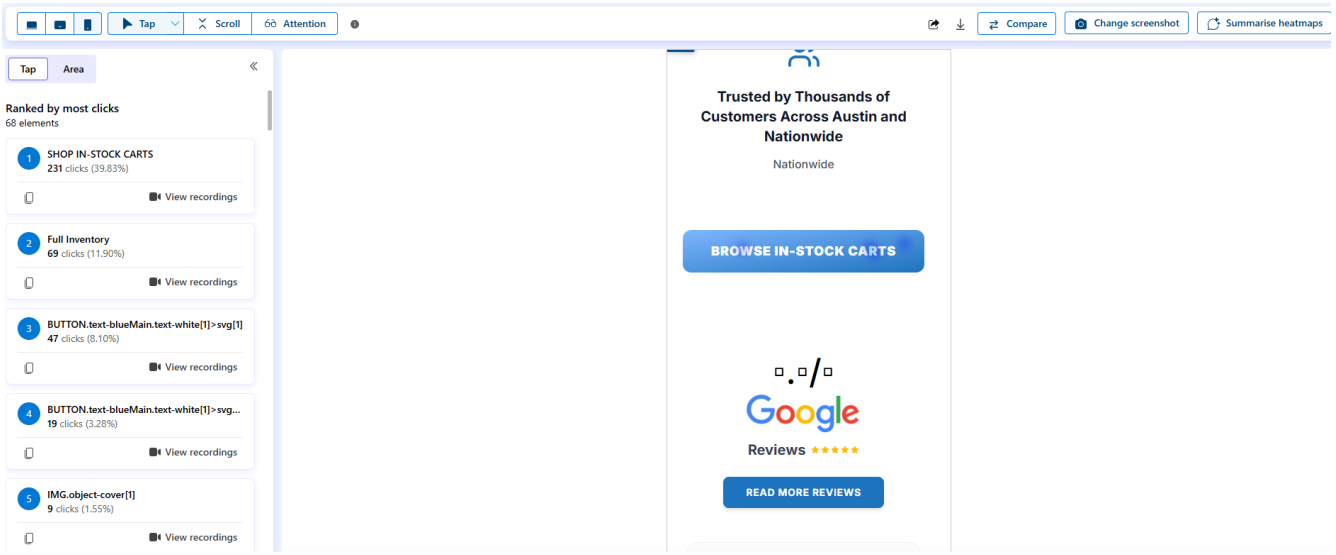
Главная страница

Пользователи в основном взаимодействуют с элементами навигации и первым экраном



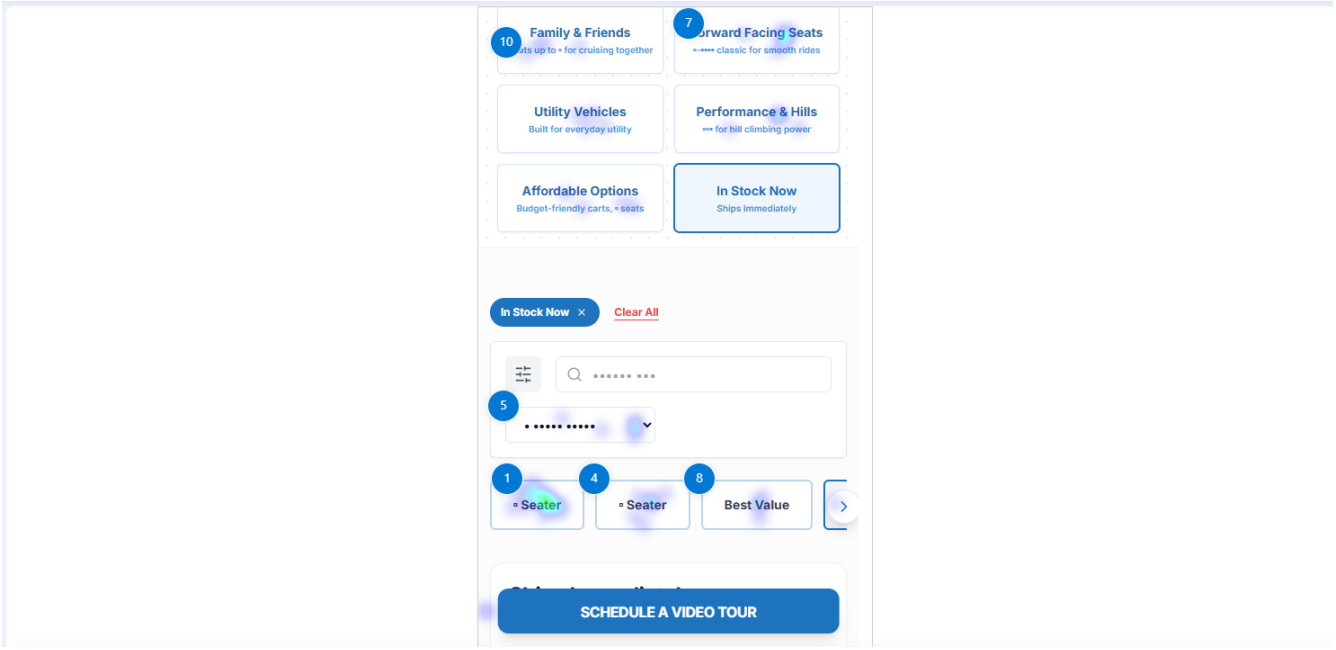


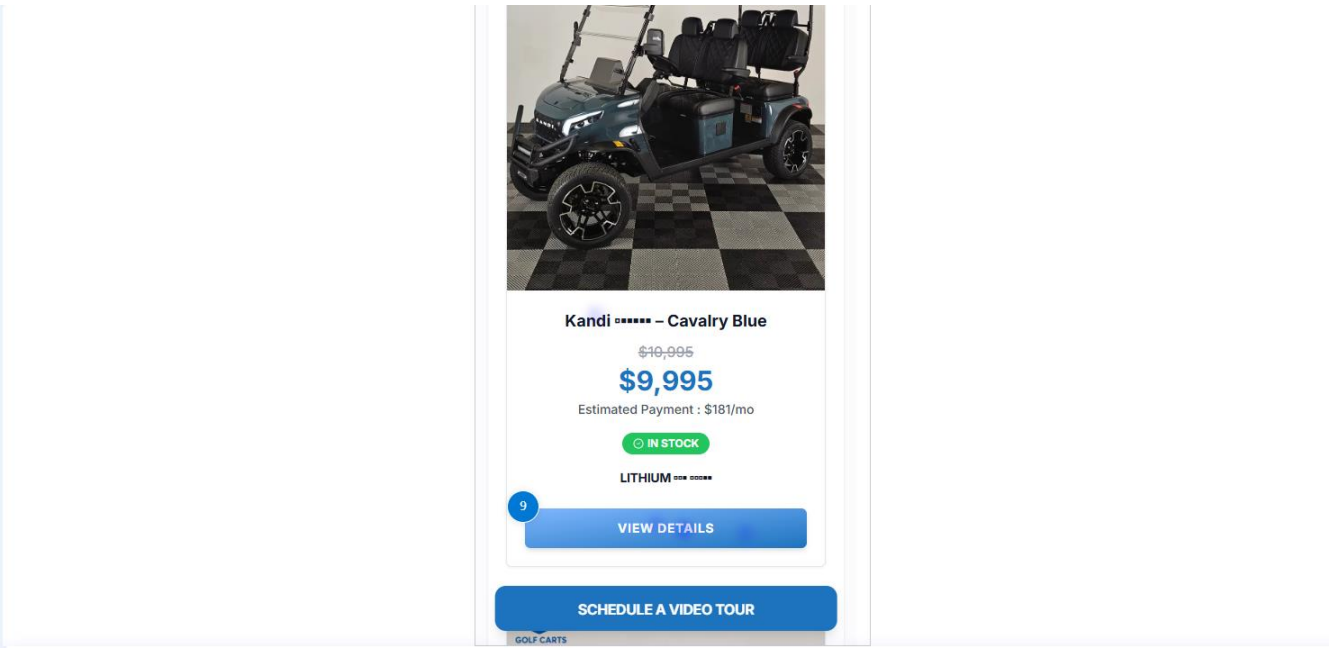
+38(050)637 32 86
info@om-audit.com
OM AUDIT
Анализ поведенческих факторов



Страницы категорий

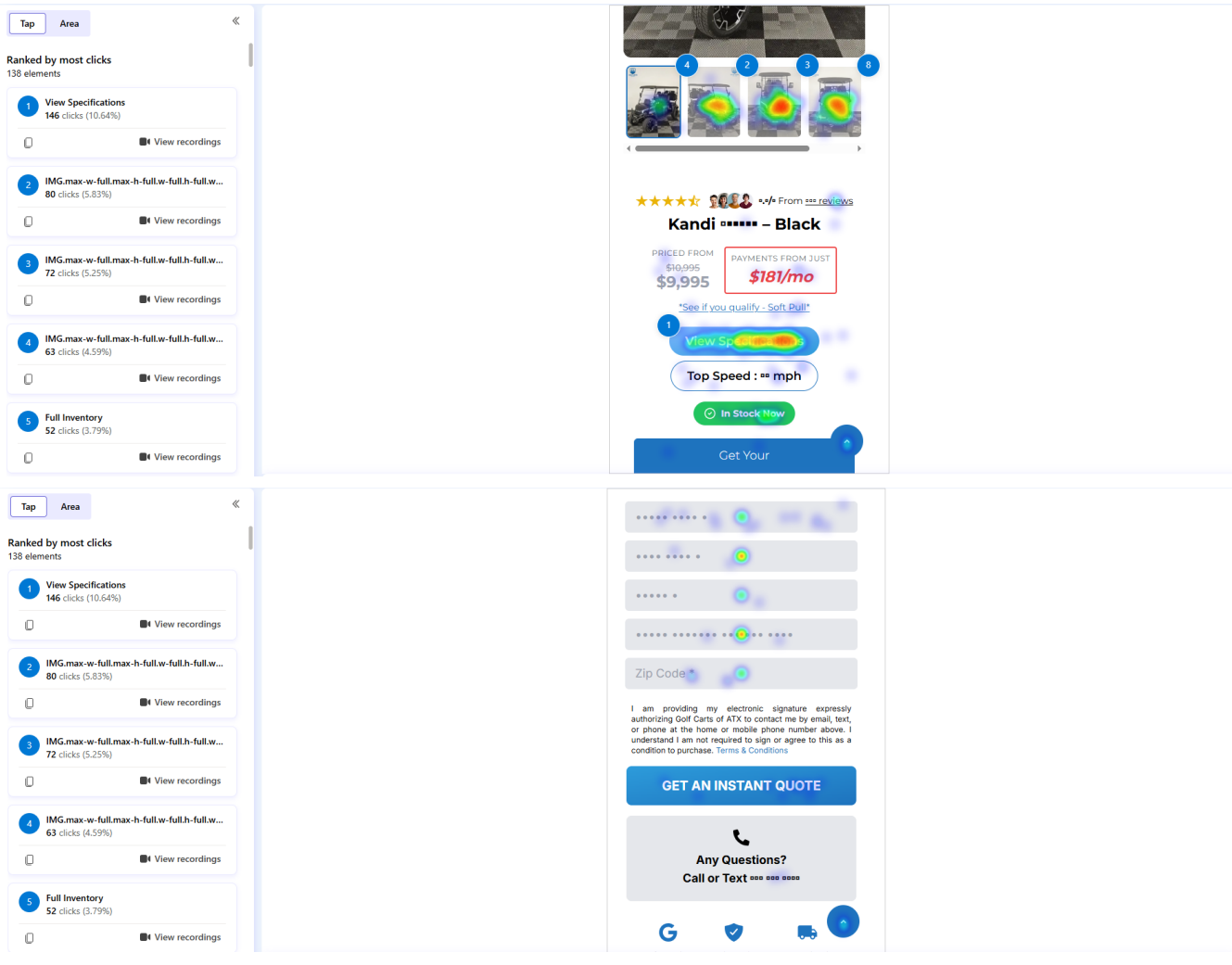
Пользователи в основном взаимодействуют с элементами фильтрации

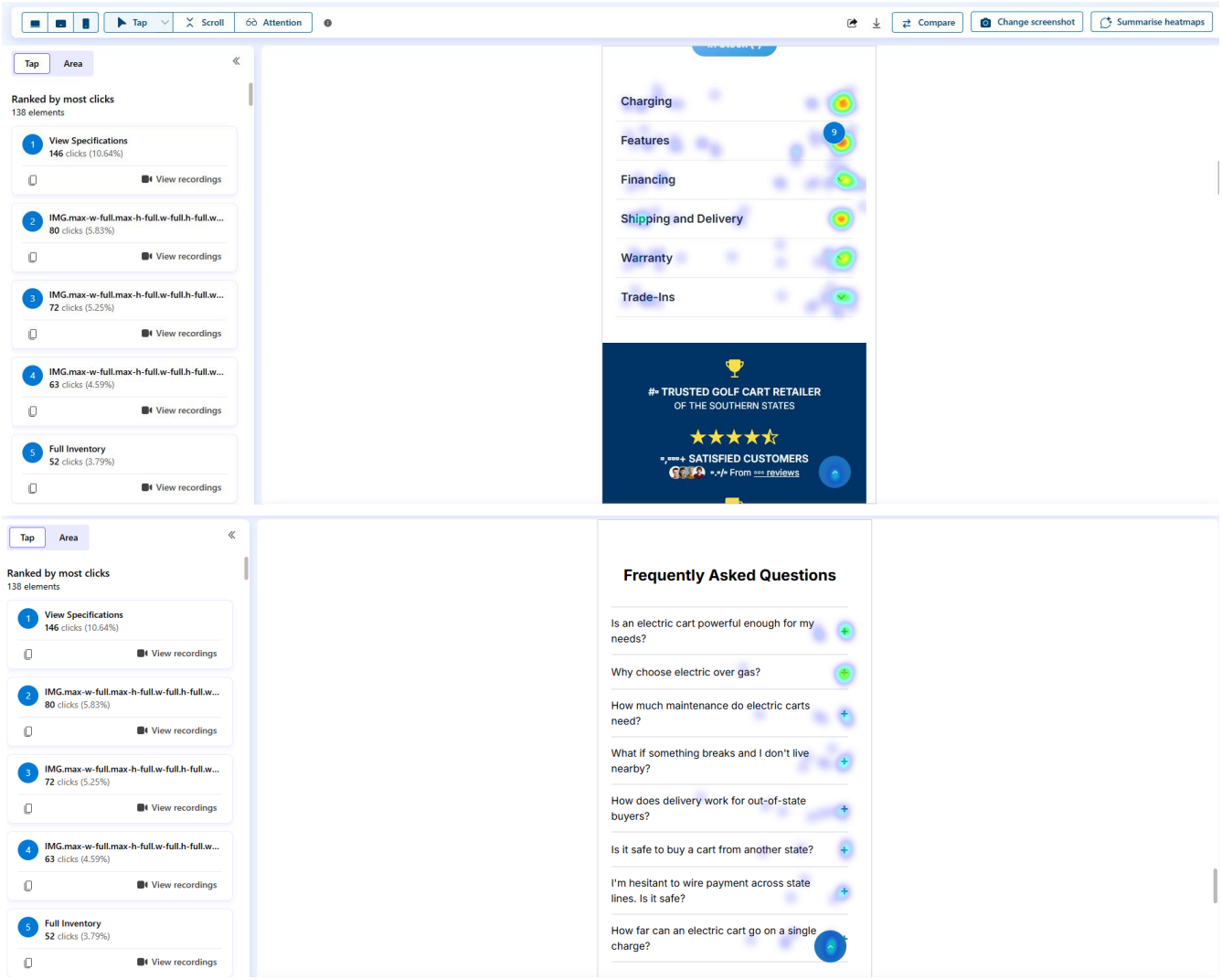




Страницы товаров

Пользователи в основном взаимодействуют с блоком, содержащим изображения и элементы для просмотра характеристик, но не взаимодействуют с элементами, направленными на совершение целевого действия (конверсию).





Рекомендации

1. **Рекомендации по улучшению ситуации указаны в аудите ниже.**

Анализ юзабилити (UX/UI)



Анализ адаптивности при различных разрешениях экрана

Анализ юзабилити (UX/UI) (только для десктопной версии)

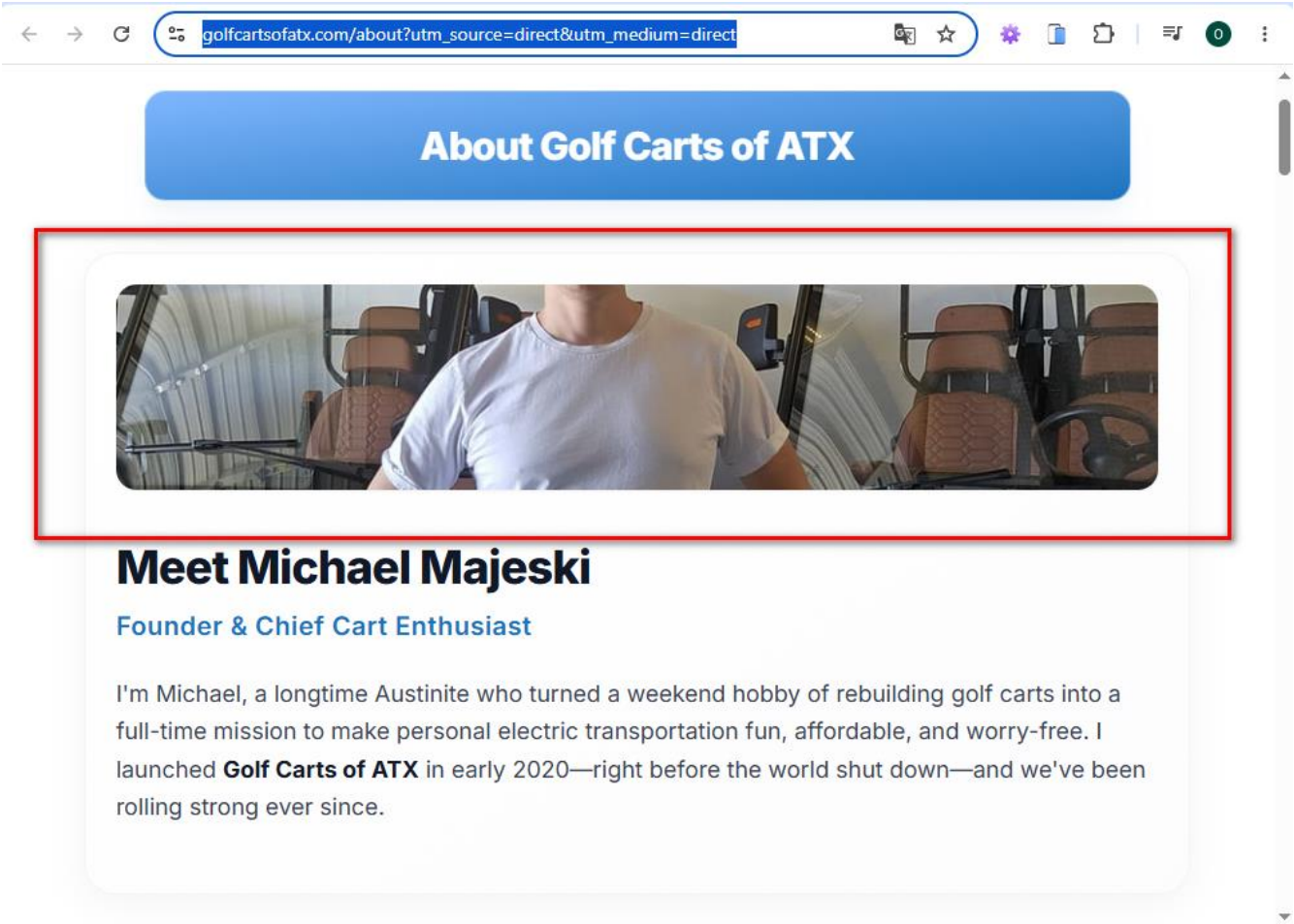
При небольших разрешениях экрана блоки не адаптируются

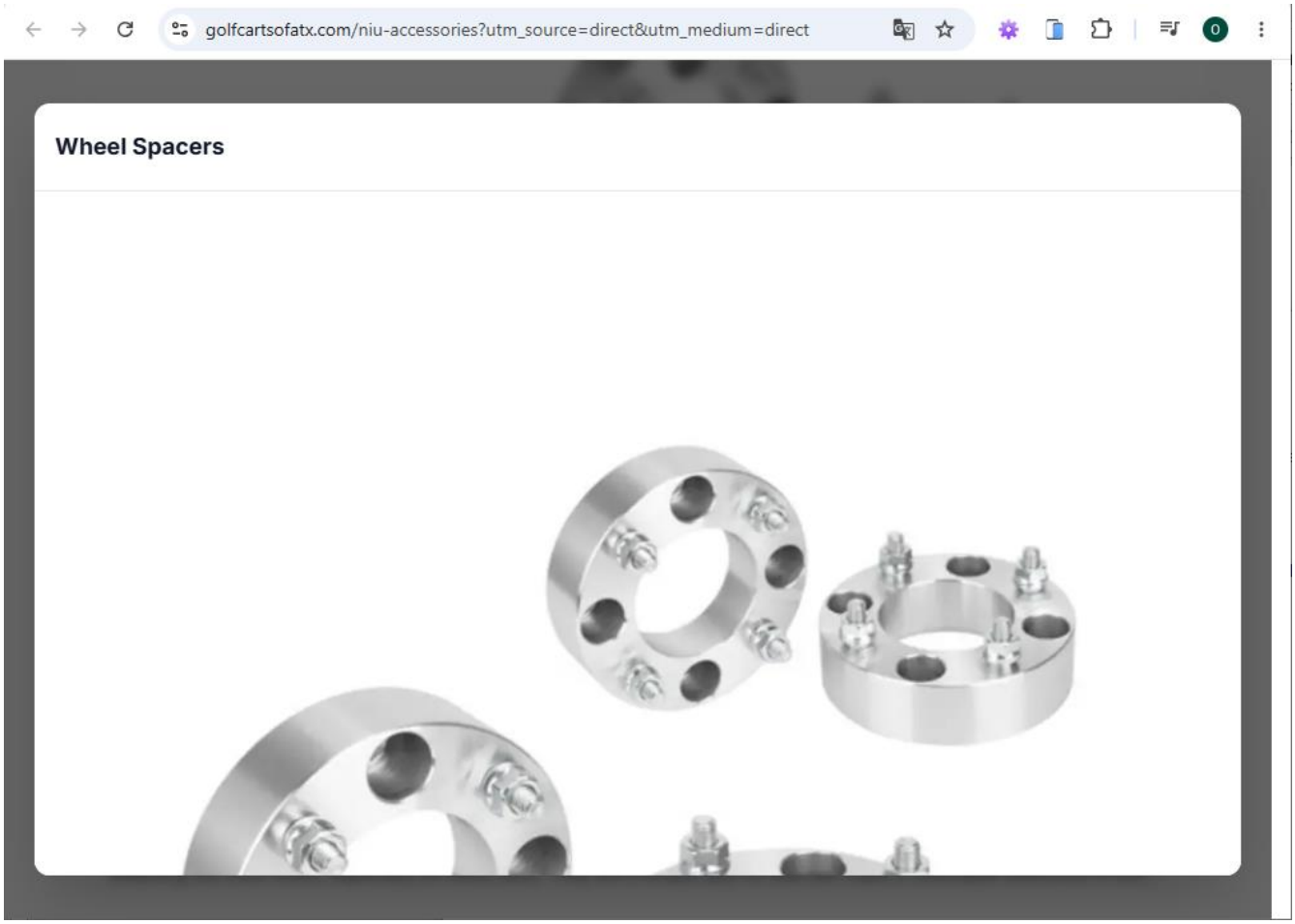
Десктопная версия

Например:

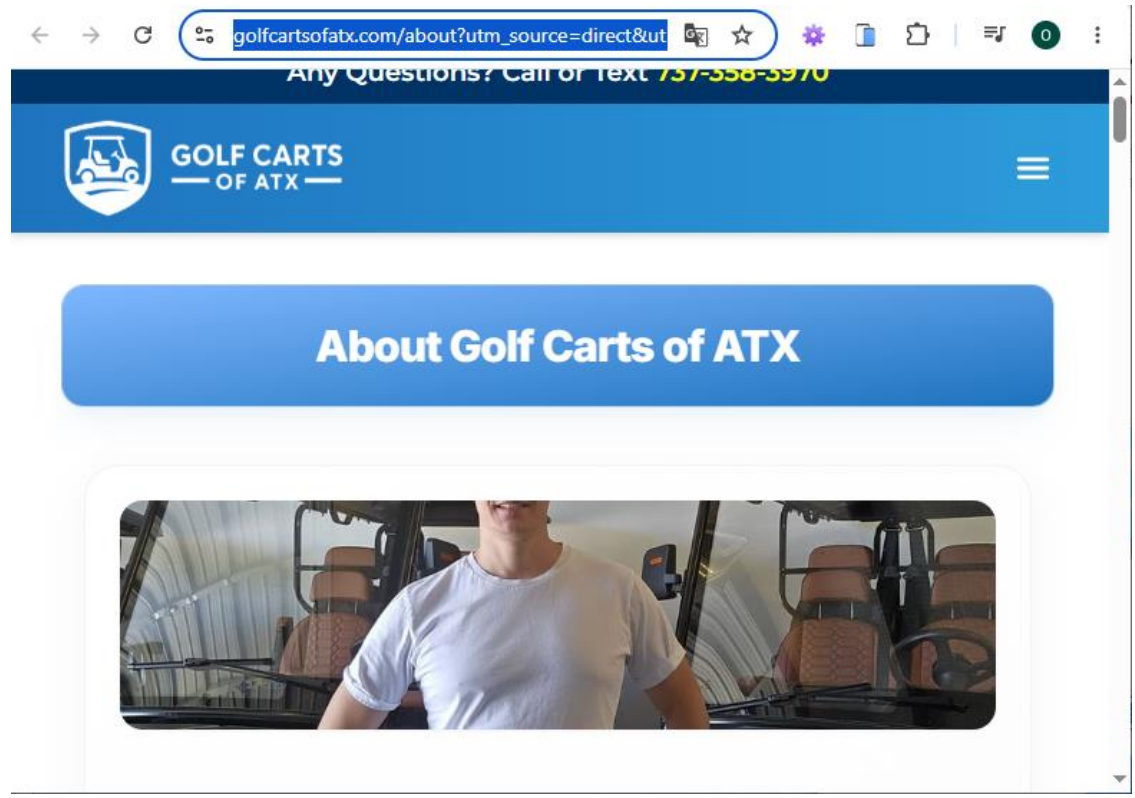
https://www.golfcartsofatx.com/about?utm_source=direct&utm_medium=direct **и страницы аксессуаров**

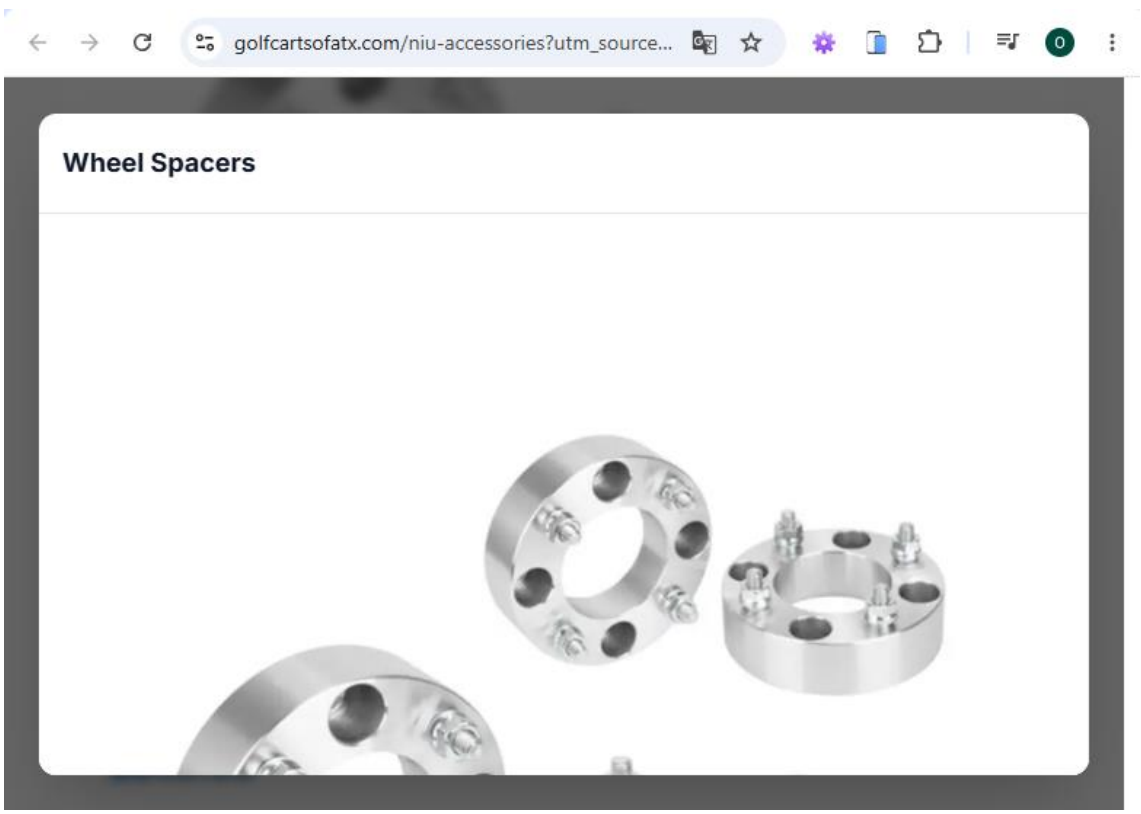
1024x768




golfcartsofatx.com/niu-accessories?utm_source=direct&utm_medium=direct
Wheel Spacers

800x600





Рекомендации

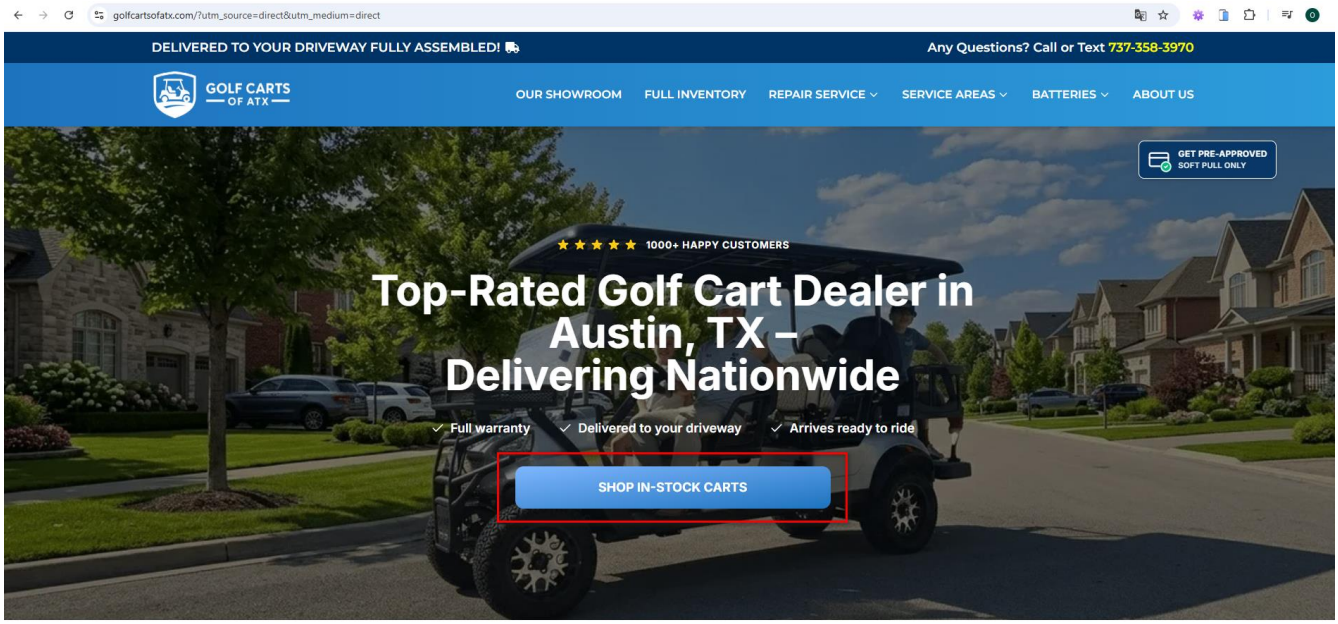
1. **Оптимизировать сайт для экранов с небольшим разрешением**

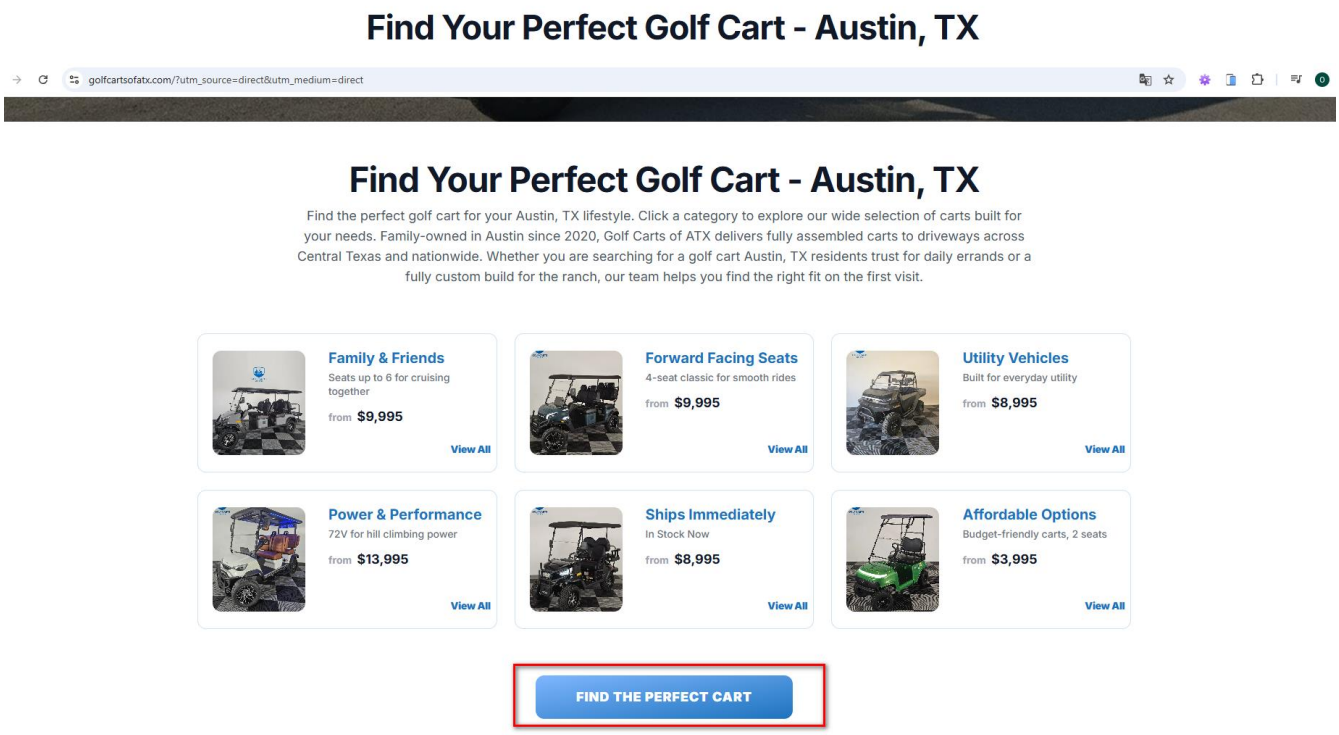
Подсвечивание кнопок при наведении курсора

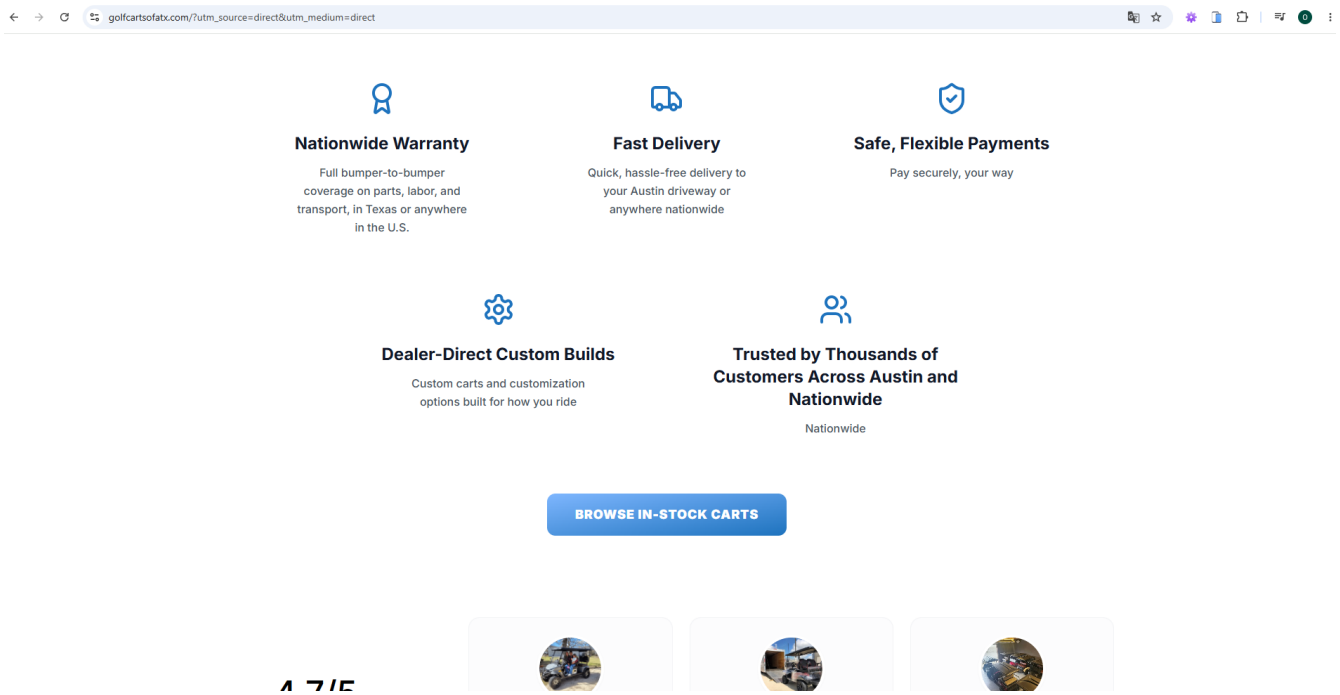
Анализ юзабилити (UX/UI) (только для десктопной версии)

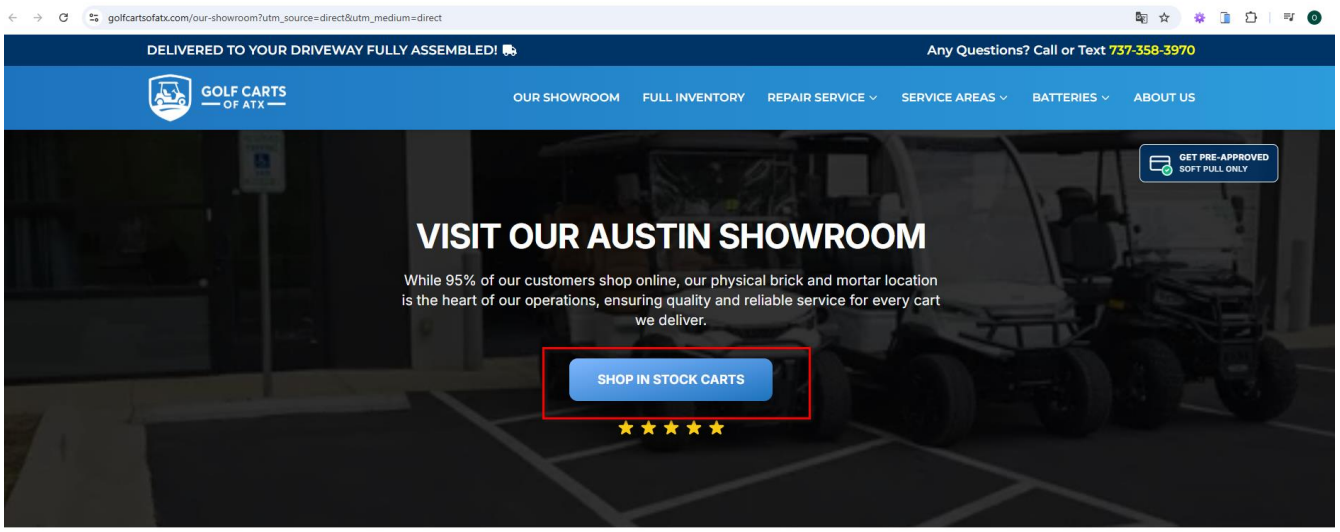
При наведении курсора подсвечиваются не все кнопки.

Десктопная версия











Рекомендации

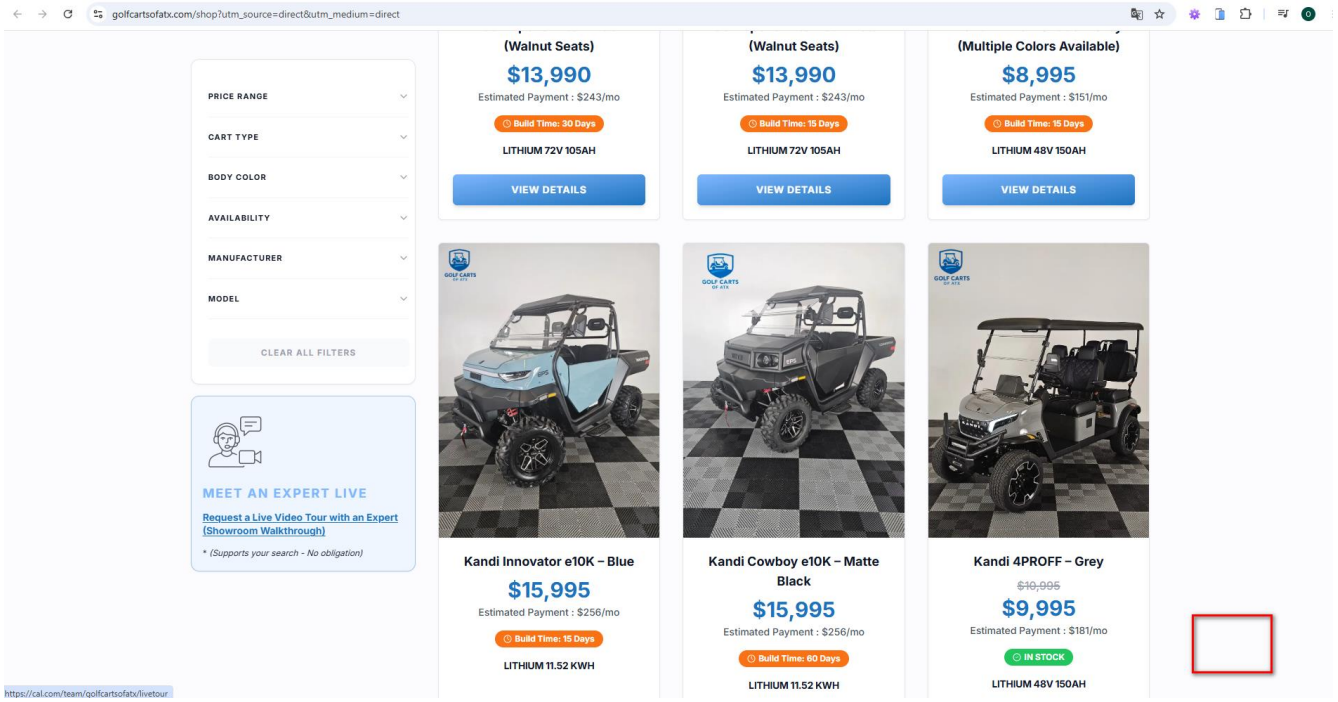
1. **Подсвечивать все кнопки при наведении курсора**

Наличие кнопки "Наверх"

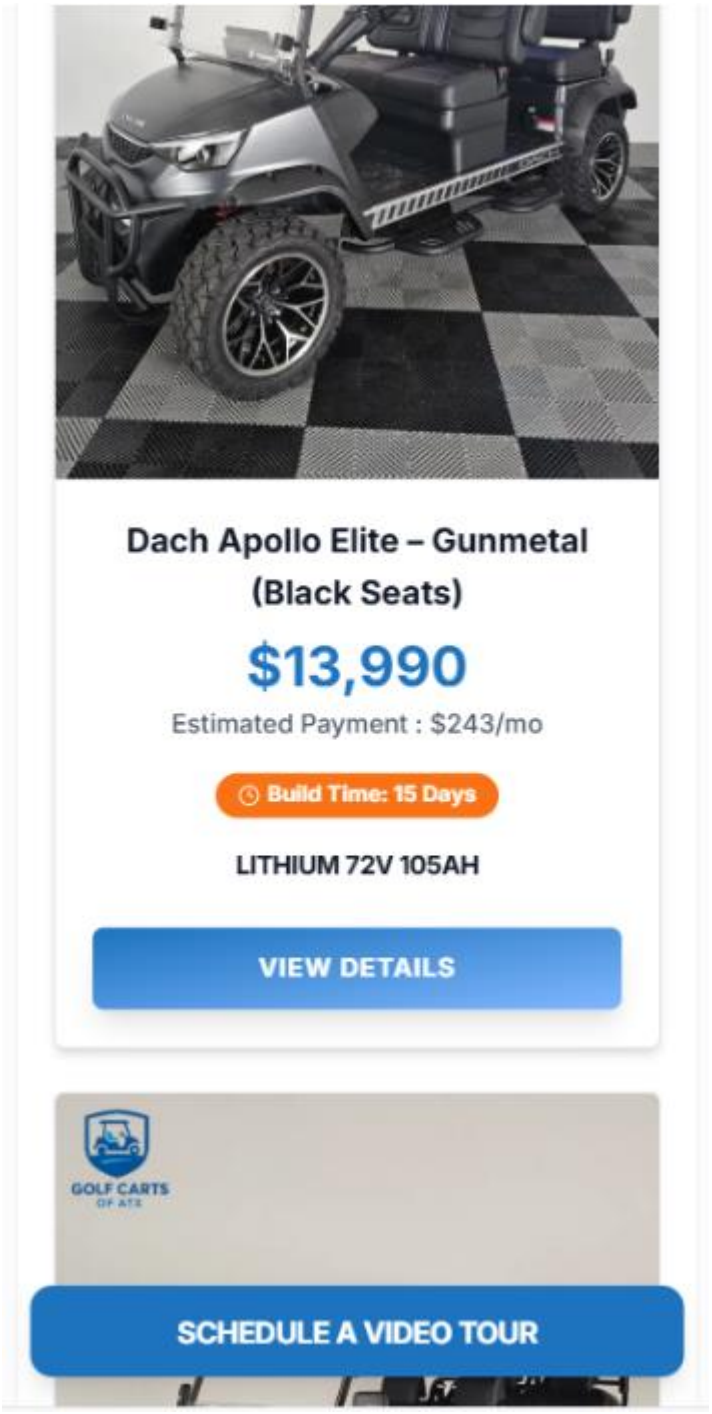
Анализ юзабилити (UX/UI) (для десктопной и мобильной версии)

На сайте нет элемента для быстрого возврата к первому экрану текущей страницы

Десктопная версия



Мобильная версия



Рекомендации

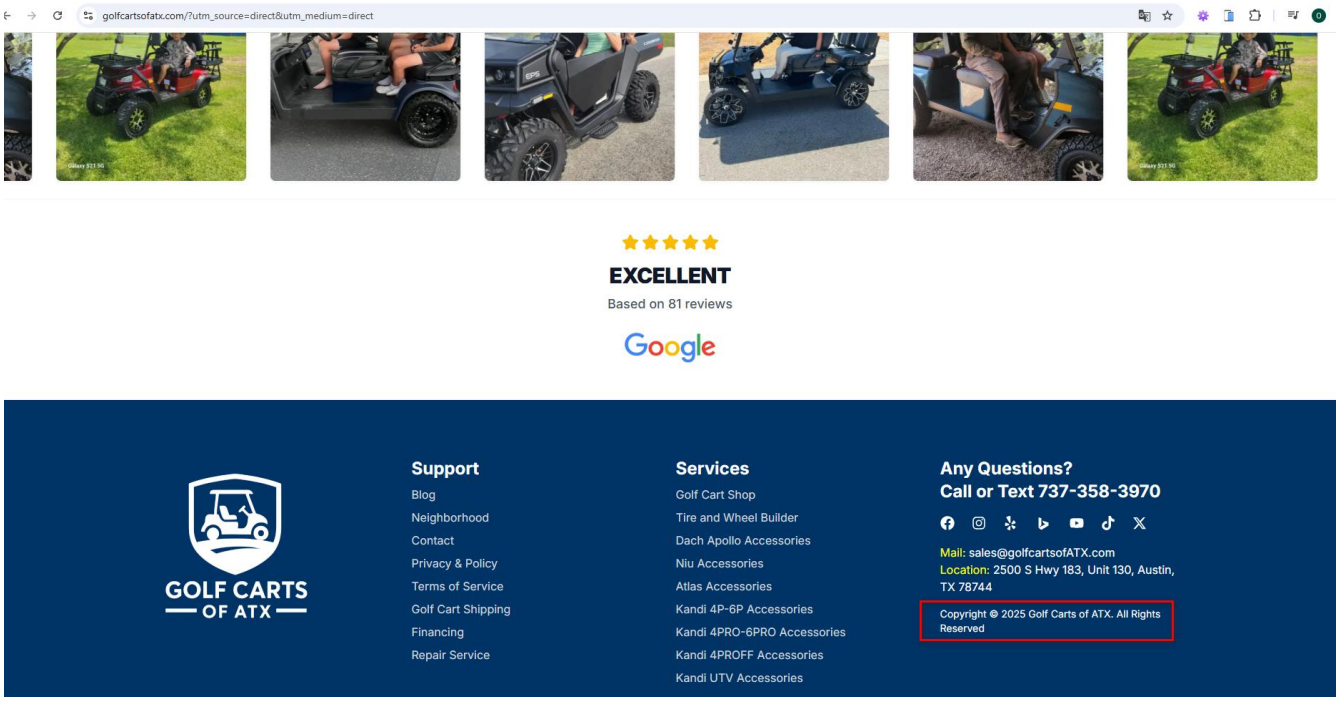
1. **Добавьте кнопку "Наверх"**
2. **Расположить кнопку в правом или левом нижнем углу**
3. **Отображать элемент после прокрутки первых двух экранов**

Анализ использования копирайта

Анализ юзабилити (UX/UI) (для десктопной и мобильной версии)

В копирайте указан неактуальный год.

Десктопная версия



Мобильная версия



Рекомендации

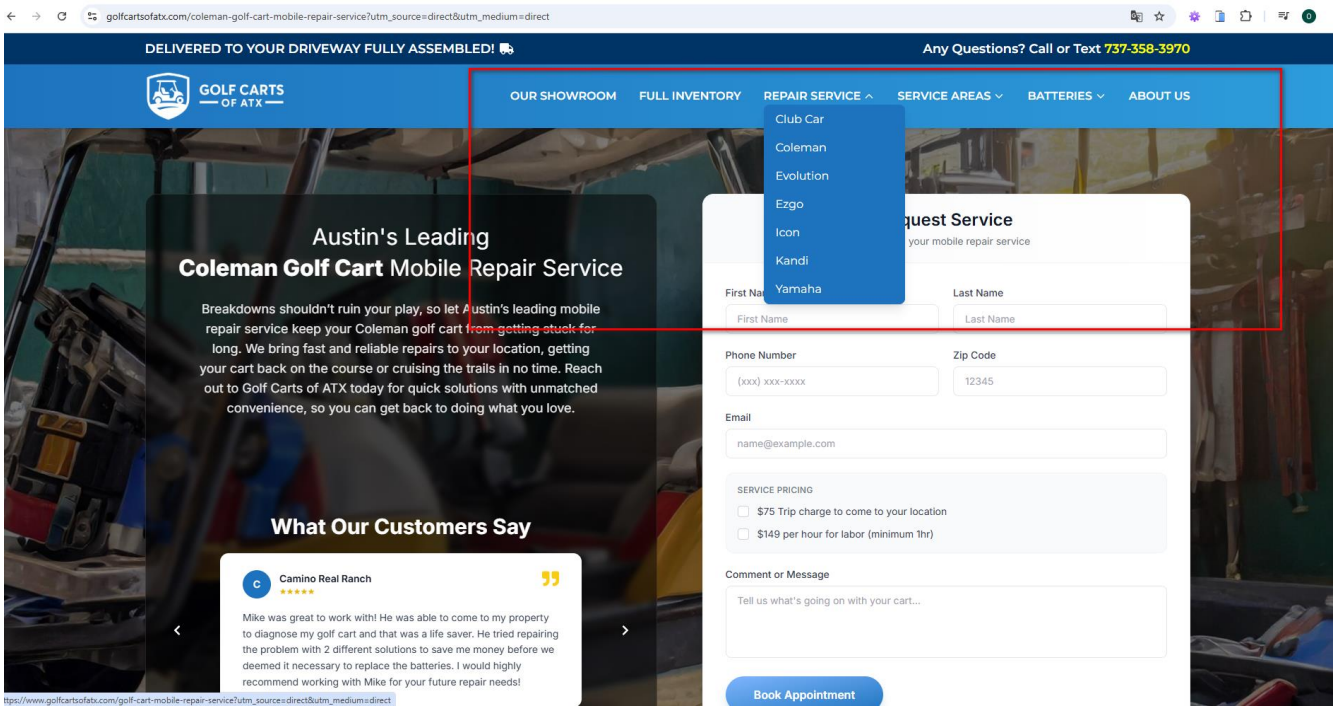
1. **Настроить динамическое формирование года в копирайте**

Выделение текущего пункт меню

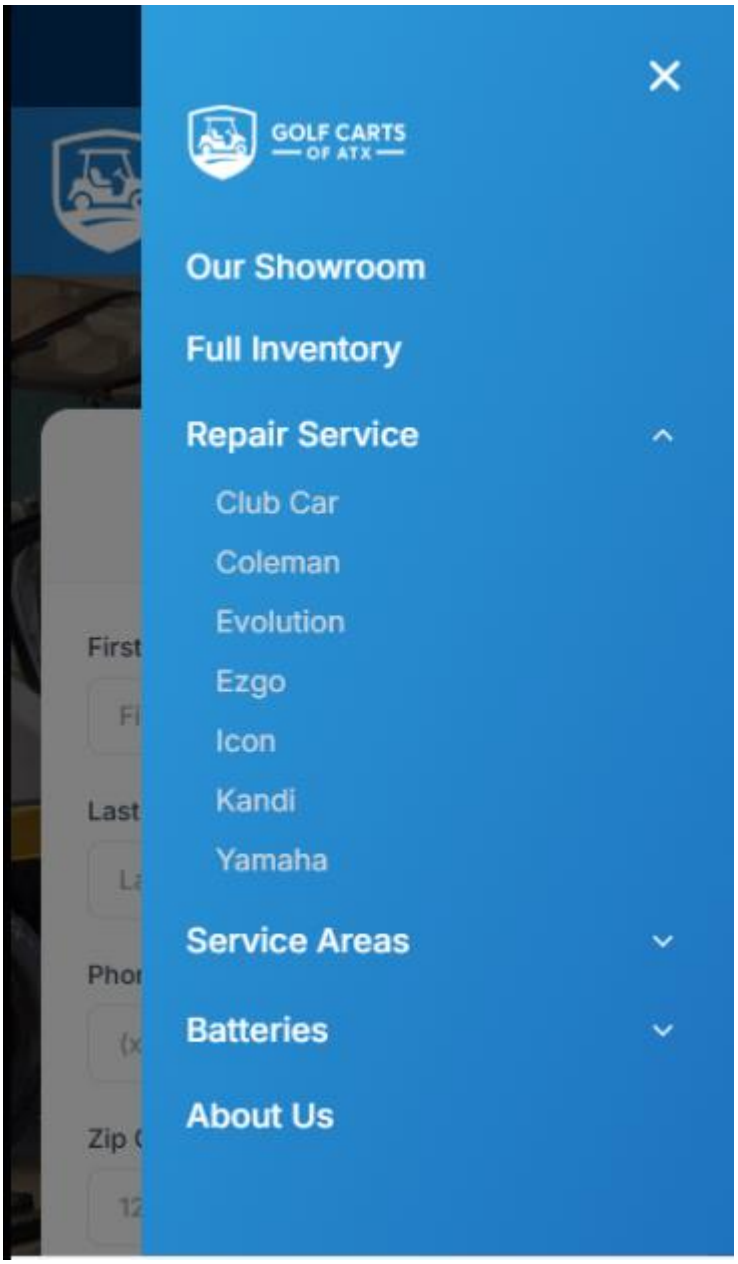
Анализ юзабилити (UX/UI) (для десктопной и мобильной версии)

Выбранный пользователем пункт меню не выделяется и остается активной ссылкой

Десктопная версия



Мобильная версия



Рекомендации

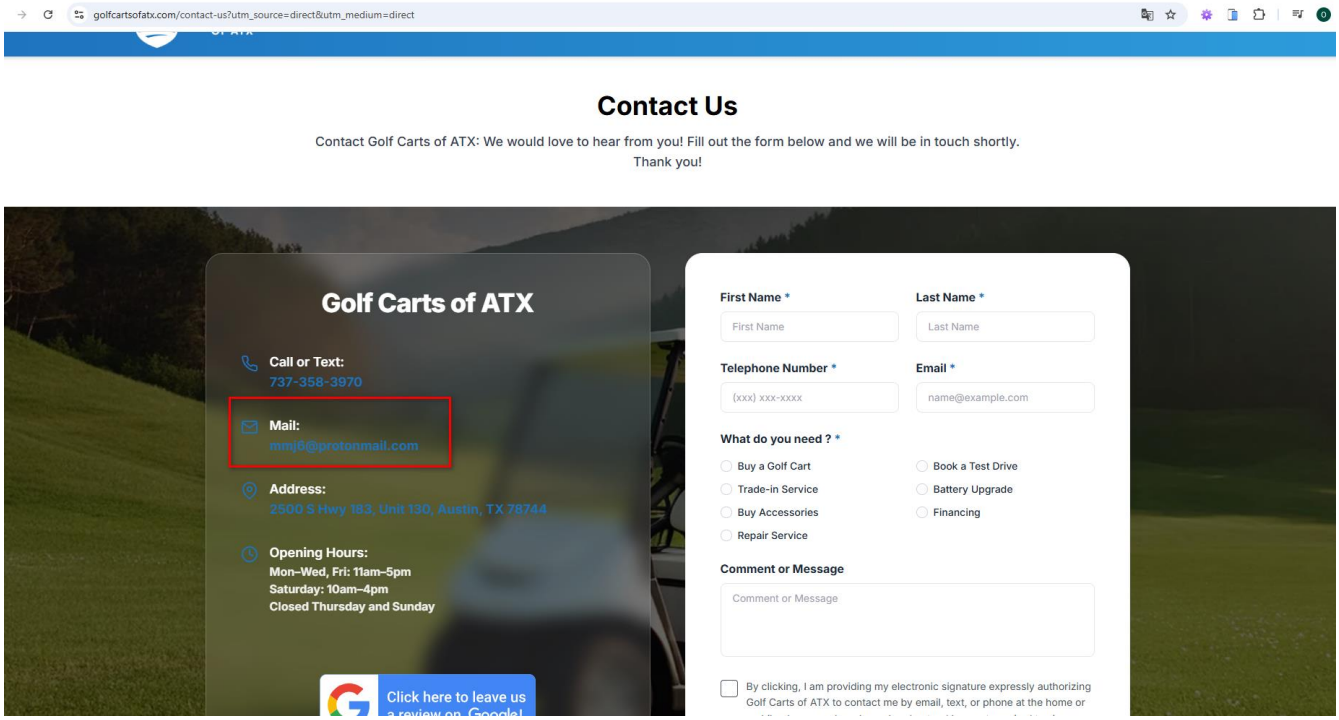
1. **Выделять цветом или иным способом текущий пункт меню, в котором находится пользователь.**
2. **Сделать текущий пункт меню, в котором находится пользователь, неактивной ссылкой.**

Использование доменного имени в адресе электронной почты

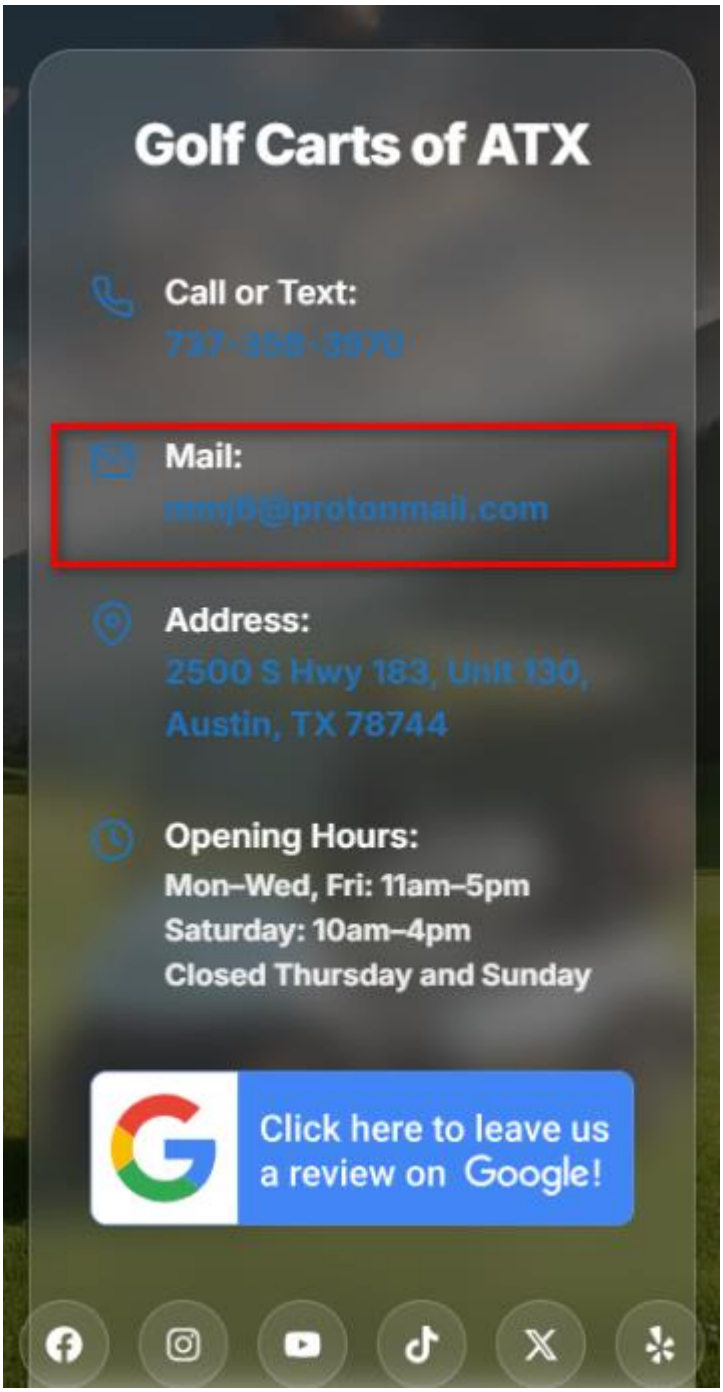
Анализ юзабилити (UX/UI) (для десктопной и мобильной версии)

Сайт не использует электронную почту на домене

Десктопная версия



Мобильная версия



Рекомендации

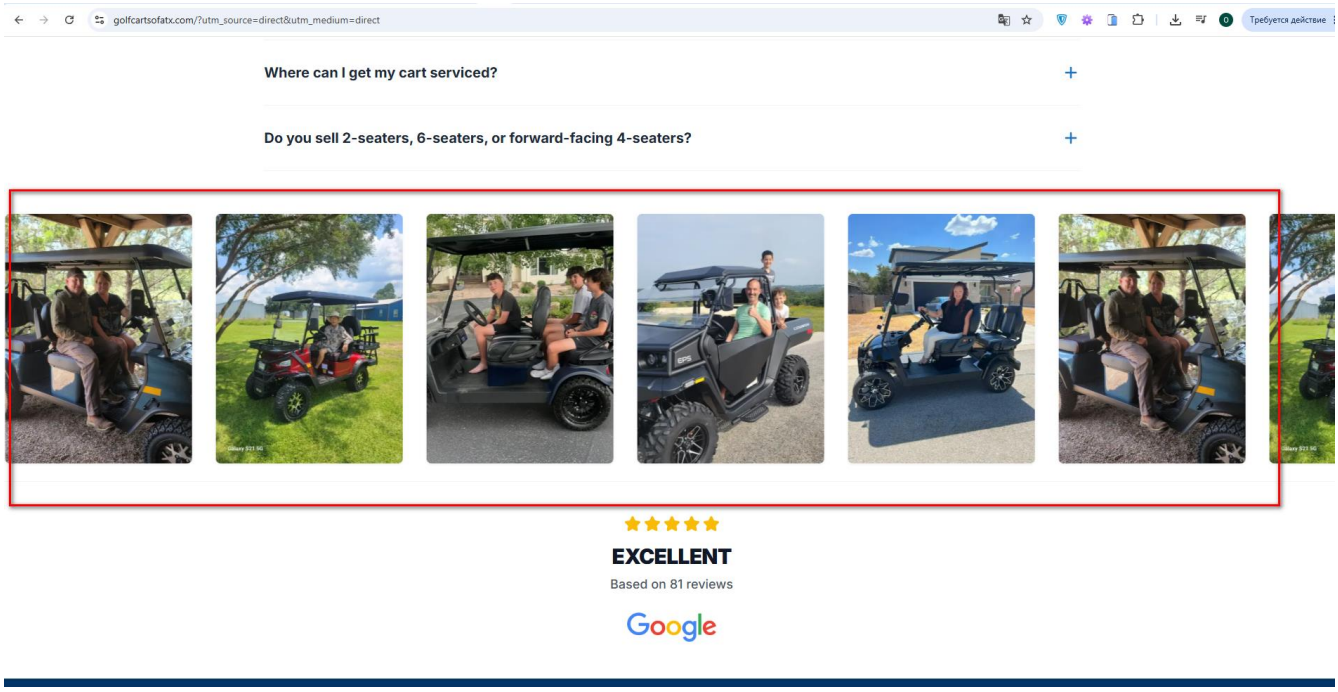
1. **Создайте электронную почту на своем домене**
2. **Для удобства привяжите почту на домене к одному из популярных почтовых сервисов**

Главная страница. Блок с изображением

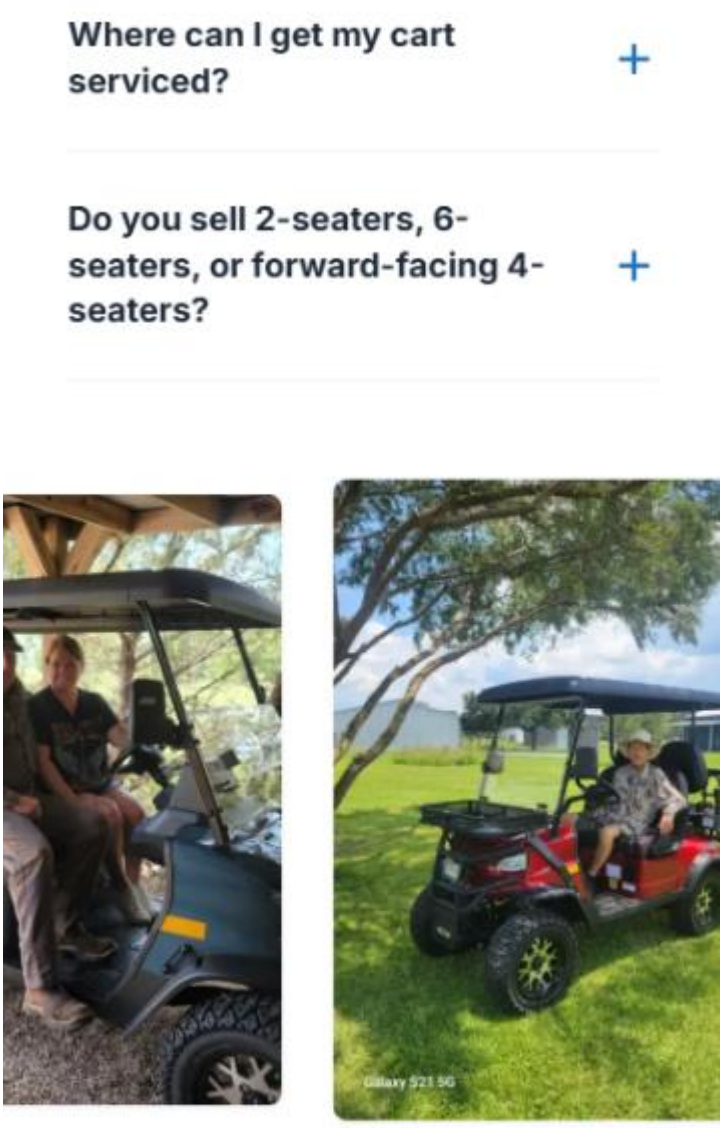
Анализ юзабилити (UX/UI) (для десктопной и мобильной версии)

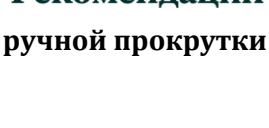
Изображения прокручиваются автоматически, но элементов для ручной прокрутки изображений нет — то же самое наблюдается и на других страницах.

Десктопная версия



Мобильная версия







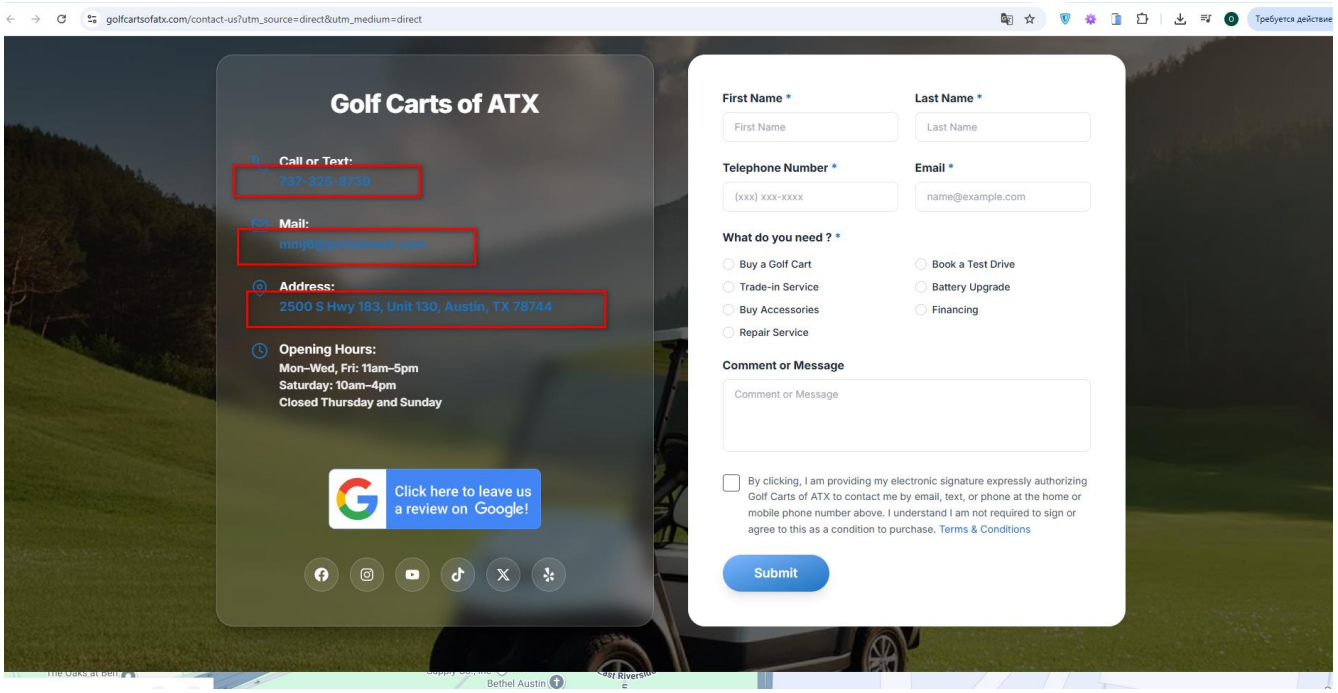
1. **Добавьте элементы для ручной прокрутки изображений**

Страница "Contact"

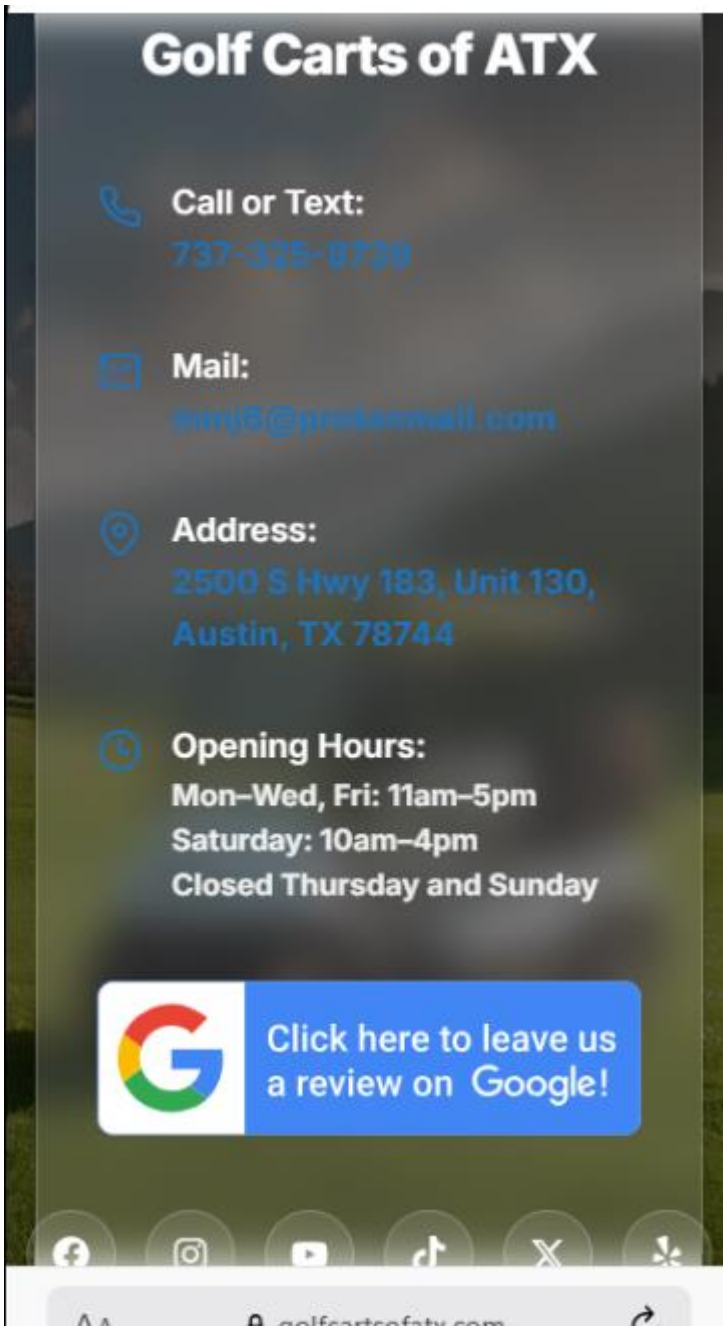
Анализ юзабилити (UX/UI) (для десктопной и мобильной версии)

На странице элементы формы сливаются с фоном

<u>Десктопная версия</u>



Мобильная версия



Рекомендации

1. **Изменить цвет элементов формы или изменить цвет фона**

Футер сайта

Анализ юзабилити (UX/UI) (только для мобильной версии)

Футер сайта слишком большой

Мобильная версия



Рекомендации

1. **Уменьшить высоту футера.**
2. **Ссылки на основные разделы расположить в несколько колонок.**

Анализ конверсионных элементов

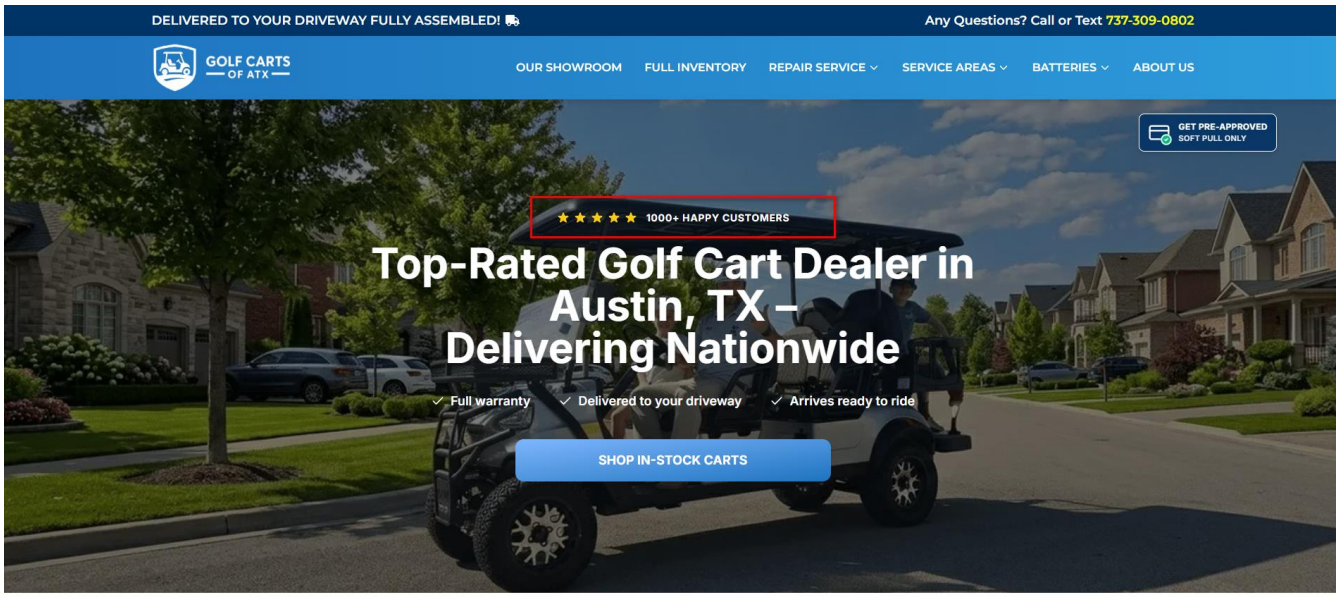


Главная страница. Первый экран. Информация об отзывах

Анализ конверсионных элементов (только для десктопной версии)

Элемент с отзывами практически незаметен

Десктопная версия



Find Your Perfect Golf Cart - Austin, TX

Рекомендации

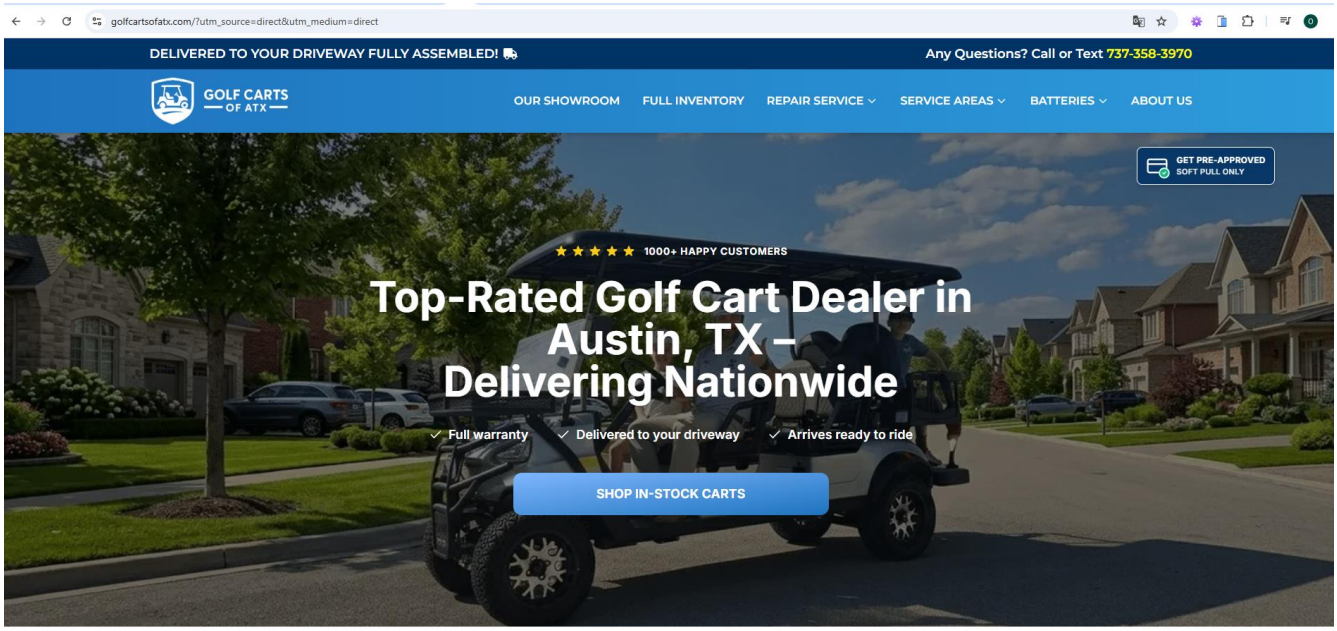
1. **Увеличить размер элемента с отзывами**

Функционал онлайн-консультанта

Анализ конверсионных элементов (для десктопной и мобильной версии)

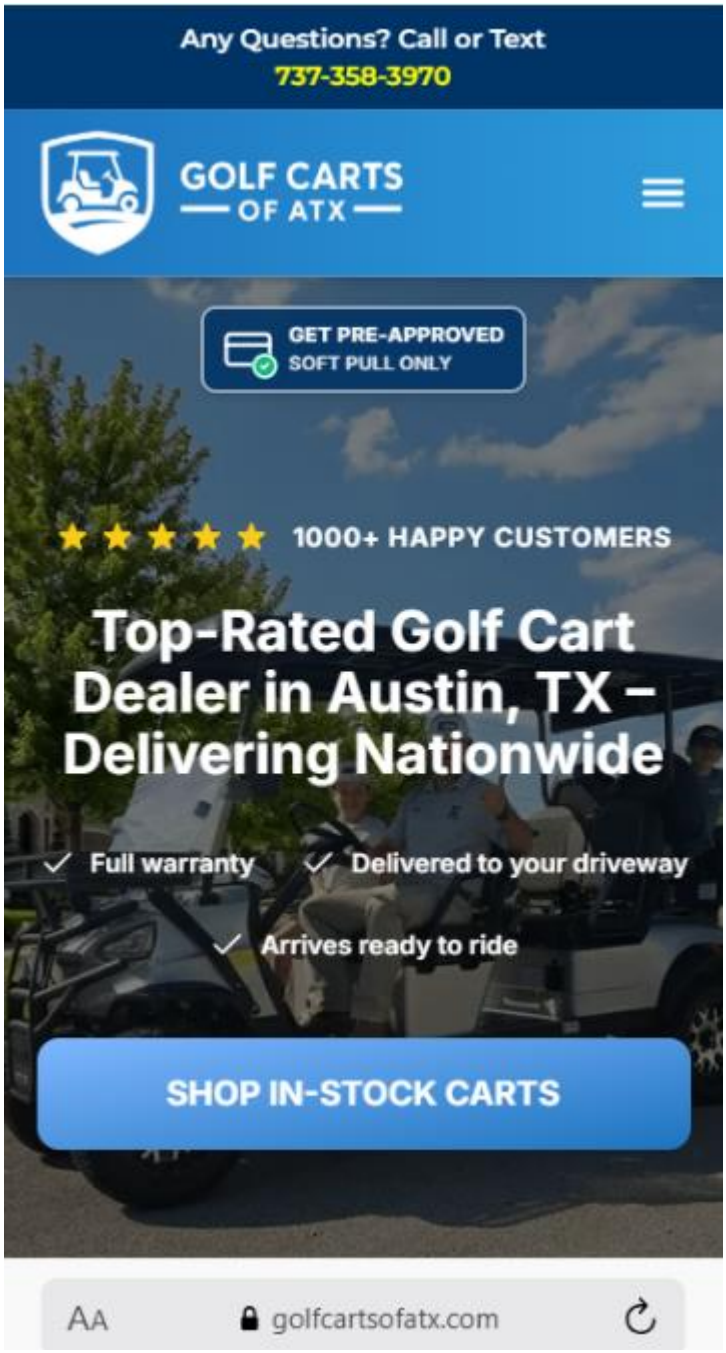
На сайте нет функционала онлайн-консультанта (с возможностью перехода в мессенджер)

Десктопная версия



Find Your Perfect Golf Cart - Austin, TX

Мобильная версия



Рекомендации

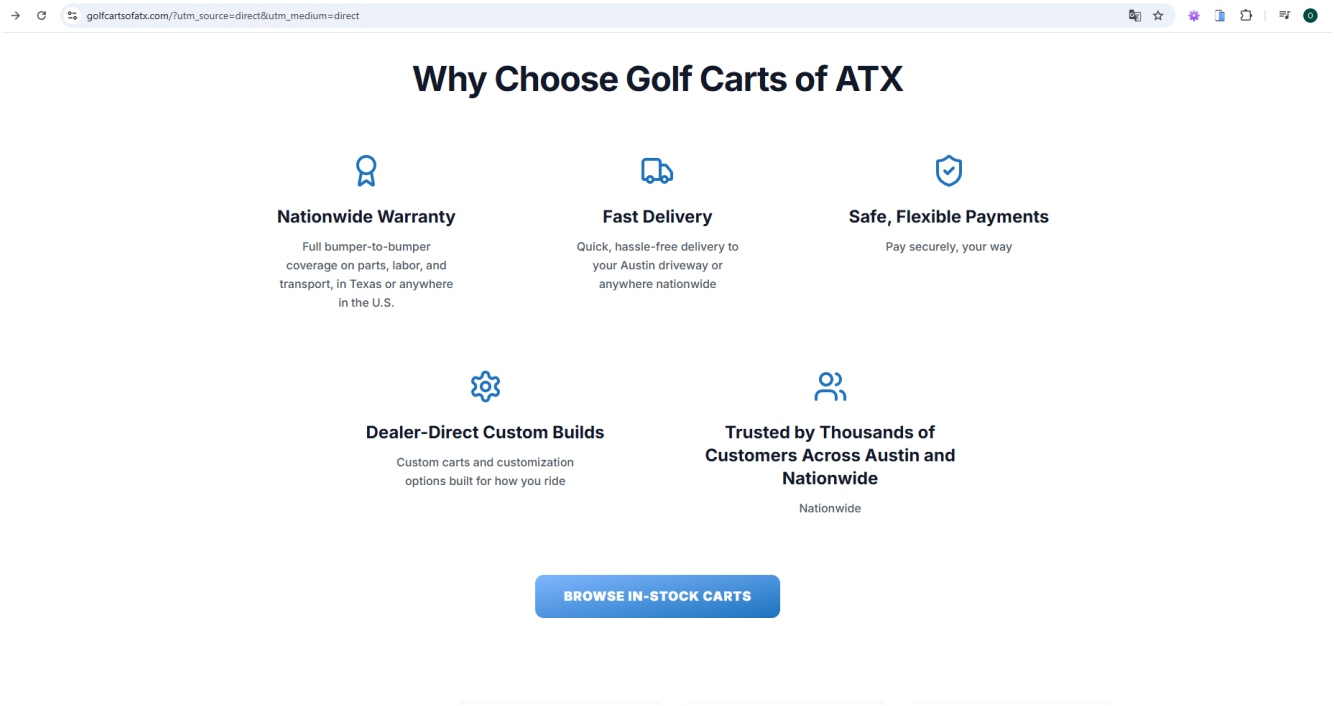
1. **Добавить на сайт функционал онлайн-консультанта с возможностью перехода в мессенджер.**

Главная страница. Блок с преимуществами

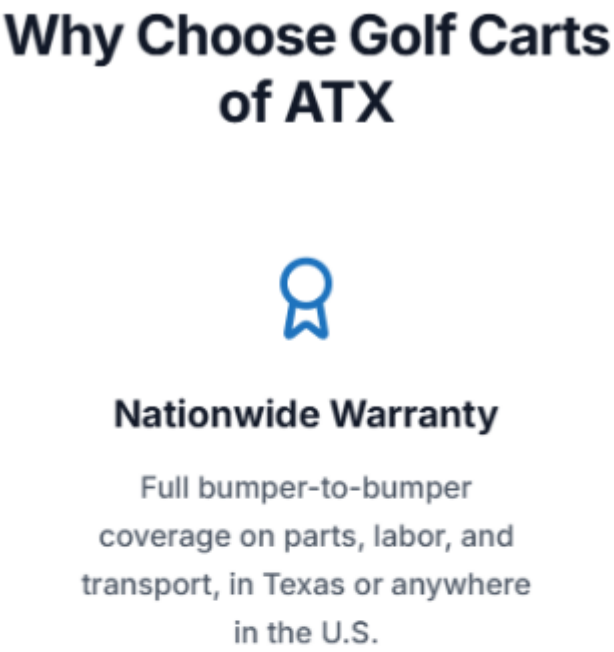
Анализ конверсионных элементов (для десктопной и мобильной версии)

Блок с преимуществами находится слишком далеко от первого экрана и занимает слишком много места

Десктопная версия



Мобильная версия



Рекомендации

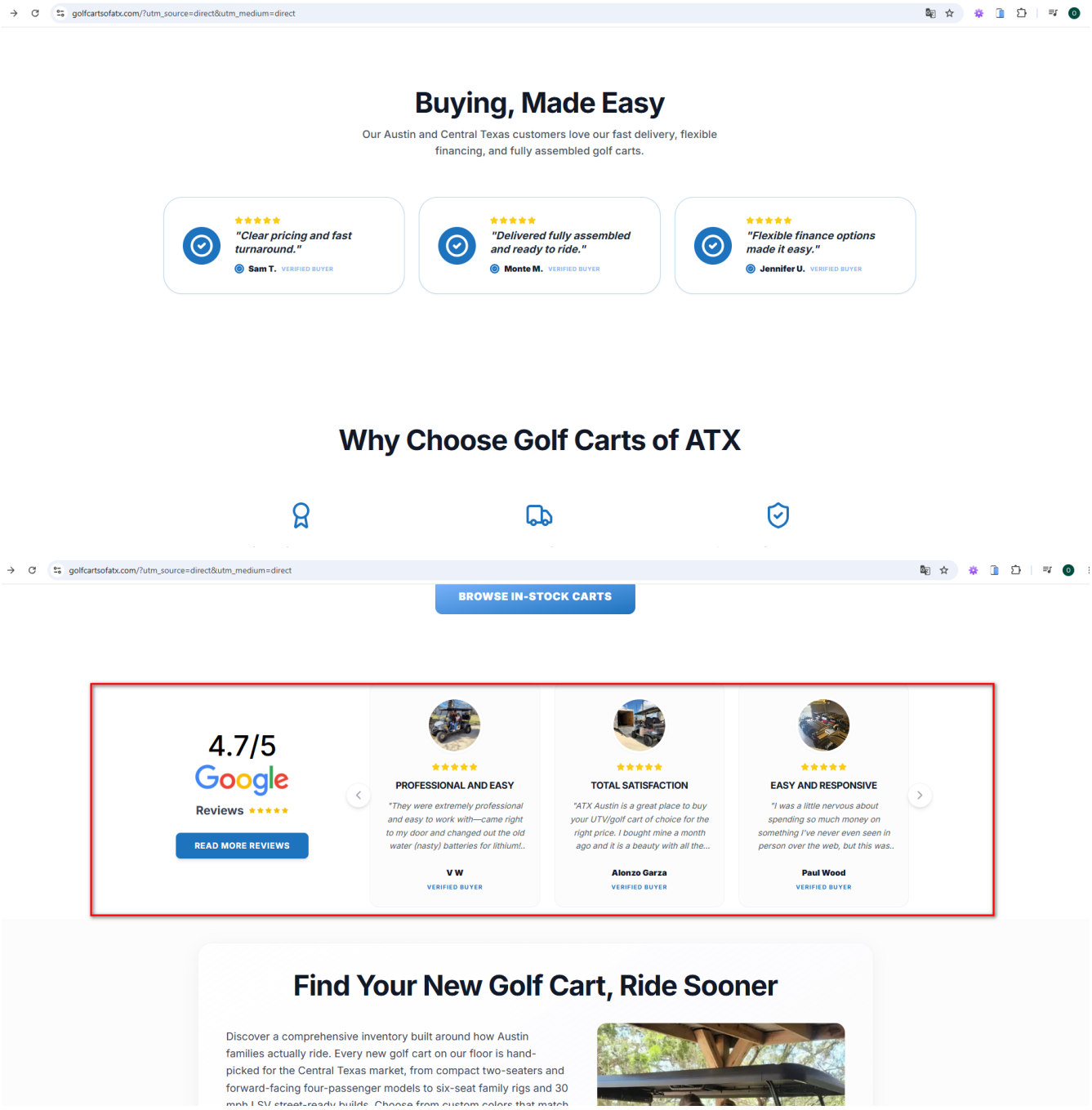
1. **Реализовать блок в виде небольшого горизонтального блока с инфографикой (иконки с текстом).**
2. **Сократить высоту блока.**
3. **Итоговая структура расположения блоков указана в аудите ниже.**

Главная страница. Блок с отзывы

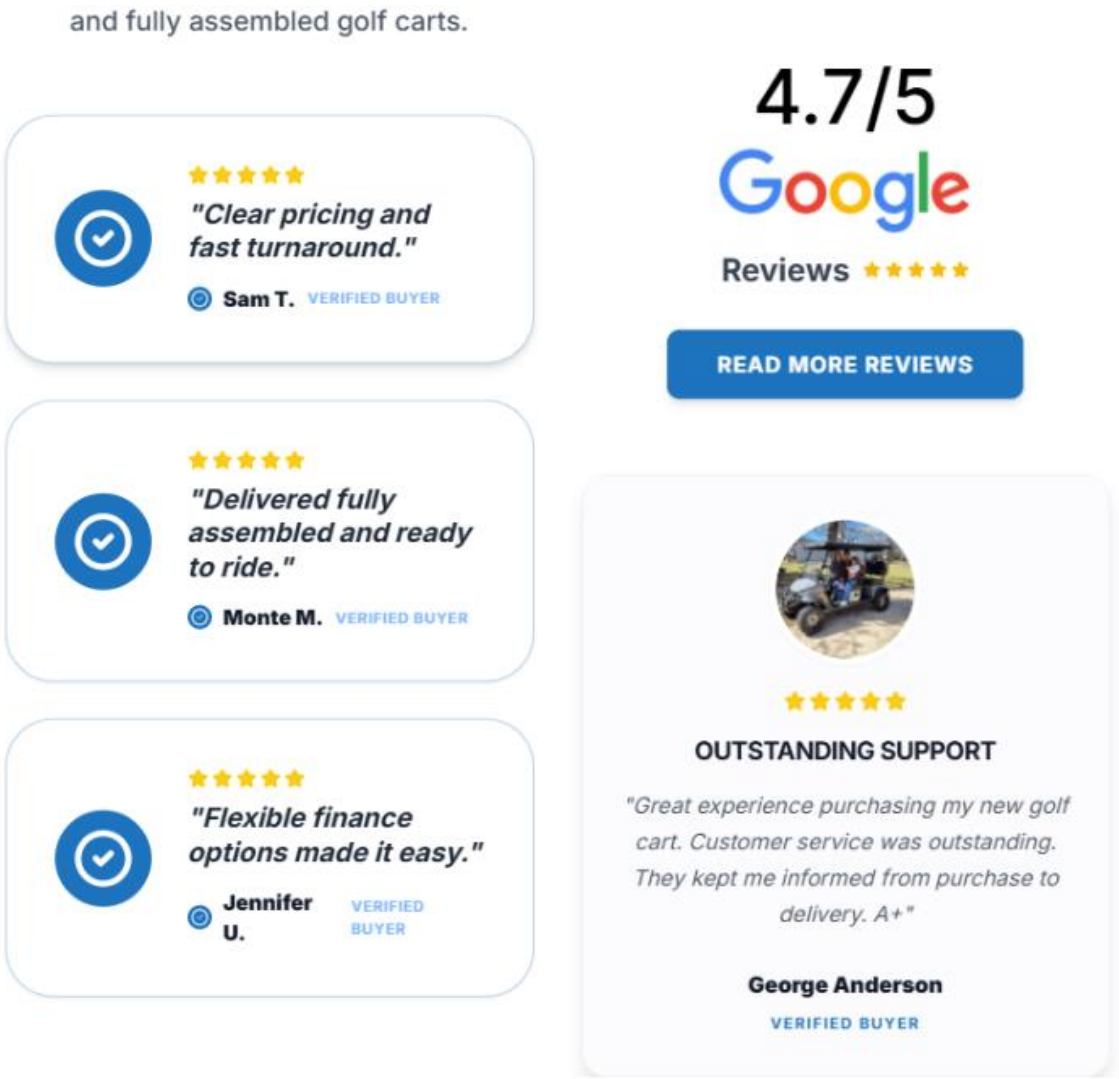
Анализ конверсионных элементов (для десктопной и мобильной версии)

Блок с отзывами находится не на своем месте, кроме этого блоков с отзывами несколько.

Десктопная версия



Мобильная версия



Рекомендации

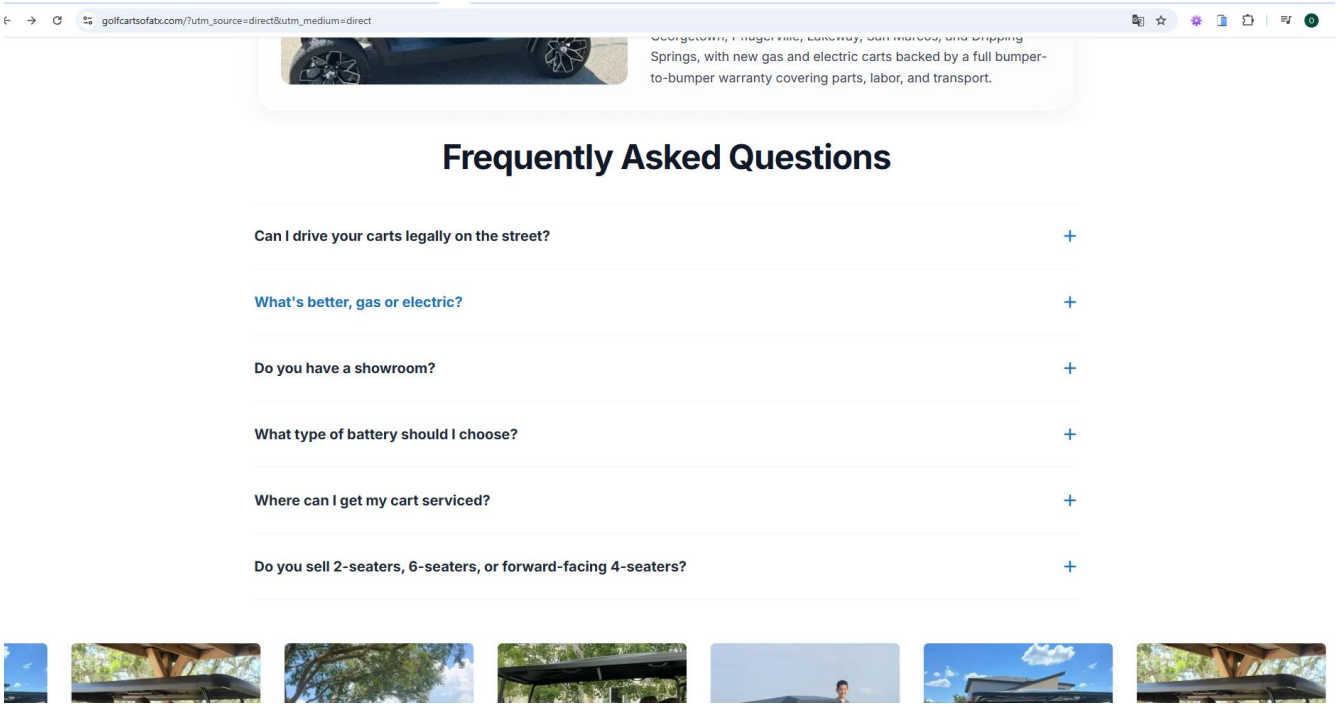
1. **Использовать один блок с отзывами**
2. **Расположить отзывы выше**
3. **Итоговая структура расположения блоков указана в аудите ниже**

Главная страница. Блок "Frequently Asked Questions"

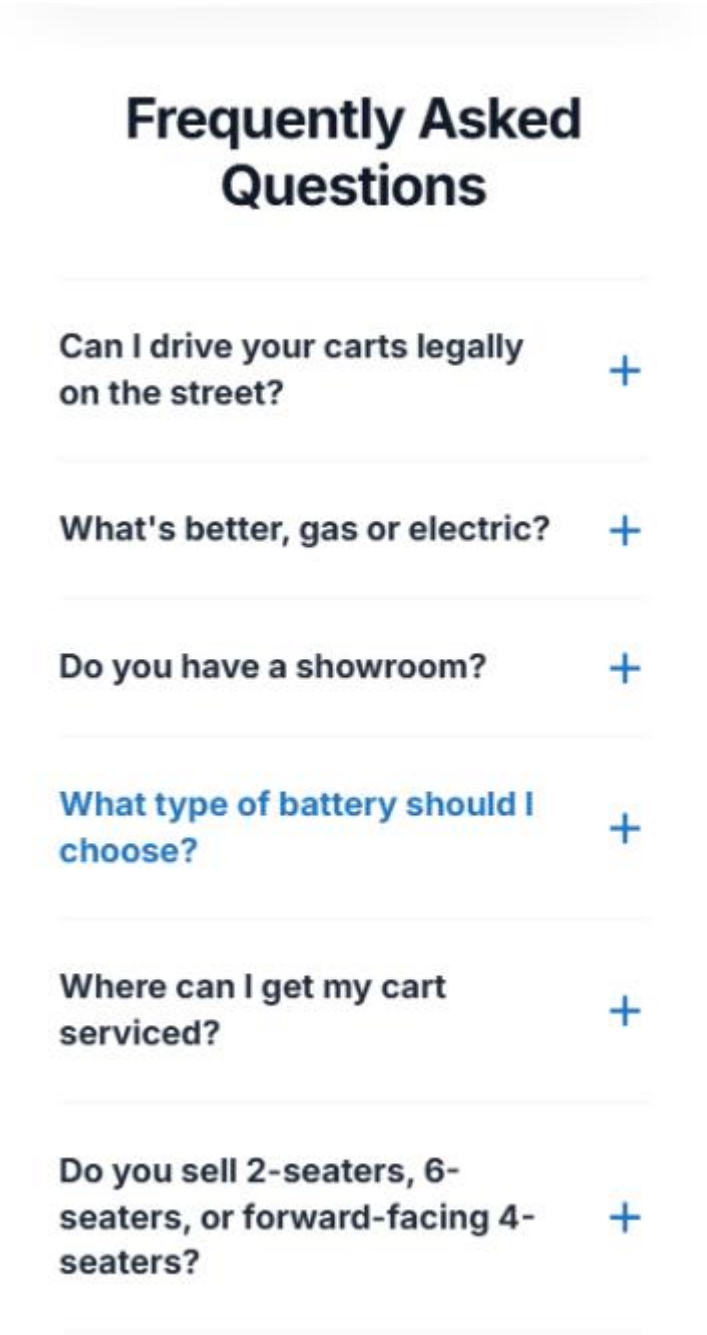
Анализ конверсионных элементов (для десктопной и мобильной версии)

В блоке отсутствует кнопка "Do you have any questions?".

Десктопная версия



Мобильная версия



Рекомендации

1. **Добавить кнопку "Do you have any questions?".**
2. **При нажатии на кнопку отображать всплывающее окно с формой для заполнения.**

Главная страница. Итоговая структура

Анализ конверсионных элементов (для десктопной и мобильной версии)



Рекомендуемая структура главной страницы:

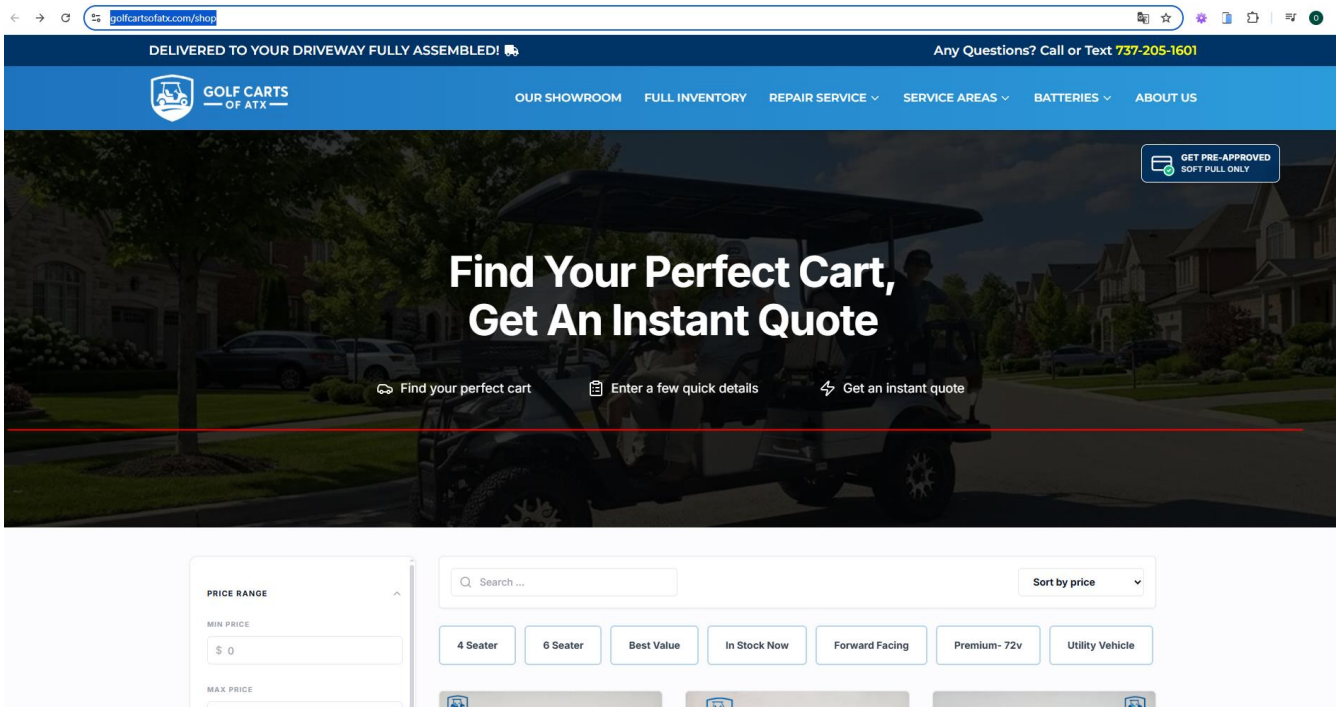
1. **Текущий первый экран**
2. **Блок с преимуществами**
3. **Блок "Find Your Perfect Golf Cart - Austin, TX"**
4. **Блок "Limited-Time Deals"**
5. **Блок с отзывами**
6. **Блок "Find Your New Golf Cart, Ride Sooner"**
7. **Блок "Live Video Tour with a Golf Cart / UTV Expert"**
8. **Блок "Frequently Asked Questions"**

Страницы категорий. Первый экран

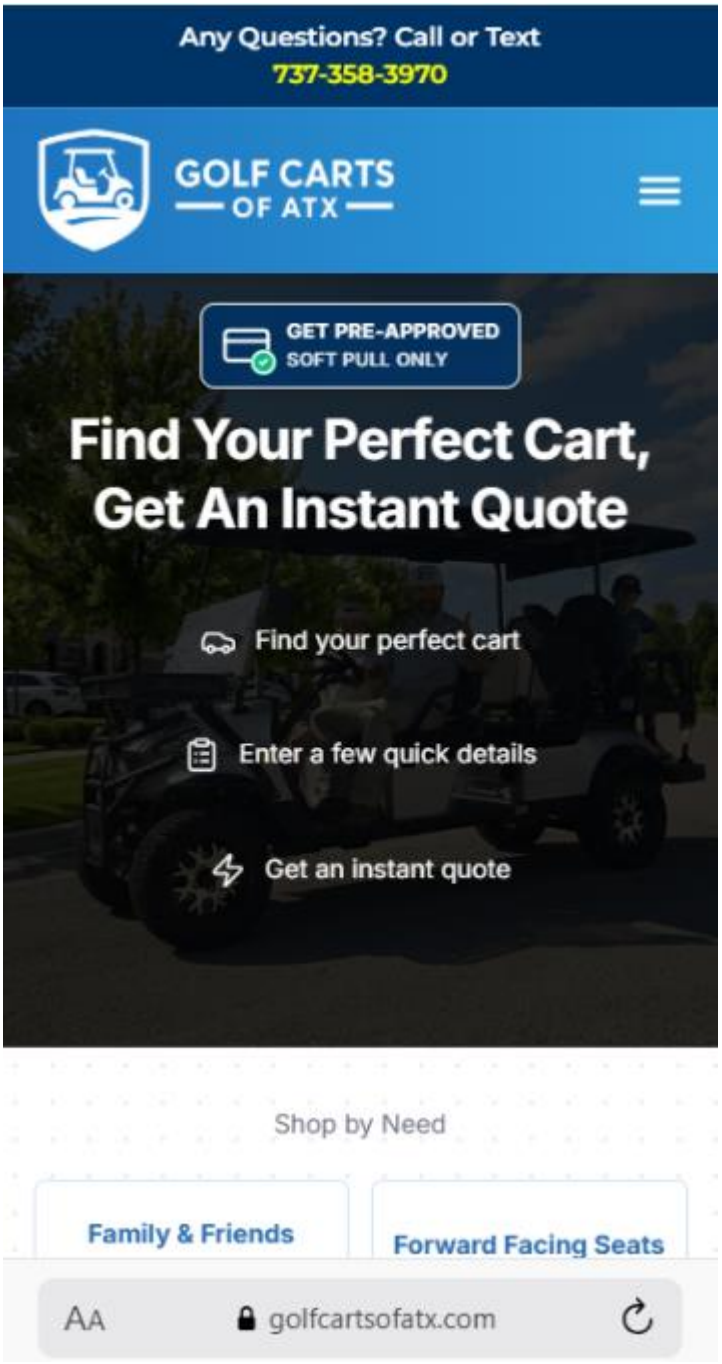
Анализ конверсионных элементов (для десктопной и мобильной версии)

Текст в первом экране занимает слишком много места, карточки товаров расположены далеко от первого экрана

Десктопная версия



Мобильная версия



Рекомендации

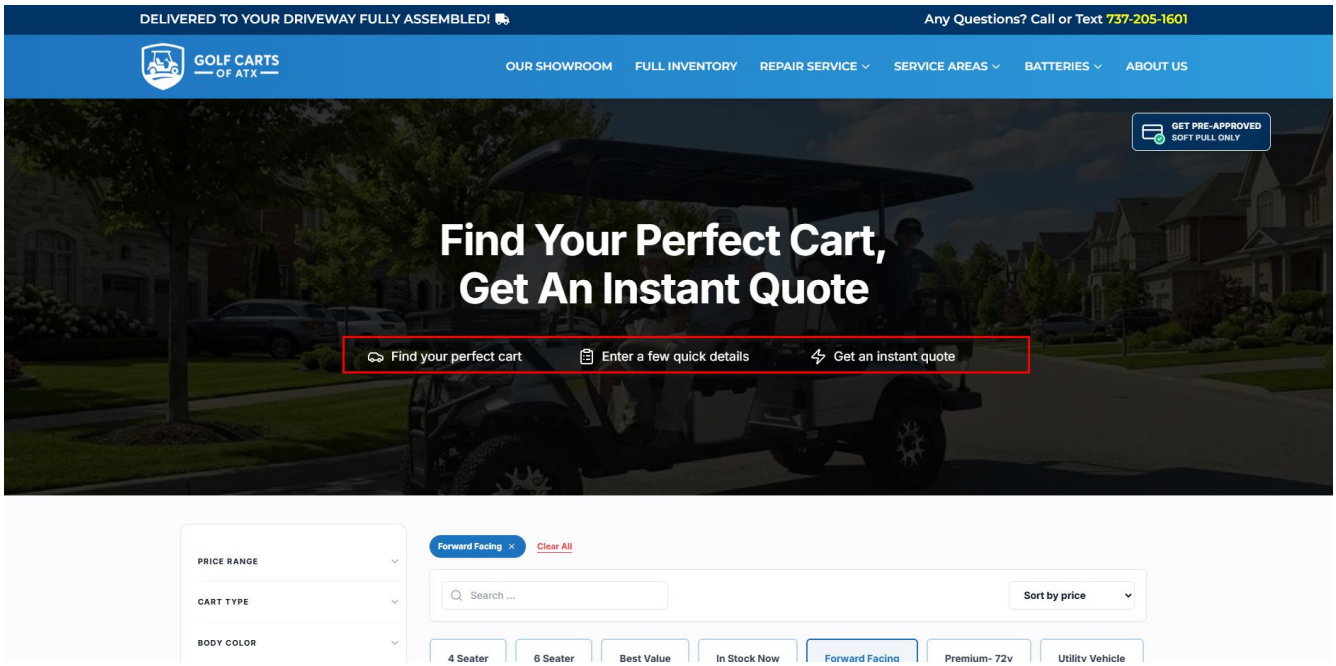
1. **Сократить высоту блока с названием категории**

Страницы категорий. Первый экран. Кликабельные элементы

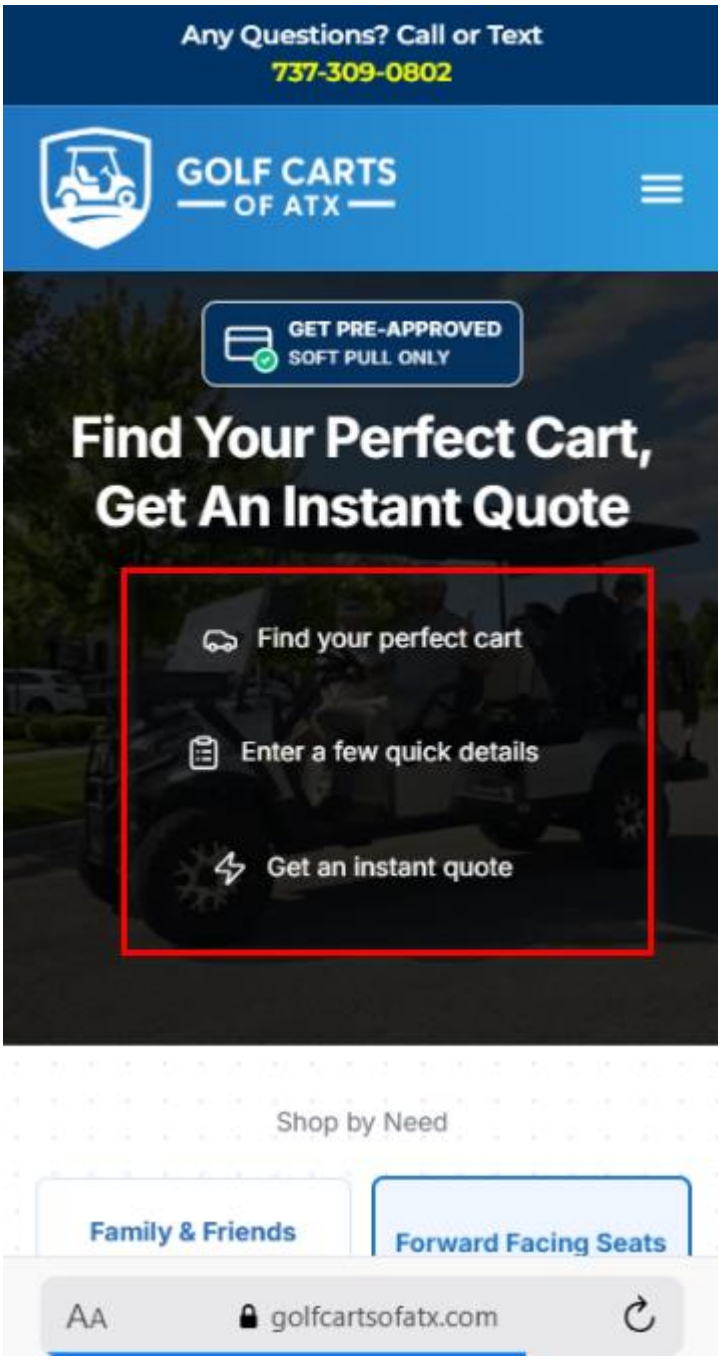
Анализ конверсионных элементов (для десктопной и мобильной версии)

В первом экране трудно понять, что элементы кликабельные, при этом корректно работает только один из них.

Десктопная версия



Мобильная версия



Рекомендации

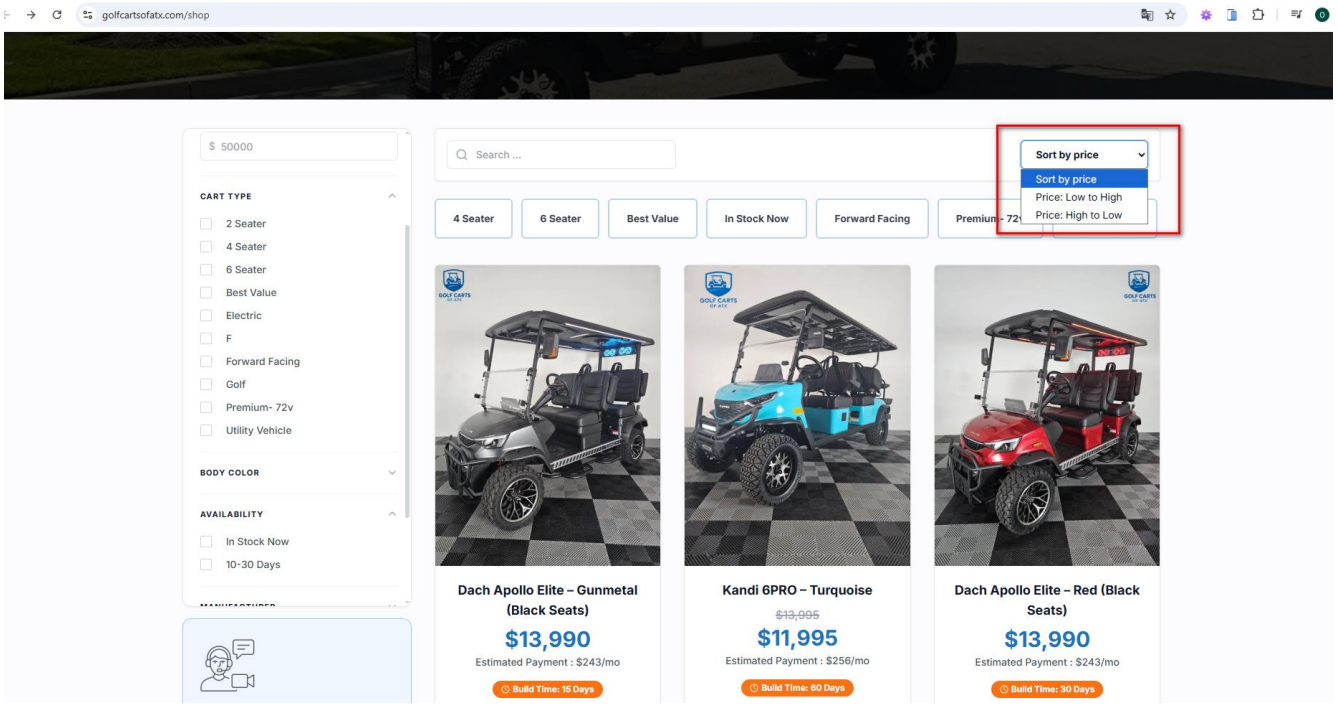
1. **Исправить работу элементов.**
2. **Выделить элементы цветом или используйте маленькие кнопки, чтобы было понятно, что это кликабельные элементы.**

Страницы категорий. Сортировки

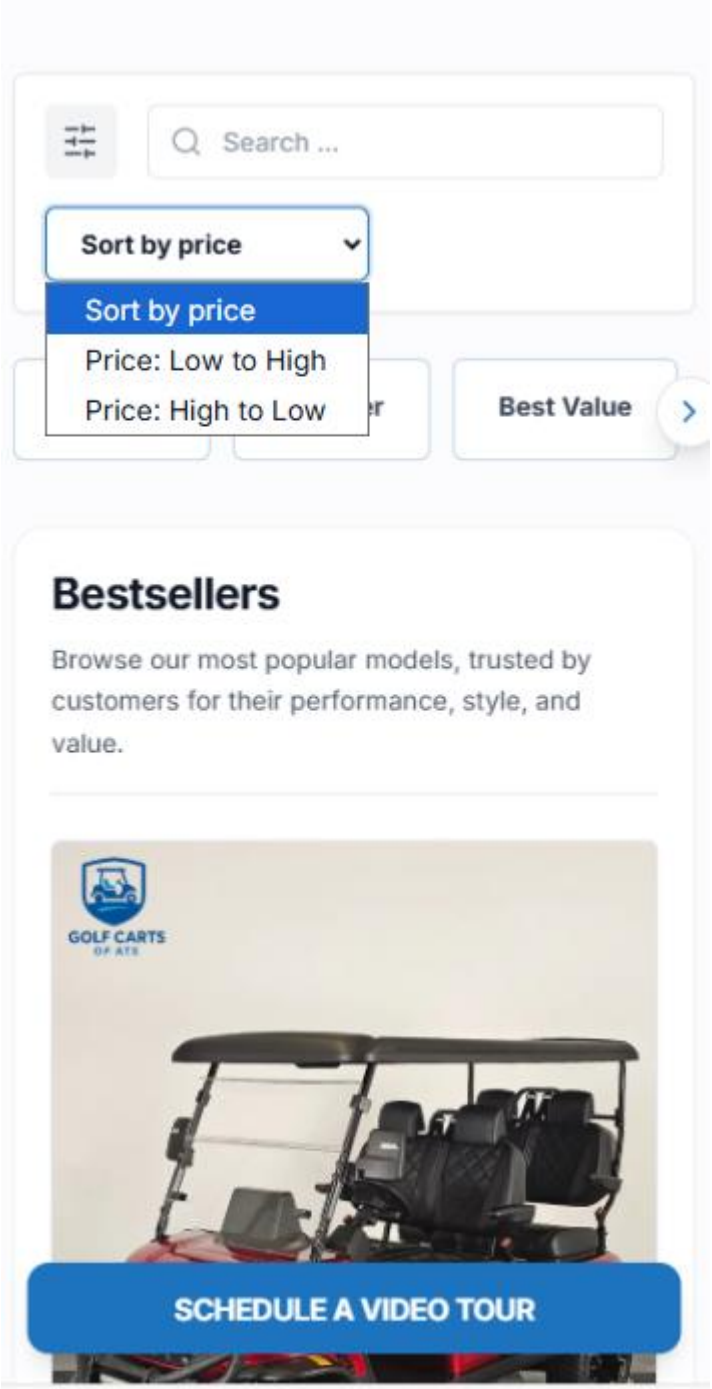
Анализ конверсионных элементов (для десктопной и мобильной версии)

На страницах категорий присутствуют только сортировки по цене.

Десктопная версия



Мобильная версия



Рекомендации

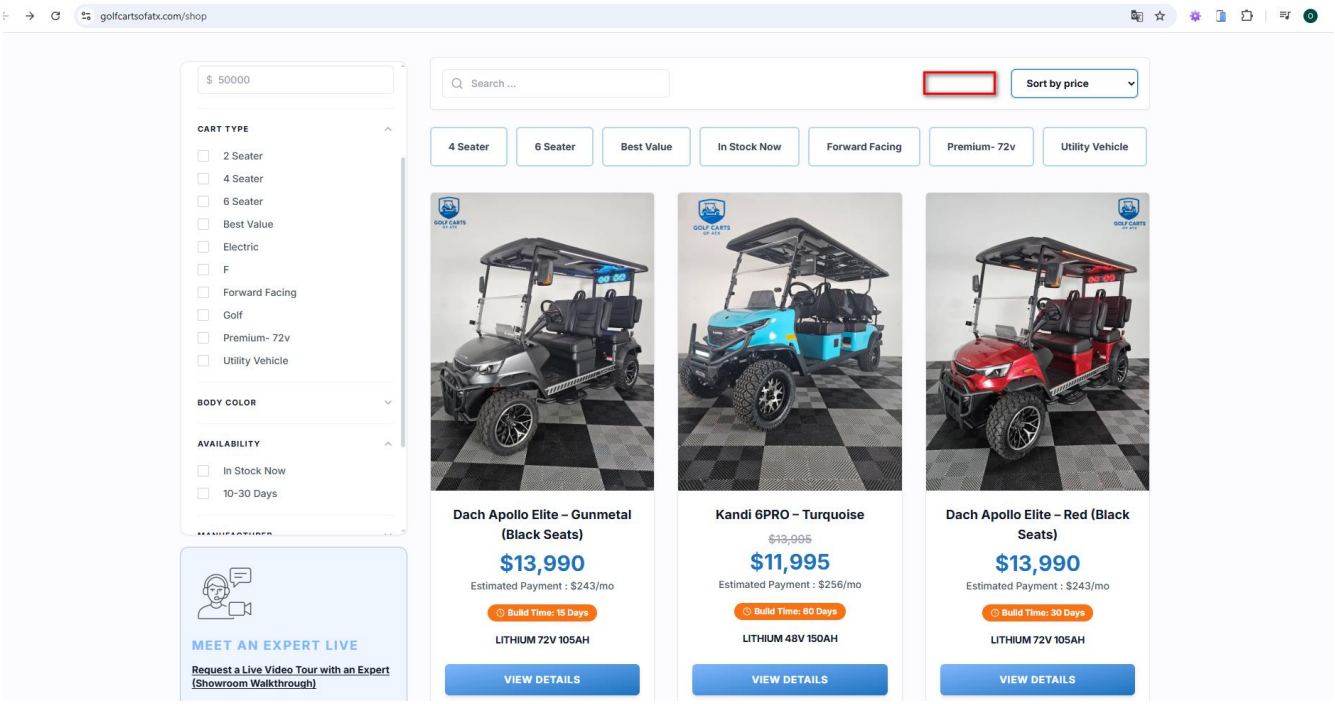
1. **Добавить сортировки:**
   - **Хиты продаж**
   - **Лучшее соотношение цены и качества**
   - **Самые популярные**
   - **Рекомендуемые**

Страницы категорий. Отображение количества товаров на странице

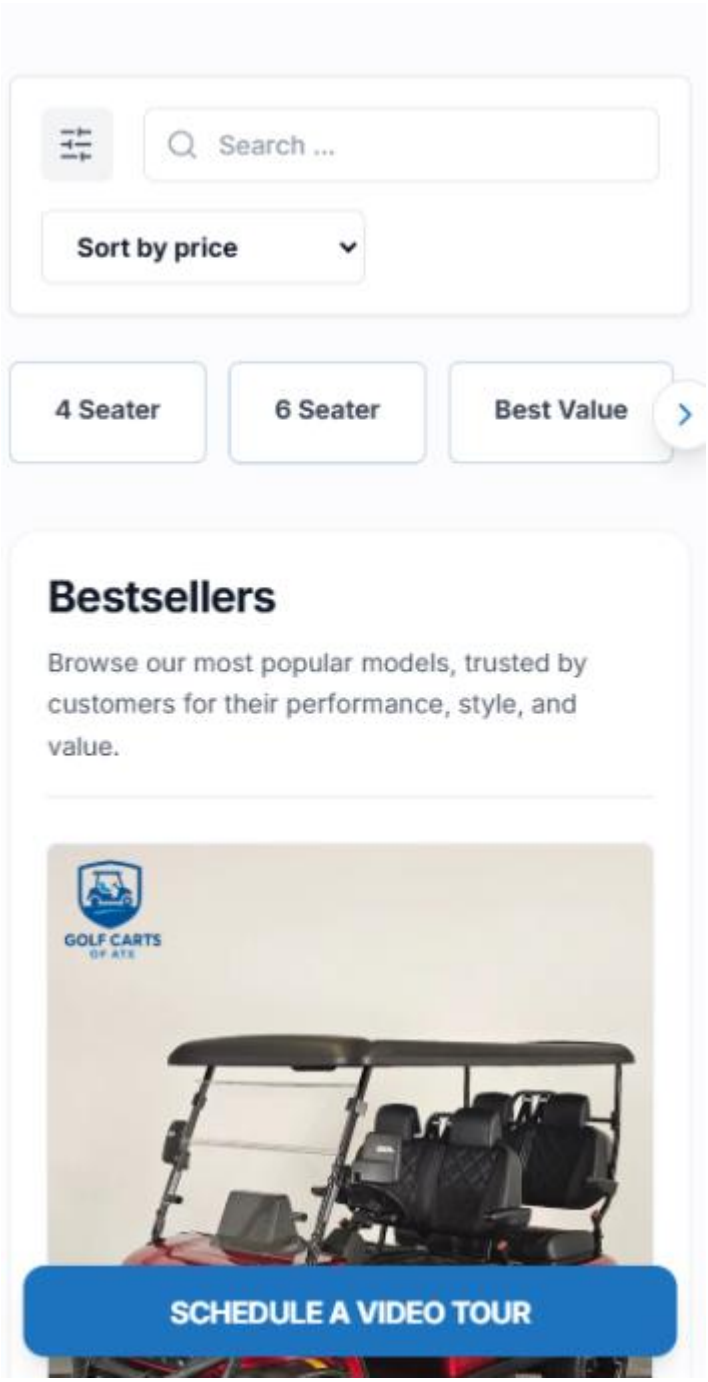
Анализ конверсионных элементов (для десктопной и мобильной версии)

На страницах категорий отсутствует возможность выбора количества товаров для отображения на странице (а сама страница очень длинная).

Десктопная версия



Мобильная версия



Рекомендации

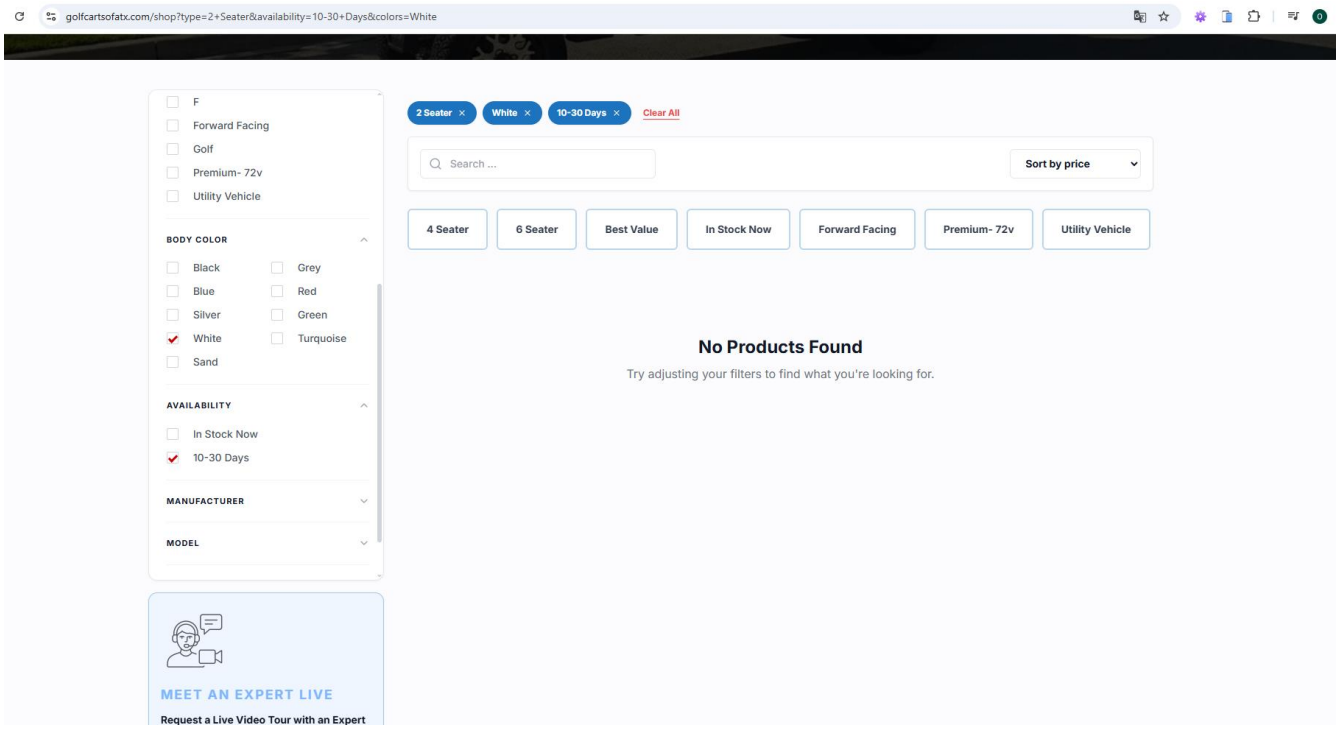
1. **Добавить элемент для выбора количества отображаемых товаров (10, 15, 25 и т. д.)**
2. **Использовать статичные элементы пагинации**

Страницы категорий. Фильтры. Корректность работы

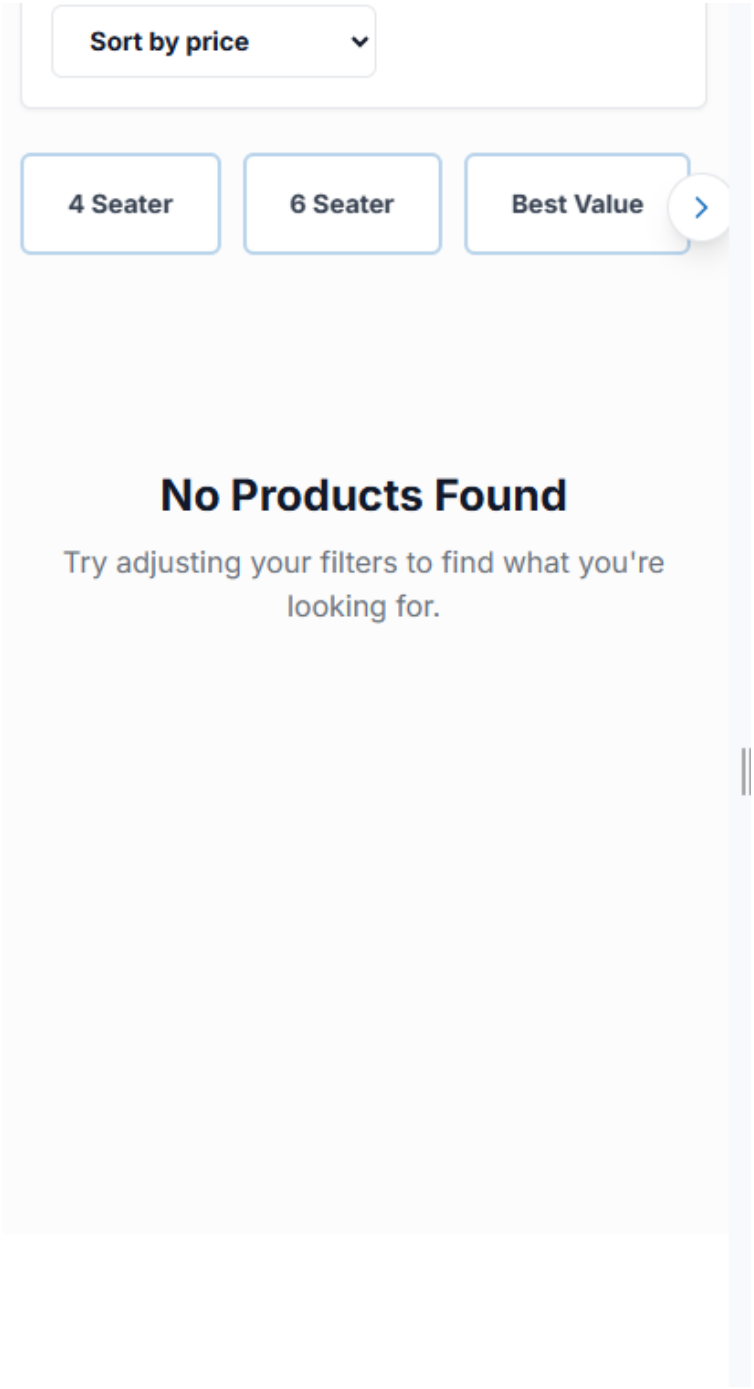
Анализ конверсионных элементов (для десктопной и мобильной версии)

В фильтрах можно выбрать параметры, при которых отображается нулевой результат фильтрации.

Десктопная версия



Мобильная версия



Рекомендации

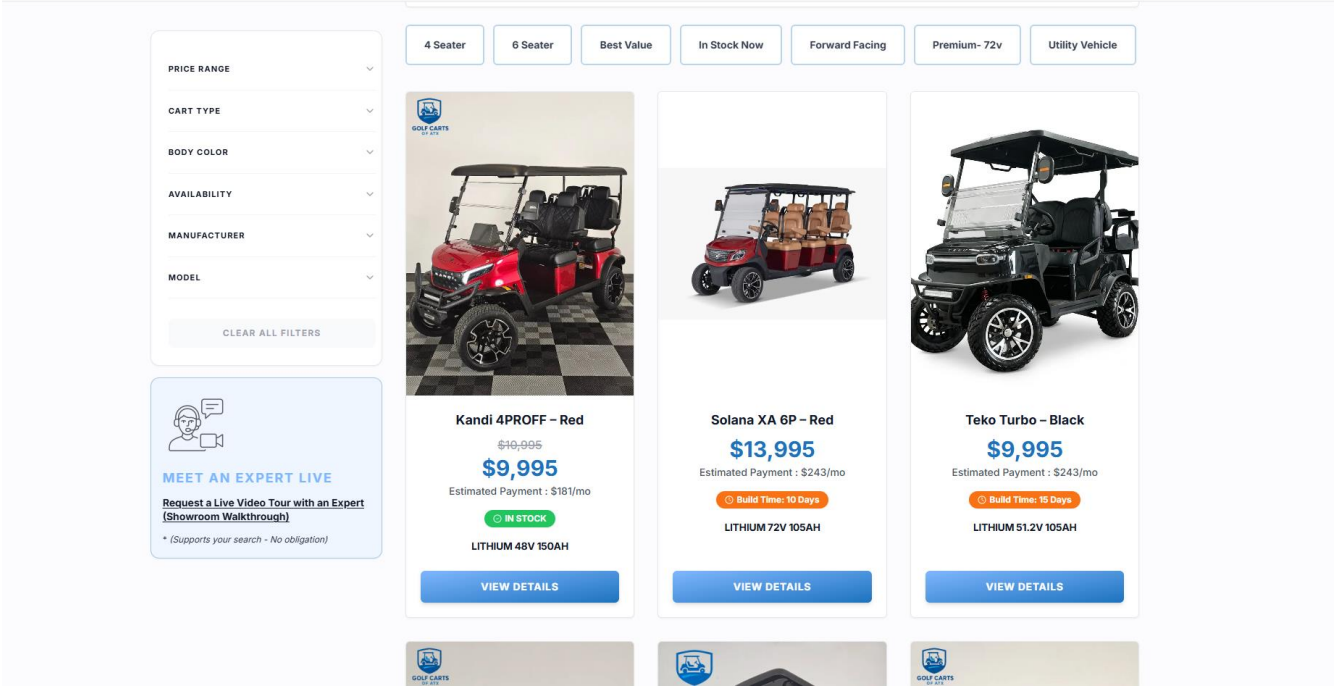
1. **При использовании одного из параметров фильтрации обновлять остальные фильтры, чтобы пользователь не мог выбрать несуществующие параметры.**

Страницы категорий. Характеристики товаров

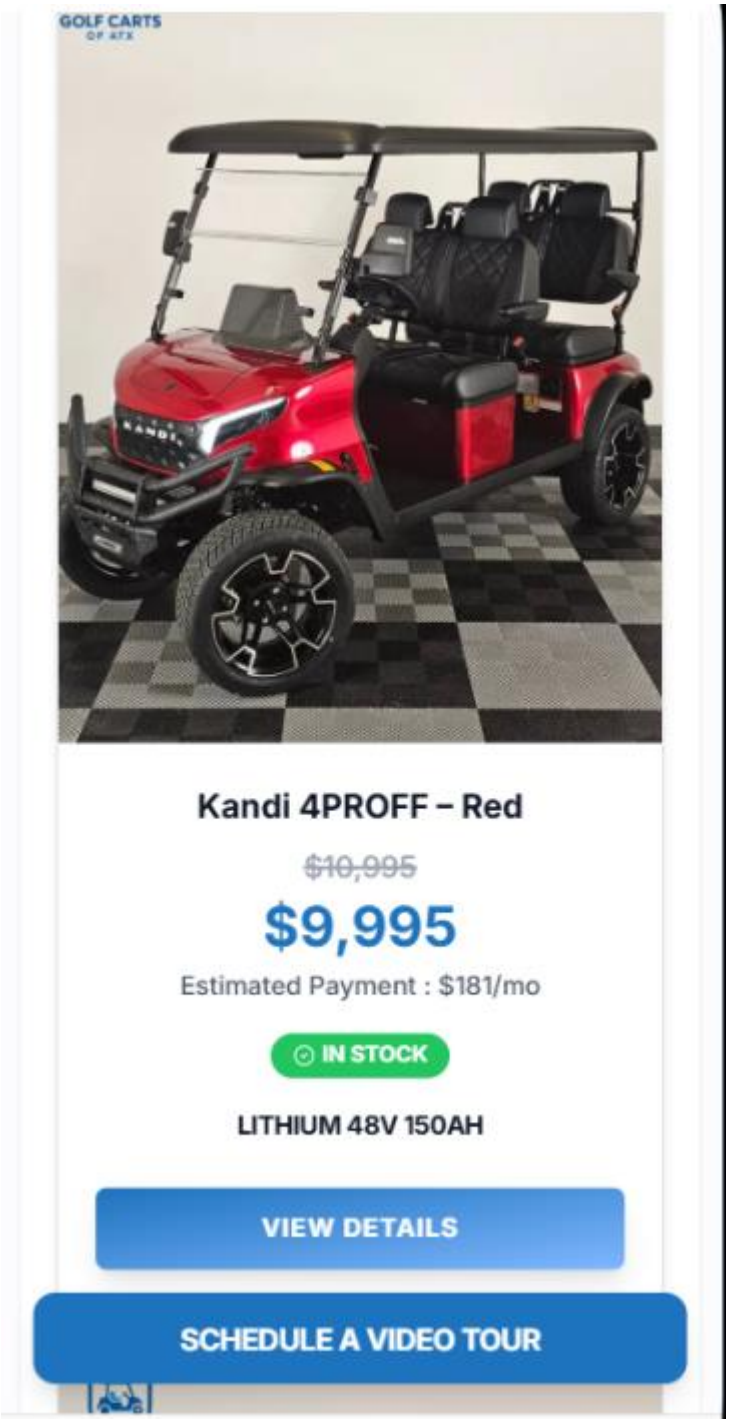
Анализ конверсионных элементов (для десктопной и мобильной версии)

В карточках товаров практически отсутствуют технические характеристики товаров.

Десктопная версия



Мобильная версия



Рекомендации

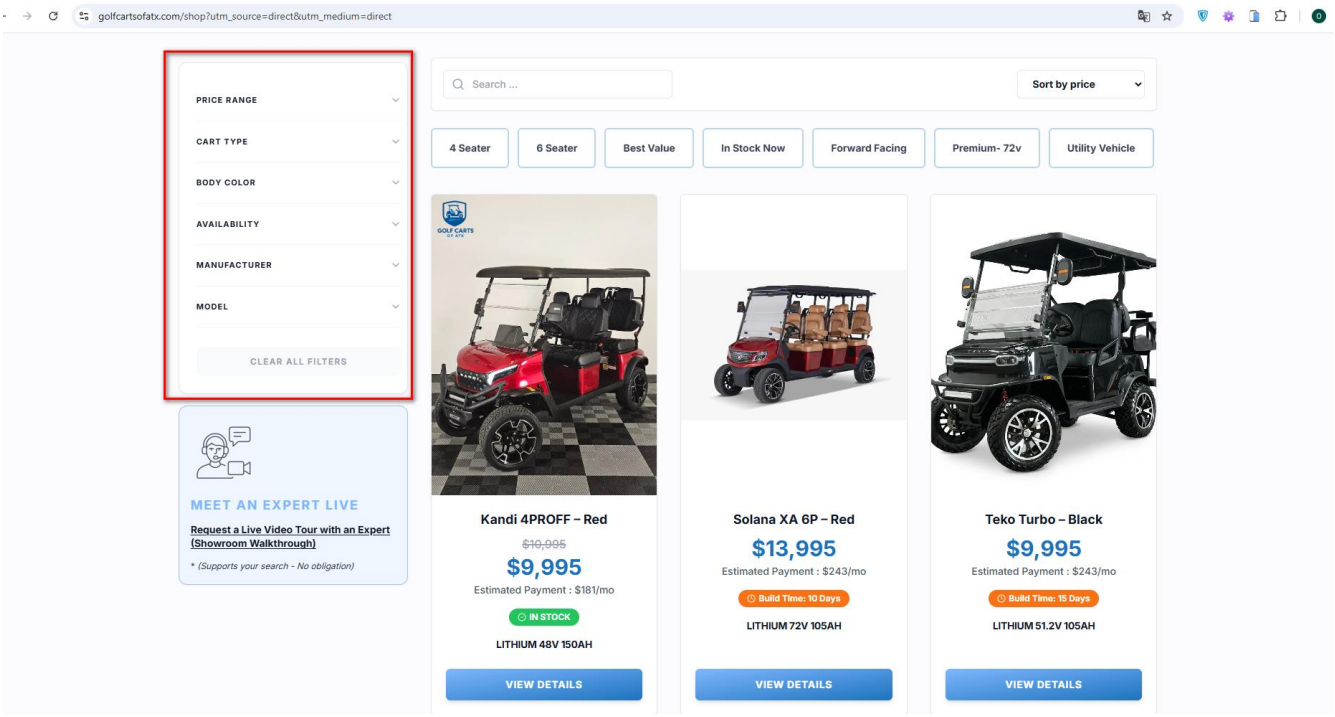
1. **Добавить основные технические характеристики в карточки товаров**

Страницы категорий. Фильтры. Количество.

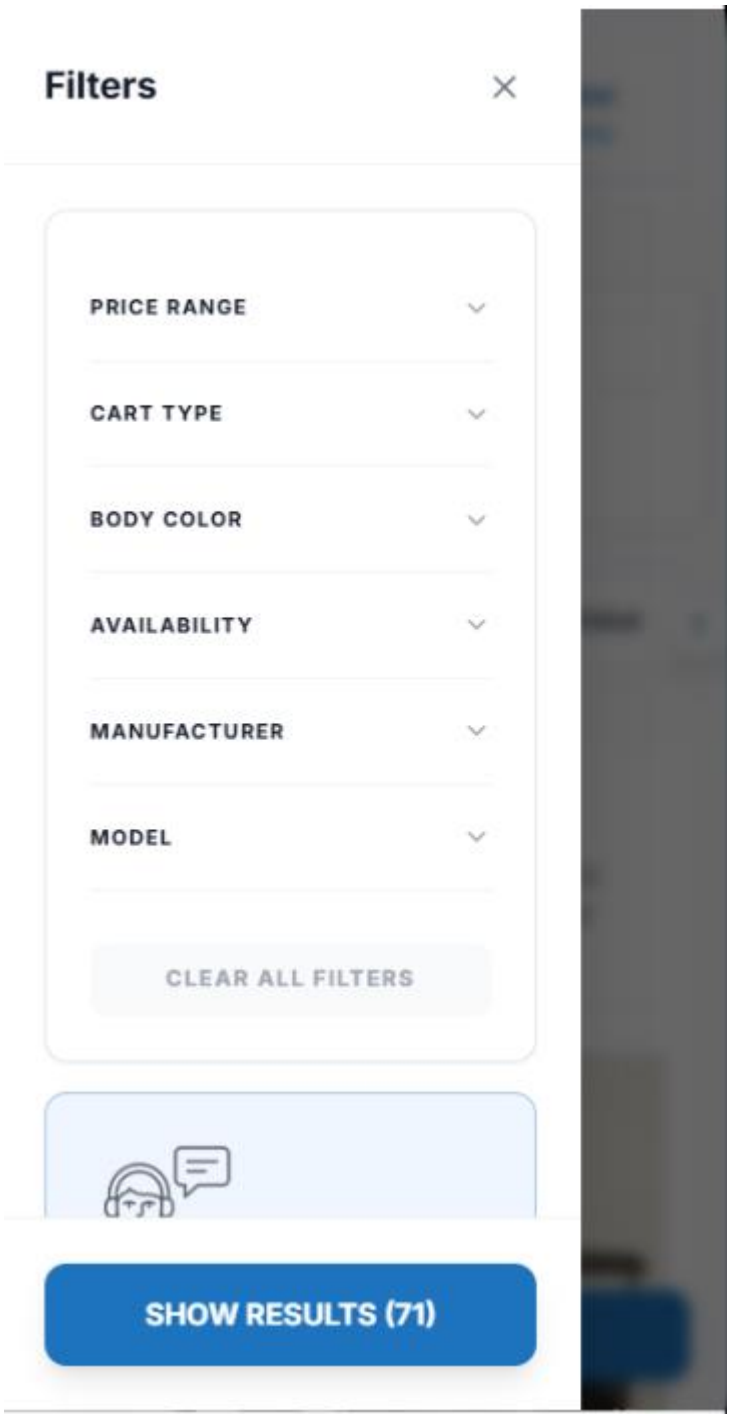
Анализ конверсионных элементов (для десктопной и мобильной версии)

На странице не используются фильтры по техническим характеристикам товаров.

Десктопная версия



Мобильная версия



Рекомендации

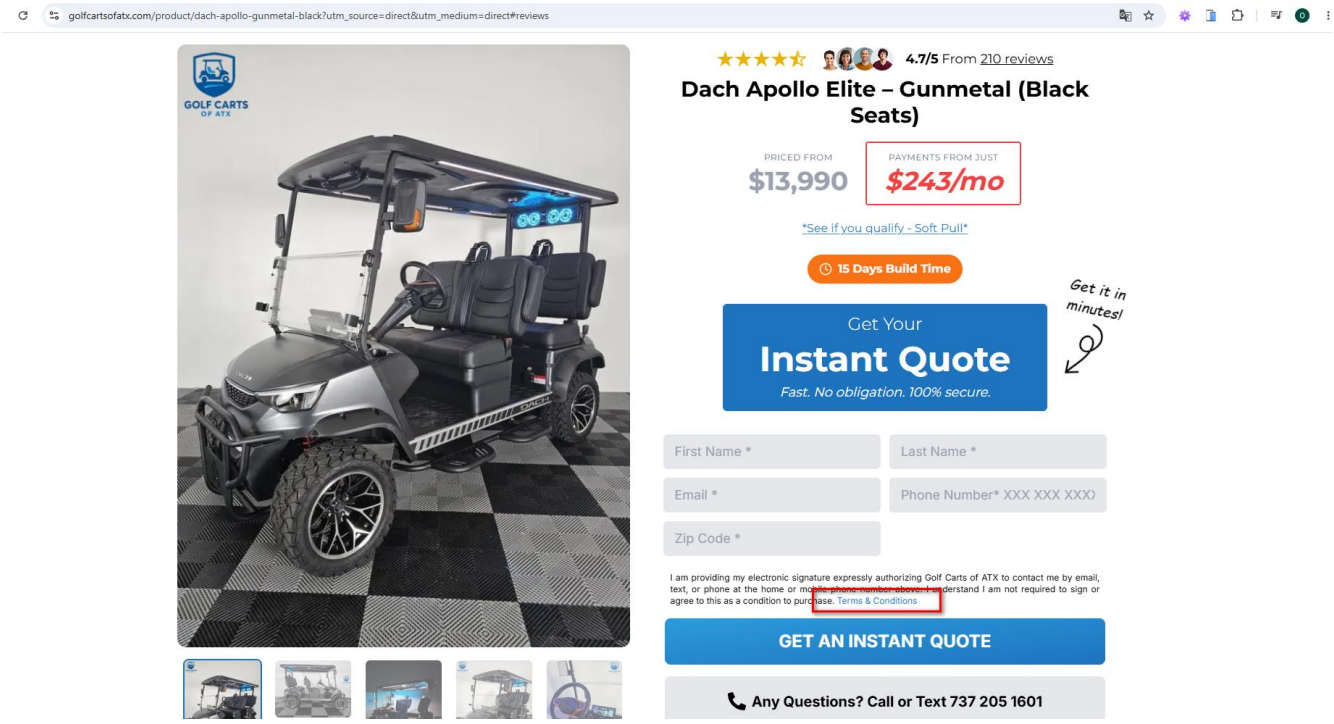
1. **Добавьте фильтры по основным техническим характеристикам товара**

Страницы товаров. Ссылки/кнопки, уводящие пользователя с целевой страницы

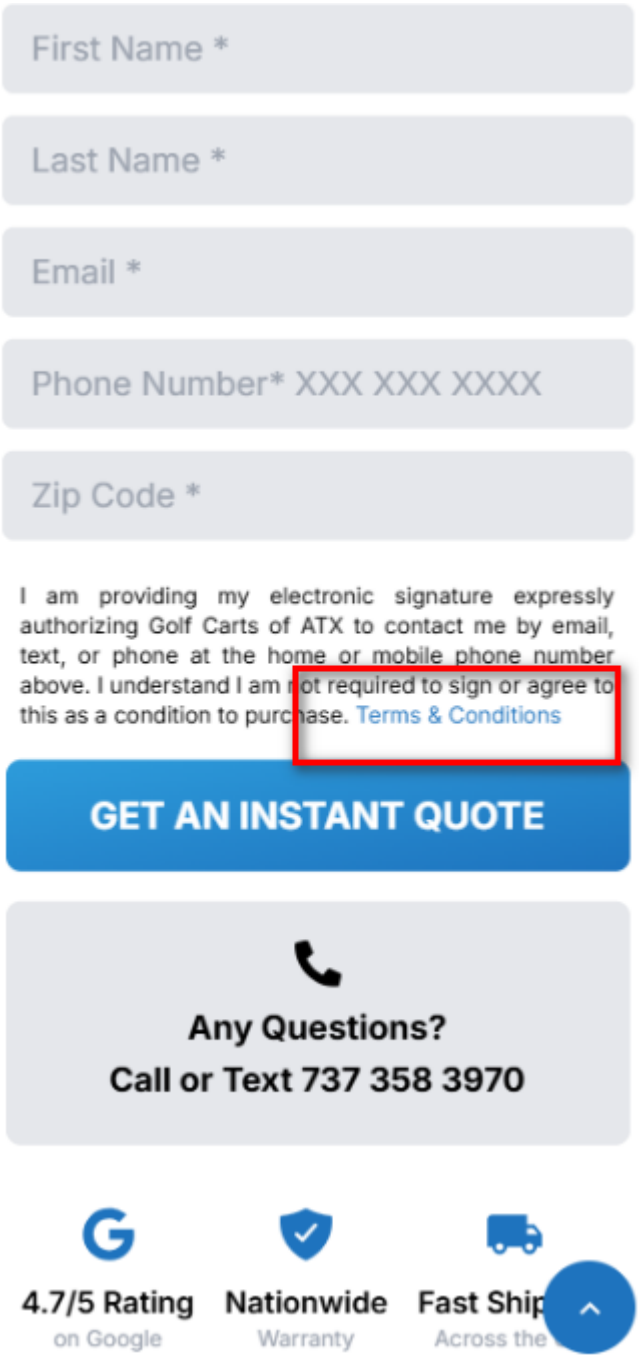
Анализ конверсионных элементов (для десктопной и мобильной версии)

При нажатии на ссылку страница открывается в текущей вкладке, и пользователь покидает целевую страницу.

Десктопная версия



Мобильная версия



Рекомендации

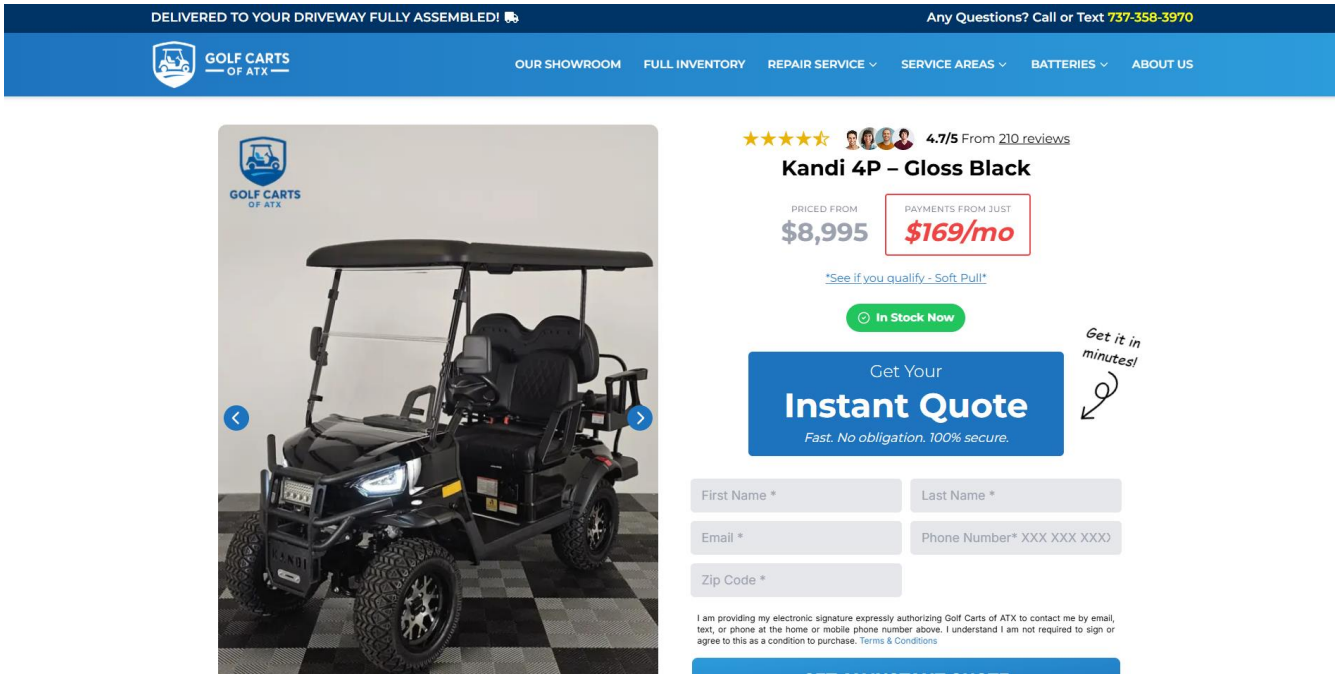
1. **При нажатии на ссылку открывать страницу в новой вкладке**

Страницы товаров. Увеличение/пролистывание изображений

Анализ конверсионных элементов (для десктопной и мобильной версии)

Изображения в карточках товаров не увеличиваются

Десктопная версия



Мобильная версия



Рекомендации

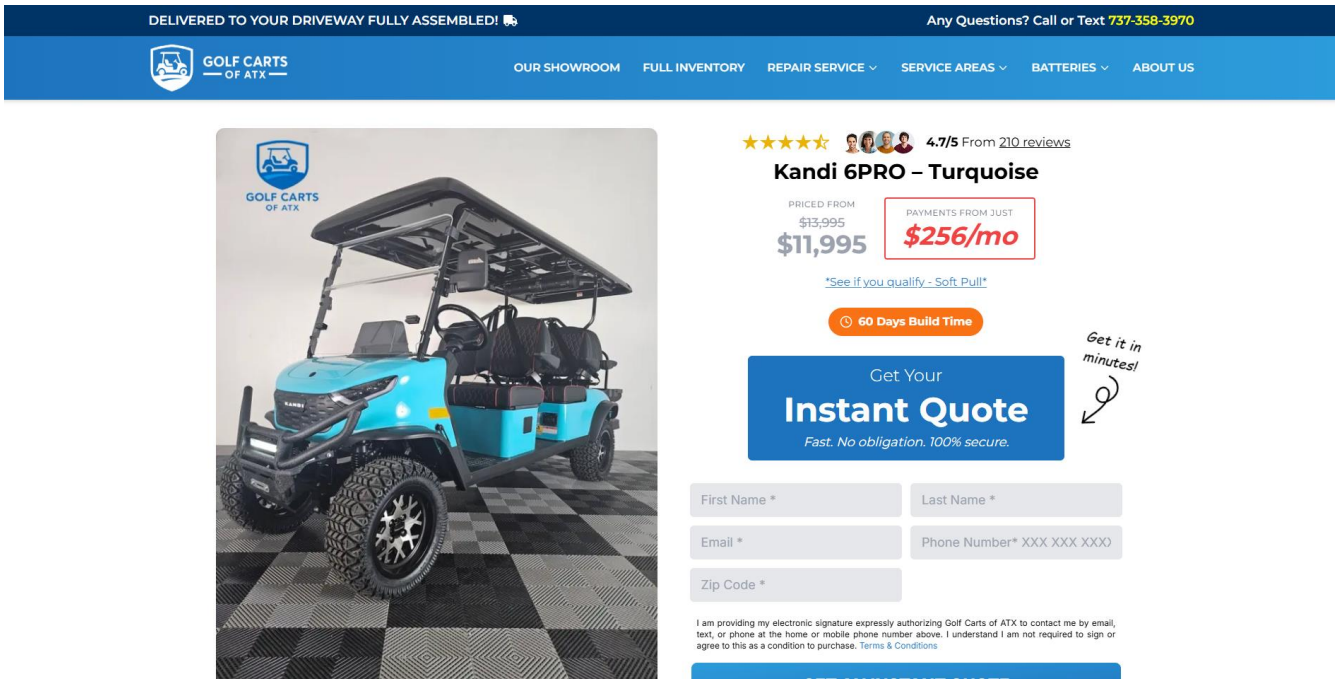
1. **Реализовать возможность увеличения изображений.**
2. **При нажатии на изображение отображать всплывающее окно с увеличенной версией изображения.**
3. **Добавить во всплывающее окно "крестик" для его закрытия или возврата изображения к исходному виду.**
4. **Реализовать возможность пролистывания увеличенных изображений.**

Страницы товаров. Основные характеристики в первом экране

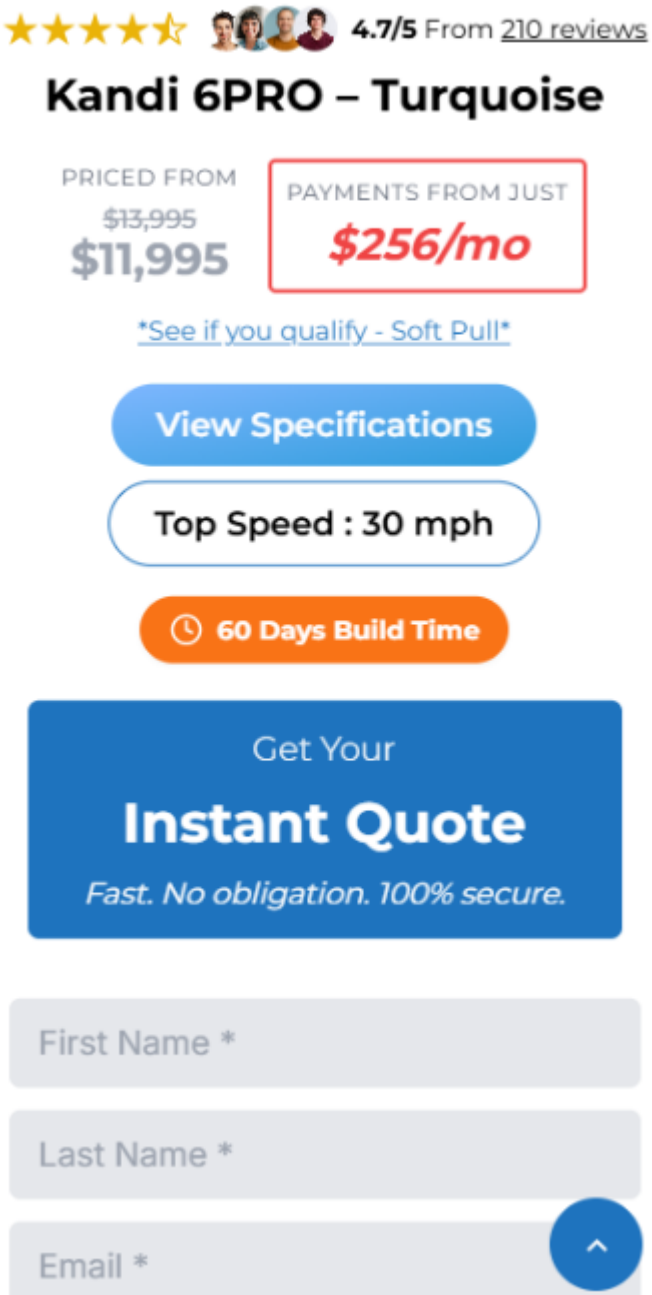
Анализ конверсионных элементов (для десктопной и мобильной версии)

В первом экране карточки товара нет основных характеристик

Десктопная версия



Мобильная версия



Рекомендации

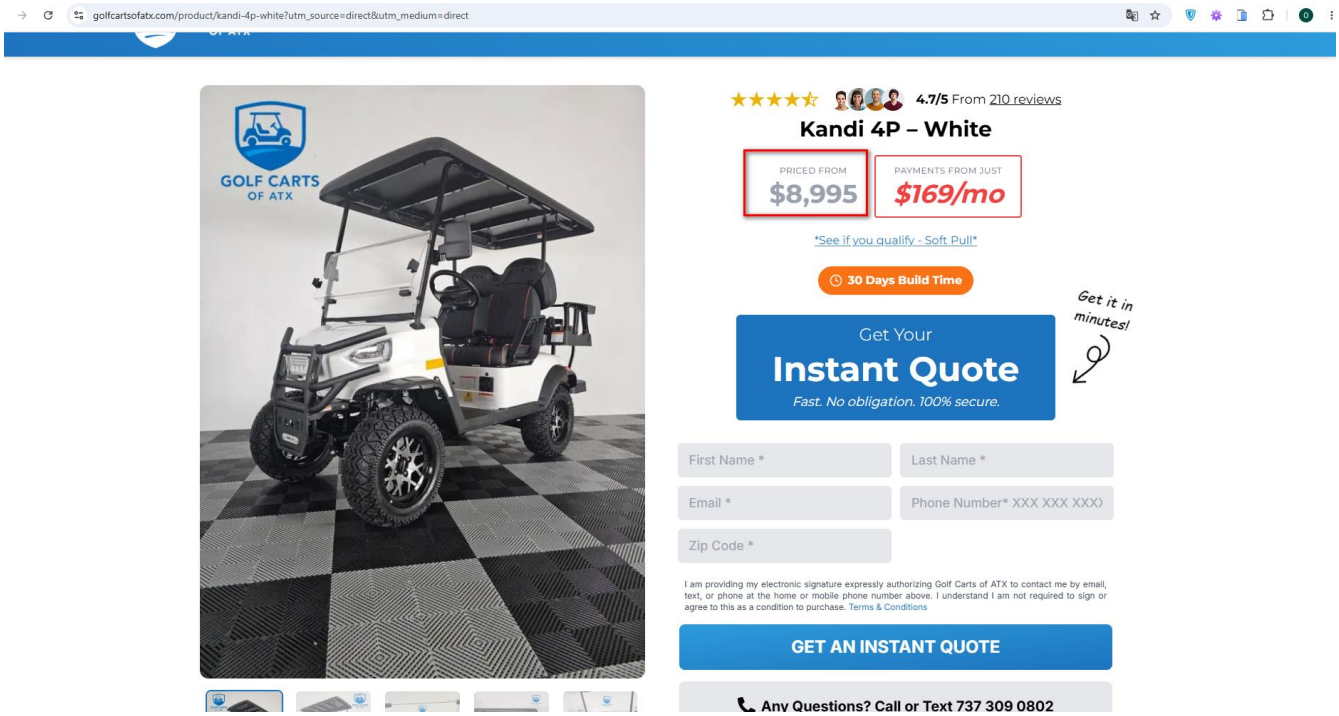
1. **Добавить основные характеристики в первый экран карточки товара (для мобильной версии — во второй экран).**
2. **Добавить кнопку “View All specifications” под основными характеристиками вместо кнопки под блоком изображений.**

Страницы товаров. Цена товара

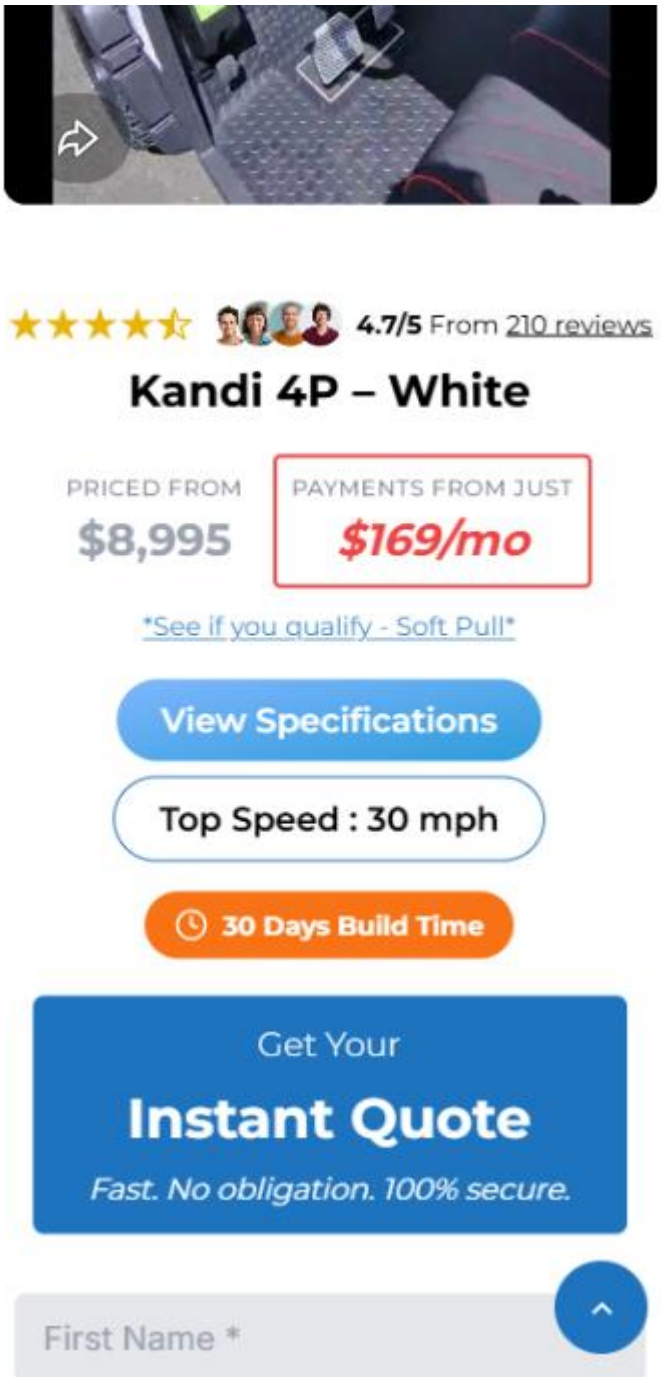
Анализ конверсионных элементов (для десктопной и мобильной версии)

На страницах сайта цена товара указана с пометкой "от ... долларов". Для уточнения цены предусмотрена специальная форма запроса, при этом цена остается неизменной при отправке данных через эту форму.

Десктопная версия



Мобильная версия



Рекомендации

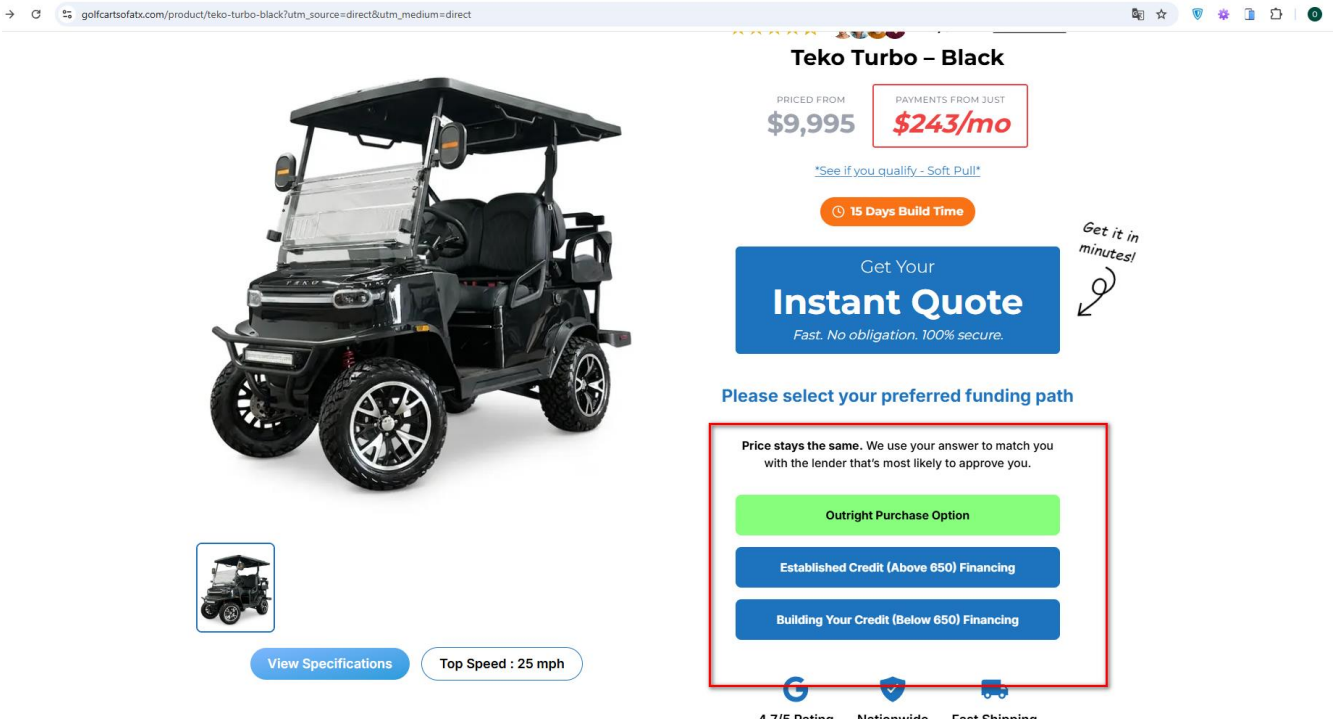
1. **Установить фиксированную цену на товар.**
2. **Добавить рядом с ценой примечание о том, что она останется неизменной при внесении предоплаты в размере 500 $.**

Страницы товаров. Форма запроса цены

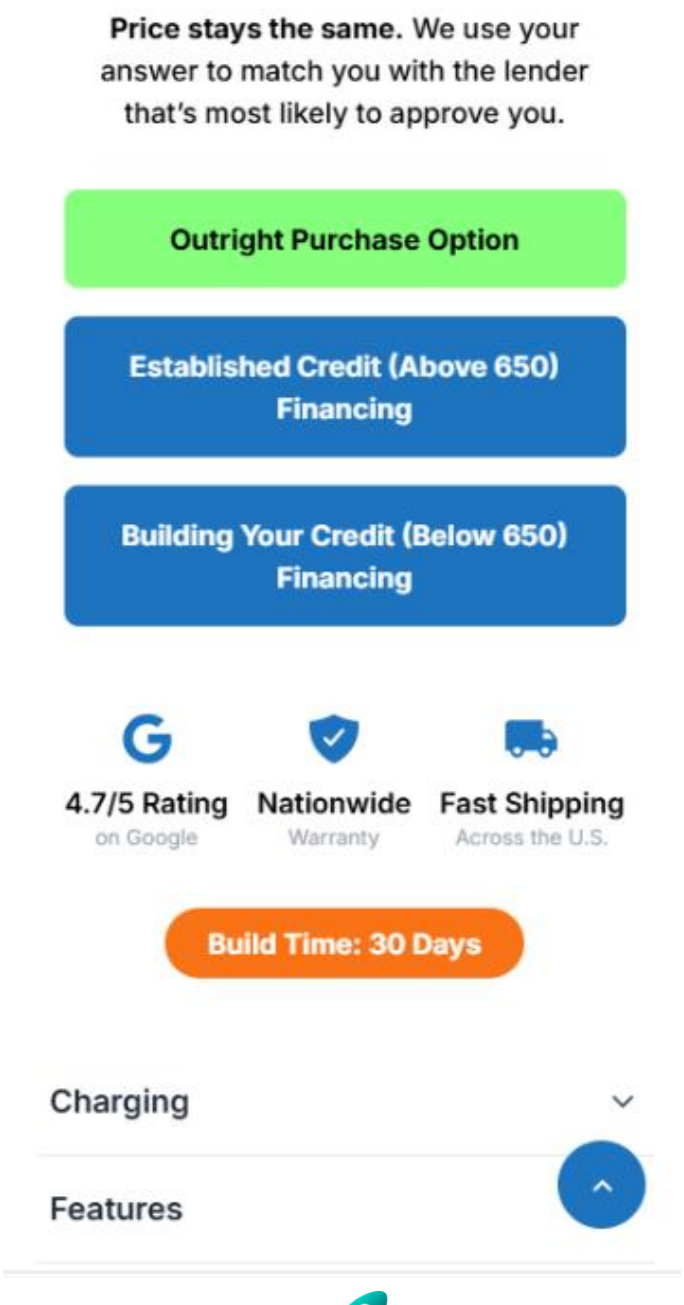
Анализ конверсионных элементов (для десктопной и мобильной версии)

1. **Логика формы вынуждает пользователя выполнять дополнительные действия и раз за разом делать один и тот же выбор, при этом изначально неясно, что произойдет после отправки данных.**
2. **После отправки формы пользователю предлагается три варианта: прямая покупка или два способа финансирования. В любом случае пользователь попадает на очередную страницу с предложением, где ему снова приходится делать выбор.**
3. **При выборе любого из вариантов финансирования пользователь перенаправляется на одну и ту же страницу — независимо от его рейтинга.**
4. **Из-за такой логики пользователю приходится принимать решения на каждом этапе.**

<u>Десктопная версия</u>



Мобильная версия



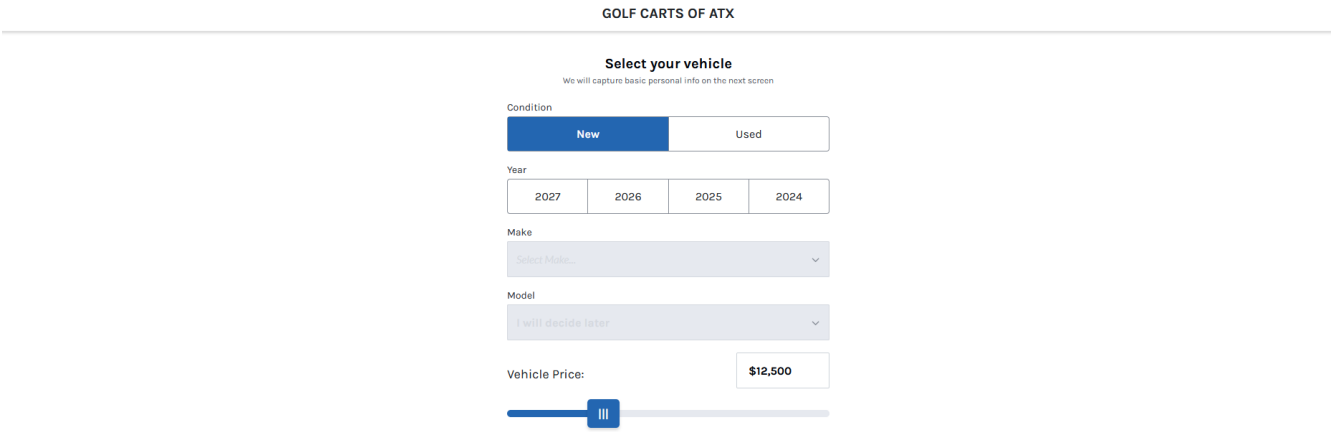
Рекомендации

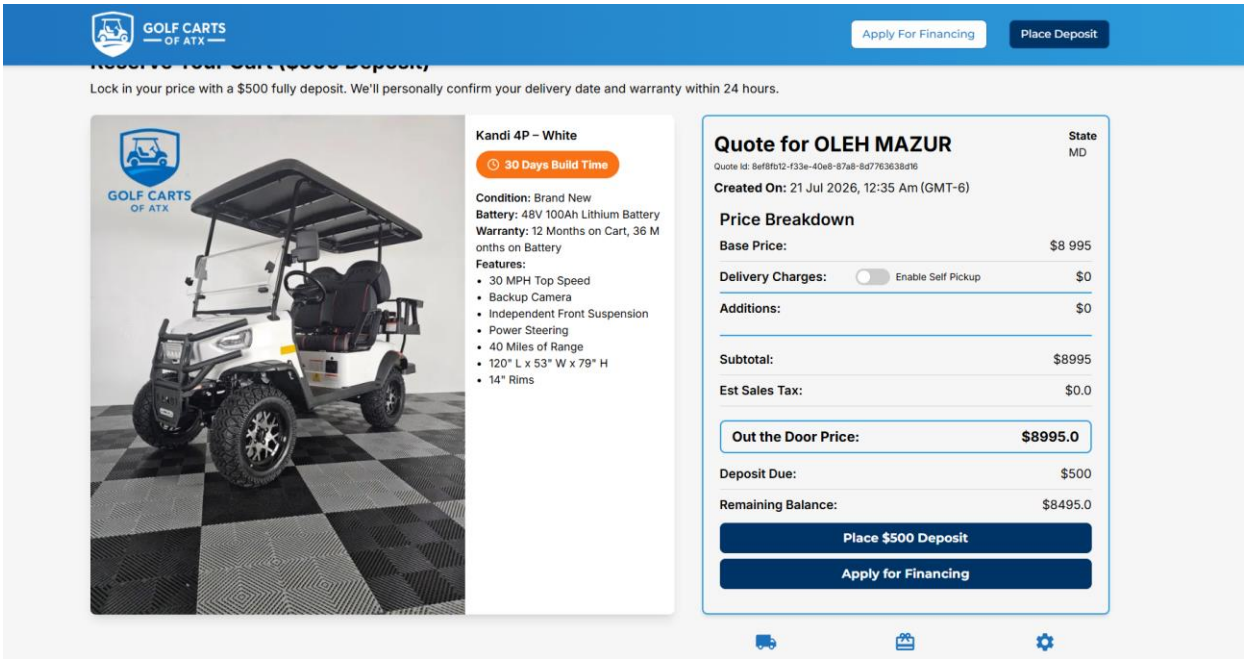
1. **Вместо формы использовать две кнопки: "Buy Now" и "Request Funding".**
2. **При нажатии на кнопку "Buy Now" перенаправлять пользователя на страницу оплаты или внесения депозита.**
3. **При нажатии на кнопку "Request Funding" перенаправлять пользователя на страницу стороннего сервиса для заполнения данных: https://octane.co/flex/401946/**
4. **Исключить этап перехода на страницу запроса стоимости.**

Страницы товаров. octane.co

Анализ конверсионных элементов (для десктопной и мобильной версии)

При посещении страницы octane.co от пользователей требуется ввести данные, однако неясно, где найти эту информацию. Например, год выпуска гольф-кара не указан ни на странице товара, ни на странице для получения ценового предложения.





Рекомендации

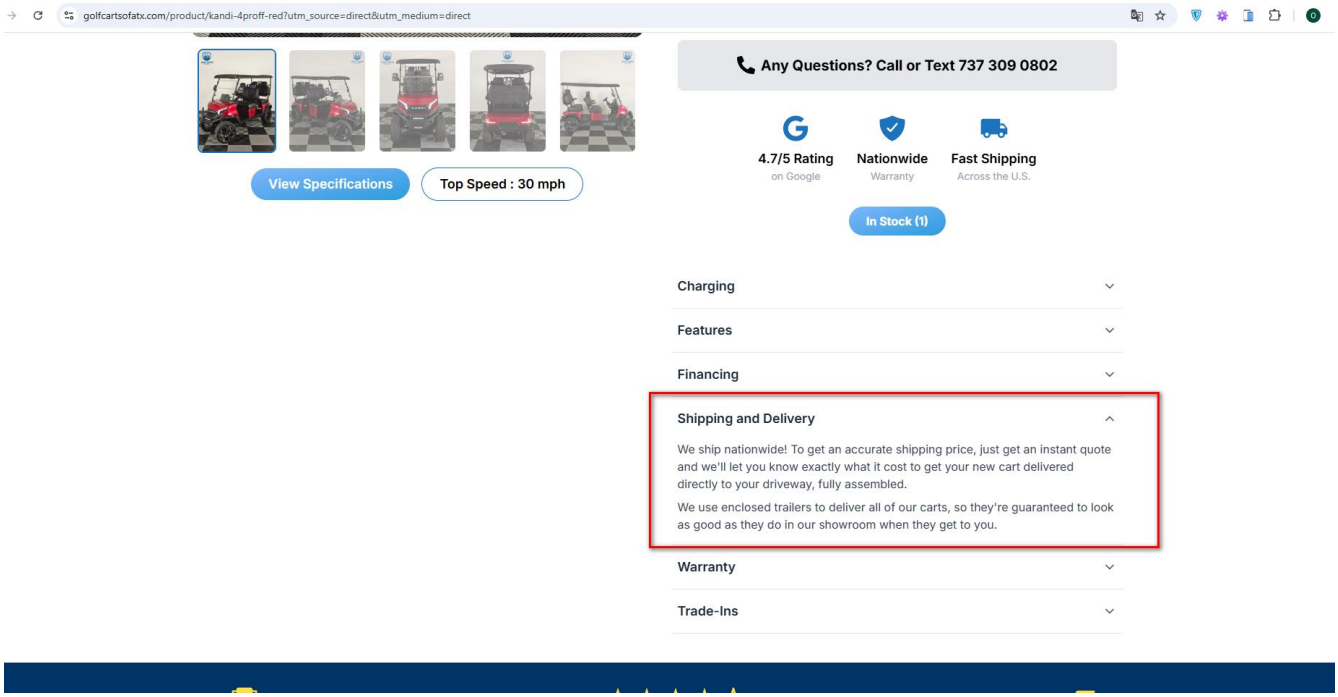
1. **Автоматически подставлять данные на страницу https://octane.co/flex/401946/**
2. **Добавьте необходимую информацию в карточку товара**

Страницы товаров. Доставка

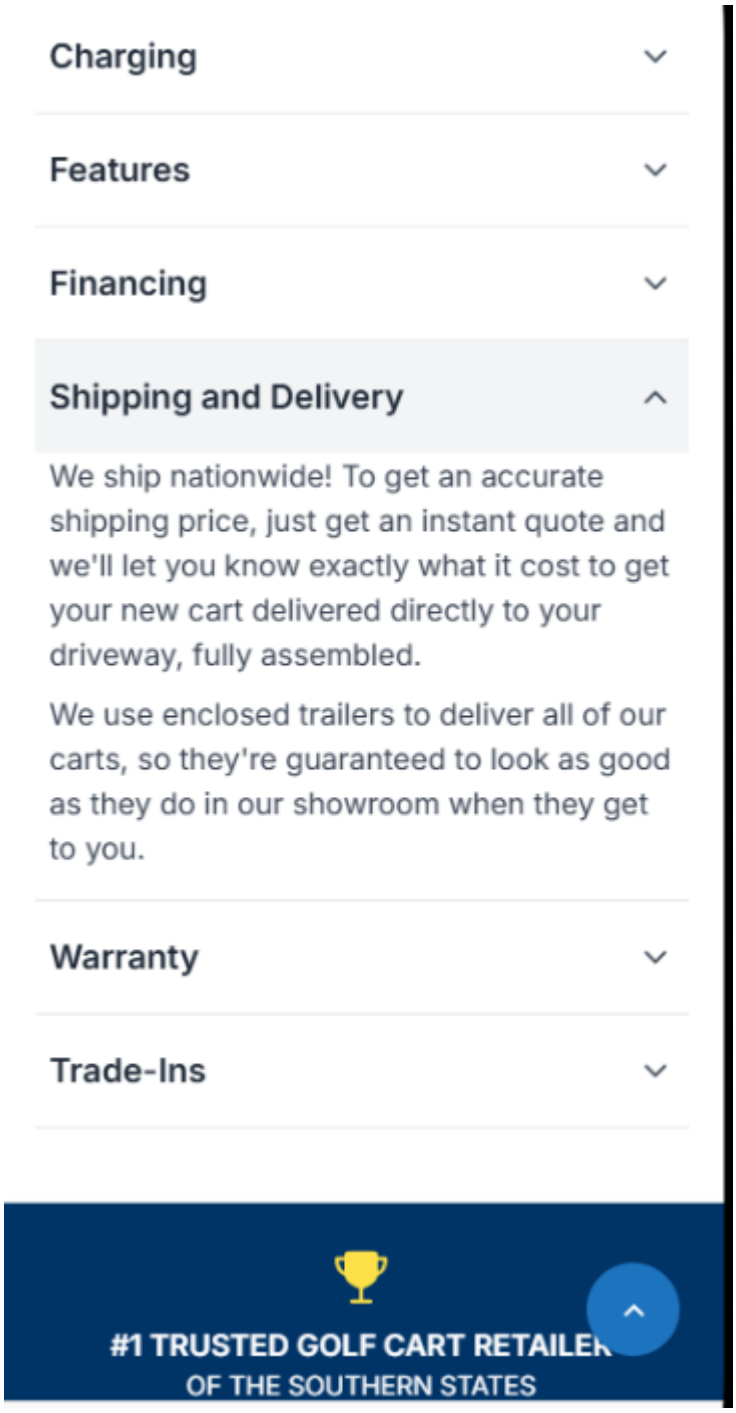
Анализ конверсионных элементов (для десктопной и мобильной версии)

Стоимость доставки можно узнать только на этапе оплаты товара или перед подачей заявки на финансирование.

Десктопная версия



Мобильная версия



Рекомендации

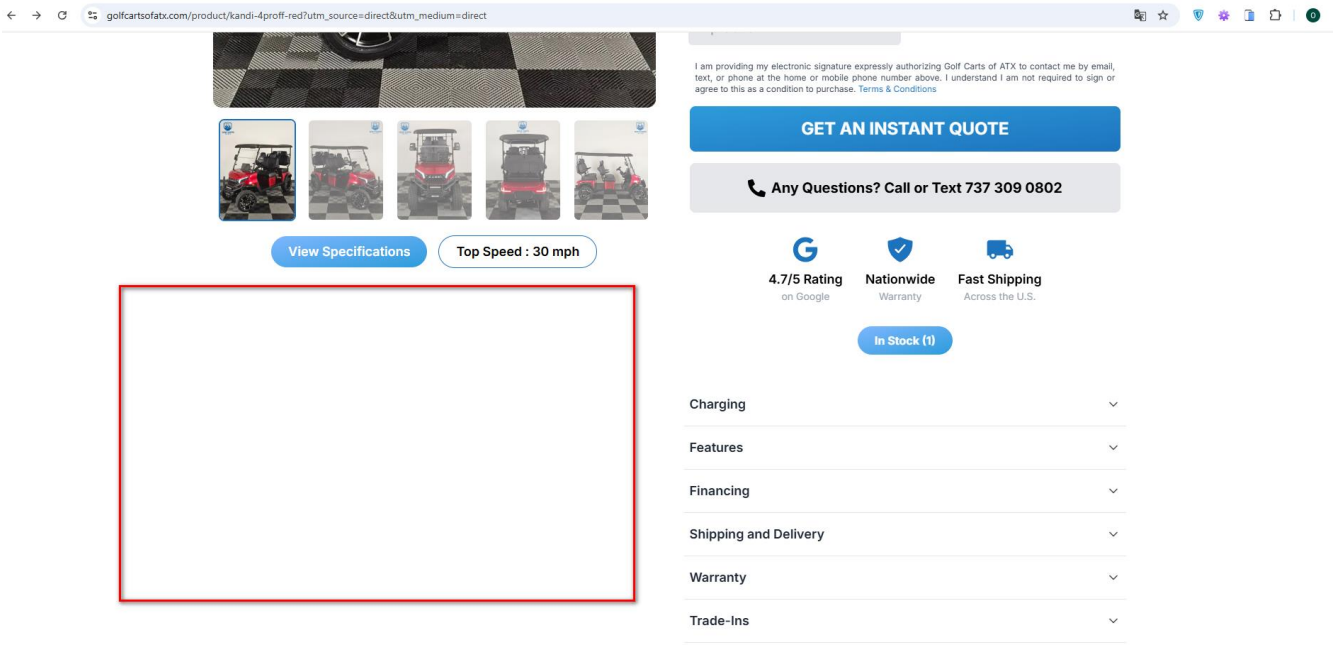
1. **Указать диапазон цен на доставку от и до**

Страницы товаров.
Сопутствующие/рекомендованные товары

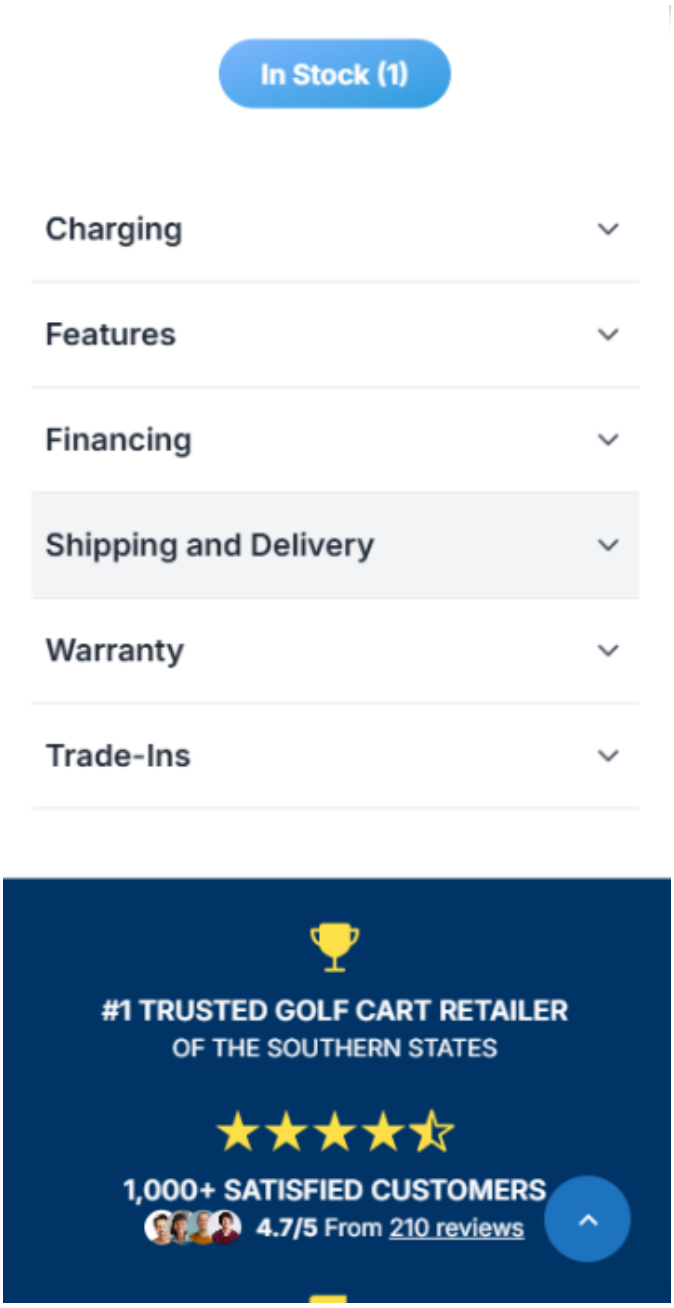
Анализ конверсионных элементов (для десктопной и мобильной версии)

На страницах товаров отсутствует блок “Related/Recommended Products”. Дополнительные товары размещены на странице "Quote", но пользователь их не видит.

Десктопная версия



Мобильная версия



Рекомендации

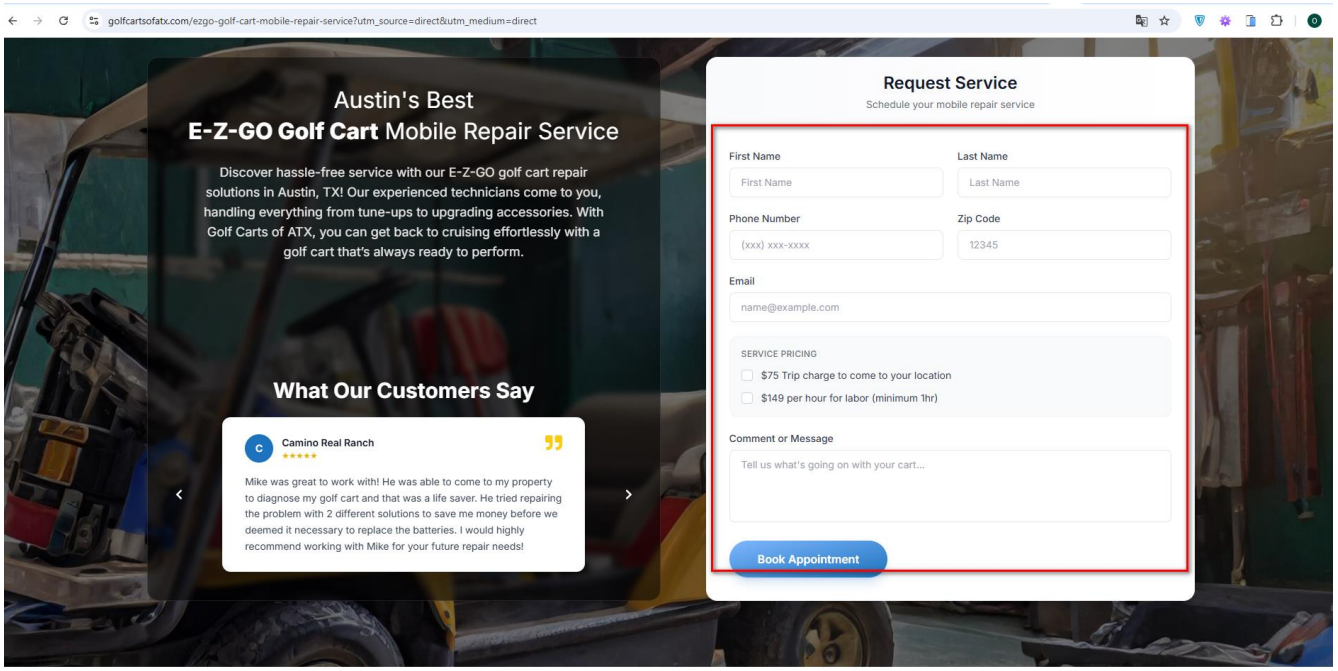
1. **Добавить блок "Related/Recommended Products".**
2. **Проработать алгоритм подбора товаров на основе основных характеристик.**
3. **Расположить блок под основным блоком изображений (для десктопной версии).**
4. **Для мобильной версии использовать вкладку.**

Страницы услуг. Первый экран

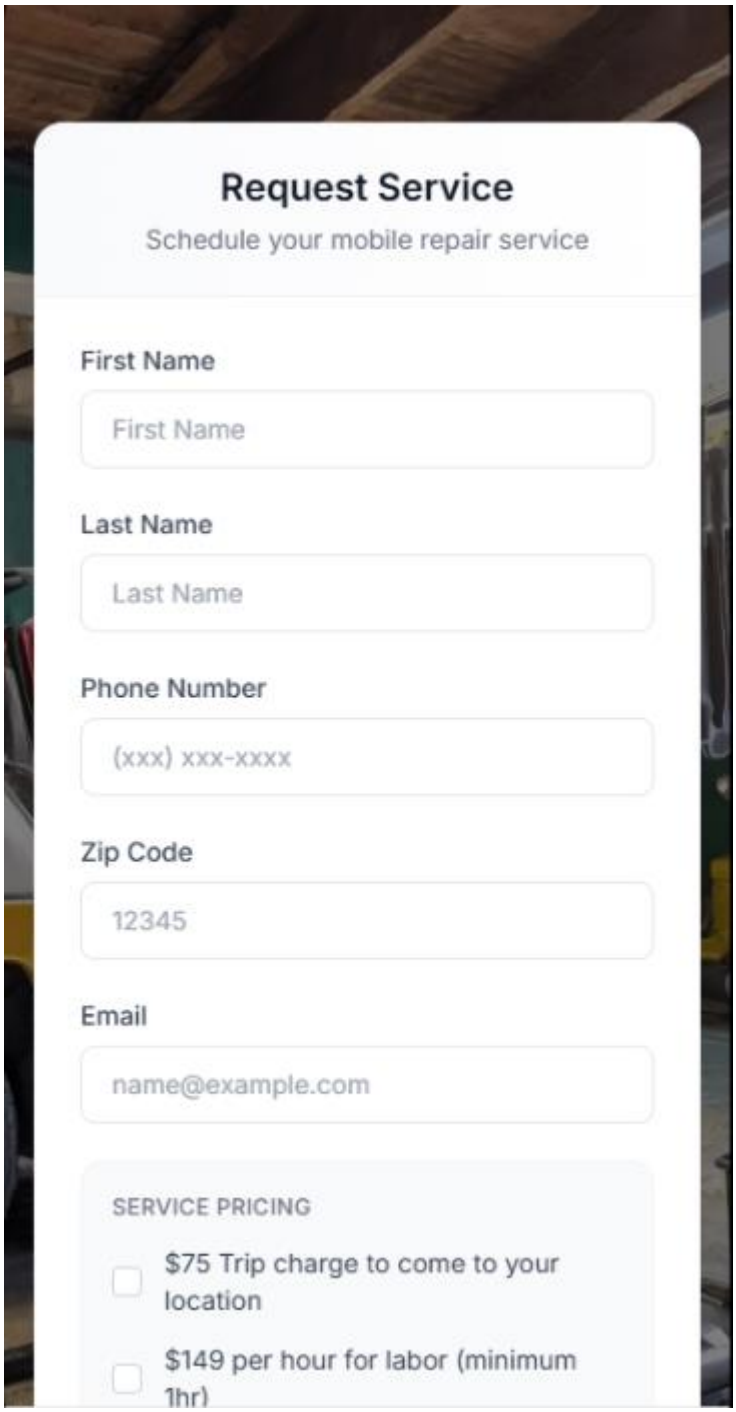
Анализ конверсионных элементов (для десктопной и мобильной версии)

В первой экране, в форме слишком много полей, из-за чего пользователю приходится тратить много времени на ее заполнение.

Десктопная версия



Мобильная версия



Рекомендации

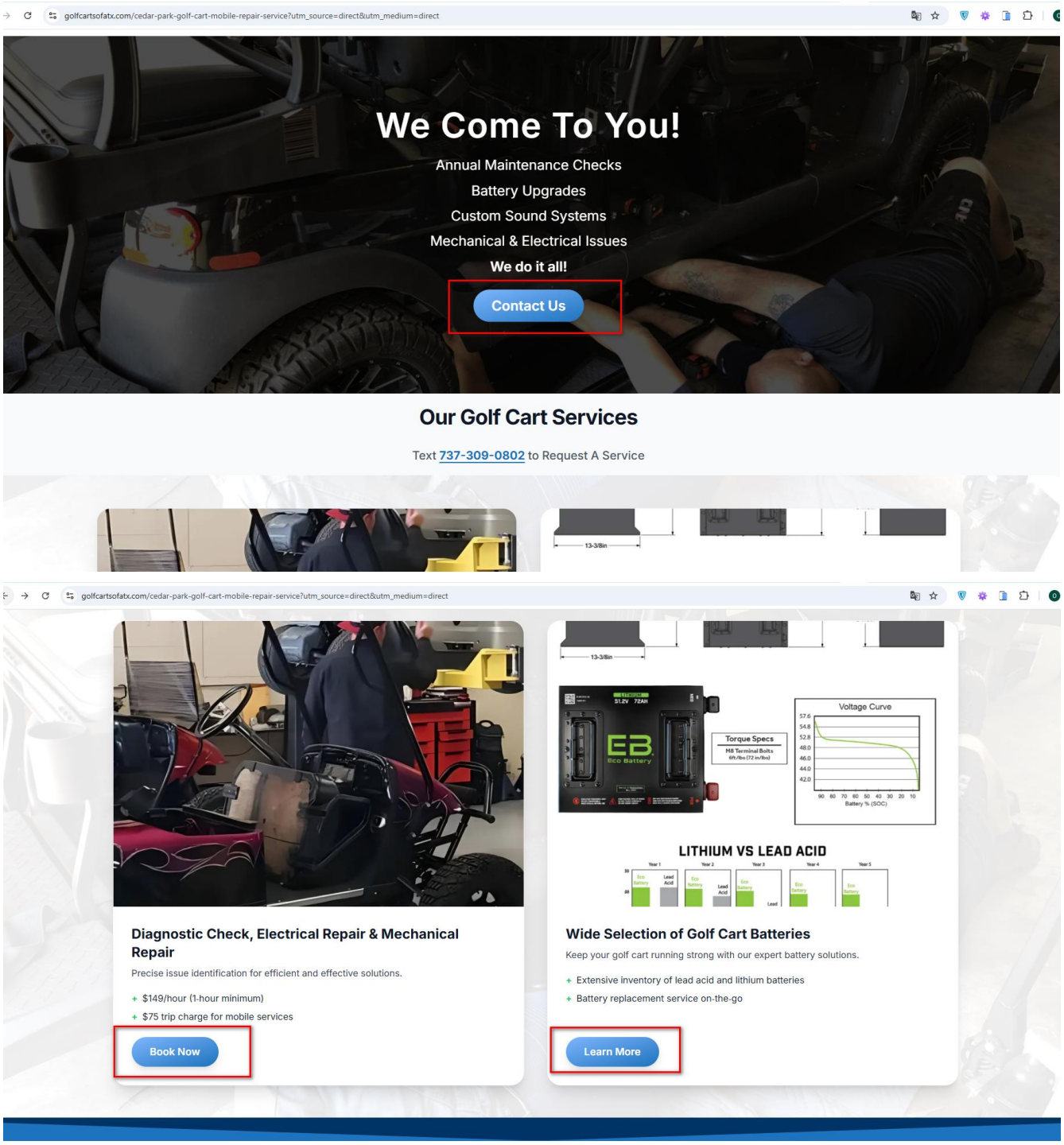
1. **Из формы удалить поля "Last name", "e-mail"**

Страницы услуг. Кнопки

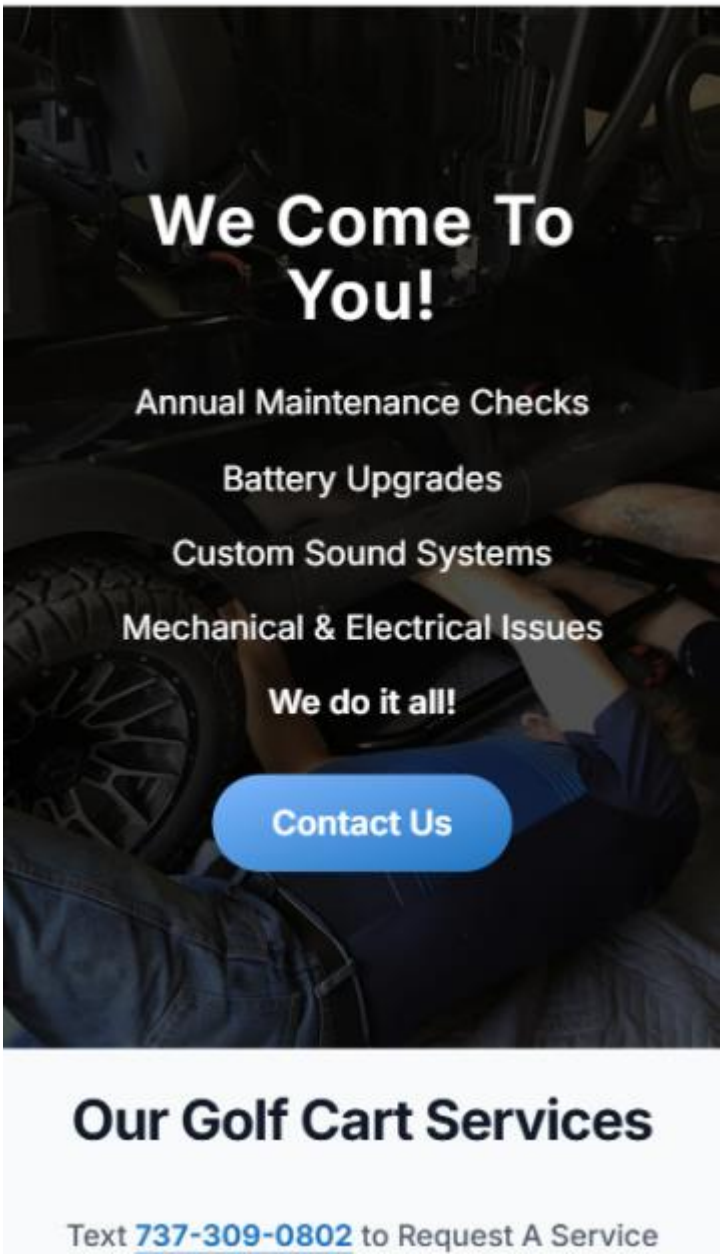
Анализ конверсионных элементов (для десктопной и мобильной версии)

Кнопки уводят пользователя с целевой страницы

Десктопная версия



Мобильная версия



Рекомендации

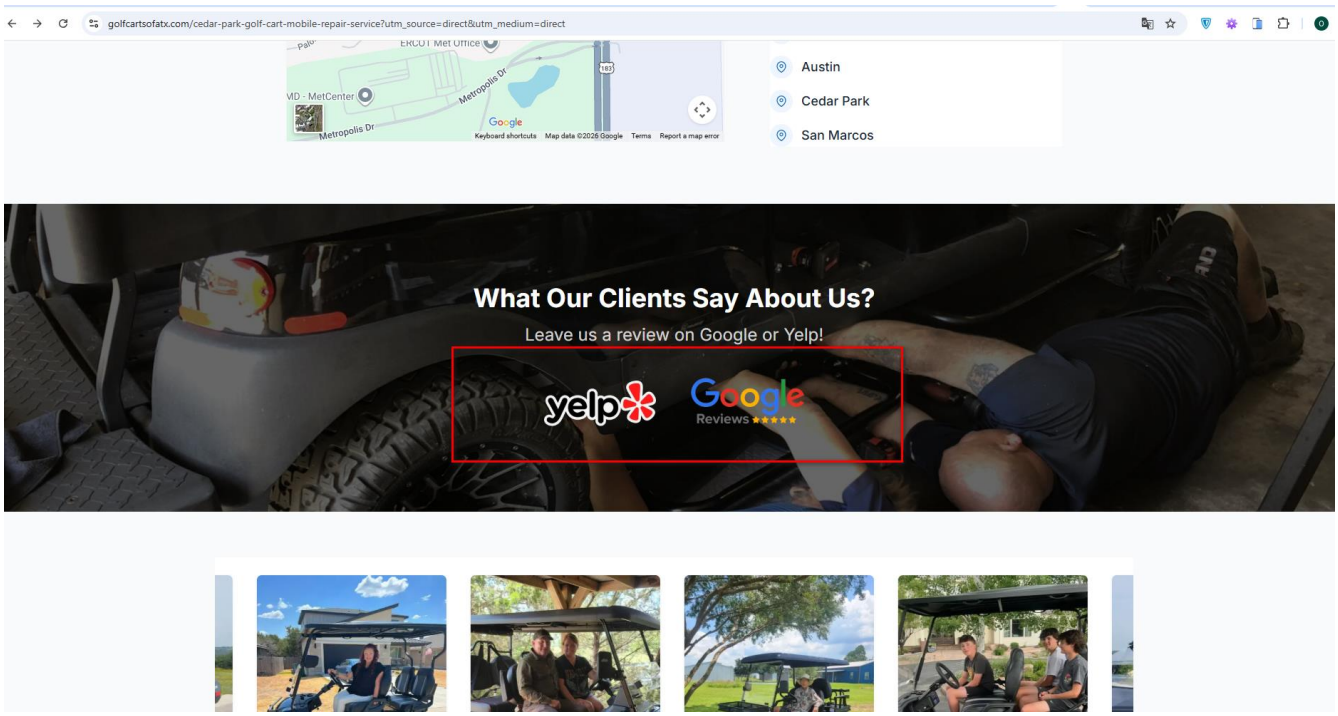
1. **При клике отображать всплывающие окна для выполнения целевого действия**

Страницы услуг. Отзывы

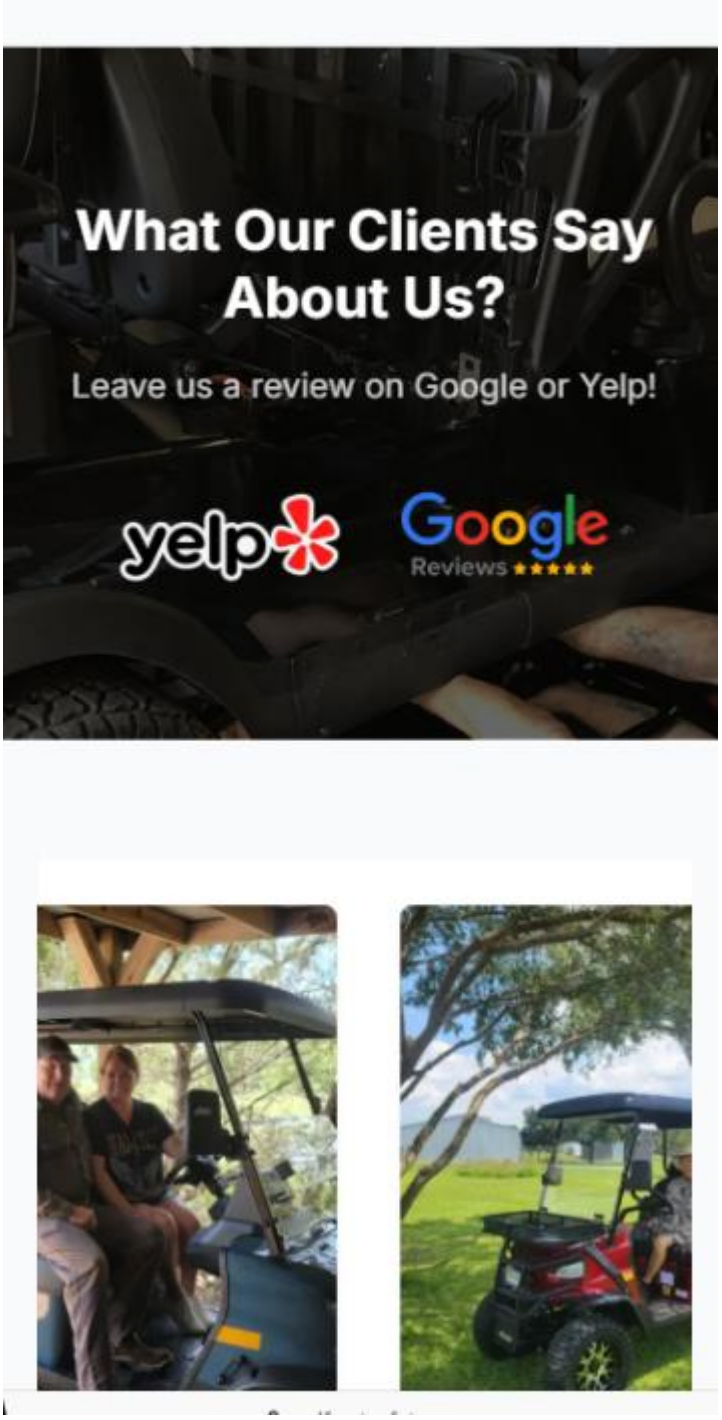
Анализ конверсионных элементов (для десктопной и мобильной версии)

При нажатии на элементы с отзывами ничего не происходит

Десктопная версия



Мобильная версия



Рекомендации

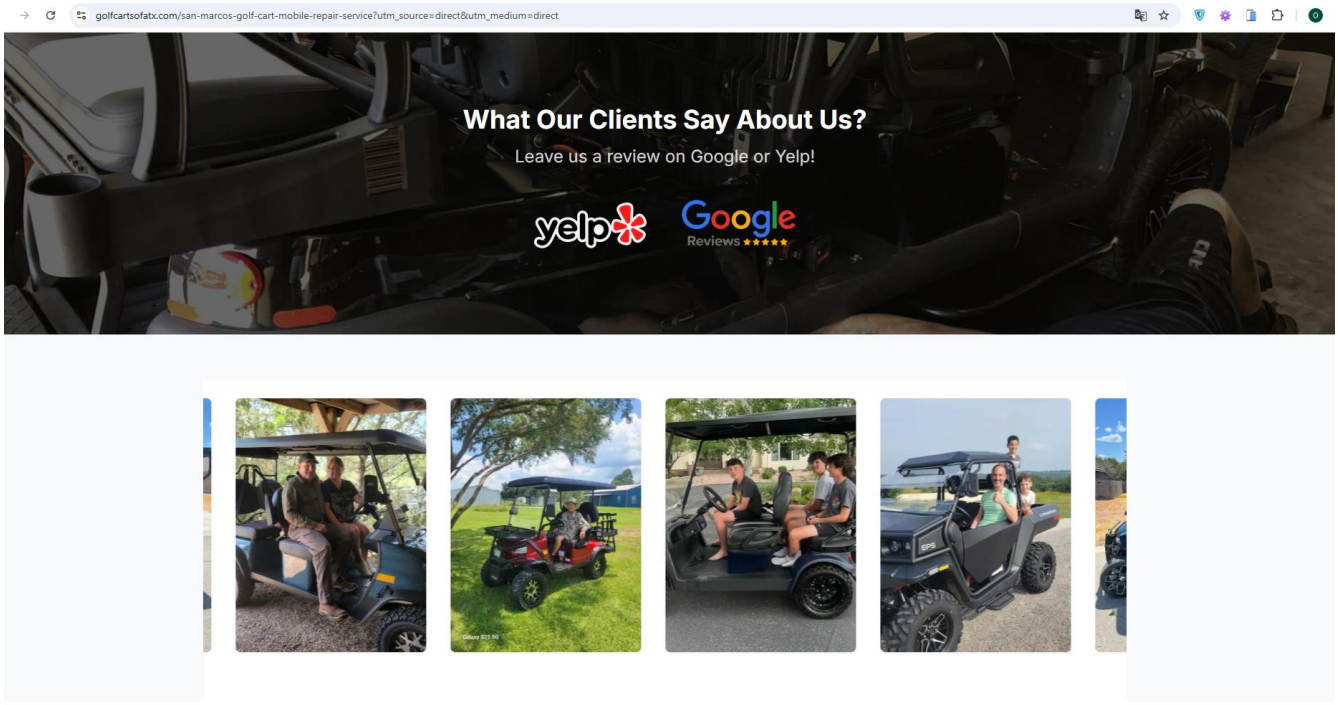
1. **Исправьте работу элементов**
2. **При клике направлять пользователя на станицы с отзывами о компании**

Страницы услуг. Блок “Do you have any questions?”

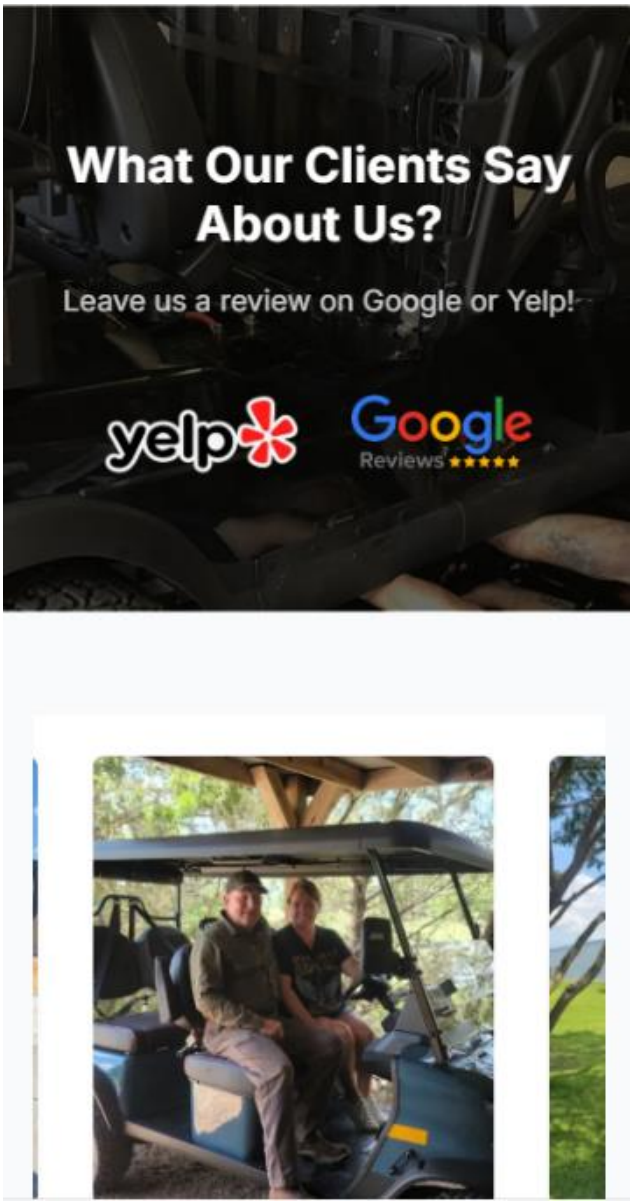
Анализ конверсионных элементов (для десктопной и мобильной версии)

На страницах услуг отсутствует блок “Do you have any questions?”.

<u>Десктопная версия</u>



Мобильная версия



Рекомендации

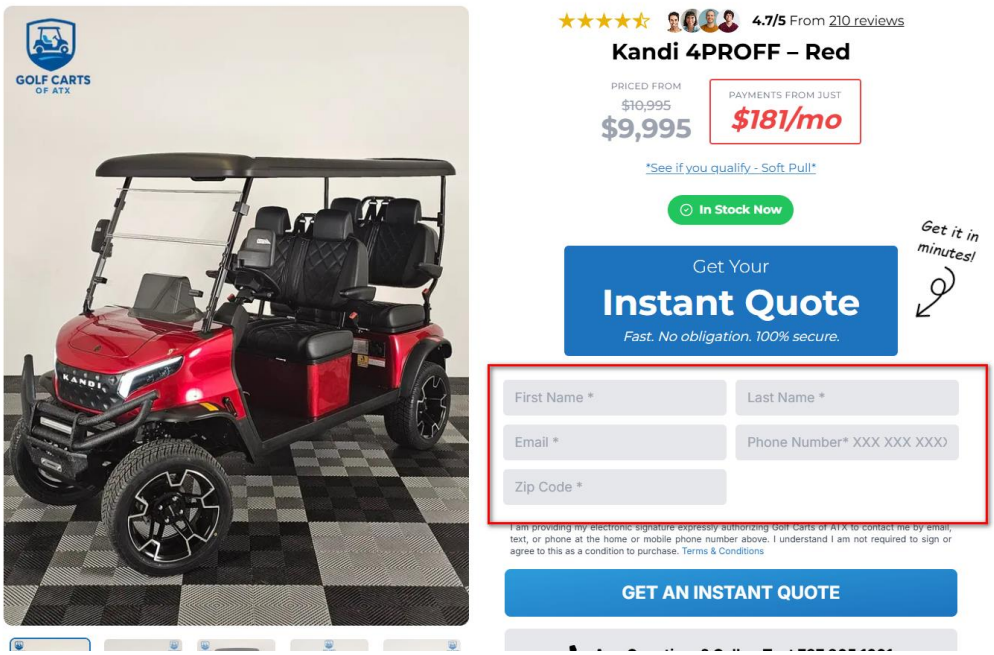
1. **Добавить блок “Do you have any questions?” с формой для заполнения в конце страниц услуг.**
2. **Использовать в форме следующие поля:**
   - **Name**
   - **Phone number**
   - **Message**
   - **Элемент для добавления вложенных файлов (рядом с элементом добавить информацию о допустимом формате и размере файлов)**

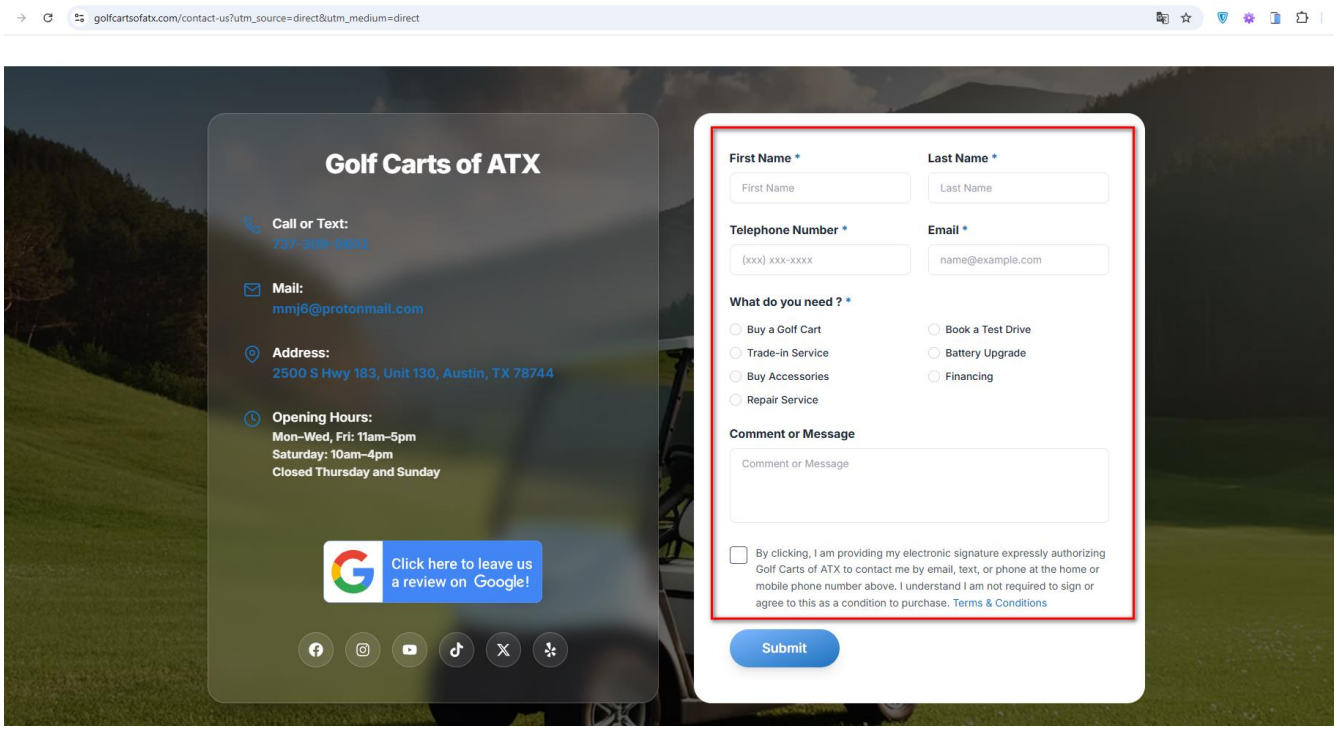
Формы для заполнения. Обязательные поля

Анализ конверсионных элементов (для десктопной и мобильной версии)

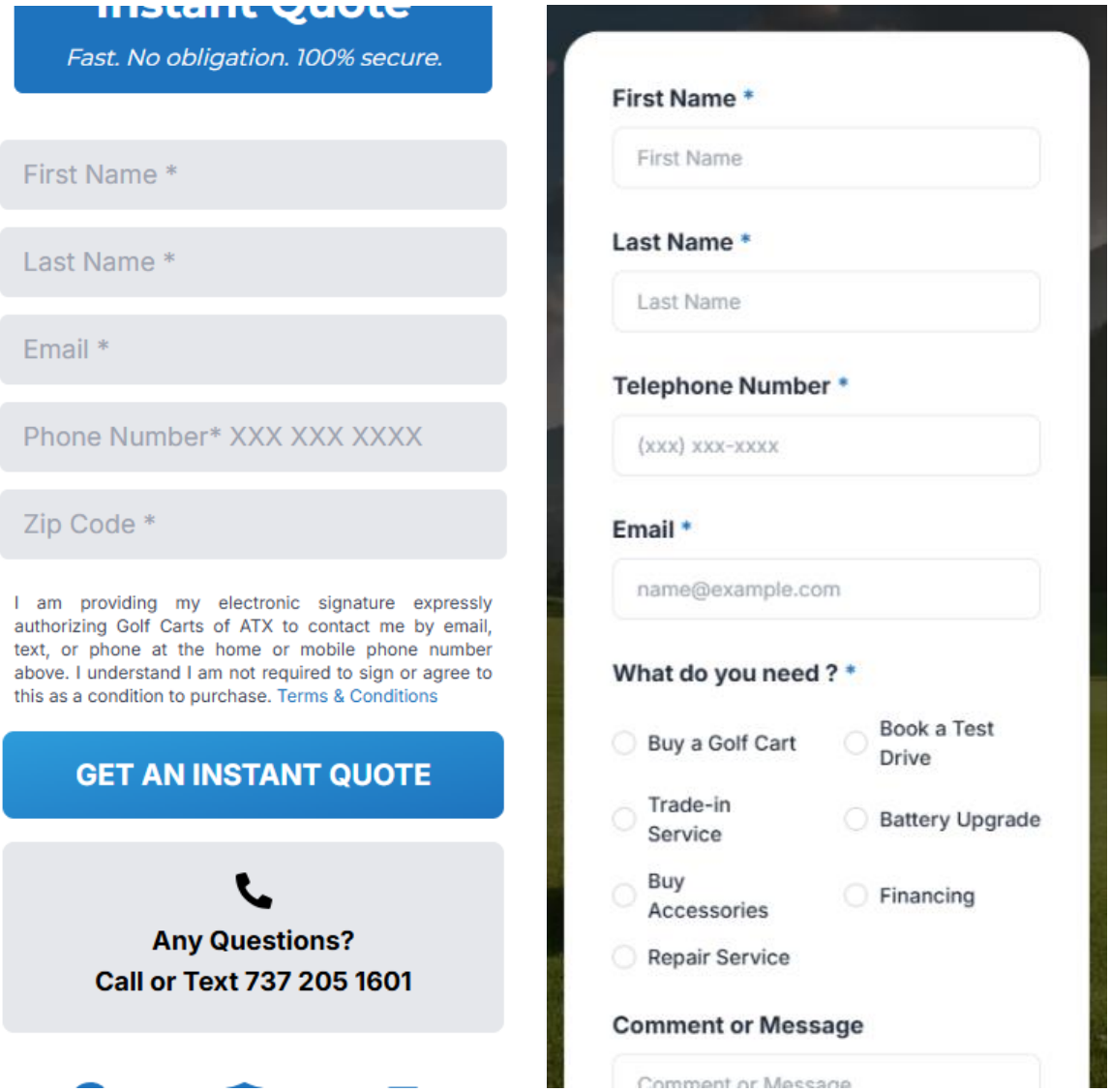
Обязательные поля отмечены, однако нет пояснения, что эти отметки указывают на необходимость заполнения.

Десктопная версия



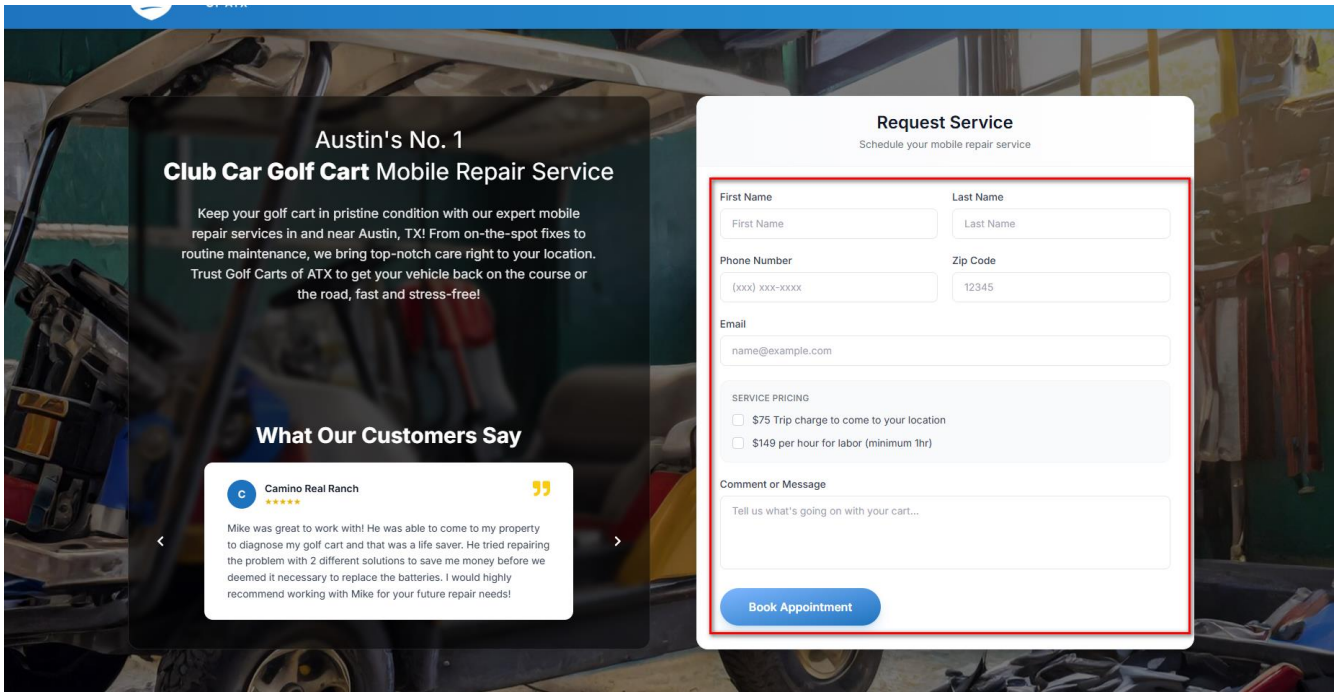


Мобильная версия

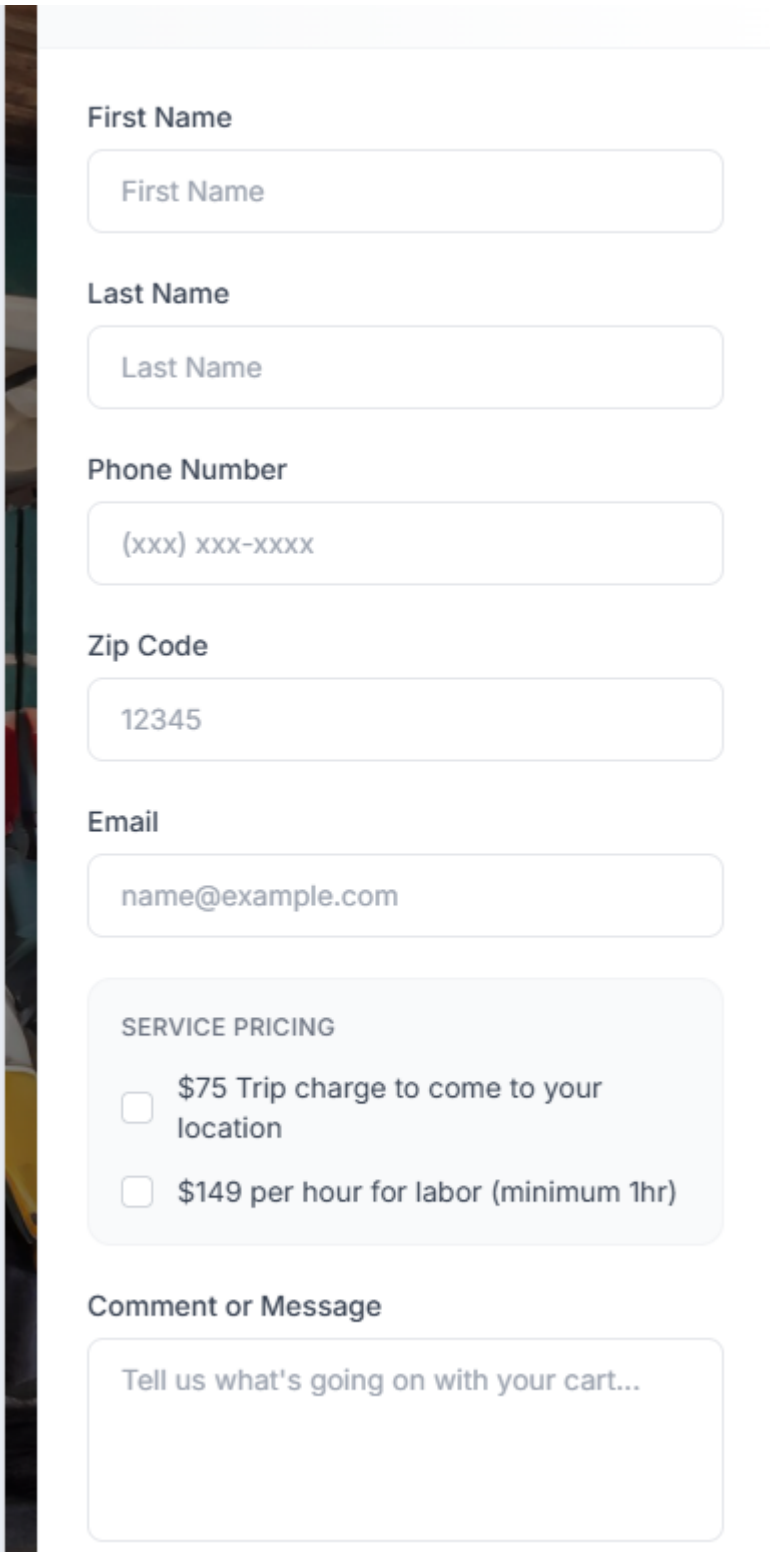


Обязательные поля никак не обозначены

<u>Десктопная версия</u>



Мобильная версия



Рекомендации

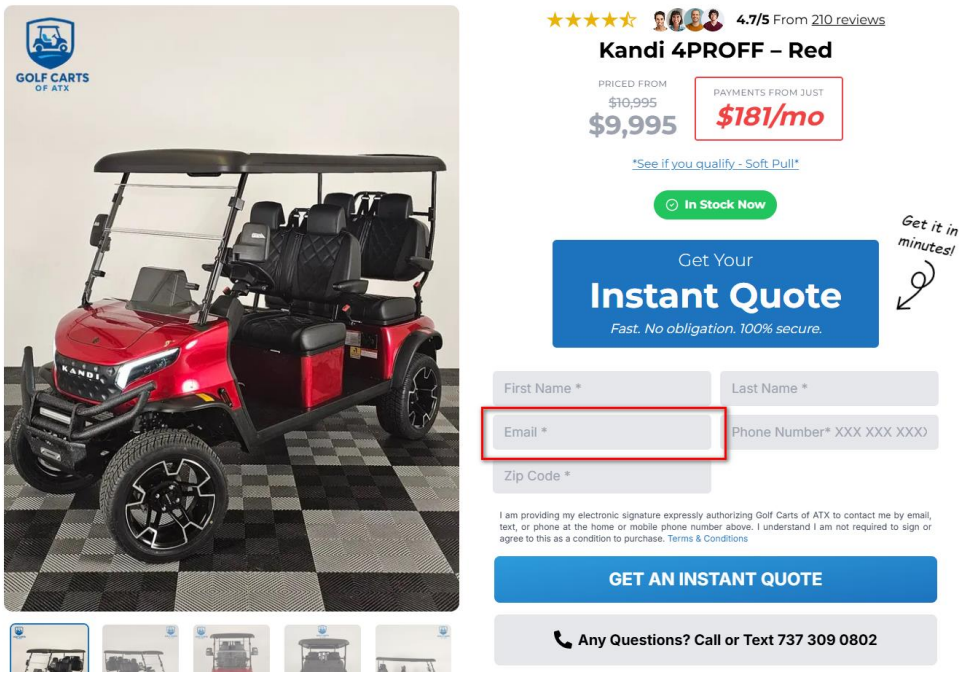
1. **Обозначить обязательные поля символом "*"**
2. **Над формой или под ней добавьте: "*" — обязательные поля**

Формы для заполнения. Информация о значениях, допустимых для ввода

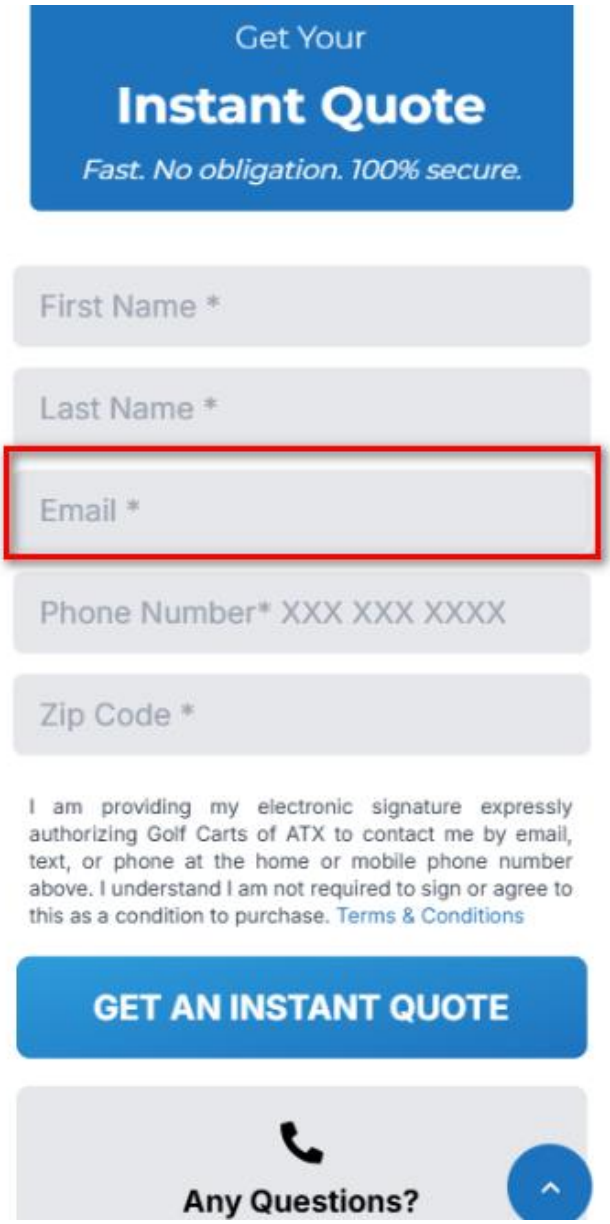
Анализ конверсионных элементов (для десктопной и мобильной версии)

При заполнении формы, в полях отсутствует информация о допустимых значениях

Десктопная версия



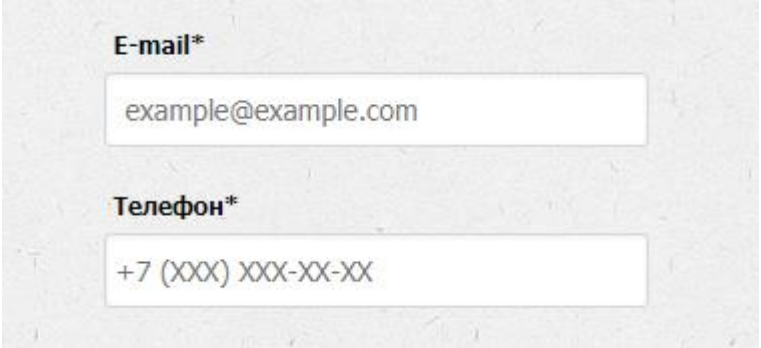
Мобильная версия



Рекомендации

1. **Добавьте пример правильного ввода данных в обязательные поля**

Например:

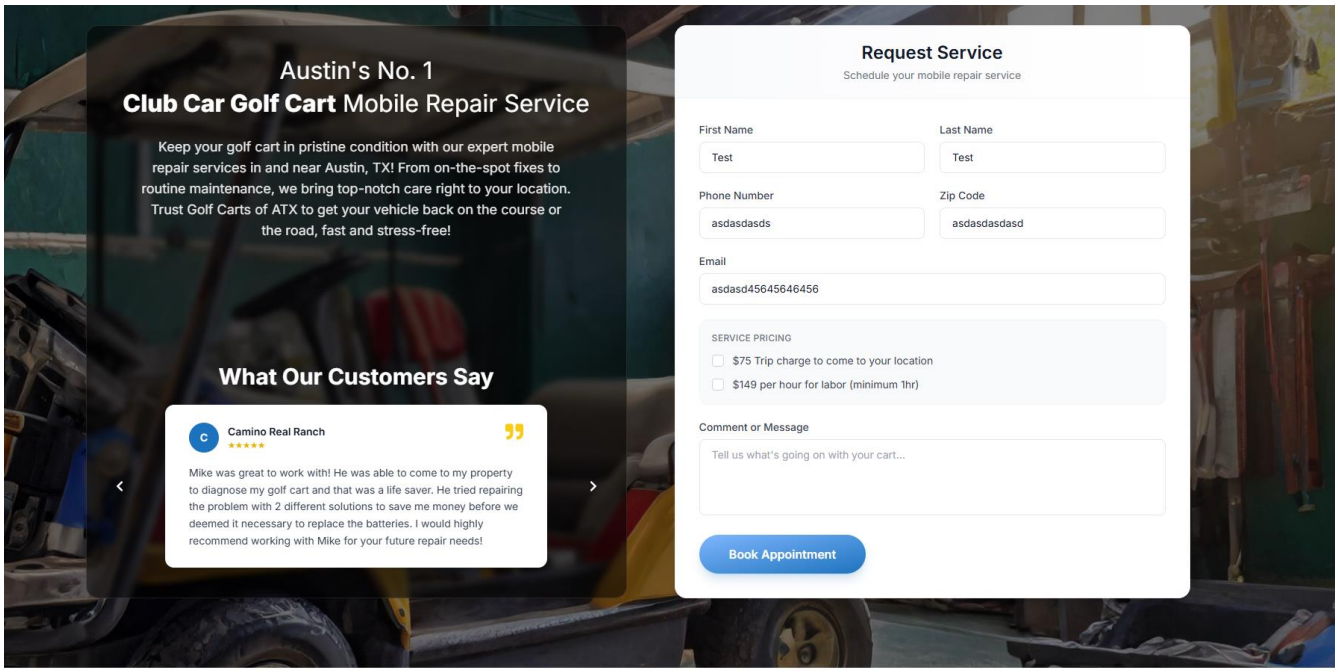


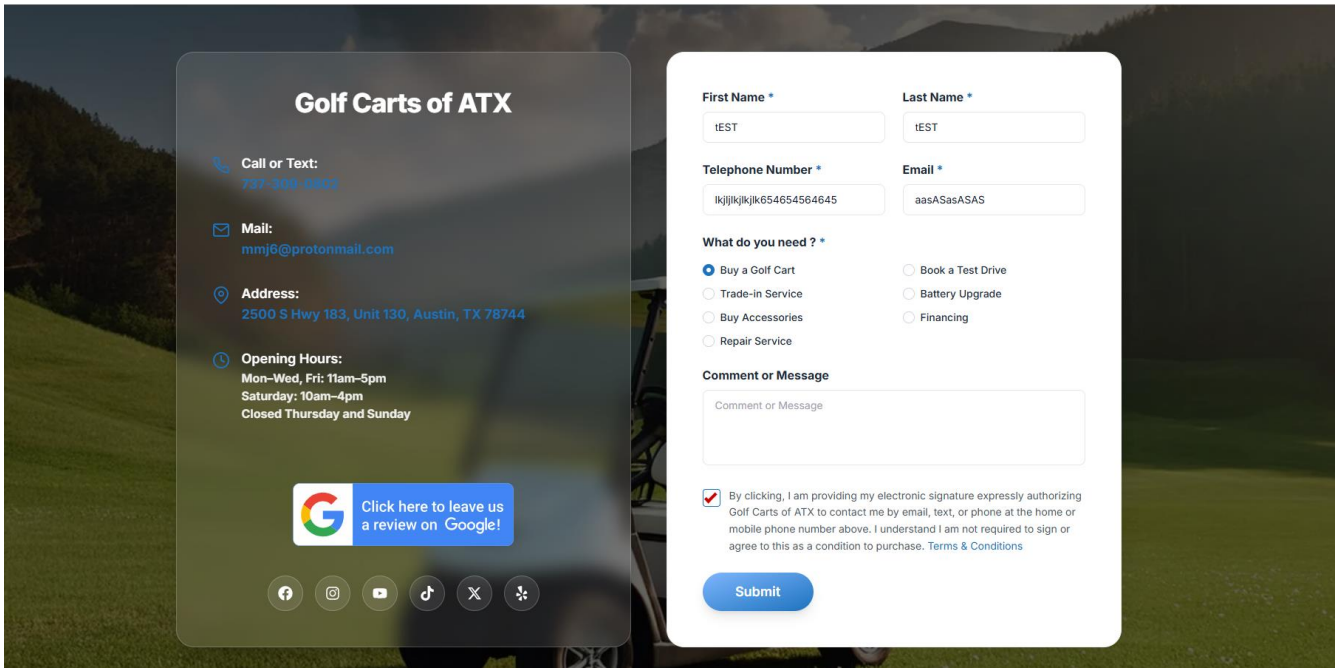
Формы для заполнения. Проверка данных в процессе заполнения форм

Анализ конверсионных элементов (для десктопной и мобильной версии)

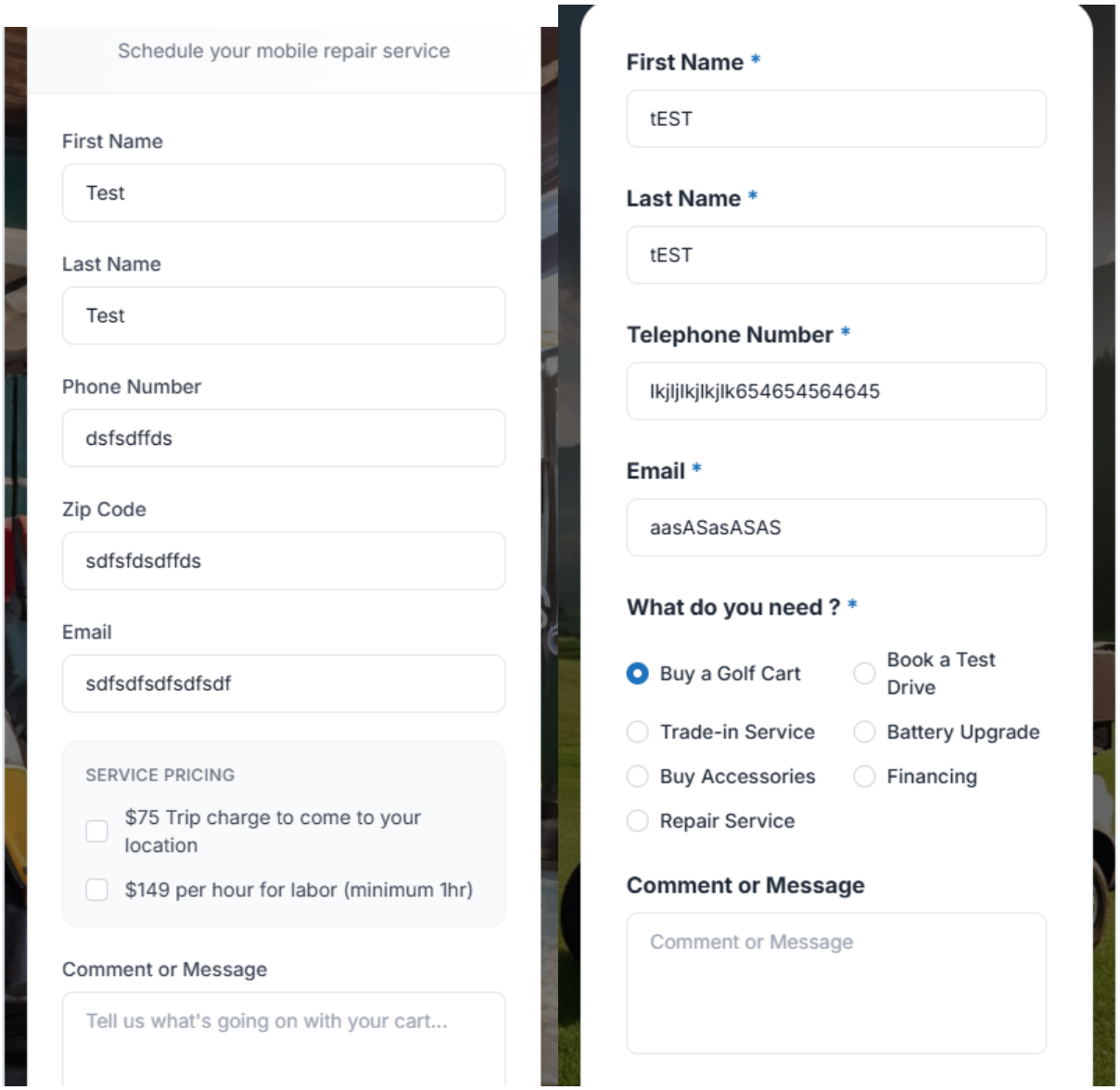
При заполнении формы значения полей проверяются после отправки данных на сервер.

Десктопная версия





Мобильная версия



Рекомендации

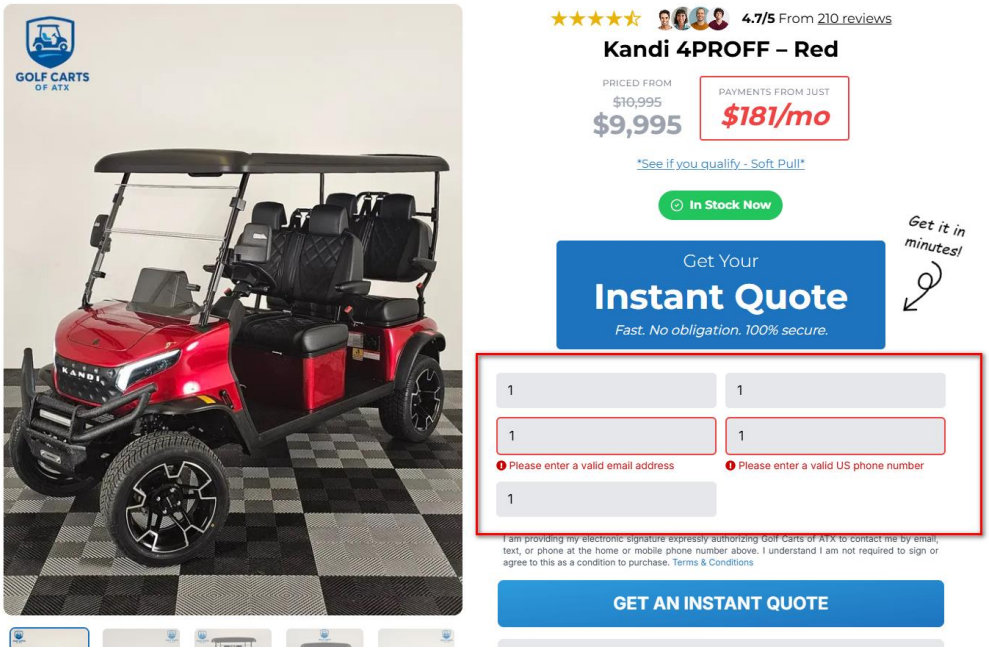
1. **При заполнении формы проверять вводимые данные в процессе заполнения**

Формы для заполнения. Подпись полей

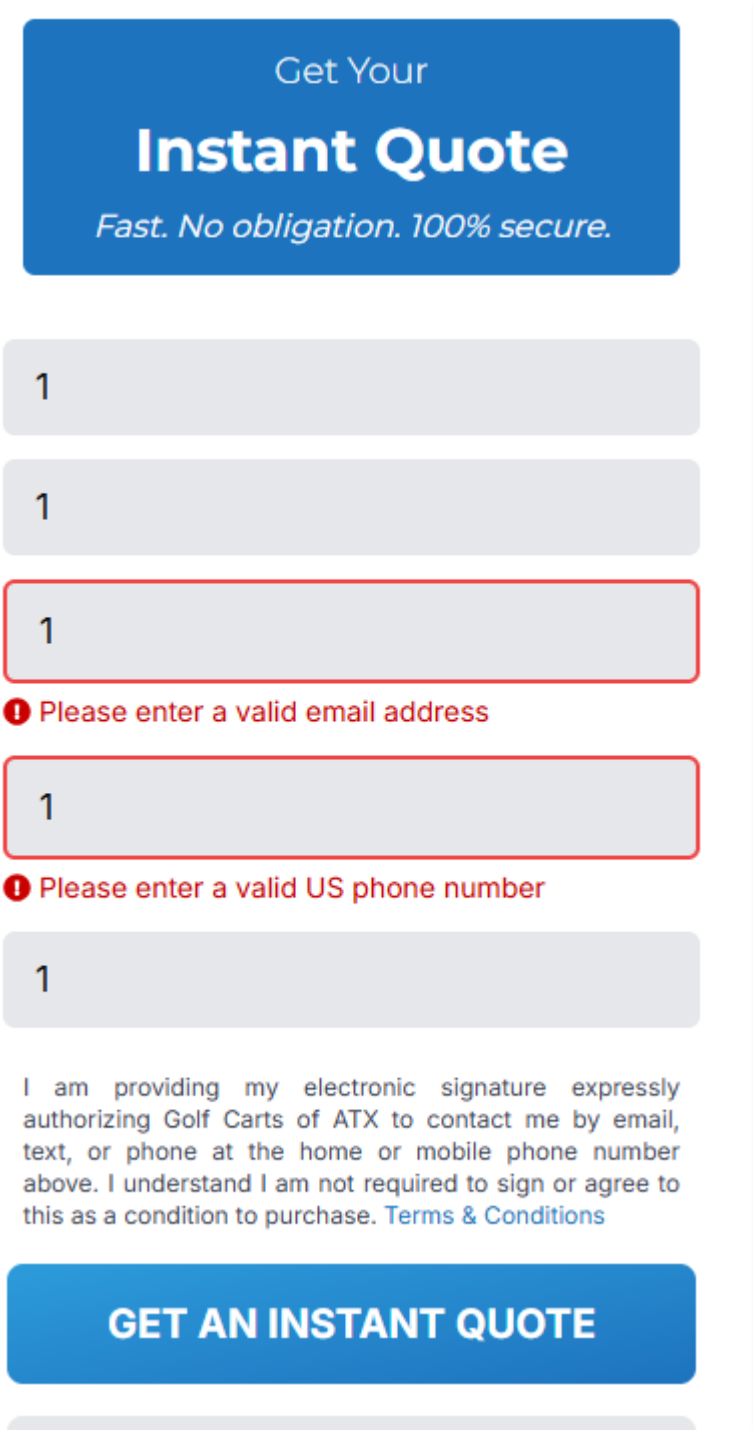
Анализ конверсионных элементов (для десктопной и мобильной версии)

При заполнении формы подпись полей заменяется введенными данными.

Десктопная версия



Мобильная версия



Рекомендации

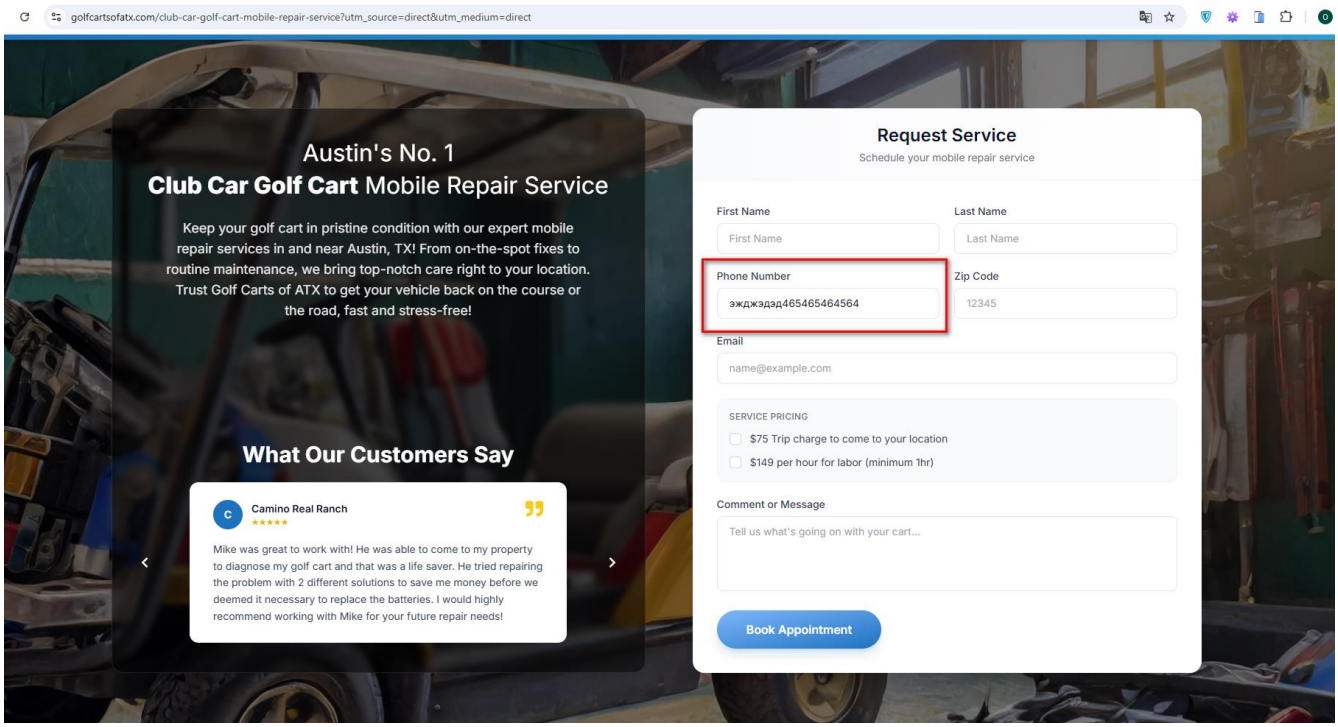
1. **Расположить подписи за пределами полей формы**

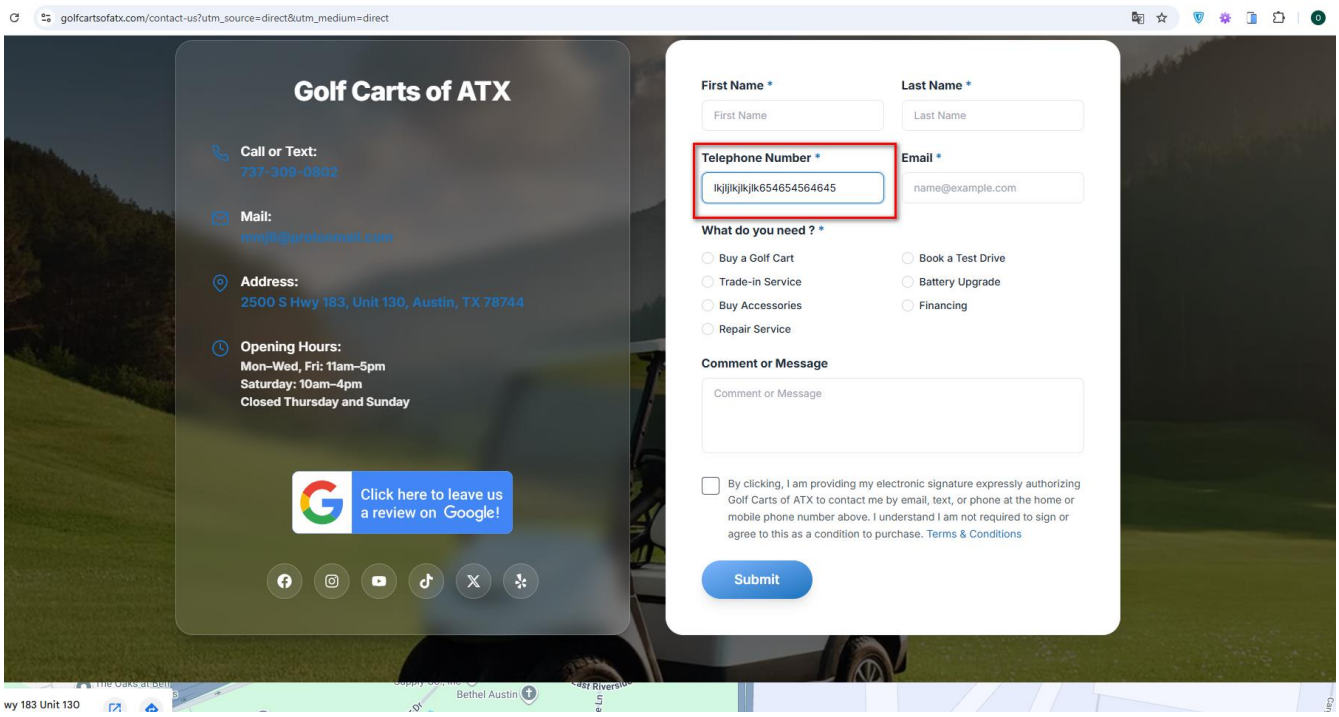
Формы для заполнения. Поле для ввода номера телефона

Анализ конверсионных элементов (для десктопной и мобильной версии)

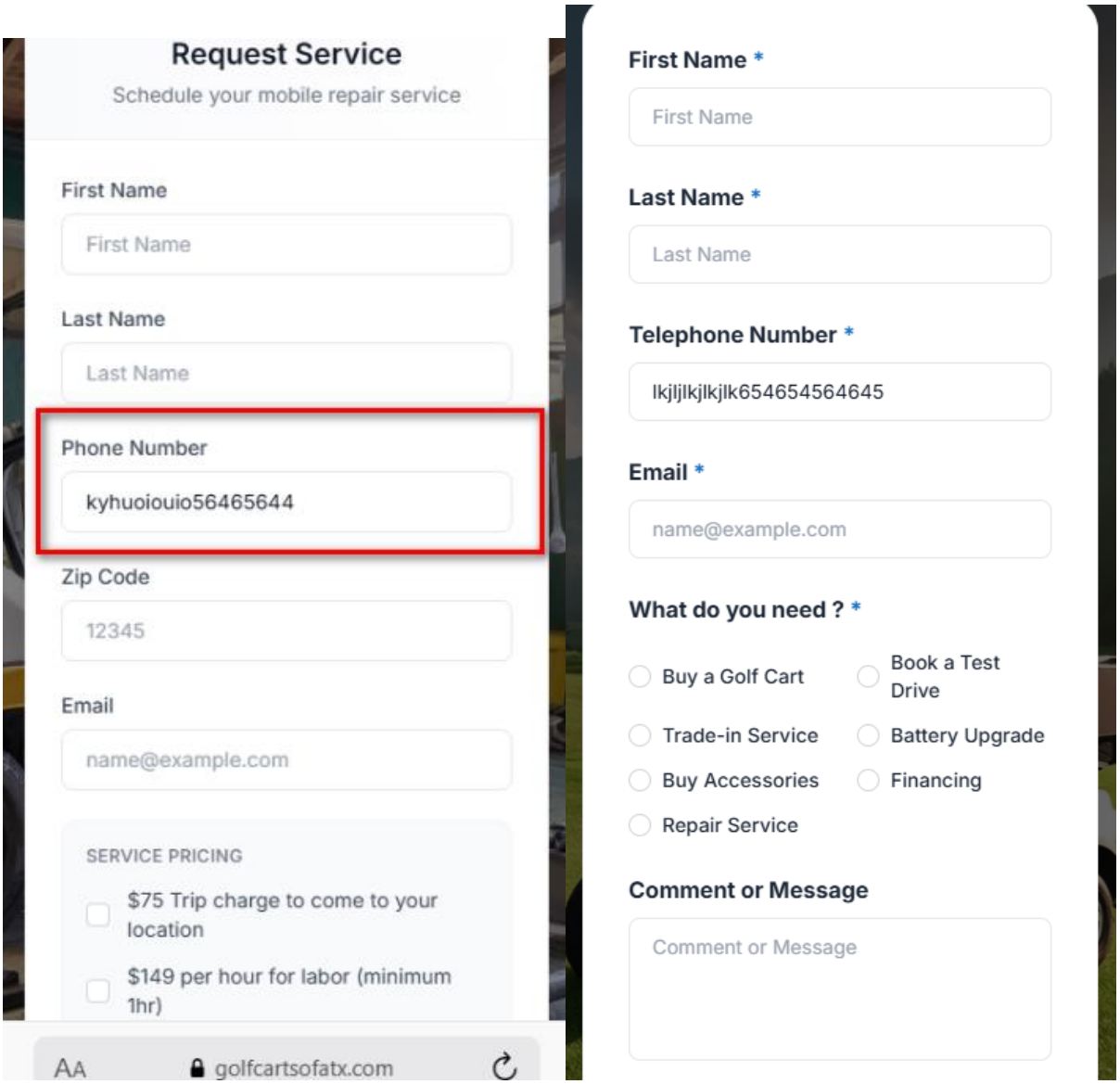
В поле для ввода номера телефона можно ввести любое значение.

Десктопная версия





Мобильная версия



Рекомендации

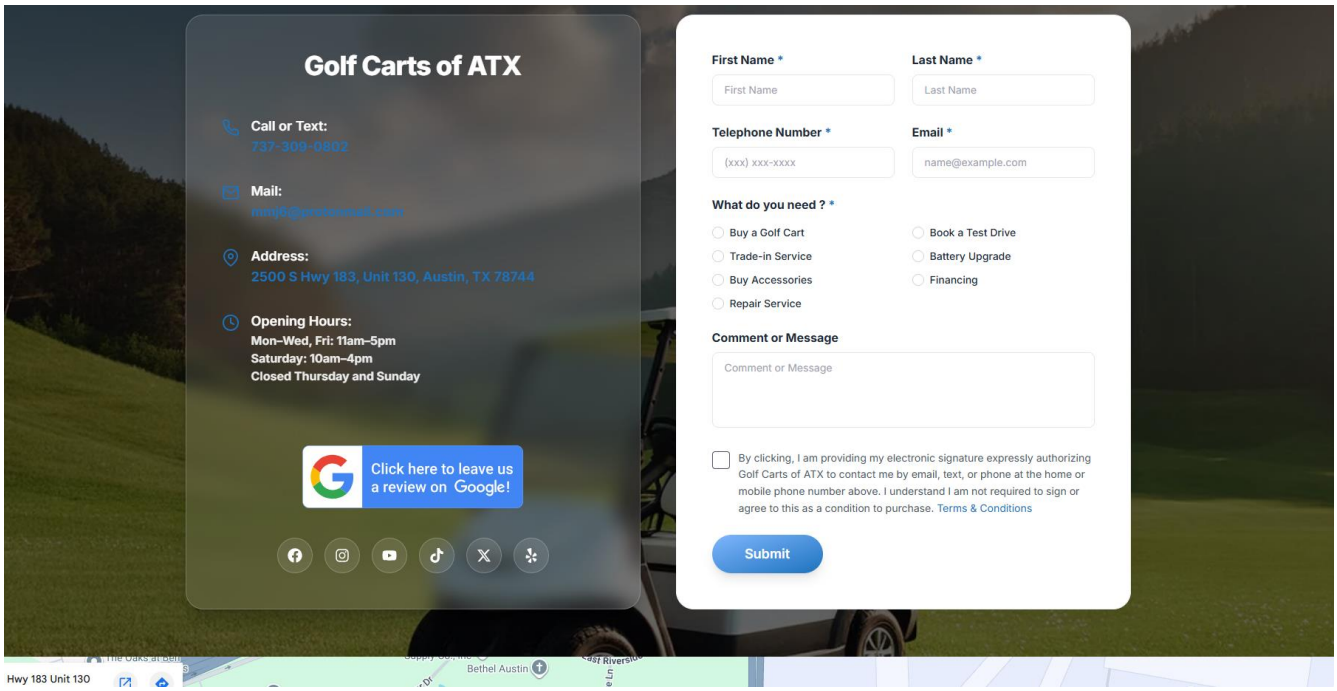
1. **В поле для ввода номера телефона добавить ограничение на ввод только цифр.**

Формы для заполнения. Добавление вложенных файлов

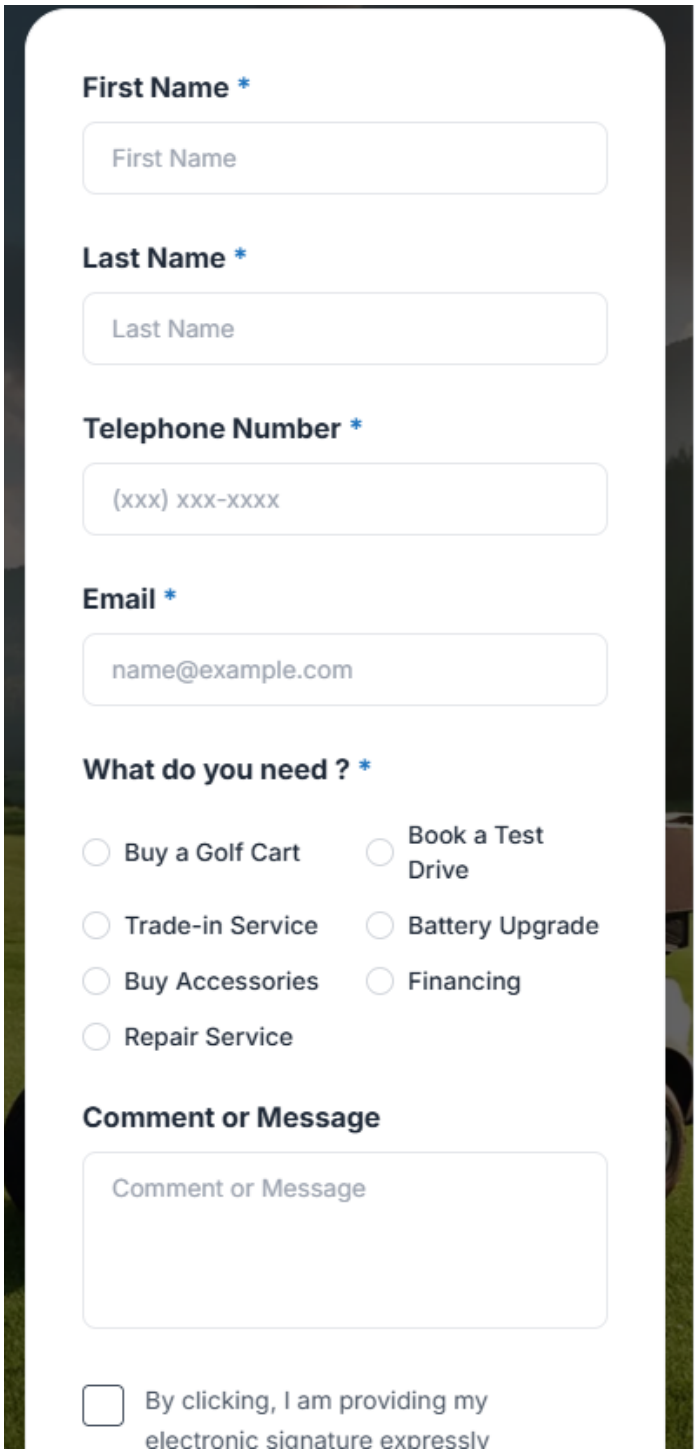
Анализ конверсионных элементов (для десктопной и мобильной версии)

В формах для заполнения отсутствует элемент для добавления вложенных файлов.

Десктопная версия



Мобильная версия



Рекомендации

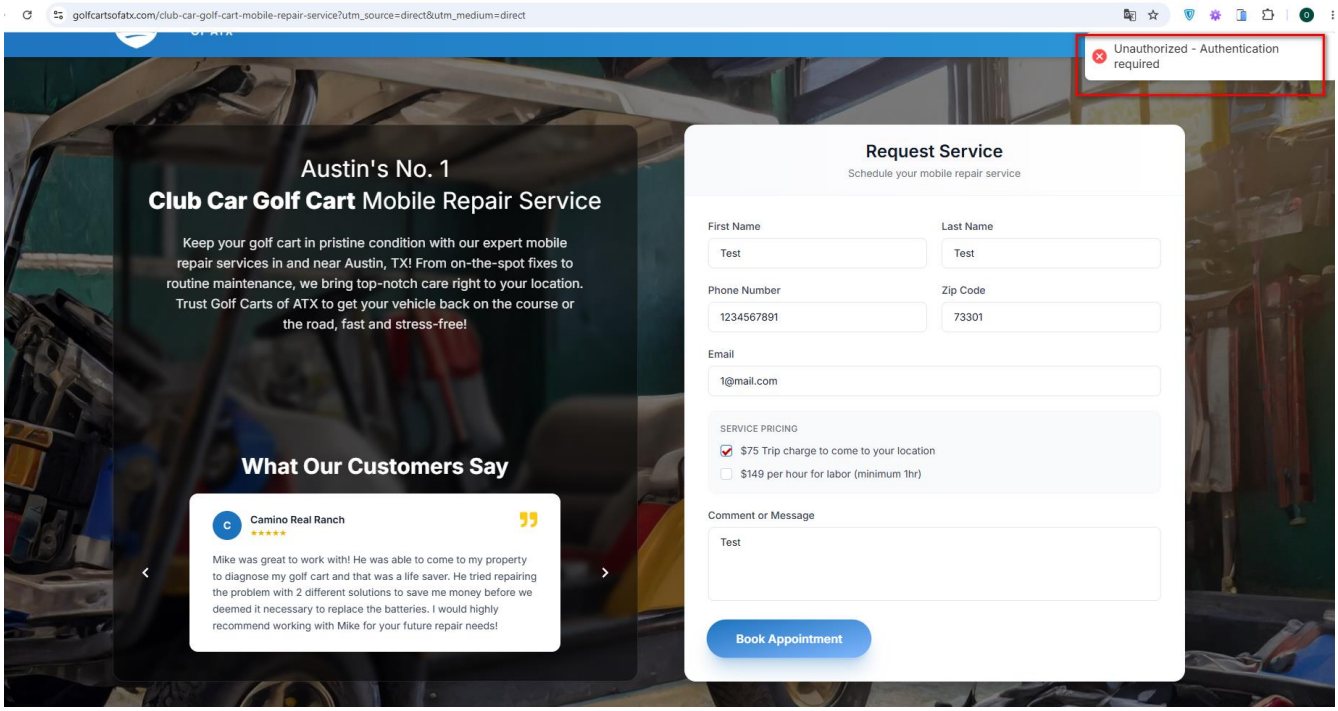
1. **Добавить элемент для добавления вложенных файлов.**
2. **Рядом с элементом для добавления файлов добавить информацию о допустимом формате и размере файлов.**

Формы для заполнения. Корректность работы

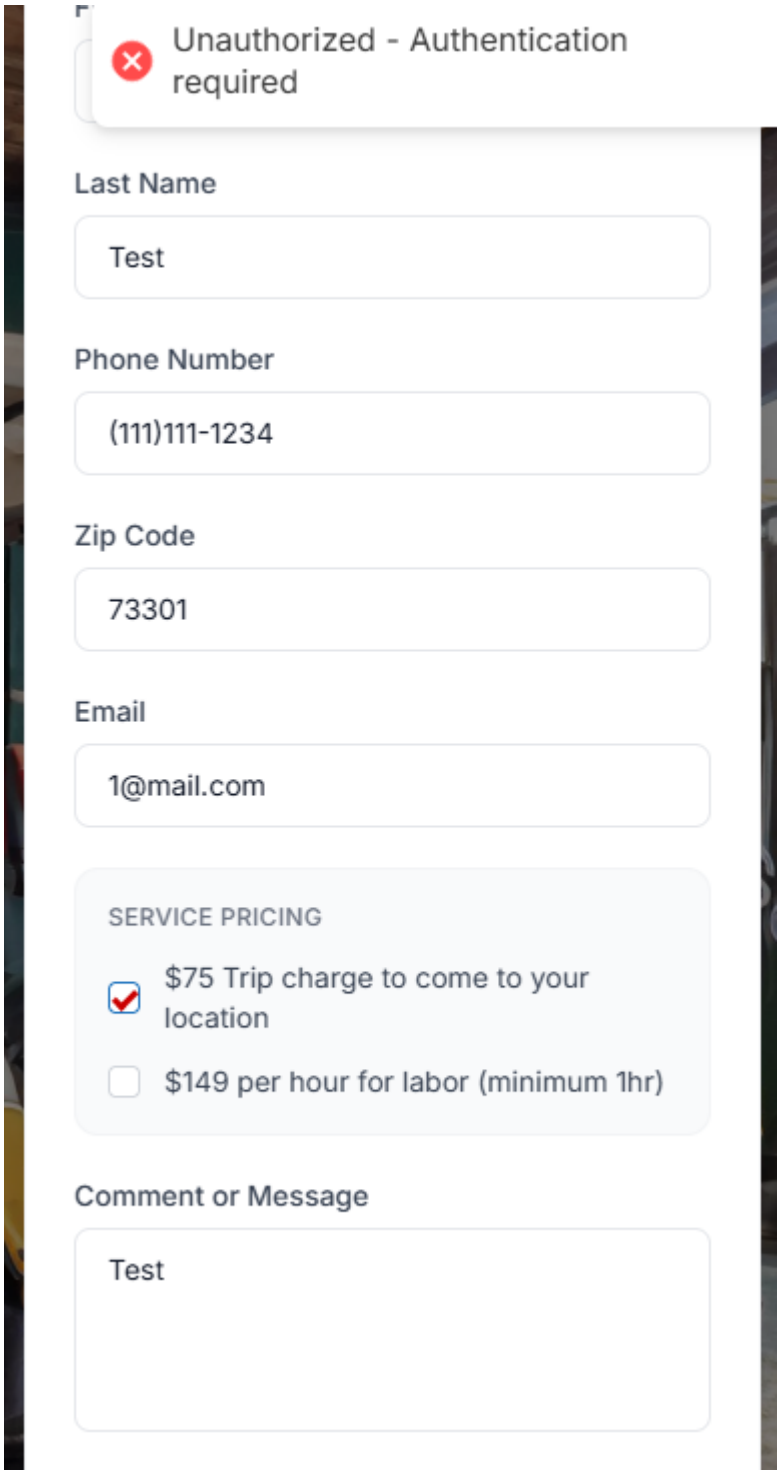
Анализ конверсионных элементов (для десктопной и мобильной версии)

Формы не работают. После нажатия на кнопку отправки отображается ошибка.

<u>Десктопная версия</u>



Мобильная версия



Рекомендации

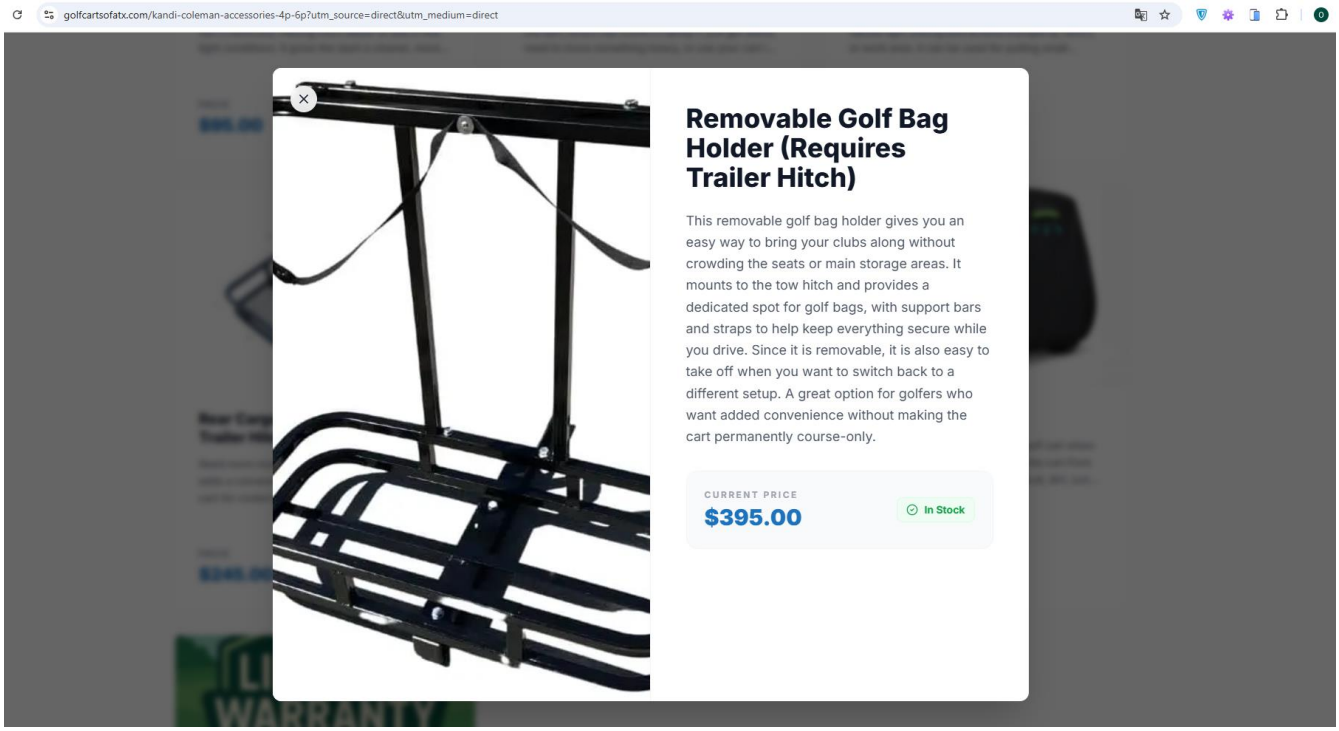
1. **Исправить работу форм и элементов.**

Страницы с аксессуарами

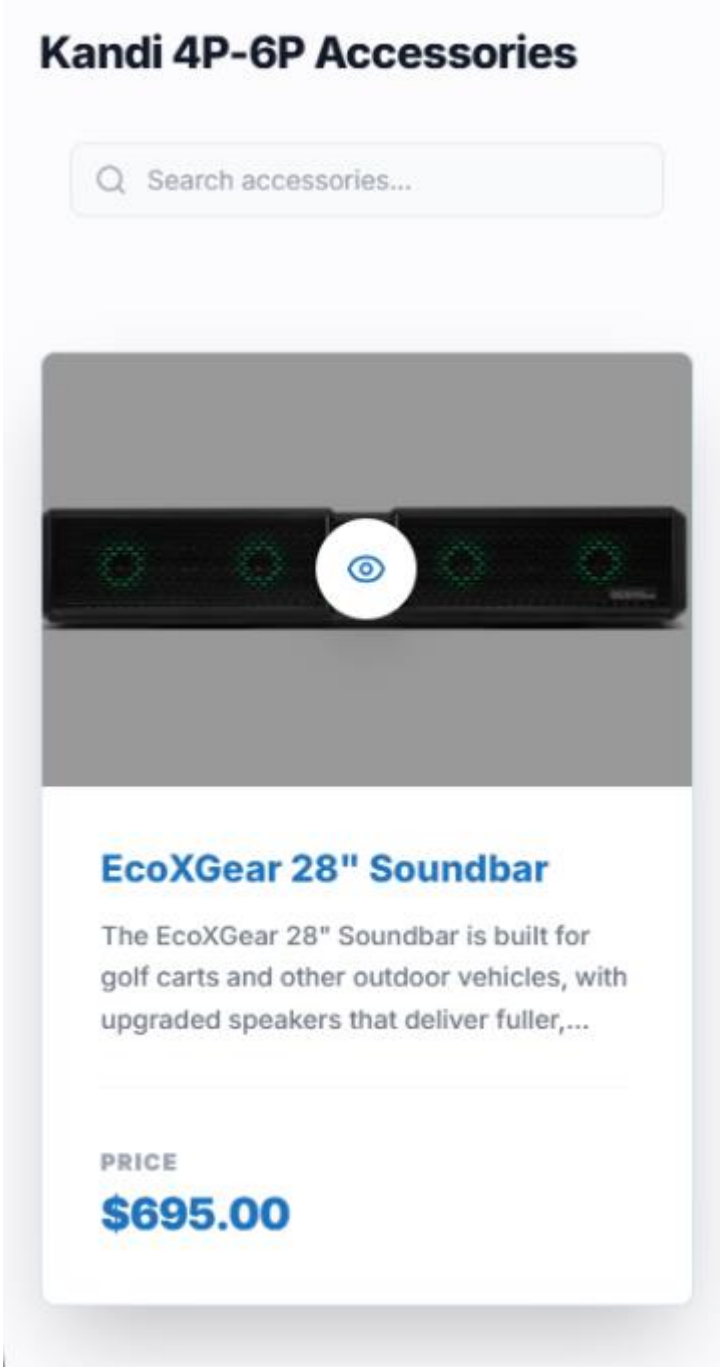
Анализ конверсионных элементов (для десктопной и мобильной версии)

На страницах нет элементов для заказа товара

Десктопная версия



Мобильная версия



Рекомендации

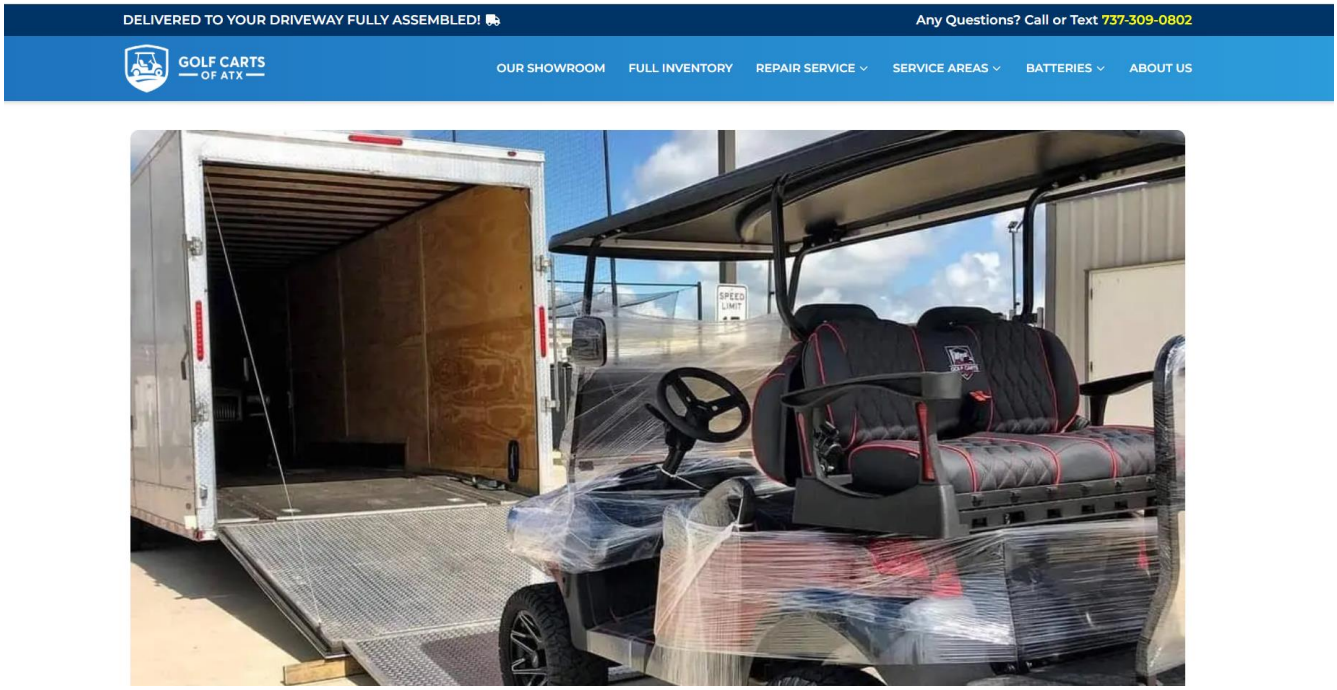
1. **Добавить элемент для заказа товара**

Страница "Golf Cart Shipping"

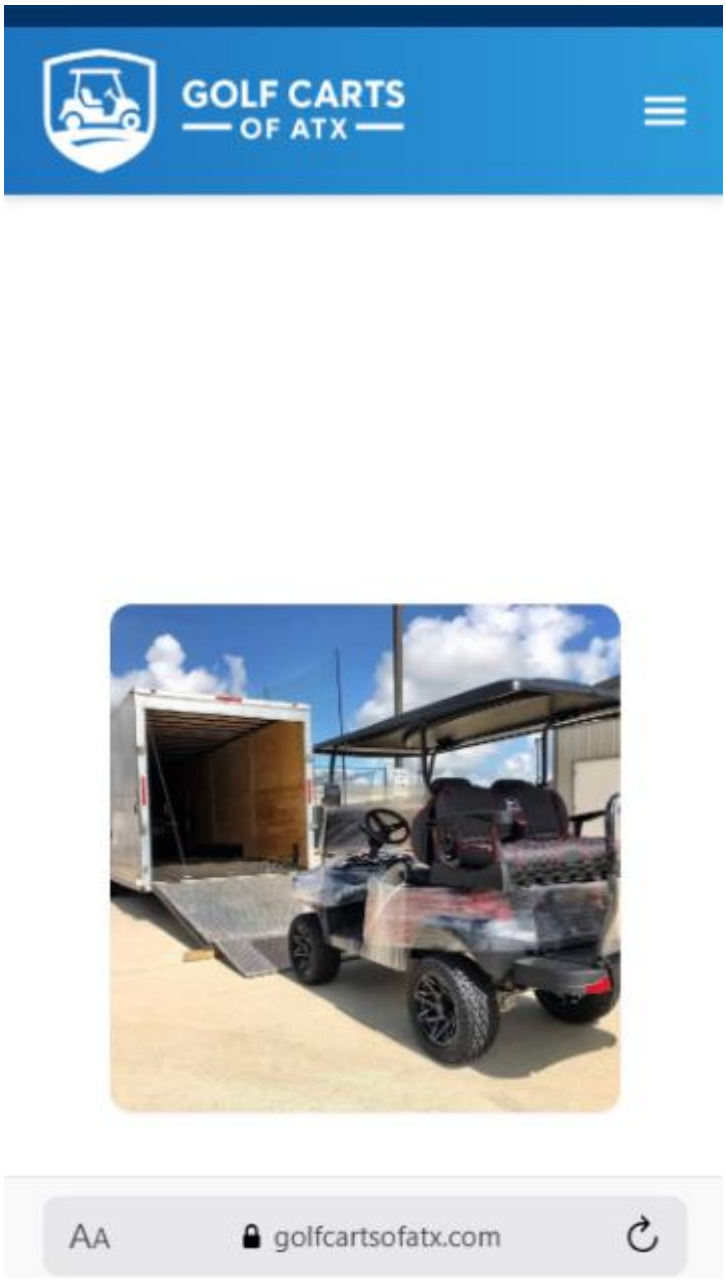
Анализ конверсионных элементов (для десктопной и мобильной версии)

На странице нет информации о доставке товара, есть только изображение

Десктопная версия



Мобильная версия



Рекомендации

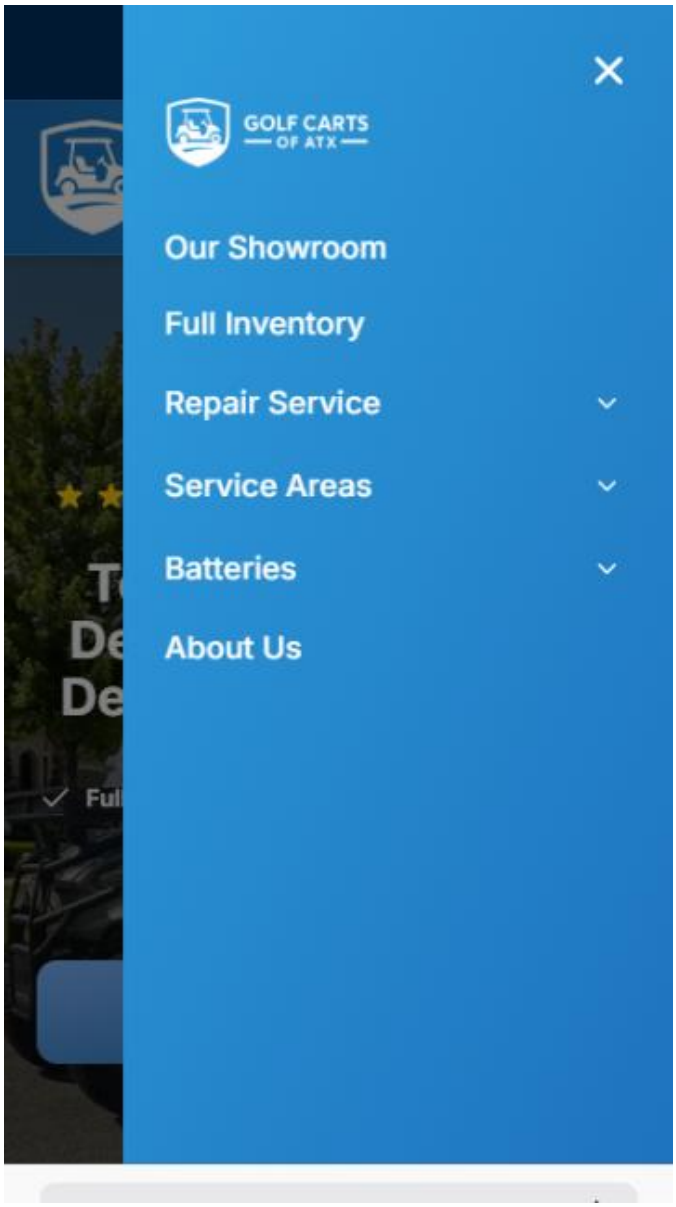
1. **Добавить информацию о способах доставки на страницу.**

Главное меню. Контакты

Анализ конверсионных элементов (только для мобильной версии)

В главном меню нет контактной информации.

Мобильная версия



Рекомендации

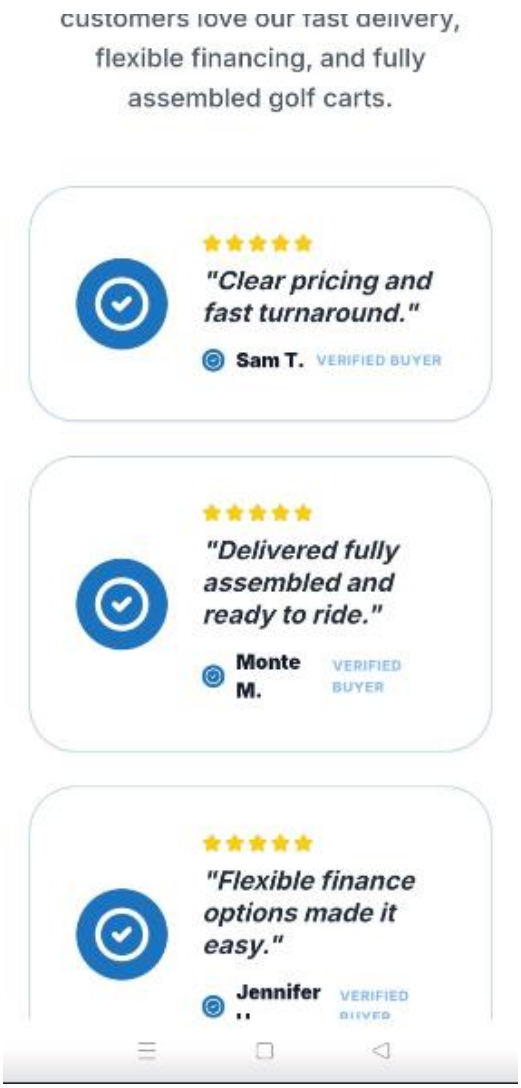
1. **Добавить контактную информацию в главное меню.**

Шапка сайта

Анализ конверсионных элементов (только для мобильной версии)

Шапка сайта с основным меню ("бургер") не отображается при прокрутке страниц.

Мобильная версия



Рекомендации

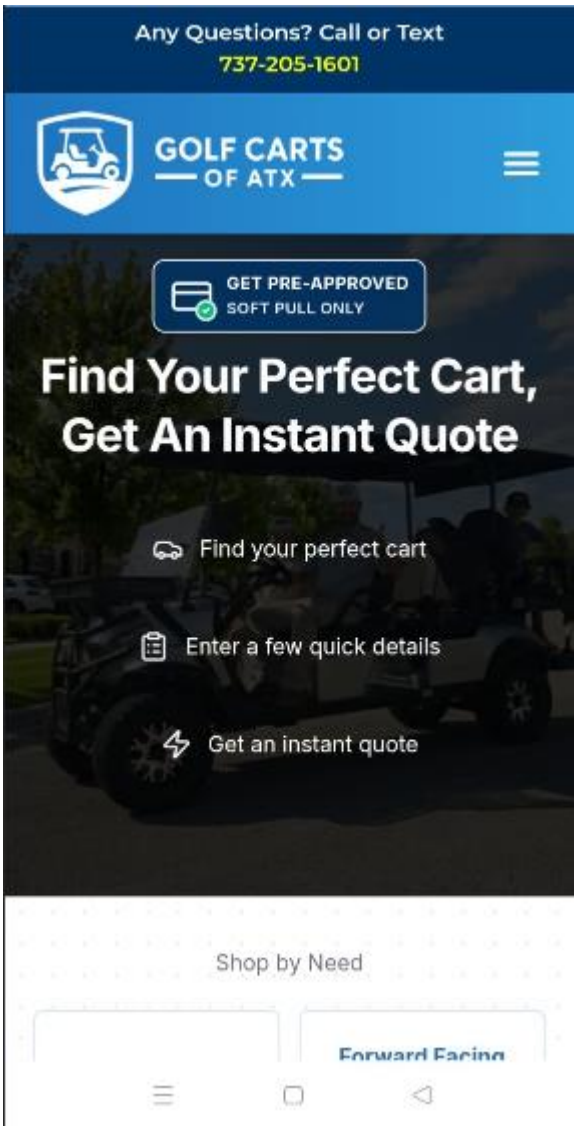
1. **Шапку сайта с основным меню реализовать в виде плавающего элемента.**

Страницы категорий. Первый экран

Анализ конверсионных элементов (только для мобильной версии)

Блок занимает весь первый экран, карточки товаров расположены далеко от первого экрана.

Мобильная версия



Рекомендации

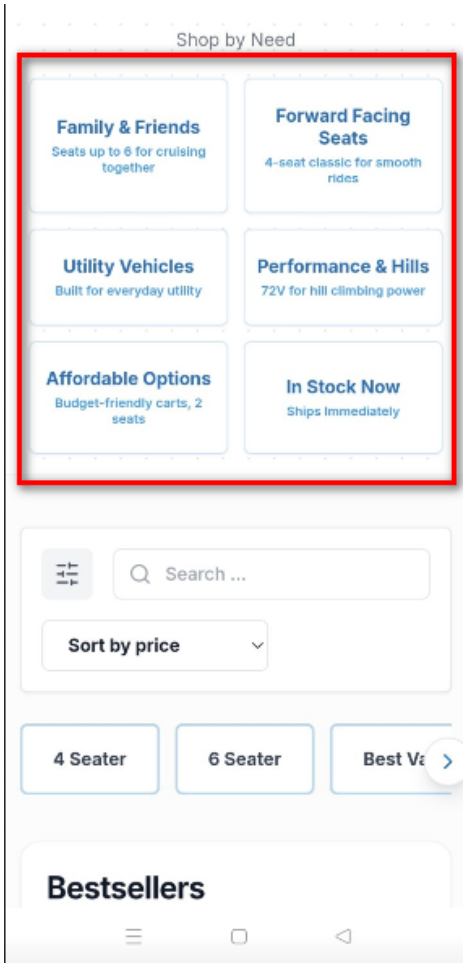
1. **Сократить размер блока в первом экране.**

Страницы категорий. Элементы подкатегорий

Анализ конверсионных элементов (только для мобильной версии)

Элементы подкатегорий занимают слишком много места, карточки товаров пользователь видит только в третьем экране.

Мобильная версия



Рекомендации

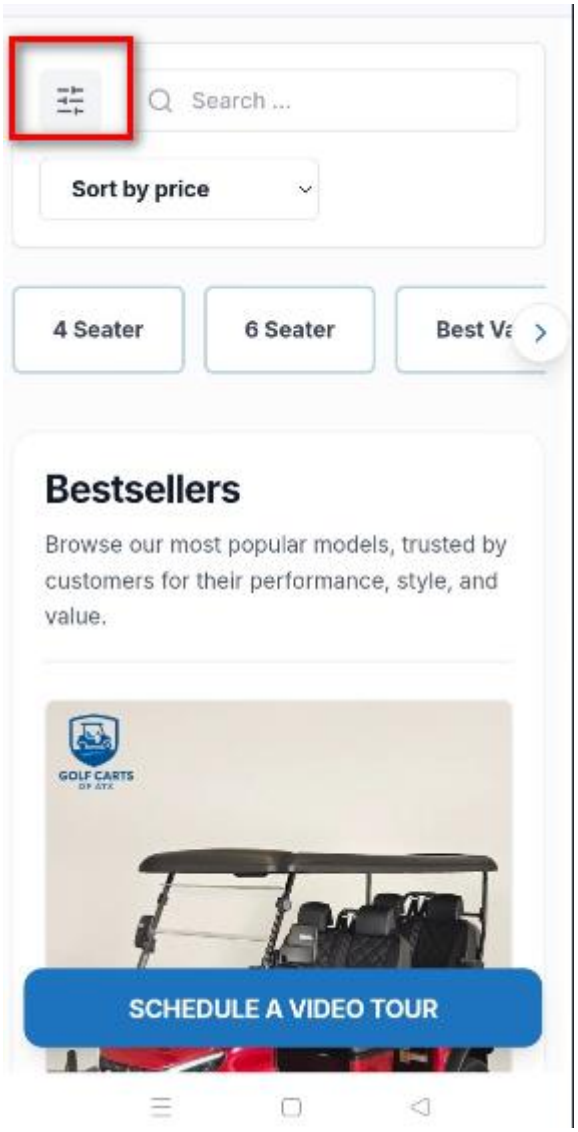
1. **Использовать однострочный прокручиваемый блок**

Страницы категорий. Фильтры

Анализ конверсионных элементов (только для мобильной версии)

Элементы фильтра незаметны

Мобильная версия



Рекомендации

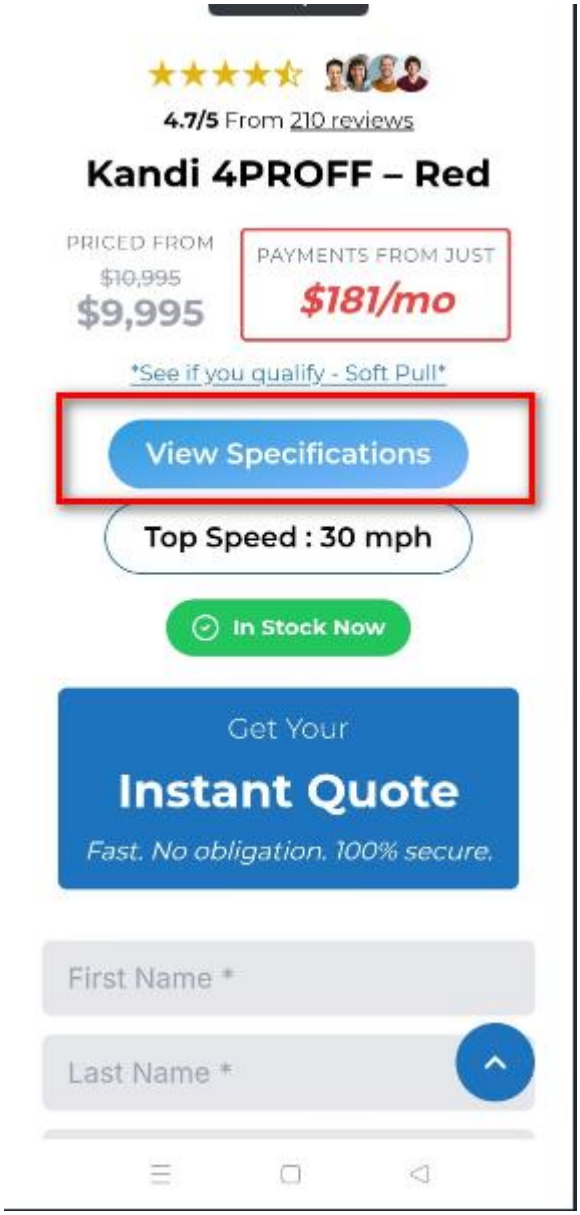
1. **Выделить элемент цветом или использовать кнопку "Filters".**

Карточки товаров. "View Specifications"

Анализ конверсионных элементов (только для мобильной версии)

Кнопка "View Specifications" не работает в мобильной версии сайта, просмотреть характеристики товаров невозможно.

Мобильная версия



Рекомендации

1. **Исправьте работу элемента.**

Анализ внутренней оптимизации

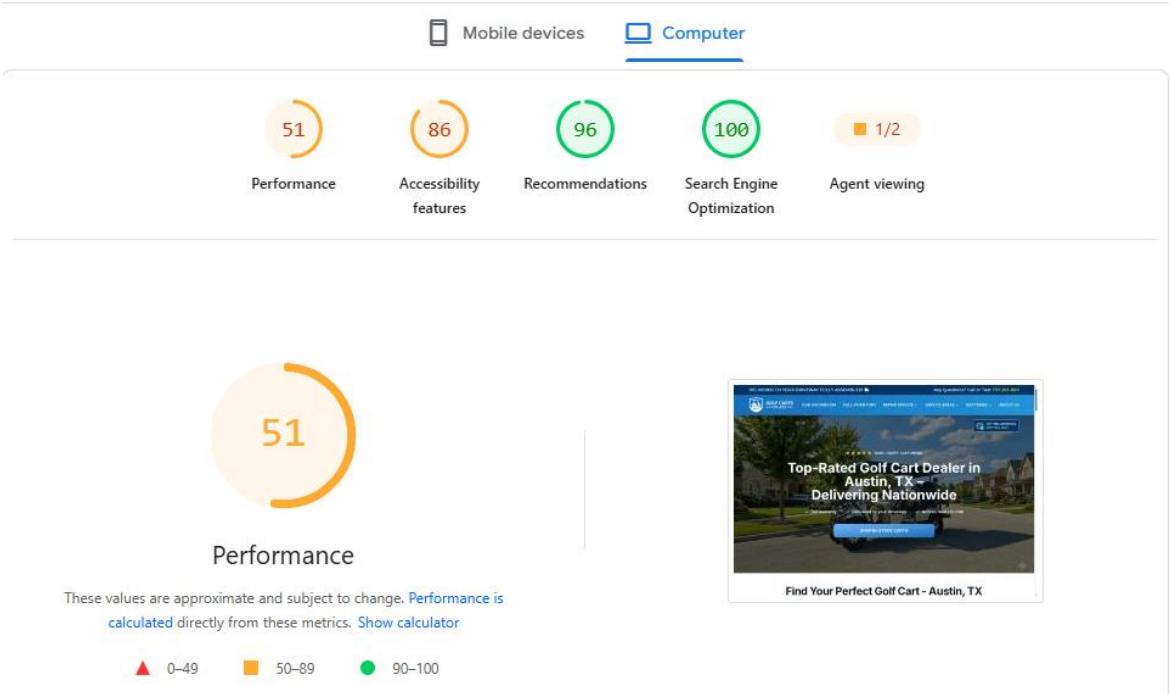


Производительность главной страницы

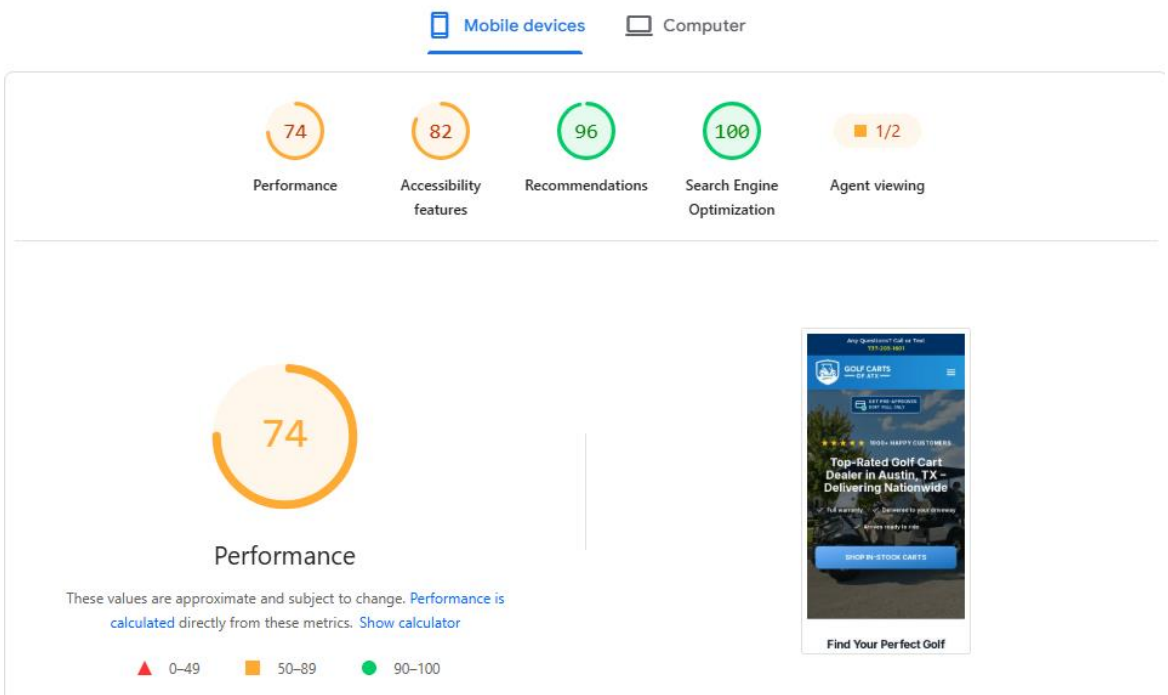
Анализ внутренней оптимизации

Производительность главной страницы ниже нормы.

Десктопная версия



Мобильная версия





1. **Рекомендации для десктопной версии:**

https://pagespeed.web.dev/analysis/https-www-golfcartsofatx-com/riw5imxwqk?form_factor=desktop

2. **Рекомендации для мобильной версии:**

https://pagespeed.web.dev/analysis/https-www-golfcartsofatx-com/riw5imxwqk?form_factor=mobile

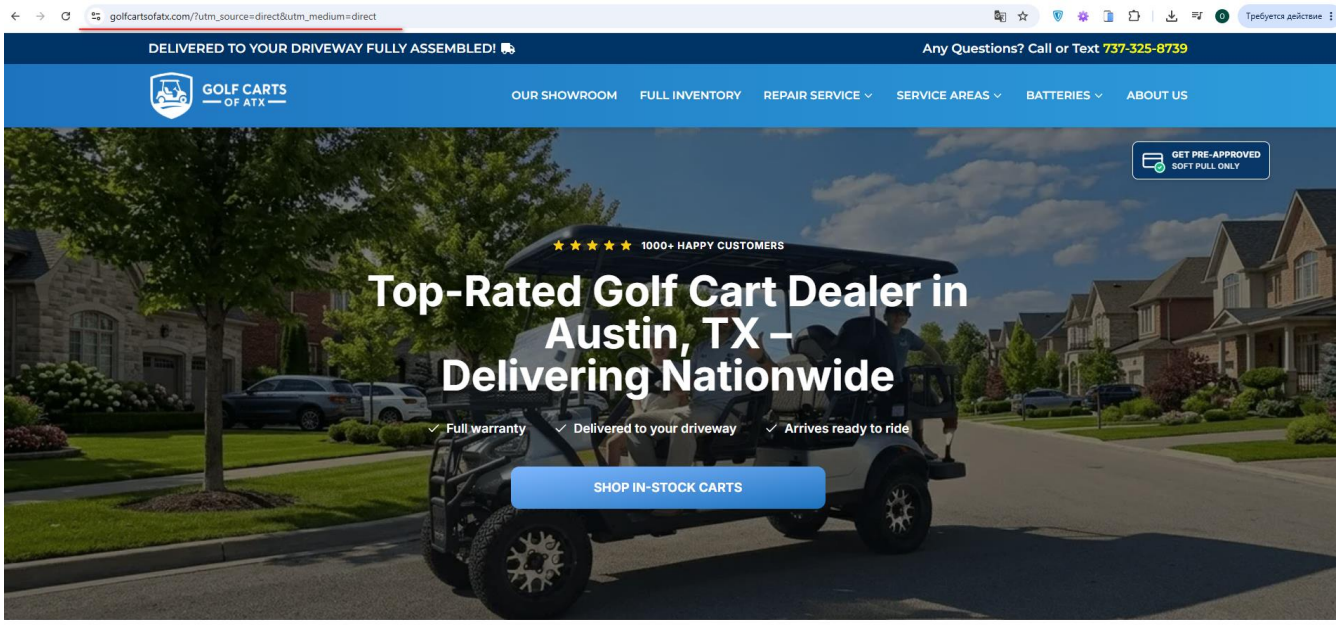


Чем быстрее откликается страница, тем больше вероятность, что пользователь на ней останется. Поисковые роботы считывают данные, анализируют их и отдают медленным сайтам последние строчки поиска. Соответственно, веб-ресурсы с быстрым откликом получают приоритетные места в выдаче, что увеличивает их посещаемость

URL. Редиректы

Анализ внутренней оптимизации

На сайте используются URL-адреса с параметром utm_source, однако в файле sitemap присутствуют страницы без этого параметра.



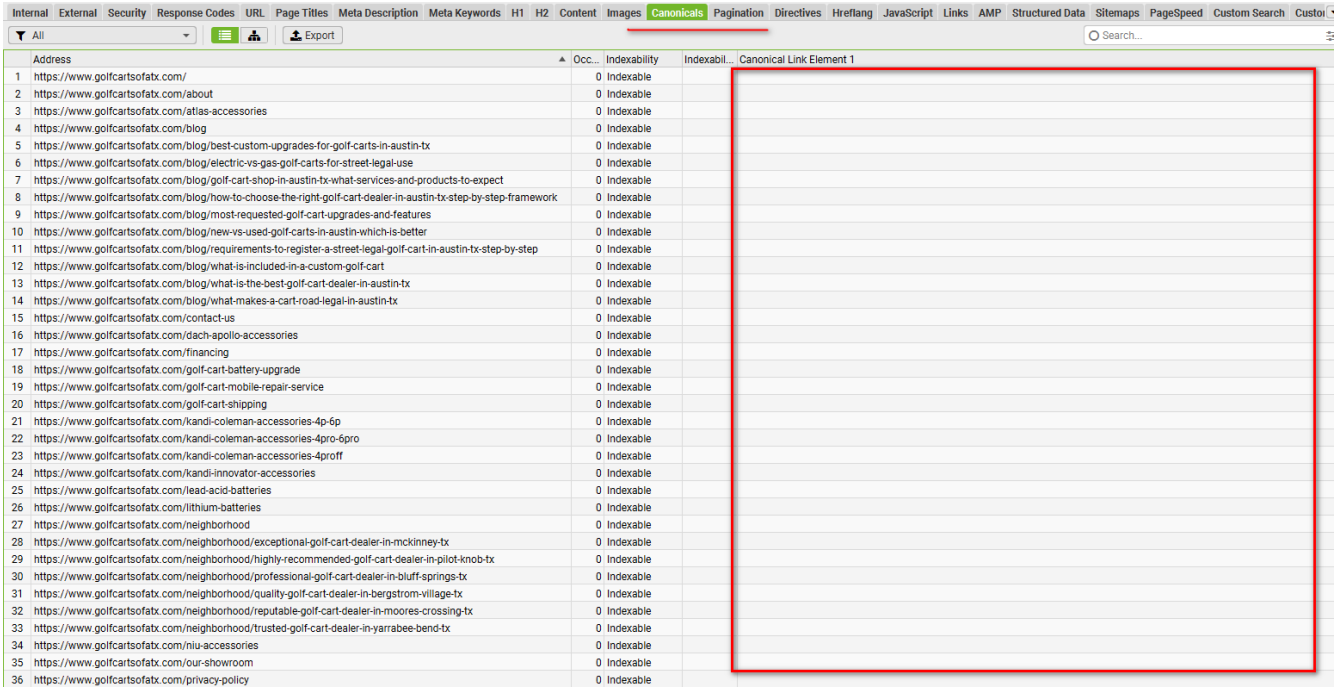
Рекомендации

1. **Использовать URL-адреса без параметров utm_source.**
2. **Использовать URL-адреса с параметрами utm_source только для рекламных кампаний.**
3. **В файле robots.txt запретить индексацию URL-адресов, содержащих параметры utm_source.**

Анализ использования атрибута rel="canonical"

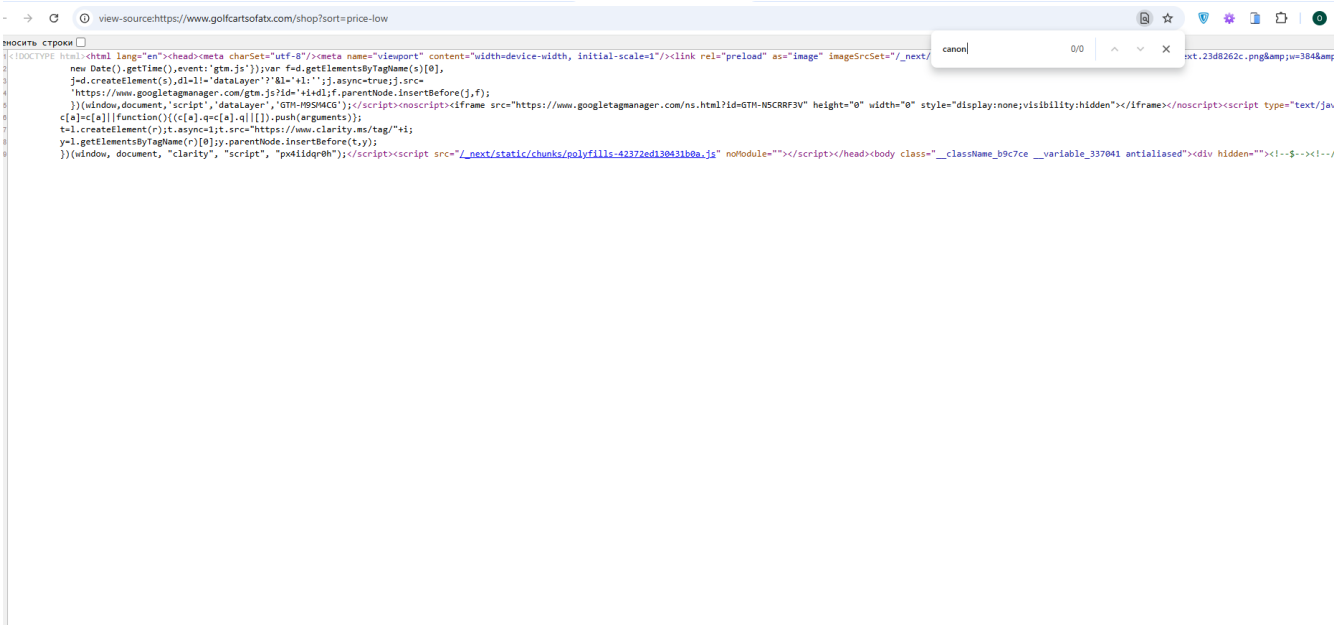
Анализ внутренней оптимизации

На страницах не используется атрибут rel="canonical"



	Address	Occ...	Indexability	Indexabil...	Canonical Link Element 1
1	https://www.golfcartsofatx.com/	0	Indexable		
2	https://www.golfcartsofatx.com/about	0	Indexable		
3	https://www.golfcartsofatx.com/atlas-accessories	0	Indexable		
4	https://www.golfcartsofatx.com/blog	0	Indexable		
5	https://www.golfcartsofatx.com/blog/best-custom-upgrades-for-golf-carts-in-austin-tx	0	Indexable		
6	https://www.golfcartsofatx.com/blog/electric-vs-gas-golf-carts-for-street-legal-use	0	Indexable		
7	https://www.golfcartsofatx.com/blog/golf-cart-shop-in-austin-tx-what-services-and-products-to-expect	0	Indexable		
8	https://www.golfcartsofatx.com/blog/how-to-choose-the-right-golf-cart-dealer-in-austin-tx-step-by-step-framework	0	Indexable		
9	https://www.golfcartsofatx.com/blog/most-requested-golf-cart-upgrades-and-features	0	Indexable		
10	https://www.golfcartsofatx.com/blog/new-vs-used-golf-carts-in-austin-which-is-better	0	Indexable		
11	https://www.golfcartsofatx.com/blog/requirements-to-register-a-street-legal-golf-cart-in-austin-tx-step-by-step	0	Indexable		
12	https://www.golfcartsofatx.com/blog/what-is-included-in-a-custom-golf-cart	0	Indexable		
13	https://www.golfcartsofatx.com/blog/what-is-the-best-golf-cart-dealer-in-austin-tx	0	Indexable		
14	https://www.golfcartsofatx.com/blog/what-makes-a-cart-road-legal-in-austin-tx	0	Indexable		
15	https://www.golfcartsofatx.com/contact-us	0	Indexable		
16	https://www.golfcartsofatx.com/dach-apollo-accessories	0	Indexable		
17	https://www.golfcartsofatx.com/financing	0	Indexable		
18	https://www.golfcartsofatx.com/golf-cart-battery-upgrade	0	Indexable		
19	https://www.golfcartsofatx.com/golf-cart-mobile-repair-service	0	Indexable		
20	https://www.golfcartsofatx.com/golf-cart-shipping	0	Indexable		
21	https://www.golfcartsofatx.com/kandi-coleman-accessories-4p-6p	0	Indexable		
22	https://www.golfcartsofatx.com/kandi-coleman-accessories-4pro-6pro	0	Indexable		
23	https://www.golfcartsofatx.com/kandi-coleman-accessories-4proff	0	Indexable		
24	https://www.golfcartsofatx.com/kandi-innovator-accessories	0	Indexable		
25	https://www.golfcartsofatx.com/lead-acid-batteries	0	Indexable		
26	https://www.golfcartsofatx.com/lithium-batteries	0	Indexable		
27	https://www.golfcartsofatx.com/neighborhood	0	Indexable		
28	https://www.golfcartsofatx.com/neighborhood/exceptional-golf-cart-dealer-in-mckinney-tx	0	Indexable		
29	https://www.golfcartsofatx.com/neighborhood/highly-recommended-golf-cart-dealer-in-pilot-knob-tx	0	Indexable		
30	https://www.golfcartsofatx.com/neighborhood/professional-golf-cart-dealer-in-bluff-springs-tx	0	Indexable		
31	https://www.golfcartsofatx.com/neighborhood/quality-golf-cart-dealer-in-bergstrom-village-tx	0	Indexable		
32	https://www.golfcartsofatx.com/neighborhood/reputable-golf-cart-dealer-in-moores-crossing-tx	0	Indexable		
33	https://www.golfcartsofatx.com/neighborhood/trusted-golf-cart-dealer-in-yarrabee-bend-tx	0	Indexable		
34	https://www.golfcartsofatx.com/niu-accessories	0	Indexable		
35	https://www.golfcartsofatx.com/our-showroom	0	Indexable		
36	https://www.golfcartsofatx.com/privacy-policy	0	Indexable		

На страницах сортировки, фильтрации и т. д. атрибут rel="canonical" не используется.



На страницах пагинации не используется атрибут rel="canonical"



Рекомендации

1. **Добавить атрибут rel="canonical" на страницы сортировок и фильтрации.**
2. **Добавить атрибут rel="canonical" на страницы пагинации.**
3. **Использовать атрибут rel="canonical", чтобы указать основную страницу категории/раздела в качестве канонической.**
4. **Добавить атрибут rel="canonical" на статические страницы, указав в качестве значения ссылку на саму эту страницу.**

Почему важно

Атрибут rel="canonical" устраняет дубли, "склеивая" копирующие друг друга страницы и, таким образом, позволяет улучшить ранжирование сайта. Но в отличие от 301 редиректа (Moved Permanently), который перенаправляет пользователей на нужную страницу, атрибут rel="canonical" предназначен только для роботов. На взаимодействии пользователей с сайтом это никак не сказывается.

Заголовок Expires

Анализ внутренней оптимизации



Заголовки Expires отсутствуют

```
HTTP/1.1 200 OK
Age: 0
Cache-Control: private, no-cache, no-store, max-age=0, must-revalidate
Content-Encoding: gzip
Content-Type: text/html; charset=utf-8
Date: Sat, 11 Jul 2026 05:56:02 GMT
Link: ; rel=preload; as="font"; crossorigin=""; type="font/woff2", ; rel=preload; as="font"; crossorigin=""; type="font/woff2", ; rel=preload; as="style", ;
Server: Vercel
Strict-Transport-Security: max-age=63072000
Vary: rsc, next-router-state-tree, next-router-prefetch, next-router-segment-prefetch
X-Matched-Path: /shop
X-Powered-By: Next.js
X-Vercel-Cache: MISS
X-Vercel-Id: iad1::iad1::cbdlx-1783749361837-9927cb505b6a
Transfer-Encoding: chunked
```



Рекомендации

Настроить даты в заголовке следующим образом:

- **Для главной страницы дата должна отличаться от текущей даты не более чем на 5 дней**
- **Для разделов/категорий дата должна отличаться от текущей даты не более чем на 2 недели**
- **Для товаров дата должна отличаться от текущей даты не более чем на 1 месяц**
- **Для услуг дата должна отличаться от текущей даты не более чем на 1 месяц**
- **Для статей дата должна отличаться от текущей даты не более чем на 1 месяц**



Почему важно

По дате в заголовке Expires поисковые роботы могут понять, когда им нужно посетить страницу и проверить, насколько она обновилась. Это позволит не тратить время поисковых роботов на сканирование страниц, на которых ничего не изменилось, а сосредоточить их внимание на обновленных разделах и страницах.

Заголовок Last-Modified

Анализ внутренней оптимизации

Заголовки Last-Modified отсутствуют

```
Address: https://www.golfcartsofatx.com/blog/most-requested-golf-cart-upgrades-and-features?utm_source=direct&utm_medium=direct

Check date: 11.07.2026 08:54:24 MSK

-------------------------------------

Server response: HTTP/2 200 OK

Last-Modified: not found

>
```

⚠ The server is configured incorrectly. The "Last-Modified" header was not found!

Рекомендации

1. **Настроить даты в заголовке следующим образом:**
   - **Для главной страницы срок не более 5 дней до текущей даты**
   - **Для разделов/категорий срок не более 2 недель до текущей даты**
   - **Для товаров срок не более 30 дней до текущей даты**
   - **Для услуг срок не более 30 дней до текущей даты**
   - **Для статей срок не более 30 дней до текущей даты**

Почему важно

Данные Last-Modified указывают дату последнего изменения содержимого веб-страницы.

Существуют различные программы и скрипты, которые позволяют автоматически изменять эту информацию. Правильное содержимое заголовка Last-Modified поможет поисковым роботам выбирать важные страницы для индексации.

Файл robots.txt

Анализ внутренней оптимизации

Файл robots.txt отсутствует





Правильное содержимое файла robots.txt:

User-agent: *
Disallow: /admin
Disallow: *?availability=
Disallow: *?type=
Disallow: *?q=
Disallow: *?utm_source=
Disallow: *?sort=

User-agent: Googlebot
Disallow: /admin
Disallow: *?availability=
Disallow: *?type=
Disallow: *?q=
Disallow: *?utm_source=
Disallow: *?sort=

Sitemap: https://www.golfcartsofatx.com/sitemap.xml



Рекомендации

1. **Создать файл robots.txt**
2. **Расположить файл в корневой папке на сервере**
3. **Заполнить файл содержимым, которое указано выше**
4. **Не смотря на то, что на страницах сортировок, фильтров используется атрибут rel= canonical, рекомендуется использовать содержимое файла robots.txt, указанное выше**



Почему важно

Стандарт исключения роботов, также известный как протокол исключения роботов или просто robots.txt, является стандартом, используемым веб-сайтами для связи с веб-краулерами и другими веб-роботами. Стандарт определяет, как информировать веб-робота о том, какие области веб-сайта не следует обрабатывать или сканировать.

Битые ссылки

Анализ внутренней оптимизации

На сайте обнаружены ссылки, которые указывают на несуществующие или удаленные страницы.

Location	Broken link	Status Code
https://www.golfcartsofatx.com/	https://www.golfcartsofatx.com/contact	404
https://www.golfcartsofatx.com/contact-us	https://www.golfcartsofatx.com/terms	404

Рекомендации

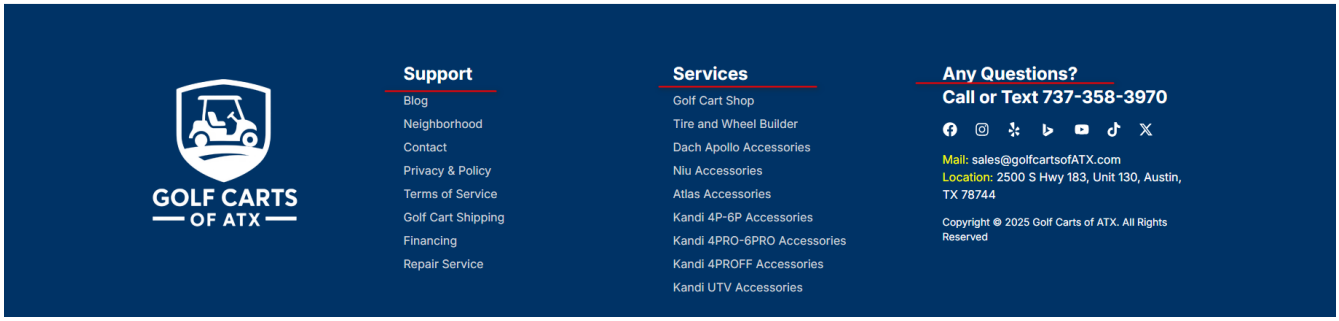
1. **Удалить или отредактировать битые ссылки**

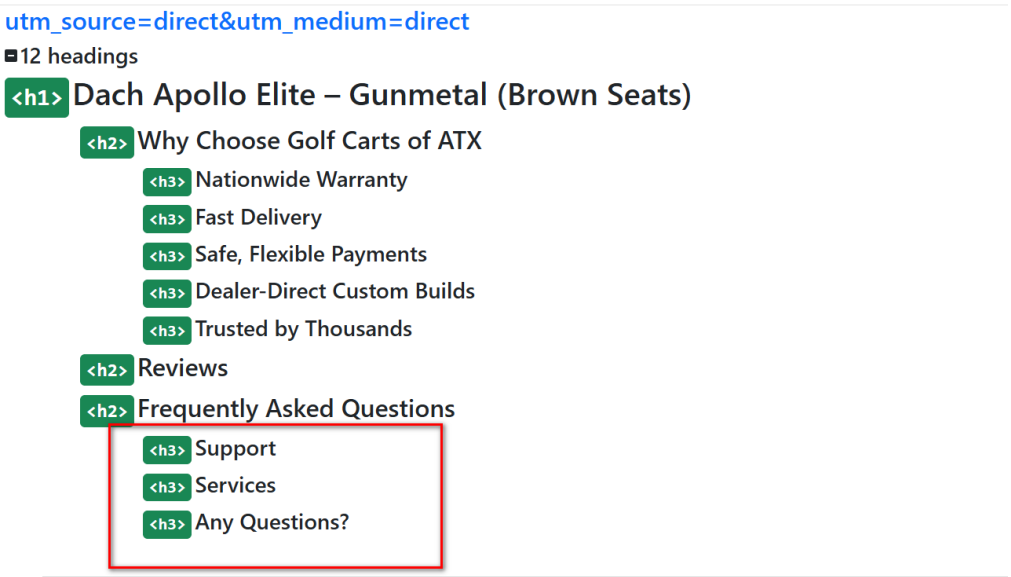
Почему важно

Битые ссылки - ссылки, которые ведут на несуществующие или удаленные страницы. Битые ссылки ухудшают навигацию и затрудняют индексацию вашего сайта поисковыми роботами. Рекомендуется своевременно удалять или редактировать любые битые ссылки.

Оформление одинаковых элементов тегами заголовков h1, h2, h3, h4

На сайте в тегах h3 найдены заголовки, для пунктов меню, технических элементов, которые одинаковые на всех страницах





Рекомендации

1. **Удалить заголовки h3 из сквозных элементов**

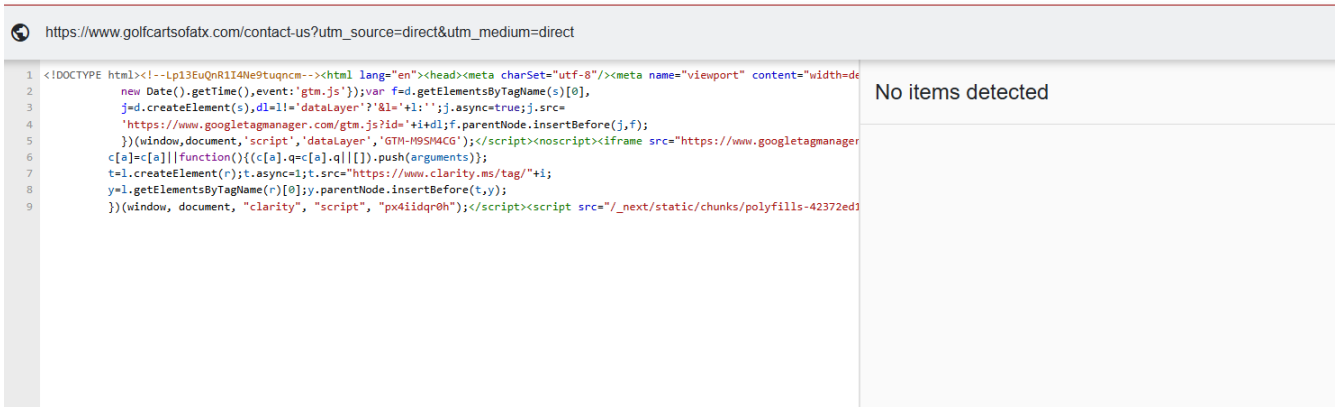
Почему важно

Используя заголовки (h1, h2, h3, h4) на странице, можно выделить ключевые слова для поисковых систем. Но за количеством этих заголовков необходимо следить. Рекомендуемое количество заголовков: h1 = 1; h2 = 3; h3 = 5; h4 = 7 (для текста в 5000 символов). Чем меньше текста на странице, тем меньше должно быть заголовков.

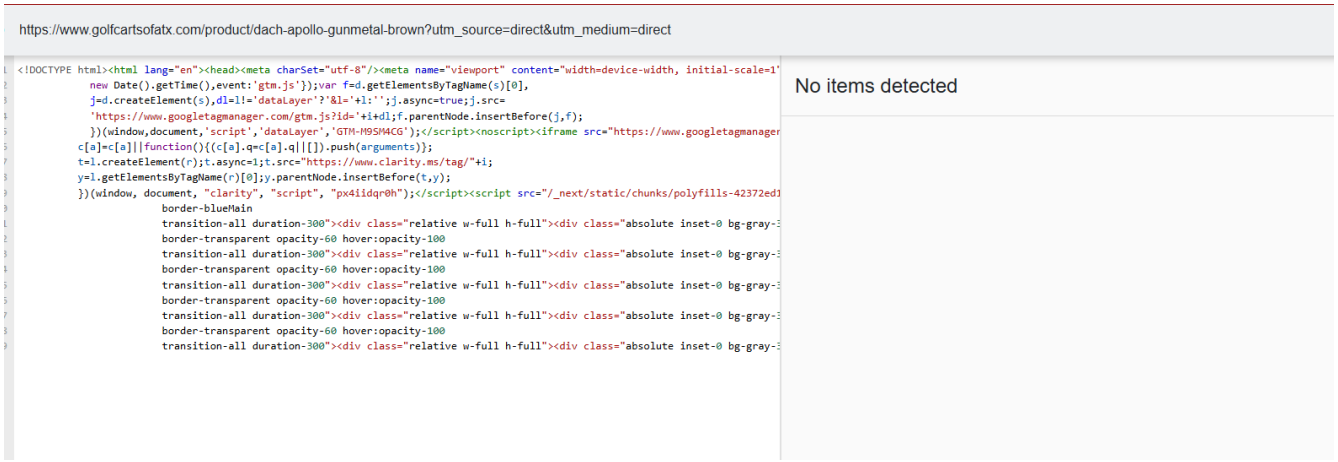
Разметка Schema.org

Анализ внутренней оптимизации

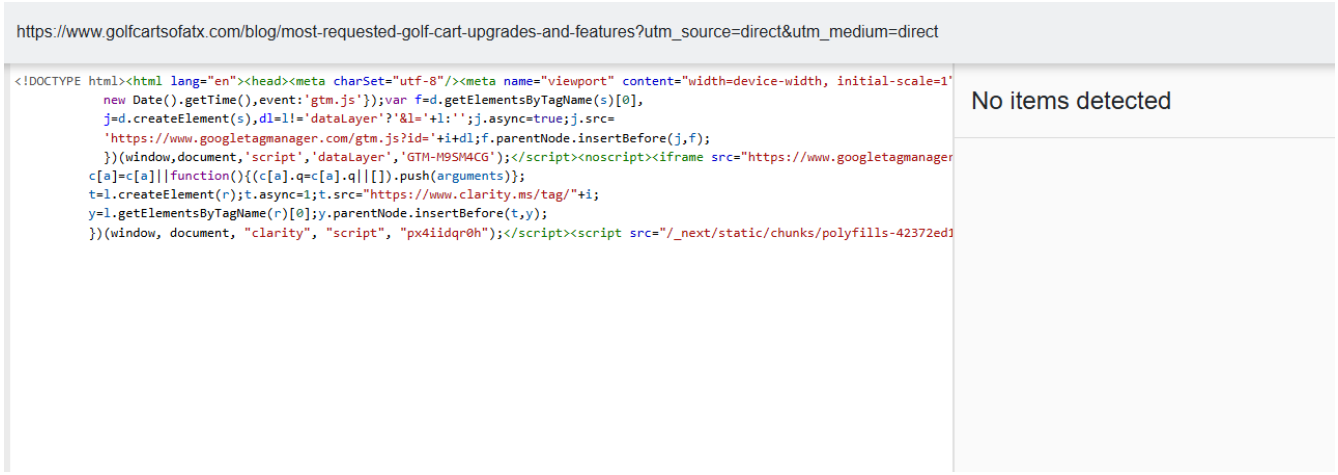
На странице контактов не обнаружена разметка Schema.org (Organization)



На страницах с товарами не обнаружена разметка Schema.org (Product)



На страницах статей не обнаружена разметка Schema.org (Article)



Рекомендации

1. **Добавить разметку Schema.org на страницу контактов (Organization)**
2. **Добавить разметку Schema.org на страницы товаров (Product)**
3. **Добавить разметку Schema.org на страницы статей (Article)**

Почему важно

Микроформаты позволяют поисковым системам лучше идентифицировать контент на страницах сайта, превращая его в структурированные блоки информации. Они используются для выделения определенных типов контента. Количество типов микроформатов для различных типов контента постоянно увеличивается. Поэтому рекомендуется использовать все возможные микроформаты для вашего сайта.

Использование мета-тегов "TITLE"



Некоторые мета-теги title, прописанные на Вашем сайте, слишком длинные и содержат много лишних фраз

https://www.golfcartsofatx.com/blog/how-to-choose-the-right-golf-cart-dealer-in-austin-tx-step-by-step-framework

https://www.golfcartsofatx.com/blog/requirements-to-register-a-street-legal-golf-cart-in-austin-tx-step-by-step

На сайте слишком короткие мета-теги title

Пример:

https://www.golfcartsofatx.com/niu-accessories

https://www.golfcartsofatx.com/product/kandi-4p-blue

https://www.golfcartsofatx.com/product/kandi-6pro-red

https://www.golfcartsofatx.com/atlas-accessories

https://www.golfcartsofatx.com/product/kandi-4p-silver

https://www.golfcartsofatx.com/product/kandi-6pro-grey

https://www.golfcartsofatx.com/golf-cart-shipping

https://www.golfcartsofatx.com/product/solana-xa-6p-red

https://www.golfcartsofatx.com/product/solana-xa-4p-red

https://www.golfcartsofatx.com/product/kandi-4proff-red

https://www.golfcartsofatx.com/our-showroom

Полный перечень в дополнительном файле "Короткие title"

Мета-теги Title на Вашем сайте дублируются

https://www.golfcartsofatx.com/contact-us

https://www.golfcartsofatx.com/privacy-policy

https://www.golfcartsofatx.com/financing

https://www.golfcartsofatx.com/shop

https://www.golfcartsofatx.com/golf-cart-battery-upgrade

https://www.golfcartsofatx.com/about

https://www.golfcartsofatx.com/terms-of-service

https://www.golfcartsofatx.com/golf-cart-mobile-repair-service

https://www.golfcartsofatx.com/lithium-batteries

https://www.golfcartsofatx.com/lead-acid-batteries

Мета-теги Title отсутствуют на страницах

https://www.golfcartsofatx.com/product/dach-apollo-matte-black-black
https://www.golfcartsofatx.com/product/dach-falcon-blue
https://www.golfcartsofatx.com/product/dach-apollo-gunmetal-black
https://www.golfcartsofatx.com/product/niu-red
https://www.golfcartsofatx.com/product/kandi-cowboy-e10k-green
https://www.golfcartsofatx.com/product/kandi-4proff-white
https://www.golfcartsofatx.com/product/kandi-4p-white
https://www.golfcartsofatx.com/product/kandi-2pro-shadow-grey
https://www.golfcartsofatx.com/product/kandi-cowboy-e10k-matte-black
https://www.golfcartsofatx.com/product/kandi-4p-red
https://www.golfcartsofatx.com/product/dach-apollo-gunmetal-walnut
https://www.golfcartsofatx.com/product/kandi-4pro-ff-black
https://www.golfcartsofatx.com/product/dach-apollo-white-walnut
https://www.golfcartsofatx.com/product/campus-e1-white
https://www.golfcartsofatx.com/product/kandi-innovator-e10k-matte-black
https://www.golfcartsofatx.com/product/dach-apollo-red-beige
https://www.golfcartsofatx.com/product/solana-xa-6p-white
https://www.golfcartsofatx.com/product/cowboy-e10k-blue
https://www.golfcartsofatx.com/product/kandi-innovator-e10k-grey
https://www.golfcartsofatx.com/product/kandi-6p-silver
https://www.golfcartsofatx.com/product/dach-falcon-gunmetal
https://www.golfcartsofatx.com/product/kandi-cowboy-e10k-grey
https://www.golfcartsofatx.com/product/kandi-2pro
https://www.golfcartsofatx.com/product/kandi-cowboy-e10k-sand



Рекомендации

1. **Собрать семантическое ядро**
2. **Длина мета-тега title должна быть в пределах 50-85 символов.**
3. **Мета теги-title не должны дублироваться на страницах сайта.**
4. **Составить мета-теги title на основе семантического ядра и ключевого слова/слов на странице**
5. **Поисковый запрос или поисковая фраза должны быть на первом месте**
6. **Использовать дополнительные ключевые слова в мета-тегах title**



Почему важно

Мета-тег Title – один из основных элементов внутренней оптимизации, он отображает главный заголовок страницы (название страницы) и является важным фактором при ранжировании сайта поисковыми системами.

Мета-тег Title должен отображать основное содержание страницы. Рекомендуется использовать уникальный заголовок <title> для каждой страницы сайта. Избегайте переспама ключевыми словами (перечисление слов с целью охвата множества запросов одновременно), используйте только самые основные ключевые фразы, которые будут отображать суть страницы.

Используйте информативные и привлекательные заголовки с целью повышения CTR (количество переходов от общего числа показов сайта в поисковой выдаче). Другими словами, чем интереснее и содержательнее название страницы, тем большее количество раз пользователи перейдут по нему.

Использование мета-тегов "DESCRIPTION"



На сайте слишком короткие мета-теги Description

https://www.golfcartsofatx.com/niu-accessories

https://www.golfcartsofatx.com/atlas-accessories

https://www.golfcartsofatx.com/kandi-innovator-accessories

https://www.golfcartsofatx.com/dach-apollo-accessories

https://www.golfcartsofatx.com/kandi-coleman-accessories-4p-6p

https://www.golfcartsofatx.com/kandi-coleman-accessories-4proff

https://www.golfcartsofatx.com/kandi-coleman-accessories-4pro-6pro

На сайте отсутствуют мета-теги Description

Пример:

https://www.golfcartsofatx.com/contact-us

https://www.golfcartsofatx.com/product/kandi-mini-green

https://www.golfcartsofatx.com/privacy-policy

https://www.golfcartsofatx.com/financing

https://www.golfcartsofatx.com/shop

https://www.golfcartsofatx.com/golf-cart-battery-upgrade

https://www.golfcartsofatx.com/about

https://www.golfcartsofatx.com/terms-of-service

https://www.golfcartsofatx.com/golf-cart-mobile-repair-service

https://www.golfcartsofatx.com/product/kandi-4p-silver

https://www.golfcartsofatx.com/product/dach-apollo-matte-black-black

Полный перечень в сопроводительном файле "Отсутствуют Descriptions"

На сайте мета-теги Description соответствуют требованиям, но их можно увеличить для создания более привлекательного сниппета

https://www.golfcartsofatx.com/blog/requirements-to-register-a-street-legal-golf-cart-in-austin-tx-step-by-step

https://www.golfcartsofatx.com/blog/how-to-choose-the-right-golf-cart-dealer-in-austin-tx-step-by-step-framework

https://www.golfcartsofatx.com/blog/most-requested-golf-cart-upgrades-and-features

https://www.golfcartsofatx.com/our-showroom

https://www.golfcartsofatx.com/blog/golf-cart-shop-in-austin-tx-what-services-and-products-to-expect

https://www.golfcartsofatx.com/blog/what-is-included-in-a-custom-golf-cart

https://www.golfcartsofatx.com/
https://www.golfcartsofatx.com/blog/what-makes-a-cart-road-legal-in-austin-tx
https://www.golfcartsofatx.com/blog/new-vs-used-golf-carts-in-austin-which-is-better
https://www.golfcartsofatx.com/neighborhood/trusted-golf-cart-dealer-in-yarrabee-bend-tx
https://www.golfcartsofatx.com/tire-wheel-builder
https://www.golfcartsofatx.com/blog/best-custom-upgrades-for-golf-carts-in-austin-tx
https://www.golfcartsofatx.com/neighborhood/quality-golf-cart-dealer-in-bergstrom-village-tx
https://www.golfcartsofatx.com/neighborhood/exceptional-golf-cart-dealer-in-mckinney-tx
https://www.golfcartsofatx.com/neighborhood/professional-golf-cart-dealer-in-bluff-springs-tx
https://www.golfcartsofatx.com/neighborhood/reputable-golf-cart-dealer-in-moores-crossing-tx
https://www.golfcartsofatx.com/neighborhood/highly-recommended-golf-cart-dealer-in-pilot-knob-tx
https://www.golfcartsofatx.com/blog
https://www.golfcartsofatx.com/neighborhood
https://www.golfcartsofatx.com/golf-cart-shipping
https://www.golfcartsofatx.com/kandi-coleman-accessories-4pro-6pro
https://www.golfcartsofatx.com/kandi-coleman-accessories-4proff
https://www.golfcartsofatx.com/dach-apollo-accessories
https://www.golfcartsofatx.com/kandi-coleman-accessories-4p-6p
https://www.golfcartsofatx.com/kandi-innovator-accessories
https://www.golfcartsofatx.com/atlas-accessories
https://www.golfcartsofatx.com/niu-accessories

Рекомендации

1. **Длина мета-тега должна description быть от 150 до 200 символов с пробелами**
2. **Мета-тег description должен быть уникальным для каждой страницы**

Почему важно

Мета-тег Description предназначен для отображения краткого описания содержимого страницы. Значение этого тега поисковик использует как описание содержимого страницы в поисковой выдаче. Если не заполнить этот тег, поисковик для описания содержимого страницы возьмет некий участок из ее текста, что может быть нежелательным. Содержимое мета-тега Description не влияет на ранжирование страницы, но правильно составленный, этот тег может повысить количество кликов по ссылке из поисковой выдачи. Вы можете занимать более низкую позицию сравнительно с конкурентами, однако если у них описание страницы менее привлекательное, значительное количество пользователей перейдет по Вашей ссылке.

Из-за слишком длинных мета-тегов Description может страдать информативность описания страницы, которое пользователь видит в сниппетах (сниппет – участок текста, отображаемый в поисковой выдаче).

Отсутствие мета-тега Description приводит к тому, что для формирования описания страниц в выдаче поисковые системы используют некий участок текста страницы. Такой вариант нежелателен, так как в результате этого описанием страницы может стать, например, содержимое футера сайта.

Заголовки H-1

Анализ внутренней оптимизации

На страницах находится несколько элементов в заголовке H-1

https://www.golfcartsofatx.com/golf-cart-mobile-repair-service

На страницах сайта отсутствует заголовок страницы H1

https://www.golfcartsofatx.com/golf-cart-shipping

Рекомендации

1. **Заголовок h-1 должен быть один на странице.**
2. **Длина заголовка h-1 не должна превышать 70 символов.**
3. **Заголовок h-1 должен быть уникальным для каждой страницы.**
4. **Заголовок h-1 не должен дублировать мета-тег title.**

Почему важно

Заголовки имеют больший вес для поисковых систем, чем весь остальной текст на странице, поэтому необходимо следить за их корректным оформлением. Чем более релевантны заголовки тексту на странице, чем оптимальнее подобрано количество текста, выделенного тегами заголовков, тем лучше такие страницы воспринимаются поисковыми системами. Особое внимание следует уделять заголовку H1 - этот заголовок должен быть на каждой странице, причем только в единственном экземпляре. Заголовки должны быть уникальными для каждой страницы - ни в коем случае не допускайте дублирования заголовков на несколько страниц и тем более не размещайте их в шаблоне страницы.

Атрибут Alt для изображений

Анализ внутренней оптимизации

На сайте в тексте атрибута Alt у изображений не используются поисковые запросы

Пример:



Рекомендации

1. **В тексте атрибута ALT использовать поисковые запросы**

Почему важно

Атрибут Alt используется для описания изображения или другого графического объекта, который расположен на сайте. В теге Alt необходимо указывать продвигаемые ключевые слова.

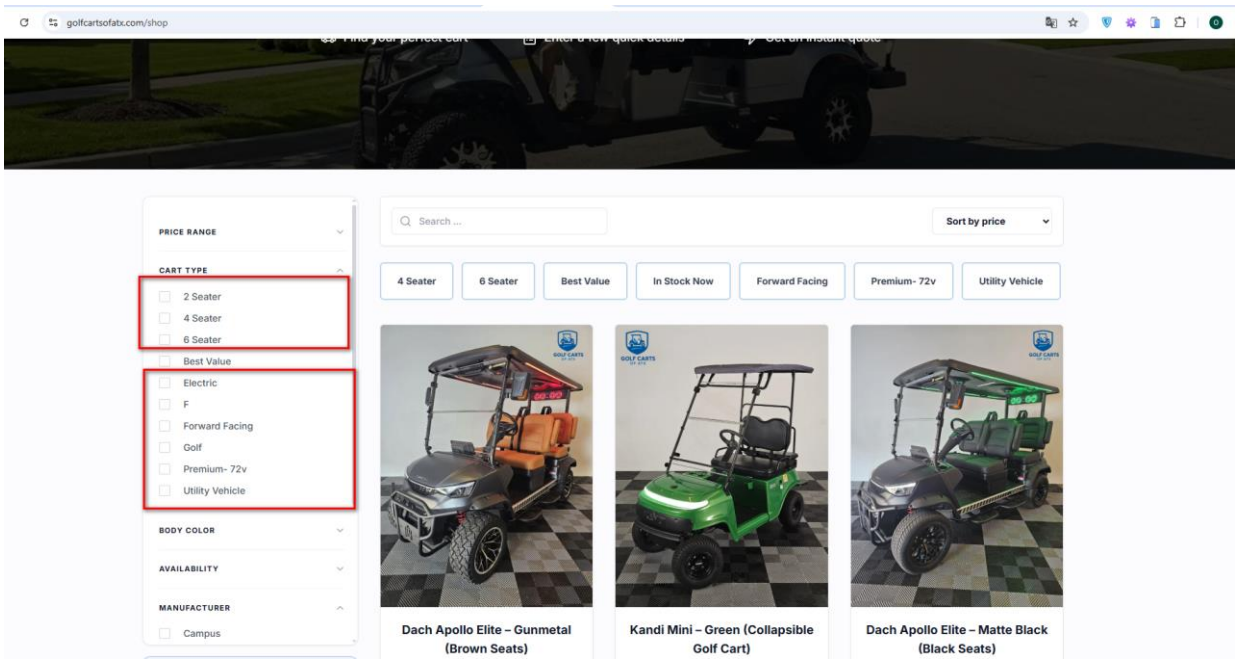
Изображение в HTML-коде страницы выглядит так: img src="http://site.ru/image.jpg" alt="Ключевое слово или словосочетание" width="450" height="299".

В этом элементе атрибут Alt содержит название изображения, т.е. описывает, что изображено на картинке. Это помогает поисковой машине быстрее и точнее определить, что на ней изображено при поиске по картинкам. Именно потому для всех изображений, являющихся иллюстрациями к тексту на странице, обязательно должны быть прописаны описания с ключевыми словами в атрибуте Alt. Помимо облегчения поиска по картинкам для пользователя, это значительно улучшит позиции сайта в результате выдачи поисковых систем.

Структура сайта

Анализ внутренней оптимизации

Некоторые фильтры можно использовать в качестве статических целевых страниц или подкатегорий товаров для привлечения дополнительного трафика.



Рекомендации

1. **Собрать семантическое ядро (список поисковых запросов)**
2. **Определить частотность собранных поисковых запросов**
3. **На основе семантического ядра разработать структуру сайта**
4. **Для частотных поисковых запросов добавить:**
   - **Статические целевые страницы (вместо фильтров)**

Почему важно

Построение структуры является важным этапом внутренней технической оптимизации сайта. От того, насколько удобна и понятна структура сайта для пользователей, зависит их поведение внутри сайта и показатель отказов. Структура сайта напрямую связана с юзабилити сайта, которое играет в процессе покупки едва ли не решающую роль. Правильная структура сайта поможет правильно распределить ссылочный вес по приоритету. Простая и прозрачная структура сайта упрощает маршрут поисковым роботам и способствует более быстрой и обширной индексации сайта.

Текст на страницах категорий

Анализ внутренней оптимизации



На страницах категорий отсутствует оптимизированный SEO текст

https://www.golfcartsofatx.com/shop



Рекомендации

1. **Собрать семантическое ядро (перечень поисковых запросов) для страниц категорий/подкатегории**
2. **На основе семантического ядра, на все страницы категорий/подкатегорий добавить вводный текст**
3. **Плотность поисковых запросов:**

   В точном вхождении одно-два упоминание на абзац

   В разбавленном вхождении одно-два упоминание на абзац
4. **Длина текста 700-1000 символов**
5. **Уникальность от 80%**
6. **Текст можно расположить внизу страницы**



Почему важно

Оптимизированные тексты, содержащие продвигаемые ключевые слова на страницах категорий, положительно влияют на продвижение страницы категории или раздела по ключевым запросам. Это должны быть тексты небольшого объема с кратким описанием содержания категории. Они не должны отвлекать и мешать пользователю. Наиболее подходящий размер вводного текста – от 700 до 1000 знаков (в зависимости от тематики, размера шрифта, количества ключевых слов и дизайна сайта)

Google Search Console

Анализ внутренней оптимизации



После внесения изменений согласно рекомендациям аудита раздела "Анализ внутренней оптимизации":

1. **Добавить ссылку на новый файл sitemap.xml в Google Search Console (раздел "Sitemaps").**
2. **Удалить старые ссылки на XML-карты сайта в Google Search Console.**
3. **Вручную отправить страницы сайта на сканирование поисковой системой через Google Search Console ("Request indexing").**

Анализ внешней оптимизации



Использование dofollow ссылок

Анализ внешней оптимизации

Более 30% внешних ссылок — это ссылки, не являющиеся dofollow-ссылками (согласно данным Ahrefs)



Рекомендации

1. **Используйте dofollow-ссылки для увеличения ссылочной массы**

<u>Общие требования к сайтам-донорам:</u>

1. **Возраст сайта — от 1,5 лет**
2. **DR (рейтинг домена) — не менее 10**
3. **Высокая посещаемость**
4. **Количество исходящих ссылок не должно значительно превышать количество входящих ссылок**
5. **Релевантность тематики**
6. **Использовать "dofollow" ссылки**

Почему важно

Dofollow ссылки – это ссылки на веб-страницах, которые помогают улучшить позицию вашего сайта в поисковых системах, передавая авторитет от одного сайта к другому. Когда поисковая система видит такие ссылки, то учитывают их при определении важности и надежности вашего сайта.

Термин dofollow используется для обозначения обычной ссылки, которая не имеет атрибута nofollow и не сопровождается дополнительными SEO-условиями. Важно отметить, что Dofollow передает вес ссылки и подчеркивает авторитетность страницы, на которую она указывает.

Упоминание сайта в блогах

Анализ внешней оптимизации

Для достижения поставленных целей через данный рекламный канал рекомендуется увеличивать количество обратных ссылок с блогов и форумов

Общие требования к сайтам-донорам:

1. **Возраст сайта — от 1,5 лет**
2. **DR (рейтинг домена) — не менее 10**
3. **Высокая посещаемость**
4. **Количество исходящих ссылок не должно значительно превышать количество входящих ссылок**
5. **Релевантность тематики**
6. **Использовать "dofollow" ссылки**

Почему важно

Блоги и форумы всегда были площадками, которые пользовались большим спросом у пользователей интернета. Учитывая то, что зачастую они разделены по интересам и другим составляющим, это отличные места для продвижения сайта и распространения имиджевой информации среди пользователей интернета, которые относятся к целевой аудитории вашего ресурса. Следовательно, чем больше количество упоминаний о вашем сайте появится на этих площадках, тем большее количество людей перейдет к вам на сайт, чтобы убедиться, что он действительно так хорош, как о нем говорят. Важно, что в такой саморекламе упоминания о сайте должны быть как можно более естественными и не напоминающими рекламные сообщения. Пользователи в большинстве своем негативно относятся к явной рекламе, но прислушиваются к советам других людей, содержащим рекламу неявную.

Ссылки на сайт с трастовых сайтов схожей тематики



Необходимо добавлять положительную информацию в виде статей, обзоров, комментариев или постов на трастовых ресурсах

Общие требования к сайтам-донорам:

1. **Возраст сайта — от 1,5 лет**
2. **DR (рейтинг домена) — не менее 10**
3. **Высокая посещаемость**
4. **Количество исходящих ссылок не должно значительно превышать количество входящих ссылок**
5. **Релевантность тематики**
6. **Использовать "dofollow" ссылки**



Почему важно

На сегодняшний день по каждому из видов бизнеса есть тематические порталы, форумы, каталоги и блоги. Данные ресурсы имеют высокий уровень доверия у поисковых систем. А посетитель, который находится на этом сайте, является заинтересованным в данной тематике, что позволяет генерировать целевой трафик на веб-ресурс. Необходимо на подобных сайтах размещать пресс-релизы и статьи со ссылкой на продвигаемый сайт

Распределение ссылочной массы

Большая часть внешних ссылок ведет на главную страницу

Pages that have many links

Destination Page	Incoming links	Sites with resource links
https://golfcartsofatx.com/	255	128
https://www.golfcartsofatx.com/shop	12	10

Рекомендации

1. **Равномерно распределять ссылки по продвигаемым страницам**
2. **Увеличить количество внешних ссылок, ведущих на продвигаемые страницы**

<u>Общие требования к сайтам-донорам:</u>

1. **Возраст сайта — от 1,5 лет**
2. **DR (рейтинг домена) — не менее 10**
3. **Высокая посещаемость**
4. **Количество исходящих ссылок не должно значительно превышать количество входящих ссылок**
5. **Релевантность тематики**
6. **Использовать "dofollow" ссылки**

Ссылочный профиль сайта



Итоговые рекомендации по увеличению ссылочной массы:

1. **Не трогайте текущую ссылочную массу.**
2. **Постепенно наращивайте ссылочную массу для страниц сайта.**
3. **Внешние ссылки должны вести на все страницы сайта, выбранные для продвижения, а не только на некоторые из них.**
4. **Используйте ключевые слова в анкорах ссылок, ведущих на страницу:**
   - **применяйте как точные вхождения, так и разбавленные сочетания ключевых слов.**
5. **Общие требования к сайтам-донорам:**
   - **возраст сайта — от 1,5 лет;**
   - **показатель DR (Domain Rating) — не менее 10;**
   - **высокий трафик;**
   - **количество исходящих ссылок не должно значительно превышать количество входящих;**
   - **тематика сайта должна соответствовать тематике вашего ресурса;**
6. **используйте ссылки с атрибутом dofollow.**

Анализ семантического ядра



Качество семантического ядра (перечня поисковых запросов)

Анализ семантического ядра



Семантическое ядро (перечень поисковых запросов) слишком маленькое

golf carts for sale

golf cart dealer

golf cart repair

golf cart service

buy golf cart



Рекомендации

1. **Собрать расширенное семантическое ядро (перечень поисковых запросов).**
2. **Это можно сделать с помощью:**
   - **Планировщика ключевых слов Google (Google Keyword Planner);**
   - **Специализированных сервисов, например, ahrefs.com.**
3. **Отдельно собрать коммерческие поисковые запросы для страниц категорий и товаров.**
4. **Отдельно собрать коммерческие поисковые запросы для страниц услуг.**
5. **Отдельно собрать информационные поисковые запросы для написания статей.**
6. **Собрать поисковые запросы с учетом конкретного региона.**
7. **Определить частотность поисковых запросов для целевого региона (области).**
8. **На основе семантического ядра (с учетом частотности запросов) разработать структуру сайта и подобрать или создать посадочные страницы для продвижения.**
9. **Распределить собранные поисковые запросы по посадочным страницам.**
10. **Поисковые запросы должны соответствовать содержанию страниц.**
11. **Поисковые запросы должны быть уникальными для каждой конкретной страницы (то есть один и тот же запрос не должен дублироваться на других страницах сайта).**
12. **Выбрать основные поисковые запросы для продвижения — не более 8 на одну страницу.**
13. **Проверить текущие позиции сайта по собранным поисковым запросам.**
14. **На основе семантического ядра (списка поисковых запросов):**
    - **Составлять мета-теги title**
    - **Использовать поисковые запросы в заголовках h1 и h2**

- **Писать тексты для продвигаемых страниц**
- **Писать статьи**
- **Использовать поисковые запросы в анкорах ссылок, размещенных в статьях**
- **Использовать поисковые запросы в анкорах внешних ссылок, ведущих на продвигаемые страницы**

Вывод



Проанализировав сайт, можно сделать следующие выводы:

На странице категории реализован сложный процесс выбора товара. Страница очень длинная, а карточки товаров практически не различаются между собой — разве что изображениями. Фильтры не позволяют сортировать товары по их характеристикам (максимальная скорость, запас хода, возможность эксплуатации на дорогах общего пользования / статус LSV и т. д.), а в самих карточках товаров характеристики практически отсутствуют. В результате пользователи вынуждены выбирать товар, ориентируясь исключительно на его изображение.

Кнопка "Next step" на страницах товаров перенаправляет пользователей на страницу Quote, где им снова необходимо выбрать между внесением депозита и оформлением финансирования. В результате пользователи сначала заполняют форму, не понимая, что произойдет дальше, а затем вынуждены повторно принимать решение на каждом этапе.

На заключительном этапе, при переходе на страницу https://octane.co/flex/401946/, пользователю необходимо указать данные, которые отсутствуют как на странице товара, так и на странице Quote (год выпуска), при этом непонятно, где получить эту информацию. Кроме того, все данные необходимо вводить вручную.

В результате пользователи тратят огромное количество времени на прохождение всех этапов, а на заключительном этапе сталкиваются с необходимостью повторно искать информацию о товаре и вручную вводить все данные. Если существует возможность настроить интеграцию с octane.co, ее обязательно следует реализовать.

С точки зрения SEO на сайте присутствуют практически все основные ошибки.

Благодарю вас за то, что воспользовались моими услугами.

Если у вас возникнут вопросы по поводу аудита, я с радостью дам подробные ответы на каждый из них.

Свяжитесь со мной

- **Website:** https://om-audit.com/
- **Email:** info@om-audit.com
- **WhatsApp:** +38(050)637-32-86
- **Telegram:** @Om_audit
- **Upwork:** https://www.upwork.com/freelancers/omaudit
- **FL.RU:** https://www.fl.ru/users/auditshurik/portfolio/
- **LinkedIn:** https://www.linkedin.com/in/oleh-m-74476631b/
- **Facebook:** https://www.facebook.com/Omaudit10/

