Комплексний аудит

https://www.golfcartsofatx.com/



Зміст

Аналіз поведінкових факторів 5
Аналіз джерел трафіку 6
Аналіз пошукових запитів, за якими користувачі переходили на сайт 7
Аналіз використовуваних браузерів 8
Аналіз основних використовуваних пристроїв 9
Аналіз виконання основних цільових дій 10
Аналіз карти скролінгу 11
Аналіз карти кліків 18
Аналіз юзабіліті (UX/UI) 26
Аналіз адаптивності сайту для різних роздільних здатностей екрана 27
Підсвічування кнопок при наведенні курсора 30
Наявність кнопки "Наверх" 32
Аналіз використання копірайту 34
Виділення поточного пункту меню 36
Використання доменного імені в адресі електронної пошти 38
Головна сторінка. Блок із зображенням 40
Сторінка "Contact" 42
Футер сайту 44
Аналіз конверсійних елементів 45
Головна сторінка. Перший екран. Інформація про відгуки 46
Функціонал онлайн-консультанта 47
Головна сторінка. Блок із перевагами 49
Головна сторінка. Блок із відгуками 51
Головна сторінка. Блок "Frequently Asked Questions" 53
Головна сторінка. Підсумкова структура 55
Сторінки категорій. Перший екран 56
Сторінки категорій. Перший екран. Клікабельні елементи 58
Сторінки категорій. Сортування 60
Сторінки категорій. Відображення кількості товарів на сторінці 62
Сторінки категорій. Фільтри. Коректність роботи 64
Сторінки категорій. Характеристики товарів 66
Сторінки категорій. Фільтри. Кількість 68
Сторінки товарів. Посилання/кнопки, які відводять користувача з цільової сторінки 70
Сторінки товарів. Збільшення/гортання зображень 72
Сторінки товарів. Основні характеристики в першому екрані 74

Сторінки товарів. Ціна товару....76
Сторінки товарів. Форма запиту ціни....78
Сторінки товарів. octane.co....80
Сторінки товарів. Доставка....81
Сторінки товарів. Супутні/рекомендовані товари....83
Сторінки послуг. Перший екран....85
Сторінки послуг. Кнопки....87
Сторінки послуг. Відгуки....89
Сторінки послуг. Блок "Do you have any questions?"....91
Форми для заповнення. Обов'язкові поля....93
Форми для заповнення. Інформація про допустимі значення для введення....97
Форми для заповнення. Перевірка даних у процесі заповнення форм....99
Форми для заповнення. Підписи полів....101
Форми для заповнення. Поле для введення номера телефону....103
Форми для заповнення. Додавання вкладених файлів....105
Форми для заповнення. Коректність роботи....107
Сторінки з аксесуарами....109
Сторінка "Golf Cart Shipping"....111
Головне меню. Контакти....113
Шапка сайту....114
Сторінки категорій. Перший екран....115
Сторінки категорій. Елементи підкатегорій....116
Сторінки категорій. Фільтри....117
Картки товарів. "View Specifications"....118

Аналіз внутрішньої оптимізації....119

Продуктивність головної сторінки....120
URL. Редиректи....122
Аналіз використання атрибута rel="canonical"....123
Заголовок Expires....125
Заголовок Last-Modified....126
Файл robots.txt....127
Биті посилання....129
Оформлення однакових елементів тегами заголовків h1, h2, h3, h4....130
Розмітка Schema.org....131
Використання метатегів "TITLE"....133
Використання метатегів "DESCRIPTION"....136
Заголовки H-1....139
Атрибут Alt для зображень....140

Структура сайту 141
Текст на сторінках категорій 142
Google Search Console 143
Аналіз зовнішньої оптимізації 144
Використання dofollow-посилань 145
Згадування сайту в блогах 146
Посилання на сайт із трастових сайтів схожої тематики 147
Розподіл посилальної маси 148
Посилальний профіль сайту 149
Аналіз семантичного ядра 150
Якість семантичного ядра (переліку пошукових запитів) 151
Висновок 153

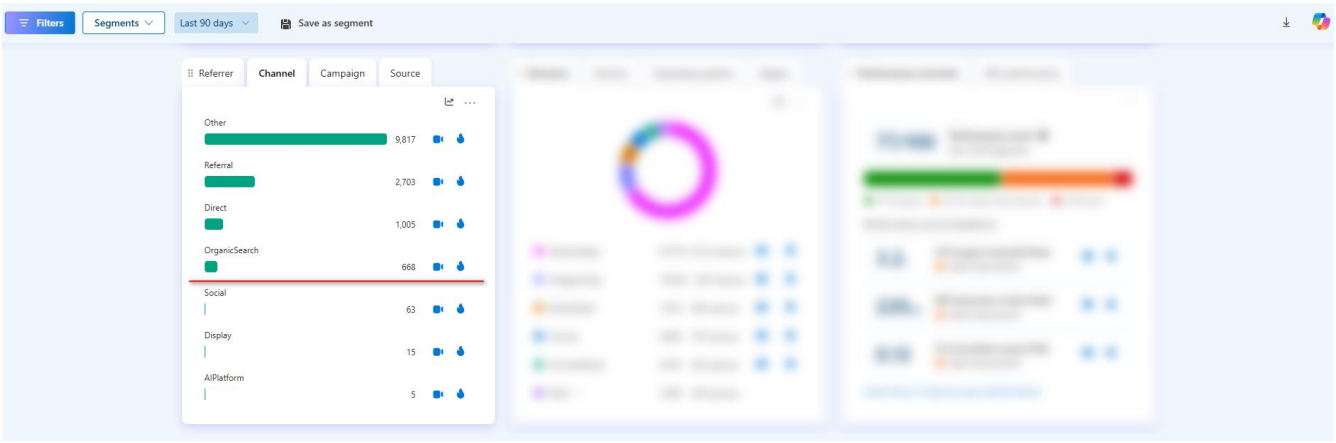
Аналіз поведінкових факторів



Аналіз джерел трафіку

Аналіз поведінкових факторів

Частка переходів на сайт із пошукових систем нижча, ніж частка переходів з інших джерел.



Рекомендації

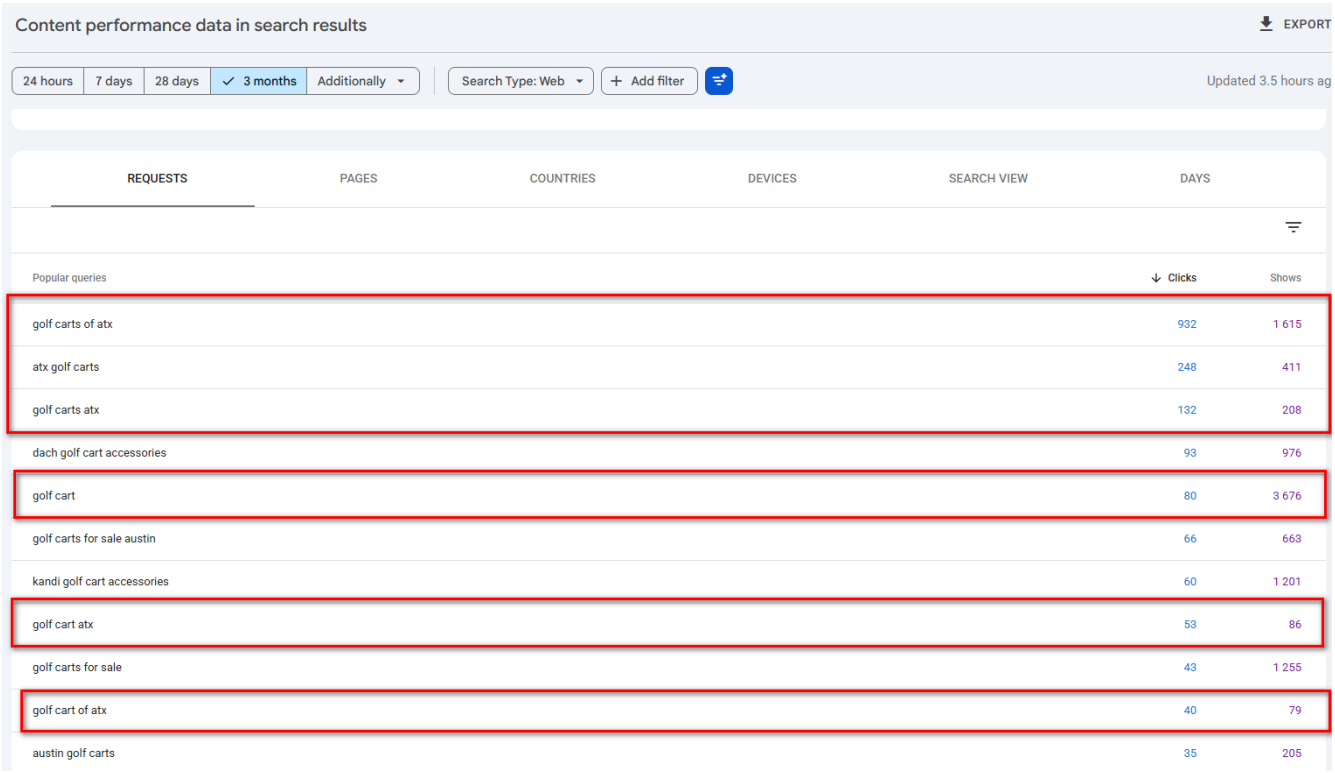
1. **Приділити увагу внутрішній та зовнішній оптимізації сайту.**
2. **Рекомендації щодо покращення ситуації наведено в наступних розділах аудиту.**

Аналіз пошукових запитів, за якими користувачі переходили на сайт

Аналіз поведінкових факторів

Пошукові запити, за якими відвідувачі переходять на сайт, мають надто загальний характер і не завжди свідчать про намір користувача придбати гольф-кар або скористатися послугами компанії.

Наприклад:



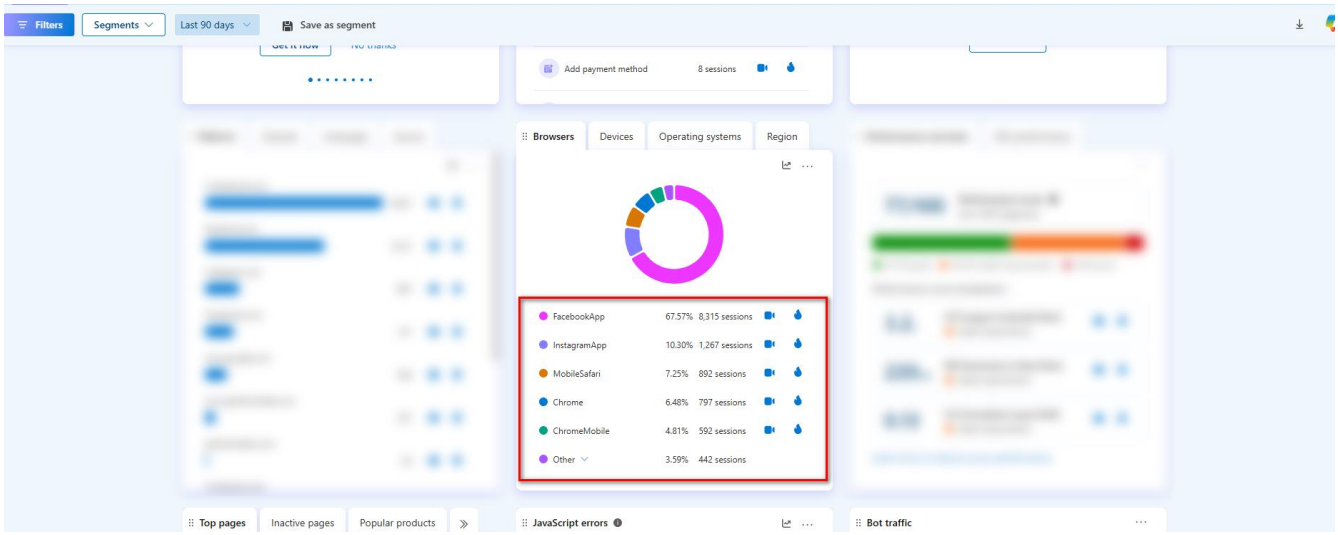
Рекомендації

1. **Посилити просування сайту за комерційними пошуковими запитами.**
2. **Зібрати розширене семантичне ядро (список пошукових запитів) із кластеризацією за цільовими сторінками.**
3. **Оптимізувати сайт під нові пошукові запити.**
4. **Рекомендації щодо покращення ситуації наведено в наступних розділах аудиту.**

Аналіз використовуваних браузерів

Аналіз поведінкових факторів

Основними браузерами, якими користуються відвідувачі сайту, є:



Рекомендації

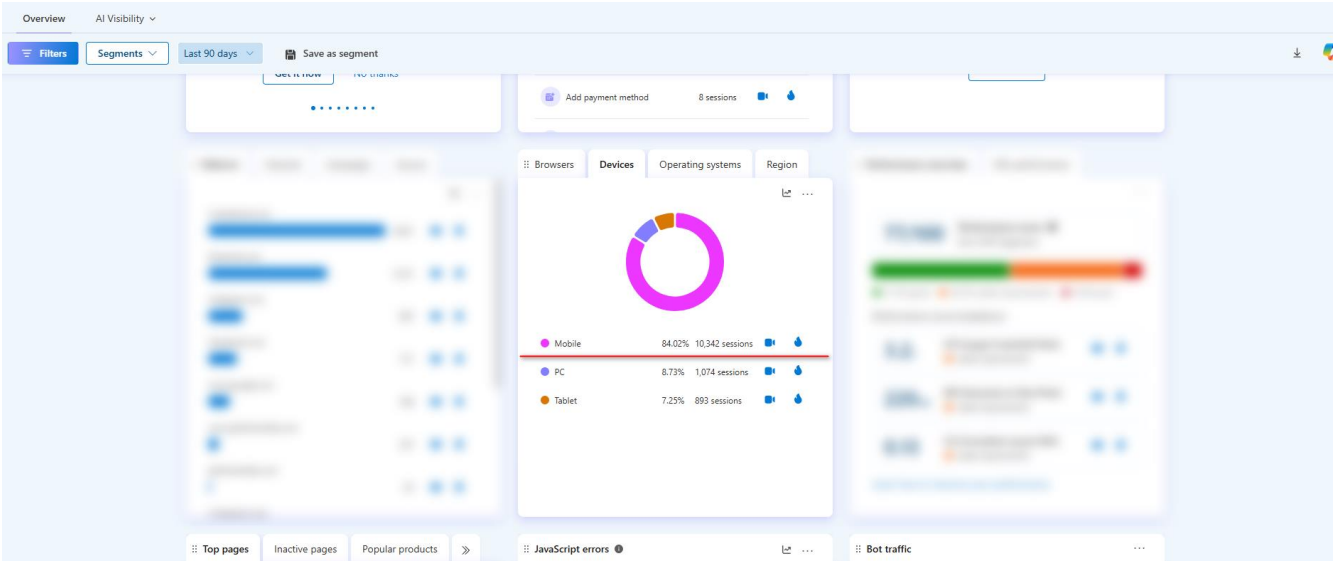
1. **Регулярно перевіряти коректність відображення сайту в найпопулярніших браузерах.**

Аналіз основних використовуваних пристроїв

Аналіз поведінкових факторів

Основні пристрої, з яких користувачі переходять на сайт:

Смартфони + ПК



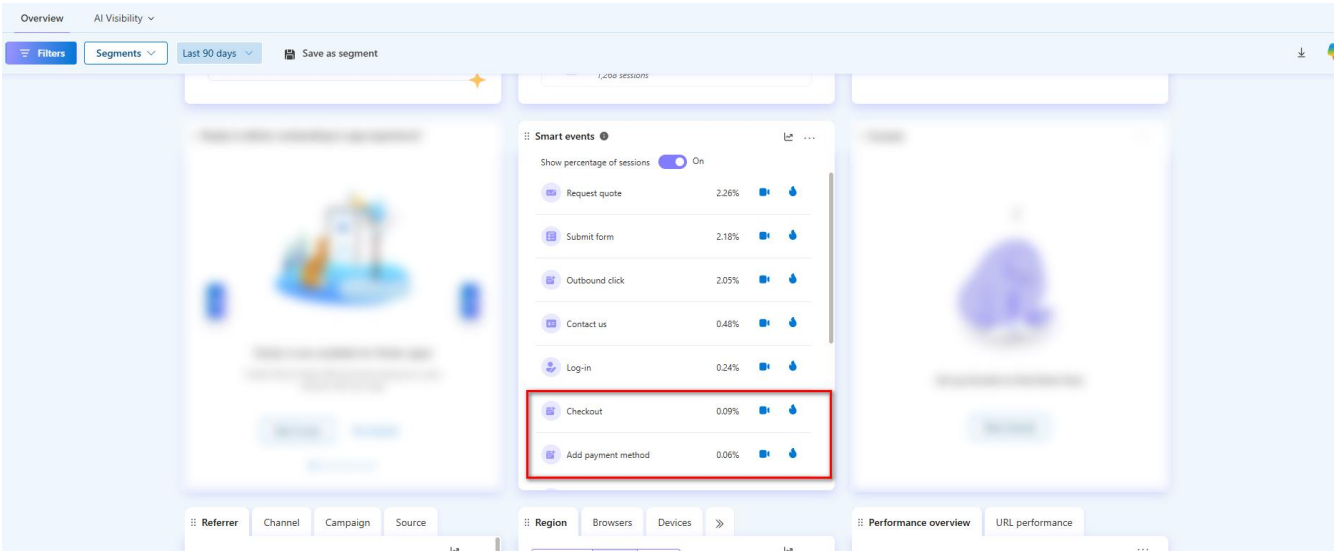
Рекомендації

1. **Регулярно перевіряти коректність відображення сайту на смартфонах і ПК.**

Аналіз виконання основних цільових дій

Аналіз поведінкових факторів

Згідно з даними Microsoft Clarity, коефіцієнт конверсії досить низький, причому найнижчі показники спостерігаються на етапах оформлення замовлення та оплати товару.



Рекомендації

1. **Рекомендації щодо покращення ситуації наведено в наступних розділах аудиту.**

Аналіз карти скролінгу

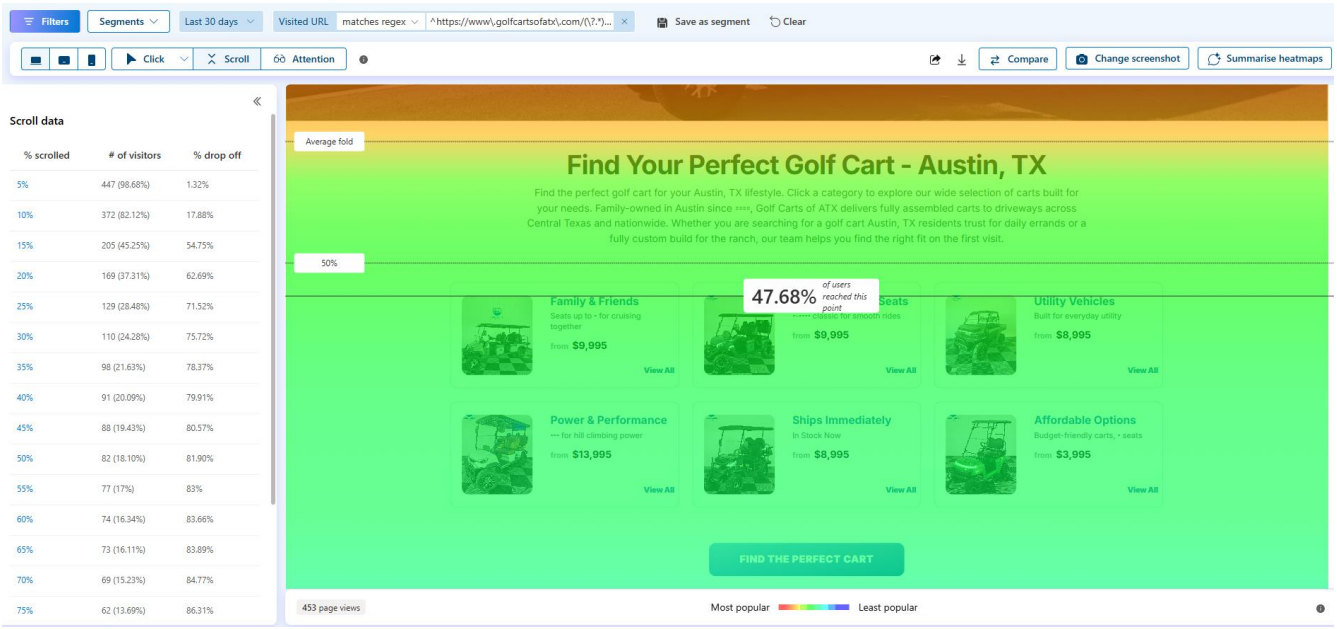
Аналіз поведінкових факторів

Під час відвідування сайту користувачі не переглядають цільові сторінки повністю.

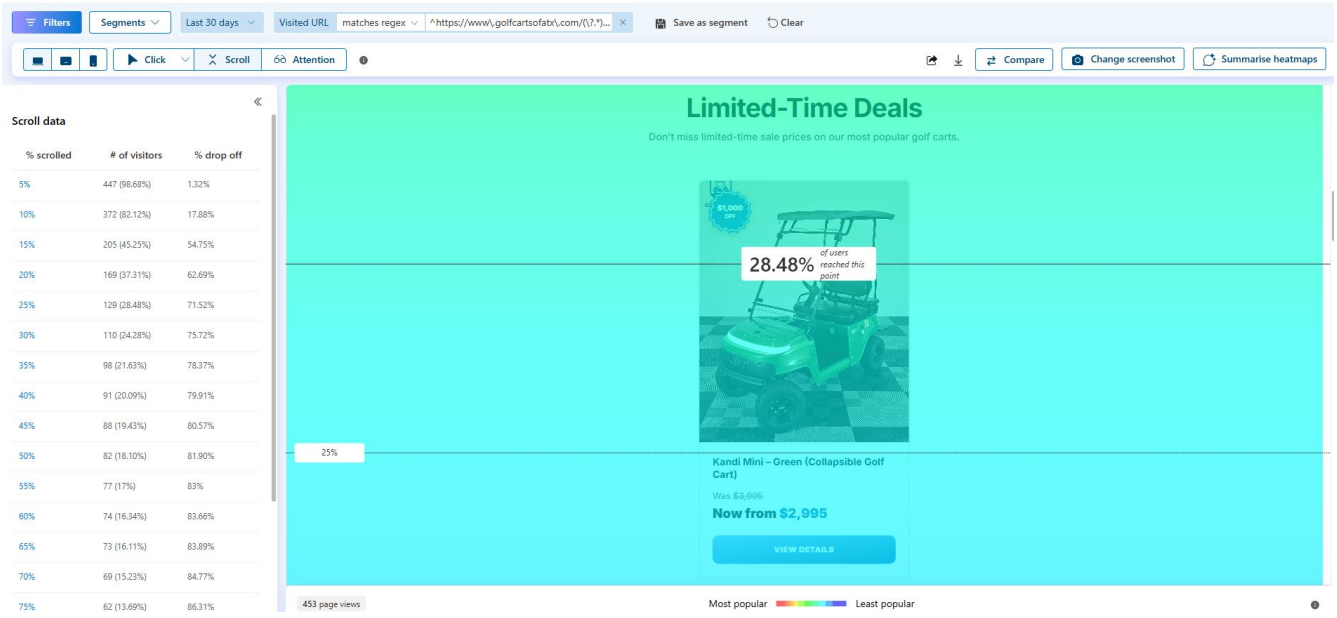
<u>Десктопна версія</u>

Головна сторінка

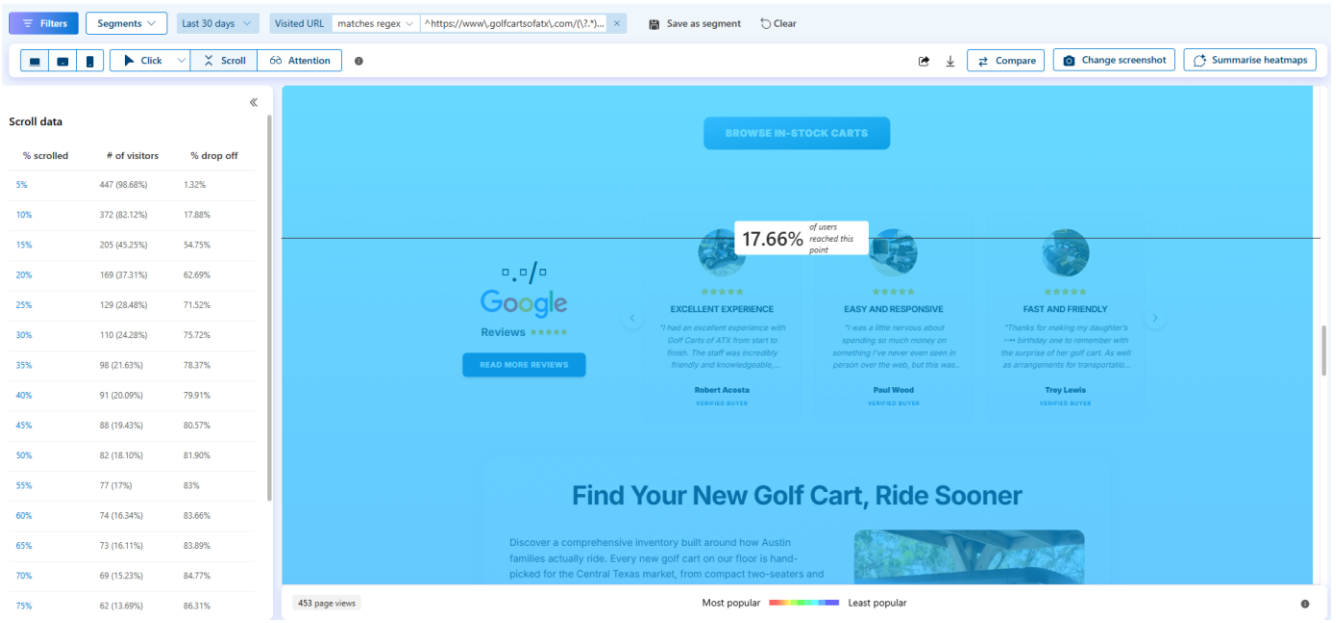
Близько 50% користувачів не доходять до другого екрана сторінки.



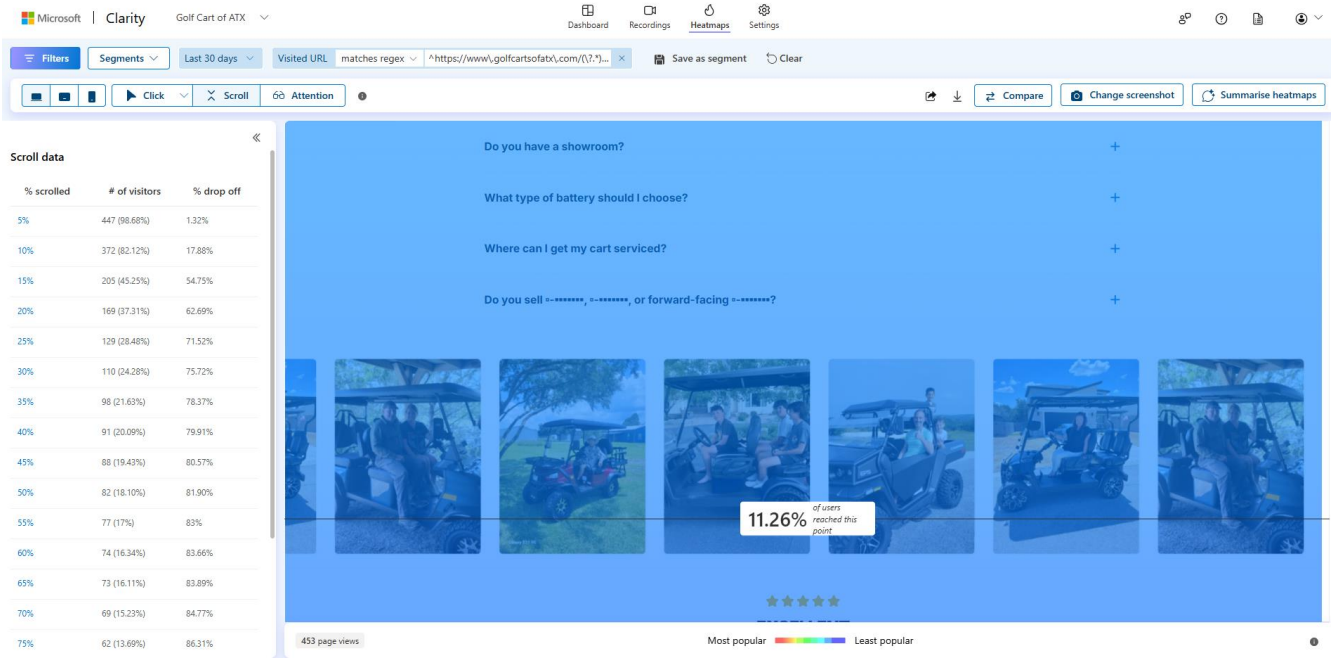
Близько 70% користувачів не доходять до блоку "Limited-Time Deals".



Близько 80% користувачів не доходять до розділу з перевагами та відгуками.

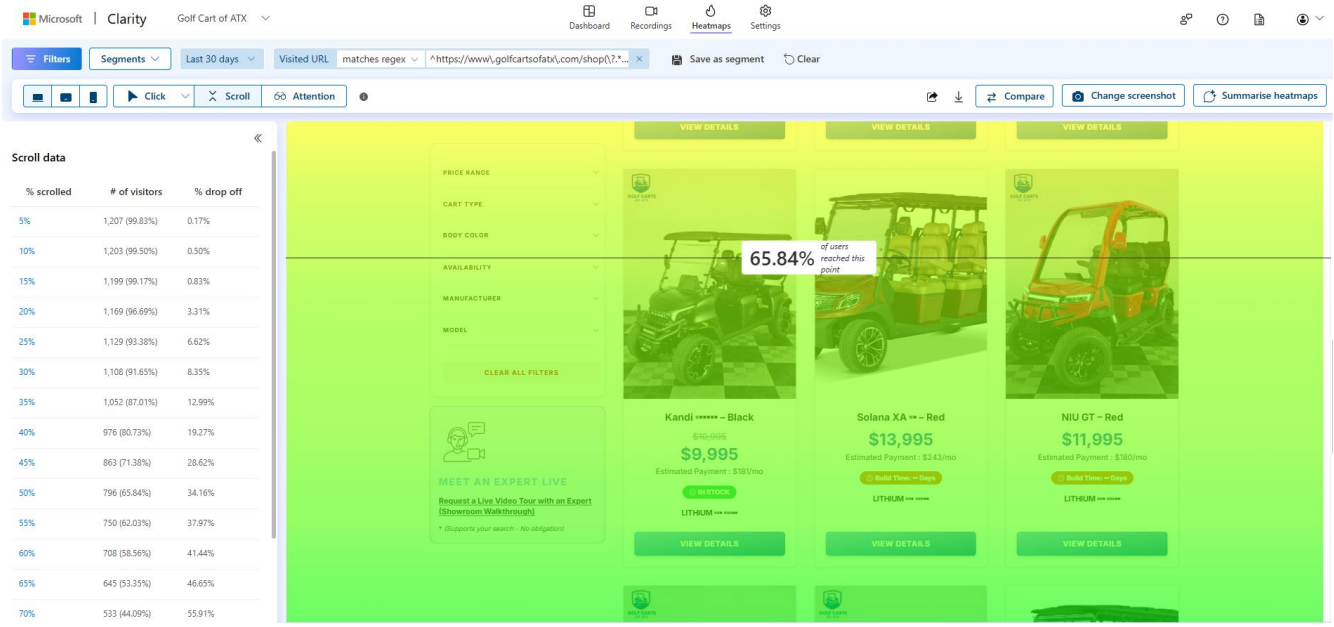


Близько 10% користувачів переглядають сторінку повністю.



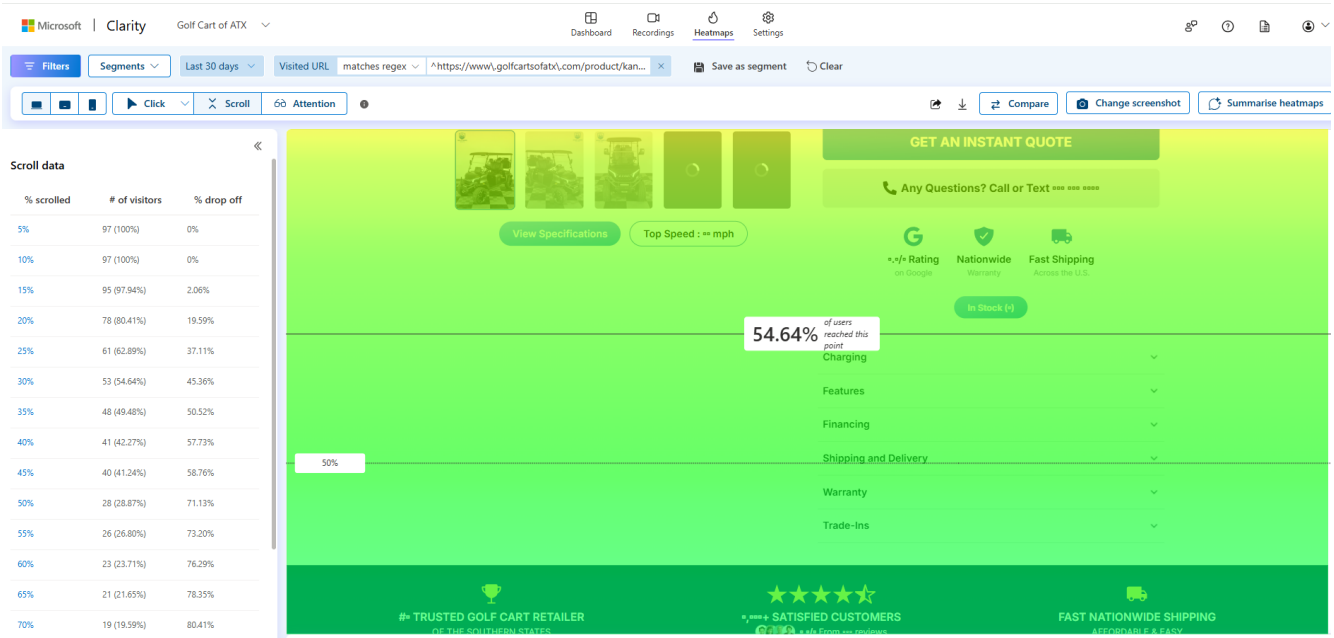
Сторінки категорій

Менше ніж 30% користувачів доходять до другого ряду карток товарів.

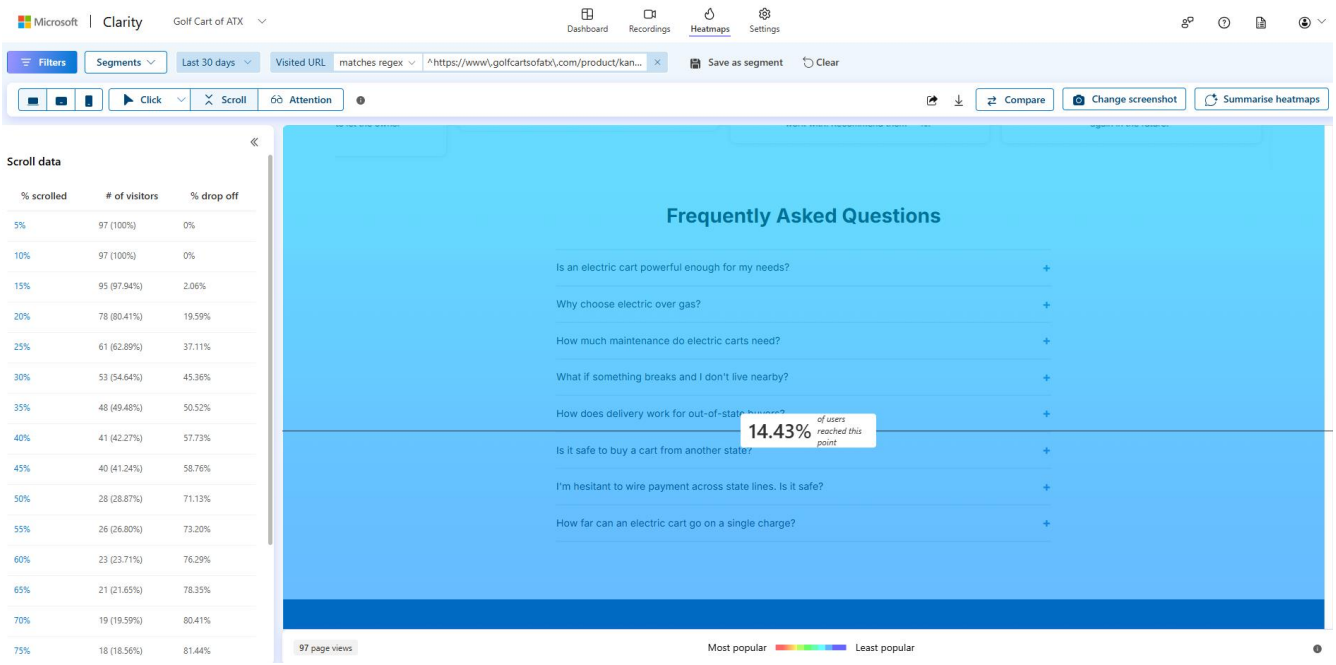


Сторінки товарів

Близько 50% користувачів доходять до другого екрана сторінки.



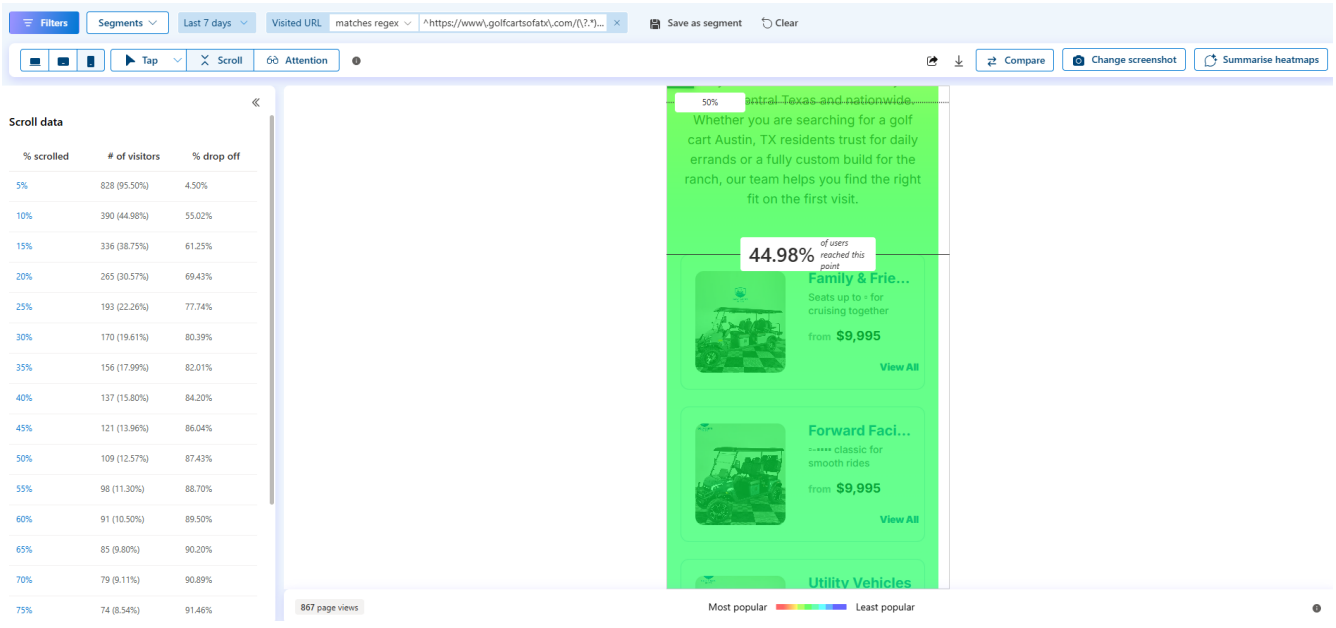
Менше ніж 20% користувачів переглядають сторінку повністю.



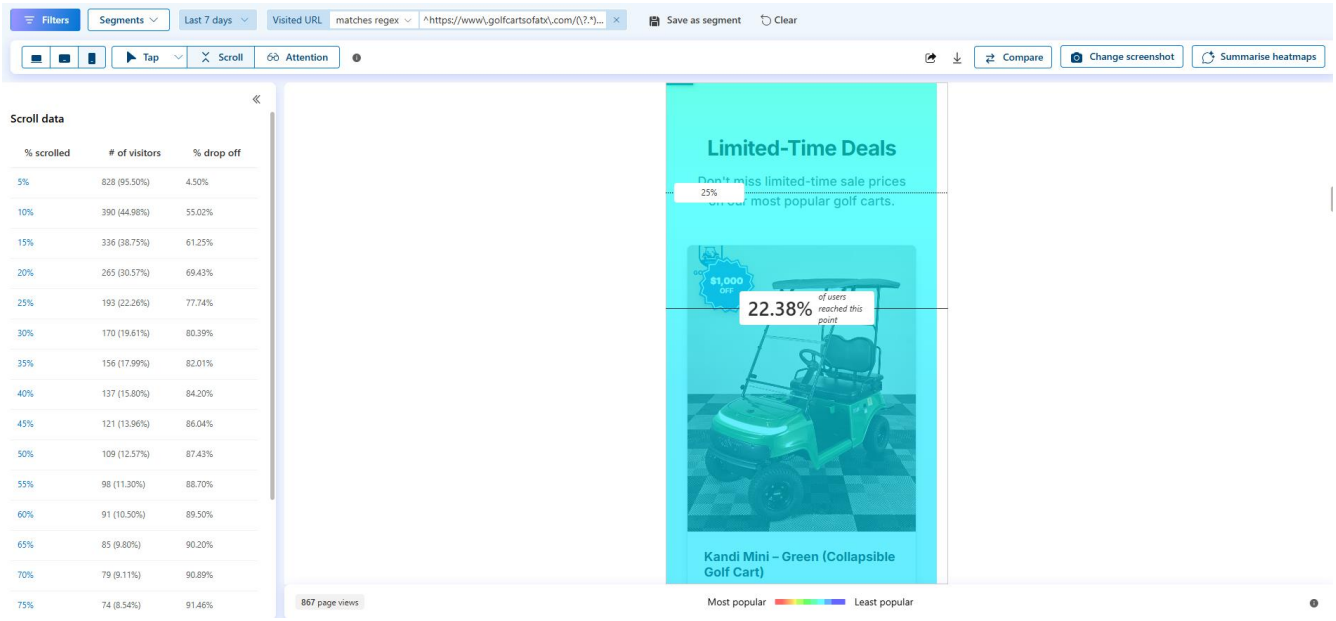
Мобільна версія

Головна сторінка

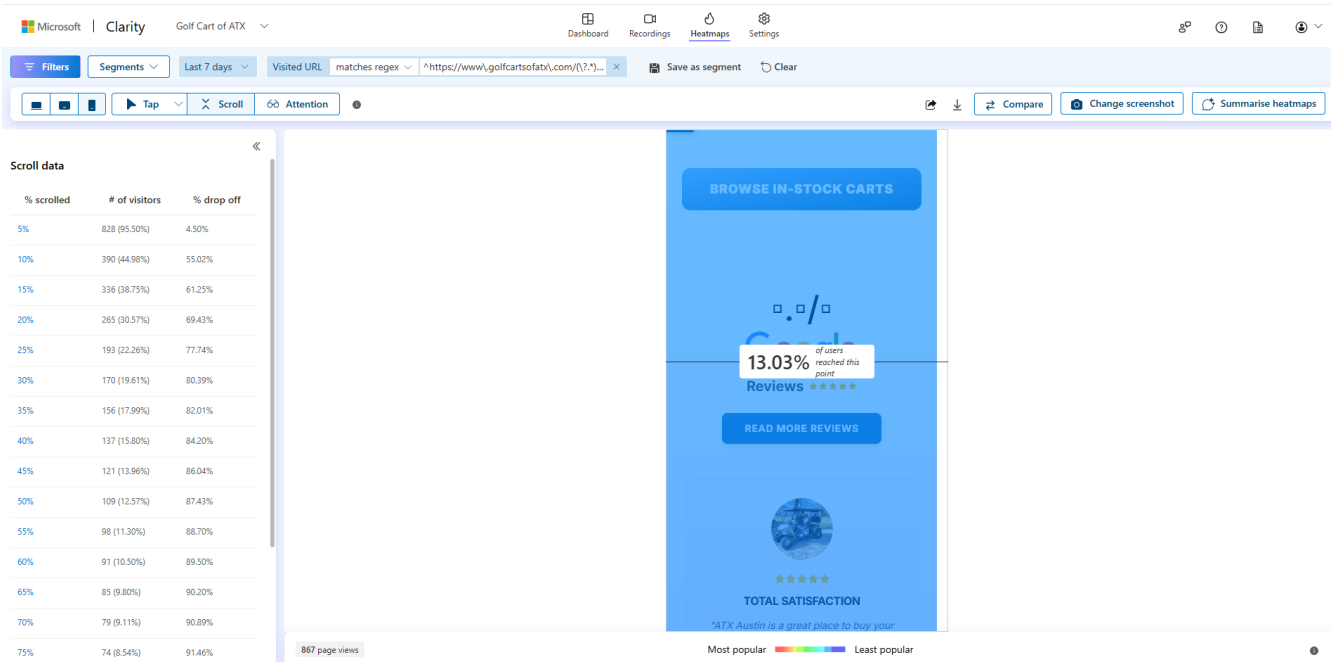
Близько 50% користувачів не доходять до другого екрана сторінки.



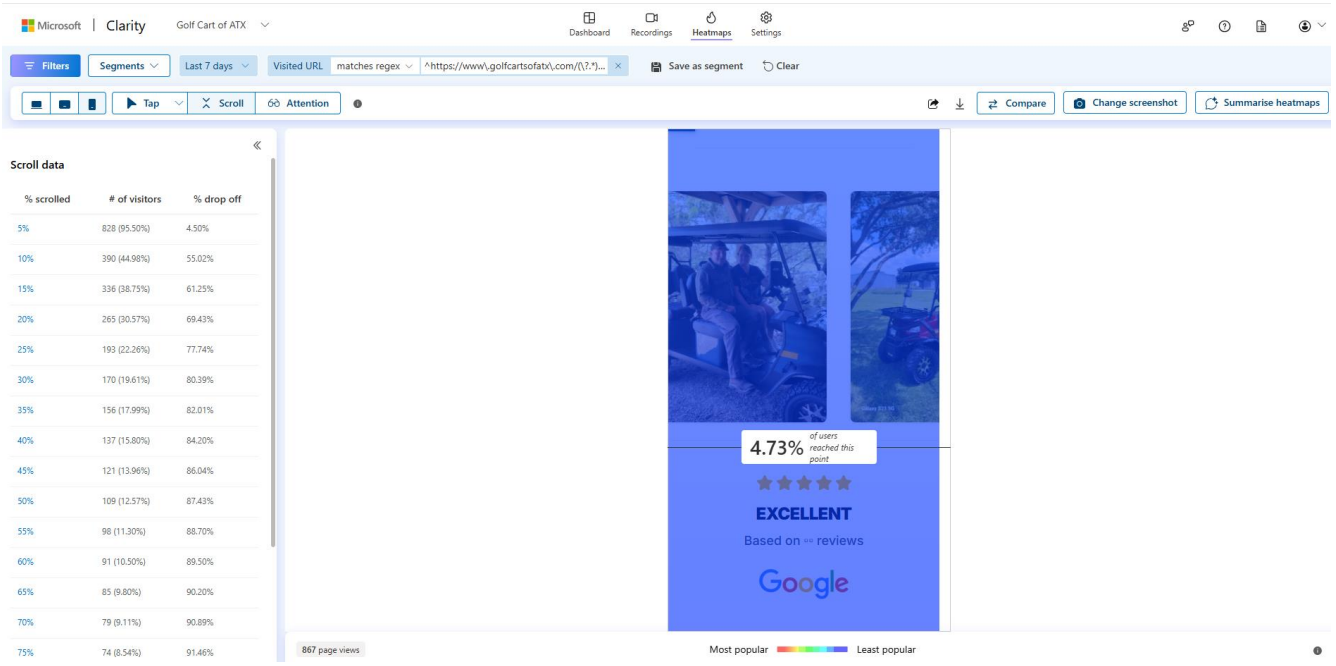
Близько 80% користувачів не доходять до блоку "Limited-Time Deals".



Близько 85% користувачів не доходять до розділу з перевагами та відгуками.

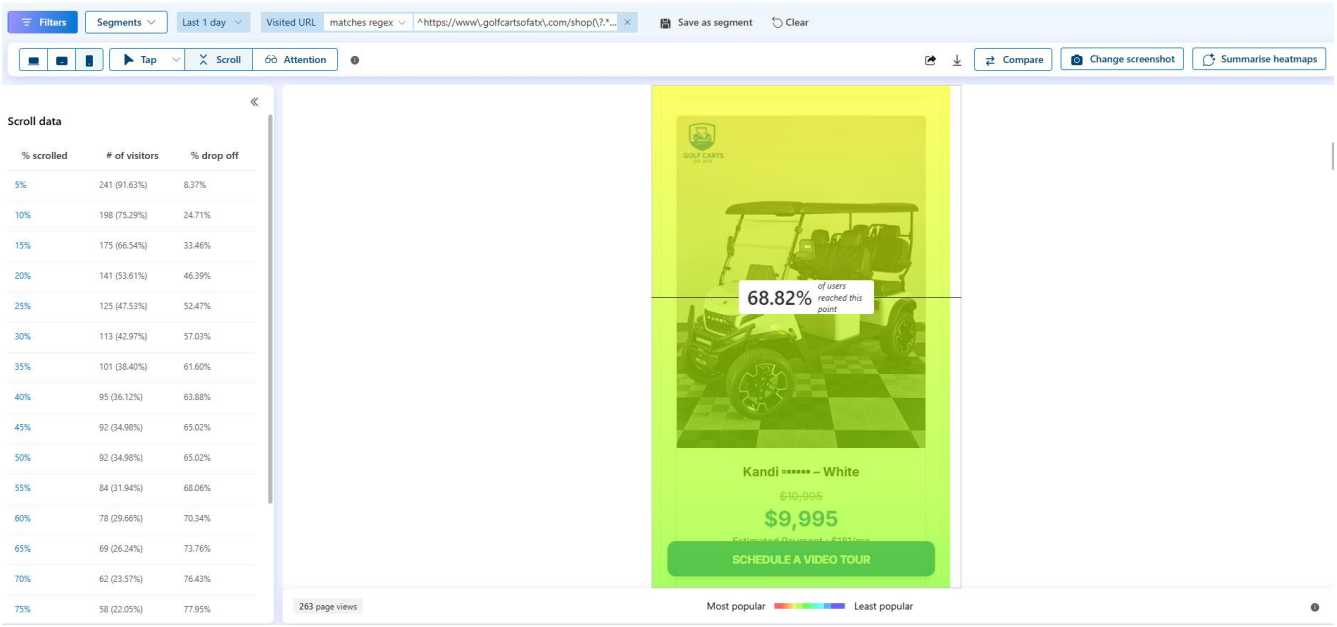


Менше ніж 10% користувачів переглядають сторінку повністю.



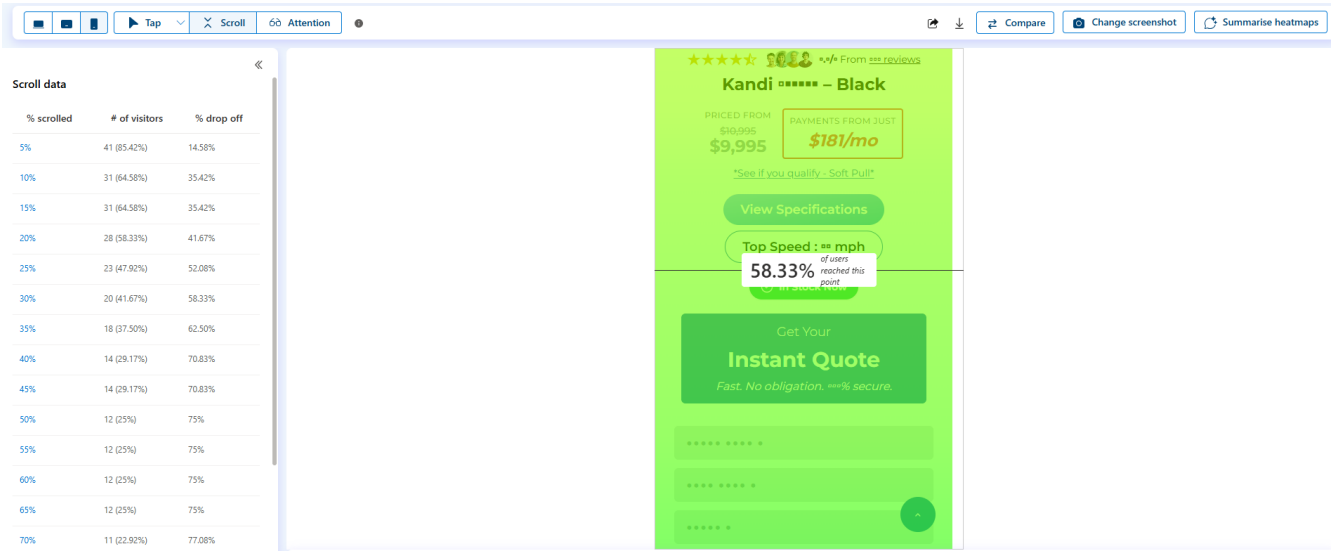
Сторінки категорій

Менше ніж 70% користувачів доходять до карток товарів.

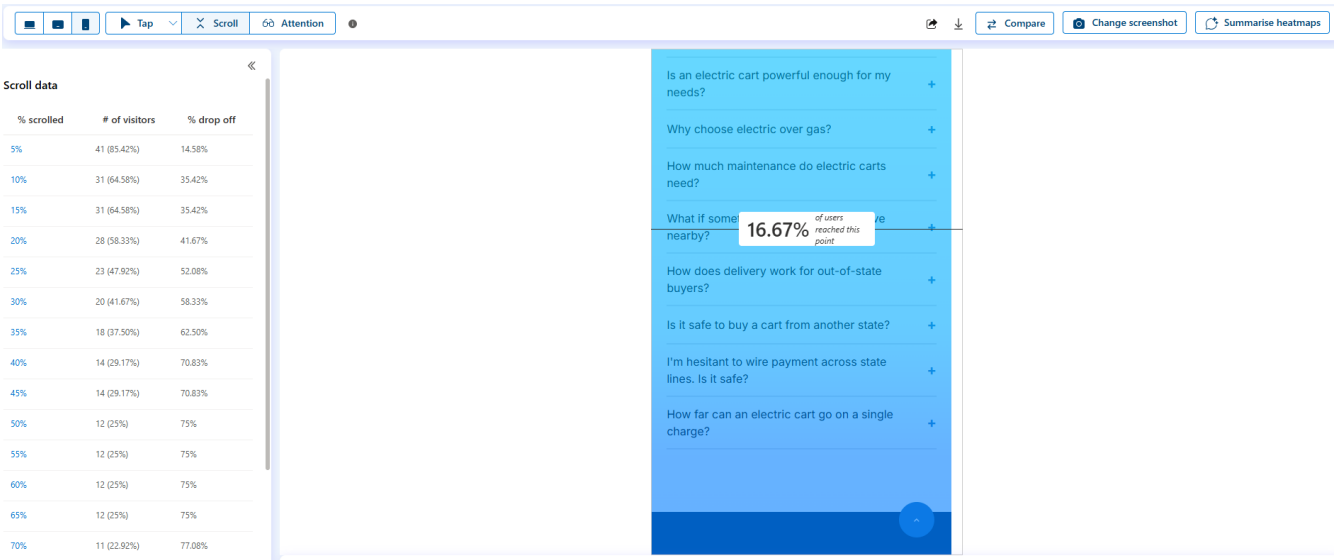


Сторінки товарів

Близько 60% користувачів ознайомлюються з інформацією про товари.



Менше ніж 20% користувачів переглядають сторінку повністю.



Рекомендації

1. **Рекомендації щодо покращення ситуації наведено в наступних розділах аудиту.**

Аналіз карти кліків

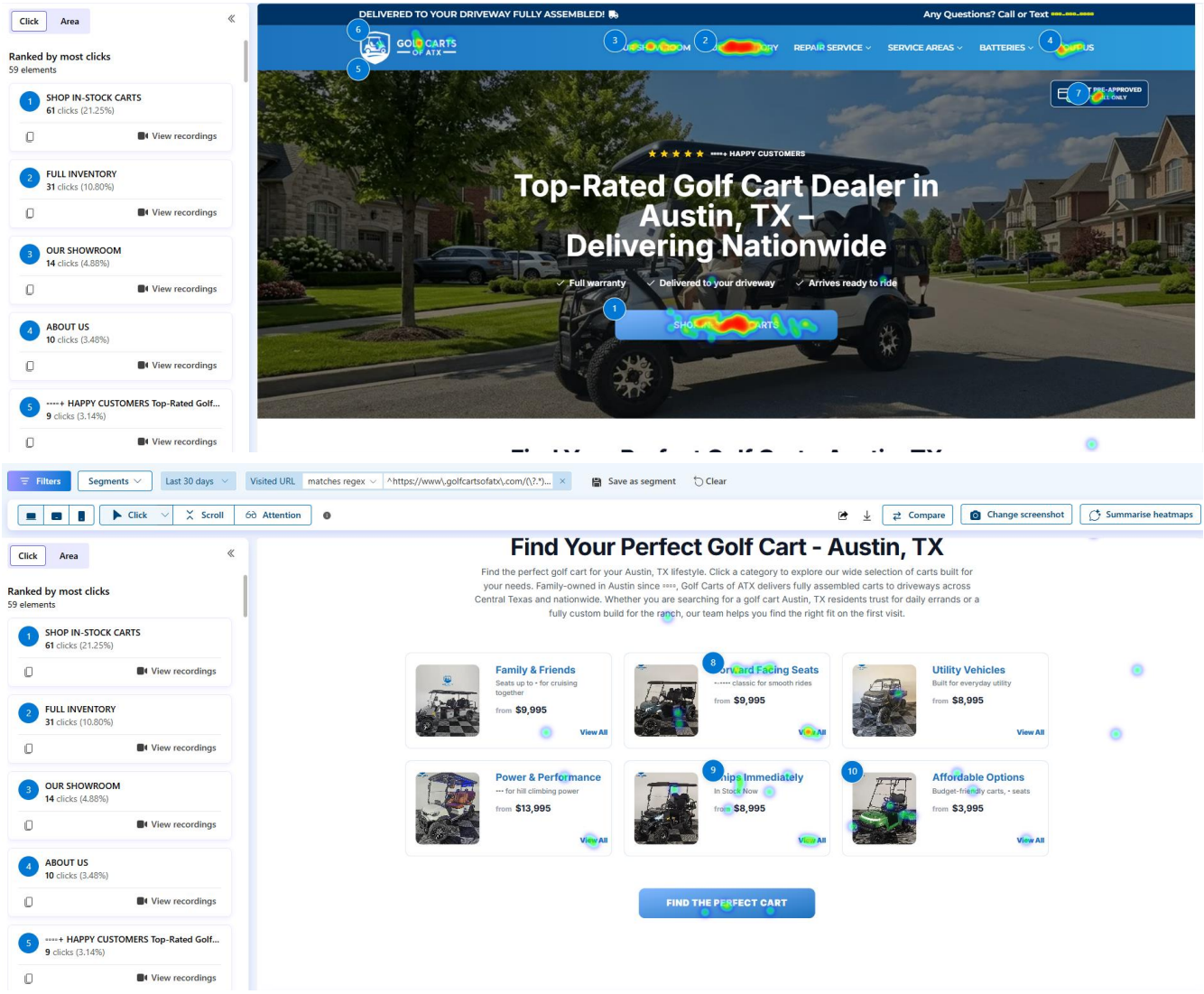
Аналіз поведінкових факторів

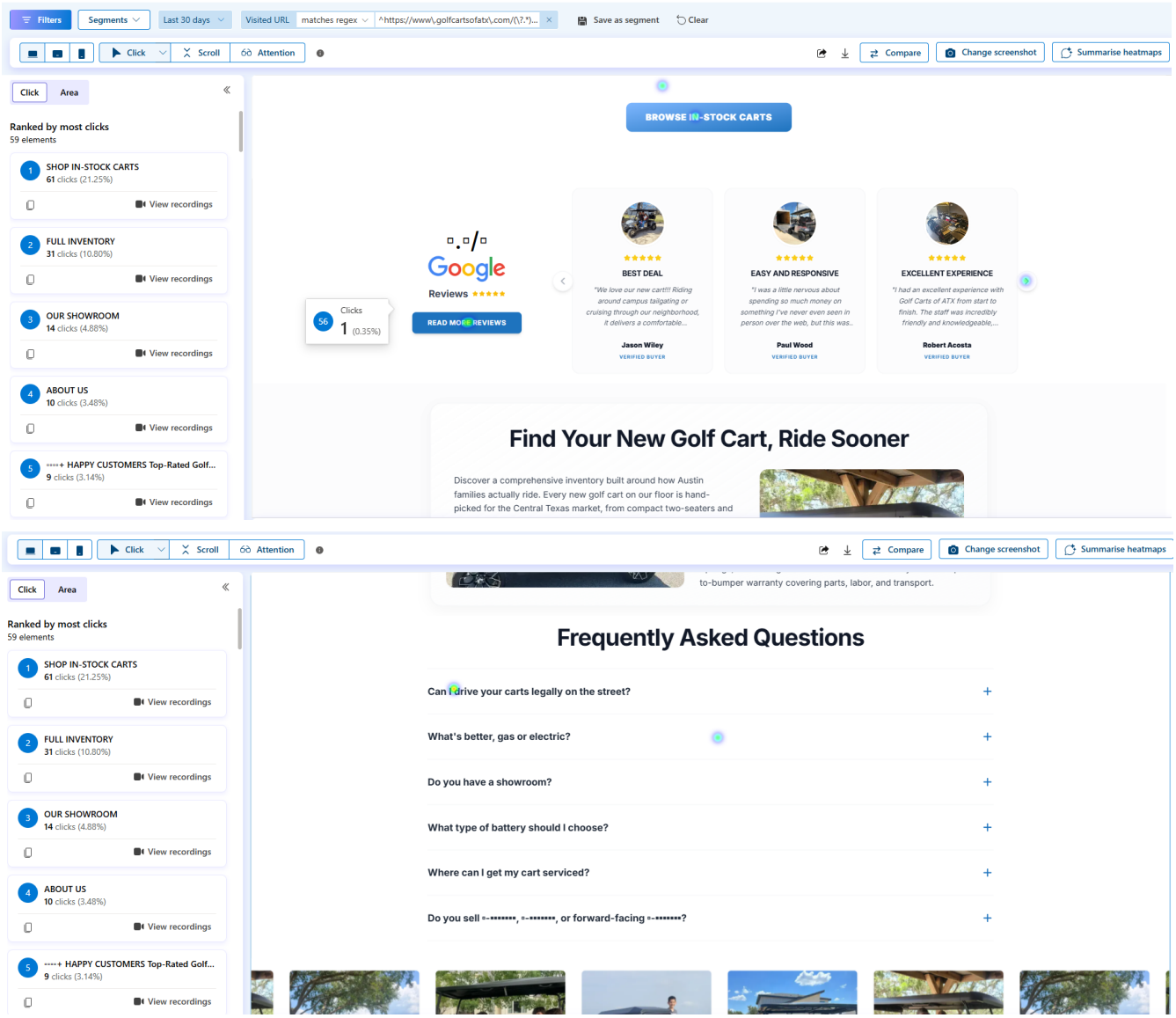
Користувачі не використовують увесь доступний функціонал.

<u>Десктопна версія</u>

Головна сторінка

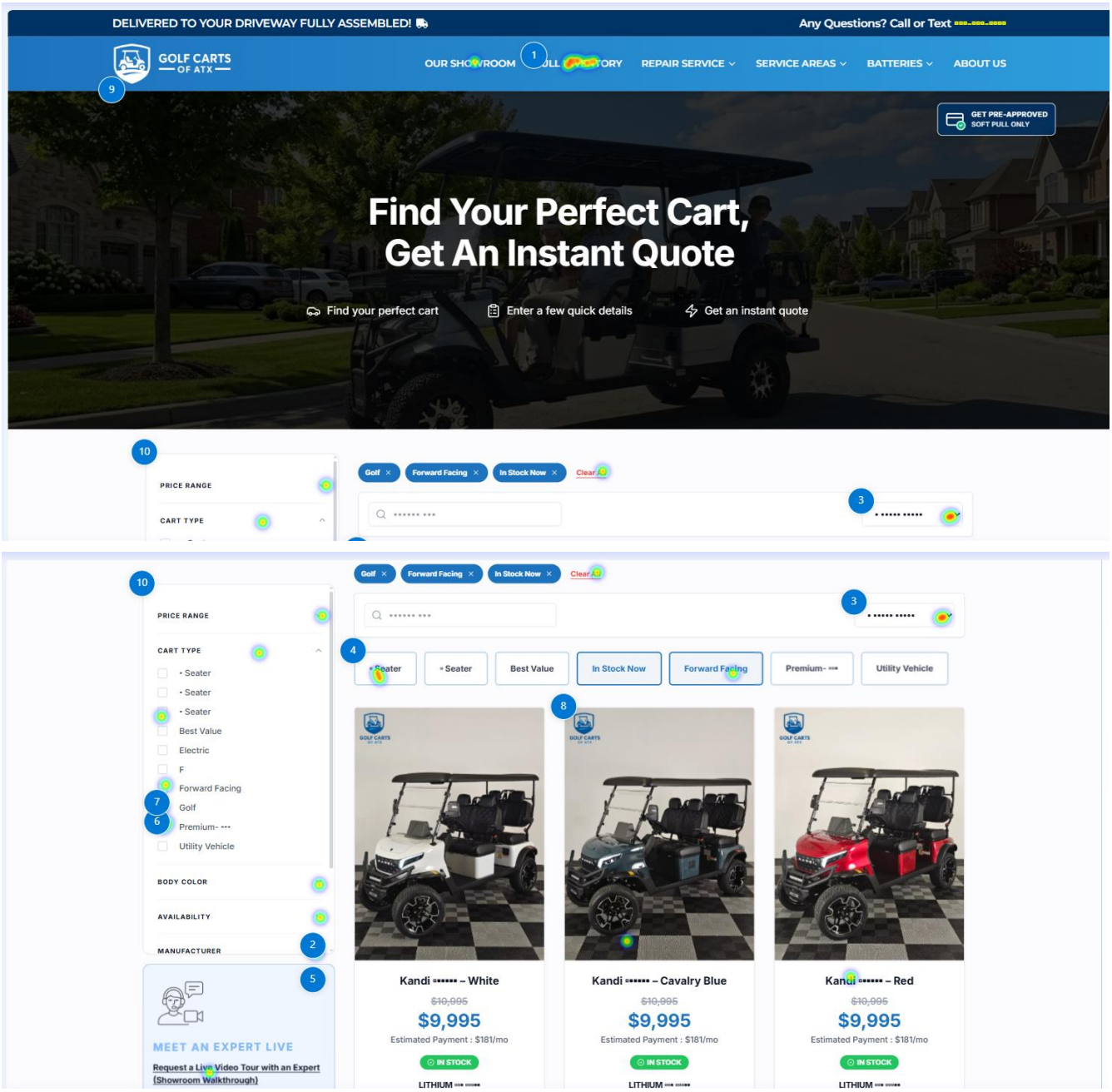
Користувачі переважно взаємодіють з елементами навігації та елементами першого екрана.




Filters
Segments
Last 30 days
Visited URL
matches regex
Save as segment
Clear
Click
Scroll
Attention
Compare
Change screenshot
Summarise heatmaps
Click
Area
Ranked by most clicks
59 elements
1 SHOP IN-STOCK CARTS
61 clicks (21.25%)
View recordings
2 FULL INVENTORY
31 clicks (10.80%)
View recordings
3 OUR SHOWROOM
14 clicks (4.88%)
View recordings
4 ABOUT US
10 clicks (3.48%)
View recordings
5 ····+ HAPPY CUSTOMERS Top-Rated Golf...
9 clicks (3.14%)
View recordings
BROWSE IN-STOCK CARTS
Google
Reviews
READ MORE REVIEWS
Clicks
56 1 (0.35%)
BEST DEAL
Jason Wiley
VERIFIED BUYER
EASY AND RESPONSIVE
Paul Wood
VERIFIED BUYER
EXCELLENT EXPERIENCE
Robert Acosta
VERIFIED BUYER
Find Your New Golf Cart, Ride Sooner
Discover a comprehensive inventory built around how Austin families actually ride. Every new golf cart on our floor is hand-picked for the Central Texas market, from compact two-seaters and
Click
Scroll
Attention
Compare
Change screenshot
Summarise heatmaps
Click
Area
Ranked by most clicks
59 elements
1 SHOP IN-STOCK CARTS
61 clicks (21.25%)
View recordings
2 FULL INVENTORY
31 clicks (10.80%)
View recordings
3 OUR SHOWROOM
14 clicks (4.88%)
View recordings
4 ABOUT US
10 clicks (3.48%)
View recordings
5 ····+ HAPPY CUSTOMERS Top-Rated Golf...
9 clicks (3.14%)
View recordings
to-bumper warranty covering parts, labor, and transport.
Frequently Asked Questions
Can I drive your carts legally on the street?
What's better, gas or electric?
Do you have a showroom?
What type of battery should I choose?
Where can I get my cart serviced?
Do you sell ▫-▪▪▪▪▪▪▪, ▫-▪▪▪▪▪▪▪, or forward-facing ▫-▪▪▪▪▪▪▪?

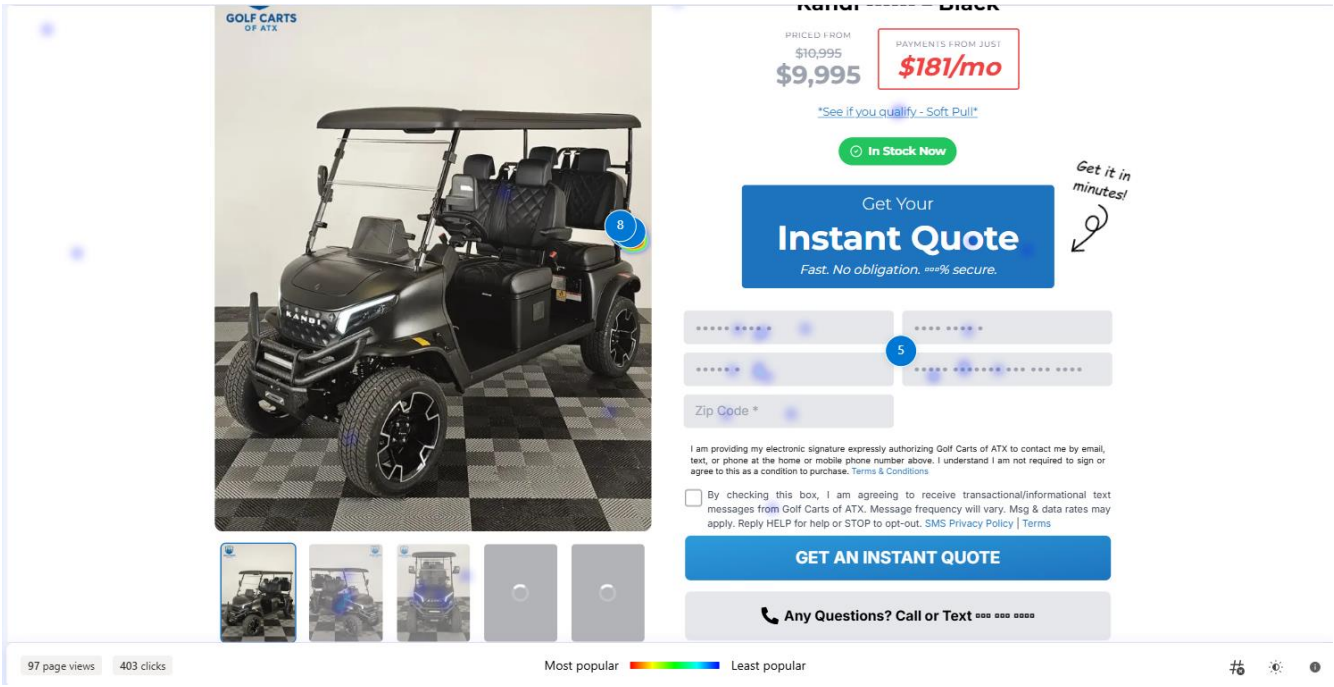
Сторінки категорій

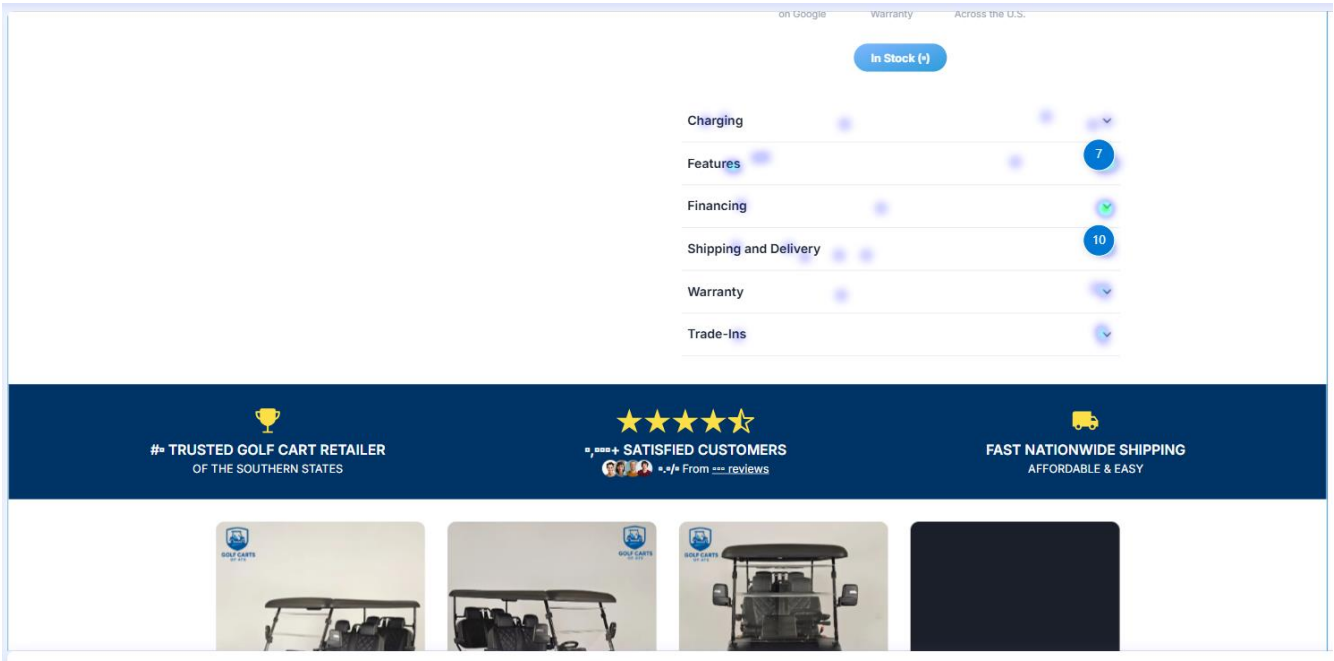
Користувачі переважно взаємодіють з елементами навігації та фільтрами.

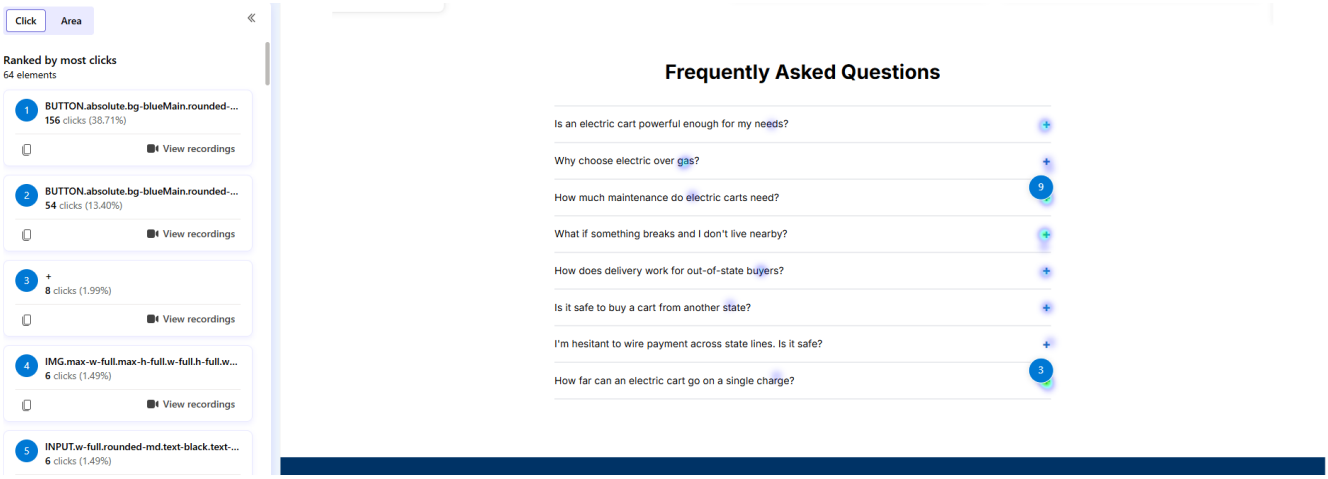


Сторінки товарів

Користувачі переважно взаємодіють із блоком зображень, але не взаємодіють із конверсійними елементами.



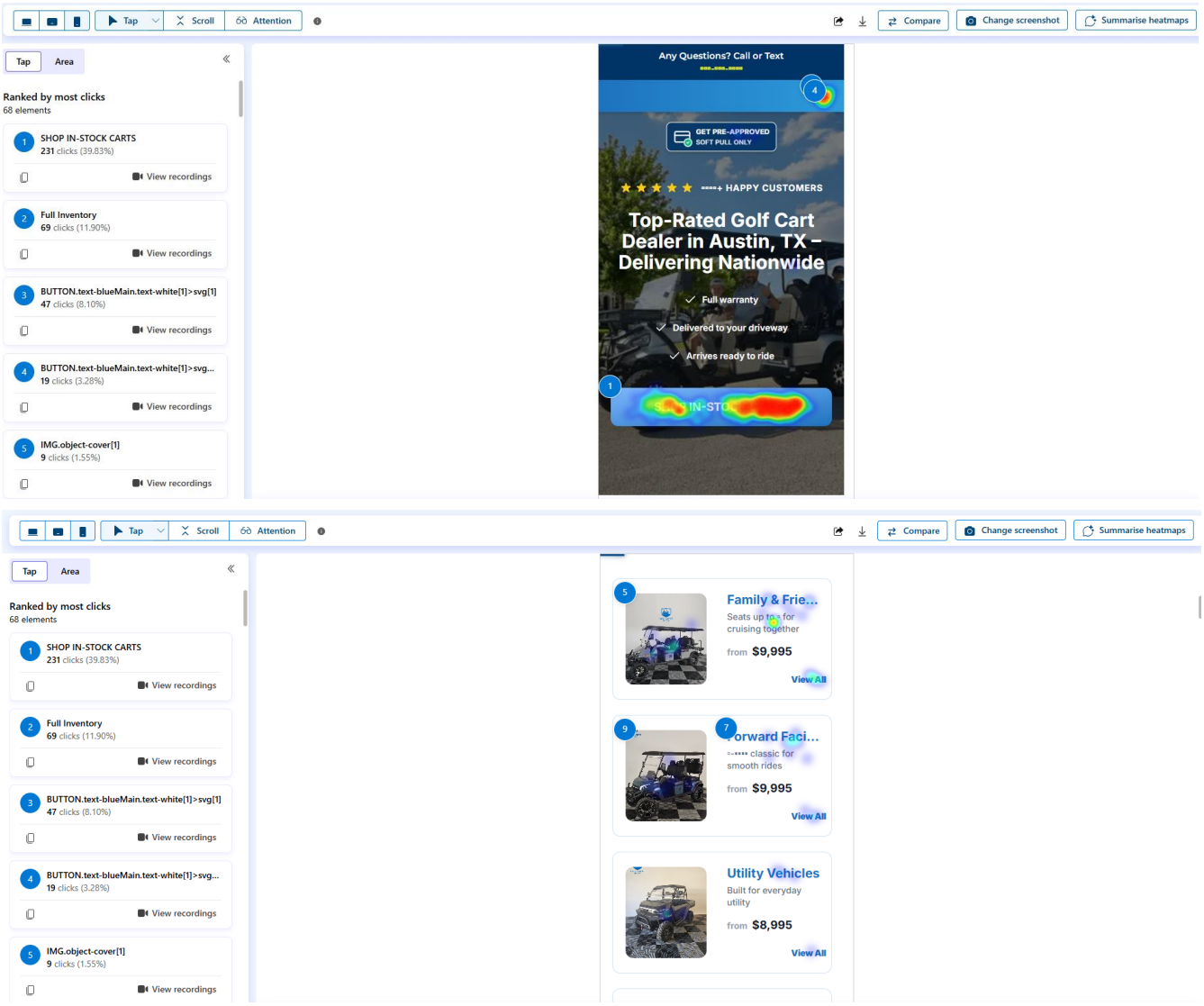


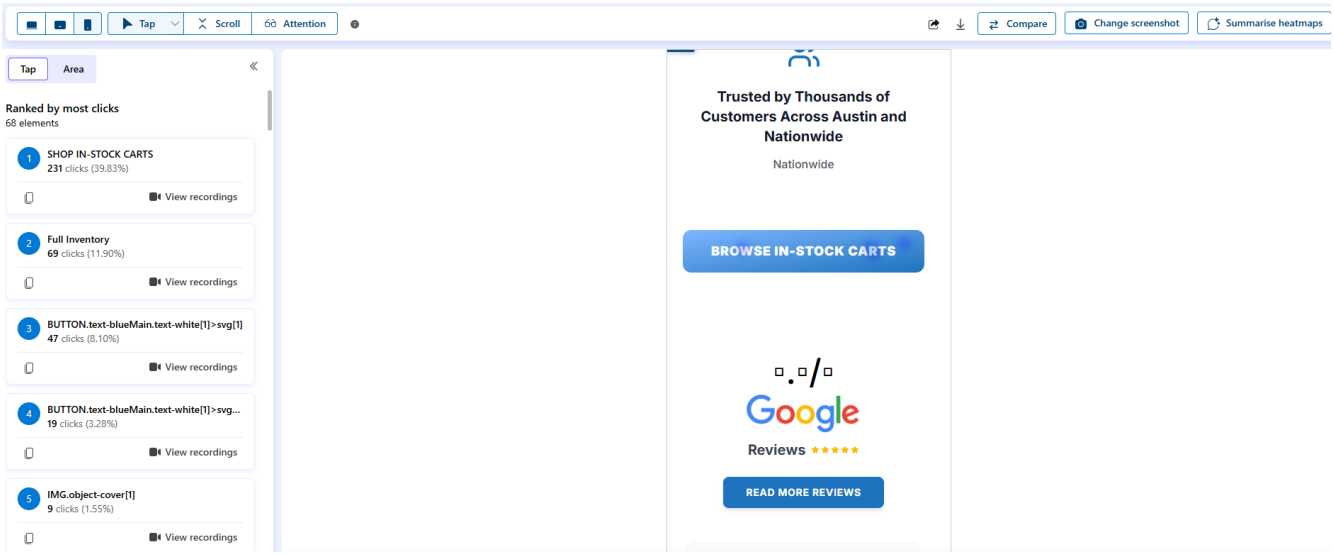


Мобільна версія

Головна сторінка

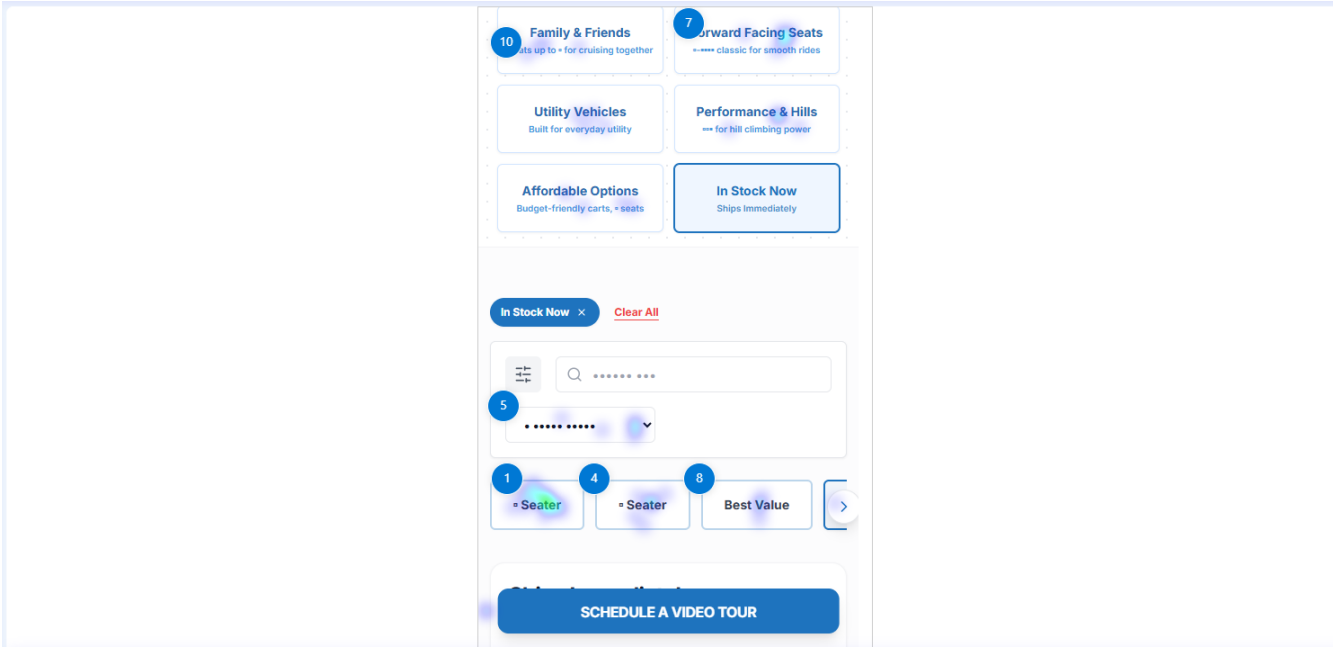
Користувачі переважно взаємодіють з елементами навігації та елементами першого екрана.

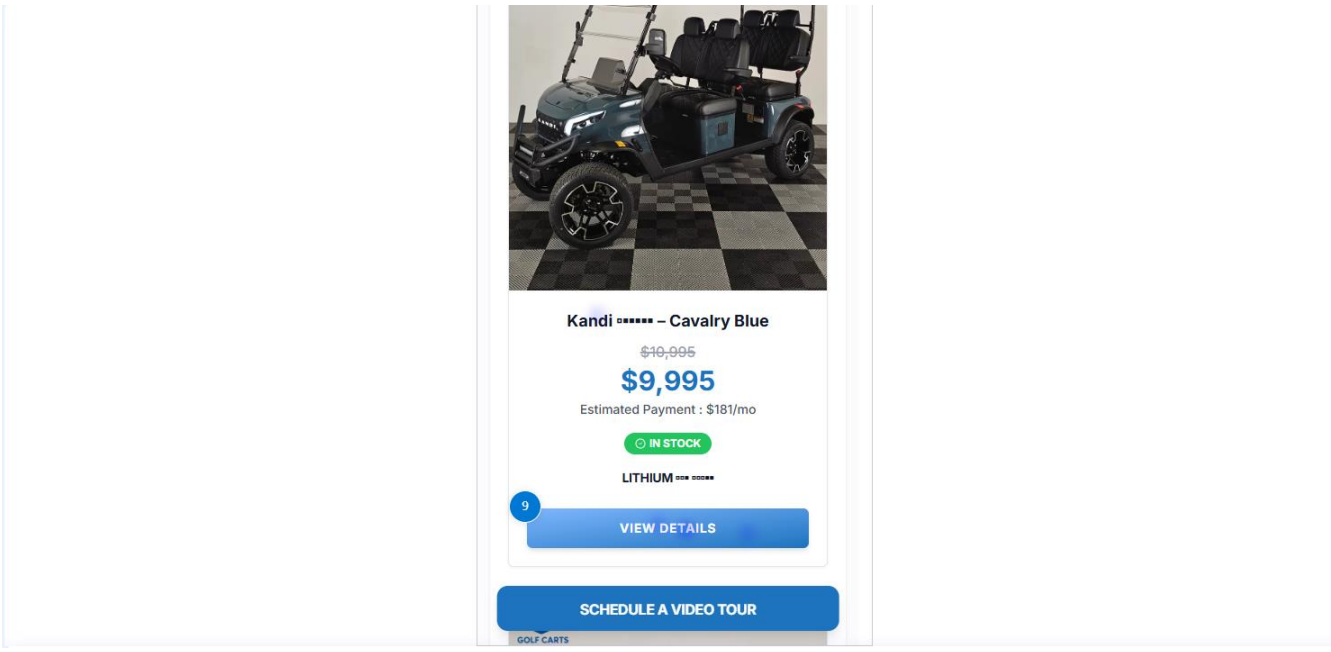




Сторінки категорій

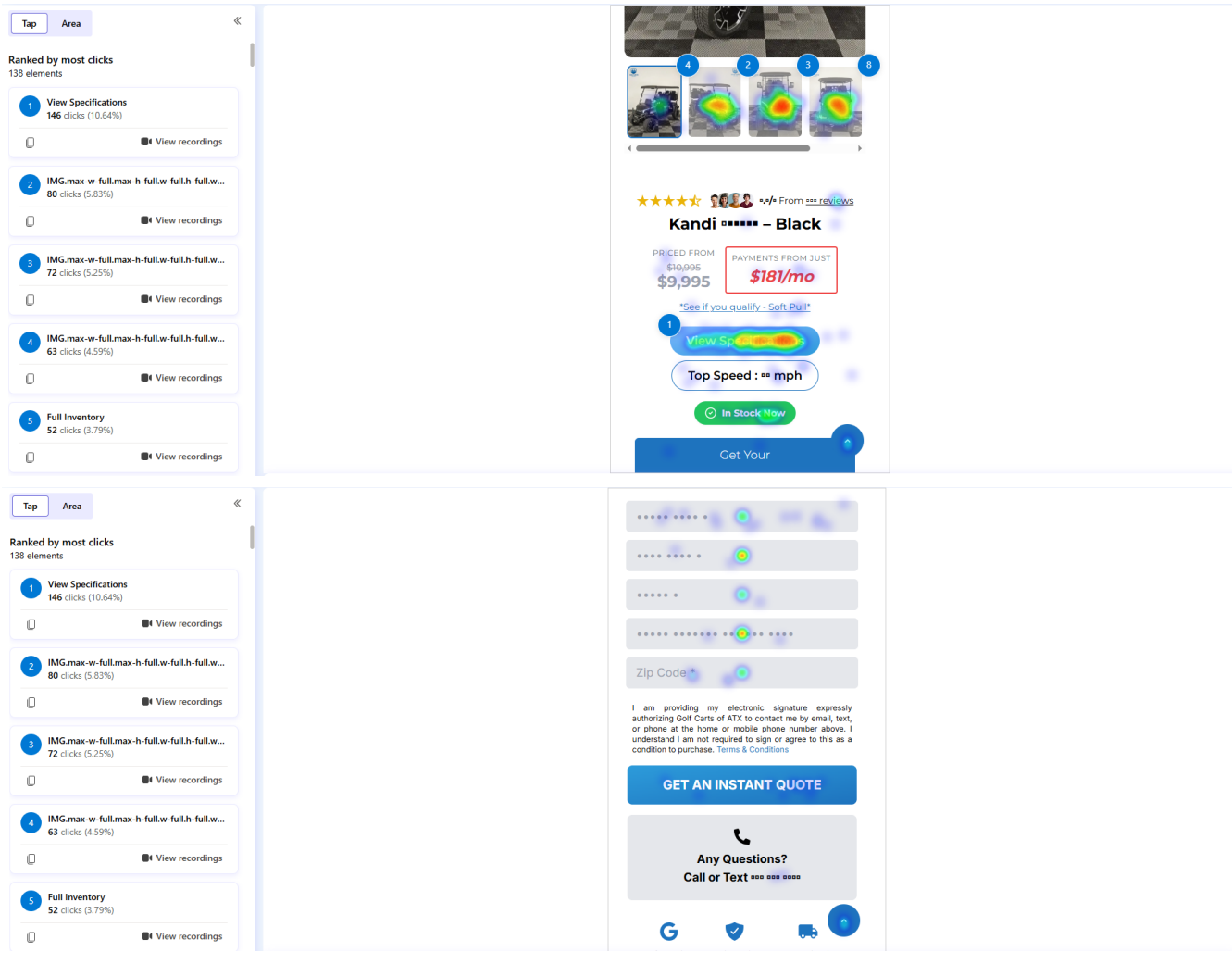
Користувачі переважно взаємодіють з елементами фільтрації.

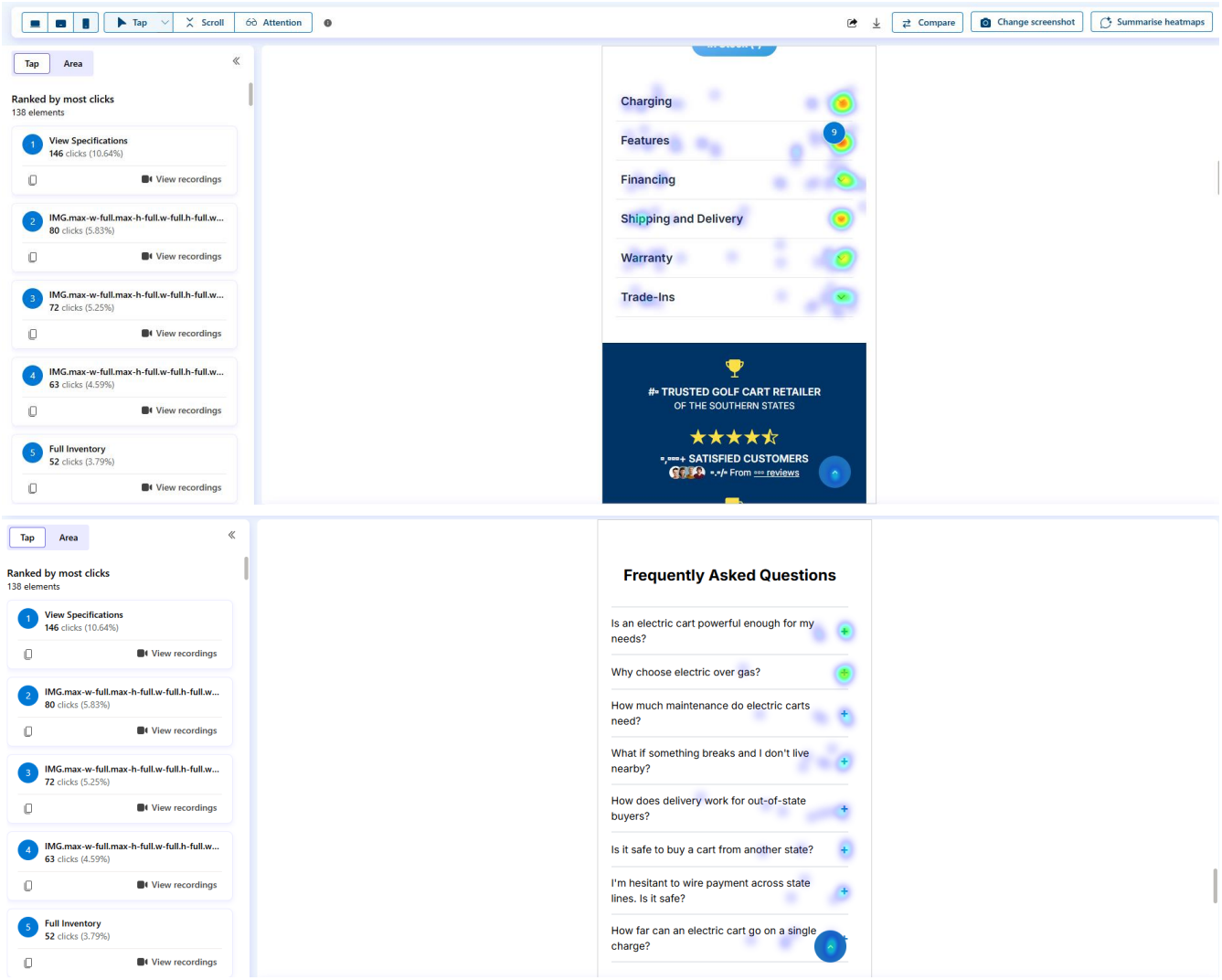




Сторінки товарів

Користувачі переважно взаємодіють із блоком, що містить зображення та елементи для перегляду характеристик, але не взаємодіють з елементами, спрямованими на виконання цільової дії (конверсію).





Рекомендації

1. **Рекомендації щодо покращення ситуації наведено в наступних розділах аудиту.**

Аналіз юзабіліті (UX/UI)



Аналіз адаптивності сайту для різних роздільних здатностей екрана

Аналіз юзабіліті (UX/UI) (лише для десктопної версії)

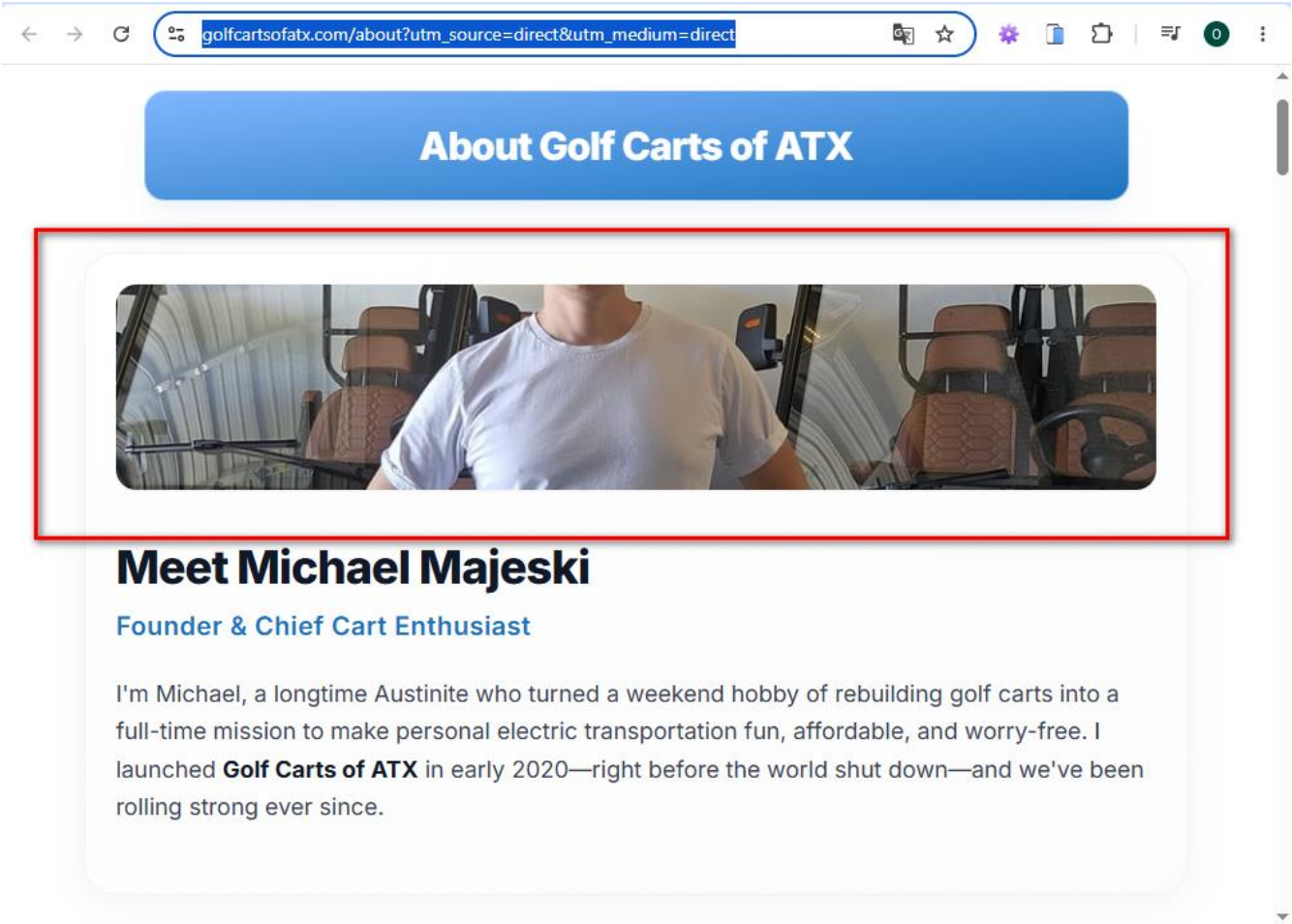
За невеликої роздільної здатності екрана блоки не адаптуються.

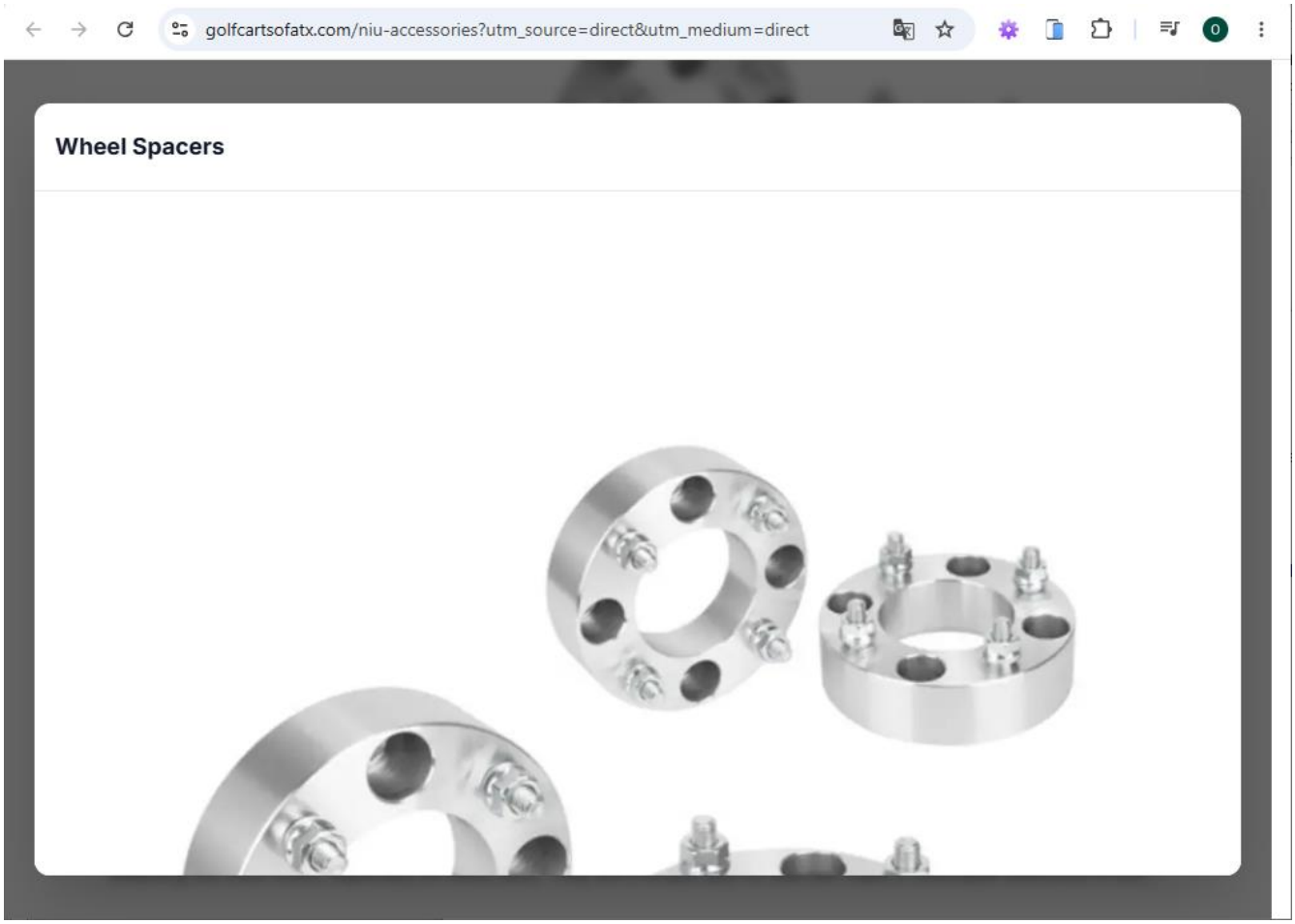
<u>Десктопна версія</u>

Наприклад:

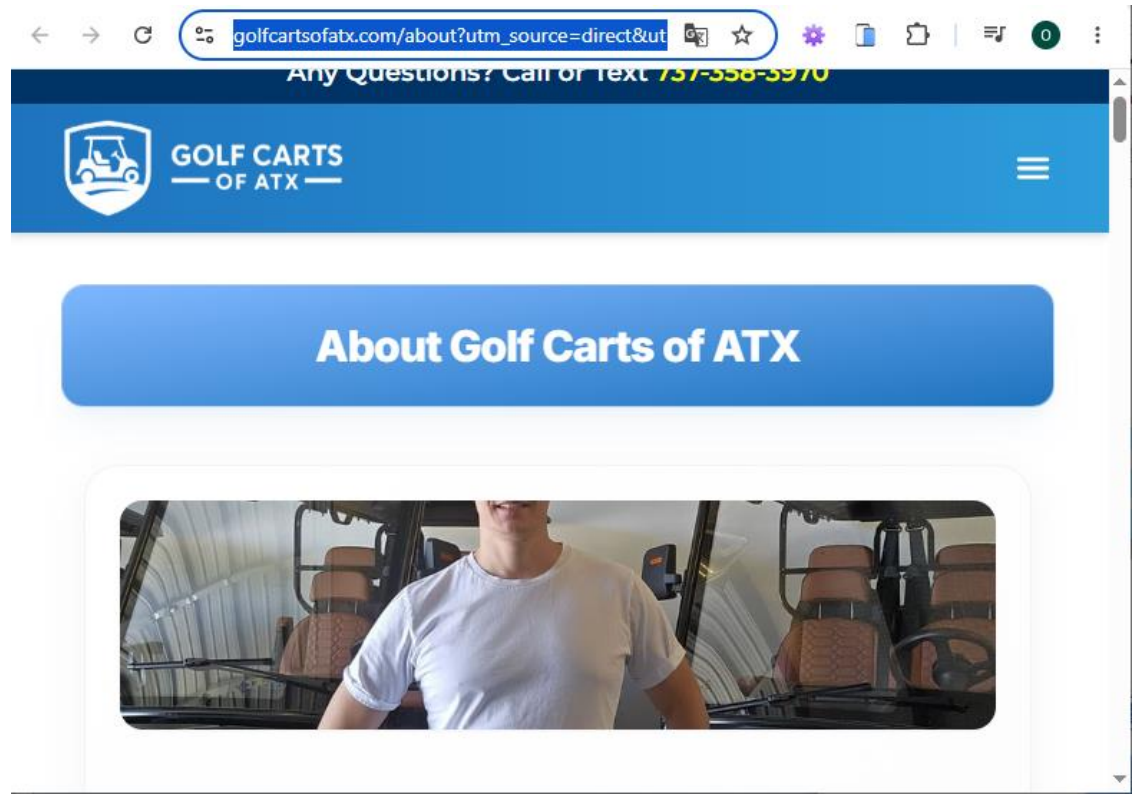
https://www.golfcartsofatx.com/about?utm_source=direct&utm_medium=direct **та сторінки аксесуарів.**

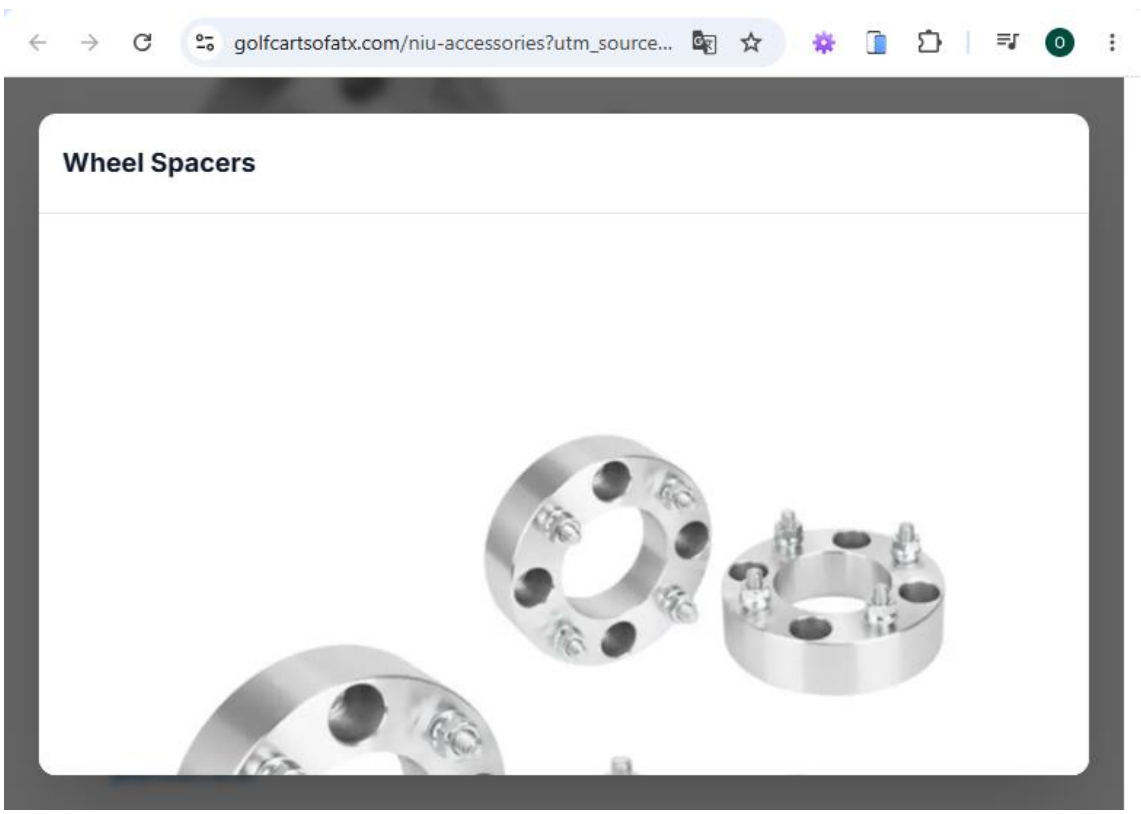
1024x768




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

800x600





Рекомендації

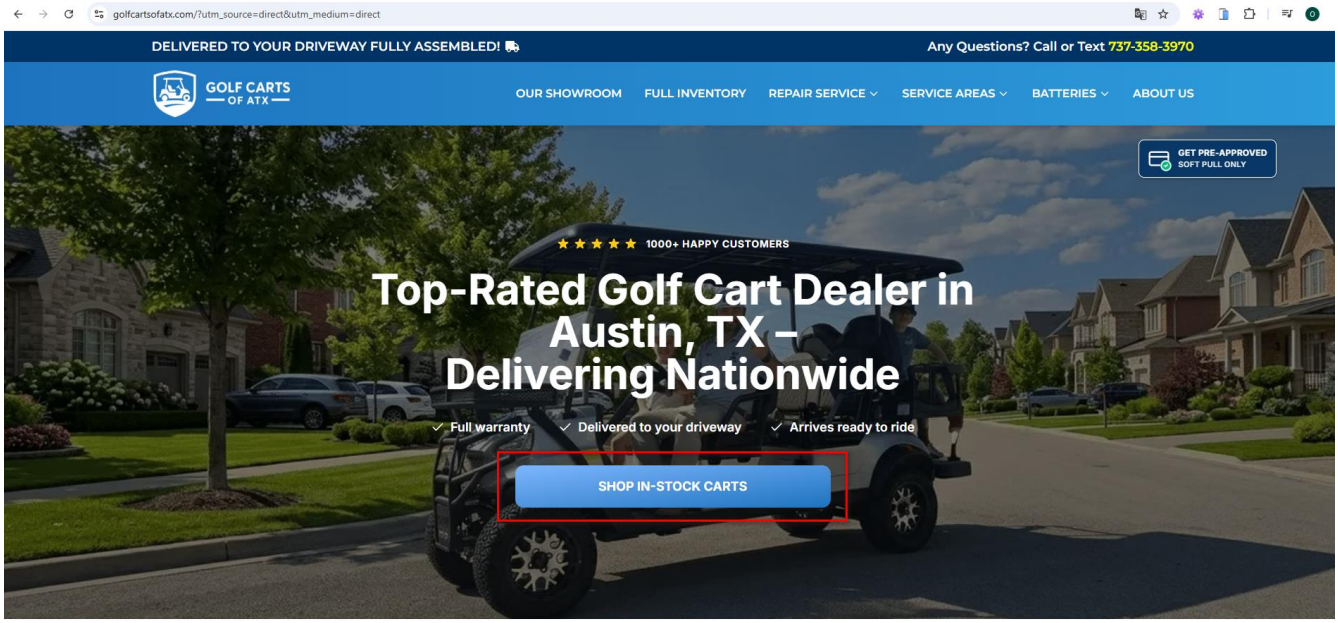
1. **Оптимізувати сайт для екранів із невеликою роздільною здатністю.**

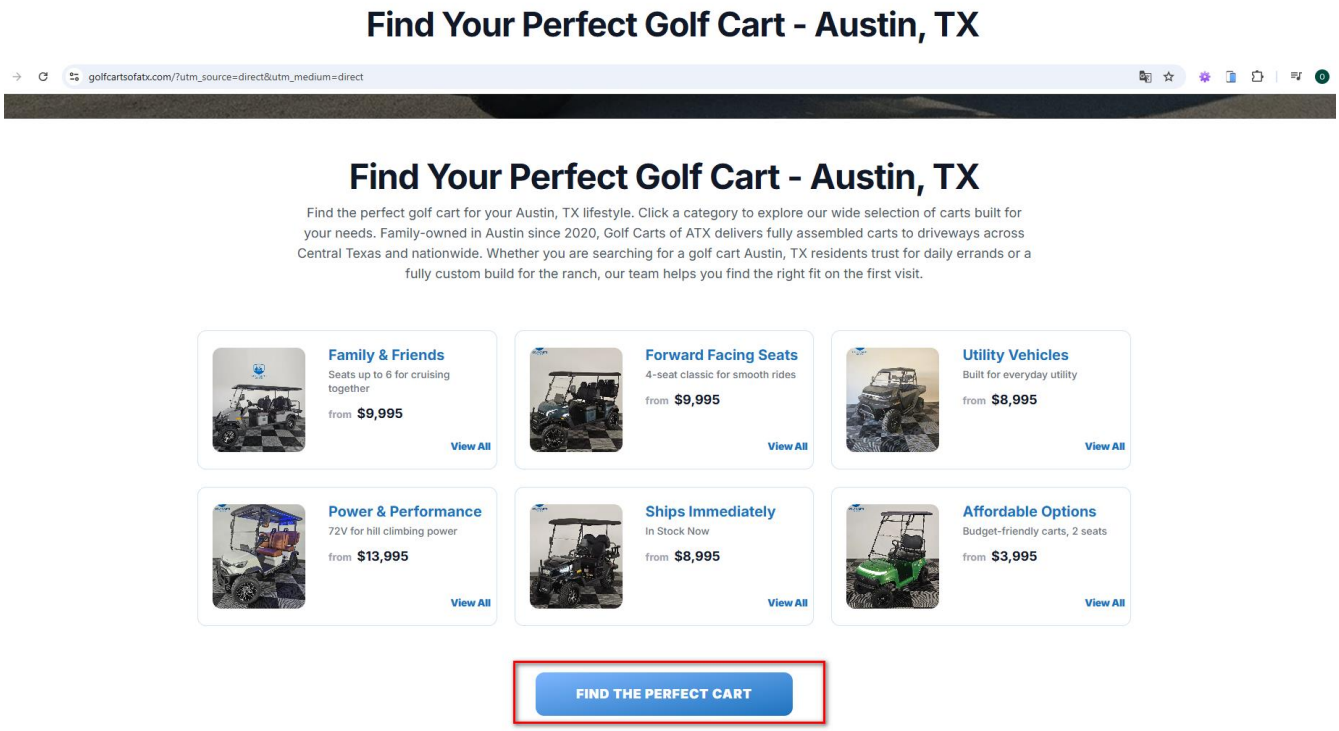
Підсвічування кнопок при наведенні курсора

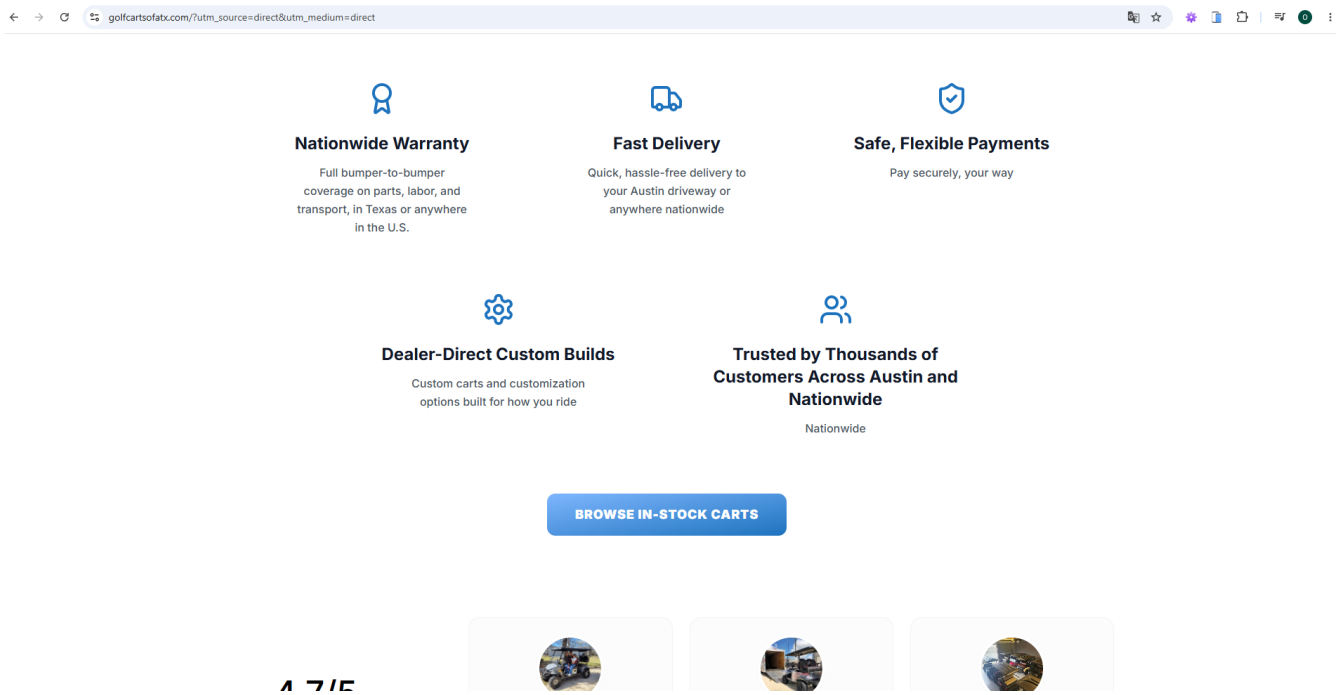
Аналіз юзабіліті (UX/UI) (лише для десктопної версії)

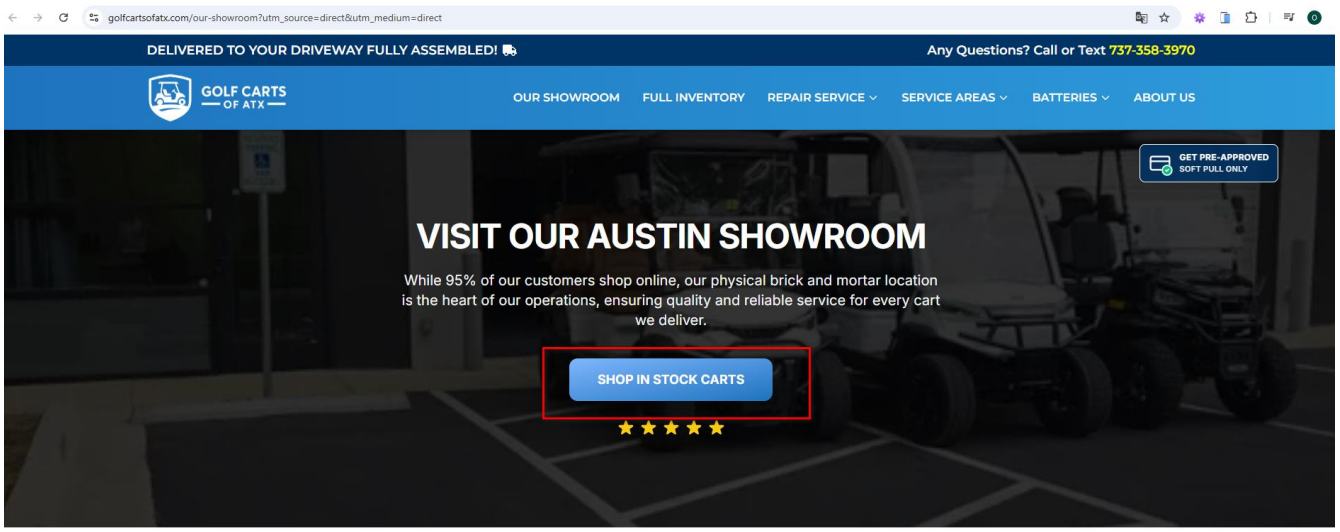
При наведенні курсора підсвічуються не всі кнопки.

Десктопна версія











Рекомендації

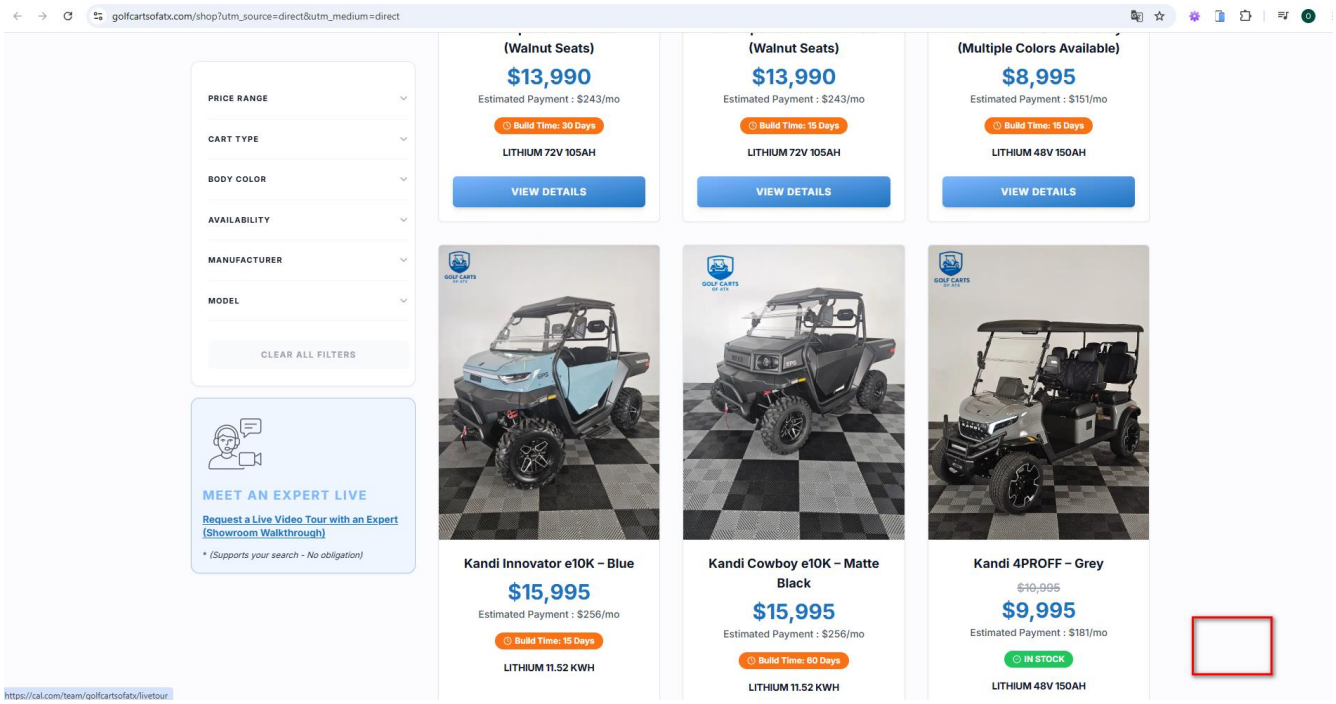
1. **Підсвічувати всі кнопки при наведенні курсора.**

Наявність кнопки "Наверх"

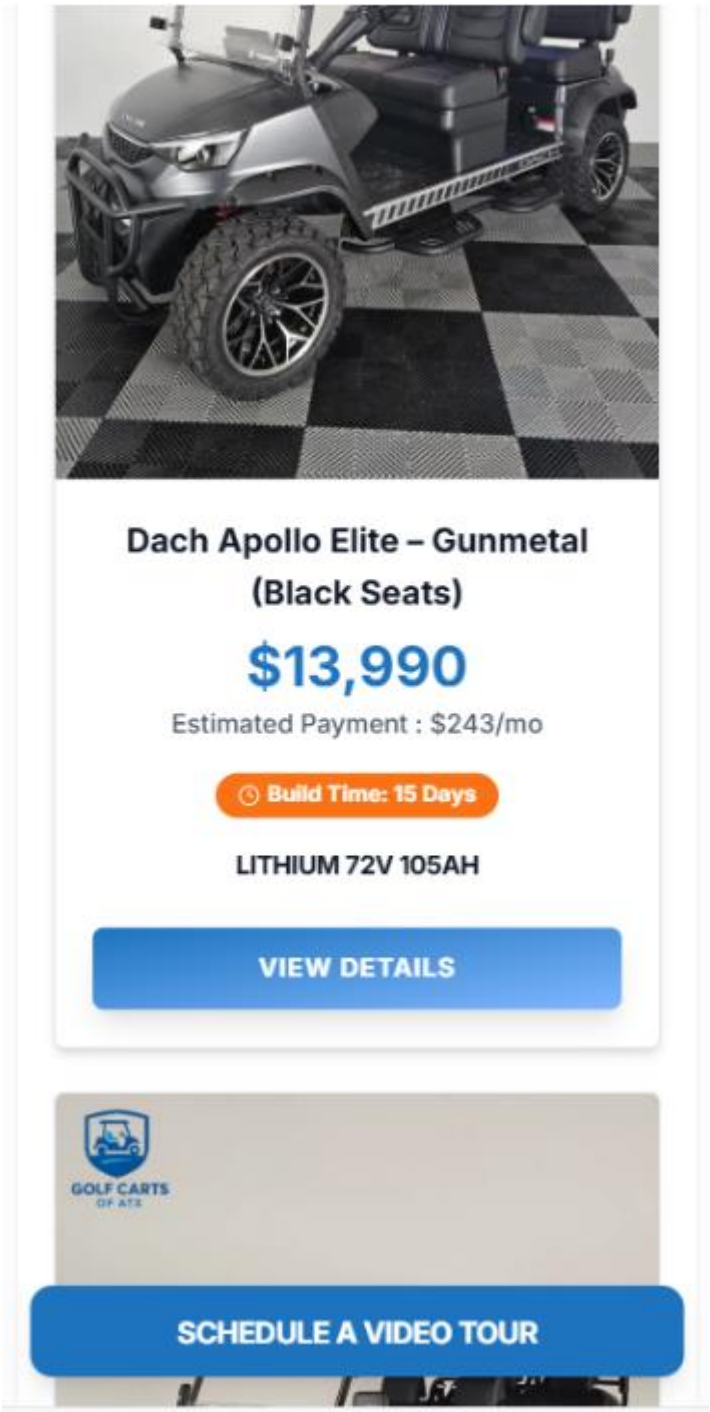
Аналіз юзабіліті (UX/UI) (для десктопної та мобільної версії)

На сайті немає елемента для швидкого повернення до першого екрана поточної сторінки

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

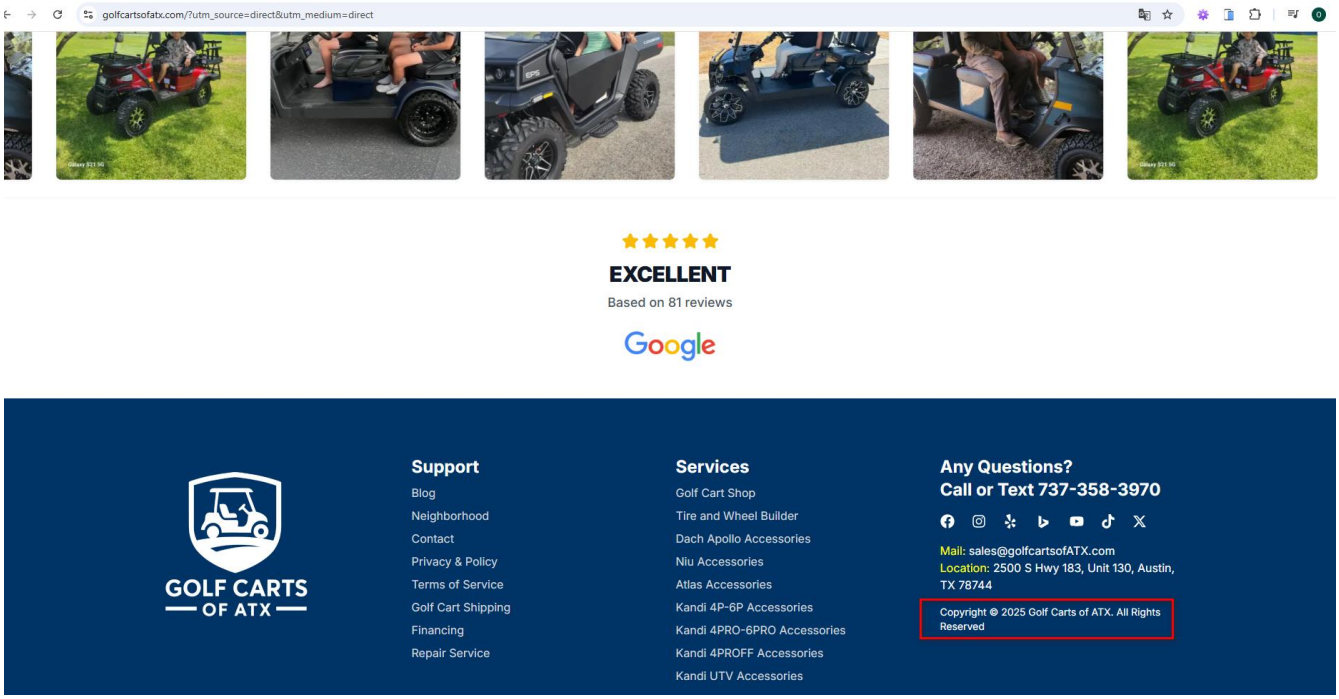
1. **Додати кнопку "Наверх".**
2. **Розташувати кнопку в правому або лівому нижньому куті.**
3. **Відображати елемент після прокручування перших двох екранів.**

Аналіз використання копірайту

Аналіз юзабіліті (UX/UI) (для десктопної та мобільної версії)

У копірайті вказано неактуальний рік.

<u>Десктопна версія</u>



Мобільна версія



Рекомендації

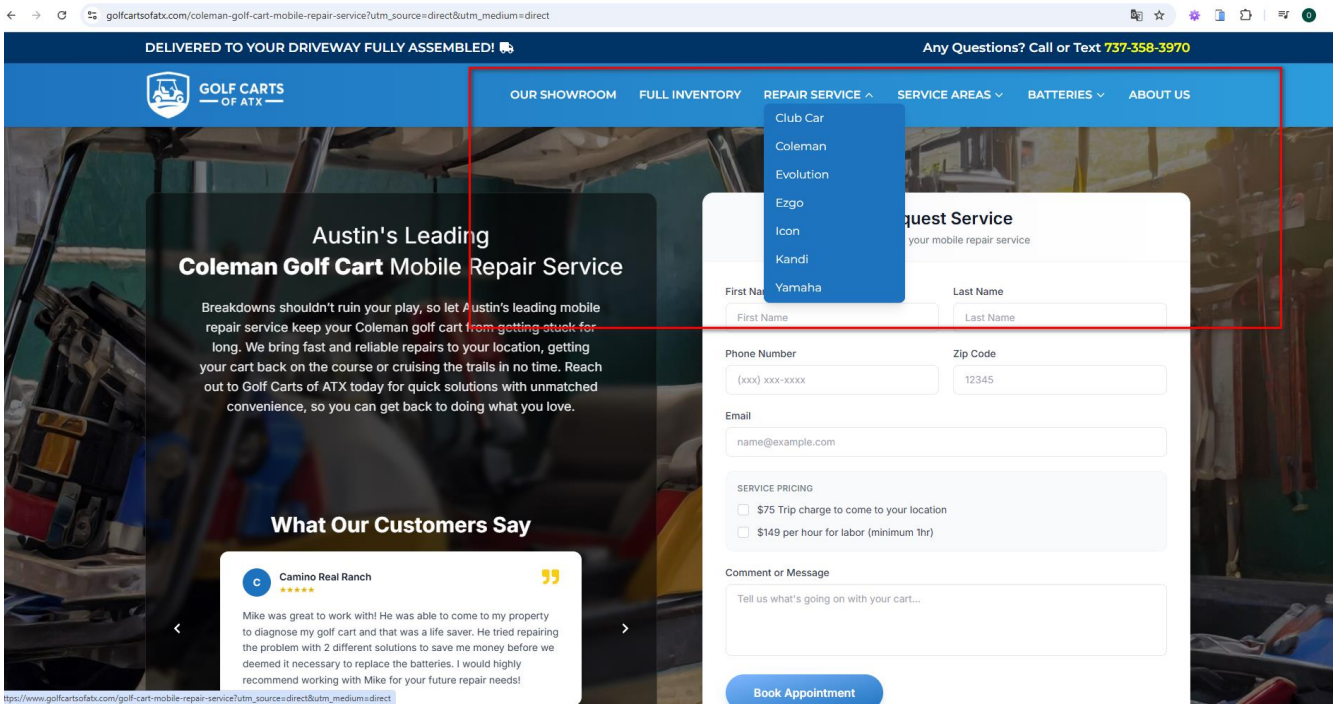
1. **Налаштувати динамічне формування року в копірайті.**

Виділення поточного пункту меню

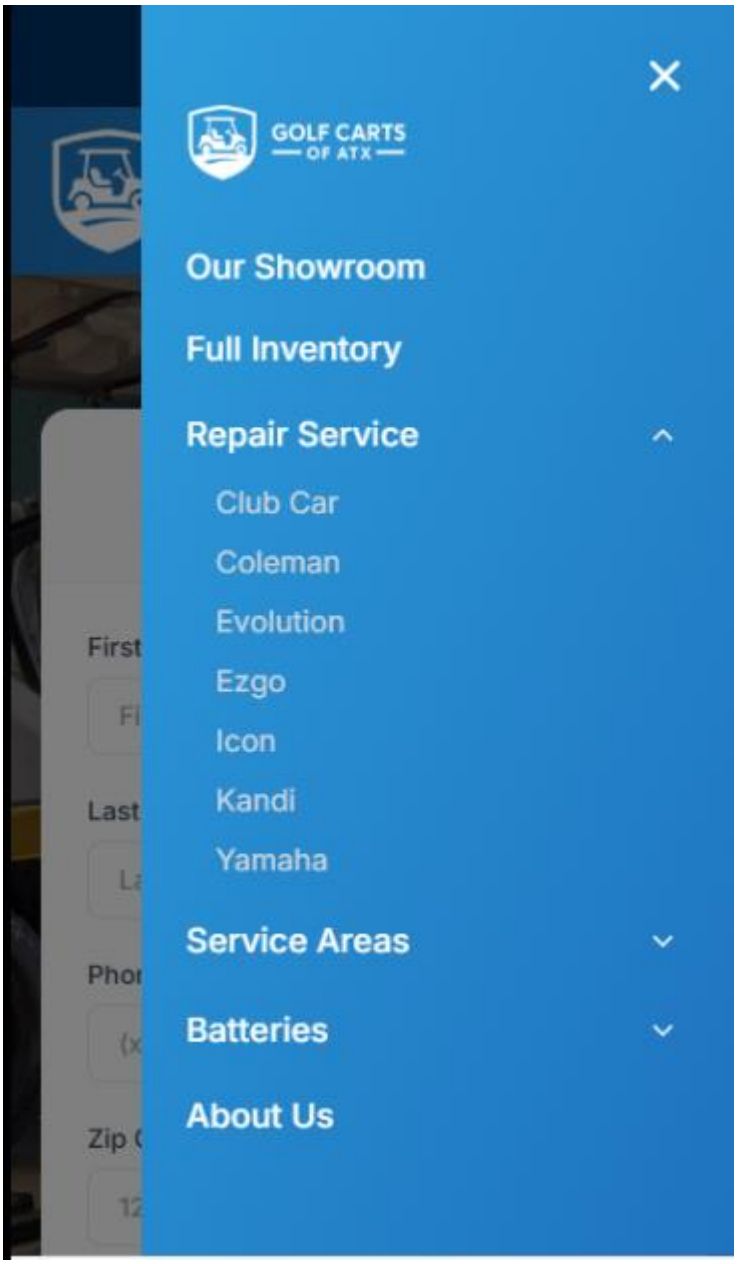
Аналіз юзабіліті (UX/UI) (для десктопної та мобільної версії)

Вибраний користувачем пункт меню не виділяється та залишається активним посиланням.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

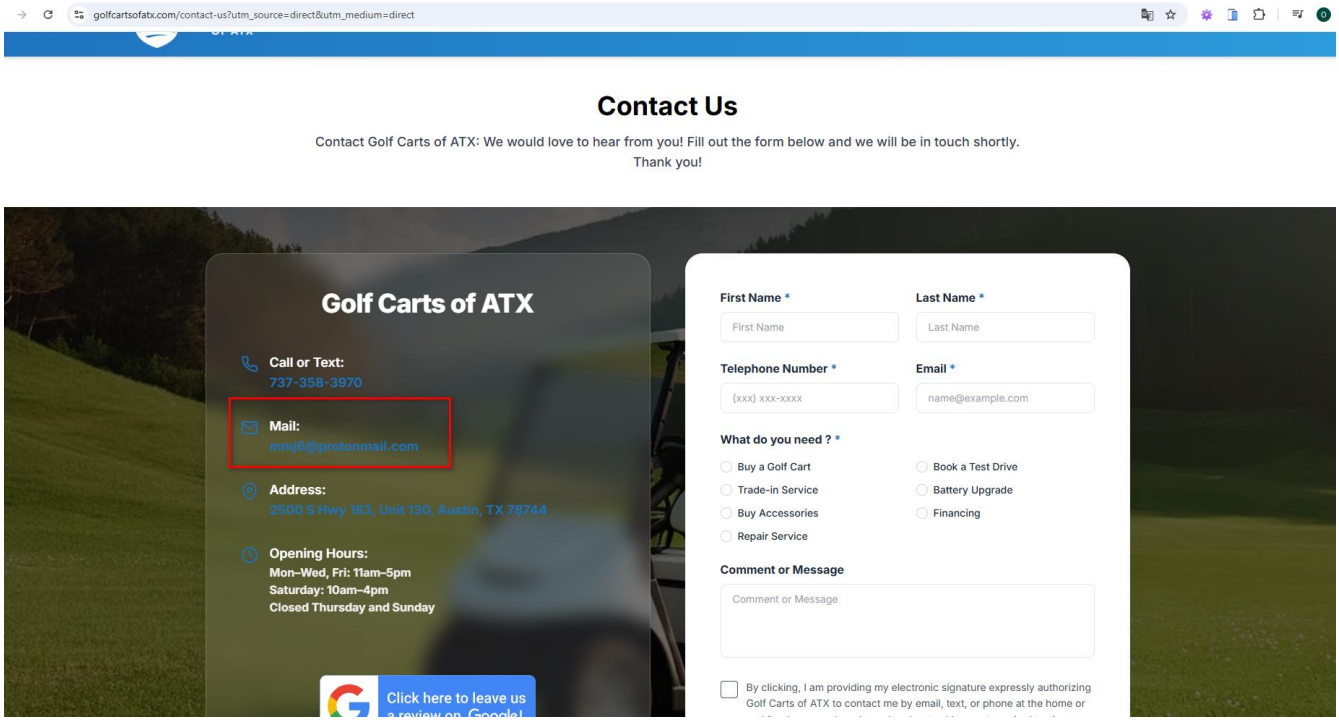
1. **Виділяти кольором або іншим способом поточний пункт меню, у якому перебуває користувач.**
2. **Зробити поточний пункт меню, у якому перебуває користувач, неактивним посиланням.**

Використання доменного імені в адресі електронної пошти

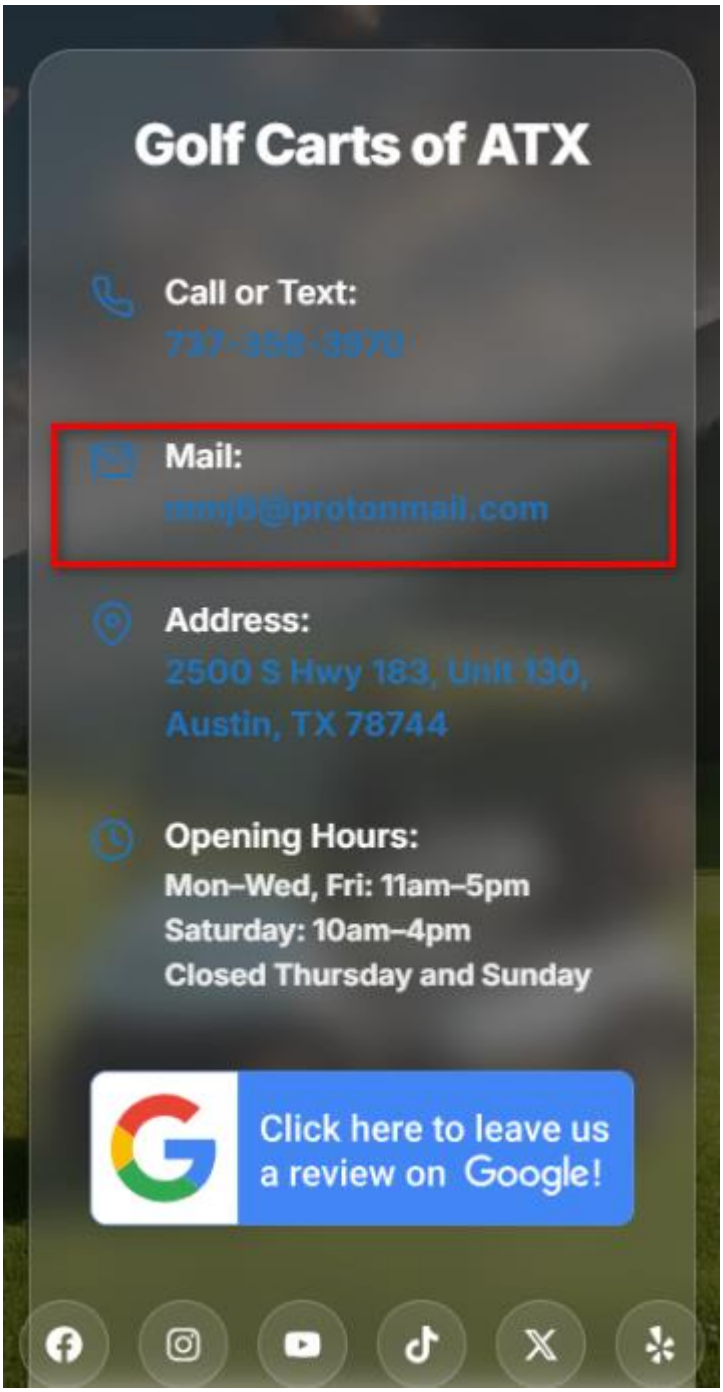
Аналіз юзабіліті (UX/UI) (для десктопної та мобільної версії)

Сайт не використовує електронну пошту на власному домені.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

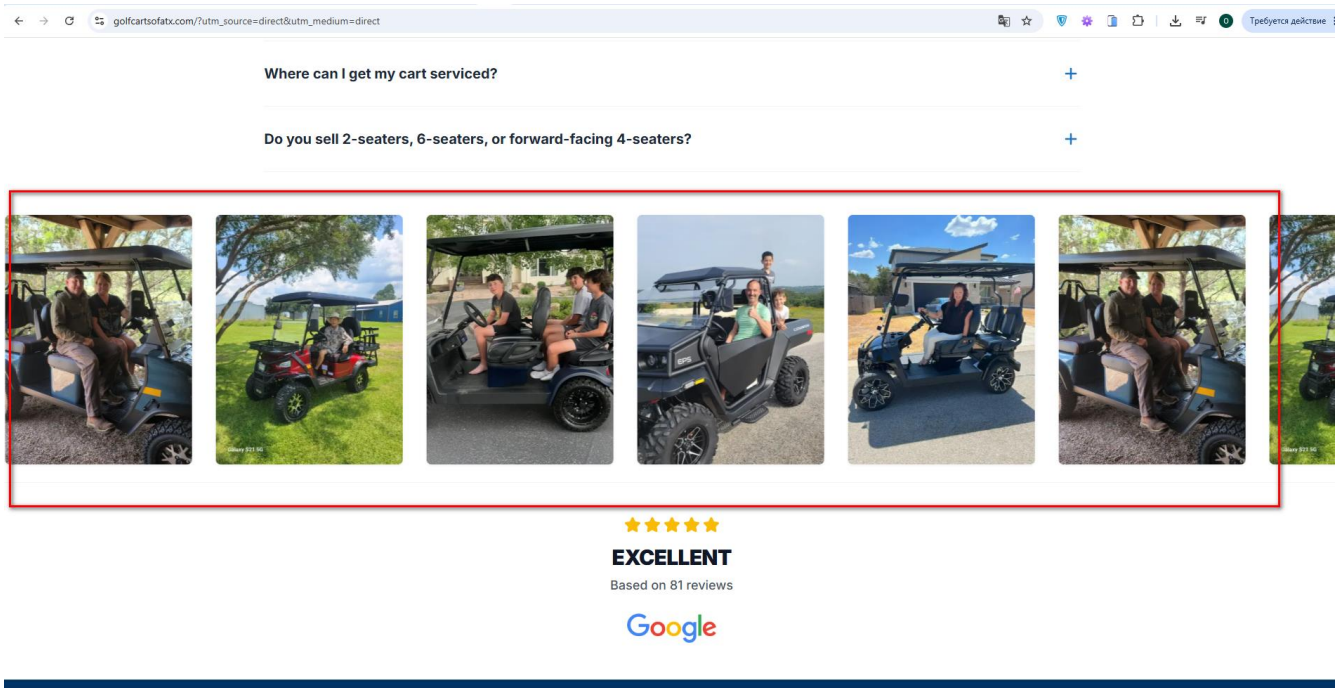
1. **Створіть електронну пошту на власному домені.**
2. **Для зручності прив'яжіть пошту на домені до одного з популярних поштових сервісів.**

Головна сторінка. Блок із зображенням

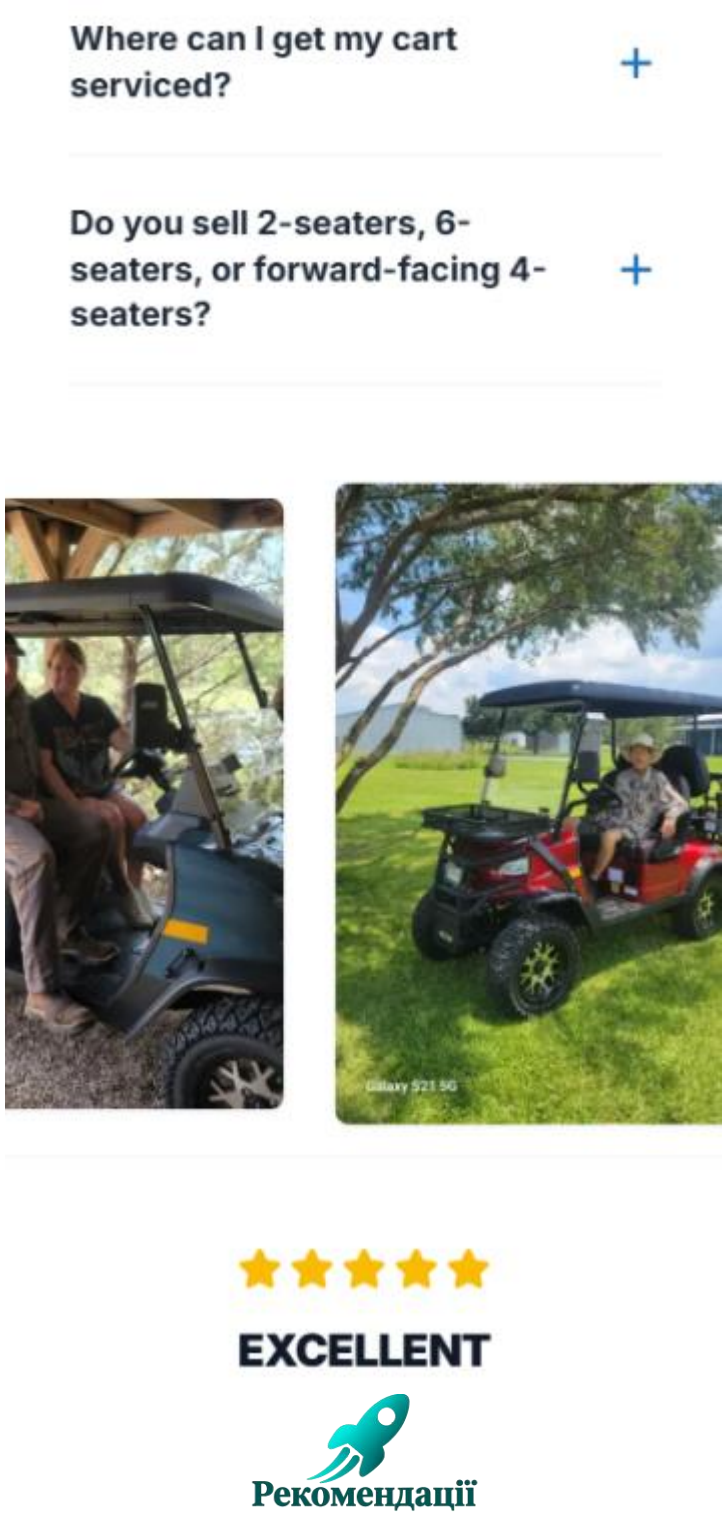
Аналіз юзабіліті (UX/UI) (для десктопної та мобільної версії)

Зображення прокручуються автоматично, але елементів для ручного прокручування зображень немає — те саме спостерігається й на інших сторінках.

Десктопна версія



Мобільна версія



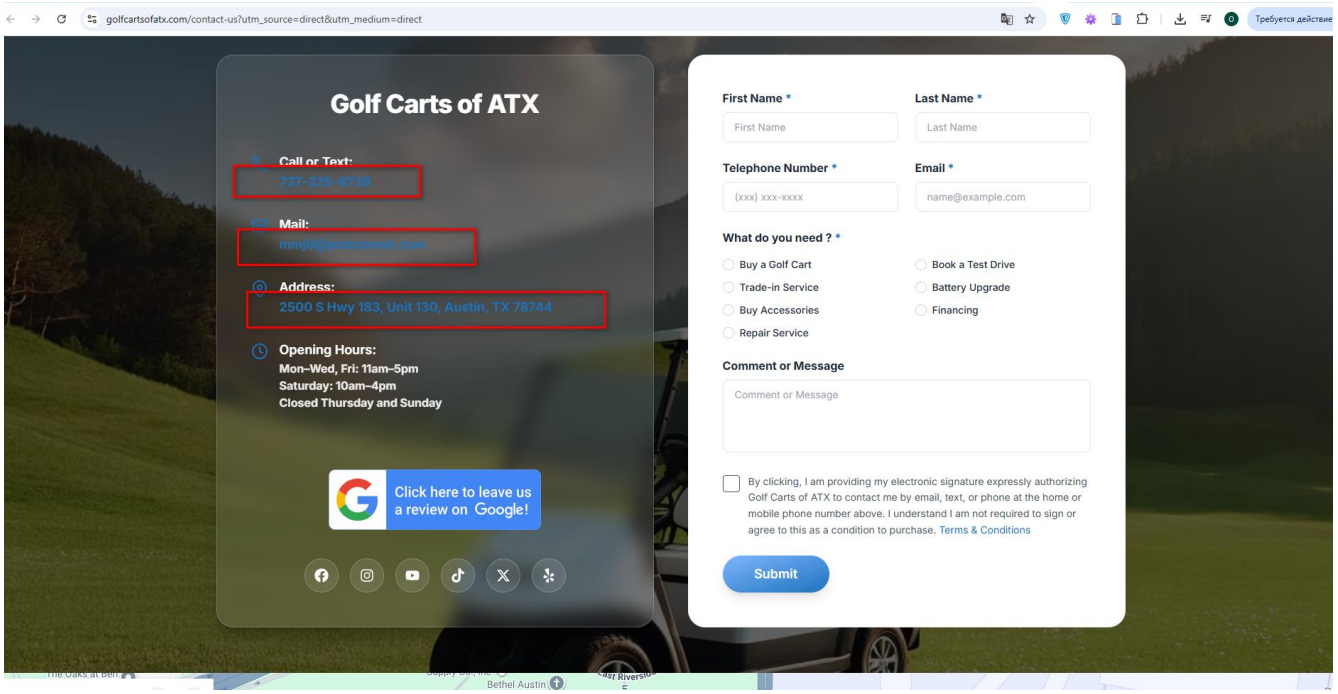
1. **Додайте елементи для ручного прокручування зображень.**

Сторінка "Contact"

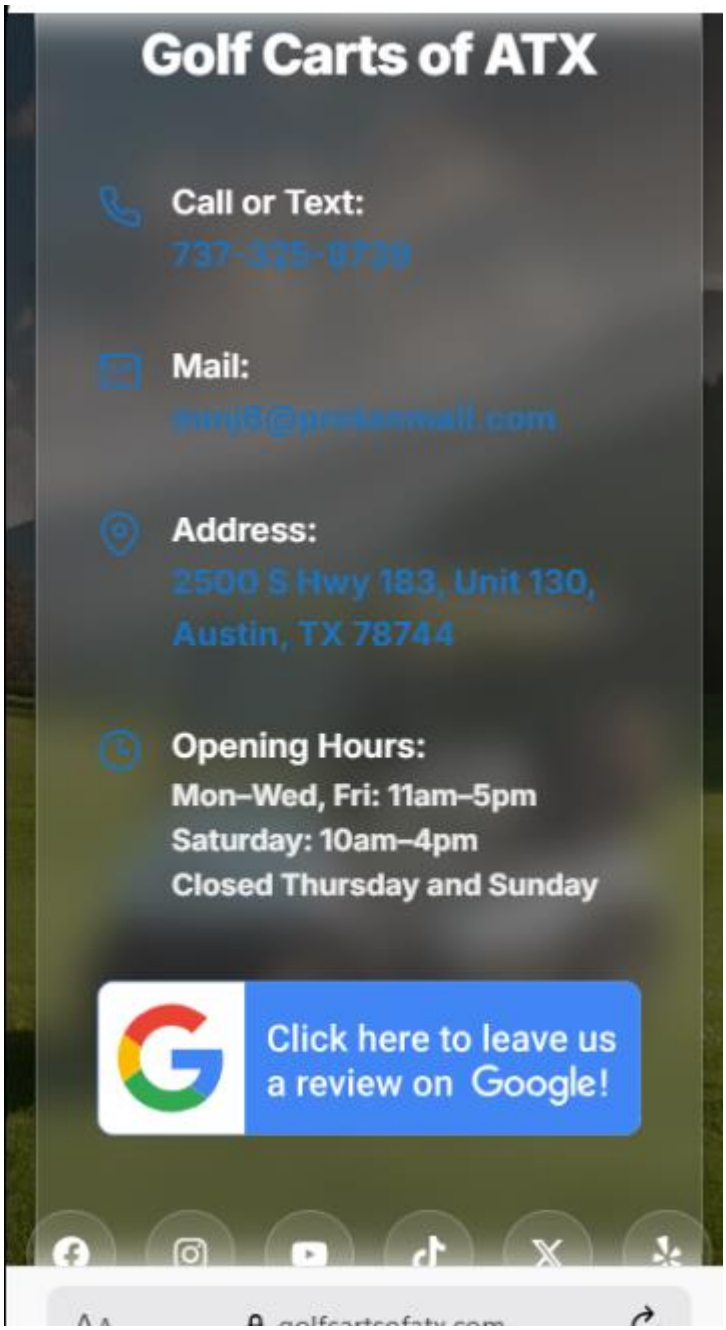
Аналіз юзабіліті (UX/UI) (для десктопної та мобільної версії)

На сторінці елементи форми зливаються з фоном.

<u>Десктопна версія</u>



Мобільна версія



Рекомендації

1. **Змінити колір елементів форми або змінити колір фону.**

Футер сайту

Аналіз юзабіліті (UX/UI) (лише для мобільної версії)

Футер сайту занадто великий.

Мобільна версія



Рекомендації

1. **Зменшити висоту футера.**
2. **Посилання на основні розділи розташувати в кілька колонок.**

Аналіз конверсійних елементів

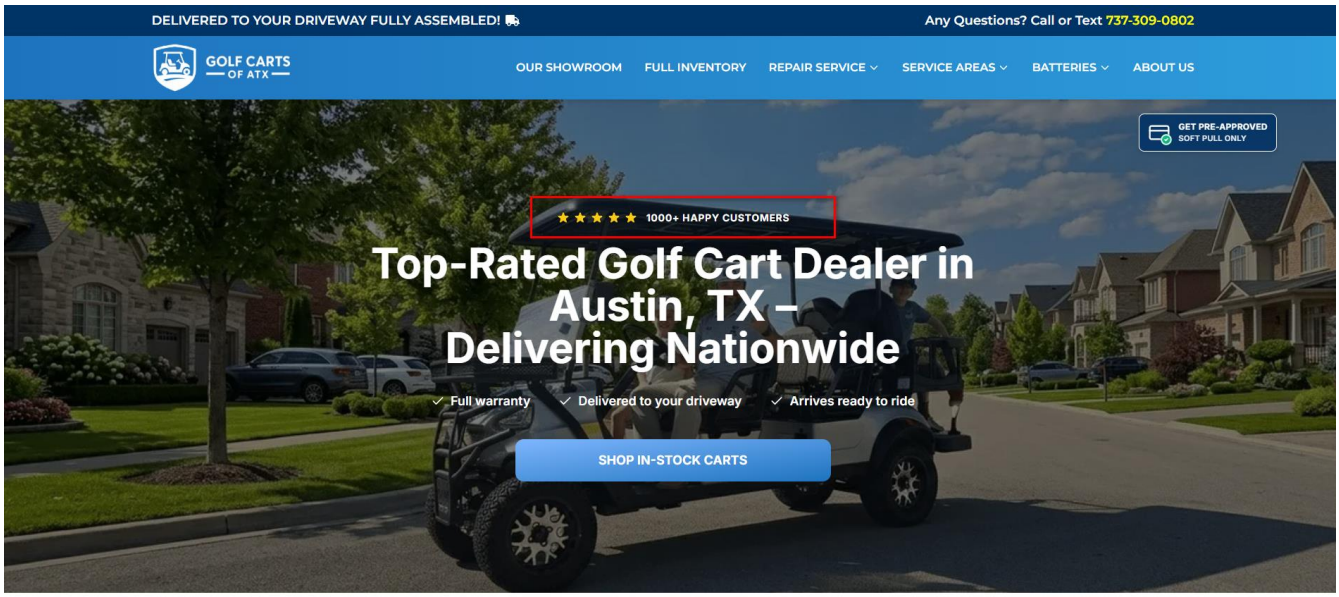


Головна сторінка. Перший екран. Інформація про відгуки

Аналіз конверсійних елементів (лише для десктопної версії)

Елемент із відгуками практично непомітний.

Десктопна версія



Find Your Perfect Golf Cart - Austin, TX

Рекомендації

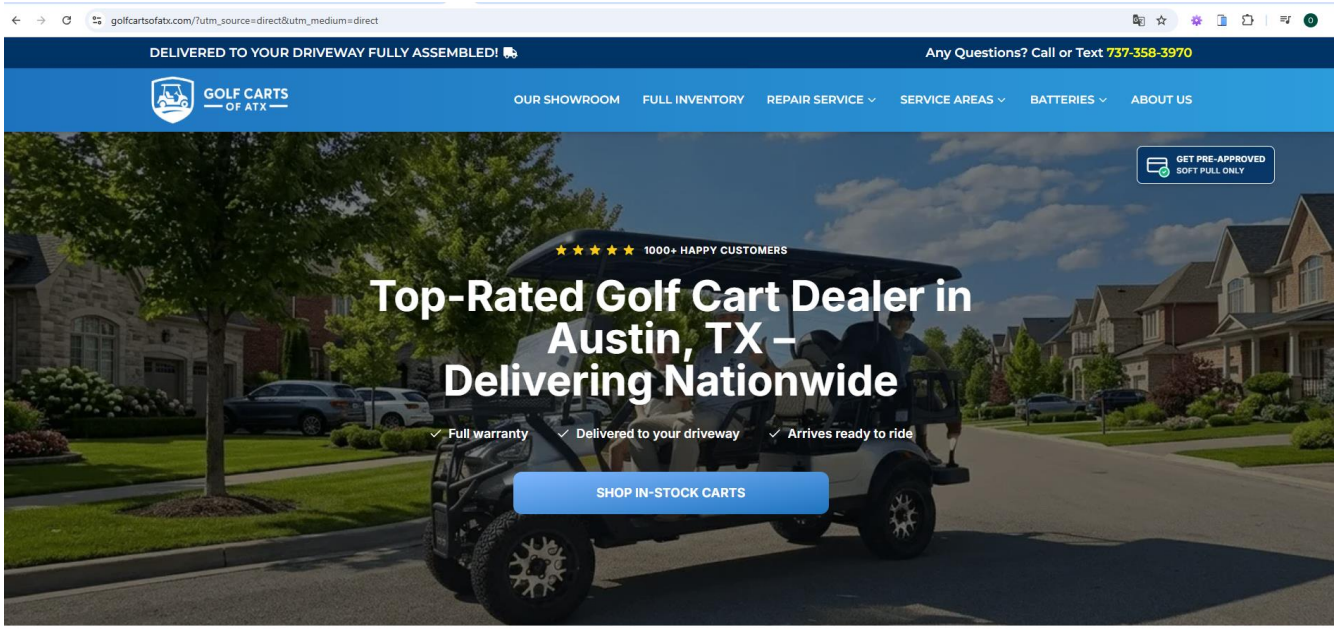
1. **Збільшити розмір елемента з відгуками.**

Функціонал онлайн-консультанта

Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

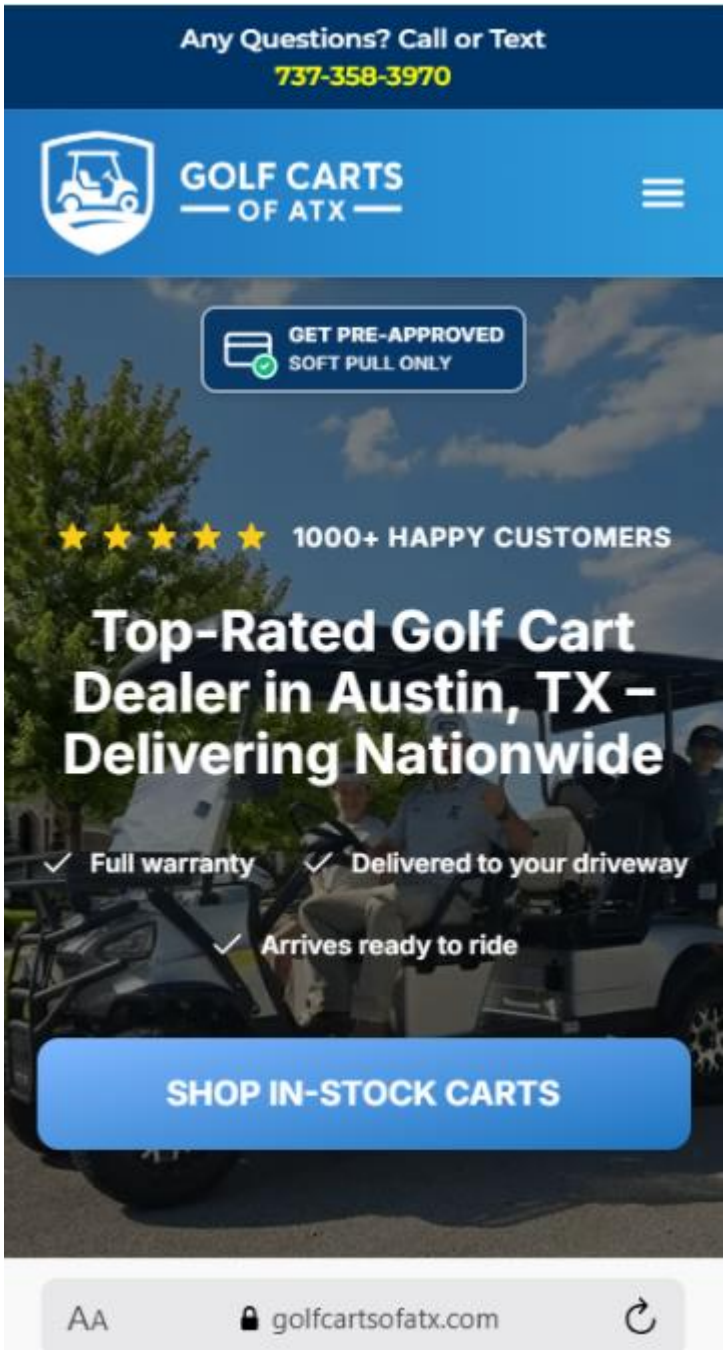
На сайті немає функціоналу онлайн-консультанта (з можливістю переходу в месенджер).

Десктопна версія



Find Your Perfect Golf Cart - Austin, TX

Мобільна версія



Рекомендації

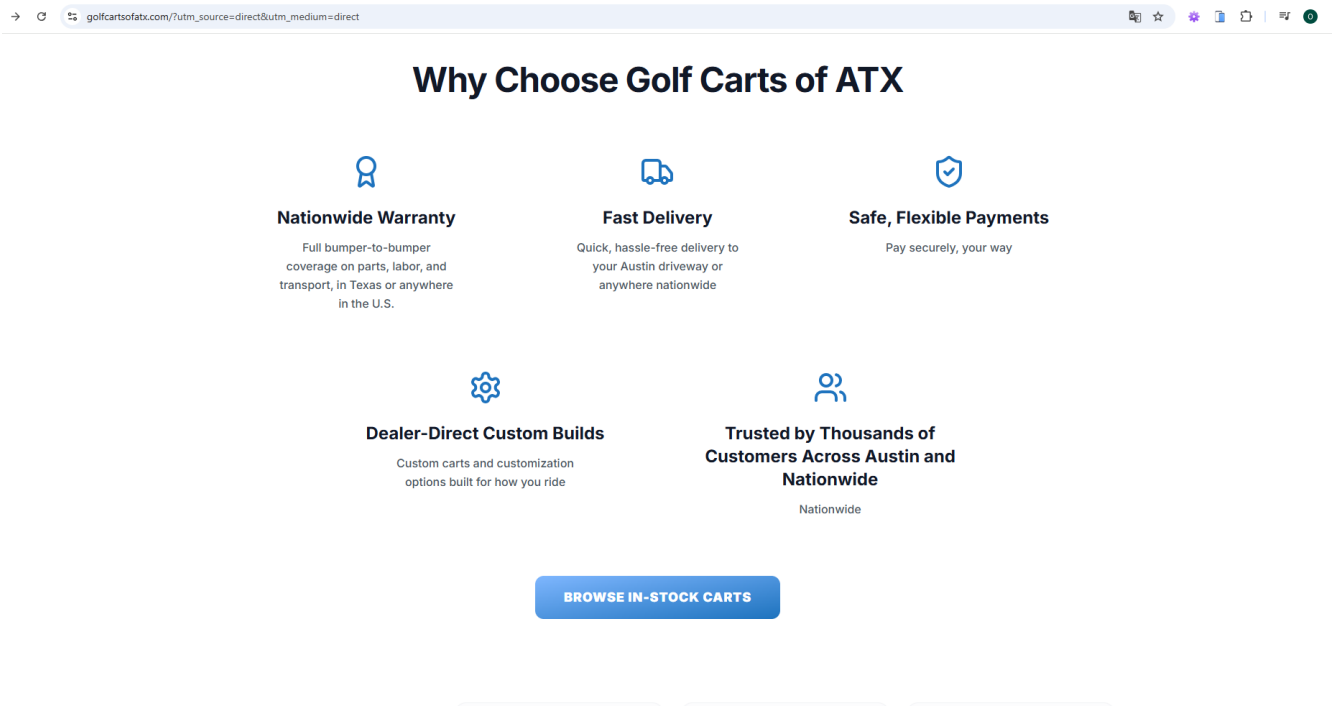
1. **Додати на сайт функціонал онлайн-консультанта з можливістю переходу в месенджер.**

Головна сторінка. Блок із перевагами

Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

Блок із перевагами розташований занадто далеко від першого екрана та займає занадто багато місця.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

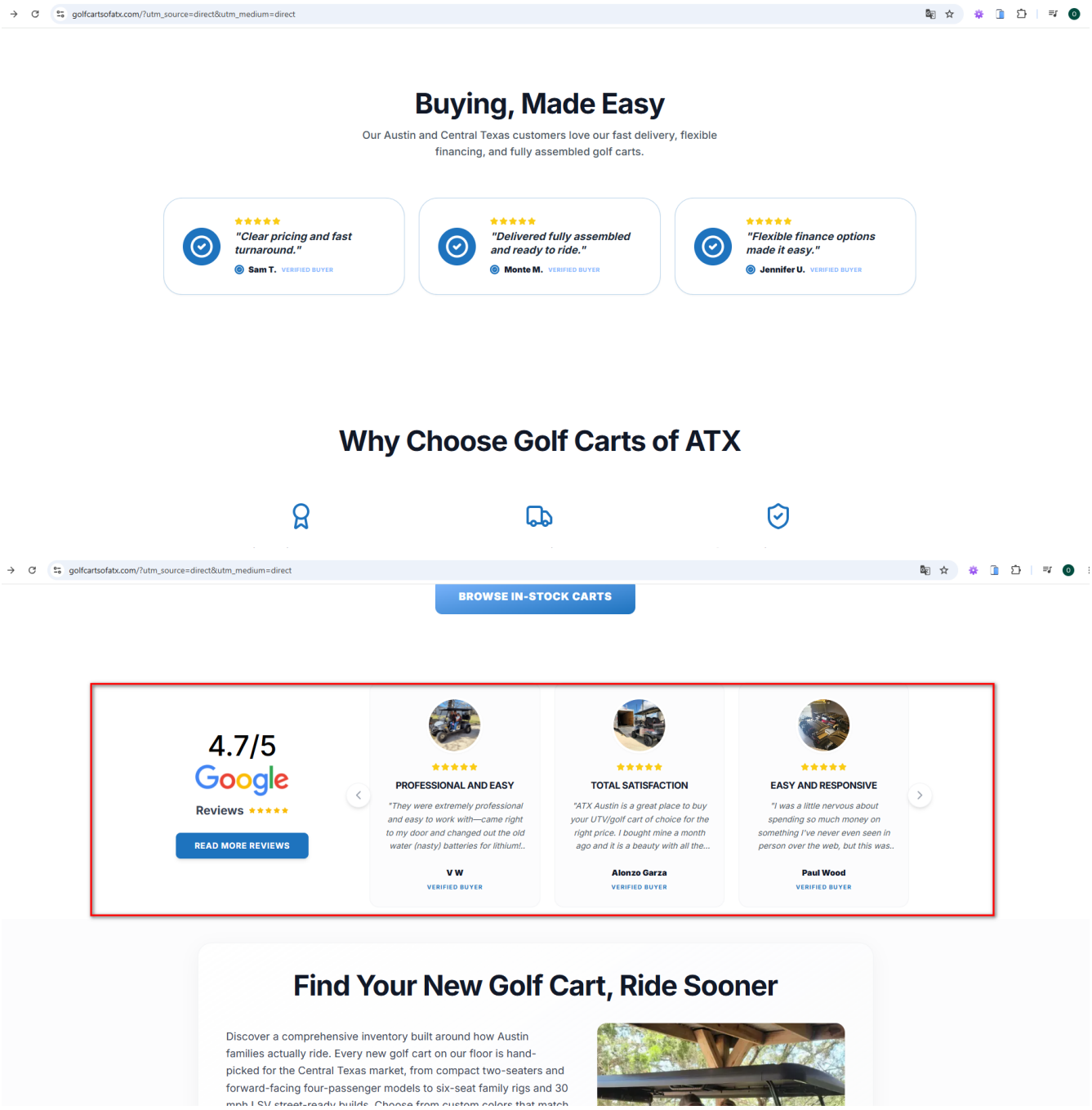
1. **Реалізувати блок у вигляді невеликого горизонтального блоку з інфографікою (іконки з текстом).**
2. **Скоротити висоту блоку.**
3. **Підсумкову структуру розташування блоків наведено в наступних розділах аудиту.**

Головна сторінка. Блок із відгуками

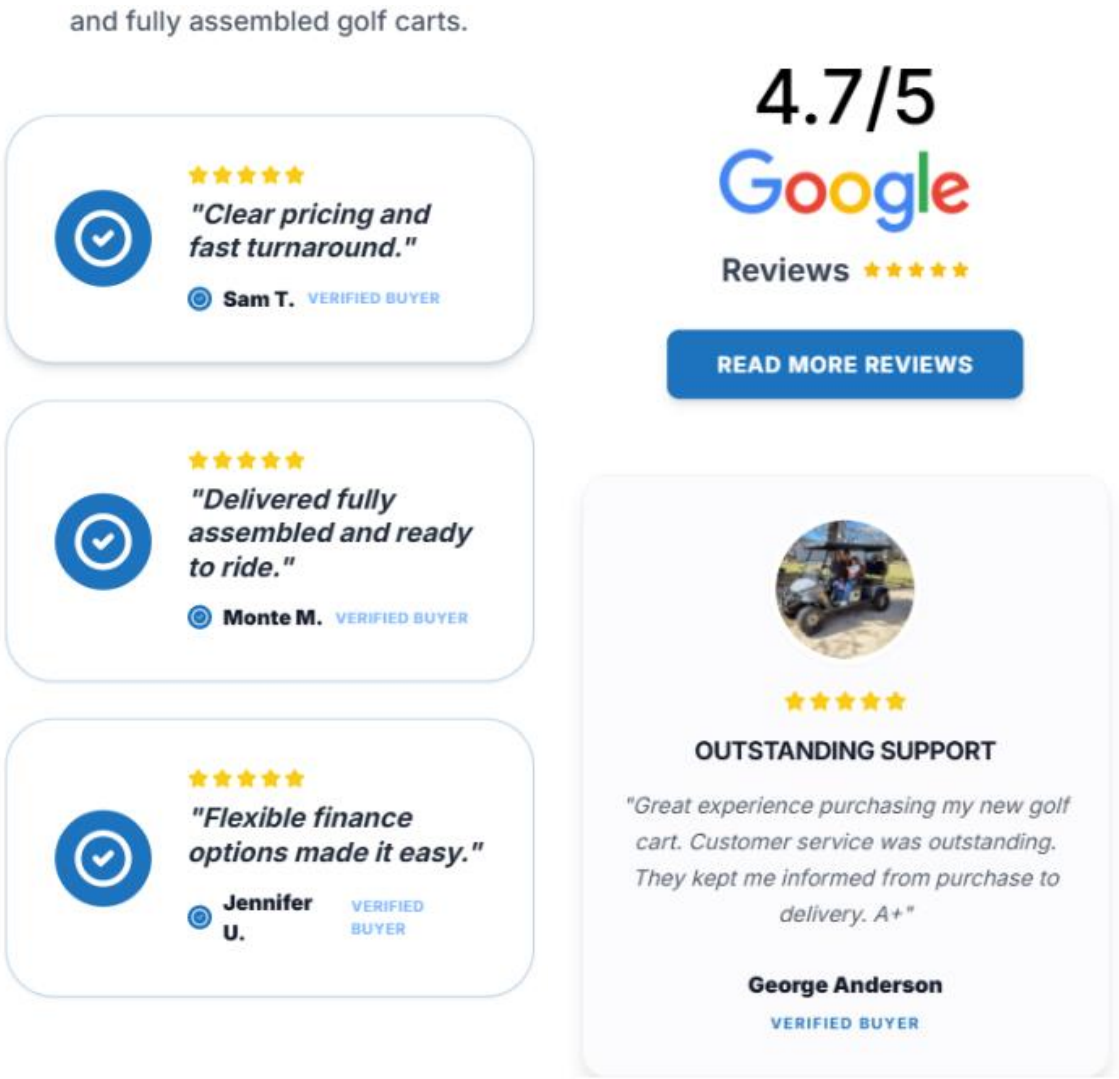
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

Блок із відгуками розташований не на своєму місці, крім того, блоків із відгуками кілька.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

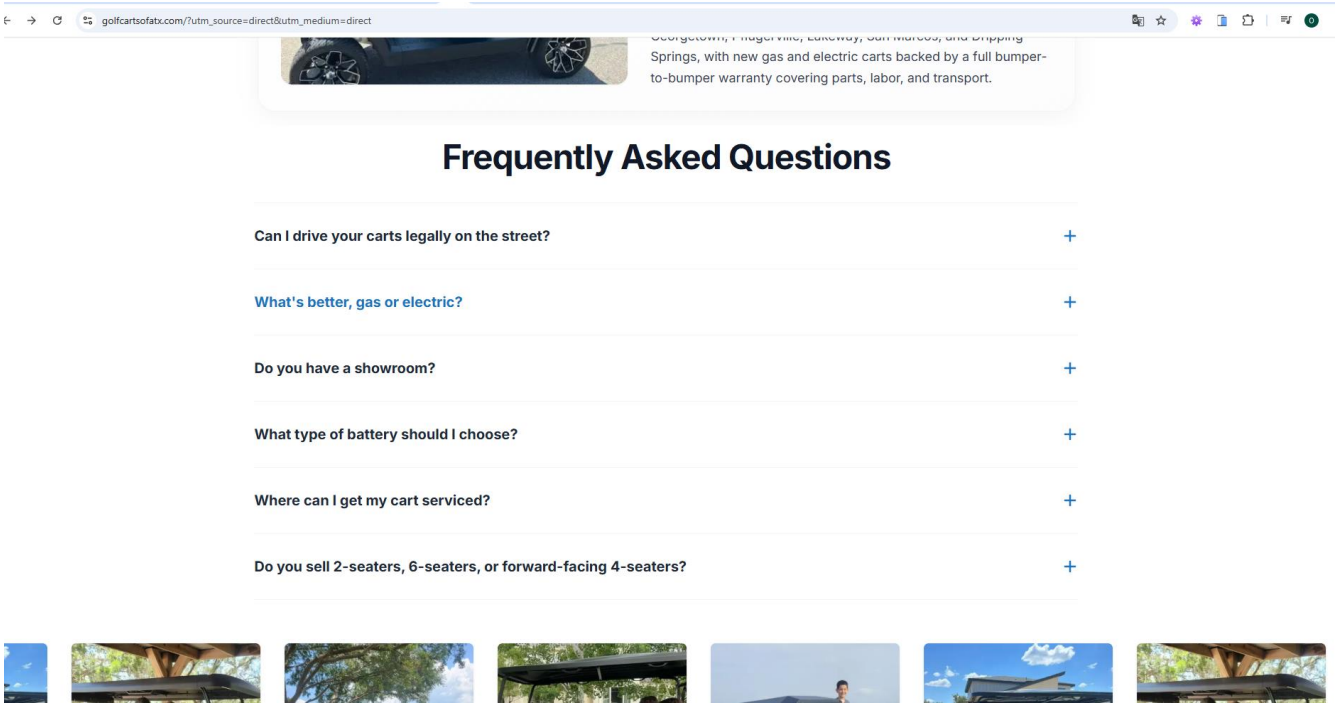
1. **Використовувати один блок із відгуками.**
2. **Розташувати відгуки вище.**
3. **Підсумкову структуру розташування блоків наведено в наступних розділах аудиту.**

Головна сторінка. Блок "Frequently Asked Questions"

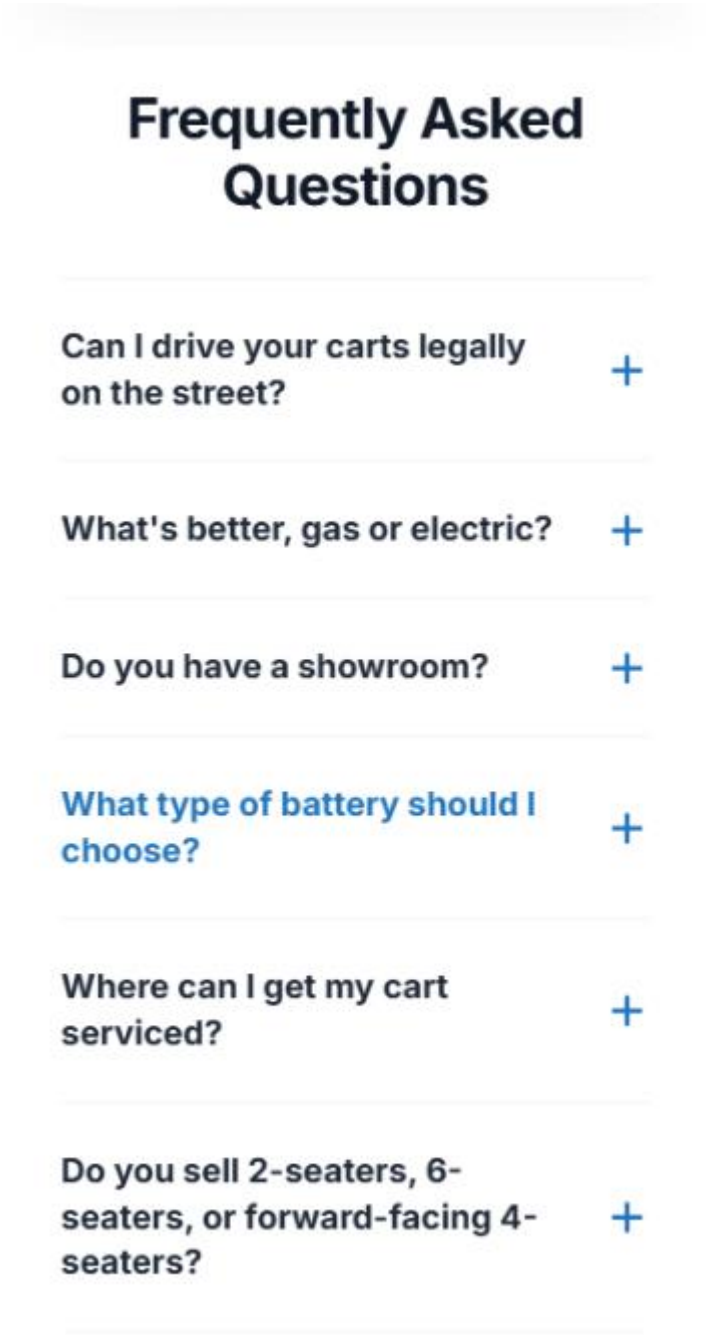
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

У блоці відсутня кнопка "Do you have any questions?".

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

1. **Додати кнопку "Do you have any questions?".**
2. **При натисканні на кнопку відображати спливаюче вікно з формою для заповнення.**

Головна сторінка. Підсумкова структура

Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)



Рекомендована структура головної сторінки:

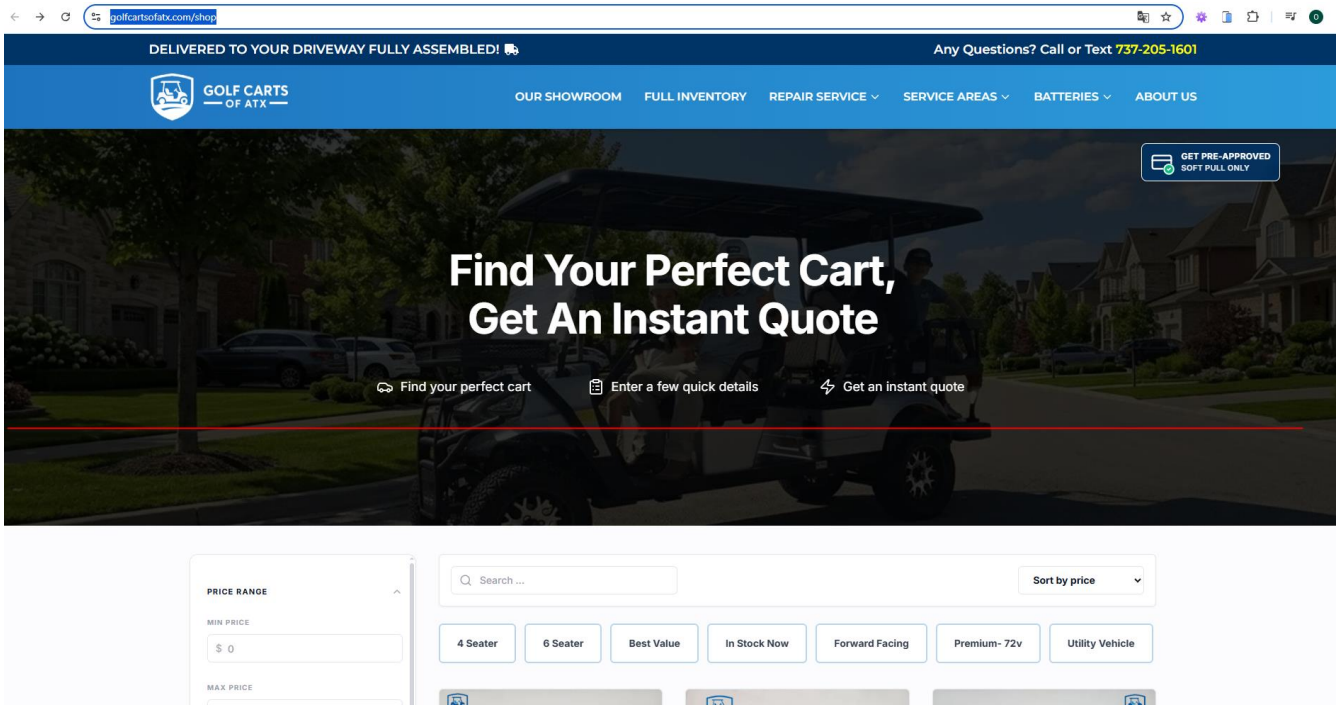
1. **Поточний перший екран**
2. **Блок із перевагами**
3. **Блок "Find Your Perfect Golf Cart - Austin, TX"**
4. **Блок "Limited-Time Deals"**
5. **Блок із відгуками**
6. **Блок "Find Your New Golf Cart, Ride Sooner"**
7. **Блок "Live Video Tour with a Golf Cart / UTV Expert"**
8. **Блок "Frequently Asked Questions"**

Сторінки категорій. Перший екран

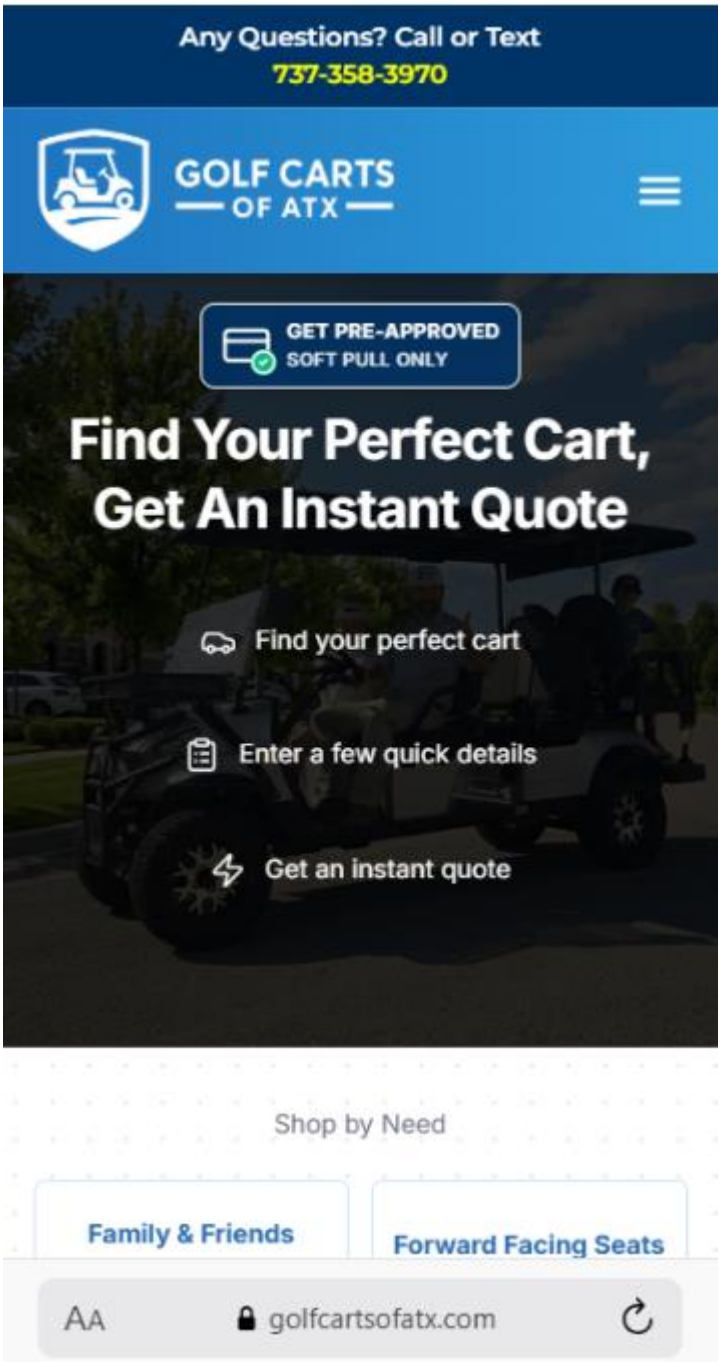
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

Текст на першому екрані займає занадто багато місця, картки товарів розташовані далеко від першого екрана.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

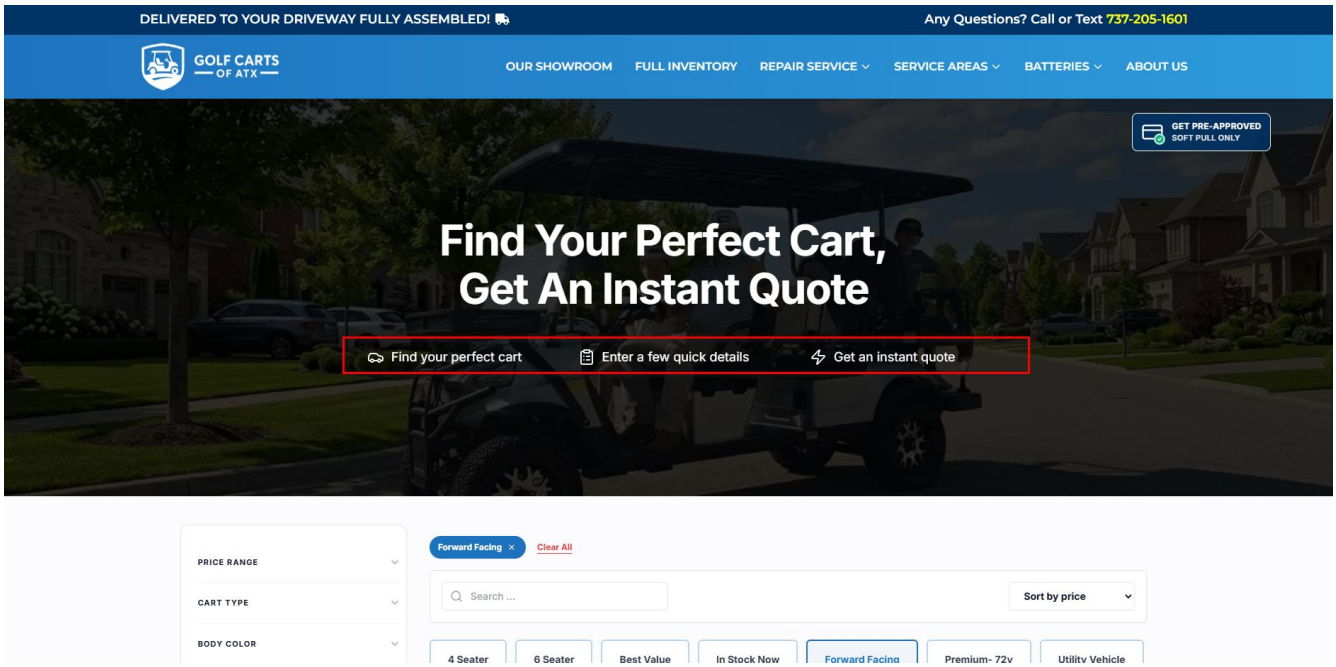
1. **Скоротити висоту блоку з назвою категорії.**

Сторінки категорій. Перший екран. Клікабельні елементи

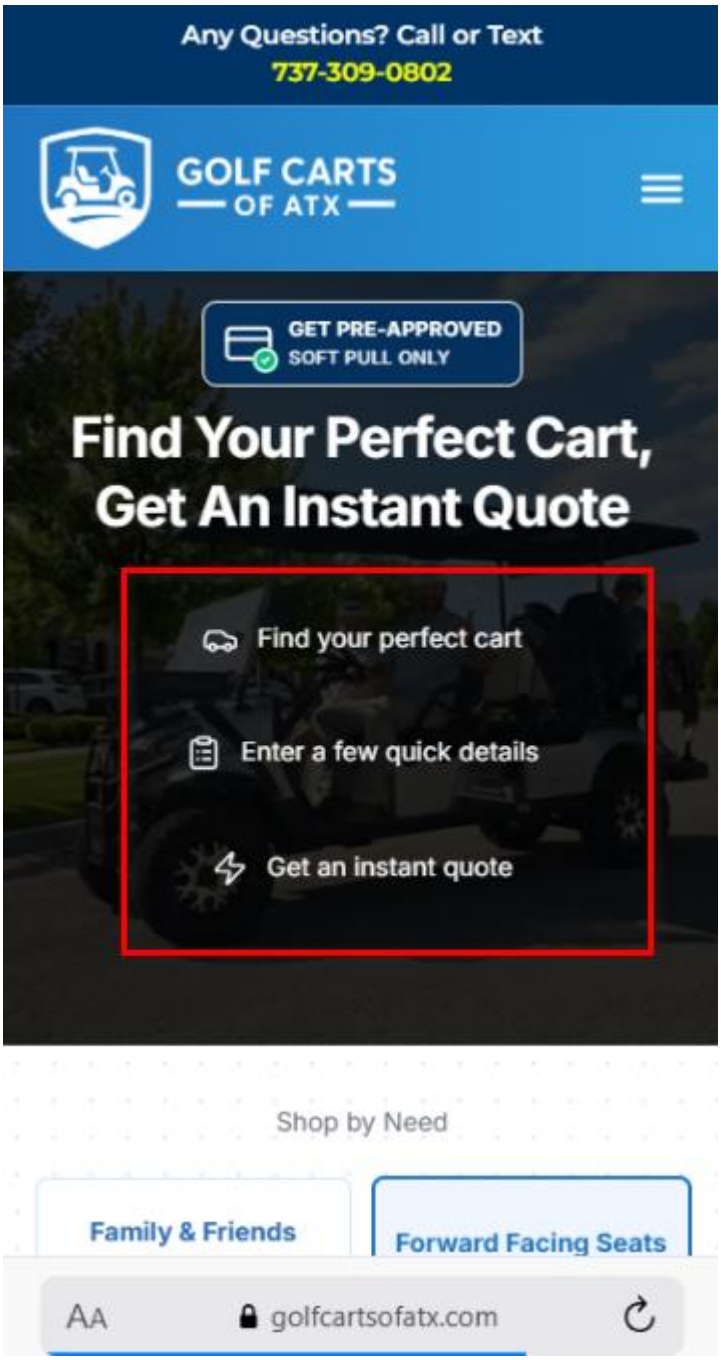
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

На першому екрані важко зрозуміти, що елементи клікабельні, при цьому коректно працює лише один із них.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

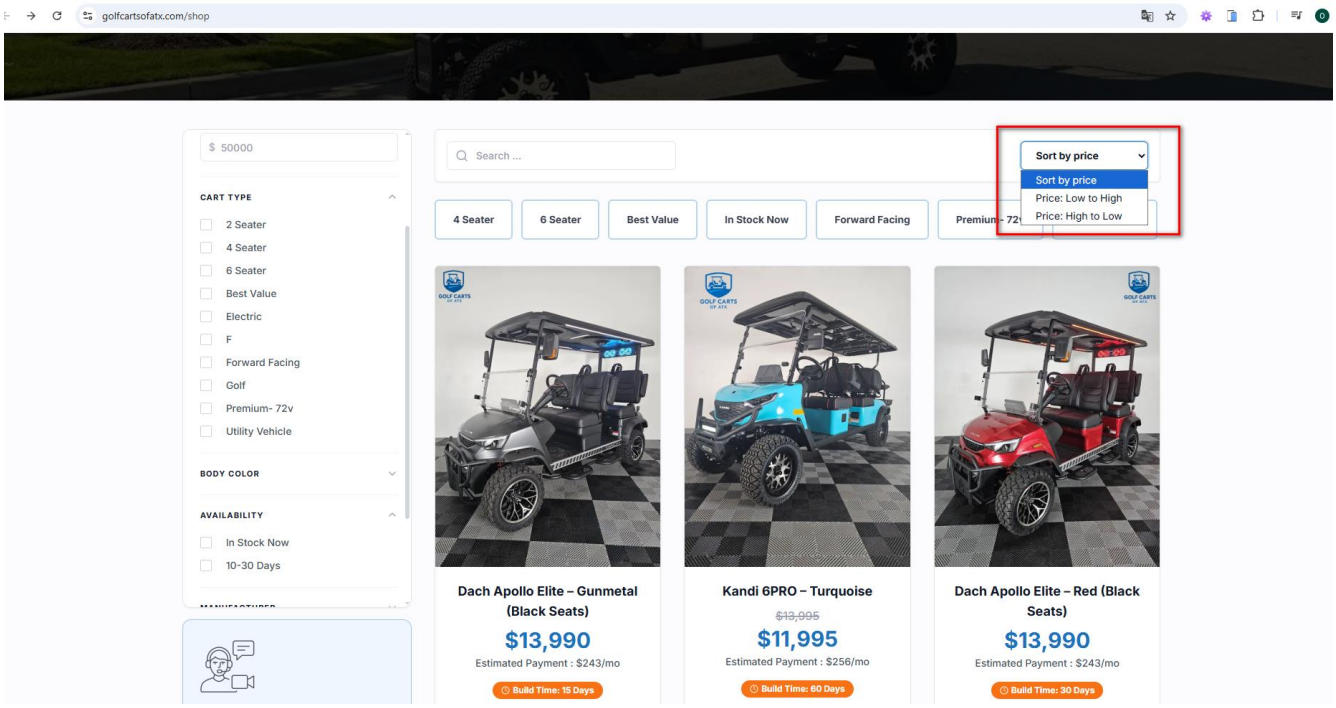
1. **Виправити роботу елементів.**
2. **Виділити елементи кольором або використати невеликі кнопки, щоб було зрозуміло, що це клікабельні елементи.**

Сторінки категорій. Сортування

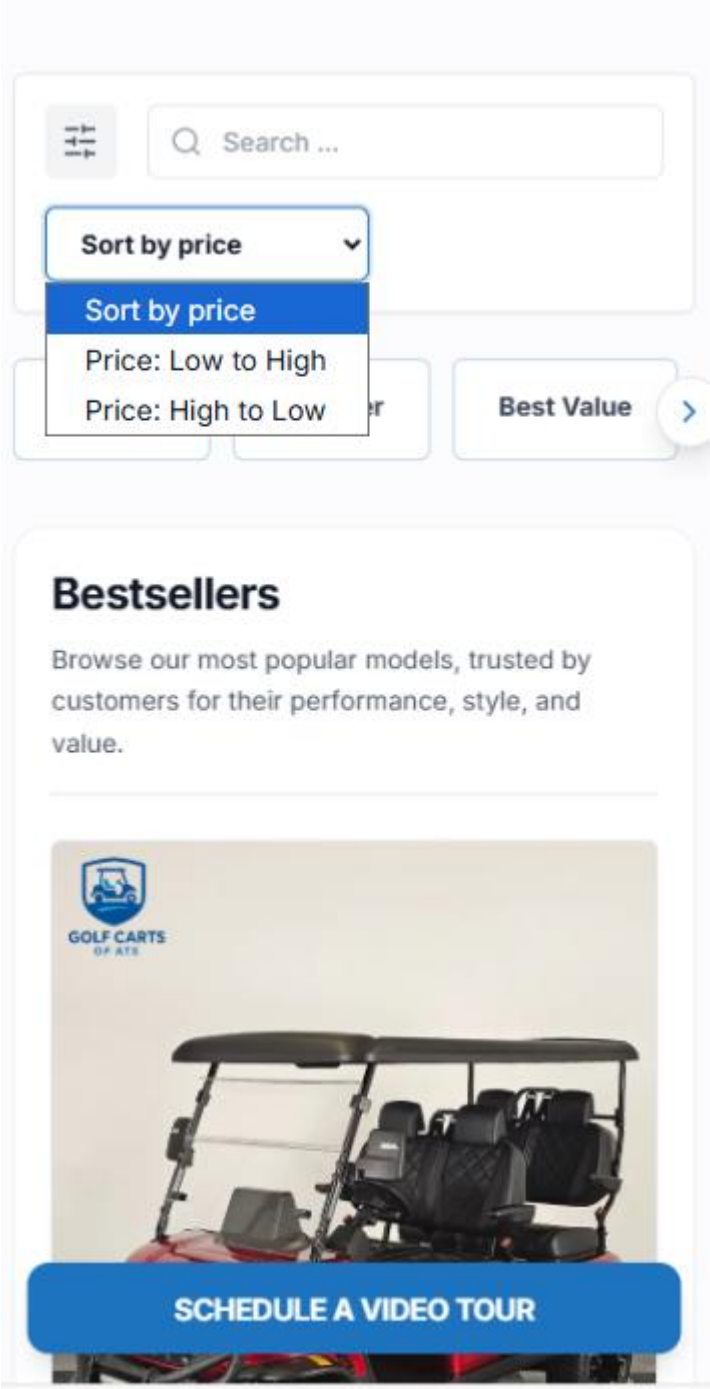
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

На сторінках категорій є лише сортування за ціною.

<u>Десктопна версія</u>



Мобільна версія



Рекомендації

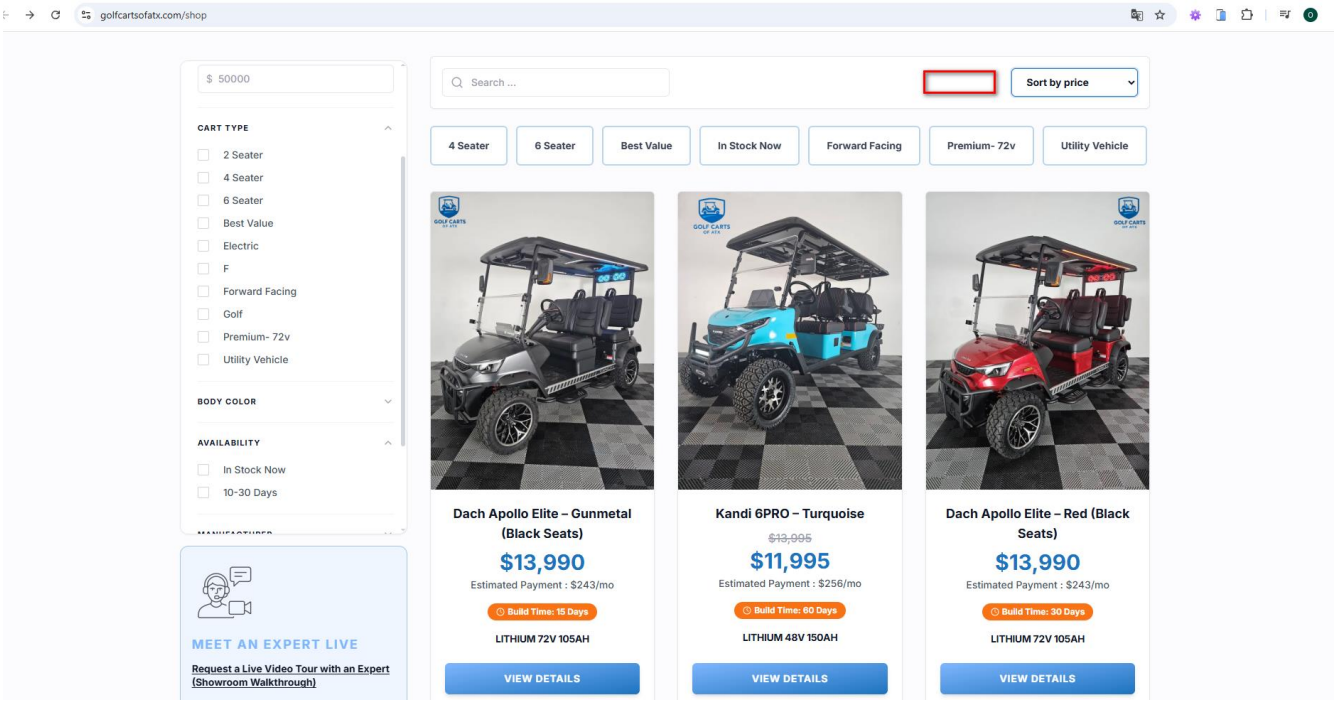
1. **Додати сортування:**
    - **Хіти продажів**
    - **Найкраще співвідношення ціни та якості**
    - **Найпопулярніші**
    - **Рекомендовані**

Сторінки категорій. Відображення кількості товарів на сторінці

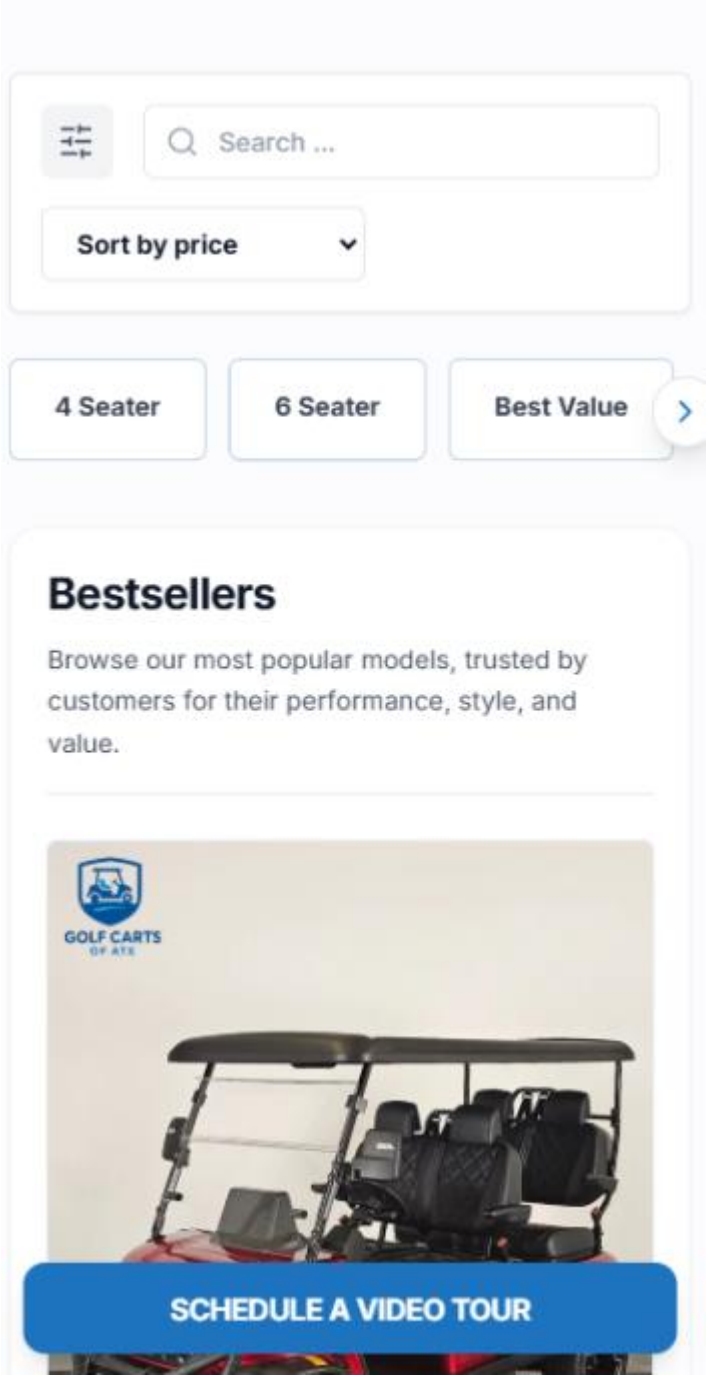
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

На сторінках категорій відсутня можливість вибору кількості товарів для відображення на сторінці (а сама сторінка дуже довга).

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

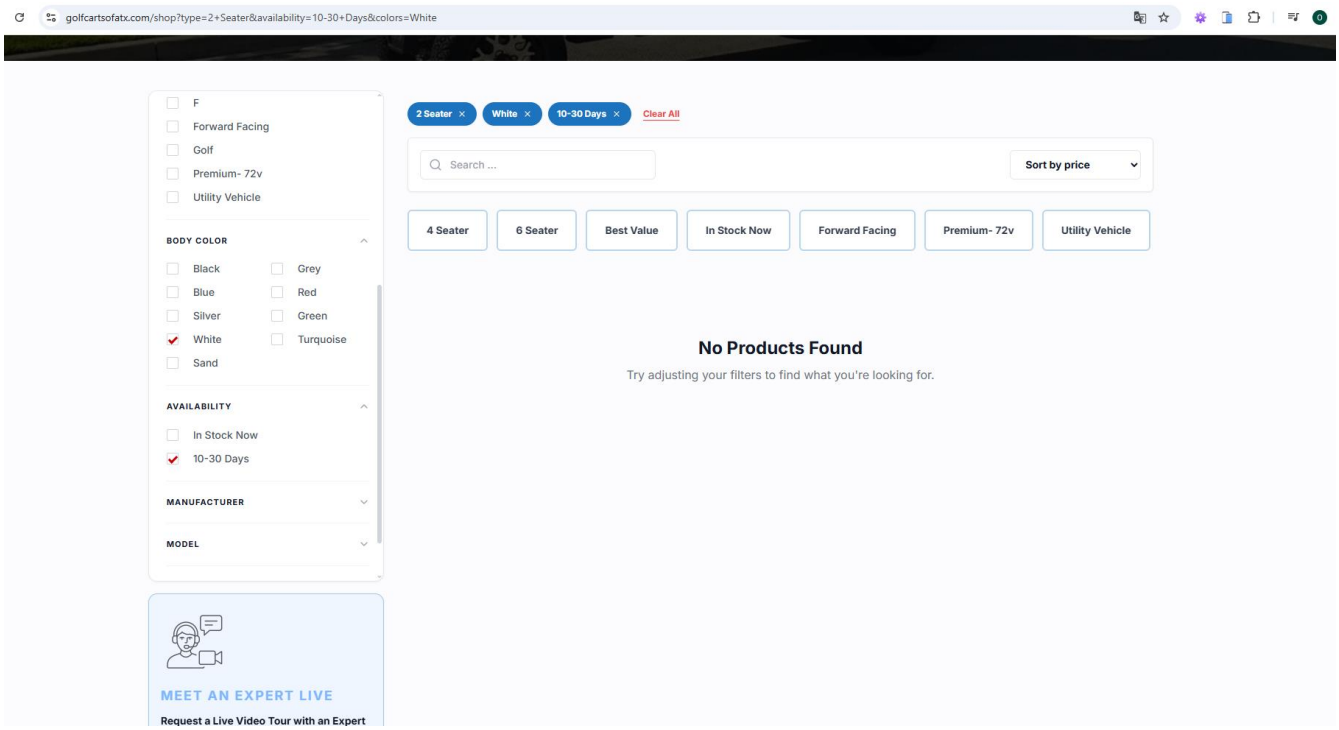
1. **Додати елемент для вибору кількості товарів, що відображаються (10, 15, 25 тощо).**
2. **Використовувати статичні елементи пагінації.**

Сторінки категорій. Фільтри. Коректність роботи

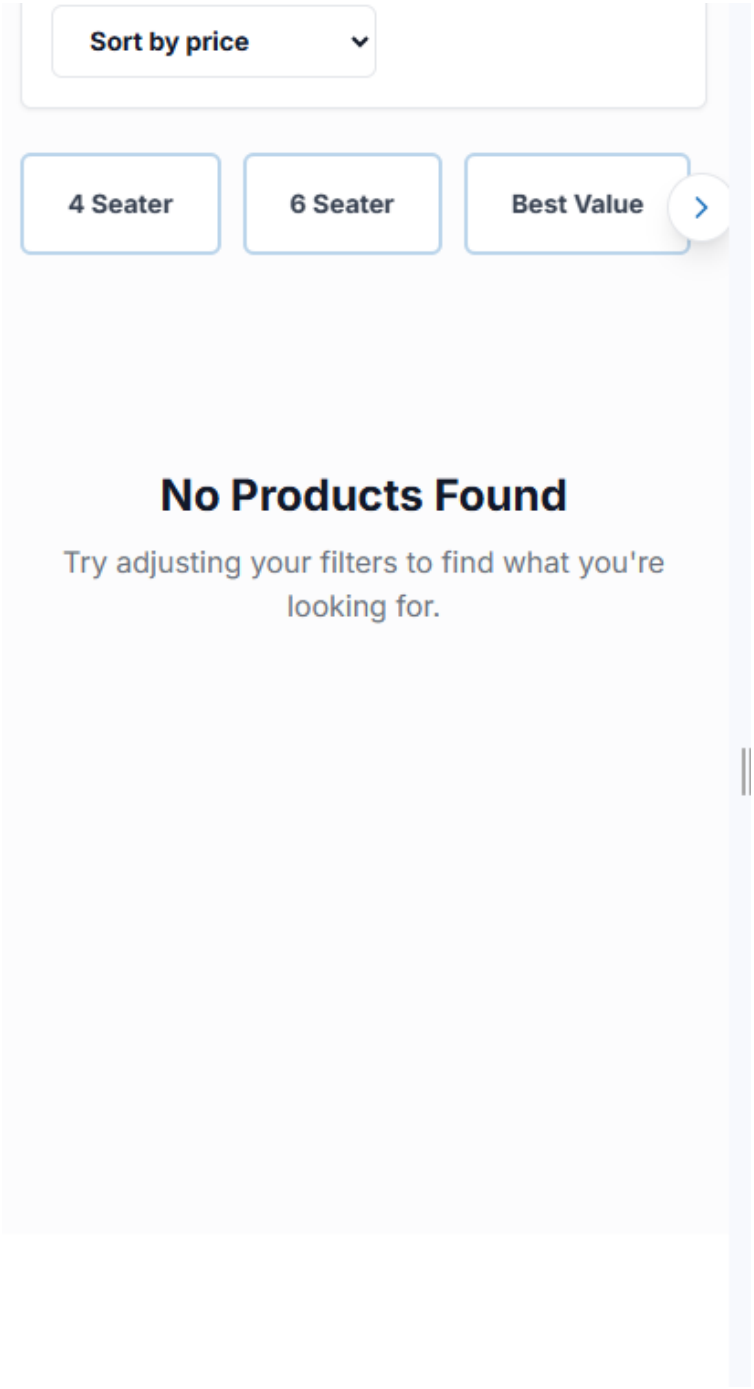
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

У фільтрах можна вибрати параметри, за яких відображається нульовий результат фільтрації.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

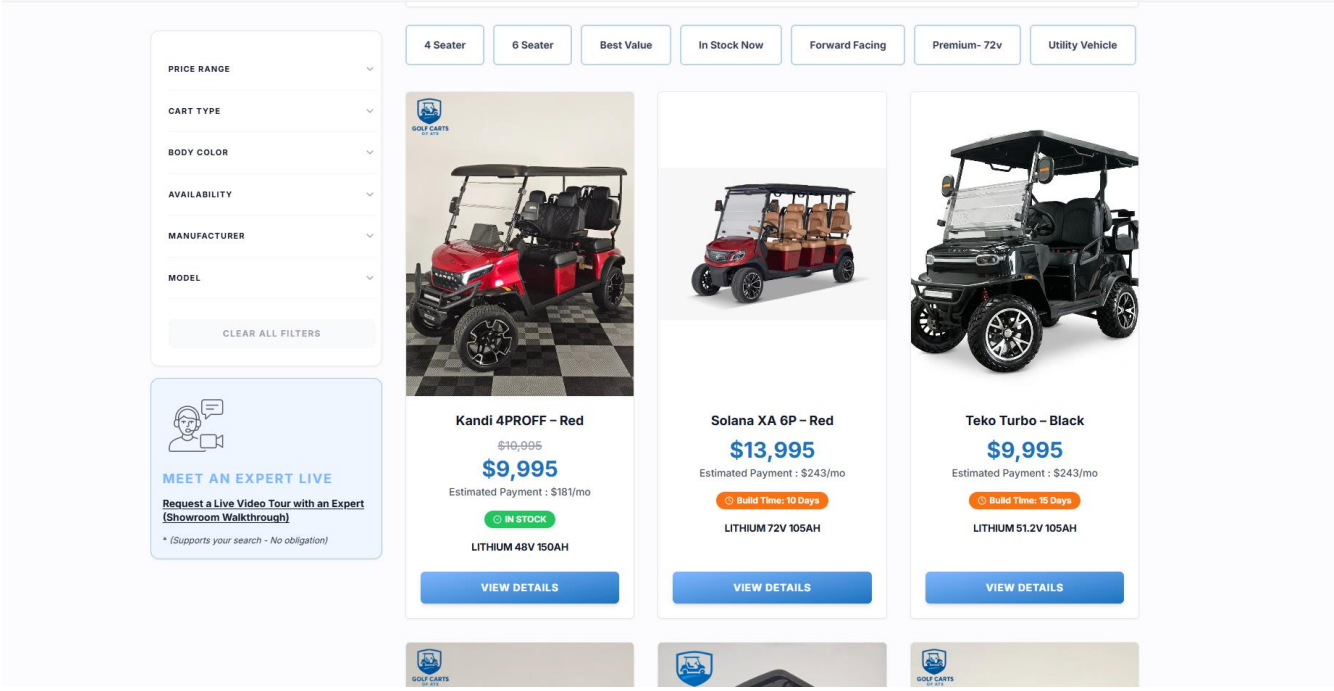
1. **При використанні одного з параметрів фільтрації оновлювати решту фільтрів, щоб користувач не міг вибрати неіснуючі параметри.**

Сторінки категорій. Характеристики товарів

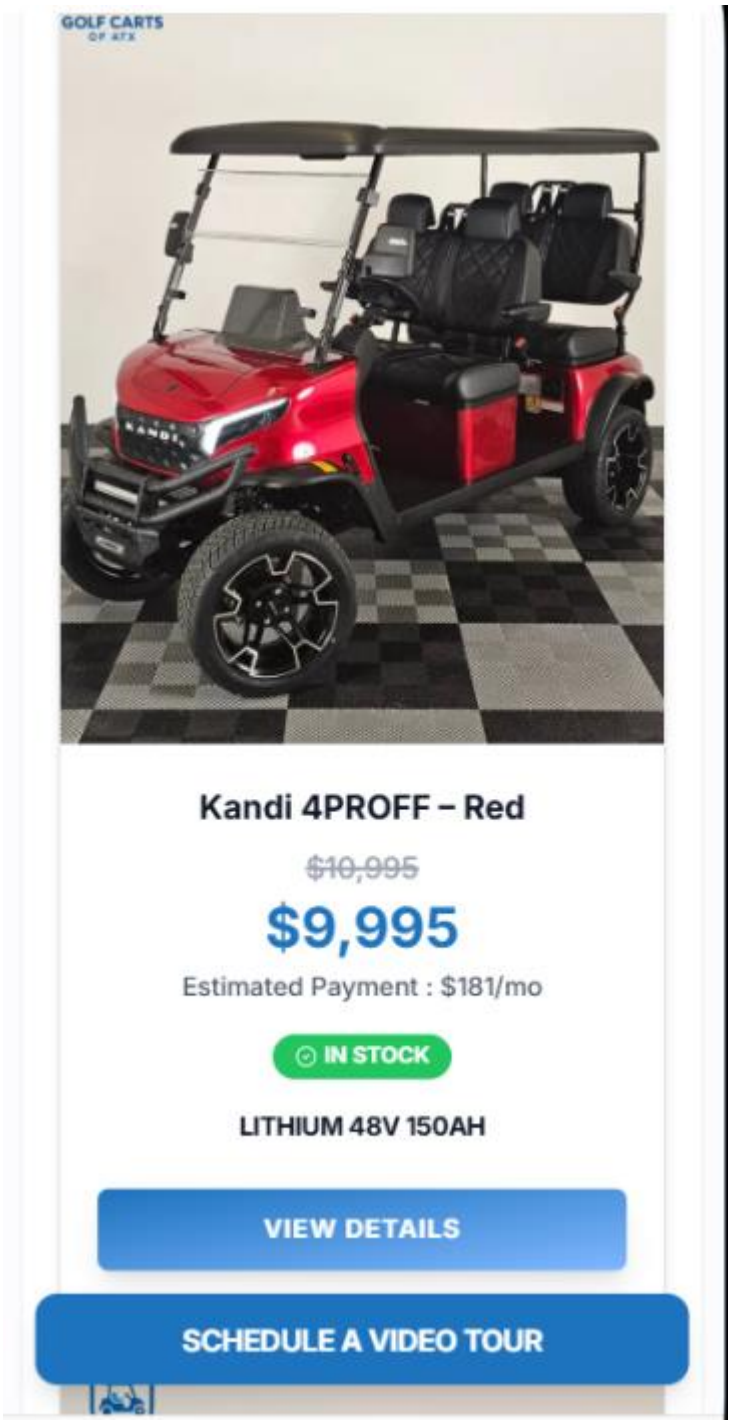
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

У картках товарів практично відсутні технічні характеристики товарів.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

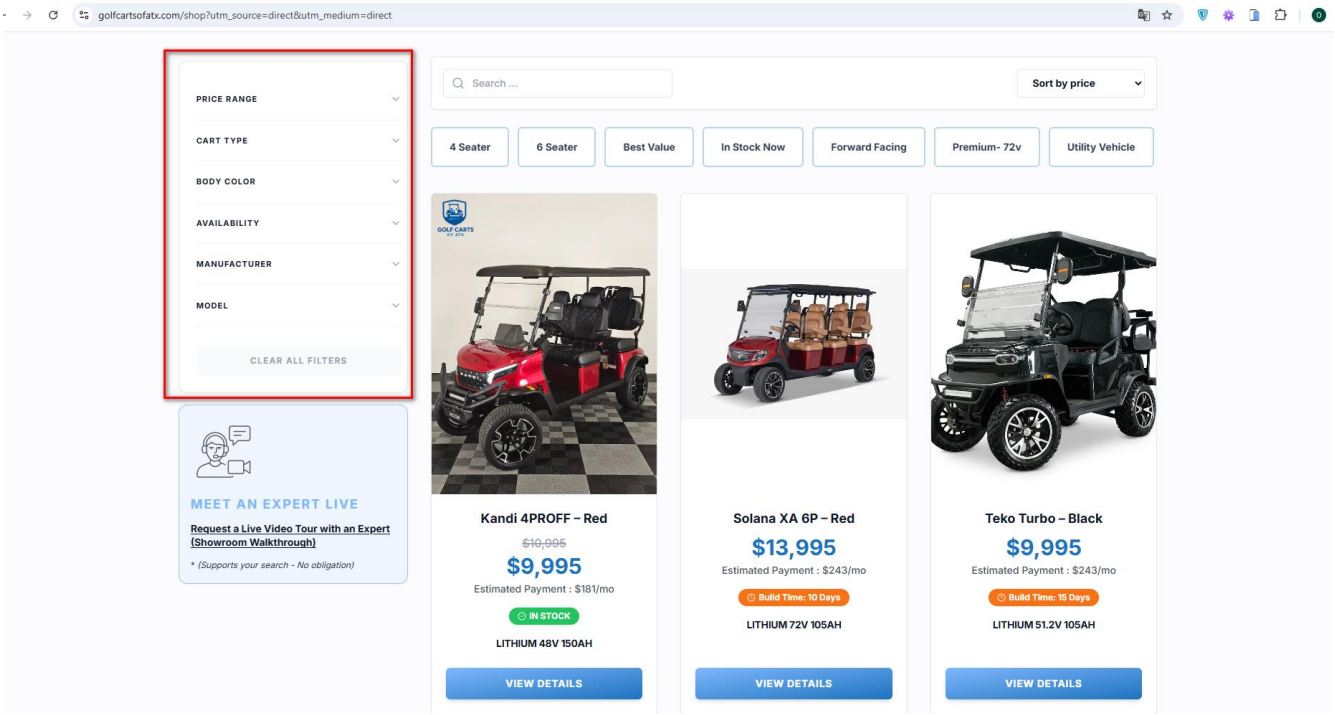
1. **Додати основні технічні характеристики до карток товарів.**

Сторінки категорій. Фільтри. Кількість

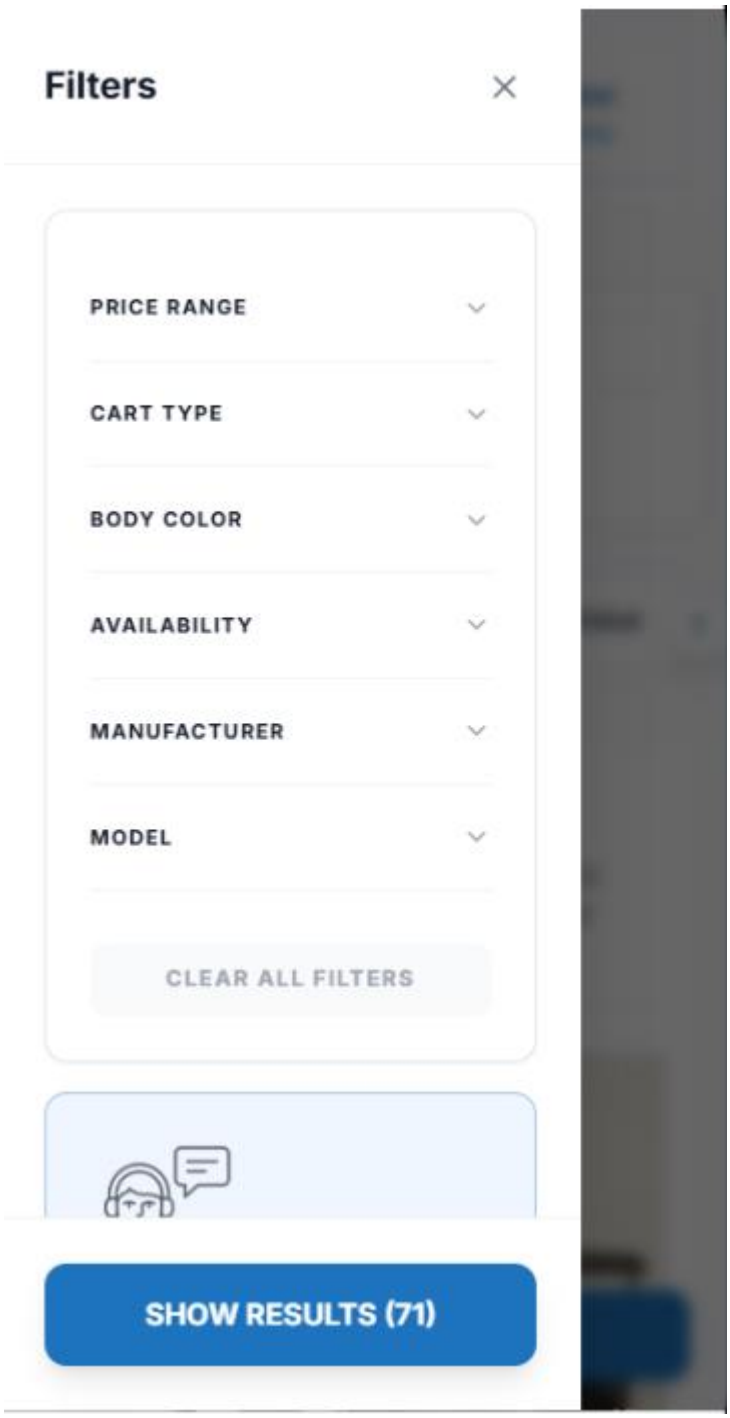
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

На сторінці не використовуються фільтри за технічними характеристиками товарів.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

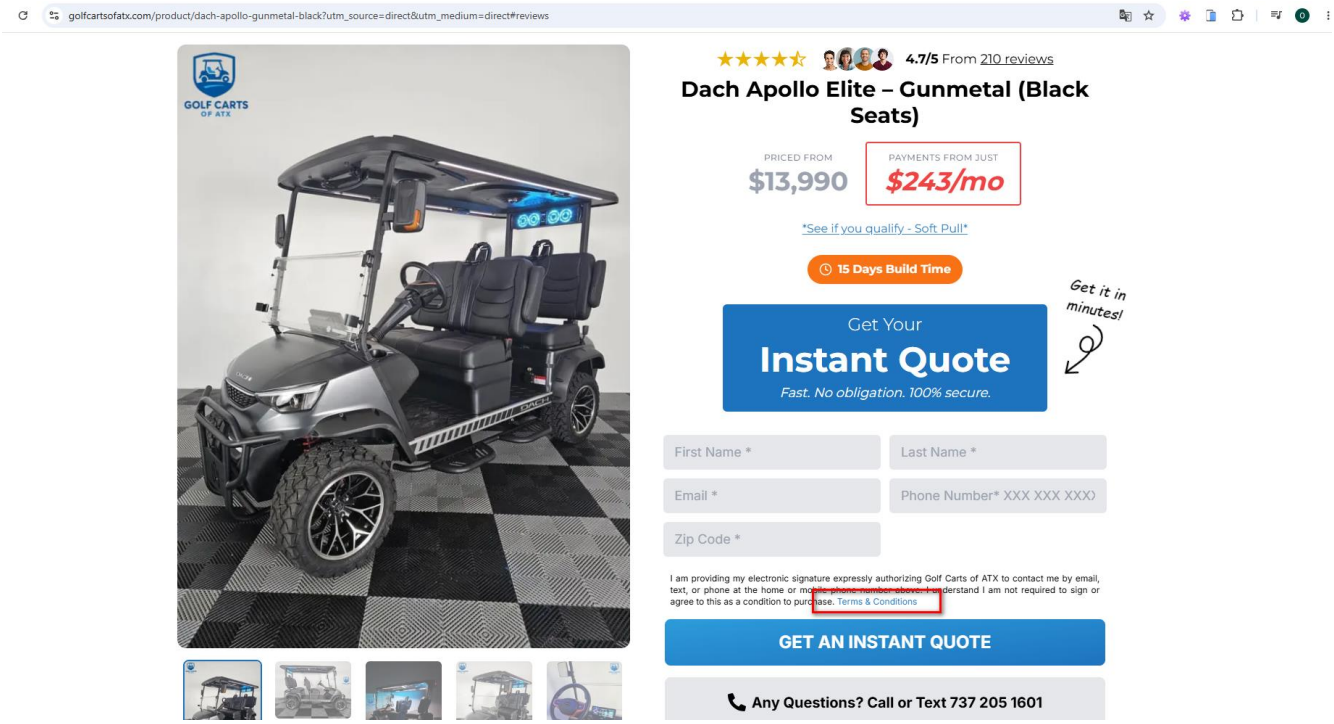
1. **Додайте фільтри за основними технічними характеристиками товару.**

Сторінки товарів. Посилання/кнопки, які відводять користувача з цільової сторінки

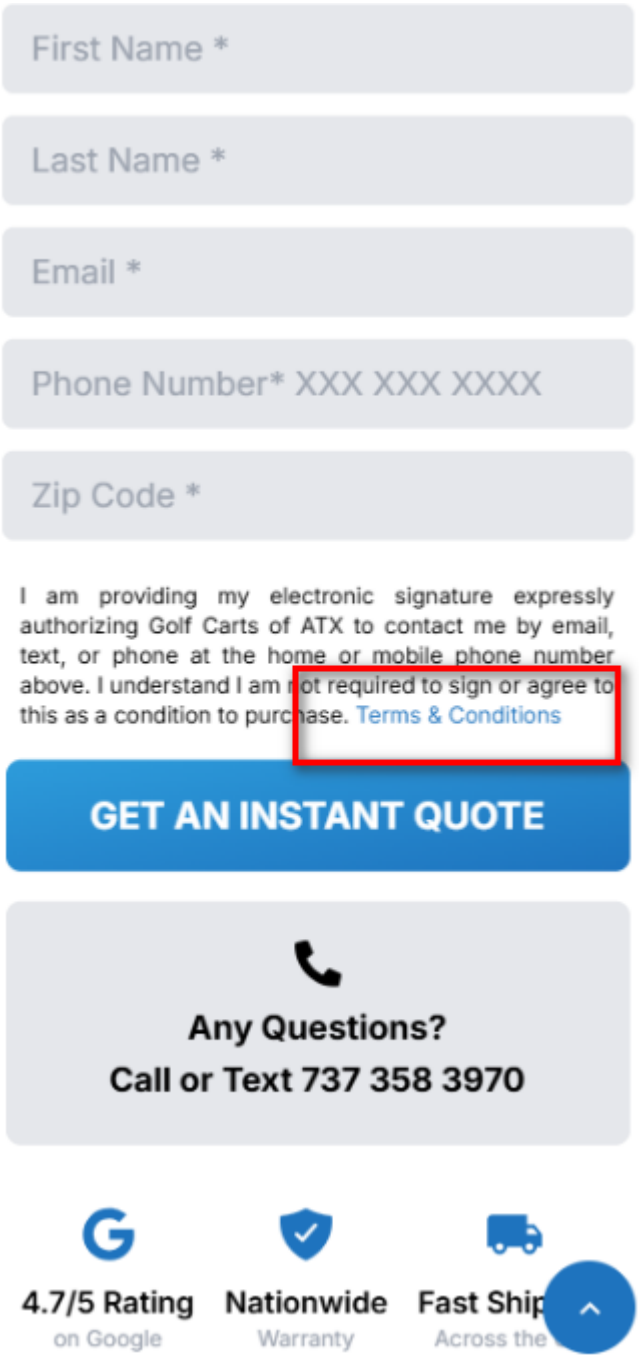
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

При натисканні на посилання сторінка відкривається в поточній вкладці, і користувач залишає цільову сторінку.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

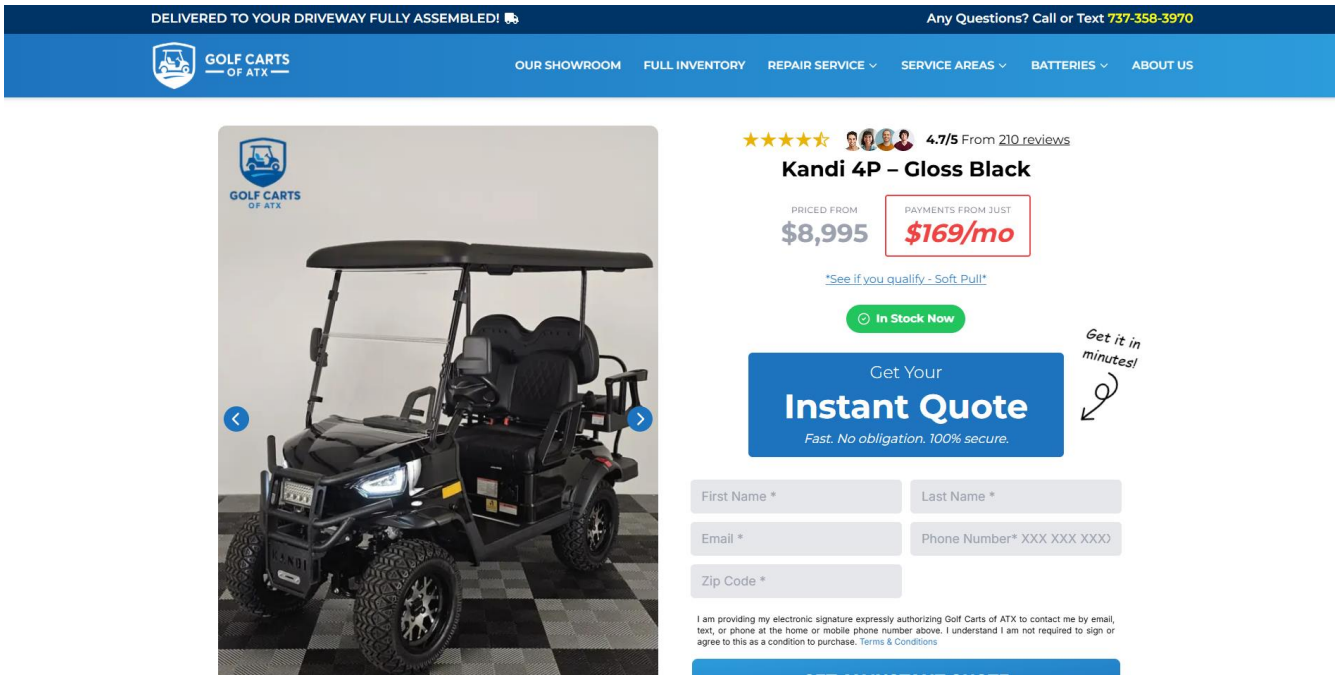
1. **При натисканні на посилання відкривати сторінку в новій вкладці.**

Сторінки товарів. Збільшення/гортання зображень

Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

Зображення в картках товарів не збільшуються.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

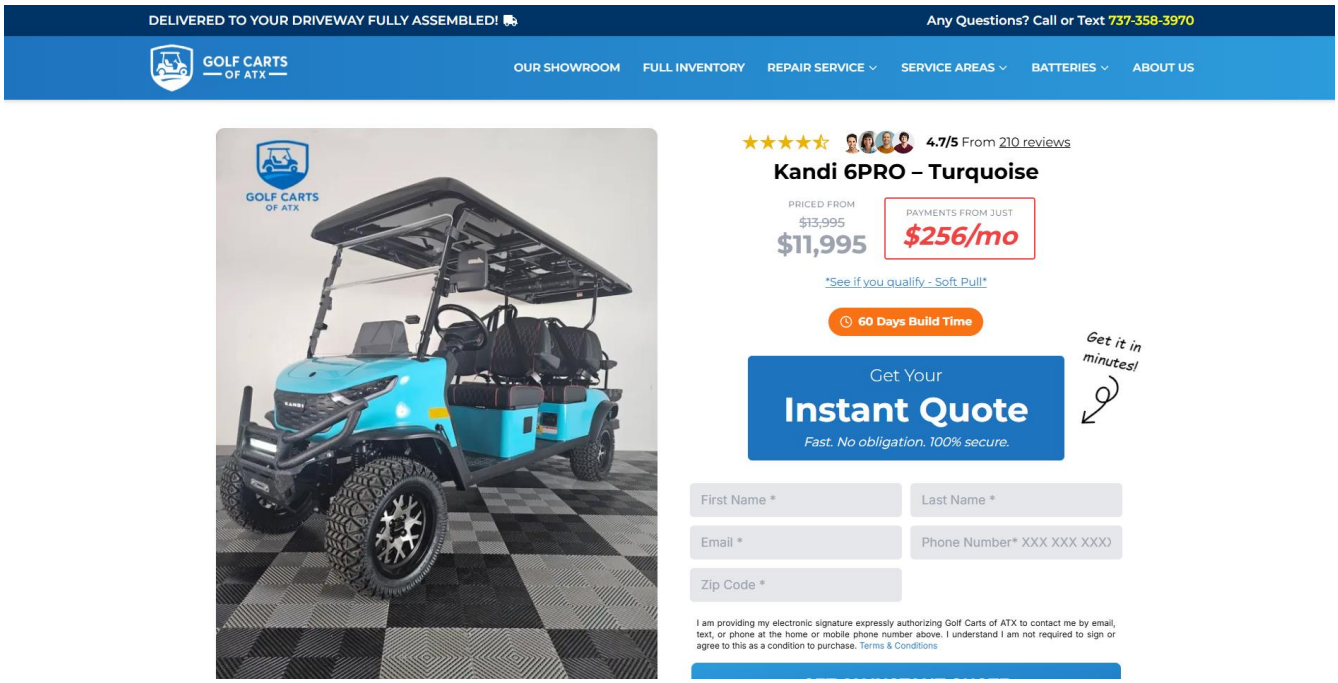
1. **Реалізувати можливість збільшення зображень.**
2. **При натисканні на зображення відображати спливаюче вікно зі збільшеною версією зображення.**
3. **Додати до спливаючого вікна "хрестик" для його закриття або повернення зображення до початкового вигляду.**
4. **Реалізувати можливість гортання збільшених зображень.**

Сторінки товарів. Основні характеристики в першому екрані

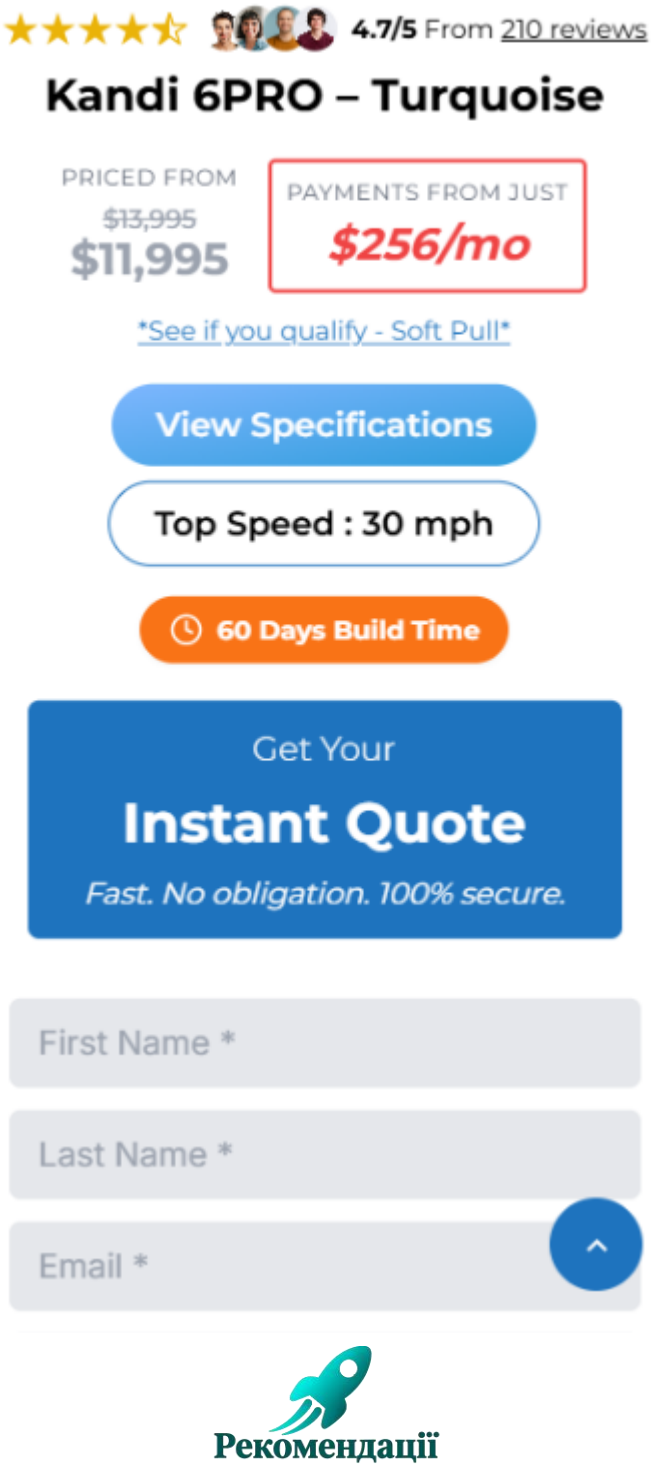
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

В першому екрані картки товару немає основних характеристик.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

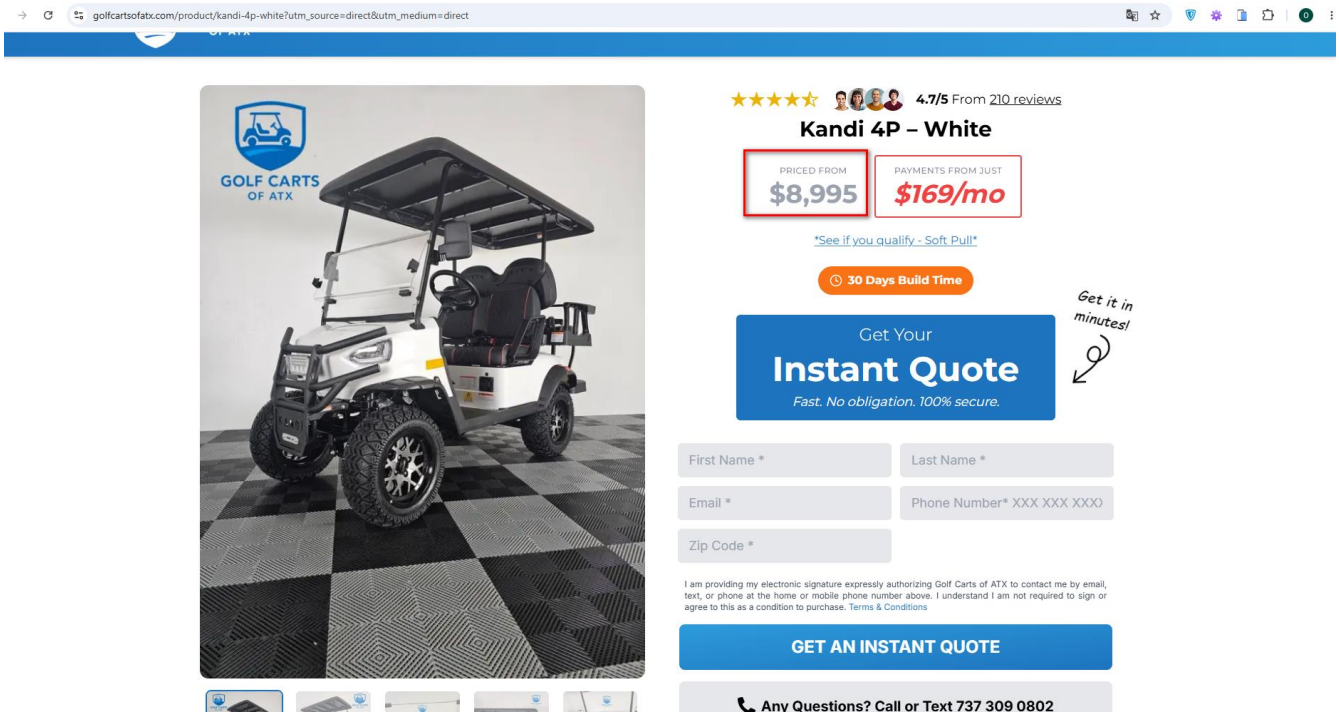
1. **Додати основні характеристики в перший екран картки товару (для мобільної версії — в другий екран).**
2. **Додати кнопку "View All specifications" під основними характеристиками замість кнопки під блоком зображень.**

Сторінки товарів. Ціна товару

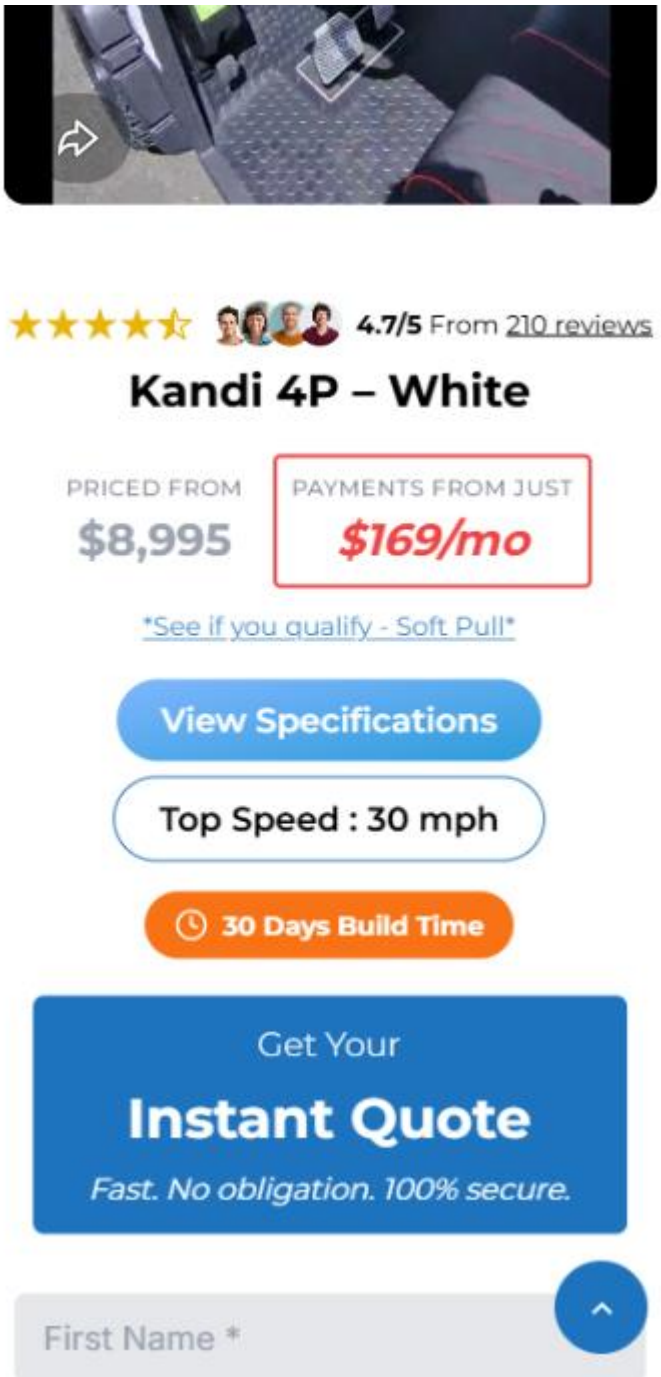
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

На сторінках сайту ціну товару вказано з позначкою "від ... доларів". Для уточнення ціни передбачено спеціальну форму запиту, при цьому ціна залишається незмінною після надсилання даних через цю форму.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

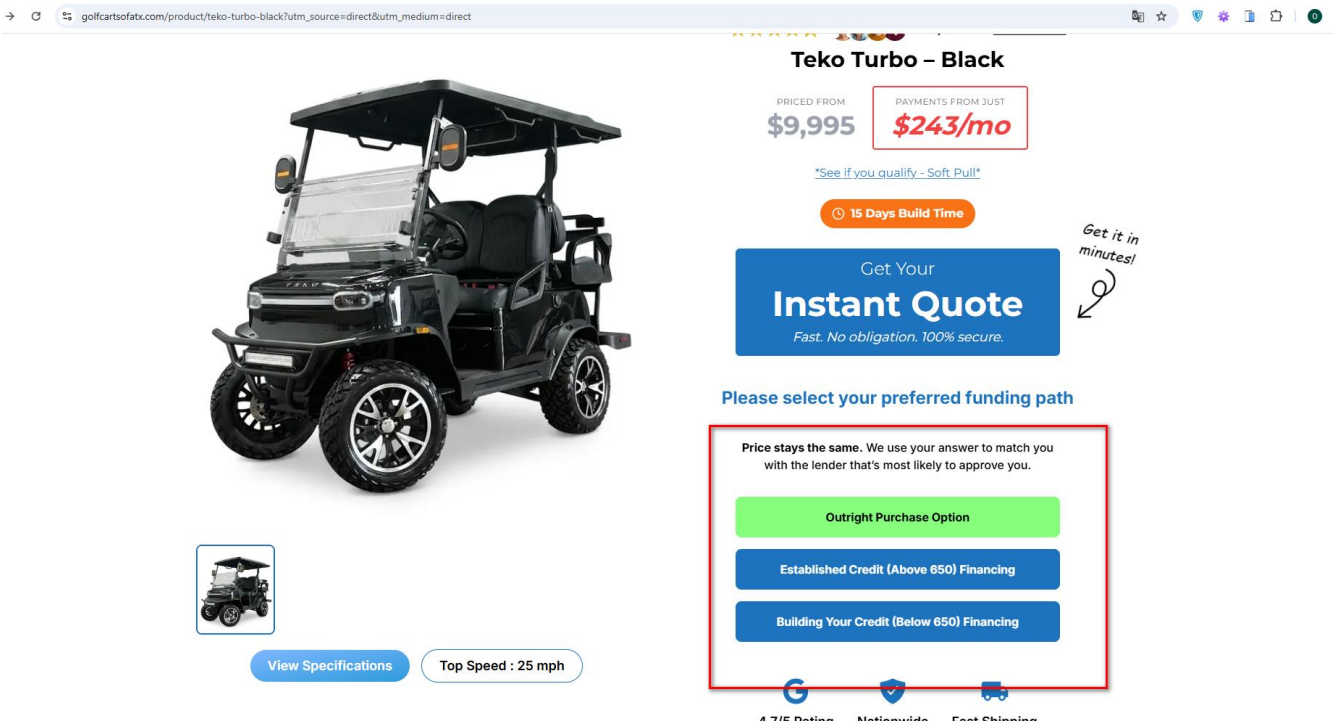
1. **Встановити фіксовану ціну на товар.**
2. **Додати поруч із ціною примітку про те, що вона залишиться незмінною за умови внесення передоплати в розмірі 500 $.**

Сторінки товарів. Форма запиту ціни

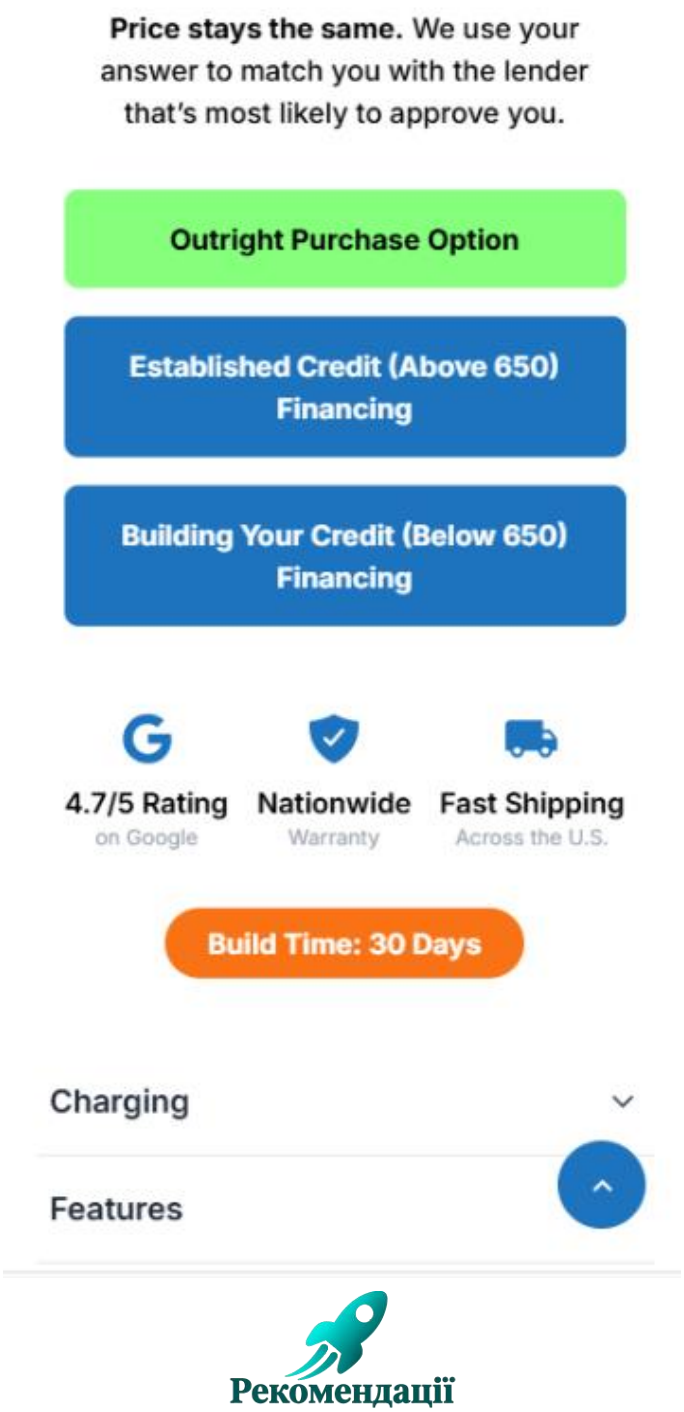
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

1. **Логіка форми змушує користувача виконувати додаткові дії та щоразу робити один і той самий вибір, при цьому спочатку незрозуміло, що відбудеться після надсилання даних.**
2. **Після надсилання форми користувачеві пропонуються три варіанти: пряма купівля або два способи фінансування. У будь-якому разі користувач потрапляє на чергову сторінку з пропозицією, де йому знову доводиться робити вибір.**
3. **При виборі будь-якого з варіантів фінансування користувач перенаправляється на одну й ту саму сторінку — незалежно від його рейтингу.**
4. **Через таку логіку користувачеві доводиться ухвалювати рішення на кожному етапі.**

<u>Десктопна версія</u>



Мобільна версія



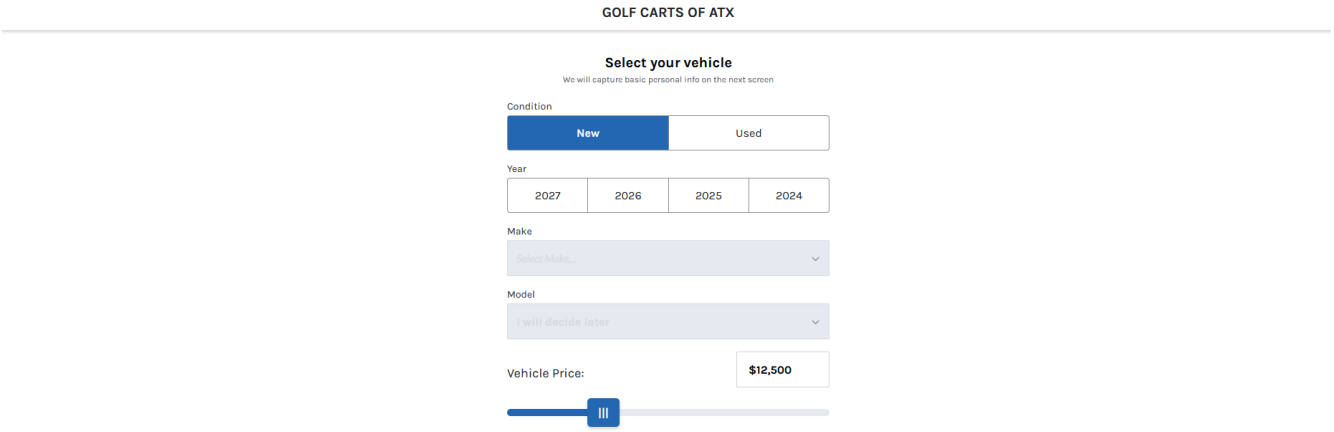
Рекомендації

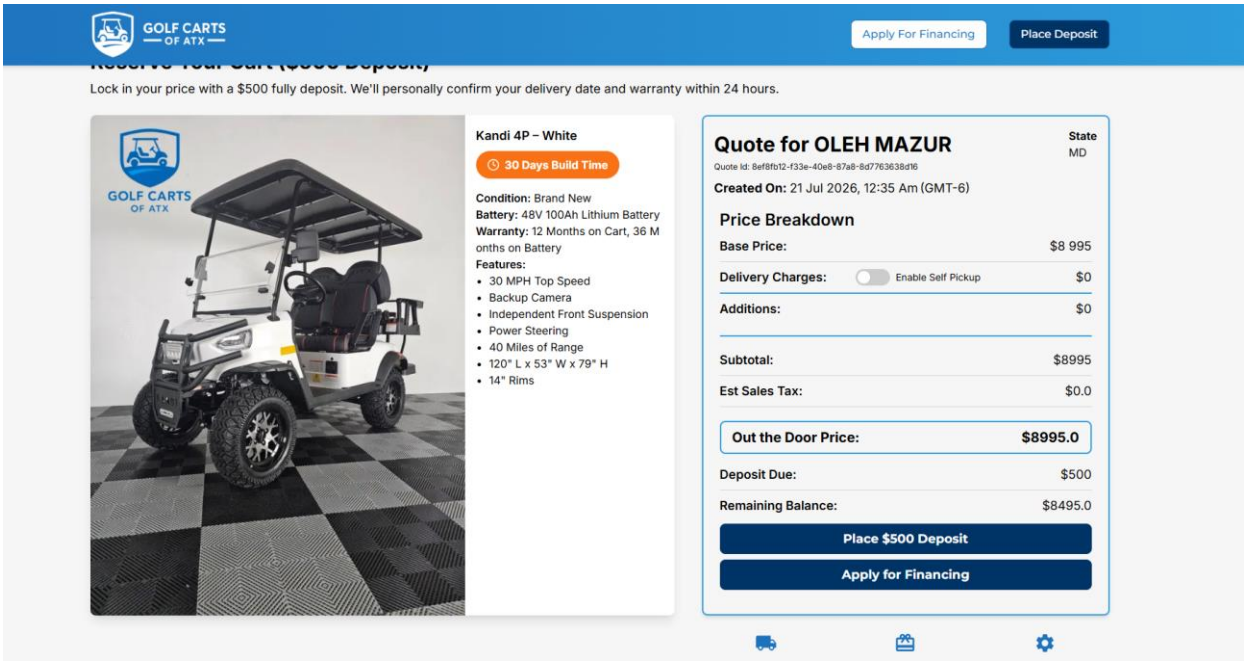
1. **Замість форми використовувати дві кнопки: "Buy Now" і "Request Funding".**
2. **При натисканні на кнопку "Buy Now" перенаправляти користувача на сторінку оплати або внесення депозиту.**
3. **При натисканні на кнопку "Request Funding" перенаправляти користувача на сторінку стороннього сервісу для заповнення даних: https://octane.co/flex/401946/**
4. **Виключити етап переходу на сторінку запиту вартості.**

Сторінки товарів. octane.co

Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

При відвідуванні сторінки octane.co від користувачів вимагається введення даних, однак незрозуміло, де знайти цю інформацію. Наприклад, рік випуску гольф-кара не вказано ні на сторінці товару, ні на сторінці для отримання цінової пропозиції.





Рекомендації

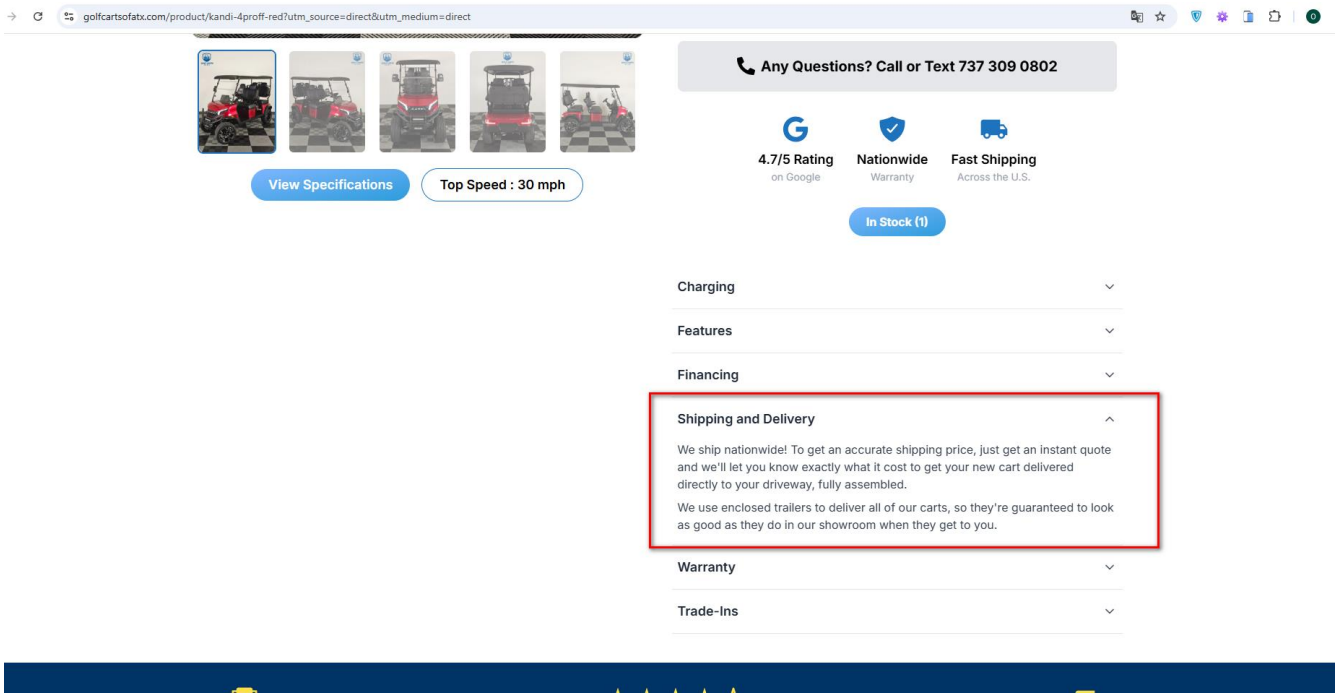
1. **Автоматично підставляти дані на сторінку https://octane.co/flex/401946/**
2. **Додайте необхідну інформацію до картки товару.**

Сторінки товарів. Доставка

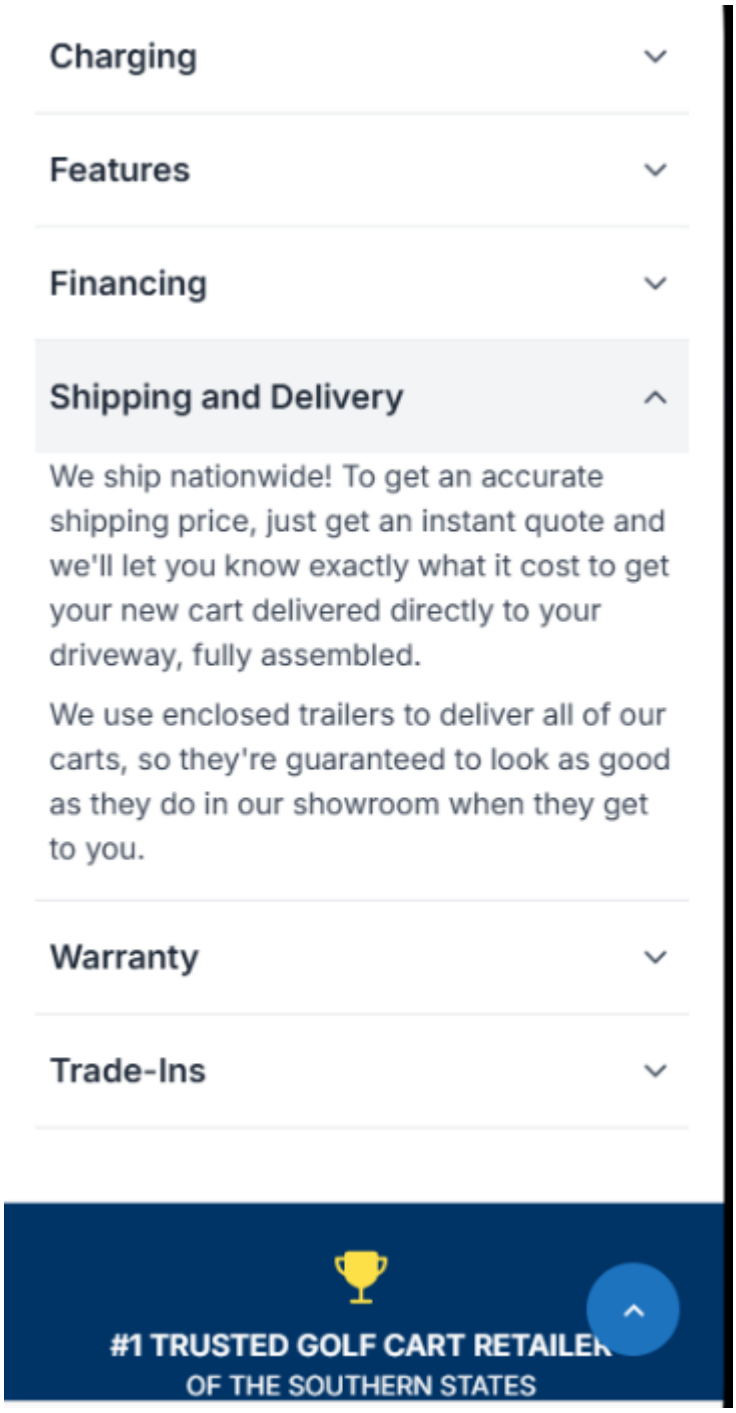
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

Вартість доставки можна дізнатися лише на етапі оплати товару або перед поданням заявки на фінансування.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

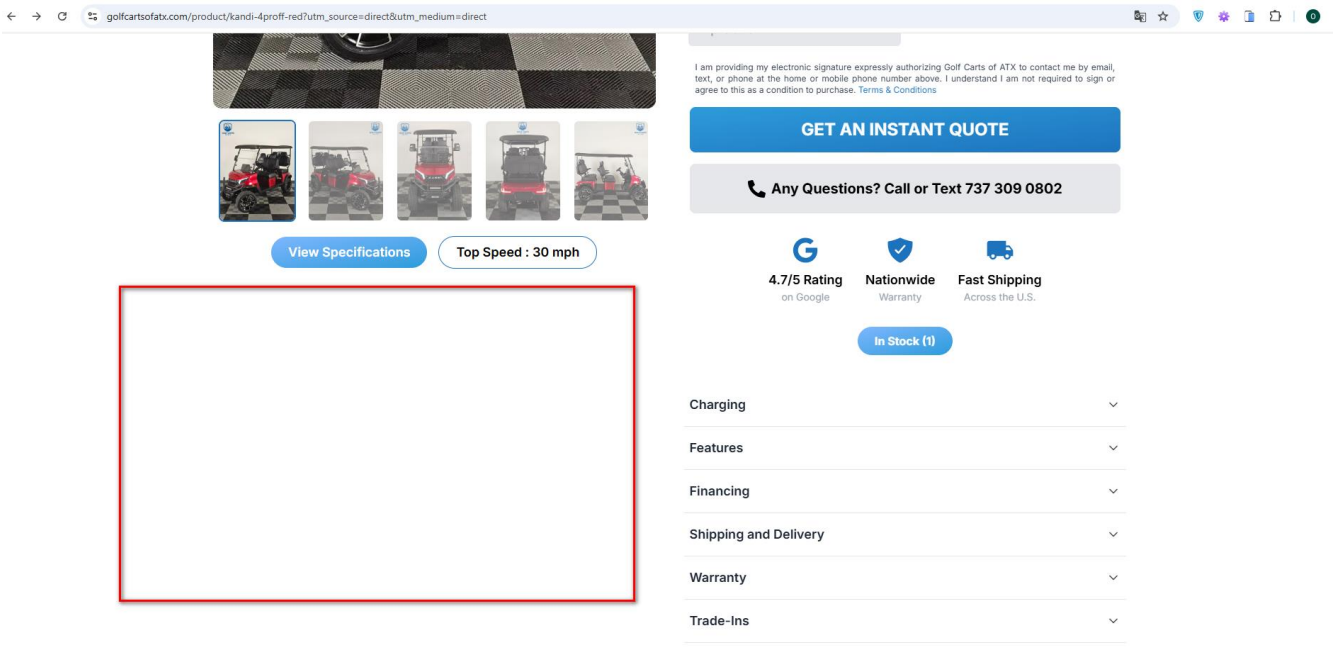
1. **Вказати діапазон цін на доставку від і до.**

Сторінки товарів. Супутні/рекомендовані товари

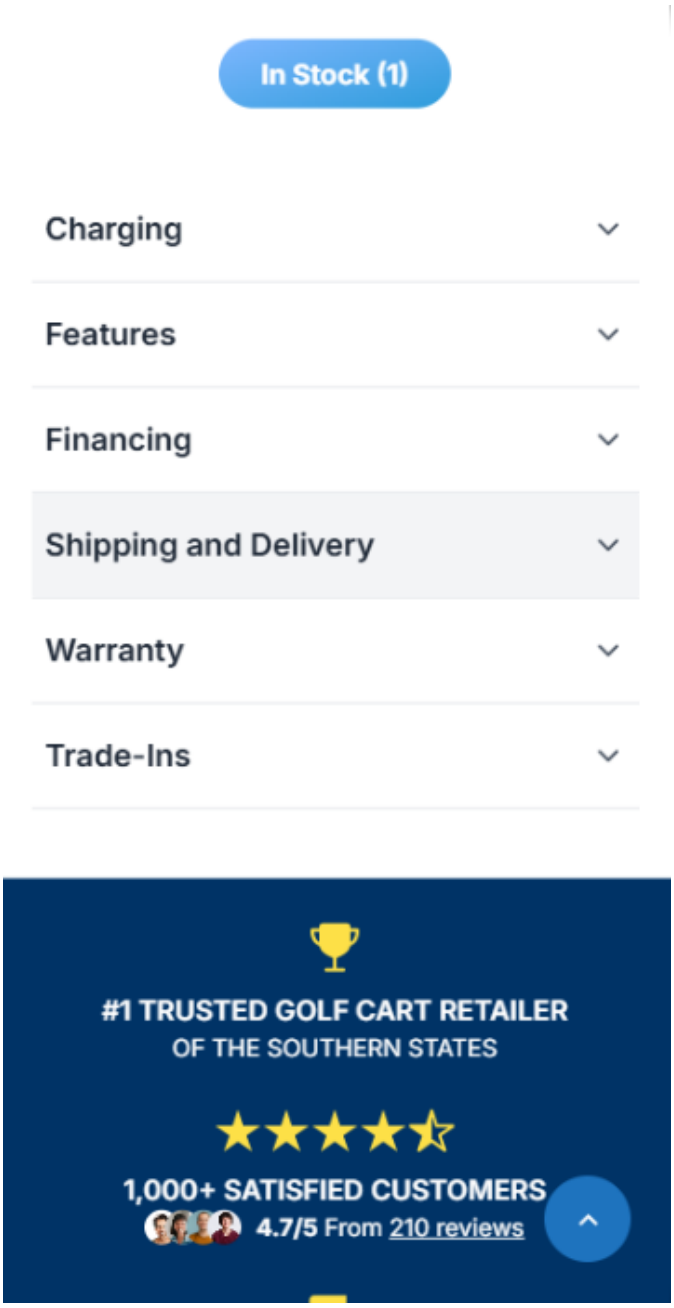
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

На сторінках товарів відсутній блок "Related/Recommended Products". Додаткові товари розміщені на сторінці "Quote", але користувач їх не бачить.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

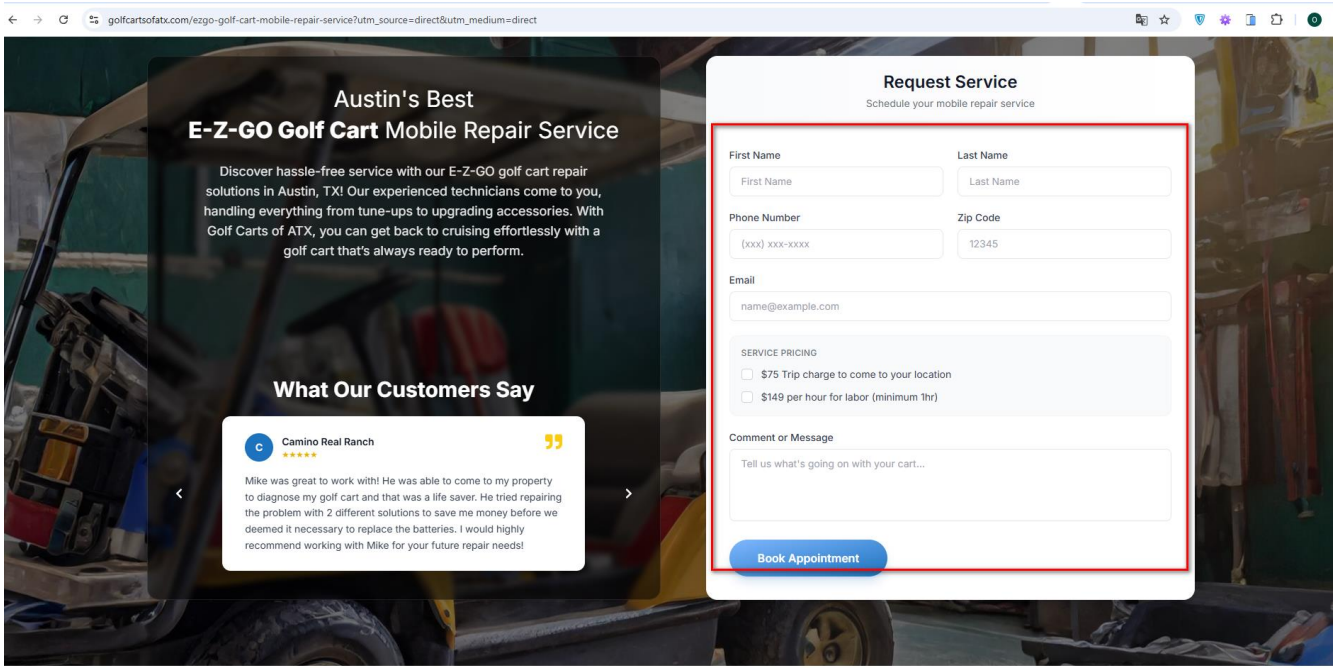
1. **Додати блок "Related/Recommended Products".**
2. **Опрацювати алгоритм підбору товарів на основі основних характеристик.**
3. **Розташувати блок під основним блоком зображень (для десктопної версії).**
4. **Для мобільної версії використовувати вкладку.**

Сторінки послуг. Перший екран

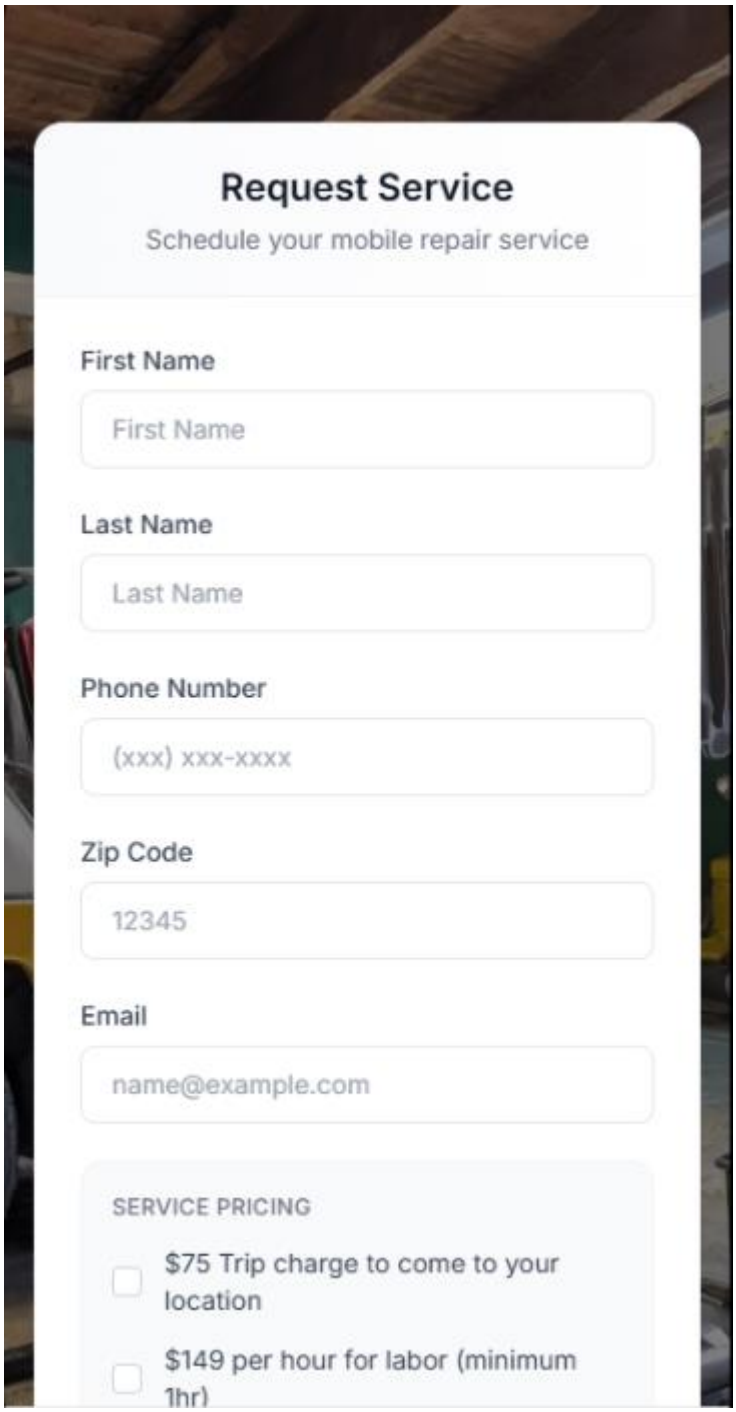
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

У першому екрані у формі занадто багато полів, через що користувачеві доводиться витрачати багато часу на її заповнення.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

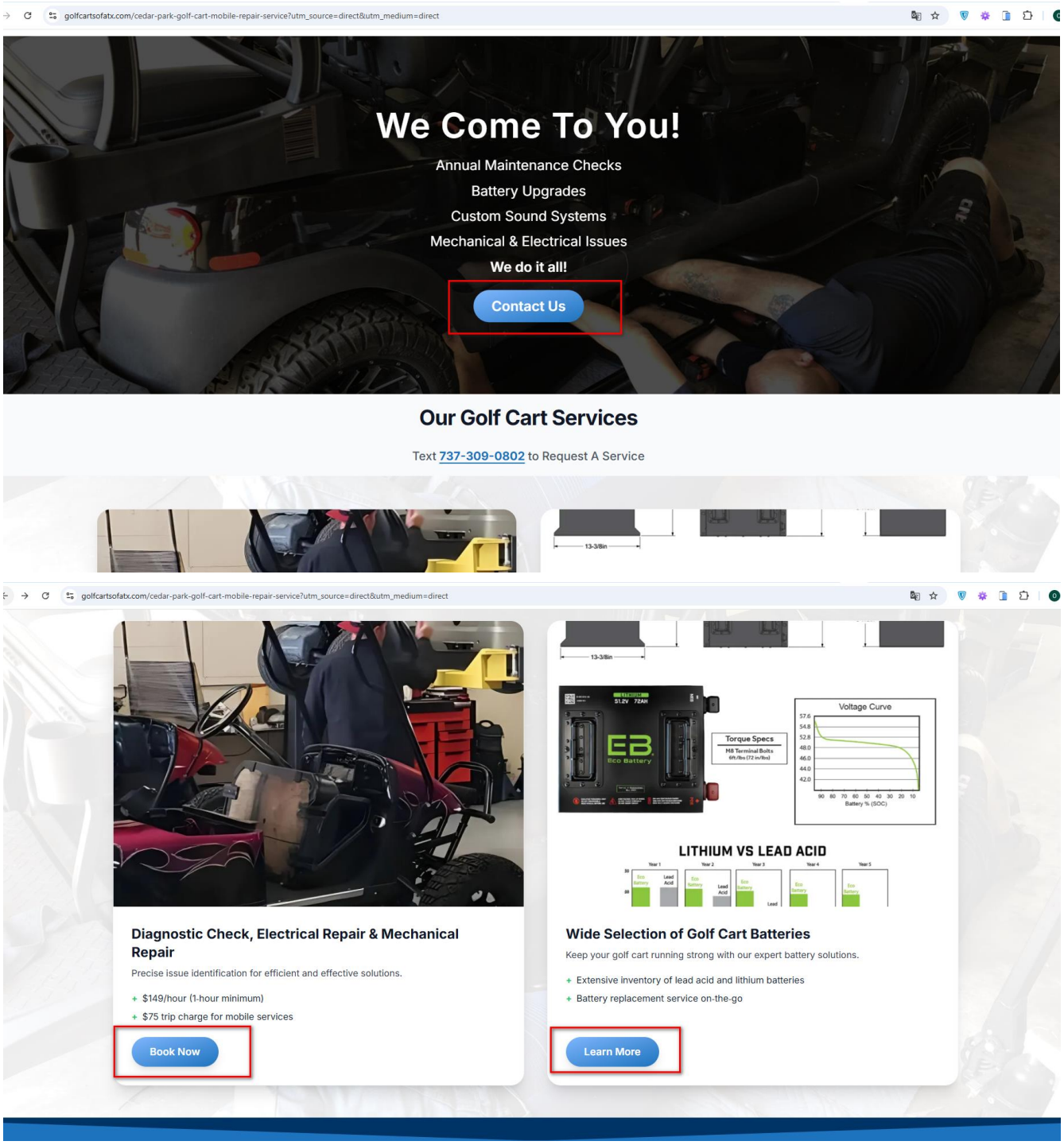
1. **Видалити з форми поля "Last name", "e-mail".**

Сторінки послуг. Кнопки

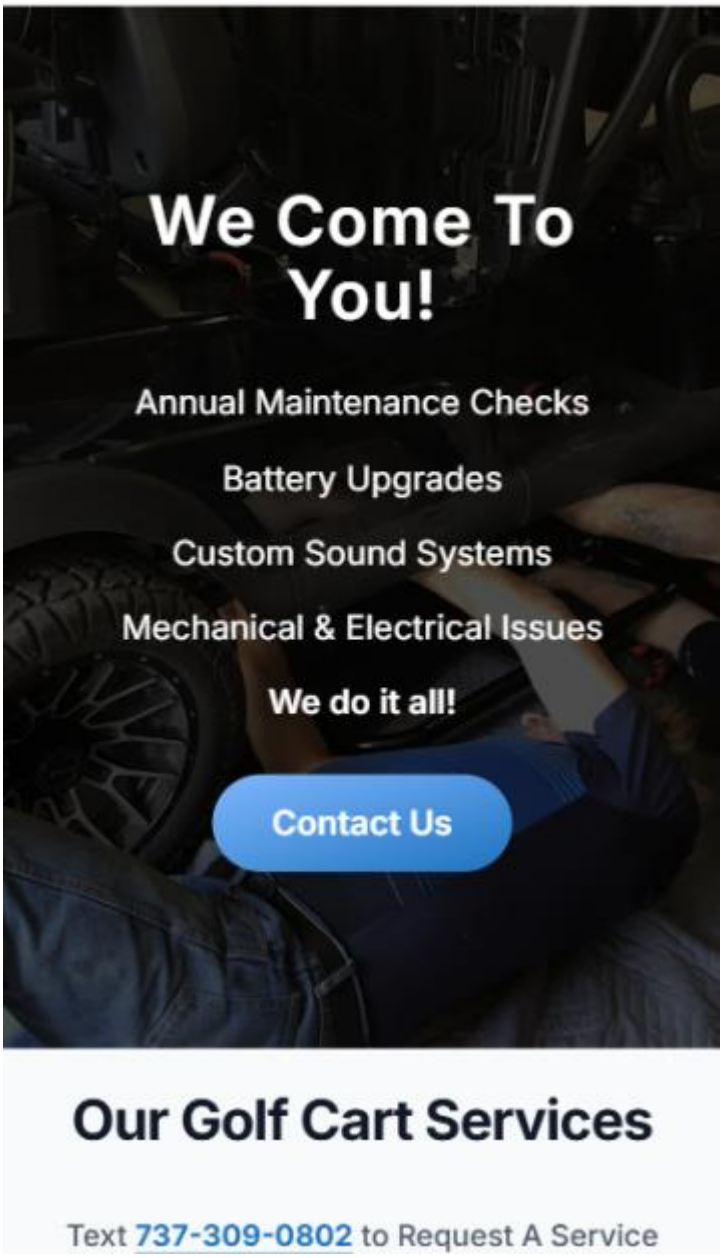
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

Кнопки відводять користувача з цільової сторінки.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

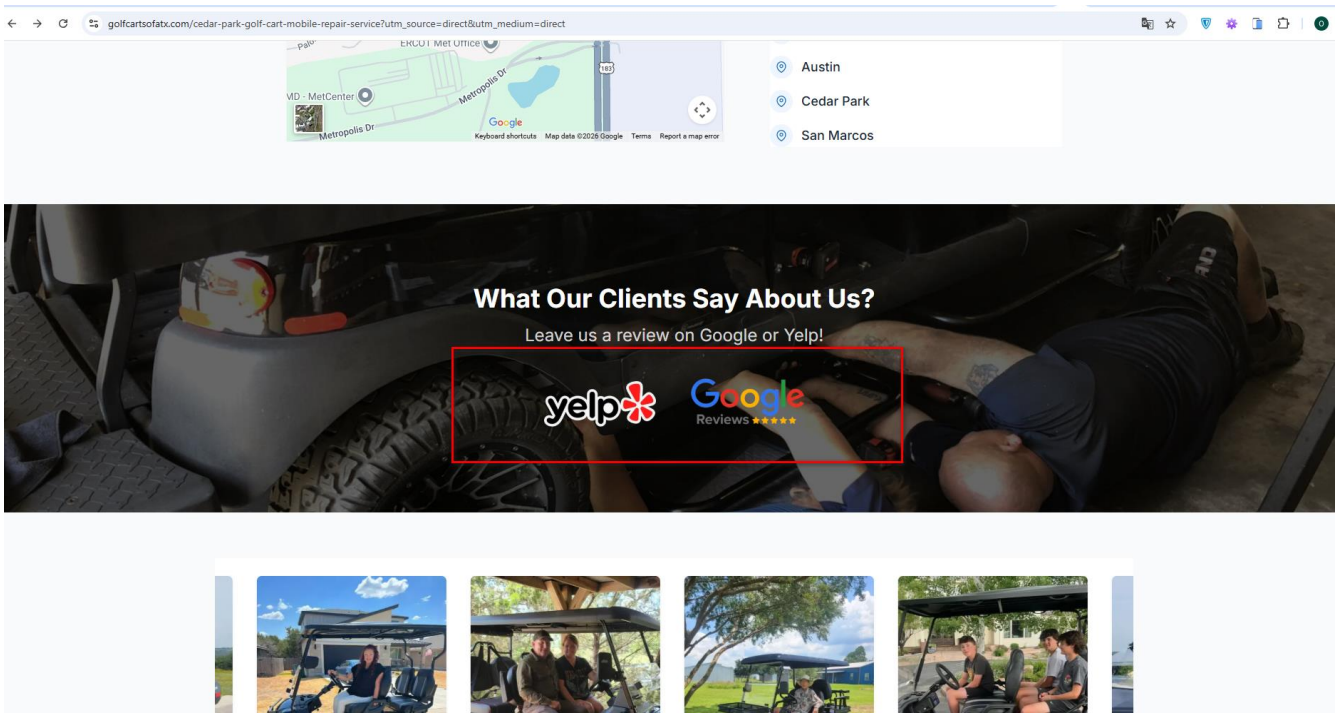
1. **При натисканні відображати спливаючі вікна для виконання цільової дії.**

Сторінки послуг. Відгуки

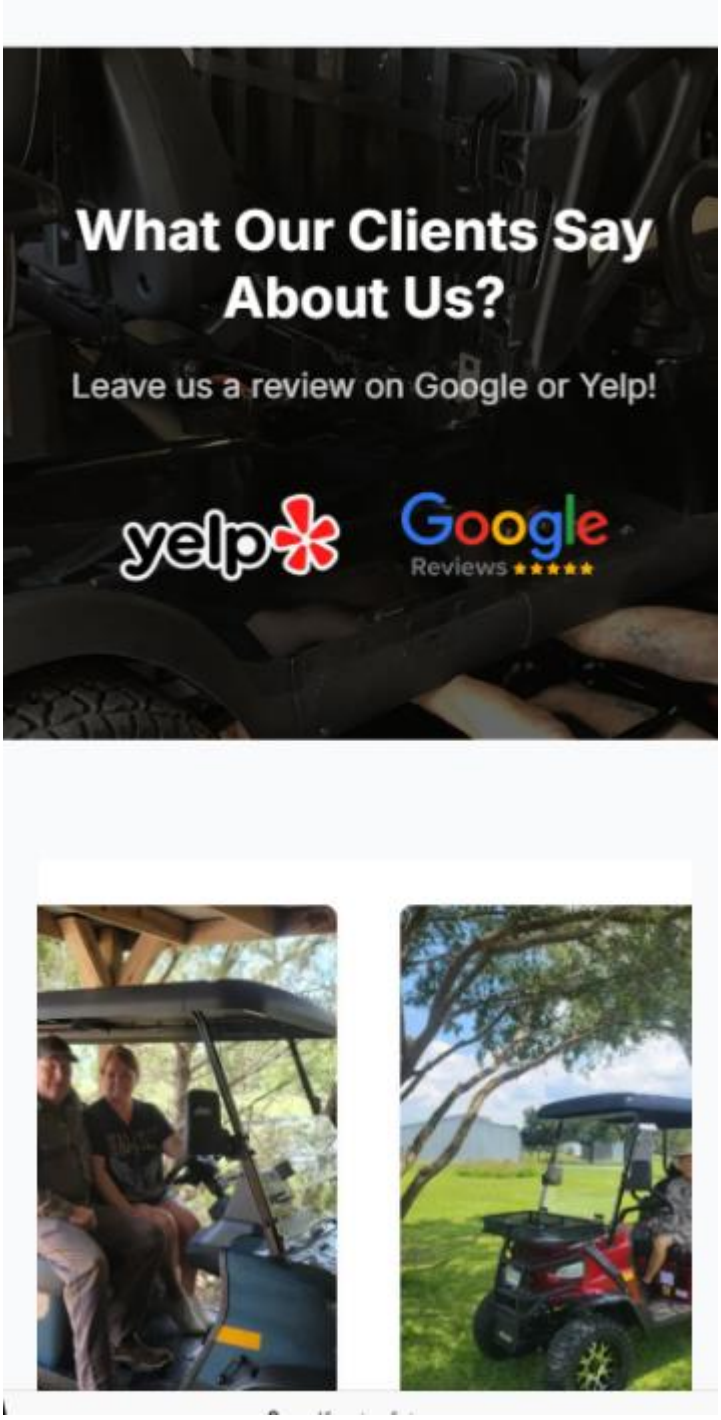
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

При натисканні на елементи з відгуками нічого не відбувається.

<u>Десктопна версія</u>



Мобільна версія



Рекомендації

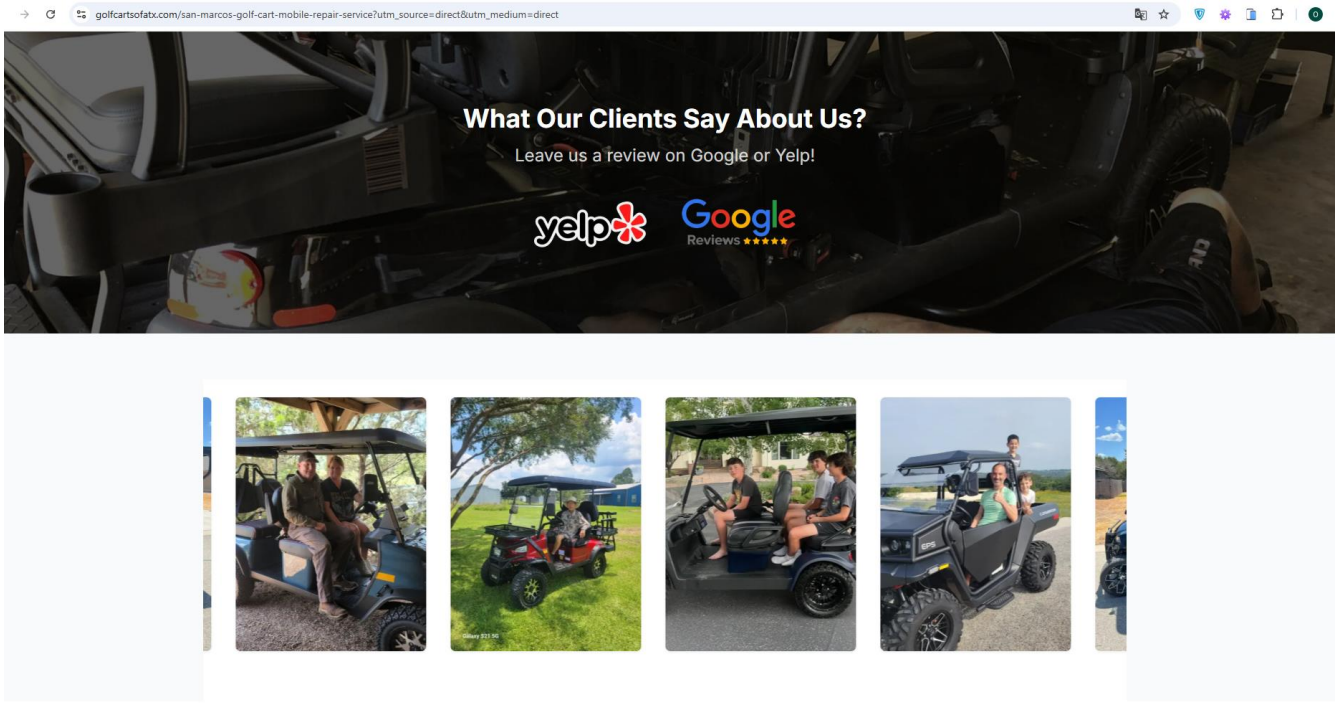
1. **Виправте роботу елементів.**
2. **При натисканні спрямовувати користувача на сторінки з відгуками про компанію.**

Сторінки послуг. Блок "Do you have any questions?"

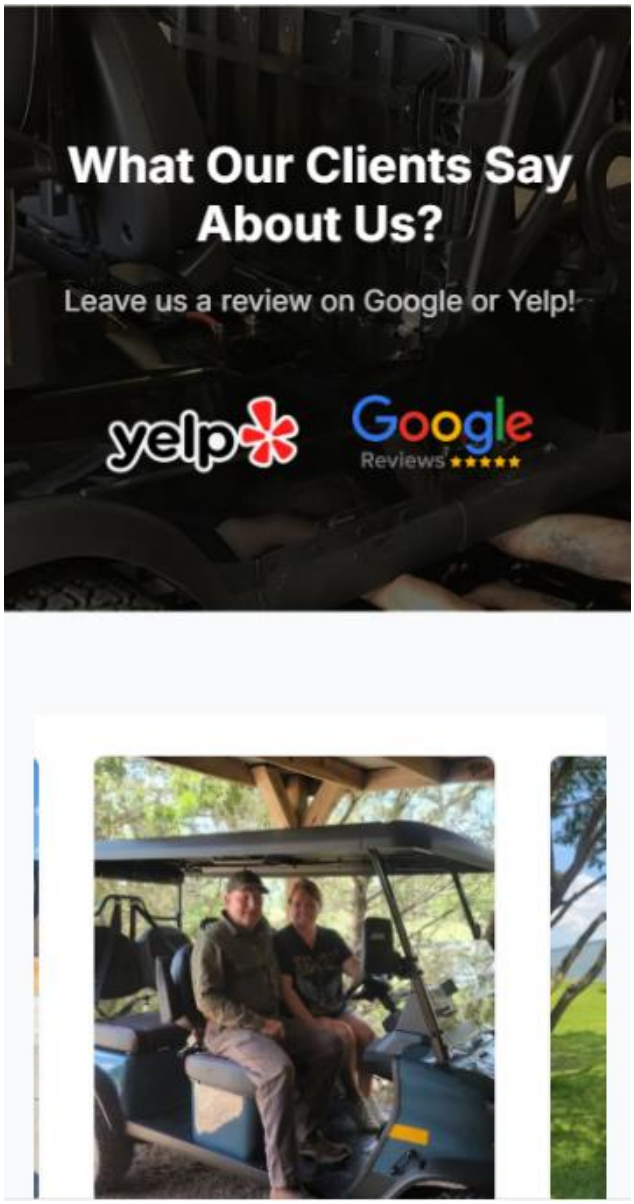
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

На сторінках послуг відсутній блок "Do you have any questions?".

<u>Десктопна версія</u>



Мобільна версія



Рекомендації

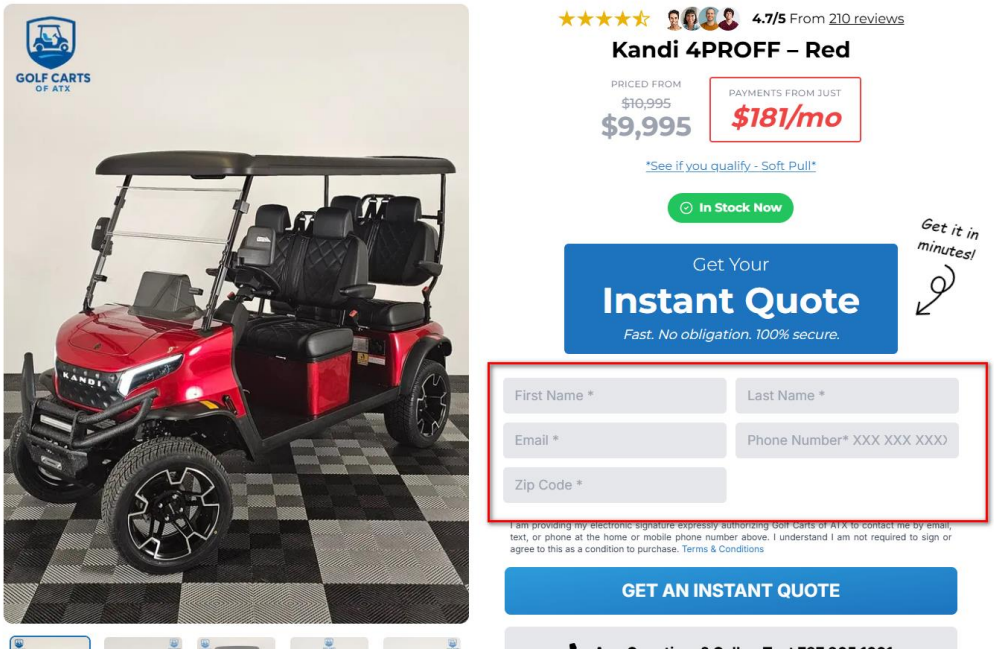
1. **Додати блок "Do you have any questions?" із формою для заповнення наприкінці сторінок послуг.**
2. **Використовувати у формі такі поля:**
   - **Name**
   - **Phone number**
   - **Message**
   - **Елемент для додавання вкладених файлів (поруч з елементом додати інформацію про допустимі формати та розмір файлів).**

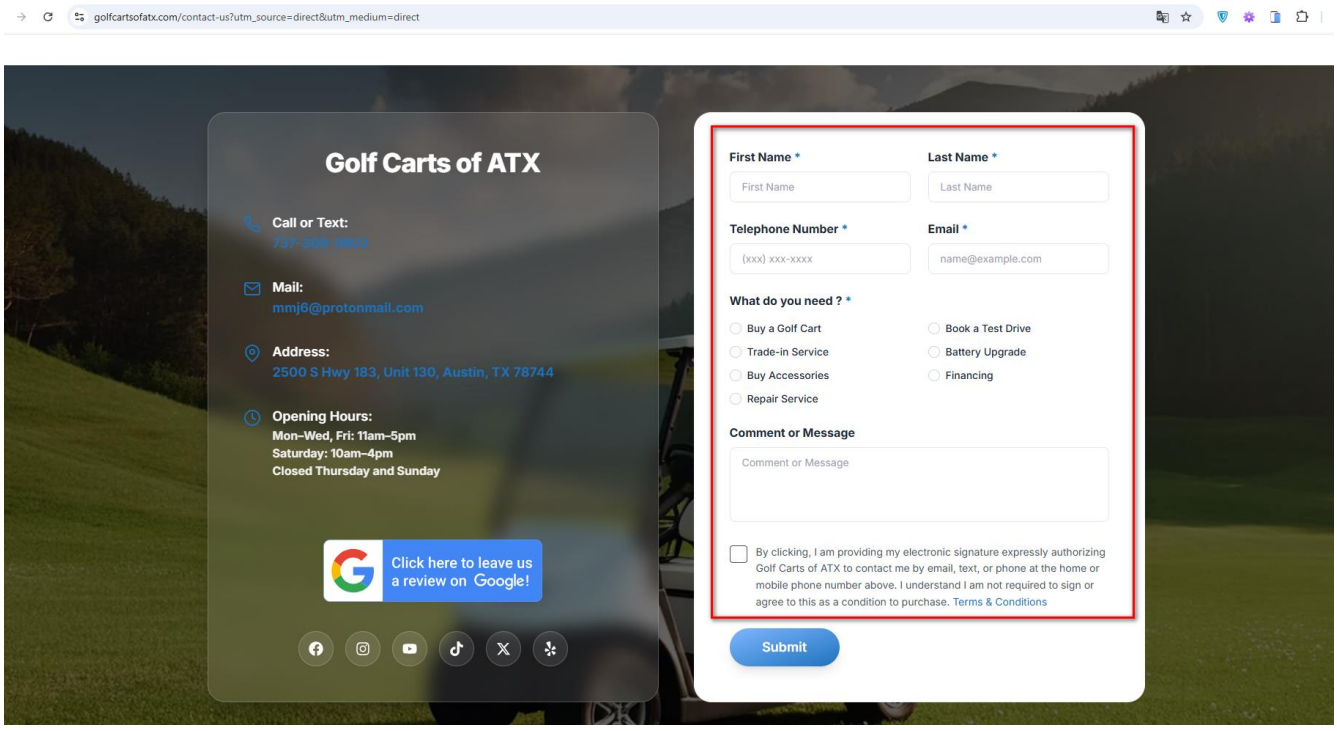
Форми для заповнення. Обов’язкові поля

Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

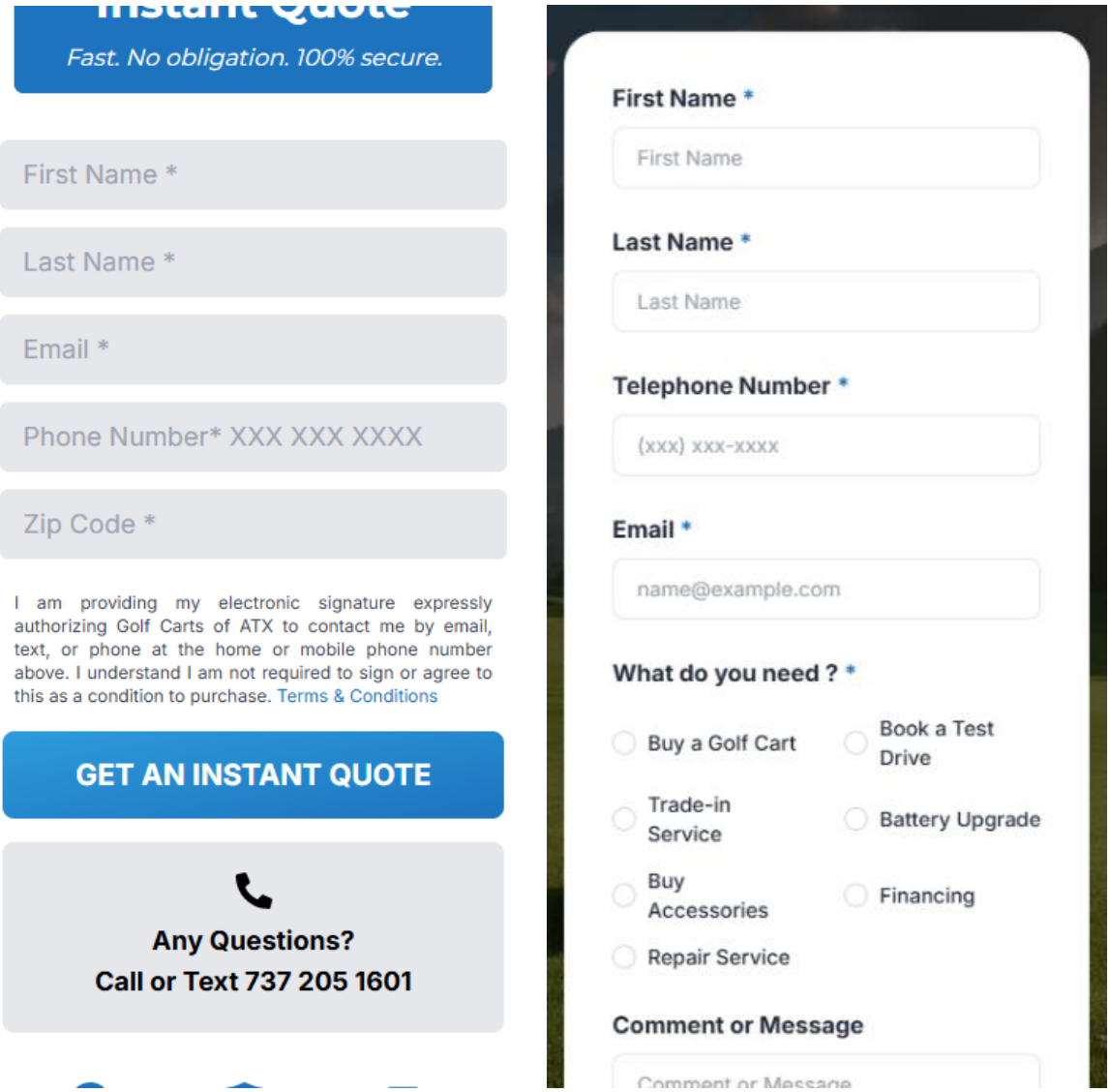
Обов’язкові поля позначені, проте немає пояснення, що ці позначки вказують на необхідність їх заповнення.

Десктопна версія



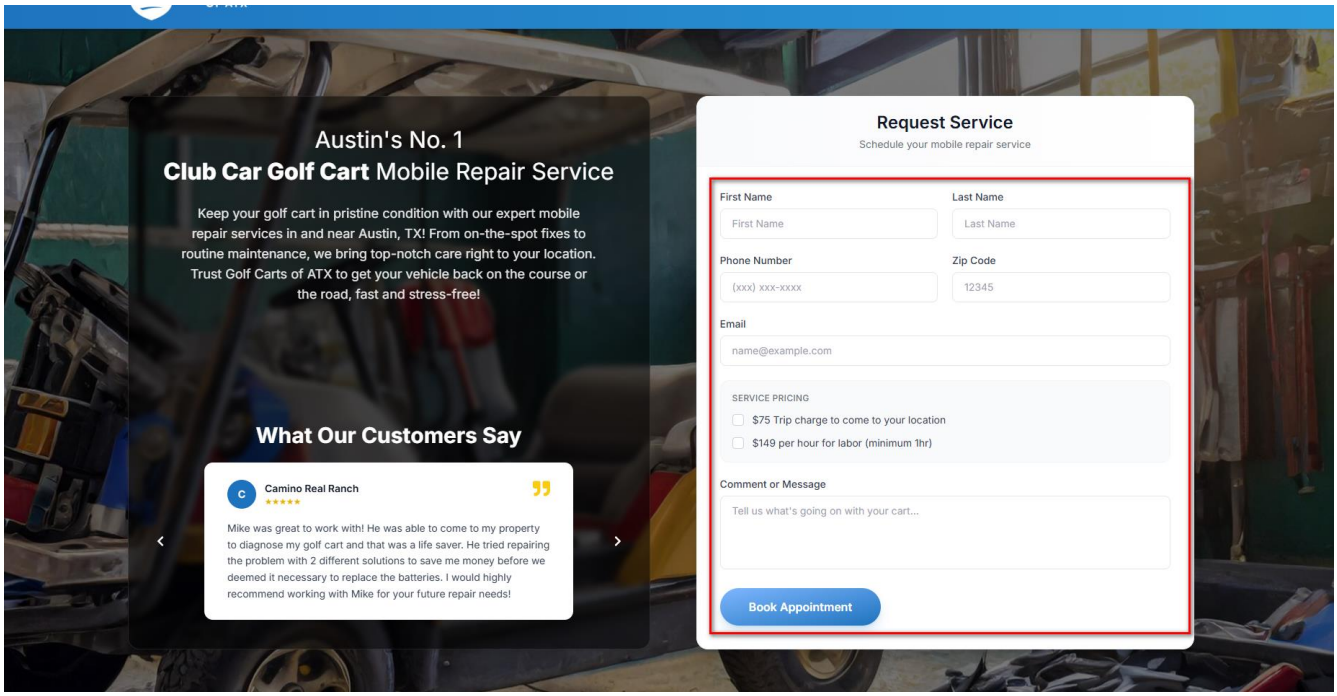


Мобільна версія

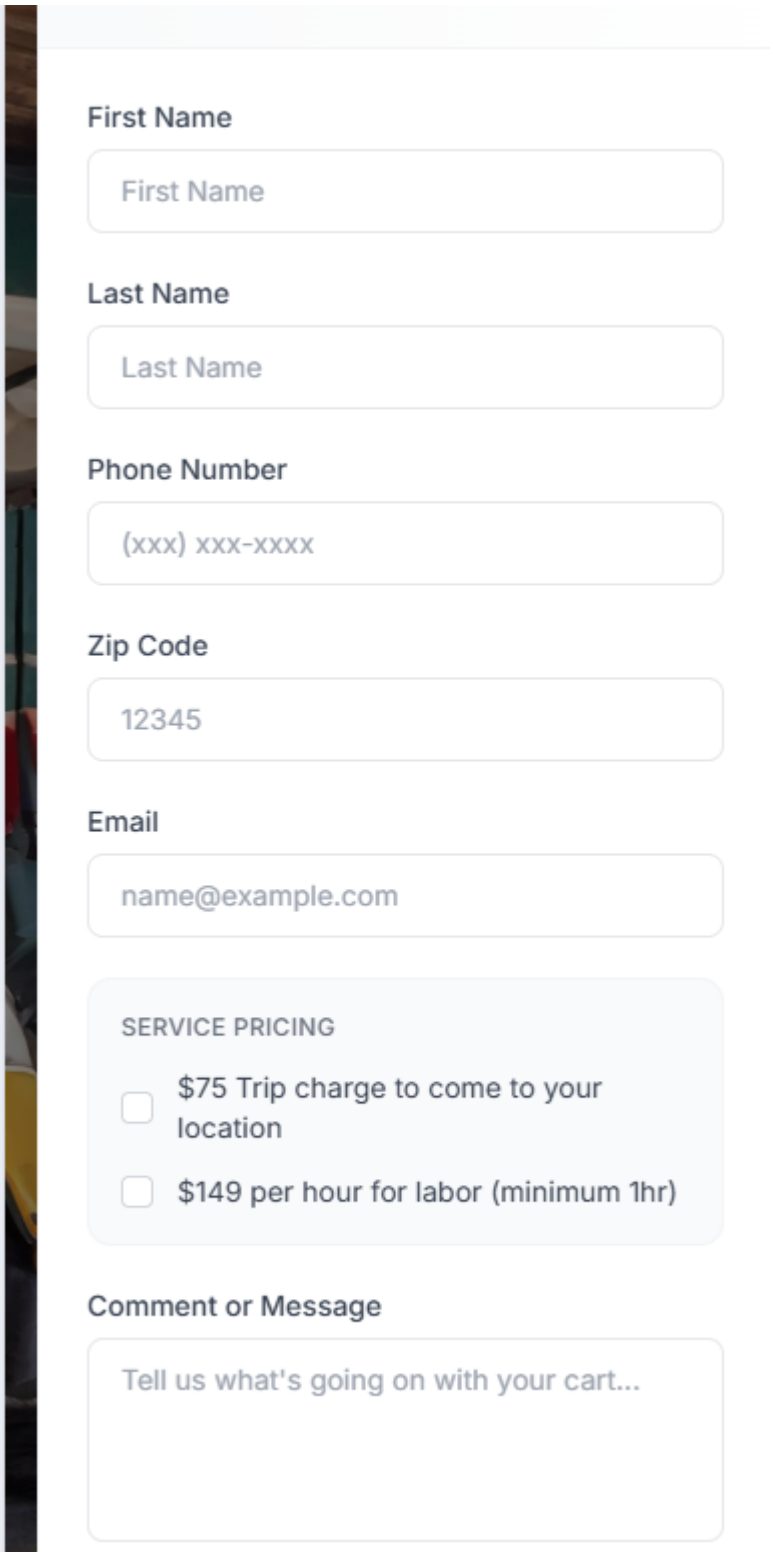


Обов’язкові поля ніяк не позначені.

<u>Десктопна версія</u>



Мобільна версія



Рекомендації

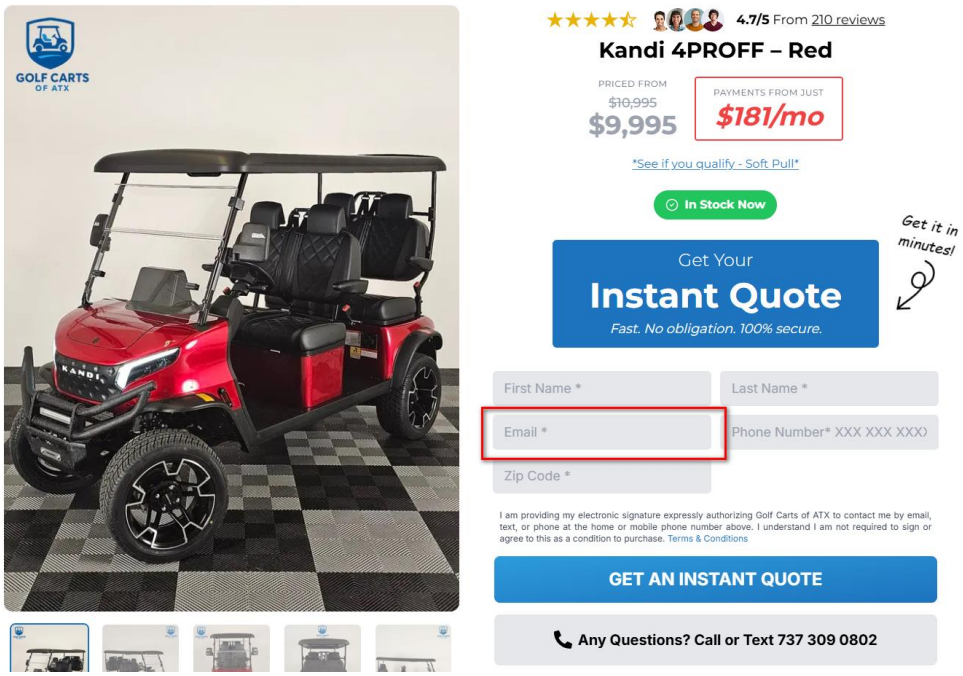
1. **Позначити обов'язкові поля символом "*".**
2. **Над формою або під нею додайте: "*" — обов'язкові поля.**

Форми для заповнення. Інформація про допустимі значення для введення

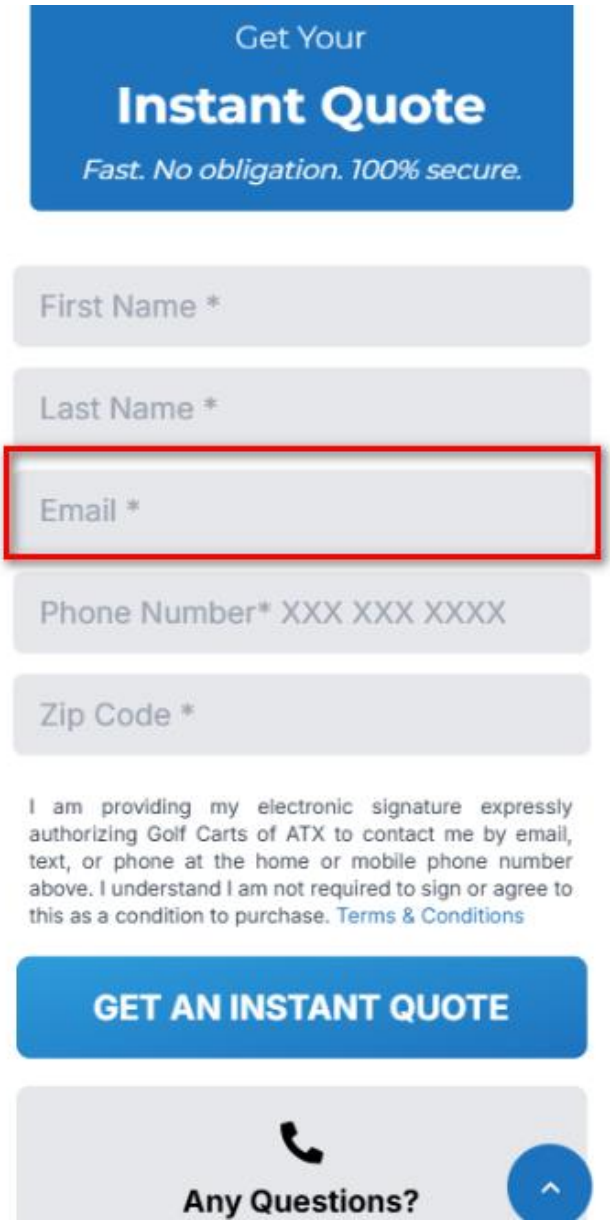
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

Під час заповнення форми в полях відсутня інформація про допустимі значення.

Десктопна версія



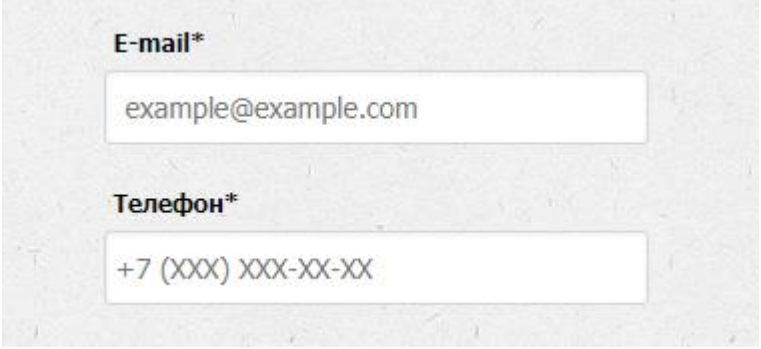
Мобільна версія



Рекомендації

1. **Додайте приклад правильного введення даних в обов'язкові поля.**

Наприклад:

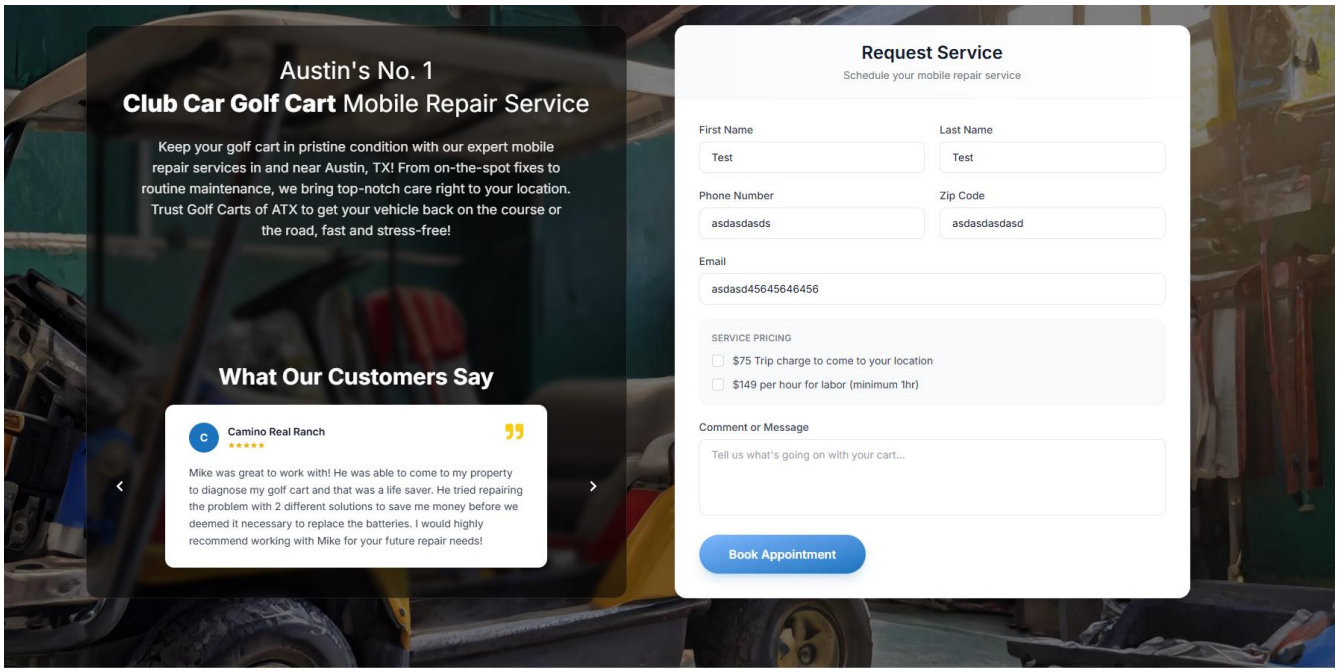


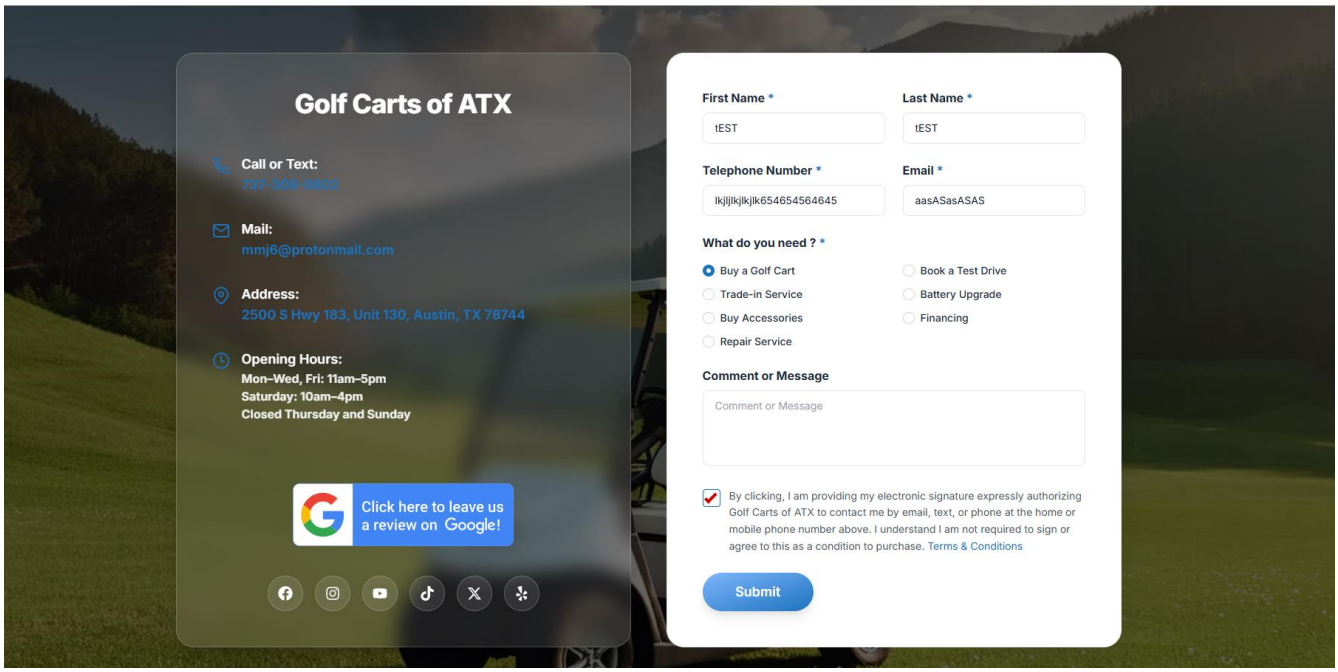
Форми для заповнення. Перевірка даних у процесі заповнення форм

Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

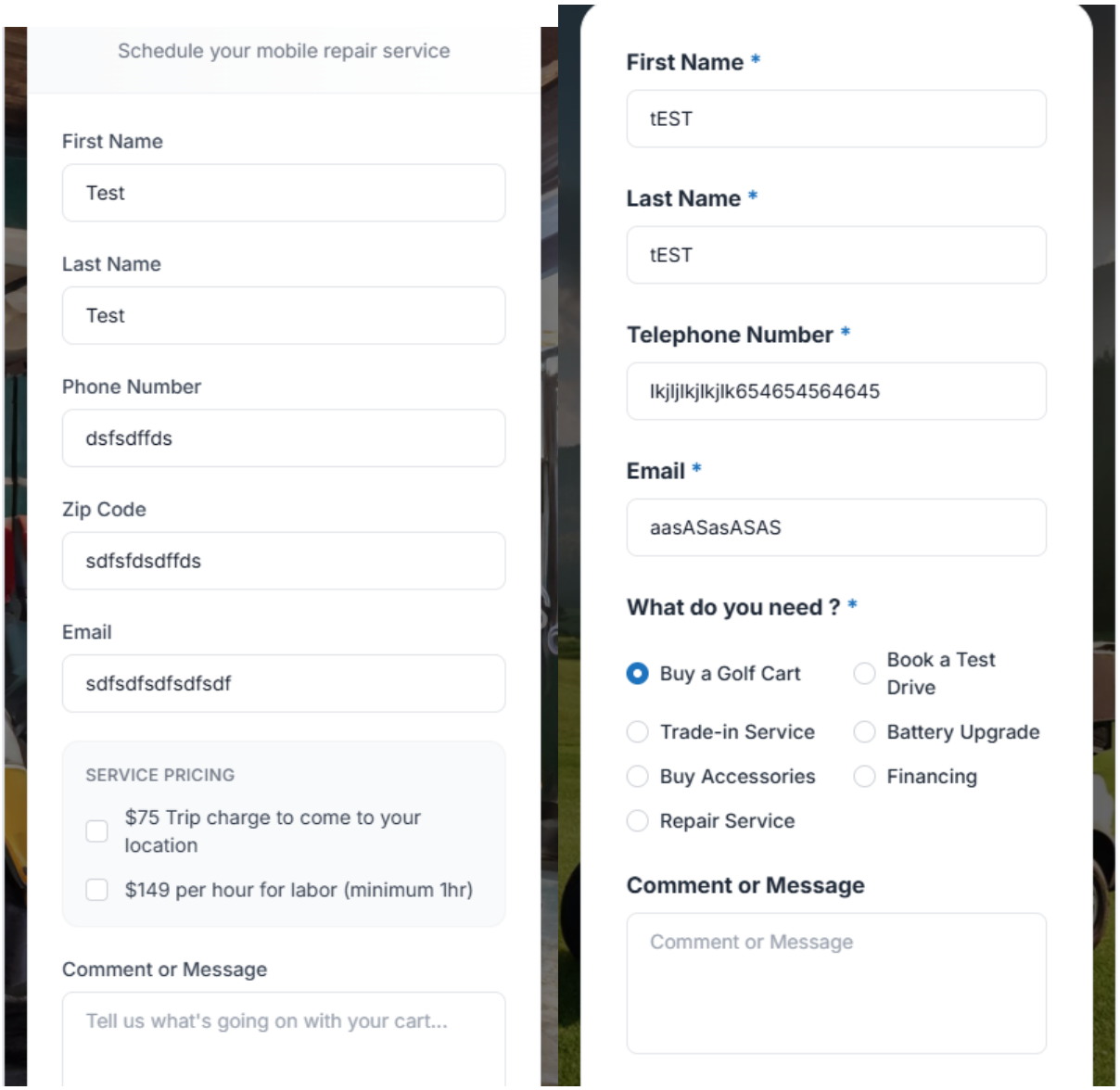
Під час заповнення форми значення полів перевіряються після надсилання даних на сервер.

Десктопна версія





Мобільна версія



Рекомендації

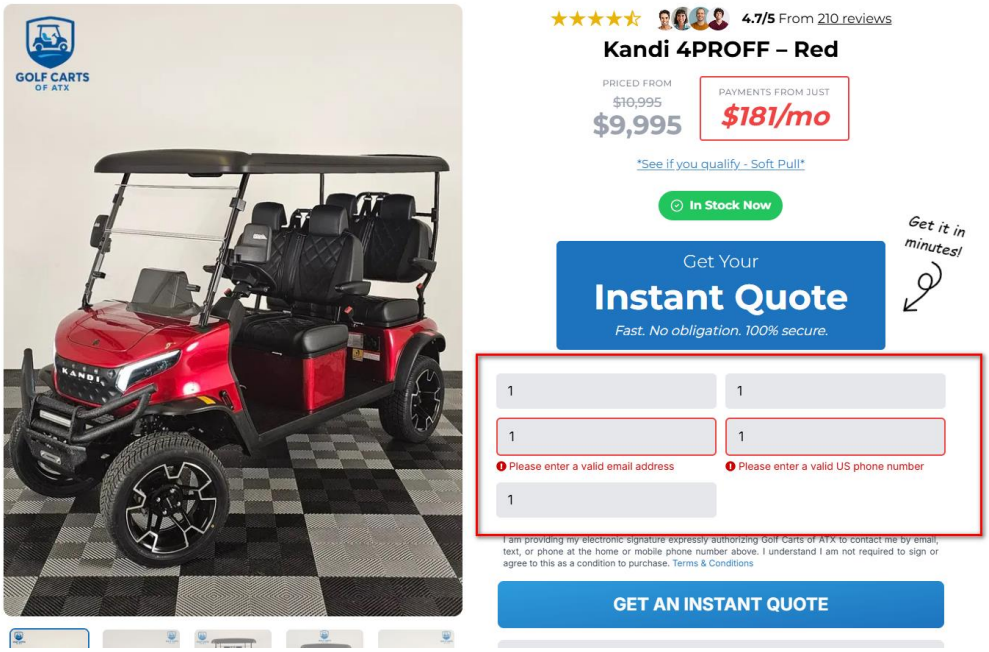
1. **Під час заповнення форми перевіряти введені дані безпосередньо в процесі заповнення.**

Форми для заповнення. Підписи полів

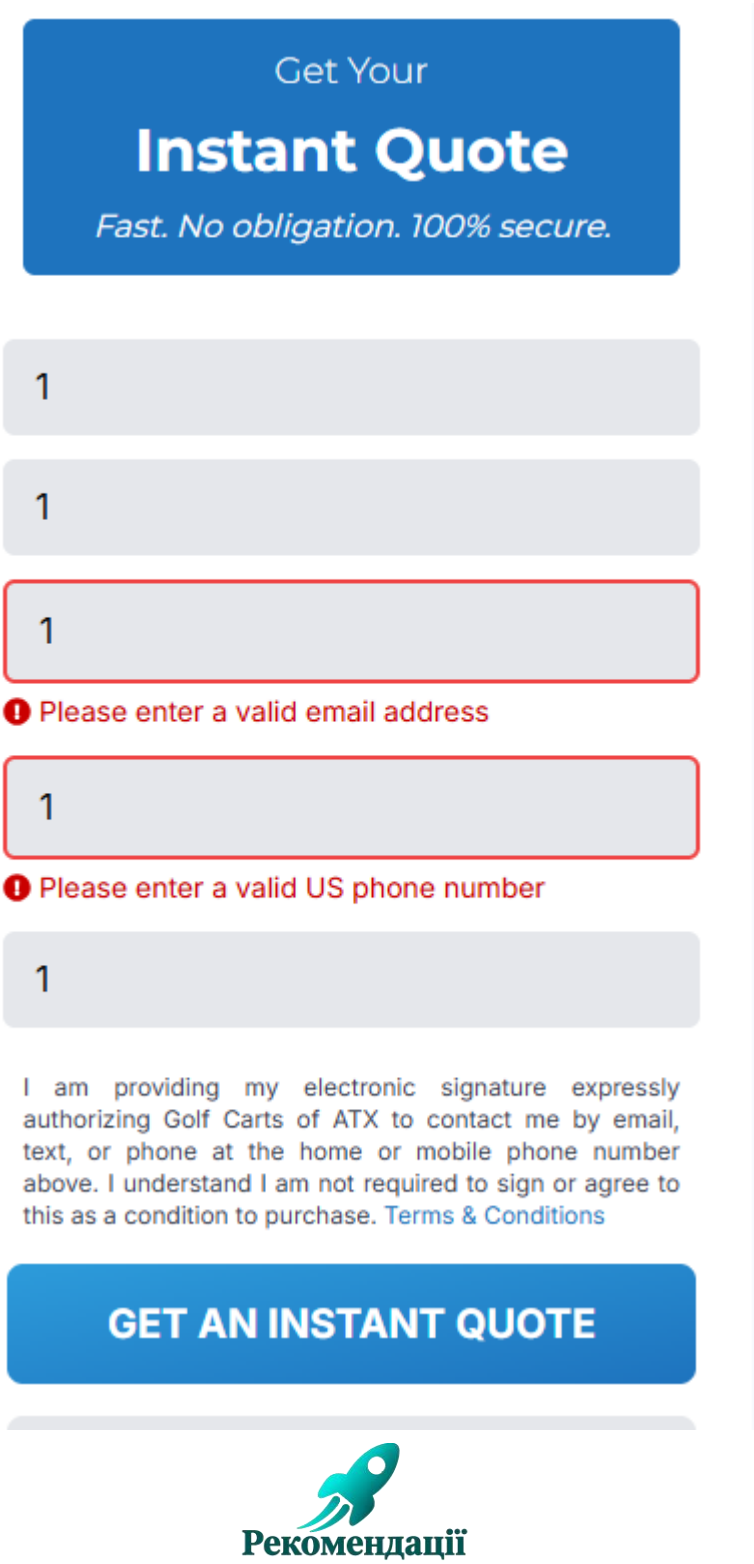
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

Під час заповнення форми підписи полів замінюються введеними даними.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

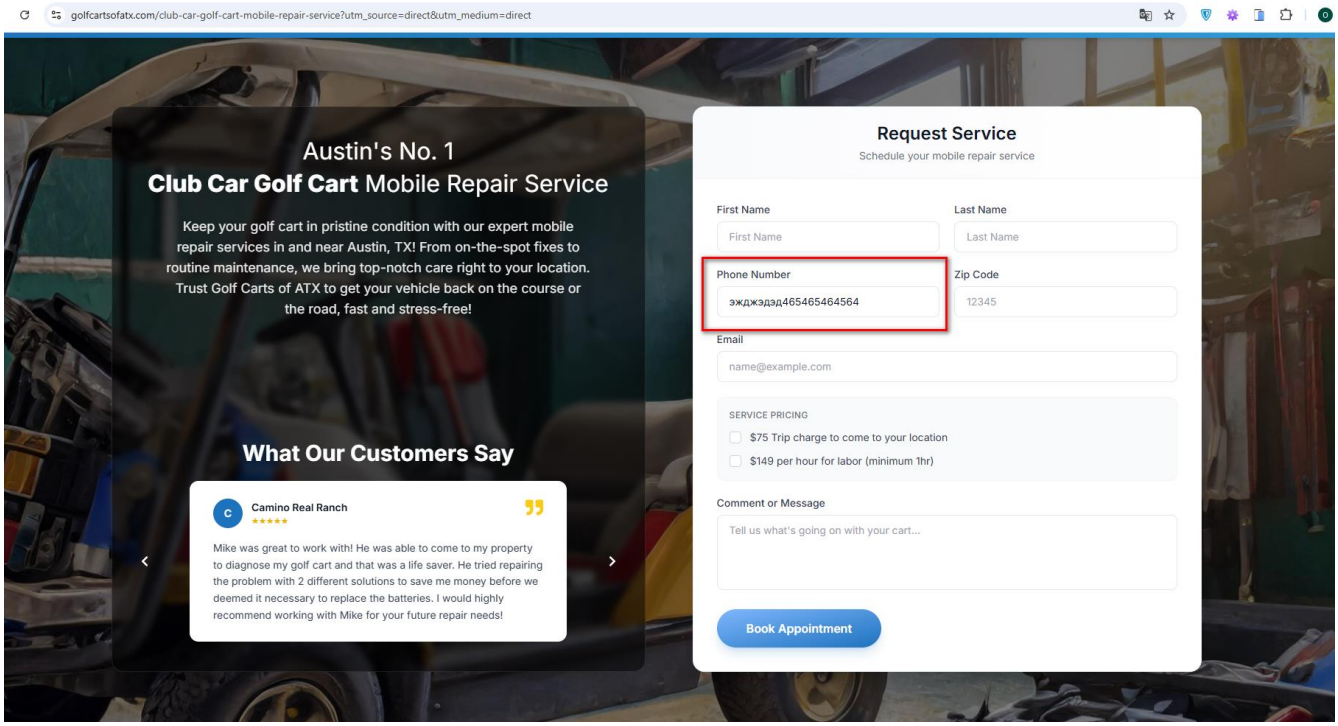
1. **Розташувати підписи за межами полів форми.**

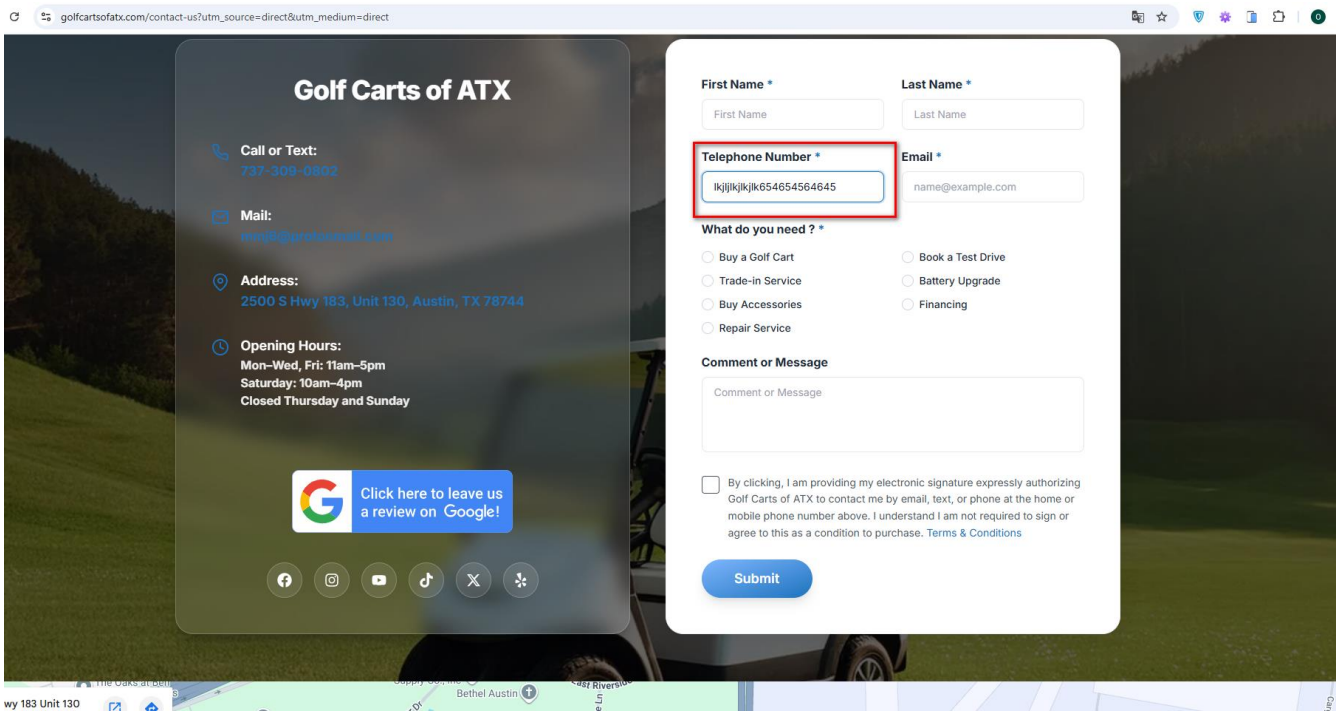
Форми для заповнення. Поле для введення номера телефону

Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

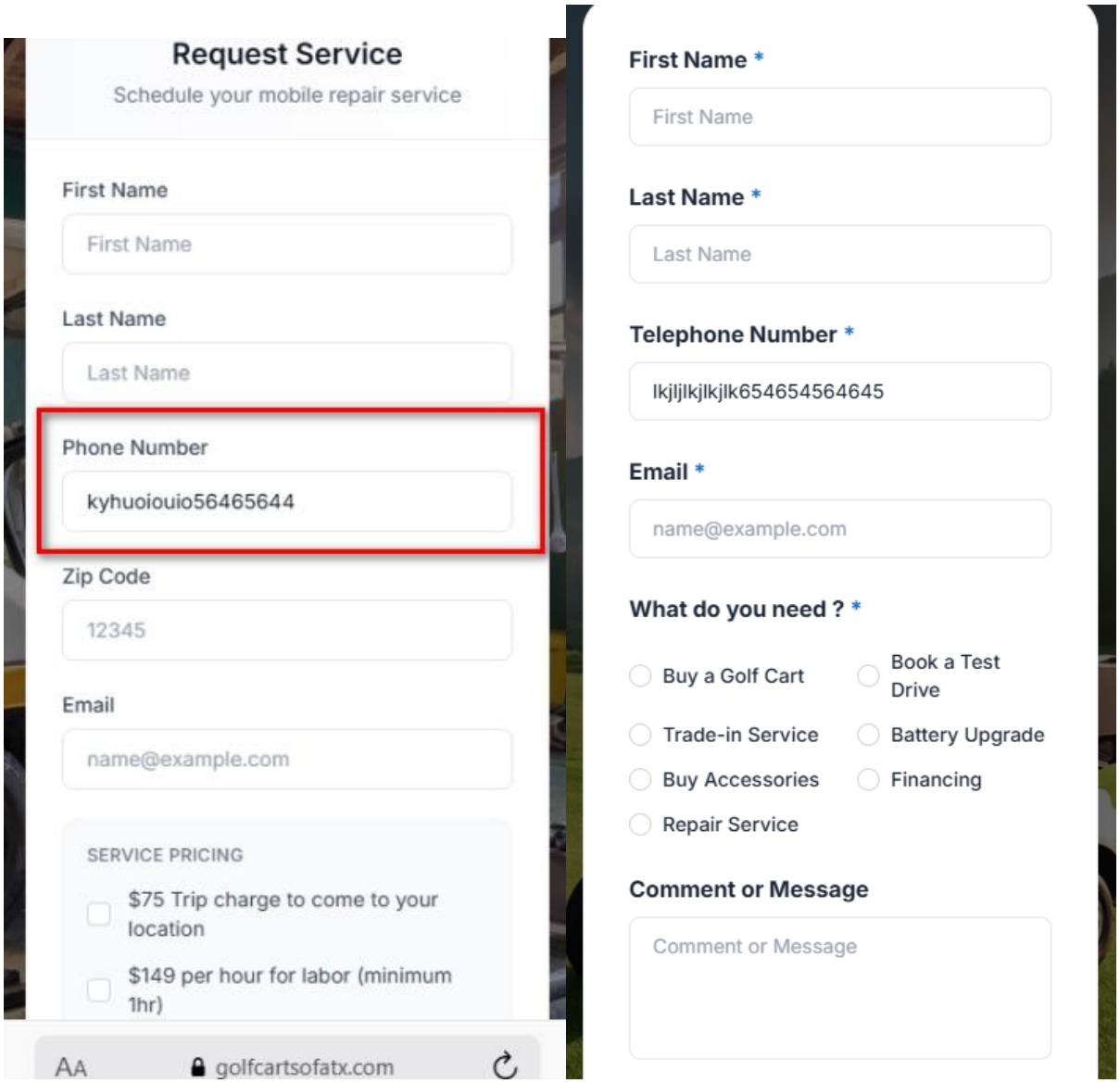
У поле для введення номера телефону можна ввести будь-яке значення.

Десктопна версія





Мобільна версія



Рекомендації

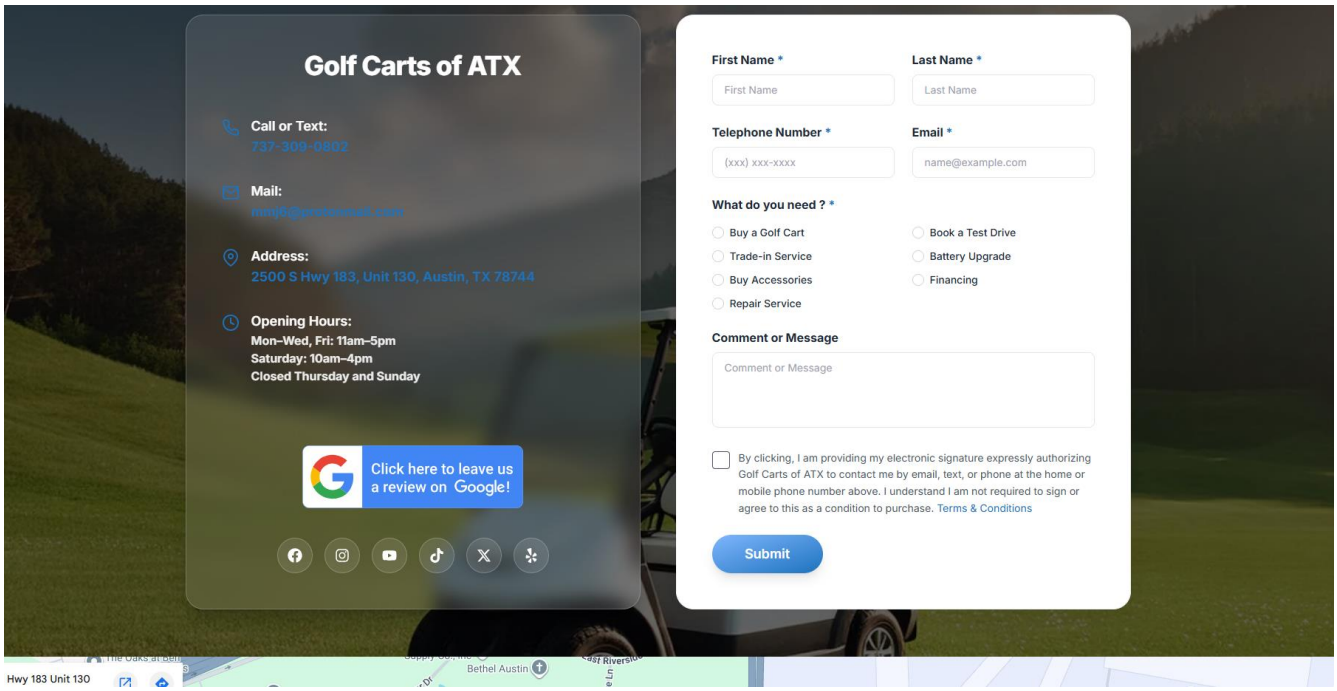
1. **У полі для введення номера телефону додати обмеження на введення лише цифр.**

Форми для заповнення. Додавання вкладених файлів

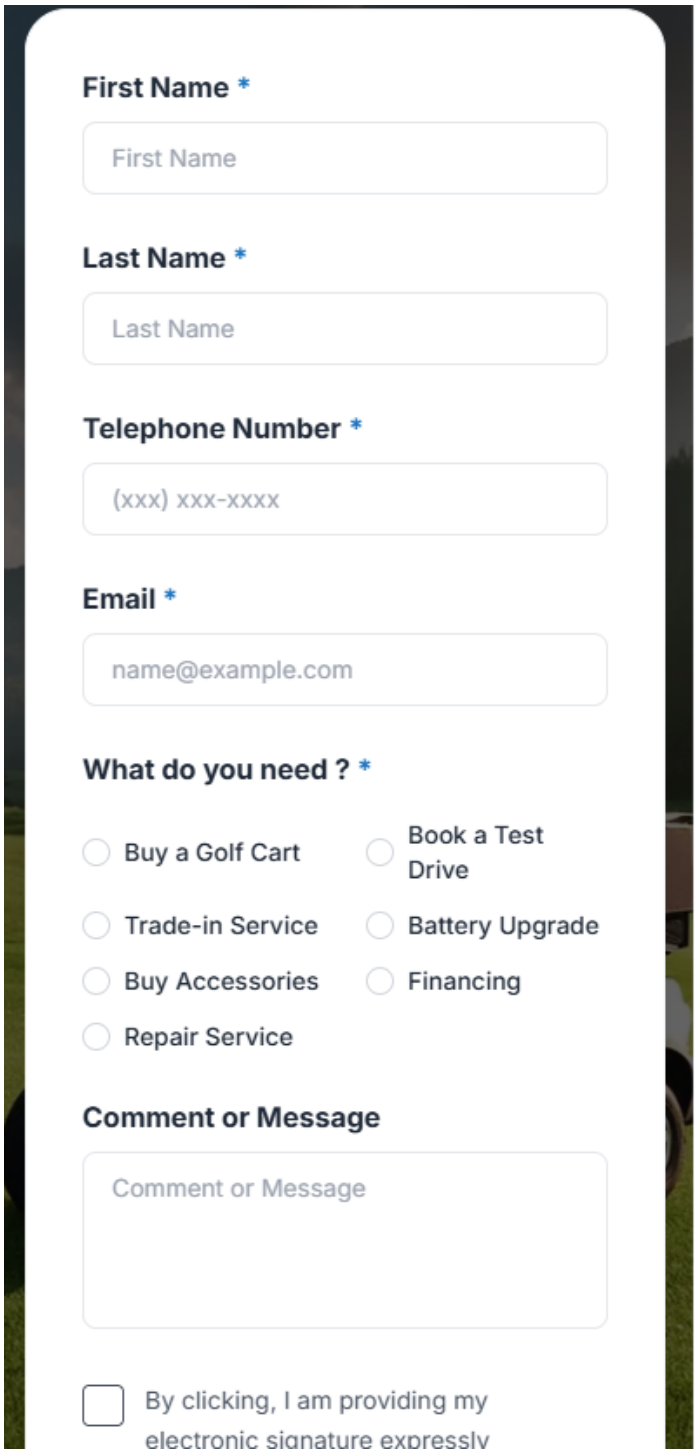
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

У формах для заповнення відсутній елемент для додавання вкладених файлів.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

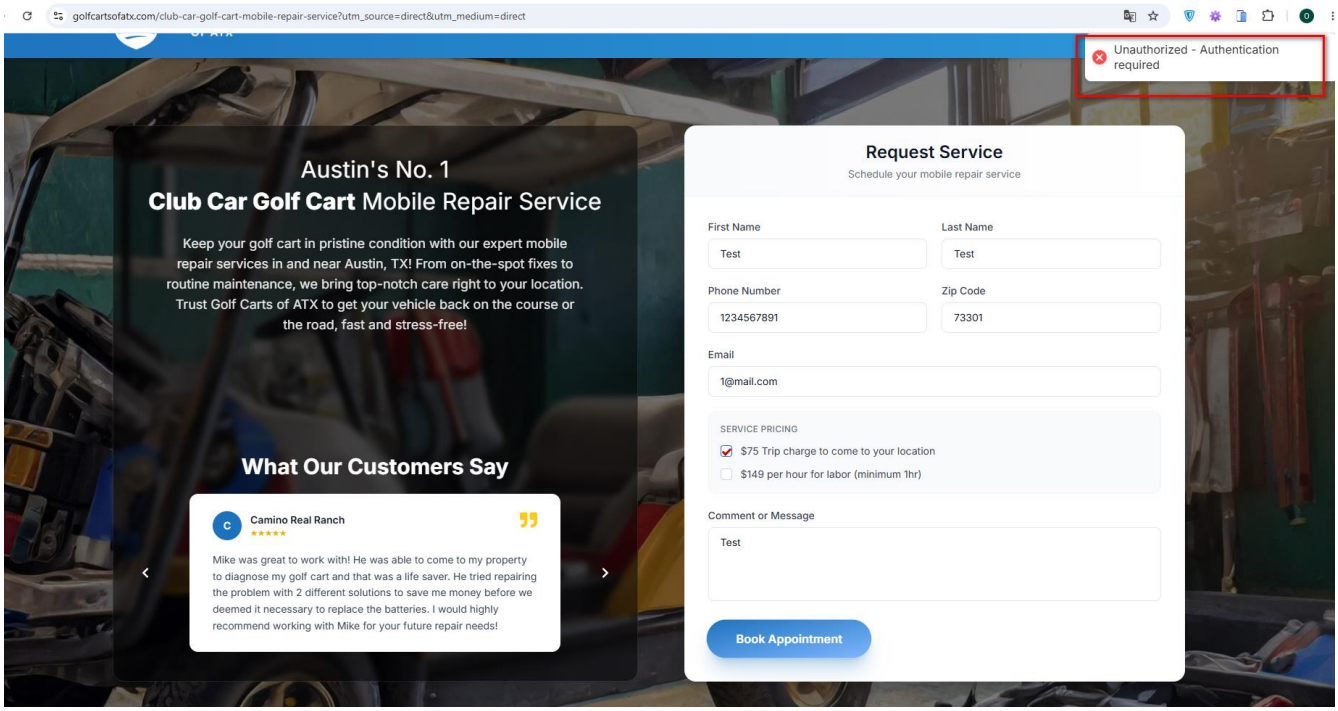
1. **Додати елемент для додавання вкладених файлів.**
2. **Поруч з елементом для додавання файлів додати інформацію про допустимі формати та розмір файлів.**

Форми для заповнення. Коректність роботи

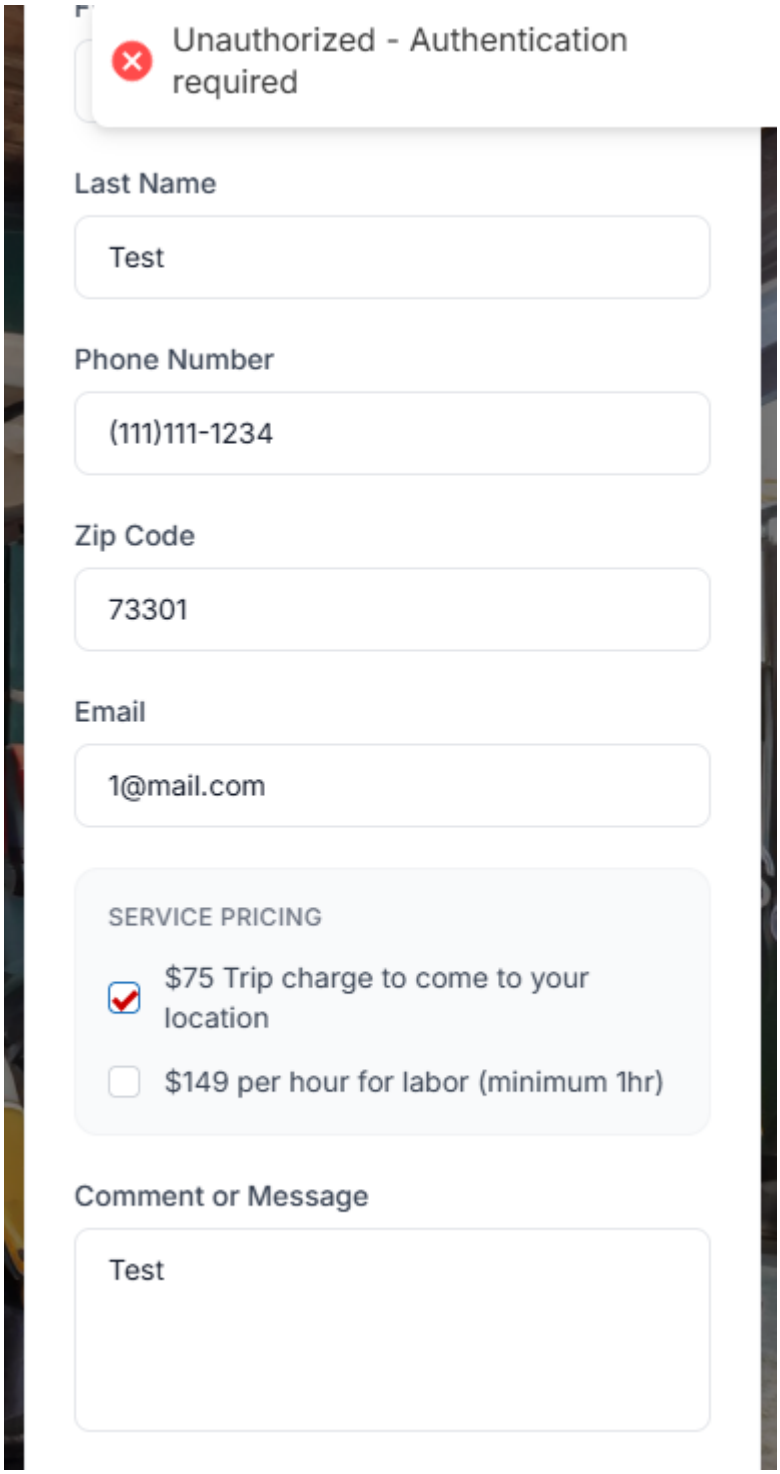
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

Форми не працюють. Після натискання кнопки надсилання відображається помилка.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

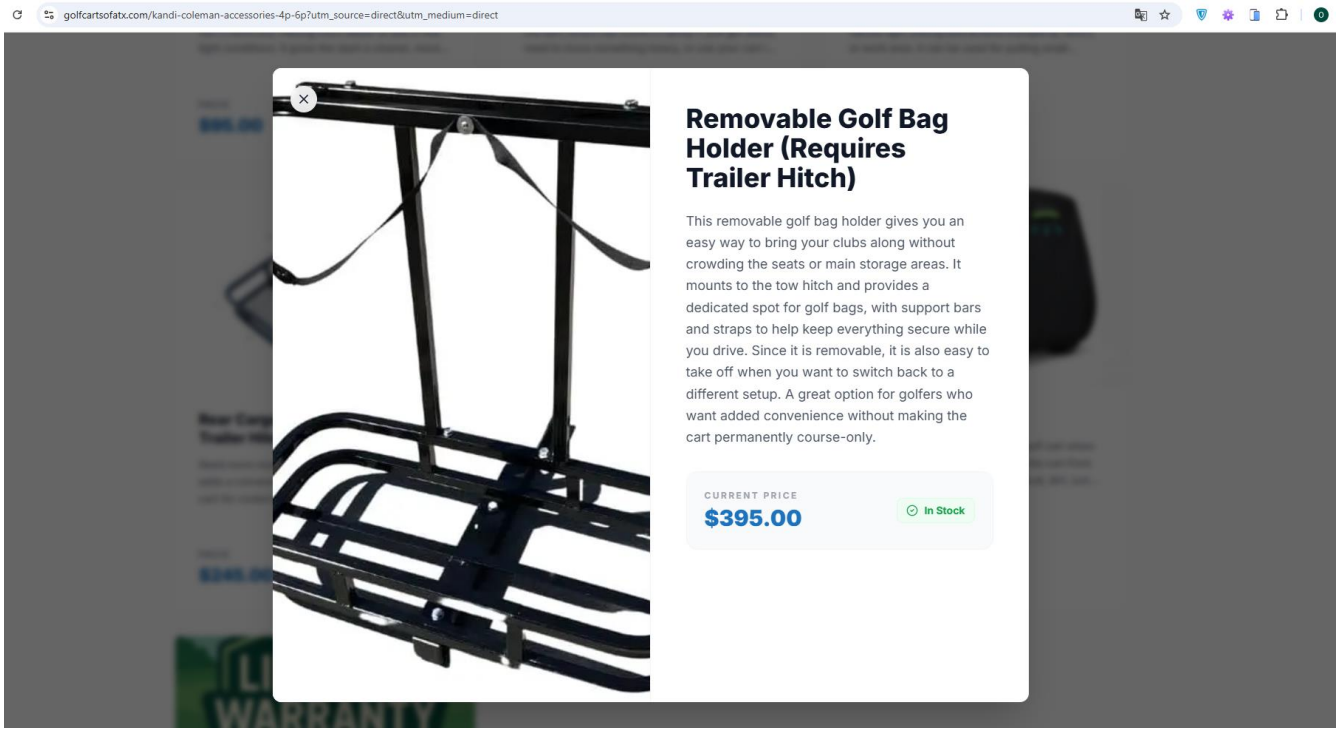
1. **Виправити роботу форм та елементів.**

Сторінки з аксесуарами

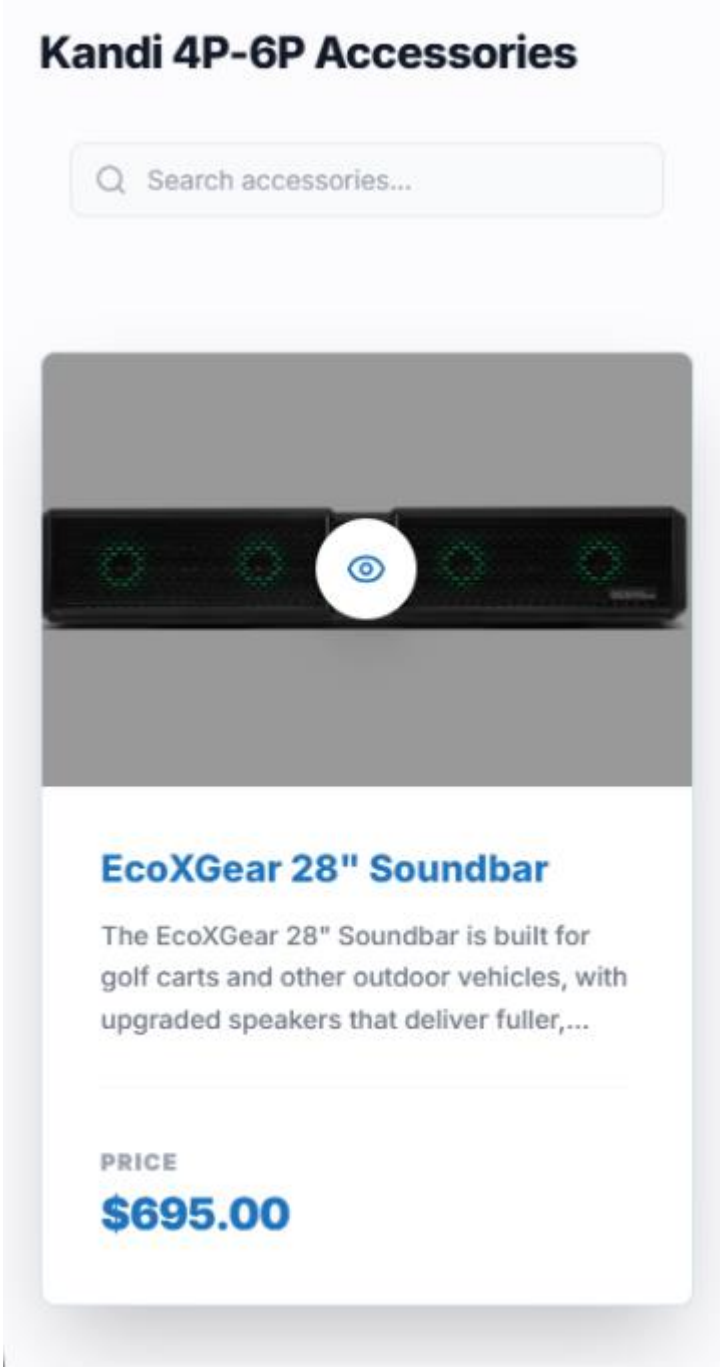
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

На сторінках немає елементів для замовлення товару.

<u>Десктопна версія</u>



Мобільна версія



Рекомендації

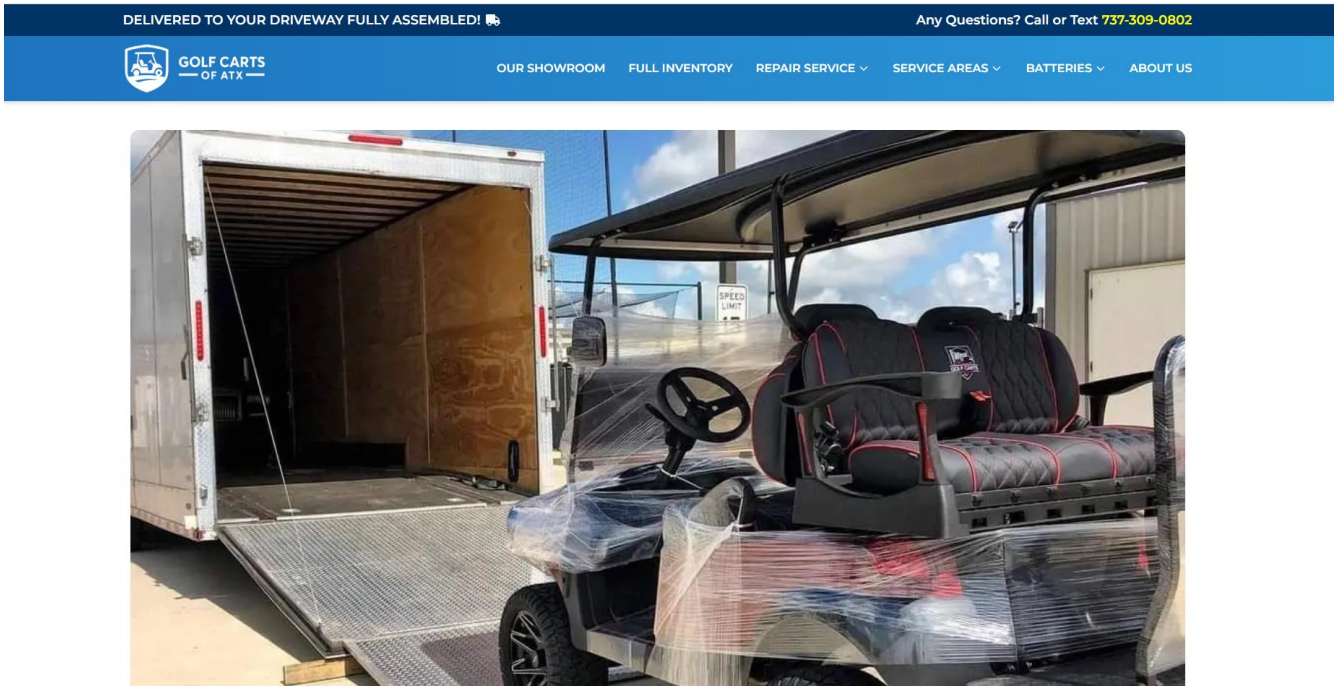
1. **Додати елемент для замовлення товару.**

Сторінка "Golf Cart Shipping"

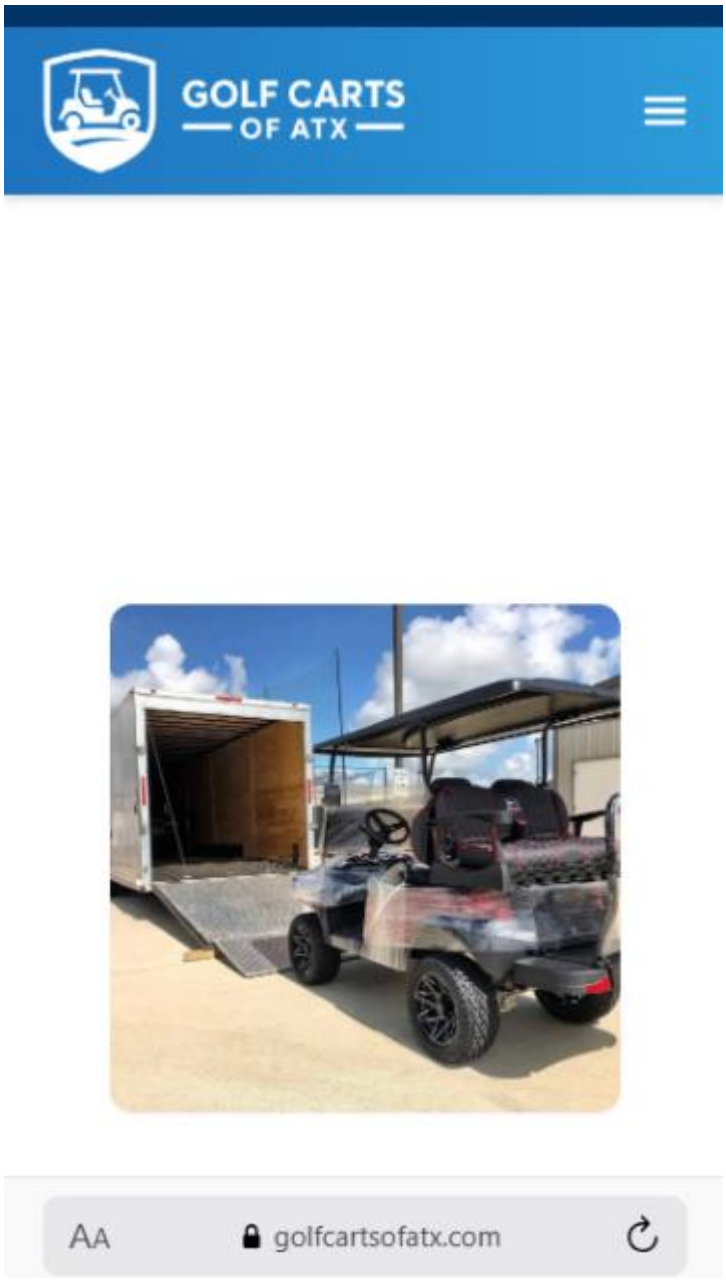
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

На сторінці немає інформації про доставку товару, є лише зображення.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

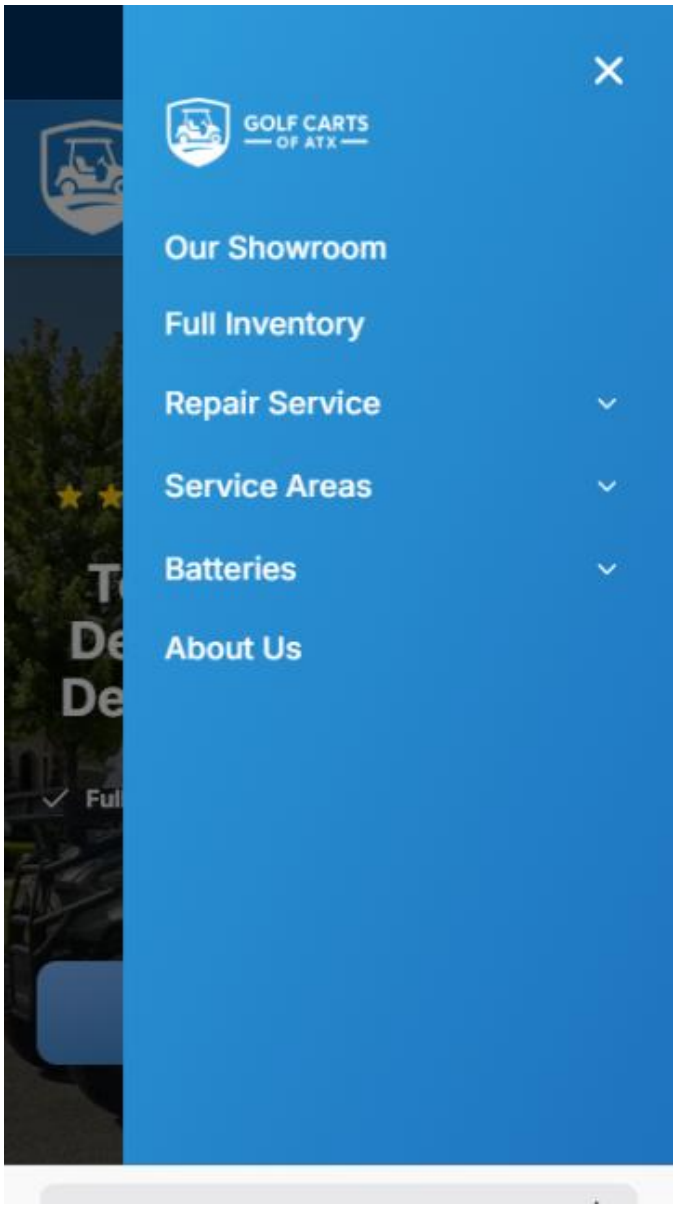
1. **Додати на сторінку інформацію про способи доставки.**

Головне меню. Контакти

Аналіз конверсійних елементів (лише для мобільної версії)

У головному меню немає контактної інформації.

Мобільна версія



Рекомендації

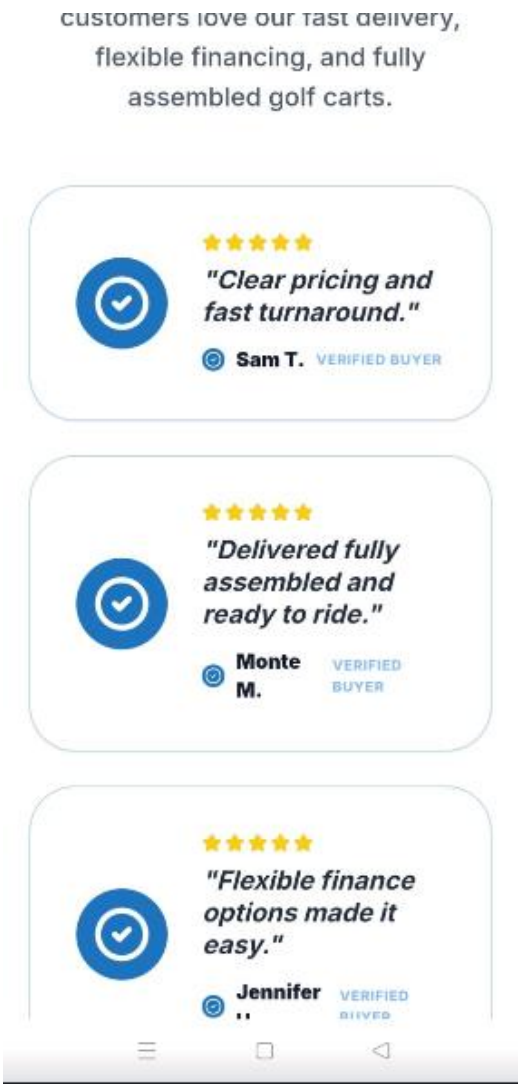
1. **Додати контактну інформацію до головного меню.**

Шапка сайту

Аналіз конверсійних елементів (лише для мобільної версії)

Шапка сайту з основним меню ("бургер") не відображається під час прокручування сторінок.

Мобільна версія



Рекомендації

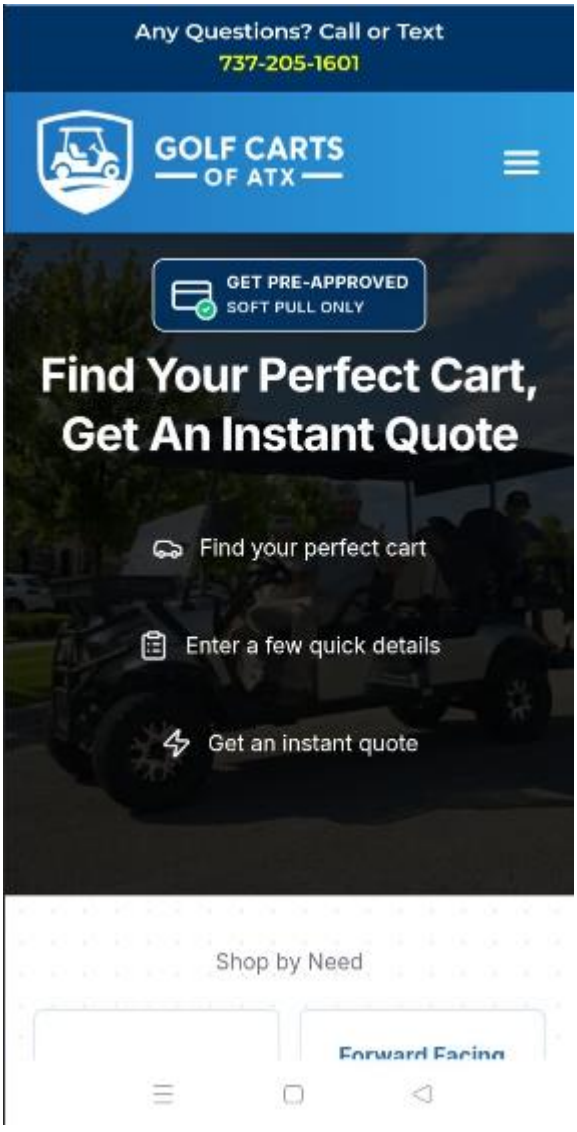
1. **Реалізувати шапку сайту з основним меню у вигляді плаваючого елемента.**

Сторінки категорій. Перший екран

Аналіз конверсійних елементів (лише для мобільної версії)

Блок займає весь перший екран, картки товарів розташовані далеко від першого екрана.

Мобільна версія



Рекомендації

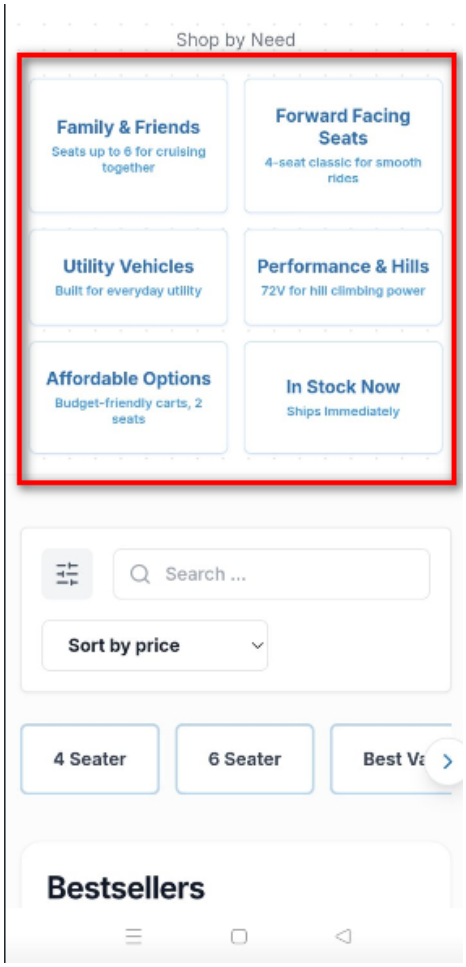
1. **Скоротити розмір блоку в першому екрані.**

Сторінки категорій. Елементи підкатегорій

Аналіз конверсійних елементів (лише для мобільної версії)

Елементи підкатегорій займають занадто багато місця, картки товарів користувач бачить лише в третьому екрані.

Мобільна версія



Рекомендації

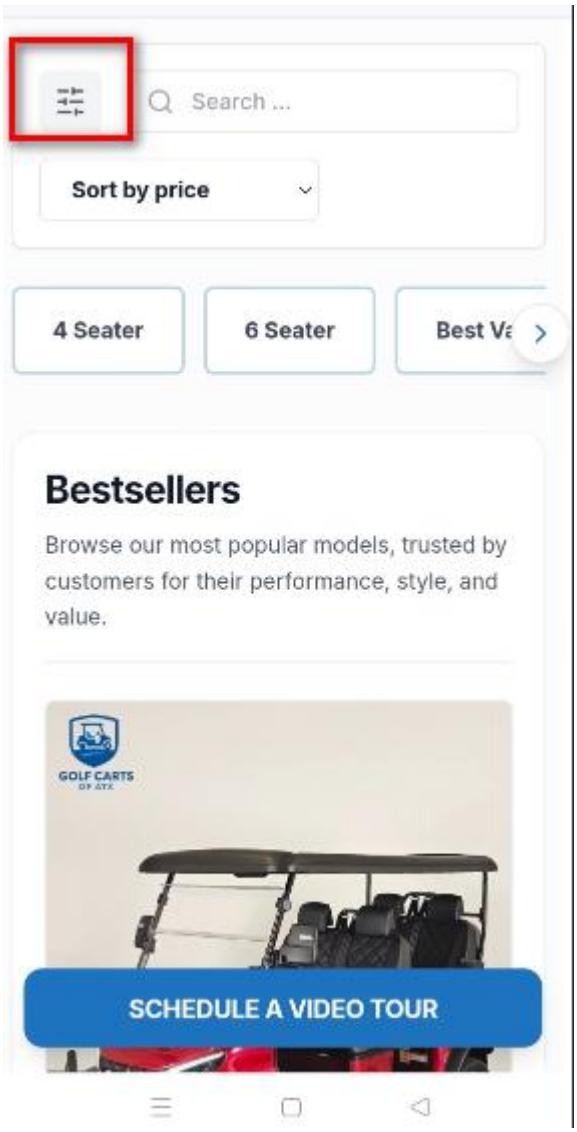
1. **Використовувати однорядковий блок із прокручуванням.**

Сторінки категорій. Фільтри

Аналіз конверсійних елементів (лише для мобільної версії)

Елементи фільтра непомітні.

Мобільна версія



Рекомендації

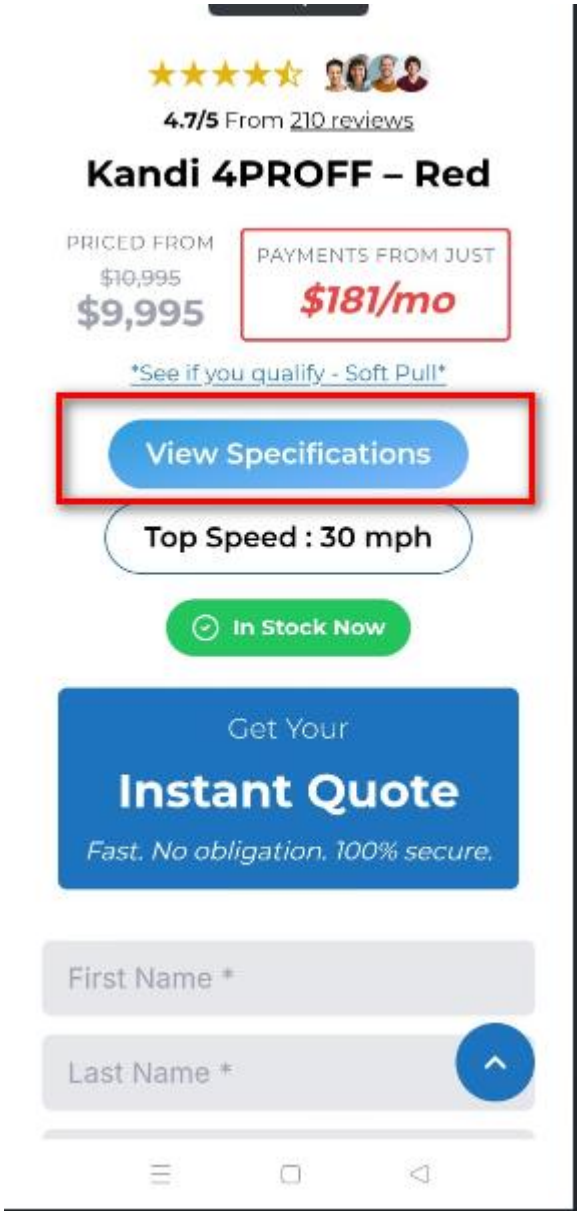
1. **Виділити елемент кольором або використовувати кнопку "Filters".**

Картки товарів. "View Specifications"

Аналіз конверсійних елементів (лише для мобільної версії)

Кнопка "View Specifications" не працює в мобільній версії сайту, переглянути характеристики товарів неможливо.

Мобільна версія



Рекомендації

1. **Виправте роботу елемента.**

Аналіз внутрішньої оптимізації

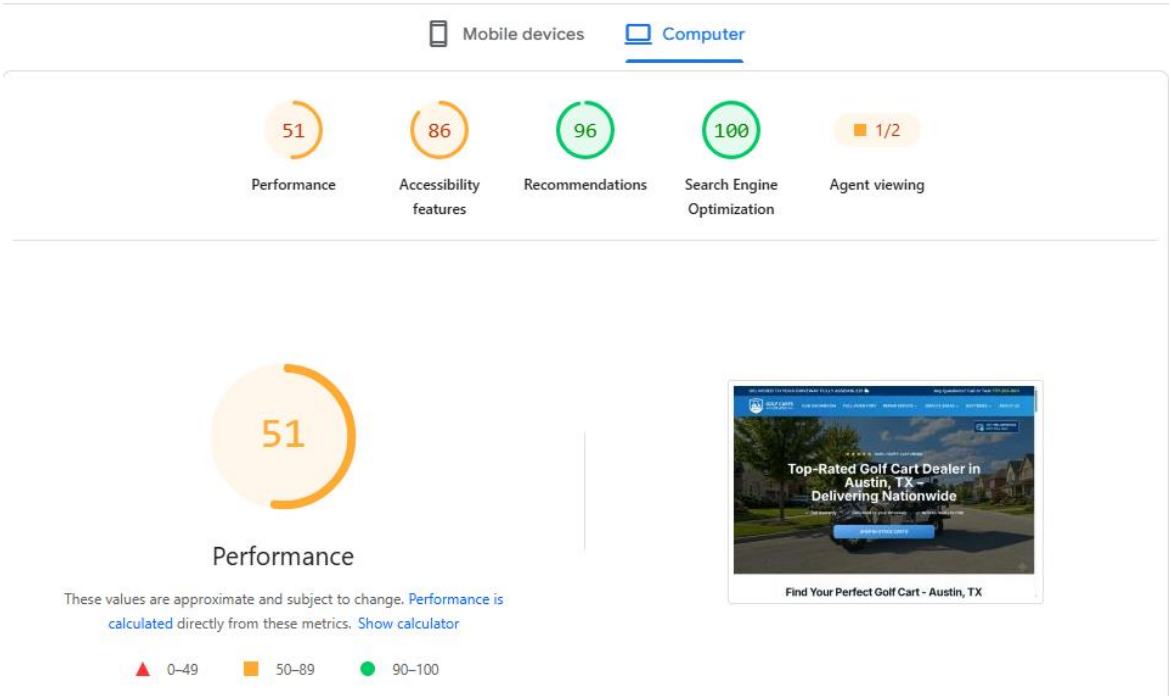


Продуктивність головної сторінки

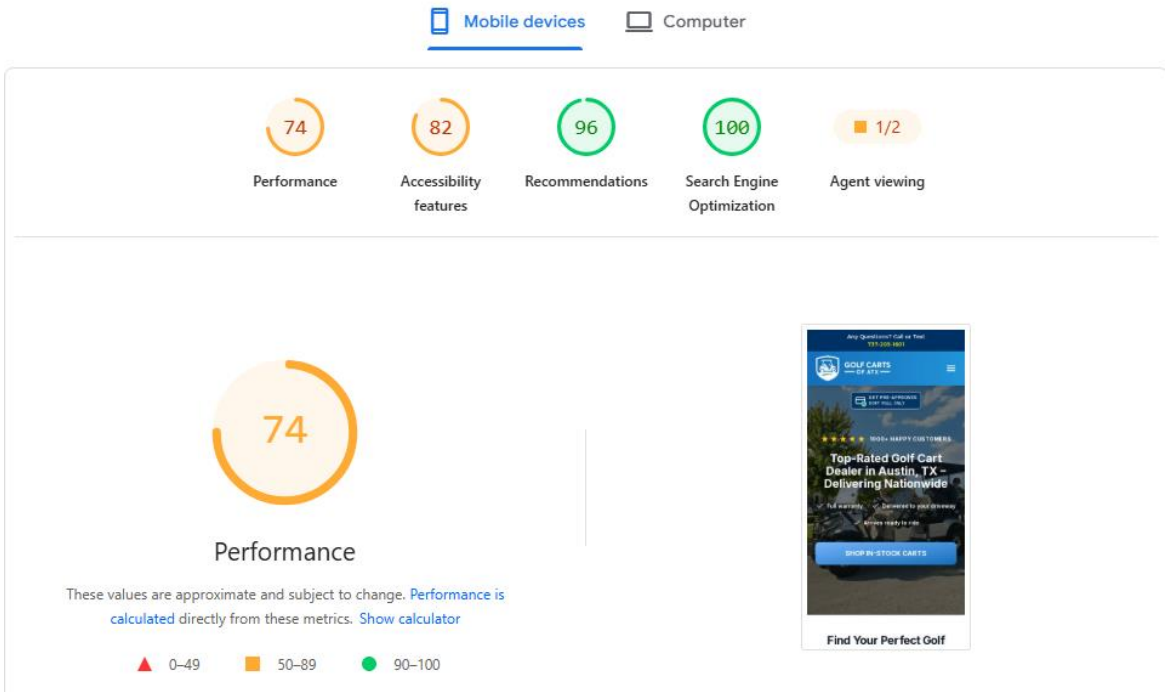
Аналіз внутрішньої оптимізації

Продуктивність головної сторінки нижче за норму.

Десктопна версія



Мобільна версія





1. **Рекомендації для десктопної версії:**

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

2. **Рекомендації для мобільної версії:**

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

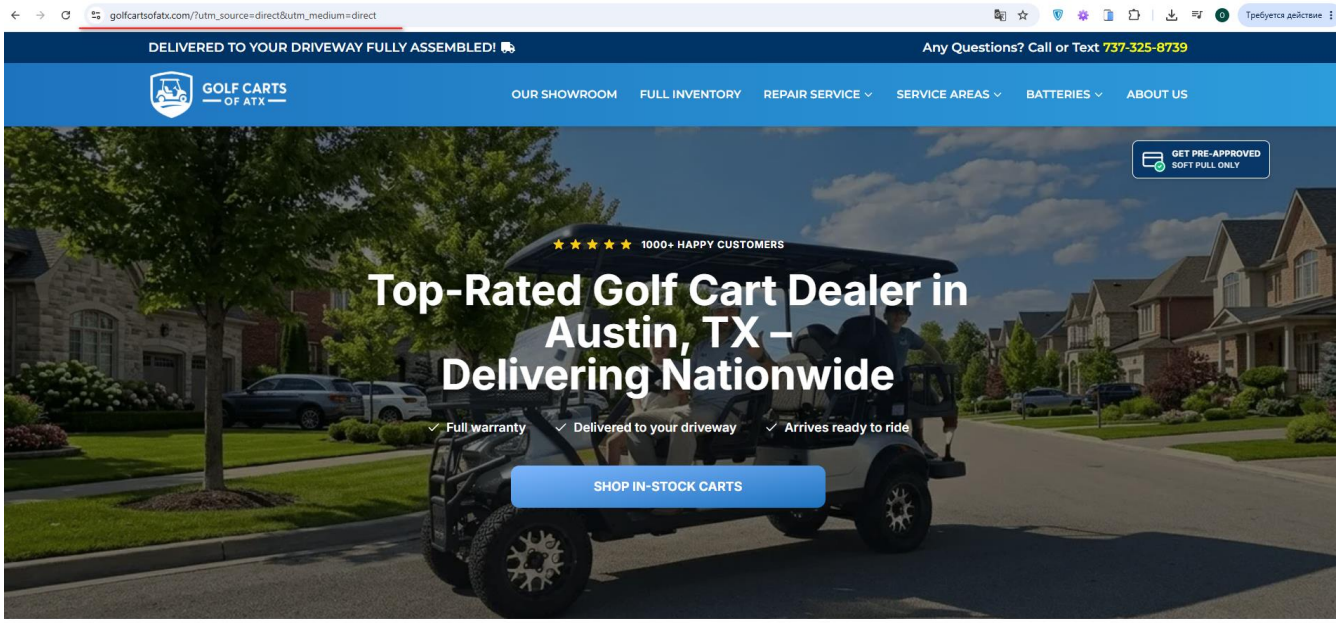


Чим швидше завантажується сторінка, тим вища ймовірність того, що користувач залишиться на ній. Пошукові роботи зчитують та аналізують дані, враховуючи швидкість завантаження сайту під час ранжування. Відповідно, вебресурси зі швидким відгуком мають більше шансів посісти вищі позиції в пошуковій видачі, що сприяє збільшенню їхньої відвідуваності.

URL. Редиректи

Аналіз внутрішньої оптимізації

На сайті використовуються URL-адреси з параметром utm_source, однак у файлі sitemap присутні сторінки без цього параметра.



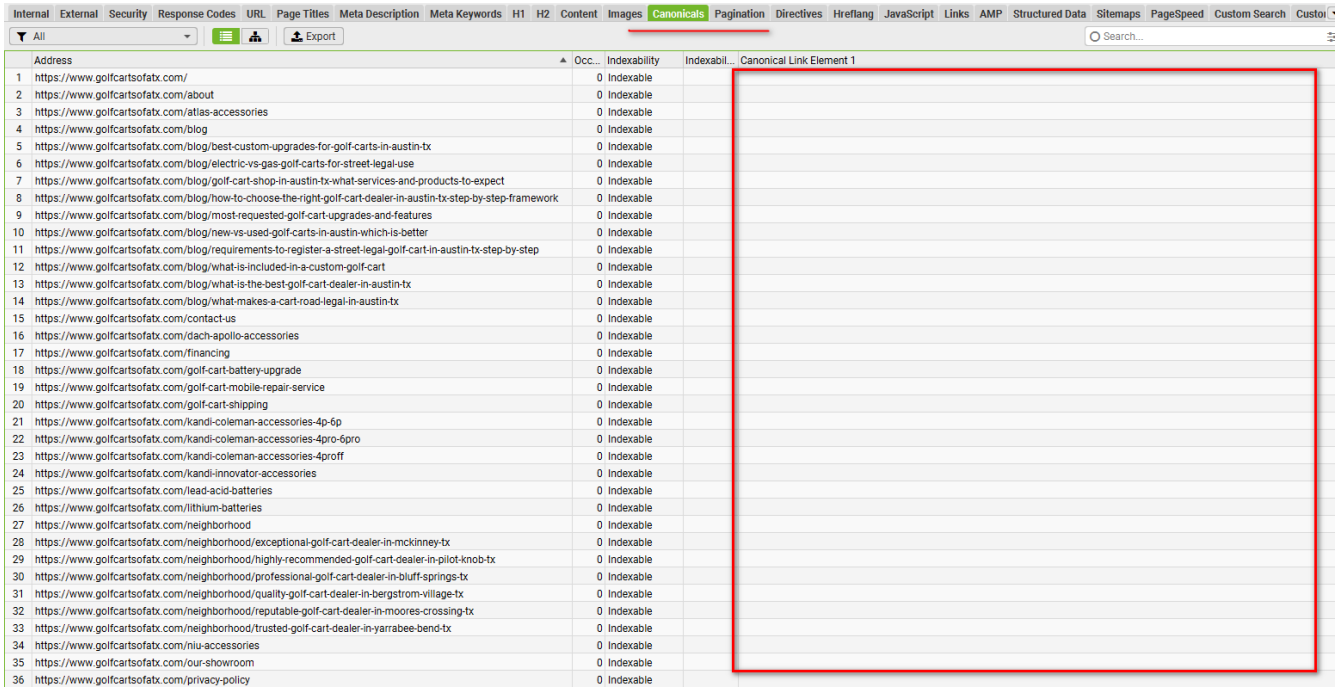
Рекомендації

1. **Використовувати URL-адреси без параметрів utm_source.**
2. **Використовувати URL-адреси з параметрами utm_source лише для рекламних кампаній.**
3. **У файлі robots.txt заборонити індексацію URL-адрес, що містять параметри utm_source.**

Аналіз використання атрибута rel="canonical"

Аналіз внутрішньої оптимізації

На сторінках не використовується атрибут rel="canonical".

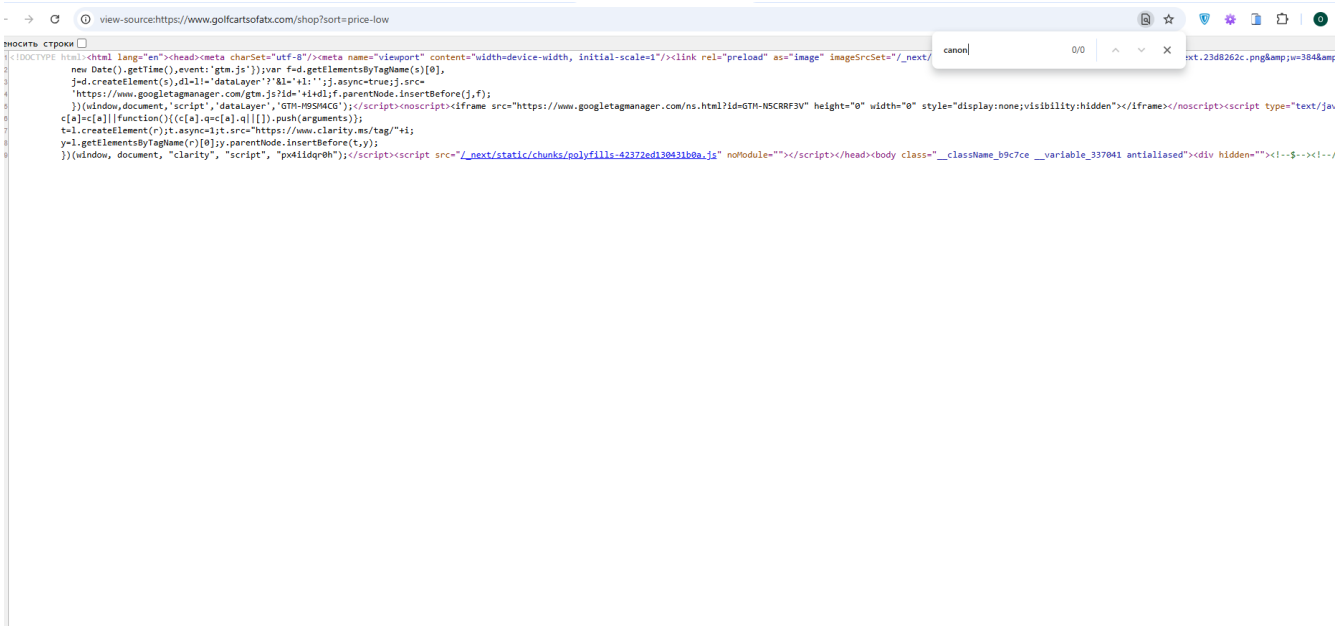


Internal | External | Security | Response Codes | URL | Page Titles | Meta Description | Meta Keywords | H1 | H2 | Content | Images | Canonicals | Pagination | Directives | Hreflang | JavaScript | Links | AMP | Structured Data | Sitemaps | PageSpeed | Custom Search

All | Export | Search...

	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 сторінках сортування, фільтрації тощо атрибут rel="canonical" не використовується.



view-source:https://www.golfcartsofatx.com/shop?sort=price-low

canon 0/0

На сторінках пагінації не використовується атрибут rel="canonical".



Рекомендації

1. **Додати атрибут rel="canonical" на сторінки сортування та фільтрації.**
2. **Додати атрибут rel="canonical" на сторінки пагінації.**
3. **Використовувати атрибут rel="canonical", щоб вказати основну сторінку категорії/розділу як канонічну.**
4. **Додати атрибут rel="canonical" на статичні сторінки, вказавши як значення посилання на саму цю сторінку.**

Чому важливо

Атрибут rel="canonical" усуває дублі, "склеюючи" сторінки, що копіюють один одного і, таким чином, дозволяє поліпшити ранжування сайту. Але на відміну від 301 редиректа (Moved Permanently), який перенаправляє користувачів на потрібну сторінку, атрибут rel = canonical призначений тільки для роботів. На взаємодії користувачів із сайтом це ніяк не позначається.

Заголовок Expires

Аналіз внутрішньої оптимізації



Заголовки Expires відсутні.

```
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
```

Рекомендації

1. **Налаштувати дати в заголовку таким чином:**
    - **Для головної сторінки дата має відрізнятися від поточної дати не більше ніж на 5 днів.**
    - **Для розділів/категорій дата має відрізнятися від поточної дати не більше ніж на 2 тижні.**
    - **Для товарів дата має відрізнятися від поточної дати не більше ніж на 1 місяць.**
    - **Для послуг дата має відрізнятися від поточної дати не більше ніж на 1 місяць.**
    - **Для статей дата має відрізнятися від поточної дати не більше ніж на 1 місяць.**

Чому важливо

За датою в заголовку Expires пошукові роботи можуть зрозуміти коли їм потрібно відвідати сторінку і перевірити, наскільки вона оновилася. Це дозволить не витрачати час пошукових роботів на сканування сторінок, на яких нічого не змінилося, а зосередити увагу на оновлених розділах і сторінках.

Заголовок Last-Modified

Аналіз внутрішньої оптимізації

Заголовки Last-Modified відсутні.

```
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!

Рекомендації

1. **Налаштувати дати в заголовку таким чином:**
    - **Для головної сторінки термін не більше 5 днів до поточної дати.**
    - **Для розділів/категорій термін не більше 2 тижнів до поточної дати.**
    - **Для товарів термін не більше 30 днів до поточної дати.**
    - **Для послуг термін не більше 30 днів до поточної дати.**
    - **Для статей термін не більше 30 днів до поточної дати.**

Чому важливо

Дані Last-Modified вказують на дату останньої зміни вмісту веб-сторінки.

Існують різні програми та скрипти, які дозволяють автоматично змінювати цю інформацію. Правильний вміст заголовка Last-Modified допоможе пошуковим роботам вибирати важливі сторінки індексації.

Файл robots.txt

Аналіз внутрішньої оптимізації

Файл robots.txt відсутній.





Правильний вміст файлу 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



1. **Створити файл robots.txt.**
2. **Розмістити файл у кореневій папці на сервері.**
3. **Заповнити файл вмістом, наведеним вище.**
4. **Незважаючи на те, що на сторінках сортування та фільтрації використовується атрибут rel=canonical, рекомендується використовувати вміст файлу robots.txt, наведений вище.**



Стандарт виключення роботів, також відомий як протокол виключення роботів або просто robots.txt, є стандартом, який використовує веб-сайти для зв'язку з веб-краулерами та іншими веб-роботами. Стандарт визначає, як інформувати веб-робота про те, які області веб-сайту не слід обробляти чи сканувати.

Биті посилання

Аналіз внутрішньої оптимізації

На сайті виявлено посилання, які ведуть на неіснуючі або видалені сторінки.

Розташування	Биті посилання	Status Code
https://www.golfcartsofatx.com/	https://www.golfcartsofatx.com/contact	404
https://www.golfcartsofatx.com/contact-us	https://www.golfcartsofatx.com/terms	404

Рекомендації

1. **Видалити або відредагувати биті посилання.**

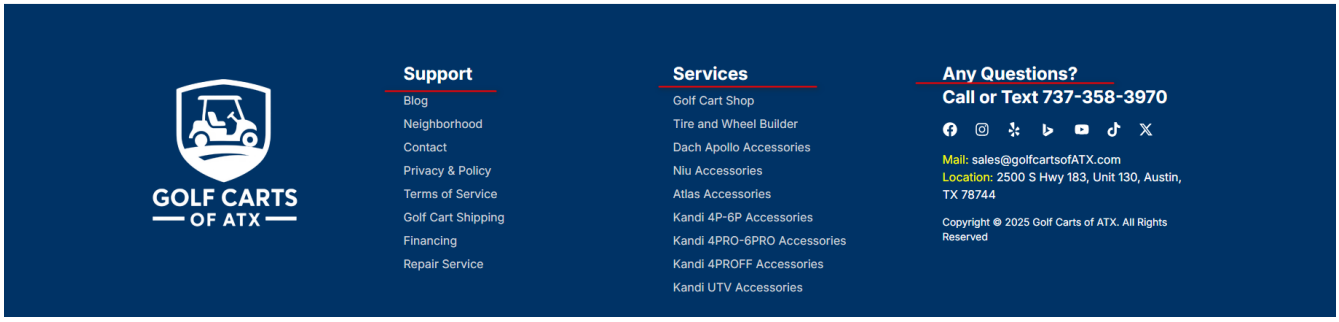
Чому важливо

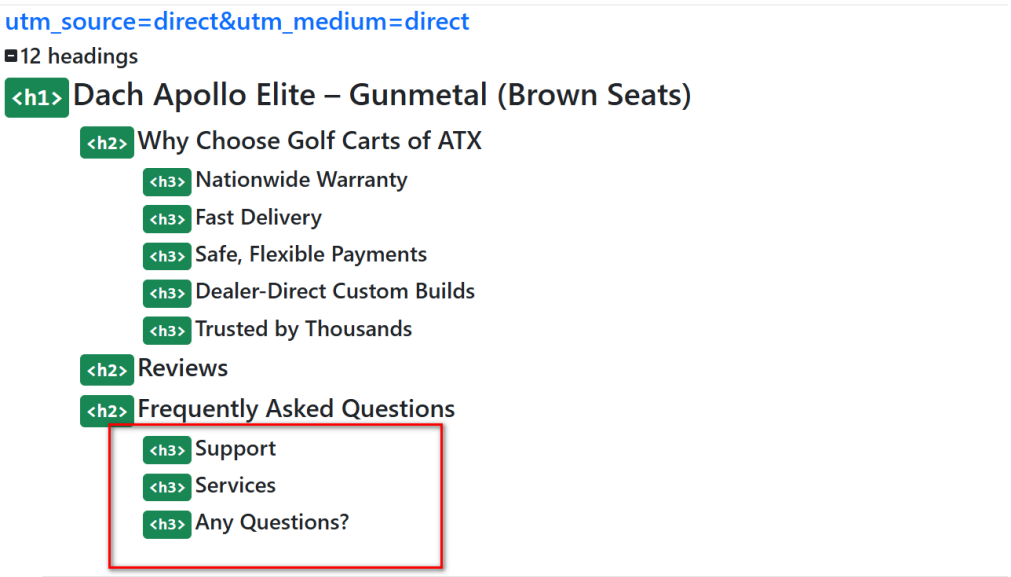
Биті посилання - посилання, що ведуть на неіснуючі чи віддалені сторінки. Биті посилання погіршують навігацію та ускладнюють індексацію вашого сайту пошуковими роботами. Рекомендується вчасно видаляти чи редагувати будь-які биті посилання.

Оформлення однакових елементів тегами заголовків h1, h2, h3, h4

Аналіз внутрішньої оптимізації

На сайті в тегах h3 виявлено заголовки для пунктів меню та технічних елементів, які однакові на всіх сторінках.





Рекомендації

1. **Видалити заголовки h3 з наскрізних елементів.**

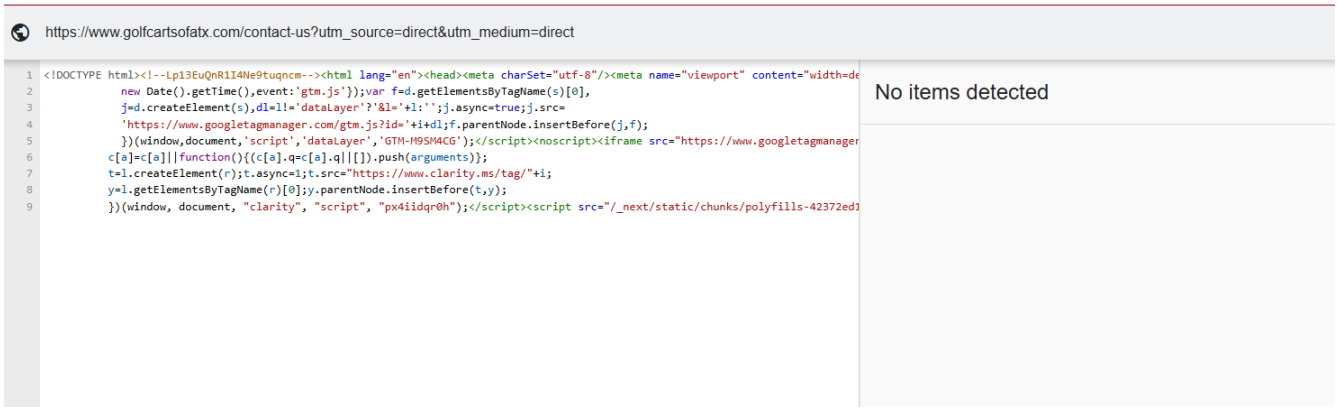
Чому важливо

Використовуючи заголовки (h1, h2, h3, h4) на сторінці, можна виділити ключові слова для пошукових систем. Але за кількістю цих заголовків необхідно стежити. Рекомендована кількість заголовків: h1 = 1; h2 = 3; h3 = 5; h4 = 7 (для тексту обсягом 5000 символів). Чим менше тексту на сторінці, тим менше має бути заголовків.

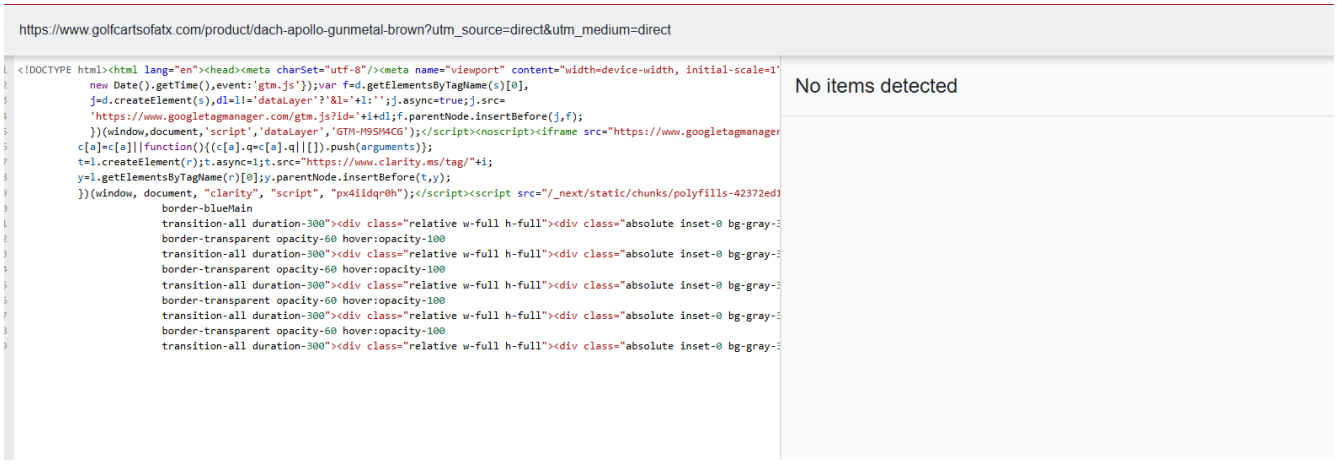
Розмітка Schema.org

Аналіз внутрішньої оптимізації

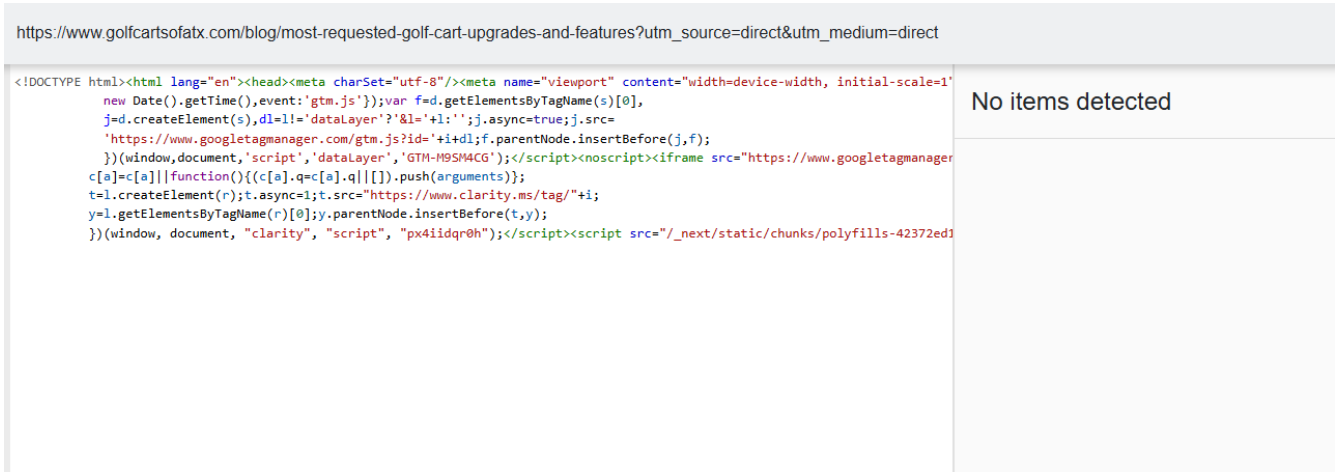
На сторінці контактів не виявлено розмітку Schema.org (Organization).



На сторінках товарів не виявлено розмітку Schema.org (Product).



На сторінках статей не виявлено розмітку Schema.org (Article).



Рекомендації

1. **Додати розмітку Schema.org на сторінку контактів (Organization).**
2. **Додати розмітку Schema.org на сторінки товарів (Product).**
3. **Додати розмітку Schema.org на сторінки статей (Article).**

Чому важливо

Мікроформати дозволяють пошуковим системам краще ідентифікувати контент на сторінках сайту, перетворюючи його на структуровані блоки інформації. Вони використовуються для виділення певних типів контенту. Кількість типів мікроформатів для різних типів контенту постійно збільшується. Тому рекомендується використовувати всі можливі мікроформати для вашого сайту.

Використання метатегів "TITLE"

Аналіз внутрішньої оптимізації



Деякі метатеги title, прописані на вашому сайті, занадто довгі та містять багато зайвих 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 сайті занадто короткі метатеги title.

Наприклад:

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

Повний перелік у додатковому файлі "Короткі title".

Метатеги Title на вашому сайті дублюються.

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

Метатеги Title відсутні на сторінках.

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

Рекомендації

1. **Зібрати семантичне ядро.**
2. **Довжина метатега title має бути в межах 50–85 символів.**
3. **Метатеги title не повинні дублюватися на сторінках сайту.**
4. **Скласти метатеги title на основі семантичного ядра та ключового слова/слів на сторінці.**
5. **Пошуковий запит або пошукова фраза мають бути на першому місці.**
6. **Використовувати додаткові ключові слова в метатегах title.**

Чому важливо

Мета-тег Title – один із основних елементів внутрішньої оптимізації, він відображає головний заголовок сторінки (назва сторінки) та є важливим фактором при ранжируванні сайту пошуковими системами.

Мета-тег Title має відображати основний зміст сторінки. Рекомендовано використовувати унікальну назву <title> для кожної сторінки сайту. Уникайте переспаму ключовими словами (перерахування слів з метою охоплення безлічі запитів одночасно), використовуйте лише основні ключові фрази, які відображатимуть суть сторінки.

Використовуйте інформативні та привабливі заголовки для підвищення CTR (кількість переходів від загальної кількості показів сайту в пошуковій видачі). Іншими словами, чим цікавіша та змістовніша назва сторінки, тим більше разів користувачі перейдуть по ньому.

Використання метатегів "DESCRIPTION"

Аналіз внутрішньої оптимізації



На сайті занадто короткі метатеги 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 сайті відсутні метатеги Description.

Наприклад:

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

Повний перелік у супровідному файлі "Відсутні Descriptions".

На сайті метатеги Description відповідають вимогам, але їх можна збільшити для створення привабливішого сніпета.

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



1. **Довжина метатега description має становити від 150 до 200 символів із пробілами.**
2. **Метатег description має бути унікальним для кожної сторінки.**



Мета-тег Description призначений для відображення короткого опису вмісту сторінки. Значення цього тегу пошукова система використовує як опис вмісту сторінки в пошуковій видачі. Якщо не заповнити цей тег, вона для опису вмісту сторінки візьме якусь ділянку з її тексту, що може бути небажаним. Вміст мета-тегу Description не впливає на ранжування сторінки, але правильно складений цей тег може підвищити кількість кліків за посиланням з пошукової видачі. Ви можете займати нижчу позицію порівняно з конкурентами, проте якщо у них опис сторінки менш привабливий, значна кількість користувачів перейде за Вашим посиланням.

Через занадто довгі мета-теги Description може страждати інформативність опису сторінки, який користувач бачить у сніпетах (сніппет - ділянка тексту, що відображається в пошуковій видачі).

Відсутність мета-тега Description призводить до того, що для формування опису сторінок у видачі пошукових систем використовують певну ділянку тексту сторінки. Такий варіант небажаний, тому що в результаті цього описом сторінки може стати, наприклад, вміст футера сайту.

Заголовки H-1

Аналіз внутрішньої оптимізації

На сторінках міститься кілька елементів у заголовку H-1.

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

На сторінках сайту відсутній заголовок сторінки H1.

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

Рекомендації

1. **Заголовок h-1 має бути один на сторінці.**
2. **Довжина заголовка h-1 не повинна перевищувати 70 символів.**
3. **Заголовок h-1 має бути унікальним для кожної сторінки.**
4. **Заголовок h-1 не повинен дублювати метатег title.**

Чому важливо

Заголовки мають більшу вагу для пошукових систем, ніж решта тексту на сторінці, тому необхідно стежити за їх коректним оформленням. Чим релевантніші заголовки тексту на сторінці, чим оптимальніше підібрано кількість тексту, виділеного тегами заголовків, тим краще такі сторінки сприймаються пошуковими системами. Особливу увагу слід приділяти заголовку H1 - цей заголовок має бути на кожній сторінці, причому лише в єдиному екземплярі. Заголовки повинні бути унікальними для кожної сторінки - у жодному разі не допускайте дублювання заголовків на кілька сторінок і тим більше не розміщуйте їх у шаблоні сторінок.

Атрибут Alt для зображень

Аналіз внутрішньої оптимізації

На сайті в тексті атрибута Alt зображень не використовуються пошукові запити.

Наприклад:



Рекомендації

1. **У тексті атрибута ALT використовувати пошукові запити.**

Чому важливо

Атрибут Alt використовується для опису зображення або іншого графічного об'єкта, який знаходиться на сайті. У тезі Alt необхідно вказувати ключові слова, що просуваються.

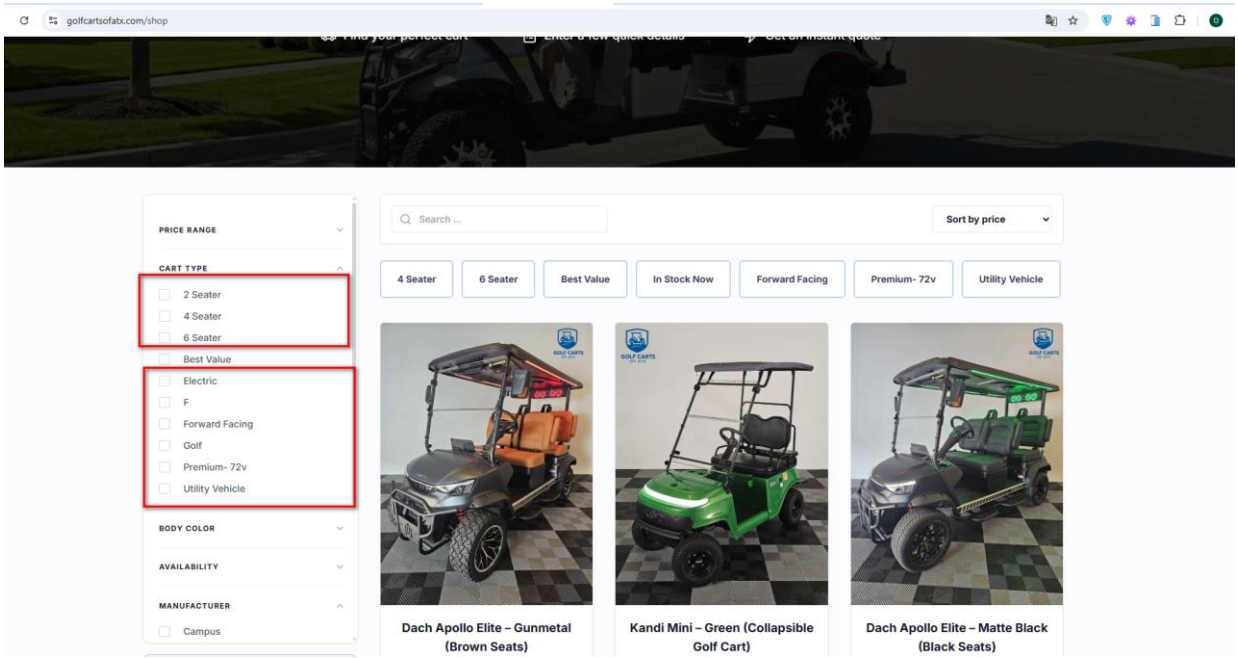
Зображення в HTML-коді сторінки виглядає так: img src="http://site.ru/image.jpg" alt="Ключове слово або словосполучення" width="450" height="299".

У цьому елементі атрибут Alt містить назву зображення, тобто, визначає, що зображено на зображенні. Це допомагає пошуковій машині швидше і точніше визначити, що на ній зображено при пошуку картинок. Саме тому для всіх зображень, що є ілюстраціями до тексту на сторінці, обов'язково мають бути прописані описи ключових слів в атрибуті Alt. Крім полегшення пошуку на картинках для користувача, це значно покращить позиції сайту в результаті видачі пошукових систем.

Структура сайту

Аналіз внутрішньої оптимізації

Деякі фільтри можна використовувати як статичні цільові сторінки або підкатегорії товарів для залучення додаткового трафіку.



Рекомендації

1. **Зібрати семантичне ядро (список пошукових запитів).**
2. **Визначити частотність зібраних пошукових запитів.**
3. **На основі семантичного ядра розробити структуру сайту.**
4. **Для частотних пошукових запитів додати:**
   - **Статичні цільові сторінки (замість фільтрів).**

Чому важливо

Побудова структури є важливим етапом внутрішньої технічної оптимізації сайту. Від того, наскільки зручною та зрозумілою є структура сайту для користувачів, залежать їхня поведінка на сайті та показник відмов. Структура сайту безпосередньо пов'язана з юзабіліті сайту, яке відіграє в процесі покупки чи не вирішальну роль. Правильна структура сайту допоможе правильно розподілити посилальну вагу відповідно до пріоритетів. Проста та прозора структура сайту спрощує маршрут пошуковим роботам і сприяє швидшій та ширшій індексації сайту.

Текст на сторінках категорій

Аналіз внутрішньої оптимізації

На сторінках категорій відсутній оптимізований SEO-текст.

https://www.golfcartsofatx.com/shop

Рекомендації

1. **Зібрати семантичне ядро (перелік пошукових запитів) для сторінок категорій/підкатегорій.**
2. **На основі семантичного ядра додати вступний текст на всі сторінки категорій/підкатегорій.**
3. **Щільність пошукових запитів:**
4. **У точному входженні — одна-дві згадки на абзац.**
5. **У розбавленому входженні — одна-дві згадки на абзац.**
6. **Довжина тексту — 700–1000 символів.**
7. **Унікальність — від 80%.**
8. **Текст можна розташувати внизу сторінки.**

Чому важливо

Оптимізовані тексти, що містять ключові слова, що просуваються на сторінках категорій, позитивно впливають на просування сторінки категорії або розділу за ключовими запитами. Це мають бути тексти невеликого обсягу з коротким описом змісту категорії. Вони не повинні відволікати та заважати користувачеві. Найбільш відповідний розмір вступного тексту – від 700 до 1000 знаків (залежно від тематики, розміру шрифту, кількості ключових слів та дизайну сайту).

Google Search Console

Аналіз внутрішньої оптимізації



Після внесення змін відповідно до рекомендацій аудиту розділу "Аналіз внутрішньої оптимізації":

1. **Додати посилання на новий файл sitemap.xml у Google Search Console (розділ "Sitemaps").**
2. **Видалити старі посилання на XML-карти сайту в Google Search Console.**
3. **Вручну надіслати сторінки сайту на сканування пошуковою системою через Google Search Console ("Request indexing").**

Аналіз зовнішньої оптимізації



Використання dofollow-посилань

Понад 30% зовнішніх посилань — це посилання, які не є dofollow-посиланнями (згідно з даними Ahrefs).



Рекомендації

1. **Використовуйте dofollow-посилання для збільшення посилальної маси.**

<u>Загальні вимоги до сайтів-донорів:</u>

1. **Вік сайту — від 1,5 року.**
2. **DR (рейтинг домену) — не менше 10.**
3. **Висока відвідуваність.**
4. **Кількість вихідних посилань не повинна значно перевищувати кількість вхідних посилань.**
5. **Релевантність тематики.**
6. **Використовувати посилання "dofollow".**

Чому важливо

Dofollow-посилання — це посилання на вебсторінках, які допомагають покращити позиції вашого сайту в пошукових системах, передаючи авторитет від одного сайту до іншого. Коли пошукова система бачить такі посилання, вона враховує їх під час визначення важливості та надійності вашого сайту.

Термін dofollow використовується для позначення звичайного посилання, яке не має атрибута nofollow і не супроводжується додатковими SEO-умовами. Важливо зазначити, що Dofollow передає посилальну вагу та підкреслює авторитетність сторінки, на яку воно вказує.

Згадування сайту в блогах

Для досягнення поставлених цілей через цей рекламний канал рекомендується збільшувати кількість зворотних посилань із блогів і форумів.

Загальні вимоги до сайтів-донорів:

1. **Вік сайту — від 1,5 року.**
2. **DR (рейтинг домену) — не менше 10.**
3. **Висока відвідуваність.**
4. **Кількість вихідних посилань не повинна значно перевищувати кількість вхідних посилань.**
5. **Релевантність тематики.**
6. **Використовувати посилання "dofollow".**

Чому важливо

Блоги та форуми завжди були майданчиками, які мали великий попит у користувачів інтернету. Враховуючи те, що часто вони розділені за інтересами та іншими складовими, це чудові місця для просування сайту та розповсюдження іміджевої інформації серед користувачів інтернету, які належать до цільової аудиторії вашого ресурсу. Отже, чим більше кількість згадок про ваш сайт з'явиться на цих майданчиках, тим більша кількість людей перейде до вас на сайт, щоб переконатися, що він дійсно такий гарний, як про нього говорять. Важливо, що в такій саморекламі згадки про сайт мають бути якомога природнішими і не нагадувати рекламні повідомлення. Користувачі здебільшого негативно ставляться до явної реклами, але прислухаються до порад інших людей, що містять неявну рекламу

Посилання на сайт із трастових сайтів схожої тематики



Необхідно додавати позитивну інформацію у вигляді статей, оглядів, коментарів або дописів на трастових ресурсах.

Загальні вимоги до сайтів-донорів:

1. **Вік сайту — від 1,5 року.**
2. **DR (рейтинг домену) — не менше 10.**
3. **Висока відвідуваність.**
4. **Кількість вихідних посилань не повинна значно перевищувати кількість вхідних посилань.**
5. **Релевантність тематики.**
6. **Використовувати посилання "dofollow".**



Чому важливо

На сьогоднішній день по кожному з видів бізнесу є тематичні портали, форуми, каталоги та блоги. Ці ресурси мають високий рівень довіри у пошукових систем. А відвідувач, який знаходиться на цьому сайті, є зацікавленим у цій тематиці, що дозволяє генерувати цільовий трафік на веб-ресурс. Необхідно на подібних сайтах розміщувати прес-релізи та статті з посиланням на сайт, що просувається.

Розподіл посилальної маси

Більша частина зовнішніх посилань веде на головну сторінку.

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

Рекомендації

1. **Рівномірно розподіляти посилання між сторінками, що просуваються.**
2. **Збільшити кількість зовнішніх посилань, що ведуть на сторінки, які просуваються.**

<u>Загальні вимоги до сайтів-донорів:</u>

1. **Вік сайту — від 1,5 року.**
2. **DR (рейтинг домену) — не менше 10.**
3. **Висока відвідуваність.**
4. **Кількість вихідних посилань не повинна значно перевищувати кількість вхідних посилань.**
5. **Релевантність тематики.**
6. **Використовувати посилання "dofollow".**

Посилальний профіль сайту

Аналіз зовнішньої оптимізації



Підсумкові рекомендації щодо збільшення посилальної маси:

1. **Не змінюйте поточну посилальну масу.**
2. **Поступово нарощуйте посилальну масу для сторінок сайту.**
3. **Зовнішні посилання мають вести на всі сторінки сайту, вибрані для просування, а не лише на деякі з них.**
4. **Використовуйте ключові слова в анкорах посилань, що ведуть на сторінку:**
   - **застосовуйте як точні входження, так і розбавлені поєднання ключових слів.**
5. **Загальні вимоги до сайтів-донорів:**
   - **вік сайту — від 1,5 року;**
   - **показник DR (Domain Rating) — не менше 10;**
   - **високий трафік;**
   - **кількість вихідних посилань не повинна значно перевищувати кількість вхідних;**
   - **тематика сайту має відповідати тематиці вашого ресурсу;**
   - **використовуйте посилання з атрибутом dofollow.**

Аналіз семантичного ядра



Якість семантичного ядра (переліку пошукових запитів)

Аналіз семантичного ядра



Семантичне ядро (перелік пошукових запитів) занадто мале.

golf carts for sale

golf cart dealer

golf cart repair

golf cart service

buy golf cart



1. **Зібрати розширене семантичне ядро (перелік пошукових запитів).**
2. **Це можна зробити за допомогою:**
   - **планувальника ключових слів Google (Google Keyword Planner);**
   - **спеціалізованих сервісів, наприклад, ahrefs.com.**
3. **Окремо зібрати комерційні пошукові запити для сторінок категорій і товарів.**
4. **Окремо зібрати комерційні пошукові запити для сторінок послуг.**
5. **Окремо зібрати інформаційні пошукові запити для написання статей.**
6. **Зібрати пошукові запити з урахуванням конкретного регіону.**
7. **Визначити частотність пошукових запитів для цільового регіону (області).**
8. **На основі семантичного ядра (з урахуванням частотності запитів) розробити структуру сайту та підібрати або створити посадкові сторінки для просування.**
9. **Розподілити зібрані пошукові запити між посадковими сторінками.**
10. **Пошукові запити мають відповідати вмісту сторінок.**
11. **Пошукові запити мають бути унікальними для кожної конкретної сторінки (тобто один і той самий запит не повинен дублюватися на інших сторінках сайту).**
12. **Вибрати основні пошукові запити для просування — не більше 8 на одну сторінку.**
13. **Перевірити поточні позиції сайту за зібраними пошуковими запитами.**
14. **На основі семантичного ядра (списку пошукових запитів):**
    - **Складати метатеги title.**
    - **Використовувати пошукові запити в заголовках h1 і h2.**
    - **Писати тексти для сторінок, що просуваються.**

- **Писати статті.**
- **Використовувати пошукові запити в анкорах посилань, розміщених у статтях.**
- **Використовувати пошукові запити в анкорах зовнішніх посилань, що ведуть на сторінки, які просуваються.**

Висновок



Проаналізувавши сайт, можна зробити такі висновки:

На сторінці категорії реалізовано складний процес вибору товару. Сторінка дуже довга, а картки товарів практично не відрізняються одна від одної — хіба що зображеннями. Фільтри не дозволяють сортувати товари за їхніми характеристиками (максимальна швидкість, запас ходу, можливість експлуатації на дорогах загального користування / статус LSV тощо), а в самих картках товарів характеристики практично відсутні. У результаті користувачі змушені вибирати товар, орієнтуючись виключно на його зображення.

Кнопка "Next step" на сторінках товарів перенаправляє користувачів на сторінку Quote, де їм знову необхідно вибрати між внесенням депозиту та оформленням фінансування. У результаті користувачі спочатку заповнюють форму, не розуміючи, що відбудеться далі, а потім змушені повторно ухвалювати рішення на кожному етапі.

На заключному етапі, під час переходу на сторінку https://octane.co/flex/401946/, користувачеві необхідно вказати дані, які відсутні як на сторінці товару, так і на сторінці Quote (рік випуску), при цьому незрозуміло, де отримати цю інформацію. Крім того, усі дані необхідно вводити вручну.

У результаті користувачі витрачають величезну кількість часу на проходження всіх етапів, а на заключному етапі стикаються з необхідністю повторно шукати інформацію про товар і вручну вводити всі дані. Якщо існує можливість налаштувати інтеграцію з octane.co, її обов'язково слід реалізувати.

З погляду SEO на сайті присутні практично всі основні помилки.

Дякую вам за те, що скористалися моїми послугами.

Якщо у вас виникнуть запитання щодо аудиту, я з радістю надам детальні відповіді на кожне з них.

Зв’яжіться зі мною

- **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/

OM AUDIT

