ПОНЯТНЫЙ ЧЕК-ЛИСТ

CHECK 48

Завайбкодил сайт? Проверь SEO и GEO

48 проверок без сложных терминов. Для сайта, который должен находиться в поиске и AI-ответах.

SEO / GEO / САЙТ

КАК ПОЛЬЗОВАТЬСЯ

Три уровня приоритета

Если ответ на проверку «нет», запишите задачу и двигайтесь дальше

СНАЧАЛА

Сайт может не попасть в поиск или собирать неверные данные

ДАЛЬШЕ

Это влияет на понятность сайта, доверие и количество обращений

ПОЗЖЕ

Улучшения, которые усиливают результат после базовой настройки

ПРОСТОЙ ПОДХОД

1. Откройте сайт
2. Пройдите пункты по порядку
3. Все ответы «нет» передайте разработчику или SEO-специалисту

Для большинства проверок хватит браузера, Google Search Console и Яндекс Вебмастера.

01–05

Видит ли поисковик сайт

Сначала убедитесь, что важные страницы вообще доступны поиску

01 СНАЧАЛА

Сайт не закрыт от поиска

На важных страницах нет запрета noindex, пароля или случайной блокировки в robots.txt.

02 СНАЧАЛА

Рабочие страницы открываются без ошибки

Страница должна отвечать кодом 200. Удаленная страница должна показывать ошибку 404.

03 СНАЧАЛА

Файл robots.txt открывается

Он не должен запрещать поисковику заходить в важные разделы сайта.

04 СНАЧАЛА

Карта сайта содержит нужные страницы

В sitemap.xml есть услуги, товары, статьи и другие страницы, которые должны находиться в поиске.

05 ДАЛЬШЕ

Сайт добавлен в панели вебмастера

Проверьте несколько главных страниц в Google Search Console и Яндекс Вебмастере.

ГДЕ ПРОВЕРИТЬ Google Search Console, Яндекс Вебмастер, адрес сайта/robots.txt, адрес сайта/sitemap.xml

Понятное меню и адреса страниц

06–10

Посетитель должен быстро понять, куда нажать и где он находится

06 СНАЧАЛА

Меню говорит на языке клиента

Названия разделов понятны без знания вашей внутренней структуры или терминов.

07 СНАЧАЛА

У разных услуг есть отдельные страницы

Если люди ищут услуги отдельно, не прячьте их в одном длинном общем описании.

08 ДАЛЬШЕ

Категории идут от общего к частному

Например: услуги, направление, конкретная услуга. Без лишних уровней.

09 ДАЛЬШЕ

На важные страницы ведут ссылки

Страница доступна из меню, категории или статьи. Хлебные крошки помогают вернуться назад.

10 ДАЛЬШЕ

У страницы один основной адрес

URL короткий и понятный. Canonical указывает поисковику главную версию адреса.

ГДЕ ПРОВЕРИТЬ Меню сайта, карта разделов, Screaming Frog или SiteAnalyzer, просмотр URL в браузере

Заголовки и смысл страницы

Каждая страница должна отвечать на один понятный запрос человека

11 СНАЧАЛА

У страницы одна главная задача

Не смешивайте на одной странице несколько разных услуг или тем без понятной причины.

12 СНАЧАЛА

Title уникален и понятен

Заголовок во вкладке браузера коротко говорит, что находится на странице.

13 ДАЛЬШЕ

На странице есть один главный H1

Он совпадает по смыслу с Title и сразу объясняет тему страницы.

14 ДАЛЬШЕ

Описание для поиска написано по-человечески

Meta description объясняет пользу страницы, а не повторяет список ключевых слов.

15 ДАЛЬШЕ

Страница не копирует другую

Две страницы с почти одинаковым текстом обычно мешают поисковику выбрать нужную.

ГДЕ ПРОВЕРИТЬ Вкладка браузера, исходный код страницы, Google Search Console, Screaming Frog / SiteAnalyzer

04 ДОВЕРИЕ

16–20

Контент, который помогает выбрать

Человек должен получить ответ и понять, почему вам можно доверять

16 СНАЧАЛА

Главный ответ написан текстом

Не прячьте важную информацию только в картинке, видео или всплывающем блоке.

17 СНАЧАЛА

Страница услуги объясняет предложение

Понятно, для кого услуга, что входит в работу, как проходит процесс и что делать дальше.

18 ДАЛЬШЕ

Контакты и данные компании совпадают

Название, телефон, адрес и часы работы одинаковы на всех страницах и в справочниках.

19 ДАЛЬШЕ

У экспертных материалов указан автор

Добавьте имя, опыт, дату обновления и ссылки на источники, когда они нужны.

20 ПОЗЖЕ

Изображения помогают понять содержание

У важных картинок есть подписи или alt. Отзывы реальны и не выглядят выдуманными.

ГДЕ ПРОВЕРИТЬ Ручной просмотр сайта с телефона и компьютера, карточки компании, поиск по названию бренда

Schema.org простыми словами

Это подсказки в коде, которые объясняют поисковику тип страницы

21 ДАЛЬШЕ

Organization или LocalBusiness описывает компанию

Для офиса или точки укажите реальные контакты, адрес и часы работы. Для бренда достаточно Organization.

22 ДАЛЬШЕ

BreadcrumbList описывает хлебные крошки

Порядок в разметке должен совпадать с навигацией, которую видит посетитель.

23 ДАЛЬШЕ

Product и Offer описывают товар

Цена и наличие в разметке должны совпадать с карточкой товара.

24 ПОЗЖЕ

Article и Service применяются по смыслу

Article подходит статье, Service странице услуги. Не добавляйте тип только ради красивого сниппета.

25 ПОЗЖЕ

FAQPage используется без обещаний

Размечайте только видимые вопросы и ответы. Google больше не показывает FAQ rich results.

ГДЕ ПРОВЕРИТЬ Rich Results Test, Schema Markup Validator, специалист или разработчик

Как ссылка выглядит при отправке

Проверьте превью до того, как отправлять материал в Direct и мессенджеры

26 ДАЛЬШЕ

Заголовок и описание подходят для репоста

og:title и og:description коротко объясняют, что получит человек после клика.

27 ДАЛЬШЕ

У ссылки есть подходящая обложка

og:image открывается без ошибки и хорошо выглядит в формате 1200×630.

28 ДАЛЬШЕ

Превью ведет на правильный адрес

og:url совпадает с основной версией страницы, а картинка и текст относятся именно к ней.

29 ПОЗЖЕ

Twitter Card и мессенджеры протестированы

Проверьте реальный вид ссылки в Telegram, VK, WhatsApp и X, потому что сервисы кешируют превью.

ГДЕ ПРОВЕРИТЬ Исходный код страницы, Open Graph checker, тестовая отправка ссылки в мессенджер

07 УДОБСТВО

Телефон, скорость и формы

30–34

Сайт должен быть удобным там, где его чаще всего открывают

30 СНАЧАЛА

Текст и кнопки удобно читать с телефона

Шрифт не слишком мелкий, а по кнопкам легко попасть пальцем.

31 СНАЧАЛА

На телефоне есть весь важный контент

Мобильная версия не прячет услуги, контакты, ссылки и важные пояснения.

32 ДАЛЬШЕ

Картинки не весят слишком много

Изображения сжаты и загружаются в размере, который действительно нужен на экране.

33 ДАЛЬШЕ

Страница загружается без долгого ожидания

Проверьте PageSpeed Insights. Смотрите не только балл, но и подсказки для конкретной страницы.

34 СНАЧАЛА

Формы, меню и всплывающие окна работают

Оставьте тестовую заявку с телефона. Убедитесь, что ничего не перекрывает кнопку или текст.

ГДЕ ПРОВЕРИТЬ Телефон, PageSpeed Insights, Chrome DevTools, тестовая заявка

Ошибки, адреса и JavaScript

Эти проверки лучше пройти вместе с разработчиком

35 СНАЧАЛА

Сайт работает только через HTTPS

Все старые HTTP-адреса автоматически ведут на защищенную версию сайта.

36 СНАЧАЛА

После смены адреса работает прямой редирект

Старый URL ведет сразу на новый аналог без цепочки из нескольких переходов.

37 СНАЧАЛА

Несуществующая страница показывает 404

Она не должна незаметно открывать главную страницу с кодом 200.

38 СНАЧАЛА

Поисковик видит текст и ссылки после загрузки

Для сайтов на JavaScript сравните обычный код и отрендеренную страницу в URL Inspection.

39 ДАЛЬШЕ

Тестовые версии сайта не попали в поиск

Staging и preview закрыты паролем, отсутствуют в карте сайта и внутренних ссылках.

ГДЕ ПРОВЕРИТЬ Разработчик, URL Inspection, redirect checker, проверка случайного несуществующего URL

Аналитика и персональные данные

40–43

Измеряйте обращения и проверяйте, куда уходят данные посетителей

40 СНАЧАЛА

Заявки и звонки считаются правильно

Отправьте тестовую форму, нажмите телефон и мессенджер. Каждое действие должно записаться один раз.

41 ДАЛЬШЕ

Панели вебмастера и аналитика подключены

После изменений на сайте отмечайте дату, чтобы понимать причину роста или падения.

42 ПОЗЖЕ

Логи показывают визиты поисковых роботов

Разработчик может проверить, заходят ли Google и Яндекс на важные страницы и какие ошибки получают.

43 СНАЧАЛА

Сбор данных проверен по 152-ФЗ

Нужны карта данных, политика, согласия и оценка хранения в РФ и передачи за рубеж. GSC и GTM не запрещены автоматически.

ГДЕ ПРОВЕРИТЬ Тестовая заявка, Метрика или другая аналитика, GTM Preview, логи, карта данных и юрист

Как попасть в AI-ответы

Отдельной волшебной настройки нет. Работают понятные страницы и доказательства

44 СНАЧАЛА

Страница открыта для поиска

Она должна индексироваться и разрешать показ фрагмента текста. Специальная AI-разметка не нужна.

45 ДАЛЬШЕ

На главный вопрос дан прямой ответ

Короткий понятный ответ лучше разместить рядом с заголовком, а детали раскрыть ниже.

46 ДАЛЬШЕ

Видно, кто отвечает и на чем основан ответ

Укажите автора, опыт, источники и дату обновления, если информация может устареть.

47 ДАЛЬШЕ

Данные о компании везде совпадают

Название, услуги, адрес и контакты одинаковы на сайте, в справочниках и Schema.org.

48 ПОЗЖЕ

Проверяется, что AI говорит о компании

Задавайте целевые вопросы разным ассистентам и записывайте, какие страницы они цитируют. llms.txt для Google не нужен.

ГДЕ ПРОВЕРИТЬ Google Search Console, Яндекс Вебмастер, ручные запросы в целевых AI-сервисах

БЫСТРАЯ ОЦЕНКА

Проверьте сайт по трем блокам

Считайте не баллы, а понятные задачи на исправление

БАЗА

Пункты 1–15: сайт открыт поиску, меню понятно, страницы отвечают на нужные запросы

СОДЕРЖАНИЕ

Пункты 16–29: есть полезный текст, доверие, разметка и аккуратное превью ссылки

ТЕХНИКА

Пункты 30–48: сайт удобен на телефоне, работает без ошибок, данные и GEO под контролем

КАК ОЦЕНИТЬ

ЗЕЛЕНЫЙ
все готово

ЖЕЛТЫЙ
нужно улучшить

КРАСНЫЙ
исправить сначала

Начните с красных пунктов. Желтые соберите в план, зеленые перепроверяйте после изменений.

ПЛАН ДЕЙСТВИЙ

Что делать по порядку

Не пытайтесь исправить все за один день

СЕГОДНЯ

Проверьте доступность сайта, главные страницы, мобильную версию и формы заявки

НА НЕДЕЛЕ

Приведите в порядок заголовки, меню, контент, Schema.org и превью ссылок

РЕГУЛЯРНО

Следите за скоростью, ошибками, аналитикой, поисковыми запросами и AI-ответами

ГЛАВНОЕ

Сначала устраните то, что мешает сайту открываться, находиться и принимать заявки.

Остальное улучшайте поэтапно.

Повторяйте этот чек-лист после крупных изменений сайта и хотя бы раз в квартал.