



Аудит текстов для сайта

Аккаунт:

NNNNNN

Адрес сайта:

[Sitename.ru](#)

Цели:

Проверка текста на предмет ошибок

1. Оптимизация.

Текст на главной странице длиной 2300 символов имеет допустимую тошноту по верхней границе, т.е. в норме, но на грани переспама – 11%. В целом, текст плохо оптимизирован под ключевые слова.

1. Начнем с тегов:

<title>Экраны для ванны, экраны под ванну, экраны ваннбок</title> – недопустимо в Title перечисление ключевых слов, это считается переспамом и нарушает лицензии поисковых систем. Должно быть связное предложение, отражающее суть текста, длиной до 70 знаков с пробелами.

2. <meta name="keywords" content="Экраны для ванны, экраны под ванну, экраны ваннбок, рамы для ванн, панели для ванн, посмотреть экраны для ванн, ваннбок"> – тег keywords лучше не заполнять вовсе, возможно, как раз этот тег и дает высокий показатель тошноты.

3. <meta name="description" content="Экраны для ванн - один из основных элементов современного декора ванных комнат. Экраны под ванну скрывают темное нефункциональное пространство под ванной и обеспечивают доступ к коммуникациям."> – нефункциональное описание, не побуждающее к переходу на сайт. Если заполнить этот тег корректно, его значение будет выводиться в качестве сниппета в результатах поиска, в текущем состоянии тег учитываться поисковыми системами не будет.

Подробнее о тегах хорошо написано в книге: <http://1ps.ru/courses/books/kniga-meta-tegi-title-description-i-keywords/>

Рекомендую к прочтению статьи:

<http://1ps.ru/blog/dirs/kak-velichit-poseshhaemost-sajta-v-2-raza-s-pomoshhyu-snippetov/>

и

<http://1ps.ru/blog/seo/title-i-description-v-primerah/>

4. Заголовок H1 не содержит ключевых слов:

<h1>Главная</h1>

А по-хорошему должен быть релевантным странице и содержать ключевые слова.

5. По тексту ключевые слова распределены тоже нерационально:

Добрый день!

Группа компаний ВАННБОК - флагман в разработке и производстве **экранов и органайзеров для ванн** в России. Компания основана группой талантливых инженеров и менеджеров в 1997 году. За 18 лет мы смогли построить предприятие с передовыми технологиями управления, позволяющими обеспечить исполнение поставок точно в срок. Сегодня ВАННБОК обеспечивает своим покупателям наибольший ассортимент декоров экранов и лучшее соотношение цена / качество. Все модели экранов и органайзеров ВАННБОК пользуются неизменным спросом, что подтверждает 1.000.000 наших покупателей в России, в странах Европы и Азии.

Экран для ванны - это основной элемент декора в современной ванной комнате. Стильно огораживая пространство под ванной, экран создает индивидуальную атмосферу интерьера ванной комнаты. Функциональные раздвижные панели дают возможность максимально быстро и просто получить доступ к коммуникациям. Дополнительные органайзеры ВАННБОК удобно организуют хранение в ванной комнате, используя пространство под **ванной**. Разнообразие дизайна позволяет вписать **экраны для ванн** в каждую ванную комнату, учитывая особенности ее интерьера. Данная продукция доступна по цене широкому сегменту потребителей, что станет еще одним приятным дополнением для покупателей. Счастливые владельцы **экранов для ванны** ВАННБОК имеют возможность часто и беспрепятственно обновлять интерьер своей ванной комнаты, создавать новое настроение в этом пространстве.

Экраны состоят из **рам** и раздвижных **декоративных панелей**. Рама **экрана для ванны** ВАННБОК изготовлена из алюминиевого профиля с полимерным покрытием 11 цветов. Для производства раздвижных панелей применяется водостойкий ударопрочный монолитный глянцевый пластик - полистирол. Панели **экранов для ванн** выпускаются белого цвета или с современным декоративным покрытием.

Пять уникальных преимуществ ВАННБОК:

- **Экраны для ванн** оптом поставляются «в разборе»: рамы и панели в отдельных индивидуальных упаковках
- Широкий прейскурант для торговых сетей и оптовых компаний, малого и среднего бизнеса, компаний, комплектующих строящиеся объекты
- Постоянное обновление коллекций декоров панелей
- Наличие в ассортименте 11 цветов рам, в том числе «хром», подходящий к аксессуарам ванной комнаты
- Органайзеры к экранам позволяют эффективно использовать пространство ванной комнаты

По-хорошему их бы включить в подзаголовки.

6. Кроме того, текст на сайте не является уникальным:

Уникальность: **17.28%**

Домены, на которых найдены совпадения



ваннбок.рф/	100%			
terra-expo.com/company/149337/	60%			
www.yell.ru/spb/com/vannbok_5146300/	39%			
www.vannbok.ru/	10%			
gurlys.nichost.ru/cat/2yia_4r2jd9.h2n	9%			

Сайт [REDACTED] полностью совпадает с сайтом [REDACTED]. Лучше склеить оба домена, сделав их зеркалами. Чаще всего за основной выбрать домен на латинице, подробнее о доменах в зоне рф: <http://1ps.ru/blog/sites/domain-ru/>

Если не учитывать этот момент, то уникальность будет всего 17,28%. Это очень мало.

Текст однозначно нужно переписывать полностью.

2. Текст с точки зрения пользы для читающего:

Ваш текст имеет 6,8 баллов из 10 по шкале Главреда. Из основных ошибок: много усилителей и необъективных оценок.

Разберем:

Ваш текст начинается со слов «Добрый день!» – не стоит здороваться с пользователями на сайтах, сейчас это моветон. Люди приходят за конкретной информацией, расшаркиваясь лишней раз, Вы воруете их время. Лучше дайте краткую информацию – о чем ваш сайт.

«Группа компаний ВАННБОК - флагман в разработке и производстве экранов и организаторов для ванн в России.» - нет доказательств того, что ваша компания является флагманом. Без доказательств это просто никому ненужные слова.

«Компания основана группой талантливых инженеров и менеджеров в 1997 году. За 18 лет мы смогли построить предприятие с передовыми технологиями управления, позволяющими обеспечить исполнение поставок точно в срок.» - тоже непонятно, что это за технологии, за счет чего исполнение точно в срок? Без доказательств и объяснений – пустые слова. Как клиенту из этого большого абзаца мне важно только знать, что ваша компания 18 лет существует на рынке.

«Сегодня ВАННБОК обеспечивает своим покупателям наибольший ассортимент декоров экранов и лучшее соотношение цена / качество.» – с кем сравнивали? Сколько товаров в ассортименте? По ощущениям на этом сайте больше: [REDACTED]

«Экран для ванны - это основной элемент декора в современной ванной комнате. Стильно огораживая пространство под ванной, экран создает индивидуальную атмосферу интерьера ванной комнаты.» - как правило, если я попадаю на ваш сайт, то уже знаю что такое экран для ванны и зачем он нужен. Это лишняя информация.

«Данная продукция доступна по цене широкому сегменту потребителей, что станет еще одним приятным дополнением для покупателей. Счастливые владельцы экранов для ванны ВАННБОК имеют возможность часто и беспрепятственно обновлять интерьер своей ванной комнаты, создавать новое настроение в этом пространстве.» - еще один абзац воды и ненужной информации.

Как видно, в тексте слишком много лишних слов.

Текст на главной больше напоминает информационную статью. Нужно убрать «воду» и упростить предложения. Множество конструкций, не несущих никакого смысла снижают эффективность («добрый день», «что станет еще одним приятным дополнением для покупателей», «Счастливые владельцы экранов для ванны ВАННБОК имеют возможность» и т. д.). Например, информацию, которая размещена в первом абзаце, можно было бы поместить таким образом:

Работаем с 1997 года –
опыт почти 18 лет

Более 1.000.000 покупателей
по всему миру

Команда из 40
профессиональных сотрудников

Далее более лаконично описать сам товар (абзацы в тексте должны быть не более 4-х строк), также в виде таблицы написать о материалах товара, а далее вставить преимущества.

Самое главное для текста на главной странице – написать его так, чтобы захотелось купить именно у вас, в вашем магазине. Сайтов, продающих экраны для ванн – тысячи, почему выгодно купить у вас.

Также советуем разработать уникальное торговое предложение (УТП), которое будет отличать Ваш товар от аналогичных товаров конкурентов. Кроме того, отсутствие УТП влияет на добавочную ценность текстов, такие тексты ранжируются ниже.

Подробнее в статьях:

<http://1ps.ru/blog/seo/problems-with-added-value/>

<http://1ps.ru/blog/seo/utp/>

Еще ошибки, мешающие продаже:

- Отсутствуют цены. Что отталкивает потенциального покупателя. Наличие хотя бы примерных цен не заставит пользователя совершать лишних действий (звонить, отправлять запрос) для заказа продукции. Высока вероятность, что клиент не уйдет к конкурентам.
- Отсутствует целевое действие на сайте. Тем самым пользователи не знают, что им нужно сделать для заказа и из-за этого покидают ресурс. Советуем разместить хороший призыв, который поможет сориентироваться посетителям. Вы должны сами четко знать, что должен сделать человек после прочтения текста и явно это показать пользователю (поставить кнопку перейти в каталог, скачать прайс, написать куда звонить и для чего и т.п.).
- Несмотря на хорошую смысловую составляющую, текст составлен и размещен так называемой «простынею» – он не имеет структуры, размещен сплошную: отсутствуют заголовки, подзаголовки, картинки внутри. Эффективность текста значительно понижается – даже самые заинтересованные пользователи, как правило, не читают этот поток предложений.

Подробнее в статье <http://1ps.ru/blog/sites/kak-sdelat-teksty-na-sajte-udobnyimi-dlya-chteniya/>

Вместо итогов:

Текст рекомендуем полностью переработать.

Можете сами изучить хотя бы базовые материалы по написанию текстов для сайта: <http://study.1ps.ru/>

Либо доверить написание текста нам <http://1ps.ru/cost/copyright/>

Также советую обязательно найти и прочитать книгу Дмитрия Кота «Как не съесть собаку»