

site.ru

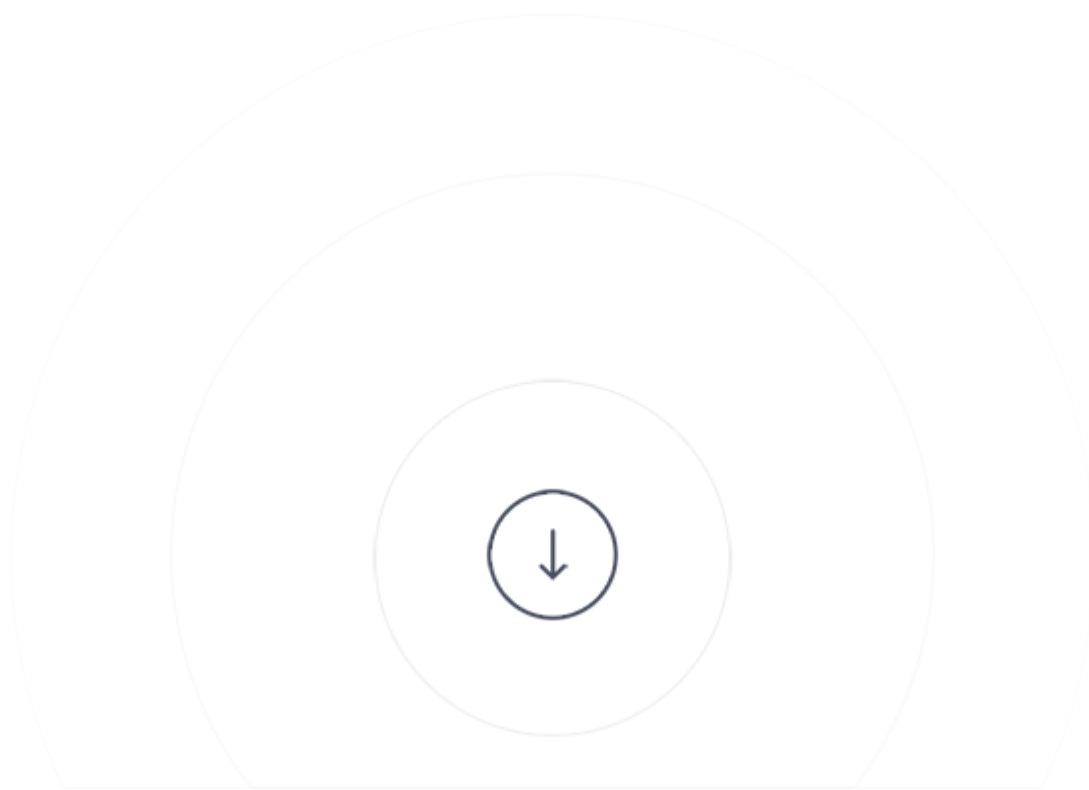


8 апреля 2014

www.webeffector.ru +7 (495) 988 60 52 8 800 200 6789

Содержание

Юзабилити сайта	_____	2
Внутренняя оптимизация	_____	9
Внешняя оптимизация	_____	40



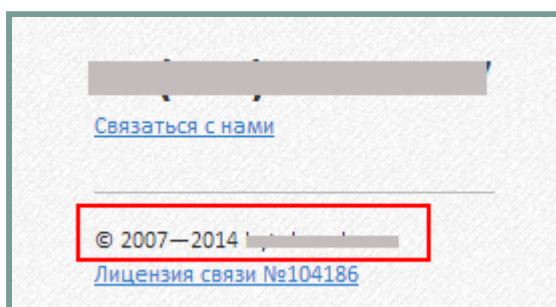
Юзабилити сайта

Юзабилити – удобство пользования сайтом. От него зависит, будет ли пользователям комфортно находиться на сайте, возникнет ли у них желание вернуться или сделать заказ, отправить ссылку друзьям или добавить страницу в избранное. Юзабилити зависит от качества интерфейса, структуры материалов, разделов и подразделов, наличия понятных человеку URL и других немаловажных деталей.

Правильность использования копирайта



Копирайт в подвале сайта www.site.ru указан в неправильном формате. Правильный формат: © site.ru, 2007–2014.



Копирайт (англ. copyright) – это узкое понятие, сообщающее о наличии правообладателя конкретной интеллектуальной собственности. Другими словами, копирайт на сайте обозначает, что копировать с него любой материал имеет право только собственник ресурса. На данный момент четкого правила по оформлению копирайта нет, но рекомендуется использовать общепринятый в русскоязычной части интернета вариант:
© [название компании или сайта], [текущий год]
Для удобства вы можете установить динамическую смену года, чтобы год всегда оставался актуальным.

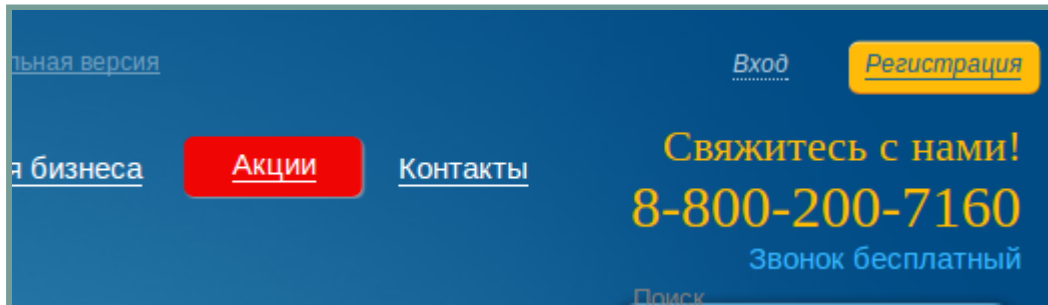
Контактную информацию легко найти на сайте?



В области первой видимости экрана www.site.ru нет контактной информации. Желательно добавить всю необходимую контактную информацию в первый экран видимости сайта.



Размещение контактной информации – один из важных аспектов коммуникации с пользователями. Если работа сайта рассчитана на то, что посетители будут связываться с менеджером по работе с клиентами или другими сотрудниками компании, необходимо разместить соответствующую контактную информацию в наиболее доступном месте, чтобы не заставлять пользователя искать ее по всему сайту. Пример предоставления контактной информации на сайтах в тематике "СМС рассылка":

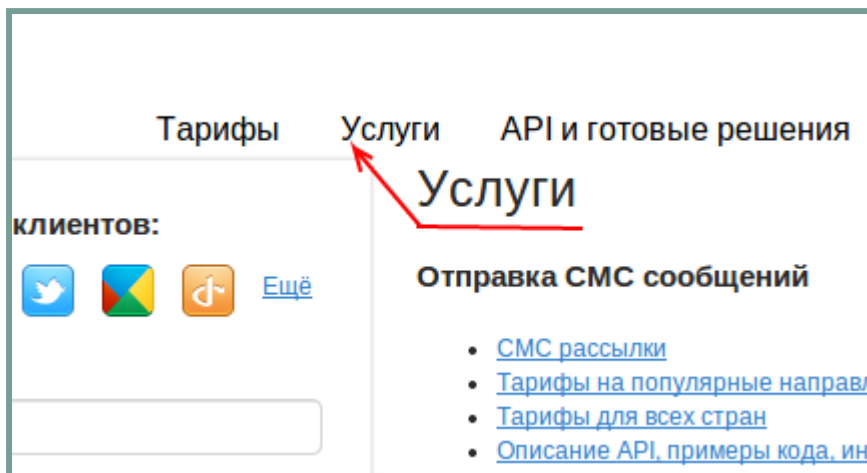


Если используются контакты офиса, торгового помещения или склада, желательно разместить на странице контактов карту проезда и данные о ближайших ориентирах. Для этого можно использовать инструменты [Яндекс.Карты](#) или [Google Maps](#). Наличие корректно расположенной контактной информации на сайте определяется визуально. Для этого просматриваются главная страница и основные разделы сайта.

На www.site.ru текущий пункт меню выделяется?



Пункт меню www.site.ru, который выбран пользователем, не выделяется и остается активной ссылкой. Необходимо выделять текущий пункт меню и делать его неактивной ссылкой.



Определить выделение или невыделение пунктов меню можно визуально. Активность или неактивность ссылки меню можно проверить, попробовав нажать на нее повторно после перехода в выбранный пункт меню.

Выделение текущего пункта меню помогает ему лучше ориентироваться при перемещении по сайту. Особенно если пользователь при переходе из поисковой системы попал не на главную страницу сайта, а на одну из внутренних страниц. Чем удобнее пользователю будет перемещаться по сайту в поисках нужной ему информации, тем выше вероятность, что он будет пользоваться им и дальше.

На страницах www.site.ru используются хлебные крошки?



На внутренних страницах www.site.ru отсутствует панель навигации по принципу «Хлебные крошки». Необходимо добавить ее на страницы веб-ресурса. Отсутствие данной навигационной панели допустимо только на корневых страницах разделов при условии, что в основном меню текущий пункт выделен. Пример использования «хлебных крошек» для www.site.ru:

- <http://www.site.ru/page1> Новости / Отличные новости для юридических лиц
- <http://www.site.ru/page2> Услуги / Рассылки
- <http://www.site.ru/page3> Услуги / USSD-сервис



«Хлебные крошки» (навигационная цепочка) – путь от главной страницы сайта (корня) к текущей странице, который включает в себя все разделы и подразделы. Данная панель навигации помогает понять пользователю, к какому из разделов относится текущая страница, упрощает поиск материалов на сайте и позволяет мгновенно вернуться назад. «Хлебные крошки» рекомендуется использовать как элемент структуры на всех сайтах, кроме мини-сайтов-визиток, имеющих 1-5 страниц. Необходимо следить за тем, чтобы каждый шаг был выполнен в виде гиперссылки на предыдущие страницы сайта, которые привели к текущей. Если хлебные крошки будут оформлены без гиперссылок, пользователь не сможет вернуться в необходимый раздел или подраздел в один клик.






Оптимальны ли отступы между полями формы на www.site.ru?



Рекомендуется поля сайта в формах www.site.ru подписывать слева от них одной строкой

Регистрация

Вы можете войти, используя:

     [Ещё](#)

Зарегистрировать Ваш новый аккаунт

E-mail

Пароль



Для каждого текста, картинки, пункта меню или формы на странице сайта отведено отдельное поле. Вместе эти поля дают общую картинку страницы сайта, которую видит пользователь. Чем приятнее глазу получившаяся картинка, тем больше шансов, что пользователь не уйдет со страницы и будет заходить на нее в дальнейшем. Для того чтобы картинка получалась органичной и приятной для глаза, нужно соблюдать оптимальное расстояние между всеми полями форм на странице, избегать больших пустот и в то же время не допускать нагромождения элементов. Так можно добиться максимально комфортного восприятия страниц.

Пункт в главном меню «О нас»/«О компании»/«Об авторе»



Пункт меню «О проекте» рекомендуется переместить в конец списка главного меню, поскольку именно там его будут в первую очередь искать пользователи сайта www.site.ru.



Раздел «О компании» должен содержать краткую историю компании, включающую год основания, информацию об основных услугах, достижениях и преимуществах компании. Также на странице должны присутствовать фотографии основных лиц компании (директора, менеджеров, специалистов и т.д.). По возможности рекомендуется добавлять фотографии офиса или производственных помещений компании.

Наличие на сайте подробной информации в разделе «О компании» повышает лояльность к компании со стороны потенциальных клиентов. Если страница существует, но отсутствует информация в разделе (включая год основания и краткую историю), нет фотографий основных лиц компании (директора, менеджеров, специалистов) и фотографий офиса или производственных помещений, то нужно дополнить страницу «О компании» этими данными.

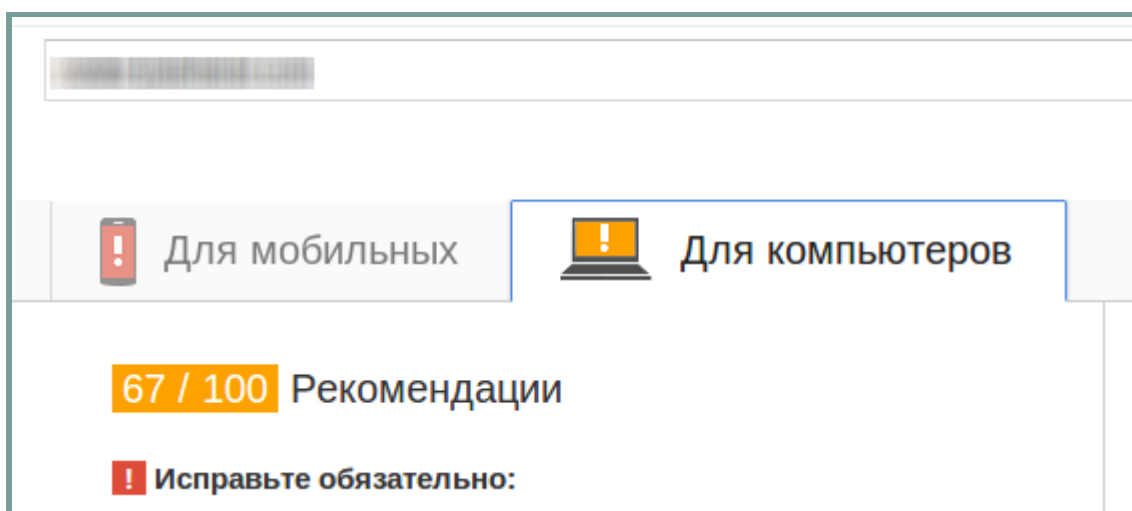
Внутренняя ОПТИМИЗАЦИЯ

Внутренняя оптимизация – это работа над улучшением внутренних параметров сайта, его содержания. Включает в себя проверку структуры разделов и подразделов, размещенных на сайте статей и материалов, корректировку и сокращение форм, которые должен заполнять пользователь, исправление тегов и URL-адресов. Все эти, казалось бы, незначительные параметры существенно влияют на впечатление пользователей от сайта и даже на лояльность поисковых систем.

Скорость работы главной страницы сайта www.site.ru



Скорость работы главной страницы www.site.ru ниже допустимой нормы (по данным Google PageSpeed – **67 единиц из 100**). Вам нужно ускорить обработку страниц на стороне клиента. Список необходимых рекомендаций доступны по ссылке <http://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?url=www.site.ru>



Скорость загрузки – это отрезок времени, который проходит между отправкой запроса и получением ответа от сервера. Данный параметр рассматривается поисковыми системами как один из факторов ранжирования сайта.

Перечень факторов, которые напрямую влияют на скорость загрузки страницы:

- Оптимизация html-кода. Все css и JavaScript должны находиться в отдельных файлах
- Кэширование страницы и ее элементов. Данный инструмент должен быть

активирован и настроен. AJAX-запросы также рекомендуется использовать кэширование.

– Редирект HTTP 301 и 302. По возможности рекомендуется не использовать.

– Спрайты. При использовании большого количества графических элементов настоятельно рекомендуется использовать спрайты.

– Изображение. Не рекомендуется использовать на страницах сайта большое количество изображений.

– Хостинг. Необходимо обратить внимание на скорость отклика сайта, скорость работы канала связи и частоту недоступности сайта (если такие случаи были зафиксированы).

Наличие ошибок в HTML-коде



Исходный код www.site.ru содержит **ошибки - 26 ошибок, 17 предупреждений**. Это негативно скажется на скорости загрузки страниц и может привести к сбоям верстки сайта, что, в свою очередь, приведет к снижению доверия со стороны поисковых систем. Для проверки сайта на правильность html-кода рекомендуется использовать сервис Валидатор: <http://validator.w3.org/check?uri=www.site.ru>. Как правило, большинство ошибок повторяется и на внутренних страницах, поэтому имеет смысл вносить корректировки, начиная с главной страницы сайта.

Errors found while cl	
Result:	26 Errors, 17 warning(s)
Address :	<input type="text" value="https://www.site.ru"/>
Encoding :	utf-8



Из-за большого количества ошибок в исходном коде сайт может занижаться в поисковых результатах. Поисковые роботы отдадут предпочтение сайтам с правильным (валидным) HTML-кодом. Кроме этого, ресурсы с некорректной версткой могут неправильно отображаться в основных интернет-браузерах.

Поисковые системы ориентируются на стандарт W3C (World Wide Web Consortium). Проверить свой сайт на валидность можно с помощью инструмента от W3C – validator.w3.org. Этот сервис в автоматическом режиме найдет все имеющиеся ошибки в HTML-коде и выведет их на экран с необходимыми рекомендациями.

Тематические статьи



На сайте отсутствует раздел с тематическими статьями, которые интересуют пользователя, но открыто не навязывают покупку товара, а также повышают позиции в поисковой выдаче. Рекомендуется добавить данный раздел.

Примеры заголовков статей для публикаций на www.site.ru:

- 1. 10 SMS-трендов 2013 года.**
- 2. Как продавать по SMS.**
- 3. 10 способов быстро собрать базу читателей SMS-рассылки.**
- 4. Секреты чтения SMS: какой текст никогда не запомнится.**
- 5. Больше технологий: какие еще программы использовать для SMS-рассылки.**



Когда на сайте присутствует раздел, содержащий тематические статьи, это значительно повышает вероятность того, что сайт будут часто посещать, делиться ссылкой на него с друзьями, добавлять в закладки. Чем больше полезных и интересных материалов присутствует на сайте, тем выше вероятность того, что ресурс станет популярным среди целевой аудитории, что, в свою очередь, непосредственно влияет на число возможных заказов. Помимо этого тематические страницы с полезным для пользователя материалом идеально подходят для того, чтобы с них ссылаться на продвигаемые страницы, через которые продаются товары и услуги. Также это улучшит внутреннюю перелинковку на сайте и повысит позиции продвигаемых страниц.

Обновление контента на сайте



На www.site.ru новый контент появляется реже, чем раз в месяц. Необходимо обновлять его минимум раз в неделю, для стабильного посещения сайта поисковыми роботами и положительной оценки со стороны пользователей, чтобы они видели, что сайт не заброшен. Одним из вариантов обновления контента является публикация новостей на www.site.ru. Ниже приведен пример заголовков таких новостей:

- 1. Подросток из США может отправить SMS с помощью картофеля.**
- 2. Ученые: чтение SMS латинницей стимулирует аналитический отдел мозга.**
- 3. Уфологи регулярно шлют SMS в космос.**
- 4. Мобильные телефоны признаны вредными для здоровья.**
- 5. Скорость прихода SMS зависит от расстояния и настроения.**



Постоянное обновление сайта дает двойной положительный эффект. Во-первых, постоянно обновляющийся сайт поисковые роботы посещают гораздо чаще, и если будет необходимость срочно выложить какой-нибудь материал, например, о скидках или акциях, можно быть уверенными, что поисковые роботы скоро проиндексируют эту информацию, и она появится в результатах поисковой выдачи. Во-вторых, пользователи, видя, что сайт постоянно дополняется различной информацией, будут заходить на него чаще или подписываться на его новостную рассылку.

Использование мета-тегов <TITLE>



Некоторые мета-теги Title, прописанные на Вашем сайте, **слишком длинные и содержат много лишних фраз**. Используйте не более 70 символов для тегов Title, так как поисковые системы отображают ограниченное количество знаков в поисковой выдаче (SERP). Ниже приведены проблемные страницы и пример правильного использования данного мета-тега для них.

– <http://www.site.ru> СМС-рассылки по всему миру - SMSC, SMS-шлюз, HTTP-API, SMPP-сервер.

На www.site.ru обнаружены **слишком короткие мета-теги Title**. Теги должны содержать название страницы и дополняться ключевыми фразами, которые релевантны содержанию страницы. Ключевые слова в теге способствуют продвижению, так как это один из основных факторов поискового ранжирования.

– <http://www.site.ru/page1> Изменение цен СМС Мегафон. Новости - site.ru

– <http://www.site.ru/page2> СМС шлюз от SITE.RU. Высокая скорость доставки, защита от DDoS атак



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

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

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

Использование мета-тегов <DESCRIPTION>



Найдены страницы, на которых **отсутствуют мета-теги Description**. Для формирования качественных, привлекательных описаний страниц в поисковой выдаче следует добавить мета-теги Description. Они должны быть уникальными для каждой продвигаемой страницы и быть объемом от 70 до 200 символов.

- <http://www.site.ru> Автоматическая онлайн рассылка СМС через сервис site.ru – в любой точке мира. Вы можете рассылать сообщения и отслеживать статус на каждом из этапов.
- <http://www.site.ru/page1> Сервис СМС рассылок site.ru - простой и удобный инструмент массовой отправки СМС по списку номеров. Лучшие тарифы на рынке и бонус на бесплатное тестирование в комплекте!
- <http://www.site.ru/page2> Программа для рассылки СМС через интернет в режиме онлайн – удобный интерфейс от site.ru. Круглосуточная техподдержка, консультации специалистов, гибкая система тарифов, скидок и бонусов.
- <http://www.site.ru/page3> СМС шлюз от site.ru – удобный интерфейс для массовых рассылок на выгодных условиях. Наш СМС-шлюз используется на основе прямых подключений к SMS-центрам ведущих сотовых операторов



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

Из-за слишком длинных мета-тегов Description может страдать информативность описания страницы, которое пользователь видит в сниппетах (сниппет – участок текста, отображаемый в поисковой выдаче). Длина отображаемого описания у разных поисковых систем разнится, 130 символов – максимум в Google. Весь текст, выходящий за пределы 130 символов скрывается, вследствие чего смысл описания может потеряться или даже

измениться на противоположный.

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

Поисковые системы не одобряют спам в мета-тегах и могут наложить на сайт санкции. Под поисковым спамом подразумевается простое перечисление ключевых слов, не оформленных в легко читабельные предложения.

Уникальность текстов на сайте www.site.ru



Некоторые тексты, размещенные на сайте, полностью скопированы из других источников. Их следует немедленно заменить, чтобы исключить возможность наложения фильтров на сайт.

– <http://www.site.ru/page1> <http://www.old.my-sms.ru/company/security>

Настоящая Политика безопасности (далее - Политика) действует в отношении которую ООО «ЮнионСтрим – Телеком» (далее - Исполнитель), может получить о физическим лице (далее - Пользователь) (далее вместе именуемые - Ст использования сервиса СМС Рассылка (далее - Сервис, Услуга).

Начало использования Услуги (ее отдельные функции) либо Регистрация на с означает согласие Пользователя с настоящей Политикой безопасности.

Раздел 1. Конфиденциальная информация

1. Понятие «конфиденциальной информации». Общие положения.

1.1. Термин "конфиденциальная информация" включает без ограниче финансовые, коммерческие и иные сведения, связанные с деятельностью Пользователя, и не являющиеся общедоступными. Конфиденциальными являю данные пользователя, передаваемые им Исполнителю при регистрации (записи) на сайте Исполнителя. Конфиденциальной является любая информа Пользователем Абоненту через Интерфейс Исполнителя, все номера телефо которые Пользователь передает СМС сообщения, объем и трафик передачи между Пользователем и Абонентом через Интерфейс Исполнителя.

1.2. При регистрации Пользователь обязан предоставить достоверную и полн



Текст считается уникальным, если он не содержит фраз и предложений, заимствованных из

других источников. К исключениям относятся точные определения терминов и понятий, а также цитаты.

Уникальность текста оценивается в процентном отношении количества неуникальных фрагментов к общему объему текста. Низкая уникальность текста на странице приводит к снижению позиций по продвигаемым ключевым словам для конкретной страницы, а общая низкая уникальность текстов на сайте приводит к наложению санкций и фильтров на сайт. Как следствие – общее снижение позиций сайта в поисковой выдаче.

В принципе, хорошим показателем считается 85% уникальности. Тем не менее, рекомендуется публиковать тексты с показателем уникальности 98– 100%. Это позволит свести к минимуму возможность получения каких-либо санкций от поисковых систем, связанных с уникальностью текста.

Для проверки уникальности размещенного текста можно воспользоваться одним из многих сервисов. Например, одними из самых популярных являются soruscare.com и программа [Advego Plagiatus](http://Advego.com). Из набирающих популярность сервисов можно выделить украинский стартап plagspotter.com

Данным системам требуется всего несколько секунд для оценки вашего текста. В качестве результата система выдает процентный показатель уникальности и источники, на которых размещен дублирующийся фрагмент текста. Некоторые сервисы также выделяют неуникальный фрагмент текста. Это удобное дополнение, которое позволяет не переписывать текст целиком, а заменить несколько конкретных фраз или слов.

Используются ли на www.site.ru сквозные ссылки?



На www.site.ru **не используются сквозные ссылки**. Необходимо использовать сквозную ссылку с анкором «Сервис СМС рассылок», ведущую на главную страницу.

HTML-код рекомендуемой сквозной ссылки:

```
<a href="http://www.site.ru" title="Сервис СМС рассылок">Сервис СМС рассылок</a>
```

Разместите указанный код на всех страницах сайта www.site.ru.



Сквозная ссылка – это ссылка, присутствующая на всех страницах сайта, словно прошивающая весь сайт насквозь. Такая ссылка необходима для увеличения веса главной страницы сайта. Все страницы, на которых есть сквозная ссылка на главную, передают главной странице часть своего веса. Для анкора сквозной ссылки используется ключевое слово, чтобы повысить вероятность выдачи главной страницы по этому ключевому слову. Не следует использовать в анкоре доменное имя или слова наподобие «В начало» или «На главную», поскольку такие анкеры неинтересны для продвижения главной страницы.

Использование микроформатов



На странице контактов www.site.ru не обнаружена разметка микроформатов. Рекомендуется использовать на странице контактов микроформаты, соответствующие инструкциям Яндекс и Google, – [Яндекс \(Микроформат hCard\)](#) и [Google \(Организации\)](#).



Микроформаты позволяют поисковым роботам лучше идентифицировать контент на страницах сайта, превращая его в четко структурированные блоки информации. Наиболее часто они используются, чтобы однозначно выделить некоторые типы контента из общей массы. Это не только товары, контакты, отзывы и рецепты. Количество типов микроформатов для разных видов контента постоянно увеличивается, давая возможность делать поисковую выдачу более релевантной вводимым пользователями запросам. По этой причине настоятельно рекомендуется использовать все возможные микроформаты, подходящие для Вашего сайта.

Вызывают ли тексты желание заказать товар/услугу?



Тексты, размещенные на сайте, не скучные и достаточно высокого качества, но **не вызывают желания сразу заказать товар** или услугу. Их следует откорректировать.

– <http://www.site.ru>



Если сайт предназначен для продажи товаров и услуг, он должен содержать качественные продающие тексты, которые будут вызывать у пользователей желание купить товар или заказать услугу.

Четких стандартов для определения качества продающего текста не существует. В принципе, к продающим текстам, как и ко всем остальным, предъявляются одни и те же требования – грамотность, соответствующий стиль изложения и т.д. Поэтому оценка продающего эффекта текста осуществляется на основе субъективного восприятия: возникло ли желание стать владельцем предлагаемого товара, более подробно узнать о предоставляемых услугах, или текст не вызвал никаких эмоций.

Анализ правильности применения заголовков страниц



Найдены страницы, на которых заголовки H2 используется некорректно. Текст заголовка с данным тегом должен быть статичным, кратким и релевантным содержанию страницы, а также содержать ключевое слово. Ниже приведен пример правильного использования данного тега.

– <http://www.site.ru> Инструмент массовой отправки СМС

На страницах www.site.ru отсутствует заголовок страницы, выделенный тегом h1. Необходимо помещать в тег h1 на каждой странице заголовок этой страницы. Ниже приведен список проблемных страниц с рекомендуемым текстом для выделения тегом h1.

– <http://www.site.ru> Сервис СМС рассылок

☐ 3 headings

- <h1>** (Missing heading)
- <h2>** (Missing heading)
 - <h3>** Для бизнеса
 - <h3>** Для разработчиков
- <h2>** Сервис СМС рассылок [REDACTED] - простой и уд
массовой отправки СМС по списку номеров. Лучши
бонус на бесплатное тестирование в комплекте!



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

Корректность использования заголовка Last-Modified



Заголовок Last-Modified отсутствует. Рекомендуется на www.site.ru указывать значение данного заголовка в следующих временных промежутках: для главной - срок не более 5 дней до текущей даты, для раздела – не более 2 недель, для страниц товаров/статей – не более 30 дней.

Для того, чтобы добавить заголовок Last-Modified, необходимо интегрировать в шаблон header следующую часть кода (до определения выводов):

- для главной страницы - `header('Last-Modified: ' . gmdate('D, d M Y H:i:s', time() - mt_rand(2000, 432000)) . ' GMT');`
- для страницы раздела - `header('Last-Modified: ' . gmdate('D, d M Y H:i:s', time() - mt_rand(8000, 864000)) . ' GMT');`
- для страниц товаров/услуг/новостей - `header('Last-Modified: ' . gmdate('D, d M Y H:i:s', time() - mt_rand(12000, 1728000)) . ' GMT');`
- <http://www.site.ru>

```
Pragma: no-cache
Date: Mon, 03 Feb 2014 14:04:15 GMT
Server: Apache/2.2.15 (CentOS)
X-Powered-By: PHP/5.3.3
Transfer-Encoding: chunked
Content-Type: text/html; charset=UTF-8
Cache-Control: no-store, no-cache, must-revalidate, post-check=0, pre-check=0
Connection: close
Expires: Thu, 19 Nov 1981 08:52:00 GMT
```



В Last-Modified хранятся данные о дате последнего изменения в контенте на странице сайта.

HTTP-заголовки сервера

```
Server: nginx/1.0.8
Date: Mon, 17 Dec 2012 12:17:50 GMT
Content-Type: text/html; charset=windows-1251
Connection: keep-alive
Last-Modified: Wed, 24 Oct 2012 09:37:58 GMT
```

Есть различные программы и скрипты, позволяющие менять эту информацию в автоматическом режиме. Корректное содержание заголовка Last-Modified поможет поисковым роботам в выборе первостепенных для индексации страниц. Со временем поисковые роботы подстроятся под среднюю скорость обновления материалов на сайте, и чем чаще это будет происходить, тем лучше

Кодировка сайта



Кодировка, указанная на странице www.site.ru, не соответствует кодировке, возвращаемой сервером. Необходимо настроить сервер так, чтобы кодировка совпадала с кодировкой страниц сайта. Рекомендуемая кодировка – UTF-8. Такой подход позволит избежать многих проблем с чтением или переносом данных.

Дополнительная информация:

Скорость загрузки сайта: 1.3 секунд, 83% сайтов медленнее

Веб-сервер: Apache/2.2.15 (CentOS)

Кодировка сервера / страницы: iso-8859-1 (Western Europe) / Неверная кодировка



Кодировка сайта – стандартизированный формат преобразования машинного кода (01001001...) в буквы, цифры и символы, используемые на сайте. Самыми распространенными стандартами являются UTF-8 и windows-1251. Использование одновременно нескольких типов кодировок может привести к тому, что в некоторых браузерах и поисковых системах текст на страницах будет выглядеть как набор непонятных символов. Очень важно, чтоб кодировка, указанная на странице, соответствовала кодировке, возвращаемой сервером:

Дополнительная информация:

Веб-сервер: nginx/1.2.4

Кодировка сервера / страницы: windows-1251 (Cyrillic) / windows-1251 (Cyrillic)

Размер страницы: 31 Кб.

Оптимальным вариантом считается использование UTF-8 (8-битный формат преобразования юникода). Эта кодировка поддерживается всеми современными

поисковыми системами, браузерами и серверами. Применение кодировки UTF-8 позволит избежать некорректного отображения данных в разных браузерах и поисковых системах. Кодировка сайта указывается в специальном мета-теге в коде страницы:
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset= UTF-8">

Повторяют ли адреса страниц структуру разделов www.site.ru?



В URL не повторяется структура www.site.ru. Необходимо формировать адреса страниц, повторяя структуру разделов сайта.



URL – это адрес страницы. Для его правильного формирования необходимо придерживаться важного правила: «в URL должна повторяться структура сайта». Адреса страниц должны повторять структуру разделов сайта. Это упростит разбиение на разделы (кластеризацию) поисковым системам и улучшит восприятие со стороны пользователей. Пользователю будет намного проще понять, о чем идет речь на странице сайта, если адрес будет выглядеть так: url/акция/moscow, а не так: /id_sezione=271&sid=1a8ebc593f0. Поисковой машине также будет проще разделить сайт на разделы и проводить поиск сразу в необходимом разделе для более быстрого доступа, чем каждый раз искать необходимую информацию по всему веб-ресурсу. Чем удобнее поисковой машине сканировать информацию с вашего ресурса, тем выше он будет ранжироваться.

Корректность служебных файлов сайта. Файл robots.txt



Файл robots.txt сайта www.site.ru составлен неправильно. Это затрудняет корректную индексацию сайта. Некоторые директивы используются некорректно или отсутствуют:

- директива Disallow
- директива Crawl-Delay

Рекомендуется отредактировать файл robots.txt следующим образом:

```
User-Agent: Yandex
Disallow: *login
Disallow: *print=
Disallow: *?r=
Disallow: /files/
Disallow: /js/
Disallow: /css/
Disallow: /reset_password
Disallow: /registration
Disallow: /support
Crawl-Delay: 2
Host: www.site.ru/

User-Agent: *
Disallow: *login
Disallow: *print=
Disallow: *?r=
Disallow: /files/
Disallow: /js/
Disallow: /css/
Disallow: /reset_password
Disallow: /registration
Disallow: /support
Crawl-Delay: 2

Sitemap: http://www.site.ru/sitemap.xml
```



Поисковые системы негативно относятся к сайтам, содержащим большое количество мусорных страниц. На такие сайты накладываются фильтры, их позиции в поисковой выдаче падают, а иногда и вовсе целый сайт исключается из поиска.

Чтобы избежать таких ситуаций, необходимо вводить запрет на индексацию мусорных страниц. Для этого используется директива `Disallow`. Данная директива прописывается в файле `robots.txt` с перечнем всех страниц, которые необходимо закрыть.

Ниже приведен перечень самых распространенных примеров мусорных страниц, которые необходимо закрывать от индексации:

Страницы с результатами поиска (`/search`). Прописав строку `Disallow: /search` в файле `robots.txt`, вы закроете от индексации все страницы, адреса которых начинаются с `http://www.site.ru/search...`

Страницы с результатами фильтрации (`/sort`, `/fiter` и т.д.). Прописав строку `Disallow: /sort` в файле `robots.txt`, вы закроете от индексации все страницы, адреса которых начинаются с `http://www.site.ru/sort...`

Страницы с профилями пользователей (`/user`, `/profile` и т.д.). Прописав строку `Disallow: /user` в файле `robots.txt`, вы закроете от индексации все страницы, адреса которых начинаются с `http://www.site.ru/user...`

Служебные страницы, такие как форма регистрации, корзина и т.п. (`/register`, `/cart`, `/` и т.д.). Прописав строку `Disallow: /cart` в файле `robots.txt`, вы закроете от индексации все страницы, адреса которых начинаются с `http://www.site.ru/cart...`

Некорректная склейка зеркал сайта (адреса сайта с `www` и без `www`) приводит к некорректной индексации сайта. Поисковые системы могут одновременно проиндексировать страницы `www.site.ru` и `www.site.ru` или часть страниц одного зеркала и часть страниц другого зеркала. Для корректной индексации вашего сайта Яндекс-ботом необходимо указывать директиву `Host`:

```
User-agent: Yandex
```

```
Host: www.site.ru
```

Но прежде чем указывать основное зеркало, обдумайте, как выгоднее продвигать название сайта с коммерческой точки зрения: с приставкой `www` или без нее.

Индексируя ваш сайт, поисковые роботы переходят со страницы на страницу по гиперссылкам. Иногда индексирование сайта превращается в «блуждание по лабиринту» для поисковых роботов. Чтобы облегчить им задачу, создается карта сайта. Для этого используется определенный стандарт, который описан на странице

<http://www.sitemaps.org/ru/protocol.html>.

Используя карту сайта, роботы поисковых систем быстро индексируют ваш сайт. Для карты сайта используется стандартный адрес `http://www.site.ru/sitemap.xml`. Карта сайта может состоять из нескольких файлов. В этом случае составляющие файлы должны указываться в файле `http://site.ru/sitemap.xml`.

Чтобы указать роботам поисковых систем на карту сайта, используется директива Sitemap.

Для этого в файле robots.txt в конце списка директив прописывается строка Sitemap:

<http://www.site.ru/sitemap.xml>

Корректное использование директив в файле robots.txt поможет поисковым системам быстро, а главное – правильно индексировать сайт, включая в поисковую базу только нужные страницы.

Инструкция по использованию директив файла robots.txt находится по ссылке:

<http://help.yandex.ru/webmaster/?id=996567>

Есть ли дубли страниц с адресами ...index.php, ...index.htm , ...index.html?



На www.site.ru найдены страницы-копии. Необходимо установить перенаправление с кодом 301 на основную страницу сайта, т.к. главная страница имеет больший вес в поисковых системах.

– <http://www.site.ru/index.php>



Копии страниц – это одинаковые страницы на сайте, имеющие одинаковые заголовки, тексты, мета-теги. Копий главной страницы с адресом www.site.ru/index.php или www.site.ru/index.html на сайте быть не должно.

Иногда может случиться, что CMS (система управления сайтом) автоматически генерирует страницы www.site.ru/index.php или www.site.ru/index.html. В этом случае главная страница доступна пользователю одновременно по двум адресам. Как правило, обе эти страницы попадают в индекс поисковых систем и рассматриваются как точная копия друг друга. Хорошо, если страница с видом `index.php` (`index.html`) будет расценена как зеркало главной страницы, но возможен и обратный, худший для сайта вариант. Если учесть тот факт, что продвигается все-таки главная страница сайта, а не страница с `index.php` (`index.html`), возникает большая проблема: основная страница будет терять позиции в выдаче поисковых систем.

Рекомендуется использовать страницу с ошибкой 404 для страниц-копий либо редирект – переадресацию поисковых систем и посетителей со страницы www.site.ru/index.php (`index.html`) на www.site.ru.

Наложен ли на сайт фильтр Google «Дополнительные результаты»?



Более **72%** страниц www.site.ru находится в «дополнительном индексе» Google (Supplemental Index). Это означает, что основная масса страниц не индексируется должным образом, а это негативно сказывается на продвижении сайта. По ссылке <https://www.google.com/search?q=site%3Awww.site.ru%2F%26> перечислены страницы, которые находятся в основном индексе.

Страницы, которые отсутствуют в этом списке, необходимо дополнить или изменить. Поисковая система считает их «мусорными».



Supplemental Index (дополнительные результаты) – алгоритм, направленный на очистку поисковой выдачи от мусорных / дублирующихся / малосодержательных страниц. Под этот фильтр попадают страницы с низким качеством контента и/или уникальности. Веб-документы, которые попали под санкции алгоритма, снижают доверие поисковых роботов к сайту, а это влечет ухудшение «видимости» сайта в поисковой выдаче.

Для того чтобы вывести страницы из-под фильтра, необходимо полностью переписать тексты на них и увеличить количество входящих ссылок (с естественными анкерами). А если эти страницы не несут никакого смысла, тогда рекомендуется удалить их или закрыть от индексации в файле `robots.txt` (либо добавить тег в блок `<head>` – `<meta name="robots" content="noindex, nofollow">`).

- 1). Страницы товаров. Зачастую подобных страниц могут быть тысячи, и, как правило, создать уникальный контент для каждой такой страницы очень сложно.
- 2). Страницы разделов или категорий. Как правило, эти страницы не несут в себе полезной информации, помимо списка товаров. Рекомендуется добавить уникальный текст на эти страницы и позаботиться о росте естественной ссылочной массы.
- 3) Страницы тегов. Если под фильтром находятся страницы тегов, нужно выборочно удалить часть таких страниц, где очень долгое время (как минимум 5-6 месяцев) находятся всего лишь 1-2 ссылки на материалы по конкретному тегу.

Анализ исходящих ссылок



Сайт www.site.ru ссылается на сайты партнеров. Исходящие ссылки передают часть веса вашего сайта, что негативно влияет на поисковое продвижение ресурса в целом.

Рекомендуется закрывать исходящие внешние ссылки от индексации тегами `Noindex` и `Nofollow` или размещать как можно меньше ссылок на сайты партнеров.

- <http://www.site.ru> <http://www.platron.ru/info/howtopay4>
- <http://www.site.ru/page1> <http://www.platron.ru/info/osmp>
- <http://www.site.ru/page2> <http://www.platron.ru/info/electsnet>
- <http://www.site.ru/page3> <http://www.platron.ru/info/esgp>
- <http://www.site.ru/page4> <http://www.platron.ru/info/unikassa>
- <http://www.site.ru/page5> <http://www.platron.ru/info/pinpay>
- <http://www.site.ru/page6> <https://www.platron.ru/>

обоснование платежа (например "Заказ №089168"). Счет привязан к номеру телефона, который указывался при оформлении заказа.

Как оплатить?

В системе доступны следующие способы оплаты:

- банковские карты [\(VISA, MasterCard\)](#)
- платежные терминалы: нам подключены все основные терминальные сети, включая [QIWI, Элекснет, ЕСГП, Уникасса, Pinpay Express](#)
- салоны связи [Евросеть](#) (инструкция по оплате [Европлат](#)), [Связной](#)
- банкоматы [Мастер-Банка, банка Петрокоммерц](#)
- электронные деньги [QIWI кошелек, Яндекс.Деньги, Webmoney, RBK Money, Деньги@Mail.ru, IntellectMoney, Единый Кошелек W1](#)
- система денежных переводов [CONTACT](#)
- оплата с баланса мобильного телефона [Билайн, МТС, Мегафон](#)
- оплата через интернет-банк [Faktura.ru, Альфа-Клик, Промсвязьбанк](#)

Зачем нужен мой номер телефона?

Ваш номер телефона - это идентификатор в нашей системе. Он указывается при оплате в пунктах приема платежей, а также используется для идентификации заказа службой поддержки.

Безопасность



Внешние исходящие ссылки – это ссылки, ведущие с сайта на внешние источники. Используются для получения дополнительной информации, например, определений или расшифровок аббревиатур, биографий определенных личностей и т.п. Это определение подходит для идеального мира, в котором нет SEO. В настоящее время внешние ссылки учитываются поисковыми системами как один из основных факторов ранжирования. Сайт, на который ссылается много ресурсов, будет иметь больший вес в глазах поисковых систем. Для этого текст ссылки должен содержать ключевое слово, характеризующее сайт или его страницу. Когда ссылаются на ваш сайт, растет его «вес», соответственно, улучшаются позиции в поисковой выдаче. Если ссылаетесь вы, то вместе со ссылкой вы передаете часть веса собственной страницы. Рекомендуется закрывать исходящие внешние ссылки от индексации тегами Noindex и Nofollow, если ваш сайт не имеет достаточно входящих ссылок. Если ваш сайт создан для продажи ссылок, он будет получать сниженные позиции в поисковой выдаче.

Стоит отметить, что в настоящее время поисковые системы пытаются активно бороться со ссылочным продвижением. Вводятся новые критерии для внешних ссылок, учитываемых в ранжировании. Сайты, торгующие ссылками, часто попадают под фильтры. Тем не менее, ссылочное продвижение по-прежнему остается основным видом поисковой оптимизации.

Дата окончания регистрации домена



Срок регистрации доменного имени сайта www.site.ru скоро завершится - **2014-07-02**.
Рекомендуется продлить его, иначе домен будет передан другому владельцу, что повлечет за собой потерю всего ссылочного веса и доверия со стороны поисковых систем. Вернуть доменное имя в дальнейшем будет невозможно.



Доменное имя – идентификатор в сети, который присваивается IP-адресу узла и обозначает его название.

Домены бывают нескольких уровней: первого (верхнего), второго и третьего. Например, www.google.com – идентификатор второго уровня, а www.google.co.uk – третьего.

Наиболее авторитетные домены расположены в зонах .gov и .edu. Обратные ссылки с них могут существенно повысить траст сайта в глазах поисковиков.

Каждое зарегистрированное в сети доменное имя набирает личный ссылочный вес. Это происходит как естественным путем, так и привлечением внешних ссылок за деньги. Чем старше домен, тем большее доверия к нему у поисковых систем.

Созданием доменных имен занимаются специальные уполномоченные организации – регистраторы. Через них проходит вся информация и заявки. Домен, как правило, резервируется на один год и продлевается владельцем в момент окончания срока регистрации. Очень важно не упустить этот момент, чтобы не лишиться прав на владение доменом по окончании оплаченного срока.

Рекомендуется регистрировать имя сразу на несколько лет во избежание возможных проблем в будущем.

Правильно ли оформлена страница с 404 ошибкой?



При обращении к несуществующей странице сайта пользователю отображается специальная страница, однако информации на ней недостаточно. Для удержания пользователя на сайте на этой странице должно содержаться сообщение о возникшей ошибке и предложение посетить основные разделы сайта.

Not Found

The requested URL /123123123 was not found on this server.

Apache/2.2.15 (CentOS) Server at Port 443



Для того чтобы проверить, есть ли на сайте оформленная страница с ошибкой 404, нужно просто ввести несуществующий URL в адресной строке браузера (например, www.site.ru/error-not-found-1111).

Ошибка 404 возникает в случаях, когда посетитель ввел неправильный адрес или перешел по «битой» ссылке. Причин может быть много, вот самые популярные из них:

- страница была удалена с сайта
- страница находится по другому адресу, так как на сайте изменилась схема

адресации (в этом случае следует настроить переадресацию со старого адреса на новый)

- пользователь вводил URL вручную и допустил опечатку
- ссылка размещалась на стороннем или на Вашем ресурсе вручную и была допущена ошибка в тексте ссылки
- ошибки в движке сайта

В случае возникновения такой ошибки сервер должен возвращать специальный код – 404 (Not Found) или 410 (Gone – страница удалена). В случае, когда на сайте нет специально оформленной страницы 404, браузер пользователя отображает стандартную страницу с ошибкой. Пользователю непонятна причина ошибки, он может посчитать, что сайт вообще не существует, и сразу же покинуть его. Чтобы этого избежать, посетителю необходимо отобразить страницу с кратким текстом о возникшей ошибке (на языке сайта) и предоставить ему возможность перейти на другие страницы сайта. Для этого рекомендуется разместить на данной странице ссылки на главную страницу сайта и на его основные разделы. Если реализован поиск по сайту, желательно также предоставить возможность сразу воспользоваться им. Оформлять такую страницу желательно в общей стилистике сайта, если на сайте есть логотип – используйте его.

Распространенной ошибкой является перенаправление на страницу с 404-й ошибкой с изменением введенного адреса (например, `site.com/not-found`). В таком случае пользователю приходится вводить весь адрес заново, и увидеть свою ошибку у него нет возможности.

Внешняя ОПТИМИЗАЦИЯ

Внешняя оптимизация определяет, насколько сайт известен, есть ли у него авторитет, будет ли он занимать высокие позиции в поисковых системах по тем или иным запросам. Верна ли политика внешней оптимизации вашего сайта?

Какие статьи бюджета можно сократить, а какие следует расширить? Чем еще привлечь поисковые системы, чтобы они предпочли именно ваш ресурс? Мы даем подробные рекомендации, что нужно делать «за пределами» вашего сайта.

Присутствует ли www.site.ru в каталоге DMOZ?



www.site.ru отсутствует в каталоге DMOZ. Рекомендуется добавить его в раздел [Топ: World: Russian: Бизнес: Связь и телекоммуникации: Услуги: Беспроводная связь](#). Ориентировочный текст описания сайта для добавления в каталог DMOZ следующий: Сервис СМС рассылок site.ru - простой и удобный инструмент массовой отправки СМС по списку номеров. Лучшие тарифы на рынке и бонус на бесплатное тестирование в комплекте!



Каталог DMOZ – самый большой мультиязычный каталог интернет-ресурсов в мире. Присутствие в этом каталоге даст Вашему ресурсу дополнительный траст среди поисковых систем.

Для того чтобы проверить, находится ли сайт в каталоге, перейдите на главную страницу – dmoz.org, и введите URL своего сайта.

Для того чтобы добавить сайт в каталог DMOZ, необходимо перейти по адресу <http://www.dmoz.org/World/Russian>, выбрать подходящий раздел и нажать на ссылку «Предложить».

Процесс проверки сайта может занимать достаточно долгое время, вплоть до нескольких лет. Но в любом случае, если ресурс подходит под требования и критерии каталога, то, скорее всего, он будет в него добавлен.

Требования:

- Достоверная информация
- Отсутствие материалов, которые нарушают закон
- Недублированный контент
- Белые методы продвижения и рекламы

После принятия сайта каталогом DMOZ в течение нескольких месяцев ссылки на ресурс могут появиться в каталогах-партнерах, использующих базу данных ODP (AOL Search, Altavista, HotBot, Lycos, Netscape Search).

Еще стоит обратить внимание на тот факт, что Google зачастую использует описание сайта из каталога DMOZ в сниппетах поисковой выдачи, поэтому внимательно отнеситесь к заполнению соответствующих полей при регистрации сайта в каталоге.

Присутствует ли www.site.ru в Яндекс.Каталоге?



По данным нашего аналитического сервиса установлено, что сайт www.site.ru отсутствует в каталоге Яндекса. Настоятельно рекомендуется добавить сайт в Яндекс.Каталог в рубрику [Hi-Tech / Мобильная связь](#).



Яндекс-каталог – специализированный каталог интернет-ресурсов от Яндекса, который включает в себя тысячи полезных сайтов по мнению поисковой системы.

На практике установлено, что сайты, добавленные в Яндекс.Каталог, обладают большим доверием и видимостью в результатах поиска, нежели другие сайты.

У любого вебмастера есть возможность добавить сайт в каталог на бесплатной основе. Для того чтобы добавить сайт в каталог Яндекс.Каталог, необходимо перейти по адресу http://yasa.yandex.ru/add_free.xml, заполнить обязательные поля: “Адрес сайта”, “Название”, “Описание”, “E-mail”, “Категория” и нажать на кнопку «Отправить заявку». Если вы хотите, чтобы ваша заявка была рассмотрена в ускоренном режиме, вы можете воспользоваться услугой платной регистрации. Для этого необходимо оформить заявку по ссылке <http://direct.yandex.ru/catalog/vipurl.pl> (потребуется регистрация на Яндексе).

Вне зависимости от вида заявки любой сайт проходит проверку модераторами каталога, которые оценивают качество и полезность веб-ресурса для пользователей. По нашим наблюдениям, вероятность добавления коммерческого сайта в каталог крайне мала по сравнению с платной регистрацией. Но и она не может гарантировать Вашему проекту «место под солнцем». Зачастую подача заявки на платной основе лишь ускоряет ее рассмотрение модераторами.

Если сайт обладает высоким ТИЦ (тематический индекс цитирования), то существует вероятность, что на ресурс будут переходить посетители из Яндекс.Каталога, а это огромная аудитория.

Также весомым преимуществом является тот факт, что сайту, работающему сразу в нескольких регионах, можно присвоить определенное количество дополнительных регионов продвижения, в отличие от ресурсов, которые не присутствуют в каталоге.

Кнопки социальных сетей в сниппете



На сайте site.ru не используются кнопки социальных сетей в сниппете. Рекомендуется использовать данный инструмент для привлечения посетителей как дополнение к основным источникам трафика.



Кнопки социальных сетей (социальные ссылки) в сниппете представляют собой ни что иное, как размещенные в сниппете ссылки на публичные страницы, группы, блоги, живые журналы организаций в социальных сетях. Благодаря им потенциальные клиенты могут легко найти официальные страницы организаций.

Для добавления социальных ссылок в сниппет необходимо выполнить следующие действия:

Вариант 1: На главной странице сайта размещаются ссылки на официальные страницы и группы в социальных сетях компании. При очередной переиндексации страницы поисковые роботы распознают их и автоматически заносят в базу Яндекс.Справочника. Впоследствии они проходят проверку модераторами и при условии, что они отвечают правилам, добавляются в сниппет.

Вариант 2: Если организация уже добавлена в Яндекс.Справочник, то для добавления ссылок в сниппет достаточно указать ссылки на группы, публичные страницы организации в интерфейсе Яндекс.Справочника в поле «Сайты».

Рекомендации по схеме закупки ссылок



Сайт www.site.ru считается старым, так как был зарегистрирован более 5 лет назад. Сайт имеет достаточный вес в поисковых системах и готов для продвижения. Для таких сайтов нет определенных ограничений по схеме закупки ссылок, главное – уделяйте внимание релевантности размещаемых ссылок и качеству доноров, а также избегайте слишком резкого роста ссылочной массы.



Для трастовых сайтов можно придерживаться практически любой схемы закупки ссылок. Исключением являются ссылки с низкокачественных доноров, а также доноров с большим числом исходящих ссылок. Кроме того, рекомендуется использовать разнообразные тексты ссылок (анкоры) и не только прямые вхождения.

Оптимальное вхождение анкоров:

Анкоры с прямым вхождением – до 35% (например, [купить дом](#))

Анкоры с окружением и разбавлением – до 50% (например, [купить загородный дом срочно](#) или [срочно купить](#) загородный дом в Лондоне)

Безанкорные ссылки – 15% (например, в Лондоне на продажу был выставлен дом. Купить его можно [на сайте](#))

Для молодых сайтов рекомендуется придерживаться стратегии постепенной закупки. К примеру, на первый месяц максимальное количество купленных ссылок не должно превышать десяти, на второй – двадцати, на третий – тридцати, и так далее вплоть до шестого месяца.

Оптимальное вхождение анкоров:

Анкоры с прямым вхождением – до 25% (например, [купить дом](#))

Анкоры с окружением и разбавлением – до 40% (например, [купить загородный дом срочно](#) или [срочно купить](#) загородный дом в Лондоне)

Безанкорные ссылки – 35% (например, в Лондоне на продажу был выставлен дом. Купить его можно [на сайте](#))

Проверка IP на наличие в спам-листах.



IP-адрес сервера, на котором расположен сайт, не занесен в спам-листы. В случае использования вами средств массовой рассылки писем это положительно сказывается на вероятности успешной их доставки. Рекомендуется регулярно отслеживать наличие используемого вами IP-адреса на наличие его в спам-листах



IP-адрес (Internet Protocol Address) – тип адреса, на основании которого осуществляется обмен пакетами между сетями.

Спам – это электронные сообщения, отправляемые пользователям от неизвестных им лиц (организаций). Чаще всего содержание данных писем носит рекламный характер.

После того как спам-рассылки приобрели массовый характер, большинство почтовых сервисов стали формировать спам-листы, куда заносятся IP-адреса сайтов, с которых отправляется спам. Данные базы регулярно обновляются как сервисами почтовых служб, так и самими пользователями посредством инструмента «Пожаловаться на спам».

Владельцам ресурсов, которые выполняют массовые рассылки, рекомендуется регулярно осуществлять проверку используемого IP-адреса на его наличие в спам-листах. Особенно это актуально для проектов, размещенных на «общем» хостинге или VPS, т.е. использующих IP-адрес совместно с другими пользователями

Благодарим за то, что воспользовались нашим сервисом

Мы уверены, что после внедрения
рекомендаций ваш сайт:



Избавится от
существующих ошибок



Улучшит
конверсию



Повысит позиции
в выдаче поисковых систем

Если у вас все еще остались вопросы, свяжитесь
со службой поддержки



+ 7 (495) 988 60 52 / 8 800 200 6789