ЧЕК-ЛИСТ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ ПРОВЕРКИ

SEO-аудит сайта: 30 пунктов

То, что я сам проверяю на каждом новом проекте. Без теории — только то, что реально влияет на позиции и трафик. Прогоните за 30 минут и увидите, где сайт теряет посетителей и заявки.

Дмитрий · SEO-специалист · 10+ лет опыта
Версия 2026 · Обновлено сентябрь 2026

Привет. Я занимаюсь SEO больше десяти лет, и за это время аудировал наверное 300+ сайтов — от лендингов до магазинов на тысячи товаров. За первые 10–15 минут проверки я уже вижу, где сайт теряет трафик. Обычно это не что-то сложное, а базовые вещи: кривая индексация, медленная загрузка, отсутствие цен на странице, дубль canonical.

Этот чек-лист — выжимка того, что я проверяю первым делом. Не академическая теория, а реальные пункты с конкретными инструментами и критериями «норма / проблема». Открывайте параллельно сайт и проверяйте по списку. Если хотя бы половина пунктов «горит» — у вас есть, что исправлять. А исправления по первым 10 пунктам обычно дают ощутимый рост уже через месяц.

Индексация и доступность

1 **robots.txt: не закрыто ли лишнее**

Открываю /robots.txt и первым делом смотрю, не закрыл ли кто-то Disallow: / всю выдачу. Бывает после переноса. Проверяю, что sitemap указан, а служебные страницы (поиск, корзина, фильтры) закрыты.

Яндекс.Вебмастер → Проверка robots.txt

2 **sitemap.xml: все важные страницы внутри**

Открываю sitemap и смотрю: есть ли там посадочные страницы или только главная. Бывает, что карта генерируется криво и половина разделов не попадает. Проверяю, что нет 404 и редиректов внутри карты.

Яндекс.Вебмастер → Sitemap

3 **Сколько страниц в индексе Яндекса**

Вбиваю site:domain.ru в Яндексе. Сравниваю с реальным количеством страниц на сайте. Если в индексе 200, а на сайте 2000 — проблема с индексацией. Если в индексе 5000, а на сайте 2000 — дубли.

Поиск Яндекса: site:ваш-домен.ru

4 **404 и 5xx ошибки: нет ли массовых**

Заходу в Вебмастер, смотрю раздел «Ошибки обхода». Если там десятки 404 — значит, страницы удалили, а редиректы не настроили. Проверяю, что удалённые страницы отдают 301 на актуальные, а не просто 404.

Яндекс.Вебмастер → Ошибки обхода; Screaming Frog

5 **Canonical: на каждой странице и указывает правильно**

Открываю 5–10 страниц, смотрю исходный код. Canonical должен указывать на саму страницу (или на каноническую версию). Часто вижу, когда на всех страницах canonical стоит на главную — это катастрофа.

Screaming Frog; ручная проверка в HTML

Техническое SEO

6 **HTTPS: сертификат не просрочен, mixed content нет**

Открываю сайт, смотрю на замочек в браузере. Если перечёркнут или отсутствует — сертификат или истёк, или на странице есть HTTP-ресурсы (картинки, скрипты). Проверяю, что HTTP-версия редиректит на HTTPS через 301.

SSL Labs; браузер → DevTools → Console

7 **Мобильная версия: реально ли удобна**

Открываю сайт на телефоне. Не в эмуляторе — на реальном. Если текст мелкий, кнопки не попадают под палец, есть горизонтальный скролл — это проблема. Проверяю через Mobile-Friendly Test.

Chrome DevTools → Device Toolbar; Mobile-Friendly Test

8 **Дубли страниц: www, слэш, index.html**

Проверяю: site.ru и www.site.ru — должны склеиваться через 301. site.ru/ и site.ru/index.html — тоже. Если открываются обе версии без редиректа — это дубль, поисковик может выбрать неправильную.

Screaming Frog → Дубли; httpstatus.io

9 **Редиректы: нет цепочек 301 → 301 → 301**

Проверяю через httpstatus.io несколько старых URL. Если редирект идёт в 3–4 шага — каждый шаг теряет вес и замедляет загрузку. Должно быть: один 301 сразу на финальный URL.

httpstatus.io; Screaming Frog → Redirects

10 Хлебные крошки: есть и размечены

Открываю вложенную страницу, смотрю навигцию: Главная → Раздел → Страница. Если крошек нет — это минус к юзабилити и SEO. Проверяю микроразметку BreadcrumbList — она даёт красивый сниппет в выдаче.

Валидатор микроразметки Яндекса

Скорость и Core Web Vitals

11 LCP ниже 2.5 секунды

Запускаю PageSpeed Insights. LCP — это время загрузки самого большого элемента. Если больше 4 секунд — проблема серьёзная. Обычно виновато тяжёлое изображение в первом экране. Решение: WebP, сжатие, отложенная загрузка.

PageSpeed Insights; Lighthouse

12 CLS ниже 0.1

CLS — это сдвиг макета. Когда страница прыгает при загрузке — это плохо для пользователя. Причины: изображения без размеров, баннер, который появляется позже, шрифты, которые меняют ширину текста.

PageSpeed Insights; Lighthouse

13 INP ниже 200 миллисекунд

INP заменил FID в 2024 году. Это скорость отклика на действия. Если при клике по кнопке страница «зависает» на полсекунды — INP высокий. Чаще виноваты сторонние скрипты: чат, аналитика, реклама.

PageSpeed Insights; WebPageTest

14 Изображения: WebP, lazy loading, alt

Открываю DevTools → Network → смотрю размер картинок. Если PNG по 2 мегабайта — это убивает скорость. Должны быть WebP, до 300 КБ на изображение. На картинках ниже первого экрана — loading="lazy". У всех — alt.

DevTools → Network; Lighthouse

On-page оптимизация

15 Title: уникальный, с ключом, до 65 символов

Прогоняю через Screaming Frog. Смотрю дубли title. Если 20 страниц с одинаковым title «Главная» — это проблема. Title должен содержать ключ и быть читаемым. Длина — 50–65 символов, дальше обрежется в выдаче.

Screaming Frog → Page Titles

16 Description: продающий, до 160 символов

Та же проверка через Frog. Description не влияет на ранжирование напрямую, но влияет на CTR в выдаче. Если description пустой — поисковик сгенерирует сам, и обычно плохо. Лучше написать рукой.

Screaming Frog → Meta Description

17 H1: один на страницу

Открываю страницу, ищу тег H1. Бывает два H1 — это ошибка. Бывает ноль — тоже. H1 должен содержать основной ключ и отличаться от title. Не «Добро пожаловать», а «Ремонт квартир в Твери под ключ».

Screaming Frog → H1

18 Иерархия заголовков: H1 → H2 → H3

Проверяю структуру. Если после H1 сразу H4 — это нарушение иерархии. H2 для разделов, H3 для подразделов. Заголовки не должны использоваться для стилизации — для этого есть CSS.

Screaming Frog → H2/H3

19 Перелинковка: нет страниц-сирот

Проверяю, есть ли страницы, на которые не ведёт ни одна внутренняя ссылка. Если страница существует, но на неё нельзя попасть с других страниц — для поисковика её нет. Анкоры должны быть осмысленными, не «читать далее».

Screaming Frog → Inlinks

20 URL: чистые, читаемые, ЧПУ

Смотрю на URL. Если /?p=123&cat=45 — плохо. Должно быть /services/seo-audit/. Кириллица в URL допустима, но латиница лучше. Длиннее 80 символов — уже сомнительно.

Screaming Frog → URLs

Контент и семантика

21 **Текст: объём соответствует ТОПу**

Открываю 3–5 конкурентов из ТОП-10, смотрю объём их текстов. Если у конкурентов по 3000 знаков, а у вас 500 — вы не конкурируете. Если наоборот — текст может быть перелит. Проверяю тошноту: один ключ не чаще 3%.

advego.com; ручная проверка

22 **Каннибализация: две страницы под один запрос**

Вбиваю главный запрос в Яндекс. Если в выдаче две страницы одного сайта — они каннибализируют друг друга. Поисковик не понимает, какую ранжировать, и обе проседают. Решение: склеить через canonical или разделить интенты.

Ручная проверка в Яндексе

23 **Микроразметка: Article, Product, FAQPage**

Проверяю через валидатор Яндекса. На статьях — Article с автором и датой. На товарах — Product с ценой и наличием. FAQ — с вопросами. Если микроразметки нет — сниппет в выдаче будет обычным, без расширенного. CTR ниже.

Валидатор микроразметки Яндекса

Коммерческие факторы

24 **Цены: указаны на странице**

Открываю страницу услуги. Если цены нет — для Яндекса это минус. В нишах услуг сайты без цен понижаются. «Цена по запросу» не считается. Нужна конкретика или вилка: «от 4500 руб/м²». На товарах — цена, наличие, доставка.

Ручная проверка

25 **Контакты: адрес, телефон, карта**

Открываю страницу контактов. Есть адрес, телефон, email, карта? Если нет — доверие падает. В подвале на каждой странице — хотя бы телефон. Проверяю микроразметку LocalBusiness или Organization.

Ручная проверка; валидатор микроразметки

26 Отзывы: есть и размечены

Ищу блок отзывов. Если отзывов нет — добавляю. Если есть — проверяю микроразметку Review или AggregateRating. Звёзды в выдаче повышают CTR на 10–15%. Фейковые отзывы без имён и дат — хуже, чем отсутствие.

Ручная проверка; валидатор микроразметки

E-E-A-T, ссылки и локальное SEO

27 Авторство: у статей есть автор

Открываю статью, ищу имя автора. «Администрация сайта» — не автор. Нужно: имя, фото, краткая биография. В экспертных нишах — подтверждение квалификации. Микроразметка Person и Article с datePublished, dateModified.

Ручная проверка; валидатор микроразметки

28 Внешние ссылки: профиль без спама

Открываю Megaindex или Ahrefs, смотрю ссылающиеся домены. Если доменов мало — нужно наращивать. Если есть ссылки с дорвеев и ГС — нужно отклонять. Проверяю соотношение follow/nofollow: если 100% dofollow — неестественно.

Megaindex; Ahrefs; LinkPad

29 Яндекс.Бизнес: карточка заполнена на 100%

Открываю Яндекс.Бизнес, ищу карточку. Заполнена ли полностью: адрес, телефон, часы работы, услуги, цены. Есть ли фото — минимум 10. Есть ли отзывы — 15+. Отвечает ли компания на отзывы. Незаполненная карточка — пропуск мимо ТОПа по локальным запросам.

Яндекс.Бизнес

30 Региональность: сайт привязан к городу

В Яндекс.Вебмастере проверяю регион. Если сайт работает в Твери, а регион не указан — по локальным запросам сайт не ранжируется. Проверяю микроразметку LocalBusiness с координатами. Если несколько городов — для каждого отдельная страница.

Яндекс.Вебмастер → Региональность

Если прошли по списку и нашли 5–10 проблем — это нормально. У большинства сайтов первые 10 пунктов горят. Начните с индексации и скорости — это даёт самый быстрый эффект.

Если нашли 20+ проблем — не паникуйте. Разбейте на недели: первая неделя — индексация и редиректы, вторая — скорость, третья — on-page. За месяц можно поднять сайт до приемлемого состояния.

Если хотите, чтобы я сам прогнал ваш сайт по этому чек-листу и дал развёрнутый отчёт с конкретными рекомендациями — напишите мне. Разберу и скажу, что чинить в первую очередь.

Дмитрий · SEO-специалист
Тверь, работаю по всей России
Связаться: через форму на сайте