

SEO procesas

Kaip atrodo pats SEO audito procesas? Kokių veiksmų yra imamasi ir kas tiksliai atliekama?
Susipažinkite su visu procesu.



1. Pirminė konsultacija

- Aptariamas esama situacija, lūkesčiai
- Užduodami klausimai apie kliento taikomą auditoriją, pasiteisinusius / nepasiteisinusius anksčiau naudotus metodus, atliktus darbus, įžvalgas



2. Techninis svetainės auditas

- Panaudojamas platus spektras SEO auditavimo įrankių svetainės bendrai būklei įvertinti
- Įvertinami svetainės greičio bei našumo rodikliai
- Nustatomos techninės svetainės klaidos, kurios gali daryti įtaką galutinę poziciją paieškos rezultatuose
- Peržiūrima URL struktūra bei vidinių svetainės nuorodų tinklo situacija
- Įsitikinama, ar svetainė pritaikyta mobiliems įrenginiams
- Patikrinamas SSL sertifikato tvarkingas veikimas. (HTTPS)
- Įvertinamas struktūrizuotų duomenų (Schema.org) naudojimas, tam kad paieškos sistemos geriau galėtų interpretuoti svetainėje esantį turinį. Bei užimti didesnę dalį SERP vietos, pvz., FAQ snippets, reviews, produktų kaina ir t.t.
- Optimaliam naršymui ir indeksavimui patikrinamas svetainės žemėlapis (Sitemap) bei robots.txt failas



3. Vidinio SEO elementų peržiūra

- Įvertinti meta žymes, meta pavadinimus (Meta titles), meta aprašymus (Meta descriptions), vidines nuorodas ir antraštes
- Patikrinti paveikslėlių optimizavimą, įskaitant „alt“ žymes, failų dydžius
- Užtikrinti tinkamą kanoninių žymių naudojimą, siekiant išvengti turinio dubliavimo



4. Turinio analizė

- Svetainės turinio kokybė bei aktualumas
- Identifikuojamos turinio tobulinimo ar atnaujinimo kryptys
- Apžvelgiamos taisytinios vietos



5. Raktažodžių analizė

- Raktažodžių naudojimas pagrindiniuose svetainės puslapiuose
- Identifikuojamos taip vadinamos raktažodžių „kanibalizacijos“ problemos
- Trumpų ir ilgų raktažodžių balansas – įvertinamas jų konkurencingumas, sudėtingumas
- Įvertinama, kokius naujus raktažodžius galėtume panaudoti



6. Išorinio SEO auditas

- Išanalizuojama esamų atgalinių nuorodų kiekis bei kokybė
- Identifikuojamos galimai žalingos atgalinės nuorodos, kurias reikėtų pašalinti



7. Konkurentų analizė

- Ištiriame konkurentų pozicijas paieškos rezultatuose
- Apžvelgiame raktažodžius, kuriais konkurentai reitinguojasi
- Patikriname konkurentų turinio kokybę
- Įvertiname konkurentų atgalinių nuorodų strategijas
- Atrandame raktinius žodžius ir atgalines nuorodas kurias turi konkurentai, o Jūs - ne



8. Lokalus SEO

- Įvertiname situaciją su „Google My Business“ paskyra
- Patikriname NAP (pavadinimas, adresas, telefono numeris) nuoseklumą vietiniuose kataloguose



9. Vartotojo patirties (UX) ir svetainės architektūros įvertinimas

- Bendrai apžvelgiame vartotojo patirties ypatumus, tačiau išsamiai apžvalgai turėtų būti atliekamas visas atskiras UX auditas



10. Santrauka bei apžvalga

- Pateikiame išvadą, bendrą įvertinimą
- Pasidaliname pastebėjimais
- Išryškiname pagrindines tobulintinas sritis bei parengiame rekomenduotinių veiksmų planą
- Sukuriame pradinę strategiją su žingsniais kuriais galima pradėti dirbti iš kart po audito

Nepamirškite - SEO yra tęstinis procesas, o SEO auditas padeda identifikuoti šiuo metu esančią situaciją. Google paieškos sistemos algoritmas yra gan dinamiškas, besikeičiantis, nuolatos atnaujinamas, tad reikia nepamiršti nuolatos sekti susijusių aktualijų, pasikeitimų, norint siekti aukštesnių paieškos pozicijų.