

ЧЕК-ЛИСТ ДЛЯ СОБСТВЕННИКА И МАРКЕТОЛОГА

Редизайн сайта без потери позиций

Новый дизайн не должен стоить вам позиций и заявок. Это то, что мы проверяем перед каждым переездом сайта: 7 этапов — от замера до наблюдения после запуска.

Для кого

Для тех, кто заказывает редизайн у подрядчика или делает его своей командой. Технических знаний не нужно: каждый пункт можно спросить у исполнителя и проверить по ответу «да / нет».

Как пользоваться

Идите сверху вниз и отмечайте пункты. Самые дорогие ошибки — в первых трёх разделах: их не видно в день запуска, а позиции уходят через пару недель.

1 До начала работ: замерьте «до»

Без замера до переезда вы не узнаете, стало лучше или хуже. У нас однажды аналитика опоздала на 2,5 недели — и честно сравнить «до» и «после» уже было не с чем.

- ☐ Сняты позиции по главным запросам в Яндексe и Google. Записано, как снимали: сервис, регион, список запросов — после запуска мерить так же
- ☐ Выгружен трафик из поиска за последние месяцы и за те же месяцы прошлого года — чтобы отличить сезон от редизайна
- ☐ Посчитаны заявки: формы и звонки отдельно, по неделям, из CRM, а не только из Метрики
- ☐ Цели в Метрике настроены вручную: отправка формы, клик по телефону. Автоцели часто врут: у нас на 53 визита было 49 «отправок»
- ☐ Понятно, какие страницы приносят трафик и заявки. Их переносим с особой осторожностью
- ☐ Есть доступы к Яндекс.Вебмастеру и Google Search Console, выгружено, что сейчас в индексе
- ☐ Назначен человек со стороны бизнеса, который подтверждает цены, сроки, гарантии и спорные решения

2

Структура и адреса: ни одна страница не должна потеряться

Позиции привязаны к адресам страниц. Сменился адрес без переадресации — поисковик считает страницу удалённой и начинает с нуля.

- ☐ Составлен полный список старых адресов: из карты сайта, из индекса поисковиков и обходом живого сайта. Одной карты сайта мало: в одном проекте 97 страниц из индекса в ней не было
- ☐ Напротив каждого старого адреса записано решение: остаётся как есть, переезжает на новый адрес или закрывается
- ☐ Лучше всего — оставить адреса как были. Каждая смена адреса — риск, даже с переадресацией
- ☐ Со старого адреса стоит постоянная переадресация (301) на самую близкую по смыслу новую страницу — не на главную. Переадресацию на главную поисковик считает удалённой страницей
- ☐ Переадресации ведут сразу туда, куда нужно, без цепочек «а → б → в»
- ☐ Страницы, которые приносят трафик, не склеены и не удалены ради «чистой структуры»
- ☐ Список проверен целиком, а не выборочно: каждый старый адрес отвечает так, как задумано. На одном сайте мы проверили 1 214 адресов в 7 городах — по одному

3

Контент: сначала переносим один в один, потом улучшаем

То, что поисковик уже ценит, переезжает без изменений. Новые тексты и блоки добавляем после запуска, волнами — тогда видно, что именно сработало.

- ☐ На каждой странице сохранены заголовок во вкладке браузера (title) и описание для поиска (description)
- ☐ Главный заголовок страницы (H1) один и тот же, подзаголовки — в том же порядке
- ☐ Тексты перенесены целиком: не пропало ни одного абзаца, вопроса из FAQ, таблицы. Сверять программой, а не на глаз
- ☐ Внутренние ссылки между страницами сохранены, ни одна работа или статья не осталась без ссылки
- ☐ Разметка для поисковиков (хлебные крошки, организация, FAQ) перенесена и не содержит выдуманных рейтингов
- ☐ Фото и портфолио на своих местах: в галерею не попали чужие работы, у картинок есть подписи
- ☐ Юридические страницы и согласие на обработку персональных данных на месте и заполнены
- ☐ Одинаковые блоки выглядят одинаково на всех страницах. На одном сайте после вёрстки мы нашли 4 вида подзаголовков и 3 разные кнопки

4

Цены, формы и аналитика: заявка должна дойти до конца

Красивый сайт, с которого заявки не доходят до менеджера, хуже старого. Чем больше интеграций, тем больше мест, где заявка может потеряться.

- ☐ Цены хранятся в одном месте, а не вписаны текстом на каждой странице. Поменяли цену — она обновилась везде
- ☐ Калькулятор берёт цены из того же места, что и прайс. Проверен на нестандартных вариантах: у нас одна забытая цифра дала в смете 92 000 вместо 10 000
- ☐ Цена одной услуги совпадает везде: в таблице, в первом экране, в тексте, в FAQ и в описании для поиска
- ☐ Телефоны и адреса правильные на всех страницах. Если городов несколько — в каждом свой, и нигде не осталась «Москва» в чужом городе
- ☐ Тестовая заявка с каждой формы дошла до CRM и до менеджера — проверено на боевом сайте, а не только на тестовом
- ☐ Если отправка в CRM сорвалась, заявка не теряется: она сохраняется на сайте, и кто-то получает уведомление
- ☐ Защита от спама включена и не мешает настоящим клиентам
- ☐ Счётчик Метрики и цели стоят на новом сайте до переключения — и именно ваш, а не счётчик другого проекта. Такое случается, когда подрядчик копирует готовое решение

5

Техника: чтобы поисковик увидел новый сайт, а тестовый — нет

Две зеркальные ошибки встречаются чаще всего: тестовая копия попадает в поиск раньше основного сайта, а боевой сайт после переключения остаётся закрытым от поиска.

- ☐ Тестовая версия с первого дня закрыта от поисковиков. Запрета в robots.txt мало — нужен ещё запрет в ответе сервера (noindex) или пароль
- ☐ На боевом сайте после переключения эти запреты сняты
- ☐ robots.txt перенесён со старого сайта и почищен от правил старого движка, в нём есть ссылка на карту сайта
- ☐ Карта сайта (sitemap.xml) открывается и содержит все живые страницы — и только их
- ☐ У каждой страницы указан её собственный адрес как основной (canonical), а не адрес тестовой версии или главной
- ☐ Сайт открывается быстро: не хуже старого, проверено в PageSpeed Insights на мобильном и на десктопе
- ☐ Мобильная версия проверена на нескольких ширинах экрана: нет горизонтальной прокрутки, кнопки нажимаются пальцем
- ☐ Адреса с www и без него, со слэшем и без него ведут на один основной вариант
- ☐ Несуществующая страница отвечает кодом 404 и показывает понятную страницу с меню и поиском

6

День переключения: первые часы решают

Переключайте в начале рабочей недели, когда вся команда на месте, — не в пятницу вечером. Если сайтов или городов много, переводите волнами: сначала несколько маленьких, самые важные — последними.

- ☐ Заранее расписано, как вернуть старый сайт за 15 минут, если что-то пойдёт не так
- ☐ Сертификат безопасности (https) готов до переключения — иначе посетители увидят предупреждение браузера вместо сайта
- ☐ После переключения главная и ключевые страницы открываются, старые адреса переадресуют как задумано
- ☐ На боевом сайте нет запрета индексации — проверить ещё раз, это самая дорогая ошибка
- ☐ Тестовая заявка и тестовый звонок с нового сайта дошли до менеджера
- ☐ В Метрике видны визиты и срабатывания целей с нового сайта
- ☐ Карта сайта отправлена в Яндекс.Вебмастер и Google Search Console
- ☐ Главные страницы поставлены на переобход. Первыми — те, что уже в поиске: у них там старая копия
- ☐ Менеджеры предупреждены: если заявок стало заметно меньше, сразу сообщить

7

Первые 4–8 недель: смотрим каждую неделю

После переезда позиции несколько недель колеблются — это нормально. Ненормально «подождать три месяца»: просело — ищем причину и чиним сразу.

- ☐ Каждую неделю: показы и переходы из поиска, страницы в индексе, ошибки в Вебмастере и Search Console
- ☐ Каждую неделю: заявки из CRM в сравнении с теми же неделями до переезда и прошлого года
- ☐ Позиции сняты через 1, 4 и 8 недель тем же способом, что и замер «до»
- ☐ Проверено, что в поиске уже новые версии страниц: заголовок в выдаче совпадает с заголовком на сайте
- ☐ После каждой правки цен или текстов сайт проверяется целиком — цены, телефоны, счётчики
- ☐ Новые блоки и тексты добавляются волнами, с записью: что поменяли, когда и на каких страницах

СИГНАЛ	ЧТО ПРОВЕРИТЬ ПЕРВЫМ
Заявки упали, а трафик нет	Формы, телефоны, отправку в CRM
Трафик из поиска ниже прошлогоднего две недели подряд	Запрет индексации, переадресации, карту сайта
Страниц в индексе стало заметно меньше	Какие адреса выпали и что они сейчас отвечают
Главные запросы ушли с первой страницы	Заголовки и тексты этих страниц против старой версии
Упало у всех конкурентов тоже	Сезон или обновление поисковика — не откатывать редизайн сгоряча

Пороги в таблице — ориентиры, а не закон.

8

Пять вопросов подрядчику до старта

Если на любой из них ответ «разберёмся по ходу» — это повод задуматься.

1. Как вы сохраните старые адреса и кто проверит их все, а не выборочно?
2. Что из текстов и заголовков изменится при переезде — и почему?
3. Как вы замерите позиции и заявки до и после и как поймёте, что стало лучше?
4. Как проверите, что заявки с каждой формы доходят до нашего менеджера?
5. Кто и сколько недель ведёт сайт после запуска и что делает, если всё просело?

Чек-лист составлен по нашему плану переезда сайтов: 11 этапов, 36 случаев «что-то пошло не так» — каждый стал пунктом. Хотите, чтобы мы прошли по нему с вашим сайтом или оценили, выйдет ли ваша ниша в другие города, — напишите нам.

Александр Цуриков, руководитель производства «Медиа-решения»

Телефон: **+7 (958) 111-72-45**

Сайт: media-solutions.pro

Почта: info@media-solutions.pro

Telegram: [@tsurikov_ae](https://t.me/tsurikov_ae)