

# Cum sa dezvolti un audit de SEO

## Cum sa dezvolti un audit de SEO

Un audit de SEO este cea mai buna metoda de a afla de ce site-ul tau nu se claseaza bine in rezultatele de cautare Google.

Este prima activitate pe care trebuie sa o faci atunci cand pornesti un proces de SEO.

Acest articol iti va arata cum sa dezvolti un audit de SEO ca la carte.

Inainte de a incepe trebuie sa ti minte 2 lucruri:

1. Timpul investit in auditul de SEO tine de marimea/complexitatea site-ului
2. Un audit de SEO raspunde la intrebari care sa te duca la raspunsuri pentru ca tu sa ai o idee de unde sa pornesti procesul de SEO

### CE ESTE UN AUDIT DE SEO?

Orice audit de SEO ca la carte descopera problemele cu care se confrunta site-ul tau si identifica punctele slabe ale site-ului tau care ii afecteaza performanta.

Procesul de analiza site-ului tau iti ofera o lista de obiecte pe care trebuie le rezolvi pentru imbunatatirea performantei site-ului tau.

### DE CE SA FACI UN AUDIT DE SEO A SITE-ULUI?



audit de seo timisoara

Dupa cum am mentionat, un audit de SEO este primul pas in realizarea unei strategii de SEO.

Acesta iti arata ce elemente de pe site/din afara site-ului sa rezolvi pentru a obtine o pozitie mai buna in Google.

## 9 PASI PENTRU A REALIZA UN AUDIT DE SEO CA LA CARTE

Urmand acesti 9 pasi vei analiza intreg site-ul web pentru ca acesta sa obtina o pozitie mai buna in rezultatele de cautare Google. Trebuie sa iti amintesti ca o campanie de SEO de succes este produsul unor sute de factori de clasare. De aceea este important sa analizezi fiecare pas si actiune a campaniei de SEO.

### PASUL 1: CARE SUNT OBIECTIVELE CAMPANIEI DE SEO?

Determina care este obiectivul pe termen lung a campaniei de SEO.

SEO este un canal de marketing sustenabil prin care sa atragi clienti.

De aceea obiectivul strategic a unei campanii de SEO trebuie pus pe hartie.

Aceste obiective te vor face mai atent si te vor ajuta sa nu "deraiezi" de la strategie.

Iata principiul SMART prin care poti dezvolta obiective de SEO:

1. Compania noastra vrea sa isi creasca traficul organic cu 25% in 6 luni.
2. Vrem sa atragem 100 de link-uri de calitate in 6 luni
3. Vrem sa crestem numarul de clienti cu 9%.

## PASUL NUMARUL 2 – ANALIZA CUVINTELOR CHEIE

Acest pas se refera la gasirea celor mai potrivite cuvinte cheie pentru a optimiza site-ul tau in jurul lor. De aceea acest pas este crucial pentru dezvoltarea unei strategii de SEO care sa aiba succes.

Primul lucru pe care trebuie sa il ai in minte este daca targetezi cuvintele cheie potrivite. De multe ori, afacerile vor sa se claseze bine pentru cuvinte cheie foarte competitive care au nevoie de pana la 12 luni de proces de SEO pentru ca site-ul sa fie bine clasat.

Un audit de SEO bun te va ajuta sa gasesti cuvintele cheie potrivite.

Cum poti sa iti dai seama ca targetezi cuvintele cheie potrivite?

Gandeste-te la cuvintele cheie targetate ca la obiective.

Fiecare cuvânt cheie dupa care faci SEO trebuie sa te aduca mai aproape de obiectivele de SEO.

# SEO AUDIT CHECKLIST



cum sa faci un audit de seo

Iata din nou principiul smart:

Specific- alege pentru inceput 5-10 cuvinte cheie dupa care sa faci SEO si sa fie relevante cu afacerea ta.

Masurabile -Trebuie sa monitorizezi performanta cuvintelor cheie. Asta inseamna sa verifici constant daca site-ul si-a imbunatatit pozitia in motoarele de cautare.

Actionabile – sunt cuvintele cheie alese usor/mediu de optimizat. Daca ai un site nou, recomand sa alegi cuvinte cheie long tail.

Relevante – cuvintele cheie trebuie sa fie relevante cu afacerea ta.

Timp – cat timp ai nevoie sa optimizezi site-ul pentru ca acesta sa se claseze bine pentru aceste cuvinte cheie?

## PASUL 3 ANALIZA COMPETITIE TALE

Un audit a concurentei tale este crucial in aflarea

oportunitatilor de clasare a site-ului tau.

Analiza concurentei te ajuta sa:

Vezi daca ai ales cuvintele cheie potrivite si care este concurenta pe aceste cuvinte cheie

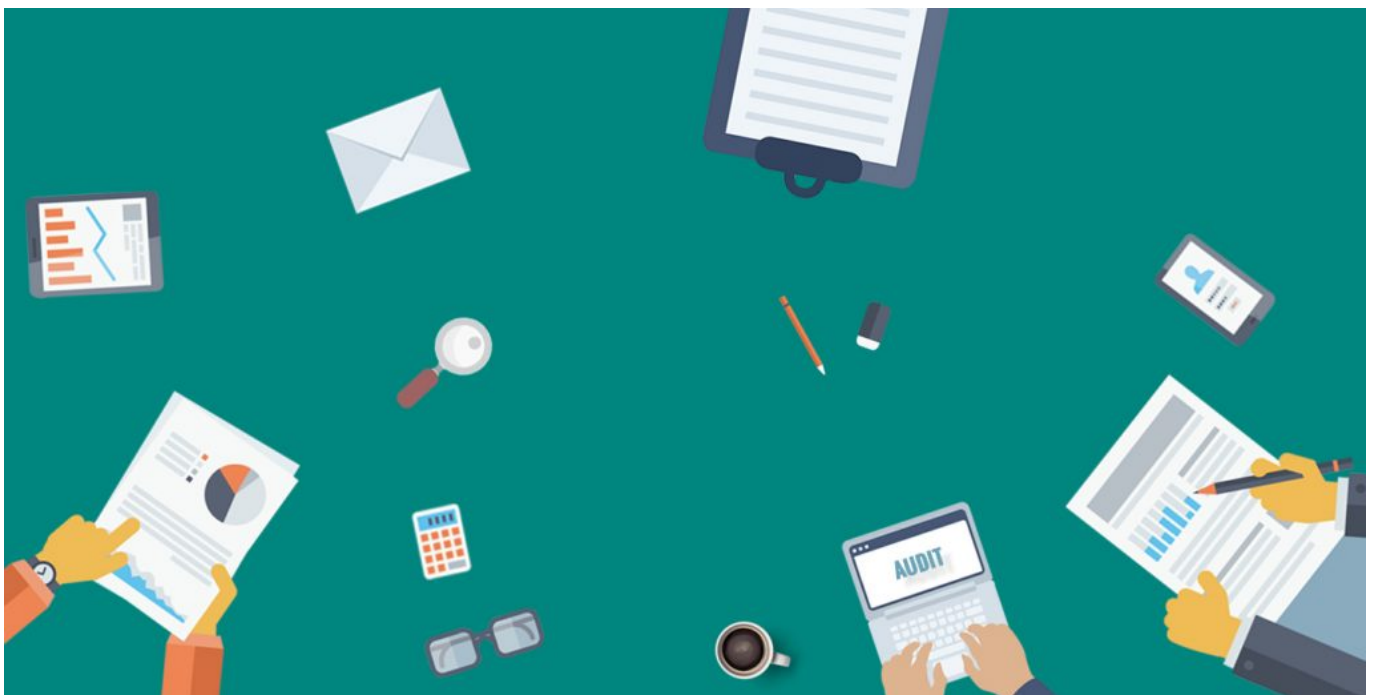
Apoi te va ajuta sa vezi ce continut au concurentii mai bine clasati decat tine

Dupa care poti afla de unde atrag concurentii tai link-uri.

Tine minte ca trebuie sa analizezi concurenta ta pentru a valida cuvintele tale cheie alese.

Prima data analizeaza Autoritatea paginii si Autoritatea domeniului in motoarele de cautare a concurentilor tai.

Foloseste Moz Toolbar.



#### PASUL 4 ANALIZA TEHNICA

Scopul acestui pas este sa afli cu ce probleme tehnice se confrunta site-ul tau web si cum aceste probleme opresc site-ul tau sa se claseze mai bine in motoarele de cautare.

Problemele tehnice afecteaza direct performanta site-ului tau.

Pentru asta, noi folosim Screaming Frog.

Acest tool ne ajuta sa identificam problemele tehnice de pe site.

CAT DE RAPID ESTE SITE-UL?

Viteza de rulare a site-ului afecteaza direct experienta de utilizare si clasarea acestuia.

De aceea este un punct critic in analiza de SEO a site-ului web.

Pentru acest task folosim Pingdom si Google Speed Tool.

Orice site care are nevoie de mai mult de 4 secunde sa se incarce trebuie imbunatatit.

Aici poti afla mai multe despre [cum sa imbunatatesti viteza de incarcare a site-ului](#) tau.

ESTE SITE-UL MOBILE FRIENDLY?

Nu este nicio indoiala ca in 2018 site-ul tau trebuie sa fie mobile friendly daca vrei ca acesta sa fie bine clasat in Google.

SE FACE KEYWORD CANNIBALIZATION?

Unul dintre cei mai importanti factori de analizat cand se face un audit de SEO este keyword cannibalization.

Aici ne uitam daca 2 pagini se lupta pentru acelasi cuvant cheie.

Acest fapt face ca Google sa nu stie care pagina sa o claseze pentru rezultatele de cautare.

Este bine sa ghidezi Google in clasarea unui pagini.

Trebuie sa observi daca ai pe paginile in care se afla cuvintele cheie dupa care faci SEO o densitate de maxim 3% a cuvintelor cheie in continut.



## AI PROBLEME DE REDIRECT?

Sunt 4 tipuri de redirectionari care afecteaza negativ site-ul tau:

1. 302 – sunt redirect temporare care nu dau autoritate paginilor noi. Acestea trebuie sa fie transformate in redirect 301.
2. Redirect chains – mai multe redirecturi conectate intre ele
3. Versiune non-preferata a domeniului care nu are redirect la versiune preferata
4. Versiune non-securizata care nu are redicrect la versiune sigura

## ESTE SITE-UL TAU BINE INDEXAT IN GOOGLE?

Site-ul tau web va atrage trafic daca este bine indexat in Google. De aceea trebuie sa te asiguri ca el este indexat

complet.

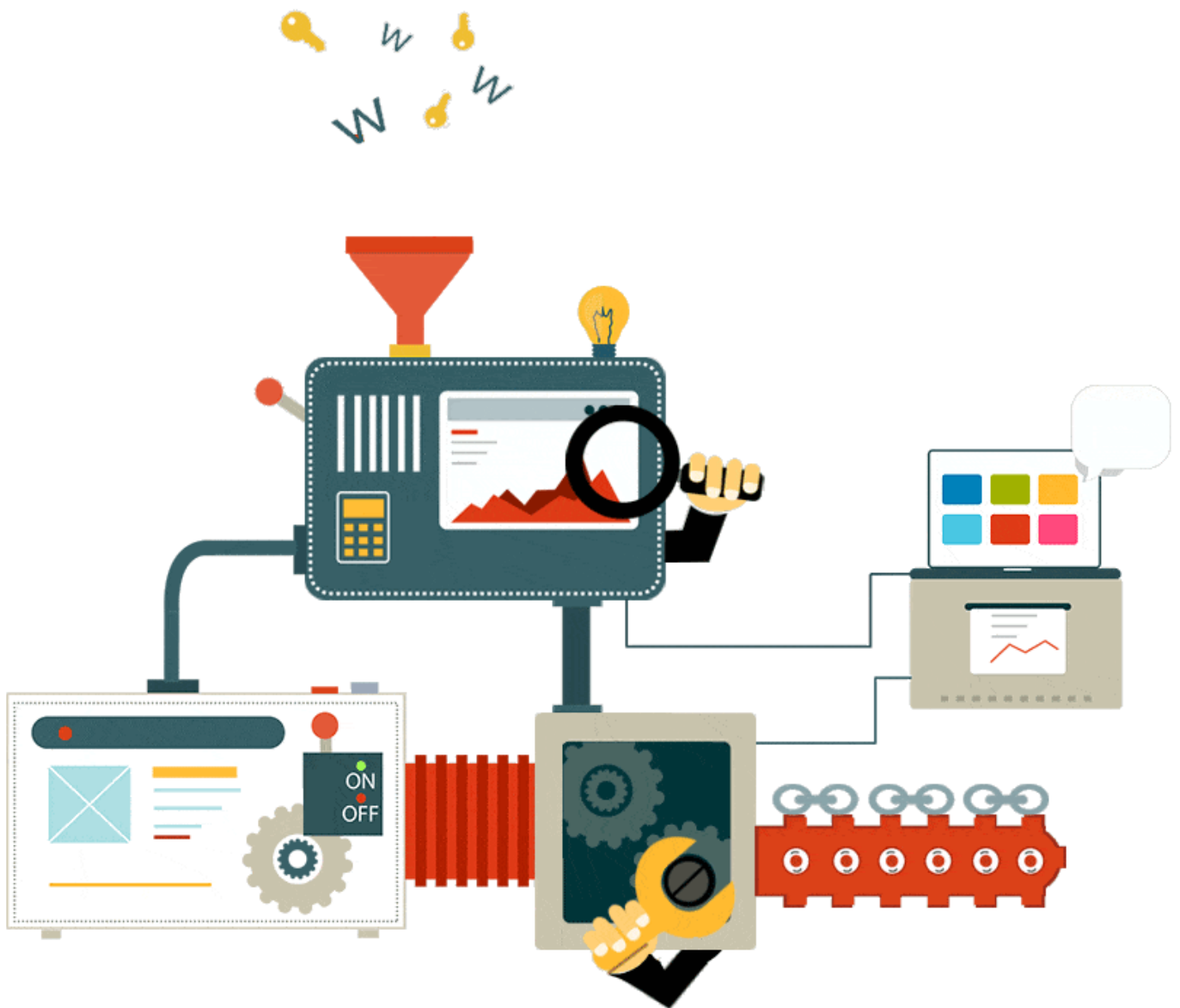
Incepe cu robots.txt

Uneori poti bloca site-ul de la indexare prin robots.txt care nu permit robotilor Google sa acceseze site-ul tau.

Sitemaps

Site-ul tau trebuie sa aiba o harta – sitemap care sa arate structura acestuia.

Daca ai un site in WordPress, foloseste Yoast SEO Plugin pentru a dezvolta un sitemap.



AI CONTINUT DUPLICAT?



Acest tip de continut duplicat poate afecta negativ site-ul tau pentru ca risca sa fie penalizat de Panda.

Site-urile de Ecommerce sunt cele mai susceptibile la acest continut duplicat.

Verifica daca ai meta date duplicate si creeaza noi metadate originale si 100% diferite.

Daca ai pagini similare pe site-ul tau web nu uita sa dezvolti titluri si meta descrieri unicate.

Pentru a gasi meta datele site-ului tau foloseste Screaming Frog si Google Search Console.

### AI ERORI DE TIP 404?

Google a anuntat ca nu este in regula sa ai pagini de tip 404 sau link-uri catre pagini inexistente.

De aceea este important sa inlaturi aceste pagini 404 si link-uri stricate.

Pentru a gasi erorile 404 mergi in Google Search Console si mergi la Crawl-> Erori Crawling -> Not Found – acolo vei gasi erorile 404.

### AI O ARHITECTURA EFICIENTA PENTRU SEO?

Multe audituri de SEO nu includ audit de arhitectura.

De ce?

Pentru ca nu toate site-urile sunt facute cu SEO in minte.

Cand examinezi arhitectura site-ului tai trebuie sa ai in minte urmatoarele intrebari:



- este navigarea curata?
- folosesc anchor text eficient?
- pot sa imbunatatesc navigarea pentru a fi mai usoara?

## AM LINK-URI INTERNE BINE CONSTRUITE?

Dezvoltarea ineficienta de link-uri interne iti vor dauna negativ eforturile de SEO. Link-urile interne trebuie sa fie de ajutor.

Pentru a analiza link-urile interne trebuie sa mergie pe fiecare pagina si verifici manual aceste link-uri interne.

## PASUL 5 ANALIZA LA NIVEL DE PAGINA

Obiectivul acestui pas este sa te asiguri ca fiecare pagina este bine optimizata on page.

Fiecare audit de SEO trebuie sa analizeze calitatea continutului si optimizarea per pagina.

Un continut puternic, de calitate te va ajuta sa clasezi mai bine site-ul in motoarele de cautare.

Asigura-te ca ai un titlu optimizat bine - acesta trebuie sa includa cuvantul cheie dupa care optimizezi pagina, numele brandului.

Meta descrierea trebuie sa fie persuasiva, sa indemne la actiune si sa aiba cuvantul cheie inclus.

Asigura-te ca ai cuvantul cheie in primele propozitii de pe pagina. Astfel vei creste relevanta site-ului.

Nu uita sa optimizezi url-urile de pe site incluzand cuvantul cheie in url.

## PASUL 6 – ANALIZA DE CONTINUT

Scopul principal al acestui pas este sa determini daca ai un continut de calitate si unde trebuie sa imbunatatesti continutul.

Analiza de content trebuie sa includa atat continutul de pe fiecare pagina in parte dar si cel de pe diferite categorii.

Aceasta analiza de continut este o parte importanta a analizei de SEO.

Este continutul tau unic si original?



Site-ul tau are nevoie de un content unic si original.

Este continutul de pe site folositor si informativ?

Continutul tau trebuie sa ofere informatii relevante pentru vizitatorii de pe site.

Ai un continut mai bun decat al concurentei?

Nu are rost sa creezi un content daca acesta este slab fata de cel al concurentei tale.

Ai un continut dens?

Un continut mai lung va performa mai bine in Google fata de continutul scurt.

## PASUL 7 – ANALIZA USER EXPERIENCE

Obiectivul acestui pas este sa vezi cat de bine interactioneaza oamenii de pe site cu continutul si site-ul

tau.

Este imposibil sa intelegi perfect ce gandeste fiecare user de pe site.

Din fericire poti avea o mica idee folosind Google Analytics.

Sunt cateva elemente de urmarit cand vine vorba de user experience in auditul de SEO:

Bounce rate

Poate te intrebti care este o rata de bounce buna, din pacate nu este un raspuns clar.

Rata de bounce este relativa si depinde de tipul de site.

O rata de bounce normala este intre 60-80%.

Timpul mediu pe site



Cu cat oamenii stau mai mult pe site-ul tau cu atat ai mai

multe sanse sa ii convertesti.

Precum rata de bounce, timpul mediu pe site este relativ.

Daca ai mult content de calitate atunci oamenii vor sta mai mult pe site.

Completarea de obiective – este o alta metrica importanta de analizat in Google Analytics prin auditul de SEO.

Singurul lucru pentru care afacerea ta are un site web este sa vanda.

Nu mai conteaza rata de bounce, timpul pe site, alte metrice daca oamenii nu cumpara.

Scopul imbunatatirii acestor metrice este ca site-ul tau sa faca bani.

Poti creste vanzarile pe site printr-ul copy bun, video, produse, samd.

Completarea de obiective pe site tine de:

- cat de usoara este navigarea pe site
- cat de multe informatii gasesc pe site
- cat de rapid ruleaza site-ul
- daca sunt dovezi ca produsul este bun

EXIT PAGES



Identifica ce pagini fac ca oamenii sa paraseasca site-ul tau.  
Daca imbunatatesti paginile cu rata de exit mare atunci vei avea mai multe sanse de a vinde.

Intreaba-te – De ce oamenii parasesc anumite pagini?

Este continutul de pe acele pagini irelevant/slab calitativ?

Sunt aceste pagini relevante pentru useri?

Sunt imagini neclare?

## RETURNING VISITORS

Calitatea de vizitatori care revin pe site este un semnal pozitiv.

Asta inseamna ca ai un site sau continut de calitate ridicata.

Return visitors este un punct de conversie pentru ca iti da

sansa sa transformi clientul potential in client direct.

Daca nu ai o rata de return visitors mare asta inseamna ca ai continut slab sau erori tehnice.

## PASUL 8 – ANALIZA DE LINK-URI

Obiectivul acestui pas este sa gasesti slabiciunile si punctele tari ale profilului de links.

Dupa cum probabil sti deja, backlink-urile sunt semnale puternice pe care Google le ia in considerare. De aceea o parte mare a unui audit de SEO complet se bazeaza pe analiza profilului de link-uri a site-ului. La STAR MARKETING folosim cele mai bune tool-uri pentru analiza link-urilor – Majestic SEO, Ahrefs, Open Site Explorer, Search Console.



Acum probabil te intrebi de unde sa incepi analiza de link-uri



in auditul de SEO a site-ului.

Ei bine incepe cu:

## RELEVANTA LINK-URILOR

Este baza analizei link-urilor cand vine vorba de link building.

Aici incepe auditul de SEO cand vine vorba de links.

Sunt link-urile relevante – cele care vin inspre site?

Pentru a identifica relevanta link-urilor folosim Ahrefs dar si Majestic SEO.

Cand folosim Majestic SEO analizam si Topical Trust Flow pentru a scala relevanta link-urilor.

Scopul acestui pas in auditul de SEO este sa vedem daca domeniile de unde vin link-uri catre site sunt relevante.

## AUTORITATEA LINK-URILOR

Dupa relevanta conteaza foarte mult autoritatea link-urilor.

Preferam sa avem linkuri relevante si autoritative mai putine ca numar, decat sa avem multe link-uri irelevante cu autoritatea mica.

Sunt cateva metode prin care poti afla autoritatea unui links.

Putem utiliza Majestic SEO sau Ahrefs si analizam Domain Rating.

Putem folosi si SEM Rush pentru analiza autoritatii si relevantei link-urilor care vin catre site.

## DIVERSITATEA LINK-URILOR

Daca vrei sa ai un profil natural de link-uri trebuie sa ai diverse link-uri.

Aceste tipuri variate de links includ:



LinkContextual

Site footer/sidebar links

Link-uri din directoare web

Link din pagini de resurse

Forum links

etc

## TARGETAREA LINK-URILOR

Un alt factor important de care sa ti cont cand examinezi link-urile este cate link-uri duc catre pagini "deep" pe site.

Nu toate link-urile trebuie sa duca spre home page, unele

trebuie sa duca spre pagini deep din site.

## ANCHOR TEXT DIVERSIFICATION

Abuzul de anchor text dauneaza grav procesului de SEO.

Incearca sa diversifici anchor textele link-urilor care duc spre pagini web – adauga variatii de anchor text, branded text, etc.

## PASUL 9 – ANALIZA SEO LOCAL

Scopul acestui pas este sa descoperi in analiza de SEO unde poate site-ul tau sa se claseze bine pentru cautarile locale.

De aceea cand dezvolti o campanie de SEO local trebuie sa analizezi citatiile care vin catre site.

Analizeaza consistenta NAP – nume, adresa, phone, website – trebuie sa fie consistente oriunde iti promovezi site-ul web.

## CONCLUZIE

WOW. Daca ai ajuns pana la concluzie te felicit si cred ca esti echipat sa dezvolti un audit de SEO ca la carte pentru site-ul tau web.

Afla [care sunt trendurile de SEO in 2019](#) citind articolul de pe site.