

# Работы. Январь

1. Проведение аудита сайта с целью выявления проблемных мест критичных для SEO;
2. Составление семантического ядра для последующей корректировки контента страниц;
3. Установка/корректировка настроек систем аналитики Я.Метрика и Google Analytics;
4. Согласование типов целевых действий с клиентом и настройка их в системах аналитики;
5. Регистрация сайта в вебмастерских Yandex.Вебмастер, Google Search Console;

# Работы. Февраль

1. Проверка корректности файлов robots.txt и sitemap.xml, внесение корректировок в список индексируемых страниц и создание карты сайта.
2. Оптимизация сайта для Google Page Speed
3. Настройка ЧПУ (человеко-понятные урлы) в соответствии с собранным семантическим ядром;
4. Мониторинг выдачи Яндекса и Google по страницам сайта;
5. Составление отчёта.

# Работы. Март

1. Внедрение микроразметки страниц (Open Graph);
2. Проверка наличия технических дублей страниц и их удаление в случае обнаружения;
3. Проверка битых ссылок на сайте и их удаление в случае обнаружения;
4. Проверка внутренней перелинковки страниц, проставления ссылок в случае их недостатка;
5. Мониторинг выдачи Яндекса и Google по страницам сайта;
6. Составление отчёта.

# Работы. Апрель

1. Актуализация семантического ядра, проверка низкочастотных запросов, поиск новых запросов, проверка и исключение нецелевых ключевых слов;
2. Анализ ссылочной массы сайта, поиск вариантов для размещения внешних ссылок на сайт;
3. Анализ ссылочного профиля конкурентов, корректировка ссылок в зависимости от сделанных выводов;
4. Мониторинг выдачи Яндекса и Google по страницам сайта;
5. Составление отчёта.

# Работы. Май

1. Работы по наращиванию ссылочной массы из социальных сетей. Нужно будет взаимодействовать с людьми которые ведут социальные сети бренда для проставления ссылок на сайт в части статей;
2. Работа со ссылочной массой на форумах, проставление внешних ссылок на разделы сайта на тематических форумах;
3. Мониторинг выдачи Яндекса и Google по страницам сайта;
4. Составление отчёта.

# Работы. Июнь

1. Анализ поведенческих факторов (процент отказов; количество страниц; посещенных пользователем за сеанс; время, проведенное на сайте), построение гипотез по увеличению показателей, внесение правок на сайт;
2. Выделение самых популярных точек входа на сайт, приведение их в соответствие приходящему трафику (замена ключевых слов, персонализация в зависимости от источника трафика);
3. Мониторинг выдачи Яндекса и Google по страницам сайта;
4. Составление отчёта.