

СОЦИАЛЬНЫЙ КОД

SEO-АУДИТ САЙТА

sladbrand.ru

SLAD — российский бренд премиальной джинсовой одежды, Санкт-Петербург · интернет-магазин на конструкторе Megagroup (shop2)

Дата аудита: 25 сентября 2026

Период данных: внешнее сканирование 25.09.2026 (270 URL, 20 прогонов Lighthouse); спрос — Яндекс Вордстат за последние 30 дней; карточки — Яндекс Карты, 2ГИС

Доступ к Яндекс Метрике, Яндекс Вебмастеру и Google Search Console не предоставлялся — аудит внешний, блок аналитики построен по открытым данным.

Подготовил: Антон Богатушин

агентство «Социальный код» · socode.ru

Телефон: +7 (911) 933-13-33 · upsalesvideo@gmail.com

Резюме для руководителя

sladbrand.ru — молодой магазин: нынешний сайт на Megagroup запущен в ноябре 2025 года (даты в sitemap 2025-11...2026-07), до этого на домене работал сайт на Tilda «SLAD BRAND интернет магазин женской одежды». В каталоге 44 товара (в основном женские джинсы 18 000–21 000 ₽), одна точка продаж. Технически сайт отдаётся быстро (ответ сервера 0,3 с, HTTPS, корректные зеркала), но для поисковых систем он почти невидим: товары названы артикулами («369 Royal Cobalt - 25»), 81% товарных URL — копии одних и тех же моделей по размерам, в карточках одна фотография и нет таблицы размеров, а адрес магазина на сайте не совпадает с карточкой в Яндекс Картах.

Сводный балл: 3,3 из 10 — критично

Веса блоков — для интернет-магазина (техническая база и семантика с коммерческими факторами по 20%). Критичные блоки — контент/on-page (2/10), семантика и коммерческие факторы (3/10), специфика Яндекса и локальное SEO (3/10). Лучше всего — техническая доставка страниц: коды ответа, HTTPS, редиректы зеркал.

5 главных находок

- Карточки и категории не отвечают ни на один поисковый запрос: title = H1 = description = «369 Royal Cobalt - 25», в названиях нет слов «джинсы», «женские», цвета, посадки, города; категория «Джинсы» — без текста и без посадочных под фасоны (широкие 13 тыс., клёш 8,5 тыс., прямые 8,5 тыс. запросов/мес по РФ).
- Дубли: 192 из 236 товарных URL (81%) — размерные модификации с тем же текстом и без canonical; ещё 3 модели заведены дважды (369-black-lux / 369-black-lux1 и др.). Яндекс получает 5–10 одинаковых страниц на каждую модель.
- Карточка не продаёт премиум за 18 000 ₽: 1 фото у всех 44 товаров, у 35 из 44 нет описания, нет таблицы размеров, 0 отзывов, нет статуса наличия; на главной — шаблонные баннеры «Любая мужская одежда по фиксированной низкой цене», «Скидки 50%» и надпись «Код счетчиков».
- Ошибка цены: «Платье ART» продаётся за 300 ₽ на главной, в категории и в карточке (модификации — 6 900 ₽); у «369 Ocean Dry Curiosity» цена 19 000 ₽ в карточке и 18 500 ₽ в модификациях, а в названии кириллическая «С».
- Локальное SEO: на сайте магазин в ТРК «Атлантик Сити» (Савушкина, 126), а в Яндекс Картах и 2ГИС бренд — «Slad» на Невском, 35 (Гостиный Двор), рейтинг 4,0 по 4 оценкам и телефон +7 (911) 167-67-69, которого нет на сайте. Карточки для «Атлантик Сити» нет.

Оценка потерь

Доступа к Метрике нет, поэтому суммы — расчётная оценка недополученной выручки на явных допущениях: средний чек 18 000 ₽ (данные заказчика), 2 000–3 000 визитов на сайт в месяц из всех источников, конверсия 0,6–1,0%, спрос — Яндекс Вордстат за 30 дней. Сумма изолированных оценок по 13 находкам — 166–430 тыс. ₽/мес; находки пересекаются, поэтому применяем дефлятор перекрытия 0,65.

Итоговая оценка: ≈ 110–280 тыс. ₽ недополученной выручки в месяц (база ≈ 190 тыс. ₽). При валовой марже 50% это ≈ 55–140 тыс. ₽ прибыли в месяц. После подключения Метрики пересчитаем по фактическому трафику.

Что делать первым (0–30 дней)

- Исправить цену «Платья ART» (300 → 6 900 ₽), выровнять цену «Ocean Dry Curiosity», заменить кириллическую «С» в названии, убрать шаблонные баннеры и надпись «Код счетчиков».
- Склеить размерные модификации: размер — параметр одной карточки, 192 URL-копии убрать из sitemap и отдать 301 на основную карточку (или rel=canonical, если конструктор не позволяет удалить).
- Переписать title/H1/description 44 карточек и 6 категорий по формуле «Джинсы женские {модель} {цвет}, {посадка} — купить в СПб | SLAD».
- Добавить таблицу размеров (обхваты талии/бёдер, длина по внутреннему шву) в каждую карточку джинсов и 4–6 фото на модель, включая фото на фигуре.

- Привести адрес к одному: обновить карточку Яндекс Бизнеса (Невский, 35 → актуальный адрес или завести филиал «Атлантик Сити»), добавить на сайт все точки, карту и один номер телефона.

Дашборд оценок по блокам

Веса блоков — для интернет-магазина. Шкала: 0–3 — критично (сайт теряет трафик прямо сейчас), 4–6 — системные проблемы, 7–8 — рабочее состояние с точками роста, 9–10 — эталон.

Блок	Балл	Вес	Статус
1. Техническая база и индексация	4/10	20%	системные проблемы
2. Скорость и Core Web Vitals	4/10	15%	системные проблемы
3. Контент и on-page	2/10	15%	критично
4. Семантика и коммерческие факторы	3/10	20%	критично
5. Специфика Яндекса	3/10	10%	критично
6. Ссылочный профиль и локальное SEO	3/10	5%	критично
7. Аналитика и воронка	4/10	10%	не проверено, нужен доступ
8. Конкуренты	3/10	5%	критично

Взвешенный итог: 3,3 / 10 — критично. Расчёт: $4 \times 0,20 + 4 \times 0,15 + 2 \times 0,15 + 3 \times 0,20 + 3 \times 0,10 + 3 \times 0,05 + 4 \times 0,10 + 3 \times 0,05 = 3,30$.

Что уже хорошо: HTTPS (Let's Encrypt, HSTS), HTTP/2; http://, http://www и https://www ведут 301 на https://sladbrand.ru за один переход; все 270 просканированных URL отдают 200; несуществующие адреса — честный 404; ответ сервера быстрый (медиана 0,30 с, p90 0,65 с); Яндекс Метрика установлена; цены открыты текстом в HTML; есть «Купить в 1 клик», заказ звонка, Telegram и WhatsApp, реквизиты ИП в подвале, подробные страницы «Доставка» и «Возврат» (14 дней).

Что происходит с трафиком

Разбор органики по Метрике (доля, Яндекс vs Google, динамика, ямы конверсии) без доступа невозможен — на сайте стоит счётчик Яндекс Метрики № 110781256, но гостевого доступа к нему нет. Ниже — то, что видно снаружи.

Индексация и история домена

- Домен зарегистрирован 15.02.2022. По данным Web Archive, в 2023–2025 годах на нём работал сайт на Tilda (страницы /about, /catalog, /news, /news1, /oferta, /privacy, /catalog/tproduct/..., /pageNNNNN.html). В ноябре 2025 года сайт переехал на Megagroup без редиректов: все 16 старых адресов сейчас отдают 404.
- В Google по запросу site:sladbrand.ru до сих пор находятся старые страницы www.sladbrand.ru/news1 и /catalog со старым заголовком «SLAD BRAND интернет магазин женской одежды» — индекс не обновлён.
- Выдача Яндекса для проверки позиций закрыта капчей при автоматическом запросе — позиции по коммерческим запросам не снимались. Нужен Вебмастер (раздел «Поисковые запросы»).
- В Web Archive сохранены десятки адресов главной с параметрами ?fbclid= и ?ysclid= — трафик из Instagram-рекламы и Яндекса шёл на главную; параметры создают дубли главной (canonical нет).

Спрос: Яндекс Вордстат, последние 30 дней на 25.09.2026

Базовая частотность (показы в месяц). «РФ» — вся Россия, «СПб» — регион Санкт-Петербург. Брендовый спрос практически нулевой: «slad джинсы» — 1, «slad одежда» — 3, «sladbrand» — 0 (запрос «slad» = 501 относится к музыканту). Значит, всех новых покупателей из поиска придётся брать небрендовыми запросами.

Запрос (кластер)	Показов/мес	Что есть на сайте	Посадочная под запрос
джинсы женские (СПб)	18 710	категория «Джинсы» — Н1 «Джинсы», без текста	нет
джинсы спб (купить / магазин джинсов спб)	12 549 (5 347 / 3 328)	главная, категория	нет — нет «СПб» ни в одном title каталога
широкие / клёш / прямые / чёрные джинсы женские (РФ)	13 144 / 8 485 / 8 484 / 9 262	товары есть, фасон нигде не указан	нет
джинсы больших размеров женские (РФ)	5 496	категория PLUS SIZE (12 товаров)	частично — Н1 «PLUS SIZE», без русского ключа
размеры джинсов женские (РФ)	30 363	таблицы размеров нет	нет
джинсовая куртка / жакет женский (РФ)	19 538 / 519	2 жакета	нет
джинсовый корсет (РФ)	1 009	«Топ-корсет Matrix corset»	нет — нет слова «джинсовый»
джинсы премиум (РФ)	1 158	главная	нет
российский бренд джинсов (РФ)	514	главная, «О нас»	нет
премиальные джинсы / русский деним (РФ)	231 / 101	главная, блог	частично
джинсы российского производства (РФ)	199	—	нет
дизайнерские джинсы / ... женские (РФ)	588 / 93	—	нет
российский бренд одежды (РФ)	19 000	«О нас», блог	нет

Вывод: узкая ниша «премиум / русский деним» в Вордстате маленькая — около 3 тыс. показов в месяц по всей России. Основной объём — это фасоны и городские запросы («джинсы спб», «широкие джинсы женские»), и здесь у сайта нет ни одной подходящей страницы. Фирменные названия моделей (Royal Cobalt, Black Lux, Enigma) никто не ищет, пока бренд неизвестен.

Блок 1. Техническая база и индексация — 4/10

Что хорошо

- Зеркала: <http://sladbrand.ru>, <http://www> и <https://www> → 301 → <https://sladbrand.ru/> (1 переход). </index.php>, </index.html> и несуществующие адреса — 404.
- HTTPS: сертификат Let's Encrypt (CN=sladbrand.ru, до 12.10.2026, автопродление Megagroup), HTTP/2, HSTS, смешанного контента нет.
- robots.txt не закрывает ничего лишнего (только /my/ и служебные картинки), карта сайта указана; Googlebot и YandexBot получают тот же ответ 200, что и браузер.
- Краул 270 URL: 100% отдают 200, медианное время ответа 0,30 с, p90 0,65 с, максимум 1,9 с.

Находки

● КРИТИЧНО • 81% товарных URL — дубли размерных модификаций без canonical

Что нашли: В [sitemap.8536810.xml.gz](#) 265 URL, из них 236 карточек товара. Уникальных моделей — 44; остальные 192 URL — размерные модификации вида [/magazin/product/369-royal-cobalt-25 ... -30](#), [/rubashka-letters-xl](#) и т. п. У модификации тот же текст, те же фото и то же описание, отличается только размер в заголовке («369 Royal Cobalt - 27»). Rel=canonical нет ни на одной из 270 страниц. Три модели заведены дважды с разными размерными рядами (369-black-lux / 369-black-lux1, longsliv-denim-soft / -soft1, rubashka-letters / -letters1). Список — файл [size_variant_duplicates.csv](#).

Почему это плохо: Яндекс видит 5–10 почти одинаковых страниц на одну модель и исключает их как «дубли» или «малоценные страницы»; вес ссылок и поведенческие сигналы размазываются между копиями, и ни одна не набирает силу. Доля малоценных страниц влияет на оценку качества всего сайта. Робот тратит обход на 192 копии вместо категорий.

Оценка потерь: 10–25 тыс. ₽/мес (формула дублей: показы × CTR × (1 – 1/N), N ≈ 5,4 копии на модель; эффект пересекается с находкой «Карточки не отвечают на запросы», учтён дефлятором).

Что сделать: В shop2 Megagroup перевести размер в параметр модификации внутри одной карточки (кнопки размеров уже есть на основной карточке). Размерные URL удалить из каталога, отдать 301 на основную карточку; если конструктор не даёт убрать страницы — прописать на них `<link rel="canonical" href="URL основной карточки">` и исключить их из sitemap. Объединить дубли моделей (-lux1, -soft1, -letters1) в одну карточку с полным размерным рядом, со старых — 301.

Как проверим: Через 2 недели: краул — в [sitemap](#) ≤ 60 товарных URL, все модификации отдадут 301 или canonical. Через 6–8 недель в Вебмастере: доля «Дубли» и «Малоценные» в исключённых — 0.

● КРИТИЧНО • Переезд с Tilda без 301-редиректов: старые адреса отдают 404

Что нашли: По Web Archive до ноября 2025 года на домене был сайт на Tilda. Адреса [/about](#), [/catalog](#), [/news](#), [/news1](#), [/oferta](#), [/privacy](#), [/help](#), [/rss.xml](#), [/sitemap-store.xml](#), [/catalog/tproduct/1-383078429821-hudi-vp-crop](#), [/catalog/tproduct/1-771368580261-svitshot-sky-tail](#), [/page27111513.html](#), [/page36907891.html](#) и ещё 3 — все отдают 404 (проверка curl 25.09.2026). Google до сих пор показывает [www.sladbrand.ru/news1](#) и [/catalog](#) со старым заголовком.

Почему это плохо: Ссылки из соцсетей, каталогов и старых публикаций ведут в 404 — посетители теряются, ссылочный вес старых страниц сгорел. Поисковики держат в индексе мёртвые адреса со старым описанием бренда («интернет магазин женской одежды»).

Оценка потерь: 3–10 тыс. ₽/мес (метод В: исторический трафик страниц × конверсия × чек; трафик старого сайта неизвестен — нижняя граница).

Что сделать: Настроить в панели Megagroup (Редиректы) 301: [/about](#), [/news](#), [/news1](#) → [/o-nas](#); [/catalog](#) и [/catalog/tproduct/*](#) → [/magazin/folder/dzhinsy](#) (или на аналог модели); [/oferta](#) → [/publichnaya-oferta](#); [/privacy](#) → [/politika-obrabotki-personalnih-dannyh](#); [/help](#) → [/pokupatelyam](#); [/pageNNNN.html](#) → по смыслу из Web Archive. Выгрузить все ссылки на старые адреса из Вебмастера и GSC после получения доступа.

Как проверим: curl -I по 16 адресам из приложения В — везде 301 на 200. Через 4 недели в Google по site:sladbrand.ru нет старых заголовков.

● СИСТЕМНАЯ ПРОБЛЕМА • Мусор в sitemap и параметры без Clean-param

Что нашли: В карте сайта: /search (отдаёт meta robots «none» — noindex в sitemap противоречит сам себе), /sitemap, четыре пустых страницы-«хаба» (/o-kompanii, /pokupatelyam, /oplata-i-dostavka, /vozvrat — на них только меню из 2–4 ссылок), дубль «Возврат» (/vozvrat и /vozvrat-1 с одинаковыми title и H1). Даты lastmod: 241 из 265 URL — ноябрь 2025. Адрес /?utm_source=test отдаёт 200 без canonical; в Web Archive 20 копий главной с ?fbclid=. В robots.txt нет Clean-param; есть устаревшие Host и Crawl-delay (Яндекс их не учитывает). Сервер не отдаёт 304 на If-Modified-Since.

Почему это плохо: Робот получает противоречивые сигналы и тратит обход на пустые и служебные страницы; метки из рекламы порождают дубли главной.

Оценка потерь: Гигиена: прямой эффект не оцифровывается, входит в дефлятор блока «Дубли».

Что сделать: Убрать из sitemap /search и /sitemap; пустые хабы либо наполнить (см. блок 4), либо превратить в 301 на содержательные страницы (/oplata-i-dostavka → /dostavka, /vozvrat → /vozvrat-1 с переименованием URL в /vozvrat). В robots.txt для Yandex добавить: Clean-param: utm_source&utm_medium&utm_campaign&utm_content&utm_term&fbclid&ysclid&yclid / ; удалить Host и Crawl-delay. Попросить поддержку Megagroup включить Last-Modified/304.

Как проверим: Краул sitemap: 0 страниц с noindex и 0 пустых хабов; в Вебмастере «Страницы с GET-параметрами» не растут.

Блок 2. Скорость и Core Web Vitals — 4/10

Lighthouse 13, мобильная эмуляция (Moto G Power, медленный 4G), медиана из 5 прогонов на каждый тип страницы, замер с Мака в Санкт-Петербурге 25.09.2026. Оценка лабораторная: полевых данных CrUX для сайта нет (мало трафика из Chrome).

Страница	Perf	SEO	A11y	BP	FCP, с	LCP, с	TBT, мс	CLS	SI, с	TTFB, мс	Вес, КБ
Главная /	73	92	74	73	1,89	5,43	41	0	5,13	141	1 497
Категория «Джинсы»	57	92	63	73	7,23	10,70	89	0	7,23	183	1 457
Карточка 369 Royal Cobalt	64	92	70	73	4,32	8,06	40	0	5,17	151	1 449
Статья блога	60	92	69	73	2,11	4,23	87	0,38	5,52	130	1 601

Пороги Core Web Vitals: LCP «хорошо» ≤ 2,5 с, «плохо» > 4,0 с; CLS «хорошо» ≤ 0,1, «плохо» > 0,25. Разброс прогонов большой (LCP главной — от 2,2 до 9,2 с): загрузка зависит от сторонних виджетов.

Что хорошо

- TTFB 130–180 мс, HTML сжимается gzip (главная 415 → 53 КБ), картинки отдаются в WebP браузерам, которые его поддерживают, стоит lazy-load.
- CLS = 0 на главной, в каталоге и карточке; TBT 40–90 мс — JavaScript не блокирует ввод критично.

Находки

СИСТЕМНАЯ ПРОБЛЕМА • LCP 5–11 с на мобильных: 1,5 МБ на страницу, из них 0,6 МБ — сторонние виджеты

Что нашли: Медианный LCP: категория 10,7 с, карточка 8,1 с, главная 5,4 с, статья 4,2 с. Вес страницы 1,45–1,6 МБ, ~100 запросов; скрипты — 808 КБ. Самые тяжёлые сторонние: чат Onicon — 371 КБ (visitor.js 272 КБ + 3 шрифта woff), VK ID SDK (static.vk.ru + id.vk.ru) — 239 КБ на каждой странице ради кнопки «Войти через VK», Метрика — 105 КБ, Google Fonts (Manrope + Roboto, 13 начертаний) — 95 КБ. Блокируют отрисовку jQuery 2.2.4, shop2.2.min.js, user.css, ru.js (экономия 0,9 с по Lighthouse). HTML страницы — 300–415 КБ из-за инлайн-кода конструктора.

Почему это плохо: Для Google скорость — прямой сигнал ранжирования (Core Web Vitals); для Яндекса — косвенный через поведение: при LCP > 4 с часть мобильных посетителей уходит до появления товара, а на запросах «джинсы спб» это возврат в выдачу к конкуренту.

Оценка потерь: 25–50 тыс. ₽/мес (метод А: выручка сайта 216–540 тыс. ₽ × доля мобильных ~70% × Δt 3 с (кэп по методике) × 4–7% за секунду × коэффициент консервативности 0,35–0,5; корреляционные данные Portent/Deloitte, не эффект правки).

Что сделать: 1) Onicon грузить по клику на кнопку чата или через 5 с после load (или заменить на ссылку в Telegram/WhatsApp, которые уже есть). 2) VK ID SDK — только на странице входа/корзины, не глобально. 3) Шрифты: одно семейство, 3 начертания, font-display: swap, preload woff2. 4) Попросить Megagroup включить defer для jQuery/shop2 и отложенную загрузку ru.js. 5) Главное фото карточки — fetchpriority=high и без lazy-load, размер под экран (сейчас 600×600 для слота 181×226).

Как проверим: Lighthouse mobile, медиана 5 прогонов: LCP ≤ 3,5 с на всех 4 типах, вес ≤ 900 КБ. Через 28 дней — полевые данные в GSC (Core Web Vitals).

СИСТЕМНАЯ ПРОБЛЕМА • CLS 0,38 на статьях и запрет масштабирования на мобильных

Что нашли: На статье «Что отличает премиальные джинсы SLAD...» сдвиг макета 0,38 (виновник — блок div.lpc-elements-text-3__text-wrap, текст «прыгает» после подгрузки). Во всех шаблонах meta viewport содержит maximum-scale=1.0, user-scalable=no — Lighthouse снимает баллы SEO (92 вместо 100) и

доступности; A11y 63–74: нет подписей у кнопок и ссылок-иконок, низкий контраст, картинки без width/height.

Почему это плохо: Запрет зума мешает рассмотреть фактуру денима на фото — это прямой сценарий покупки премиум-джинсов; CLS > 0,25 — «плохо» в Core Web Vitals Google.

Оценка потерь: 0–5 тыс. ₽/мес — гигиена, эффект пересекается с находкой про LCP.

Что сделать: viewport: width=device-width, initial-scale=1 (без maximum-scale и user-scalable). Для блока lpc-elements-text-3 задать min-height/aspect-ratio картинок; всем — width и height. Добавить aria-label иконкам корзины, поиска, соцсетей.

Как проверим: Lighthouse: SEO 100, CLS ≤ 0,1 на статье, A11y ≥ 85.

Блок 3. Контент и on-page — 2/10

Что хорошо

- Ровно один H1 на всех 270 страницах; ЧПУ-адреса на латинице (/magazin/product/369-royal-cobalt).
- Главная, «О нас», «Доставка» и «Контакты» имеют осмысленные title и description с Санкт-Петербургом и адресом.
- Хлебные крошки выводятся на карточках и категориях (без микроразметки).

Находки

● КРИТИЧНО · Title, H1 и description карточек — артикул модели, без товара, цвета и города

Что нашли: На 260 из 270 страниц title = H1 = meta description, длина 10–30 символов: «369 Royal Cobalt», «224 Black Lux Grunge», «801 Enigma», «Рубашка Letters - XL». Слова «джинсы» нет ни в одном title товара; категории называются «Джинсы», «PLUS SIZE», «Новинки». Meta keywords на карточках = название модели. В названии «369 Ocean Dry Curiosity» первая буква — кириллическая «С» (U+0421), а URL — ...-suriosity; то же в 224-suriosity-premium-flex. Полный список — приложение А.

Почему это плохо: Поисковик ранжирует страницу по запросу, только если видит в title/H1 слова запроса. Спрос на «широкие джинсы женские» (13,1 тыс./мес по РФ) или «джинсы женские спб» (1,4 тыс.) есть, а на «369 Royal Cobalt» — ноль. Снippet из одного артикула не получает кликов даже при показе.

Оценка потерь: 15–40 тыс. ₽/мес упущенного потенциала (метод D: хвостовые запросы по фасонам и премиум-кластеру ≈ 49 тыс. показов/мес × k_bot 0,8 × k_dedup 0,6 × CTR 0,3–5% по реалистичной позиции × k_serp 0,6–0,7 ≈ 130 кликов/мес × конверсия 0,6–1,0% × 18 000 ₽; выход на мощность 6–9 мес).

Что сделать: Шаблон title карточки: «Джинсы женские {модель} {цвет}, {посадка/фасон} — купить за {цена} ₽ в СПб | SLAD» (≤ 70 символов). H1: «Джинсы женские 369 Royal Cobalt, синие, прямые». Description 140–160 символов: ткань, посадка, производство в России, доставка по РФ, примерка в магазине. Категории: «Женские джинсы премиум — купить в Санкт-Петербурге | SLAD», «Джинсы больших размеров женские (PLUS SIZE)». Исправить кириллическую «С» и опечатку suriosity → curiosity c 301.

Как проверим: Краул: 0 title короче 35 символов, 100% карточек содержат тип товара; через 6–8 недель в Вебмастере растут показы по небрендовым запросам.

● КРИТИЧНО · Пустые карточки: 1 фото, 35 из 44 без описания, нет таблицы размеров и наличия

Что нашли: У всех 44 моделей в карточке ровно одно изображение (проверка по уникальным файлам /d/* .jpg). У 35 моделей описание — только «Цвет / Состав / Размер / Страна», 10–20 слов (местами с артефактом «#nbsp» вместо пробела); у 9 моделей линии 369 — один шаблонный текст, пары описаний совпадают на 91–99% («Не упустите возможность приобрести...»). Таблицы размеров нет нигде на сайте (поиск по «таблица размеров», «размерная сетка» — 0 совпадений), размеры указаны как «РАЗМЕР:27» без обхватов. Статуса наличия («в наличии», остаток) нет. Рейтинг у всех товаров — «0 голосов».

Почему это плохо: Покупатель за 18 000 ₽ без примерки должен увидеть посадку на фигуре, фактуру ткани, детали и точные мерки. Без этого он уходит к конкурентам или на маркетплейс; у Mavelty в одной карточке 30+ изображений, таблица размеров и разметка Product с рейтингом. Для Яндекса пустая карточка — «малоценная страница», для Google — thin content.

Оценка потерь: 40–100 тыс. ₽/мес (метод С: выручка сайта 216–540 тыс. ₽/мес на допущении 2–3 тыс. визитов × рост конверсии карточки на 15–25% после фото, мерок и описаний; оценка на допущениях — пересчитать по Метрике).

Что сделать: Фото: 5–8 на модель — спереди/сзади/сбоку на модели, детали (фурнитура, варка,

строчка), крупный план ткани, рост и размер модели в подписи. Таблица размеров: обхват талии/бёдер, длина по внутреннему шву, посадка — блоком в каждой карточке джинсов + отдельная страница «Как выбрать размер джинсов». Описание от 150–300 слов: ткань (ISCO, плотность, состав), посадка, фасон, уход, где сшито. Показывать «В наличии / под заказ» текстом. Включить отзывы и попросить 10–20 покупателей оставить их.

Как проверим: Краул: ≥ 5 фото и ≥ 150 слов уникального описания на 100% карточек; в Метрике — конверсия карточки в корзину до/после (А/В по 10 моделям).

● СИСТЕМНАЯ ПРОБЛЕМА • Шаблонный и противоречивый текст на главной: «низкие цены», «Скидки 50%», «Код счетчиков»

Что нашли: На главной: баннер «ВСЕ ДЛЯ МУЖЧИН — Любая мужская одежда по фиксированной низкой цене» (мужского раздела нет, ссылка ведёт в «Джинсы»), «СКИДКИ 50% — Модели по привлекательным ценам», «Весь образ от SLAD –15%», «Накопительная скидка — 10%» без условий. SEO-текст «О магазине» — общие фразы («Джинсовая одежда — это must-have любого гардероба...», «Ни один модник или модница не останется равнодушным»). В подвале всех страниц видна надпись-заглушка «Код счетчиков». 16 из 55 картинок главной — без alt.

Почему это плохо: Тексты демо-шаблона Megagroup ломают премиальное позиционирование и доверие: покупатель видит «низкие цены» рядом с джинсами за 18 000 ₽. Для Яндекса нетематический «SEO-текст» без фактов не добавляет релевантности, а акции без условий — риск по закону о рекламе.

Оценка потерь: Входит в находку о коммерческих факторах (блок 4).

Что сделать: Убрать или переписать баннеры под реальные предложения (новая коллекция, примерка в магазине, бесплатная доставка от 25 000 ₽). Текст главной — 1 500–2 000 знаков фактов: производство полного цикла, ткань, посадки, размерный ряд 25–36 и PLUS SIZE, адрес шоурума, сроки доставки. Удалить «Код счетчиков» из блока site-counters.

Как проверим: Визуальная проверка главной; краул — 0 картинок без alt.

● ТОЧКА РОСТА • Нет Open Graph и контента под информационный спрос

Что нашли: Мета-тегов og:title / og:image / og:description нет ни на одной странице (0 из 270). В блоге 2 статьи; нет страниц под «размеры джинсов женские» (30,4 тыс./мес по РФ), «как выбрать джинсы по фигуре», «уход за джинсами», «российские бренды джинсов» (514).

Почему это плохо: Бренд продаёт через Telegram и WhatsApp: без OG ссылка на товар выглядит как голый адрес без фото и цены. Информационные статьи дают трафик, ссылки и попадание в ответы Нейро/Алисы.

Оценка потерь: 8–20 тыс. ₽/мес (метод D: «размеры джинсов женские» 30 тыс. $\times 0,8 \times 0,6 \times \text{CTR } 2\% \times k_{\text{serp}} 0,5 \approx 145$ кликов + статьи-подборки; конверсия информационного трафика 0,2–0,4%).

Что сделать: Включить OG-теги в шаблоне (фото товара 1200×630, название, цена). Контент-план на 3 месяца: гид по размерам с таблицей мерок, «Как выбрать посадку джинсов», «Чем премиальный денним отличается от масс-маркета» (уже есть — расширить фактами), «Российские бренды джинсов: где шьют и почему SLAD» — 2 статьи в месяц со ссылками на карточки.

Как проверим: Предпросмотр ссылки в Telegram показывает фото и цену; через 3 месяца в Вебмастере — показы по информационным запросам.

Блок 4. Семантика и коммерческие факторы — 3/10

Для интернет-магазина одежды в Яндексе коммерческие факторы дают основную часть ранжирования в коммерческой выдаче. Сверка по чек-листу: цены открыты ✓, корзина и «Купить в 1 клик» ✓, способы оплаты (карта через CloudPayments, наличные в магазине) ✓, доставка СДЭК/Яндекс/курьер с ценами ✓, возврат 14 дней ✓, ИНН/ОГРНИП ✓; не хватает — отзывов, таблицы размеров, наличия, карты проезда, городского номера, почты на домене, единого адреса, заполненных страниц «О компании» и «Покупателям».

Находки

● КРИТИЧНО · Ошибки цен: «Платье ART» за 300 ₽ и расхождение цен у Ocean Dry Curiosity

Что нашли: Товар «Платье ART» (/magazin/product/plate-art) показывается за 300 ₽ в блоке «Новинки» на главной, в категории и в карточке; его модификации S и L — 6 900 ₽. Карточка «369 Ocean Dry Curiosity» — 19 000 ₽, а её размерные модификации — 18 500 ₽.

Почему это плохо: Сайт — публичная оферта: покупатель вправе оформить заказ по опубликованной цене, отказ = претензия и отзыв. Яндекс Товары и Маркет отклоняют предложения с ценой, отличающейся от корзины; заниженная цена в листинге — сигнал недостоверности для ассессоров. Для премиум-бренда 300 ₽ на главной подрывает доверие.

Оценка потерь: 5–15 тыс. ₽/мес (риск: 6 600 ₽ недополученных с каждого заказа по ошибочной цене + потерянные покупатели из-за недоверия).

Что сделать: Сегодня: выставить основной карточке «Платье ART» цену 6 900 ₽; у Ocean Dry Curiosity — одну цену на карточке и модификациях. Настроить в shop2 вывод цены основной карточки как минимальной из модификаций. Раз в неделю — выгрузка прайса и сверка «карточка = модификации».

Как проверим: На главной и в категориях нет цен < 5 000 ₽ для платьев и джинсов; скрипт сверки цен — 0 расхождений.

● КРИТИЧНО · Нет посадочных страниц под спрос: фасоны, СПб, PLUS SIZE, «русские джинсы»

Что нашли: Структура каталога — 6 разделов (Джинсы, Новинки, PLUS SIZE, Пиджаки и рубашки, Лонгсливы и свитшоты, скрытый «Платья и юбки» с 1 товаром). Фильтр в категории есть (цена, размер), но он не создаёт индексируемых страниц. Под кластеры из Вордстата нет ни одной посадочной: «джинсы спб» (12,5 тыс./мес, СПб), «джинсы женские» (18,7 тыс., СПб), «широкие / клёш / прямые / чёрные джинсы женские» (39 тыс. по РФ), «джинсы больших размеров женские» (5,5 тыс.), «джинсы премиум» (1,2 тыс.), «русский бренд джинсов» (0,5 тыс.). Конкуренты закрывают эти запросы отдельными страницами: Mavelty — «Купить дизайнерские джинсы женские в Москве», Maker Design Loft — «Женские дизайнерские джинсы... в Петербурге», Lusio — «Женские джинсы премиум класса».

Почему это плохо: Без страницы, релевантной запросу, сайт не попадает в выдачу, как бы хорош ни был товар. 44 модели легко раскладываются на 6–10 фасонных подборок.

Оценка потерь: 20–45 тыс. ₽/мес упущенного потенциала (метод D: «джинсы спб» 12,5 тыс. + «джинсы женские» СПб 18,7 тыс. × 0,8 × 0,6 × CTR 1–2% на позициях 6–15 × k_serp 0,5–0,6 ≈ 110 кликов + фасоны; × конверсия 0,8–1,2% (гео-коммерческий интент) × 18 000 ₽; выход на мощность 6–9 мес).

Что сделать: Создать подкатегории/теговые страницы с уникальными title/H1/текстом 800–1 500 знаков и ≥ 3 товарами: «Женские джинсы премиум в СПб», «Широкие джинсы женские», «Прямые джинсы», «Джинсы клёш», «Чёрные джинсы», «Джинсы с потёртостями (grunge)», «Джинсы больших размеров (PLUS SIZE 31–36)», «Джинсовые жакеты», «Джинсовый корсет», «Русские джинсы от производителя». Каждому товару — 2–3 раздела. Остальные комбинации фильтра — noindex, follow.

Как проверим: Через 3 месяца: по 20 целевым запросам в Вебмастере есть показы, ≥ 30% фраз в топ-30 Яндекса по СПб.

● СИСТЕМНАЯ ПРОБЛЕМА • Коммерческие факторы и доверие: пустые разделы, шаблонные отзывы, gmail и мобильный номер

Что нашли: Страницы «О компании», «Покупателям», «Оплата и доставка», «Возврат» (/vozvrat) — пустые хабы, на них только 2–4 ссылки; «Возврат» существует в двух экземплярах. Отзывы на главной — 4 текста без дат и фото, один из них про «большой выбор мужской джинсовой одежды», которого на сайте нет; на карточках — 0 отзывов. Почта — Sladbrandwear@gmail.com (не на домене); телефоны — мобильные +7 (913) и +7 (967), городского нет; ссылки tel: записаны с пробелами и скобками («tel:+7 (913) 160-60-14»). На странице «Реквизиты» поле «Банк получателя: м» — обрыв текста. Карты проезда на «Контактах» нет. Соцсети бренда (VK, Instagram, Telegram-канал) на сайте нет — только личный Telegram/WhatsApp.

Почему это плохо: Яндекс оценивает полноту и достоверность коммерческой информации, а покупатель премиум-товара — доверие к продавцу. Шаблонные отзывы и противоречия (мужская одежда, «низкие цены») читаются как неаккуратность или накрутка.

Оценка потерь: 15–40 тыс. ₽/мес (метод С: рост конверсии сайта на 7–10% после наведения порядка в разделах доверия, на выручке 216–540 тыс. ₽/мес; плюс вклад в ранжирование по коммерческой выдаче).

Что сделать: Наполнить «О компании» (история, производство с фото цеха, ткань, команда, адреса точек), «Покупателям» (FAQ: размеры, примерка, доставка, возврат, уход). Склеить два «Возврата». Заменить шаблонные отзывы реальными с датами и фото, подключить отзывы к карточкам. Завести почту info@sladbrand.ru, городской номер 8-812 или 8-800; tel:+79131606014 без пробелов. Исправить поле «Банк получателя». На «Контакты» — Яндекс Карту и описание проезда до шоурума. Добавить ссылки на официальные соцсети бренда.

Как проверим: Экспресс-проверка по чек-листу коммерческих факторов (приложение Е) — 100%; в Метрике — рост доли визитов с переходом в корзину.

Блок 5. Специфика Яндекса — 3/10

Не проверено — нужен доступ к Яндекс Вебмастеру

- Страницы в поиске и исключённые с причинами (ожидаемо: десятки «Дублей» и «Малоценных» из-за размерных модификаций).
- Регион сайта (должен быть «Санкт-Петербург») и связь с карточкой Яндекс Бизнеса.
- Поисковые запросы: показы, клики и позиции — единственный источник реальных цифр по органике.
- Товарный фид (YML) в разделе «Товары и цены» — выгрузка есть в Megagroup, но подключена ли — неизвестно.
- Диагностика и безопасность; ИКС (официально не влияет на ранжирование, приводится справочно).

Находки

СИСТЕМНАЯ ПРОБЛЕМА • Нет микроразметки Product / Offer / Organization / BreadcrumbList

Что нашли: На всех 270 страницах 0 блоков JSON-LD и 0 элементов microdata schema.org (краул, проверка application/ld+json и itemtype). Цена, наличие, рейтинг, бренд, хлебные крошки поисковикам в структурированном виде не передаются. У конкурентов: Mavelty — Product + Offer + AggregateRating + LocalBusiness; Lusio — Organization + BreadcrumbList; Maker Design Loft — BreadcrumbList.

Почему это плохо: Разметка — условие для товарного сниппета с ценой и наличием в Яндексе и Google, а также для корректного попадания товаров в Яндекс Товары. Без неё сниппет из артикула проигрывает по кликам соседям с ценой и звёздами.

Оценка потерь: 5–15 тыс. ₽/мес (рост CTR органических сниппетов на 10–20% от прогнозного небрендового трафика блоков 3–4).

Что сделать: JSON-LD в шаблоне: на карточке Product (name, image[], description, sku, brand «SLAD», color, material, offers: Offer с price, priceCurrency RUB, availability, url, shippingDetails, hasMerchantReturnPolicy 14 дней; aggregateRating — только когда появятся реальные отзывы); BreadcrumbList на карточках и в категориях; Organization + ClothingStore (адрес с postalCode, телефон, openingHours, geo, sameAs) на главной и «Контактах».

Как проверим: Валидатор микроразметки Яндекса и Rich Results Test Google — 0 ошибок на 5 шаблонах; в Вебмастере — товарные предложения в разделе «Товары».

СИСТЕМНАЯ ПРОБЛЕМА • Нулевой брендовый спрос и риск «малоценного» сайта

Что нашли: Вордстат (РФ, 30 дней): «slad джинсы» — 1, «slad одежда» — 3, «sladbrand» — 0, «slad brand» — 1. Поведенческих сигналов от брендовых запросов у сайта почти нет, а из 265 страниц sitemap ~200 — дубли и пустые хабы.

Почему это плохо: Молодой сайт без брендового спроса и с большой долей малоценных страниц Яндекс ранжирует осторожно; поведенческие факторы накапливаются только через небрендовые посадочные и узнаваемость бренда.

Оценка потерь: Эффект не оцифрован — нужен доступ к Вебмастеру (исключённые страницы) и Метрике (доля брендового трафика).

Что сделать: Сначала — чистка дублей (блок 1) и посадочные (блок 4). Параллельно — рост бренда: упоминания SLAD в городских медиа и подборках «российские бренды джинсов» (bg.ru, The Blueprint, Долями уже пишут о российском дениме), коллаборации, офлайн-трафик шоурума с просьбой найти «SLAD джинсы» в Яндексе.

Как проверим: Через 3 месяца: брендовые запросы «slad джинсы» ≥ 50 показов/мес в Вордстате; доля исключённых страниц в Вебмастере < 10%.

Блок 6. Ссылочный профиль и локальное SEO — 3/10

Для офлайн-шоурума одежды в Санкт-Петербурге Яндекс Карты — второй после поиска источник покупателей: по запросам «магазин джинсов спб» (3,3 тыс./мес) и «джинсы спб» (12,5 тыс.) выдача Яндекса открывается блоком организаций на карте.

● КРИТИЧНО · Адрес на сайте и в Яндекс Картах / 2ГИС не совпадает

Что нашли: Сайт (главная, «Контакты», description): «ТРК Atlantic City, ул. Савушкина, 126», 11:00–22:00, телефоны +7 (913) 160-60-14 и +7 (967) 550-31-76. Яндекс Карты (организация 220270316773, «Slad, магазин джинсовой одежды»): Невский проспект, 35 (Большой Гостиный Двор), статус «открыто», рейтинг 4,0 по 4 оценкам, 3 отзыва, телефоны +7 (913) 160-60-14 и +7 (911) 167-67-69 (второго нет на сайте), ссылка на sladbrand.ru. 2ГИС: «Slad, шоурум джинсовой одежды, Большой Гостиный Двор, Невский 35» — страница карточки отдаёт HTTP 410. Карточки SLAD по адресу Савушкина, 126 в Яндекс Картах нет (поиск «slad джинсы» по СПб находит только Невский, 35).

Почему это плохо: Несовпадение NAP (название — адрес — телефон) снижает доверие Яндекса к обоим источникам и мешает связать сайт с организацией для регионального ранжирования. Покупатель, найдя магазин на карте, может приехать на Невский, где SLAD, возможно, уже нет, — и потерян навсегда.

Оценка потерь: 20–60 тыс. ₽/мес (оценка: 40–100 построений маршрута/звонков из карточки в месяц при рейтинге $\geq 4,7$ и актуальном адресе $\times 25\text{--}35\%$ покупок в шоуруме $\times 18\,000\, \text{₽} \times$ доля, теряемую сейчас из-за неверного адреса 10–25%; уточнить по статистике Яндекс Бизнеса).

Что сделать: Выяснить актуальные точки. Если шоурум на Невском, 35 работает — указать на сайте обе точки с часами и картой. Если закрыт — в Яндекс Бизнесе сменить адрес на Савушкина, 126 (ТРК «Атлантик Сити», пом. А19а), в 2ГИС — создать/обновить карточку. Единый телефон и часы везде; в карточке — ссылка на сайт, 10+ фото шоурума и изделий, товары с ценами (Яндекс Бизнес «Товары и услуги»), категории «Магазин джинсовой одежды», «Магазин одежды». Запустить сбор отзывов: QR-код на кассе, просьба после покупки.

Как проверим: Через 30 дней: адрес, телефон и часы совпадают на сайте, в Яндекс Картах, 2ГИС; в Яндекс Бизнесе растут «построить маршрут» и звонки; рейтинг $\geq 4,7$ при 15+ отзывах за 90 дней.

● ТОЧКА РОСТА · Ссылочный профиль: данных нет, внешних упоминаний мало

Что нашли: В robots.txt закрыты краулеры AhrefsBot, SemrushBot, MJ12bot, DotBot, BLEXBot — открытых данных о ссылках нет. Поиском найдены упоминания бренда: 2ГИС, Яндекс Карты, rfdom.ru (страница бренда), alliance.beinopen.ru (проект SLAD). В подборках «русские бренды джинсов» (bg.ru, The Blueprint, Долями) SLAD не упомянут.

Почему это плохо: Ссылки и упоминания в тематических подборках — основной способ получить брендовый спрос и доверие Яндекса для нового магазина.

Оценка потерь: Эффект не оцифрован — нужен доступ к Вебмастеру (раздел «Ссылки»).

Что сделать: Получить список ссылок из Вебмастера; PR-план: 2–3 публикации в месяц — городские медиа СПб, fashion-подборки российских брендов, профили на площадках российских дизайнеров, коллаборации с блогерами (ссылки на карточки, не только на главную).

Как проверим: Через 90 дней: ≥ 10 новых ссылающихся доменов в Вебмастере, упоминание в 2+ подборках российских джинсовых брендов.

Блок 7. Аналитика и воронка — 4/10 (по открытым данным)

Проверено только то, что видно в коде страниц. Трафик, конверсия, доля органики, Яндекс vs Google, ямы конверсии по посадочным — не проверены: нужен гостевой доступ к Метрике № 110781256 и Вебмастеру.

- ✓ Яндекс Метрика (tag.js, счётчик 110781256) стоит на всех страницах. Настройки целей (корзина, «Купить в 1 клик», звонок, Telegram/WhatsApp, оплата) и электронная коммерция снаружи не видны.
- ✗ Google Analytics / GTM нет; Google Search Console — неизвестно (при этом Google держит в индексе старые страницы Tilda).
- ✗ Баннера согласия на cookie нет, хотя Метрика и VK ID ставят cookie — риск по 152-ФЗ (с 01.09.2025 требования к согласию на обработку ПДн ужесточены).
- ✗ Звонки по двум мобильным номерам не отслеживаются — вклад органики в офлайн-продажи шоурума не измерить.

● СИСТЕМНАЯ ПРОБЛЕМА • Сквозная аналитика не подтверждена: нельзя посчитать вклад SEO в продажи

Что нашли: Доступа к Метрике нет; на сайте нет колтрекинга, GA4 и баннера согласия на cookie. Все оценки потерь в этом отчёте построены на допущении 2–3 тыс. визитов в месяц и конверсии 0,6–1,0%.

Почему это плохо: Без целей и e-commerce в Метрике не видно, какие страницы продают, а какие только собирают трафик; без учёта звонков и визитов в шоурум органика будет недооценена.

Оценка потерь: Эффект не оцифрован — это условие для оцифровки остальных находок.

Что сделать: Выдать гостевой доступ к Метрике и Вебмастеру. Настроить цели: добавление в корзину, оформление, «Купить в 1 клик», клик по tel:, Telegram, WhatsApp, заказ звонка; включить электронную коммерцию shop2. Подключить Google Search Console. Поставить баннер согласия на cookie. Для офлайна — отдельный номер или промокод «SEO» для покупателей из поиска.

Как проверим: Через 30 дней — отчёт по органике: визиты, конверсия и выручка по посадочным; пересчёт потерь этого отчёта по фактическим данным.

Блок 8. Конкуренты — 3/10

Выдача Яндекса автоматически не снимается (капча), поэтому конкуренты отобраны по открытой веб-выдаче по запросам «премиальные джинсы спб», «русский деним», «джинсы российского производства премиум», «дизайнерские джинсы женские» (25.09.2026) и проверены curl-запросом их страниц.

Конкурент	Title категории	Микроразметка	Чем берут
mavelty.com — российский бренд женских джинсов премиум	«Купить дизайнерские джинсы женские в Москве Mavelty»	Product, Offer, AggregateRating, LocalBusiness	30+ фото в карточке, таблица размеров, бесплатный подшив, оплата Долями
lusio.ru — российский бренд	«Женские джинсы премиум класса... в официальном интернет-магазине бренда Lusio»	Organization, BreadcrumbList	8-800, OG-теги, ключ «премиум класса» в H1/title
blcv.ru — российский деним-бренд	«Женские джинсы BLCV»	WebSite	примерка и доставка в день заказа, упоминания в подборках bg.ru / The Blueprint
makerdesignloft.ru — мультибренд российских дизайнеров, СПб	«Женские дизайнерские джинсы: купить авторские модели в Петербурге»	BreadcrumbList (microdata)	гео «Петербург» в title, «лимитированные коллекции»
spb-jeans.ru, jeansspb.ru — джинсовые магазины СПб	«Джинсы купить недорого в Санкт-Петербурге»	BreadcrumbList	адрес у метро, гео-посадочные
sladbrand.ru	«Джинсы» / «369 Royal Cobalt»	нет	одна фотография, нет таблицы размеров

СИСТЕМНАЯ ПРОБЛЕМА • Разрыв с конкурентами: у них — ключ и гео в title, разметка, фото и сервис

Что нашли: Все четыре бренда из выдачи ставят в title категории тип товара и интент («женские джинсы премиум класса», «дизайнерские джинсы женские... в Петербурге»), у трёх из четырёх есть schema.org, у Mavelty — 30+ изображений на модель и таблица размеров, у BLCV и Mavelty — сервисные обещания (подшив, примерка, доставка в день заказа). В редакционных подборках российского денима (bg.ru, The Blueprint, Долями) SLAD не представлен.

Почему это плохо: Конкуренты сопоставимой цены закрывают те же запросы более полными страницами — Яндекс и покупатель выбирают их.

Оценка потерь: Учтено в находках блоков 3–4 (не суммируется отдельно).

Что сделать: Сформулировать и вынести в карточку и title 2–3 отличия SLAD: собственное производство полного цикла в СПб, ткань ISCO, размерный ряд 25–36 + PLUS SIZE, примерка в шоуруме, бесплатная доставка от 25 000 ₽. Подать бренд в подборки российского денима.

Как проверим: Через 90 дней — срез позиций по 30 фразам против 5 конкурентов: ≥ 30% фраз в топ-30.

Сводка потерь в рублях

Все суммы — расчётная оценка недополученной выручки в месяц в базовом сценарии, а не зафиксированный убыток. Допущения: средний чек 18 000 ₽; 2 000–3 000 визитов/мес на сайт; конверсия 0,6–1,0%; спрос — Вордстат за 30 дней с поправками на ботов (0,8) и пересечение фраз (0,6); CTR Яндекса — производная отраслевая кривая SEOWORK/GrowthSRC; выход SEO-эффекта на мощность — 6–9 месяцев.

Находка	Приоритет	Тыс. ₽/мес
Пустые карточки: 1 фото, нет описаний, таблицы размеров, наличия	●	40–100
Нет посадочных под спрос (СПб, фасоны, PLUS SIZE)	●	20–45
Адрес на сайте ≠ Яндекс Карты / 2ГИС	●	20–60
Скорость: LCP 5–11 с на мобильных	●	25–50
Title/H1 карточек = артикул	●	15–40
Коммерческие факторы и доверие	●	15–40
Дубли размерных модификаций (192 URL)	●	10–25
Нет контента под информационный спрос и OG	●	8–20
Ошибки цен (Платье ART 300 ₽)	●	5–15
Нет микроразметки Product/Offer	●	5–15
Переезд с Tilda без 301	●	3–10
CLS и запрет масштабирования	●	0–5
Мусор в sitemap, параметры	●	0–5
Сумма изолированных оценок		166–430
С дефлятором перекрытия 0,65 — итог		≈ 110–280 (база ≈ 190)

Чего оценка не учитывает: сезонность (пик спроса на джинсы — сентябрь–октябрь и март–апрель), рекламный трафик, продажи в шоуруме без сайта. Прогноз не сбудется, если внедрено меньше 60% рекомендаций, если конкуренты быстрее закроют те же кластеры или если Нейро/колдунчики маркетплейсов заберут больше кликов. Точность: ±25% на 3 месяца, ±40% на 6 месяцев.

План 30-60-90

0-30 дней — ошибки, дубли, карточки, адрес

Что сделать	Ответственный	Трудоёмкость	Как поймём, что сделано
Исправить цену «Платья ART», цены Ocean Dry Curiosity, кириллическую «С»; убрать баннеры «низкие цены / скидки 50%», «Код счетчиков», шаблонные отзывы	Контент-менеджер	2 часа	Визуальная проверка главной и каталога; сверка цен — 0 расхождений
Склеить размерные модификации в одну карточку, 301/canonical с 192 URL, объединить 3 дубля моделей; убрать /search и пустые хабы из sitemap	Разработчик Megagroup	1-2 дня	Sitemap ≤ 80 URL; краул — 0 дублей title
301-редиректы с 16 адресов старого сайта на Tilda	Разработчик	1 час	curl — 16 × 301 → 200
Новые title/H1/description для 44 карточек и 6 категорий по шаблону с типом товара, цветом, фасоном и СПб	SEO	1 день	Краул: 100% title с типом товара, 35-70 символов
Таблица размеров (мерки) в каждой карточке джинсов + страница «Как выбрать размер»	Контент / производство	1 день	Блок виден на 100% карточек джинсов
Яндекс Бизнес и 2ГИС: актуальный адрес, телефоны, часы, фото, товары; одинаковые данные на сайте + карта на «Контактах»	Маркетолог	3-4 часа	NAP совпадает в 3 источниках
Выдать доступ к Метрике и Вебмастеру; цели и e-commerce; GSC; баннер cookie	Владелец / разработчик	3 часа	Цели фиксируют конверсии; сайт подтверждён в GSC

31-60 дней — коммерческие факторы, разметка, скорость

Что сделать	Ответственный	Трудоёмкость	Как поймём, что сделано
Фотосъёмка: 5-8 кадров на модель (на фигуре, детали, ткань), подписи с ростом и размером модели	Бренд / фотограф	2-3 дня съёмки	≥ 5 фото на 100% карточек
Описания 150-300 слов для 44 моделей: ткань, посадка, фасон, уход, производство; наличие текстом	Копирайтер	3-4 дня	Уникальность ≥ 85%, 0 шаблонных фраз
8-10 посадочных: премиум-джинсы СПб, широкие, прямые, клёш, чёрные, grunge, PLUS SIZE, жакеты, корсеты, российские джинсы	SEO + контент	4-5 дней	Страницы в индексе, показы в Вебмастере
JSON-LD: Product/Offer, BreadcrumbList, Organization/ClothingStore; OG-теги	Разработчик	4-6 часов	Валидатор Яндекса — 0 ошибок
Скорость: Onicon и VK ID по требованию, шрифты, defer скриптов, viewport без запрета зума, размеры картинок	Разработчик	1 день	Lighthouse mobile: LCP ≤ 3,5 с, SEO 100
Наполнить «О компании», «Покупателям» (FAQ), склеить «Возврат», почта на домене, городской номер, исправить реквизиты	Маркетолог	1-2 дня	Чек-лист коммерческих факторов — 100%
Подключить товарный фид YML в Вебмастере (Товары и цены) и Яндекс Бизнесе	SEO	2 часа	Фид принят, 0 ошибок

61-90 дней — контент, отзывы, бренд

Что сделать	Ответственный	Трудоёмкость	Как поймём, что сделано
Контент-план: 2 статьи в месяц (гид по размерам,	Контент	постоянно	Показы по

Что сделать	Ответственный	Трудоёмкость	Как поймём, что сделано
посадки, уход, российский деним), ссылки на карточки			информационным запросам в Вебмастере
Сбор отзывов: после каждой покупки, QR в шоуруме; отзывы на сайте с датами и фото	Маркетолог	постоянно	15+ отзывов в Картах, рейтинг $\geq 4,7$; 20+ отзывов на сайте
PR и ссылки: подборки российских джинсовых брендов, городские медиа, коллаборации	Маркетолог	2–3 публикации/мес	≥ 10 новых ссылающихся доменов
Первый отчёт по Метрике и Вебмастеру: органика, конверсия по посадочным — пересчёт потерь и корректировка плана	SEO	1 день	Отчёт с фактическими цифрами
Срез позиций по 30–50 фразам против 5 конкурентов	SEO	1 день / квартал	$\geq 30\%$ фраз в топ-30 по СПБ

Приложения

А. 44 модели каталога: заголовок и число размерных копий

Title основной карточки (он же H1 и description) и число отдельных URL-модификаций этой модели в sitemap. Полный список 192 размерных URL — файл size_variant_duplicates.csv в папке с отчётом.

URL	Title = H1 = description	Копий по размерам
/magazin/product/224-black-lux	224 Black Lux	4
/magazin/product/224-black-lux-grunge	224 Black Lux Grunge	4
/magazin/product/224-cosmo-marble-premium	224 Cosmo Marble Premium	4
/magazin/product/224-cosmo-marble-premium-flex	224 Cosmo Marble Premium Flex	6
/magazin/product/224-cosmo-marble-premium-grunge	224 Cosmo Marble Premium Grunge	4
/magazin/product/224-cosmo-platinum-ring	224 Cosmo Platinum Ring	4
/magazin/product/224-cosmo-torn	224 Cosmo Torn	4
/magazin/product/224-ink-marble-premium-flex	224 Ink Marble Premium Flex	6
/magazin/product/224-sky-marble-premium	224 Sky Marble Premium	4
/magazin/product/224-sky-marble-premium-flex	224 Sky Marble Premium Flex	6
/magazin/product/224-sky-marble-premium-grunge	224 Sky Marble Premium Grunge	4
/magazin/product/224-sky-platinum-ring	224 Sky Platinum Ring	4
/magazin/product/224-suriosity-premium-flex	224 Curiosity Premium Flex	6
/magazin/product/369-black-lux	369 Black Lux	10
/magazin/product/369-black-lux-grunge	369 Black Lux Grunge	6
/magazin/product/369-black-lux1	369 Black Lux1	0
/magazin/product/369-ocean-dry-premium	369 Ocean Dry Premium	6
/magazin/product/369-ocean-dry-premium-flex	369 Ocean Dry Premium Flex	6
/magazin/product/369-ocean-dry-premium-flex-grunge	369 Ocean Dry Premium Flex Grunge	6
/magazin/product/369-ocean-dry-premium-grunge	369 Ocean Dry Premium Grunge	6
/magazin/product/369-ocean-dry-suriosity	369 Ocean Dry Curiosity	4
/magazin/product/369-royal-cobalt	369 Royal Cobalt	6
/magazin/product/369-royal-cobalt-flex	369 Royal Cobalt Flex	6
/magazin/product/369-royal-cobalt-flex-grunge	369 Royal Cobalt Flex Grunge	6
/magazin/product/369-royal-cobalt-grunge	369 Royal Cobalt Grunge	6
/magazin/product/507-matrix	507 Matrix	3
/magazin/product/507-urban-chic	507 Urban chic	9
/magazin/product/801-enigma	801 Enigma	9
/magazin/product/badlon-letters-white	Бадлон Letters White	3
/magazin/product/longsliv-denim	Лонгслив Denim	2
/magazin/product/longsliv-denim-green	Лонгслив Denim GREEN	2
/magazin/product/longsliv-denim-soft	Лонгслив Denim Soft	5
/magazin/product/longsliv-denim-soft1	Лонгслив Denim Soft1	0
/magazin/product/longsliv-letters-indigo	Лонгслив Letters Indigo	2
/magazin/product/longsliv-letters-white	Лонгслив Letters White	2
/magazin/product/plate-art	Платье ART	2
/magazin/product/polo-snowflake	Поло Snowflake	3
/magazin/product/rubashka-letters	Рубашка Letters	5

URL	Title = H1 = description	Копий по размерам
/magazin/product/rubashka-letters-denim	Рубашка Letters Denim	2
/magazin/product/rubashka-letters1	Рубашка Letters1	0
/magazin/product/rubashka-shine	Рубашка Shine	6
/magazin/product/top-korset-matrix-corset	Топ-корсет Matrix corset	3
/magazin/product/zhaket-daisy-denim-jacket	Жакет Daisy denim jacket	3
/magazin/product/zhaket-marable-jacket	Жакет Marable jacket	3

В. Адреса старого сайта (Tilda), отдающие 404

Старый URL	Код сейчас	Куда вести 301
/about	404	/o-nas
/news	404	/blog
/news1 (в индексе Google)	404	/o-nas
/catalog (в индексе Google)	404	/magazin/folder/dzhinsy
/catalog/tproduct/1-383078429821-hudi-vp-crop	404	/magazin/folder/longslivy-i-svitshoty
/catalog/tproduct/1-771368580261-svitshot-sky-tail	404	/magazin/folder/longslivy-i-svitshoty
/oferta	404	/publichnaya-oferta
/privacy	404	/politika-obrabotki-personalnyh-dannyh
/help	404	/pokupatelyam
/rss.xml, /sitemap-store.xml	404	/sitemap.8536810.xml.gz или оставить 410
/page27111513.html, /page36907891.html, /page36908111.html, /page36998927.html, /page36999028.html	404	по содержимому из Web Archive

С. Спрос по Вордстату (последние 30 дней на 25.09.2026)

Запрос	РФ	СПб
джинсы женские	295 699	18 710
джинсы спб	—	12 549
купить джинсы спб	—	5 347
магазин джинсов спб	—	3 328
женские джинсы спб	—	1 422
размеры джинсов женские	30 363	1 729
джинсовая куртка женская	19 538	943
широкие джинсы женские	13 144	811
черные джинсы женские	9 262	502
джинсы клеш женские	8 485	543
прямые джинсы женские	8 484	595
джинсы больших размеров женские	5 496	595
джинсовая юбка	—	2 940
джинсовое платье	—	633
джинсовый корсет	1 009	56
джинсы премиум	1 158	—

Запрос	РФ	СПб
российский бренд джинсов	514	—
брендовые джинсы женские	413	—
дизайнерские джинсы	588	57
премиальные джинсы	231	7
джинсы российского производства	199	—
русский деним	101	0 (фраза)
дизайнерские джинсы женские	93	6
российский бренд одежды	19 000	—
slad джинсы / slad одежда / sladbrand	1 / 3 / 0	—

D. Техническая сводка

Параметр	Значение
CMS / конструктор	Megagroup, модуль интернет-магазина shop2 (шаблон 2.130.2, тема 130-53); nginx, HTTP/2
Домен	зарегистрирован 15.02.2022 (REG.RU), оплачен до 15.02.2027; до ноября 2025 — сайт на Tilda
SSL	Let's Encrypt, CN=sladbrand.ru, 14.07.2026 – 12.10.2026; HSTS max-age=1432091
Зеркала	http, http://www, https://www → 301 → https://sladbrand.ru/ (1 переход)
robots.txt	Disallow /my/ и служебные картинки; для Yandex — устаревший Host; закрыты Ahrefs/Semrush/MJ12/DotBot/BLEXBot; Clean-param нет
Sitemap	sitemap.8536810.xml.gz: 265 URL (236 товаров, из них 192 размерные копии; 6 категорий; 23 статических); lastmod 11.2025–07.2026
Краул	270 URL, 100% — 200; время ответа медиана 0,30 с, р90 0,65 с; HTML медиана 311 КБ, главная 415 КБ (gzip 53 КБ)
On-page	дубли title — 3 группы (8 стр.); title < 40 символов — 260 из 270; canonical — 0 из 270 (кроме пагинации); JSON-LD — 0; OG — 0; картинок без alt — 2 712 из 4 761 (включая плейсхолдеры lazy-load)
Meta robots	all — на контентных; none — /search, /magazin/cart, /users/*
Lighthouse (медиана 5, mobile)	Perf 57–73, SEO 92, A11y 63–74, BP 73; LCP 4,2–10,7 с; вес 1,45–1,6 МБ
Третьи стороны	Onicon (чат) 371 КБ, VK ID SDK 239 КБ, Яндекс Метрика 105 КБ, Google Fonts 95 КБ, megagroup.ru (копирайт)
Счётчики	Яндекс Метрика 110781256; GA4/GTM — нет; баннера cookie нет
Контакты	+7 (913) 160-60-14, +7 (967) 550-31-76, Sladbrandwear@gmail.com; TPK Atlantic City, ул. Савушкина, 126; ИП Цымбалова Л. В., ИНН 245730733201
Яндекс Карты	«Slad», Невский пр., 35; рейтинг 4,0 (4 оценки), 3 отзыва; телефоны +7 (913) 160-60-14, +7 (911) 167-67-69

E. Что даст доступ к сервисам

- Яндекс Метрика: реальный трафик, доля органики, конверсия по посадочным и устройствам → пересчёт всех оценок потерь по фактическим данным.
- Яндекс Вебмастер: исключённые страницы с причинами (дубли модификаций), поисковые запросы с позициями, регион, ссылки, товарный фид.
- Google Search Console: индекс (старые страницы Tilda), полевые Core Web Vitals, запросы на позициях 8–20.
- Яндекс Бизнес: построения маршрута, звонки и переходы на сайт из карточки — оцифровка локального канала.
- Данные бизнеса: реальная маржа, доля онлайн-заказов и продаж в шоуруме, остатки по размерам.

Ф. Рабочие файлы аудита

В папке с отчётом: techcheck.txt, robots.txt, sitemap.xml, urls.txt, crawl.json (270 URL × 24 параметра), size_variant_duplicates.csv, lh/* .json (20 прогонов Lighthouse) и lh_summary.txt, wordstat/* .json (выгрузки Вордстата), old_urls_status.txt, comp/ (страницы конкурентов), pages/ и prod/ (HTML ключевых страниц).

Антон Богатушин · агентство «Социальный код» · socode.ru · +7 (911) 933-13-33 · 25 сентября 2026