

Чек-лист SEO-аудита сайта отеля: 30 проверок

Практический лист для владельца, управляющего или маркетолога отеля. Отмечайте пункты, которые уже выполнены, и фиксируйте страницу или ответственного рядом с каждым замечанием.

1. Спрос и структура

- ☐ Зафиксированы основные сценарии поездки: проживание, выходные, командировка, семья, мероприятие или другой актуальный формат.
- ☐ Для каждого сценария понятен целевой гость и следующий шаг.
- ☐ Запросы разделены на брендовые, коммерческие, сервисные и локальные.
- ☐ Для каждой группы выбран существующий URL или обоснована новая страница.
- ☐ Нет страниц, которые отличаются только названием города, района или ключевой фразой.

2. Коммерческие страницы

- ☐ На главной странице ясно указаны объект, локация и основные варианты проживания.
- ☐ Раздел номеров позволяет сравнить варианты без переходов по нескольким меню.
- ☐ У каждого номера есть отдельная страница с фактами, вместимостью и условиями.
- ☐ На страницах номеров виден путь к актуальной цене или бронированию.
- ☐ Акции и пакеты описывают условия, сроки и ограничения без двусмысленности.
- ☐ Важные услуги вынесены на отдельные страницы, если их выбирают или заказывают отдельно.
- ☐ Страница расположения содержит адрес, маршрут, парковку и ориентиры.
- ☐ Для ключевых сценариев есть отдельные страницы с подходящим предложением.

3. Локальные сигналы

- ☐ Адрес, телефон и режим работы указаны текстом.
- ☐ Название, адрес и телефон совпадают на сайте, в картах и справочниках.
- ☐ На сайте есть полезная информация о районе и дороге, а не только название города.
- ☐ Ссылки на карты и маршруты ведут на актуальное место.
- ☐ Локальные страницы не повторяют друг друга почти дословно.

4. Страница и техническая база

- ☐ У каждой важной страницы есть уникальный title.
- ☐ Description описывает пользу страницы и не выглядит списком ключевых слов.
- ☐ На странице один понятный H1.
- ☐ Адрес страницы короткий, стабильный и понятный.
- ☐ Канонический URL настроен на нужную версию страницы.
- ☐ Важные страницы не закрыты случайным noindex.
- ☐ Sitemap и robots.txt не противоречат друг другу.
- ☐ Страница открывается с корректным статусом и без лишних редиректов.
- ☐ Сайт удобно использовать с телефона.

5. Маршрут и измерение

- ☐ Из каждой информационной страницы есть ссылка на релевантный следующий шаг.
- ☐ В аналитике отслеживаются формы, звонки и переходы к бронированию.
- ☐ Можно отличить обращения по сценариям и посадочным страницам.
- ☐ Назначен ответственный за обновление цен, услуг, контактов и условий.

Как использовать результаты

Сначала исправьте ошибки, которые мешают гостю выбрать номер или связаться с отелем. Затем обновите локальные данные и коммерческие страницы. Новые статьи и посадочные добавляйте после проверки: какой вопрос они закрывают, чем отличаются от существующих URL и какое действие должны помочь сделать.

Дата проверки: _____

Ответственный: _____

Главные три приоритета на ближайшие 30 дней:

1. _____
2. _____
3. _____