

Библия ремесла

Сайт, портфолио и поиск

Практическое руководство по сайту услуг
с тремя учебными примерами

Оглавление

Как читать эту книгу

I Экономика личного сайта

II Физика веба

III Как машина понимает смысл

IV Архитектура и URL

V Контент как база данных

VI Кейс как жанр

VII Коммерческая страница

VIII Редактура

IX Семантика по-честному

X Доверие

XI Производство

XII Стекло и инфраструктура

XIII Дизайн-система контентного сайта

XIV Измерения

XV Право и этика

А Чек-листы

Б Шаблоны

В Справочник разметки

Г Каталог штампов

Д Указатель

Е Глоссарий

Ж Библиография

З Три сквозных примера

Как читать эту книгу

Предмет и редакция

Книга посвящена сайту исполнителя услуг: экономике, поиску, структуре, содержанию и сопровождению. Редакция 2 сохраняет пятнадцать частей и дополняет их тремя учебными примерами. Число страниц сайта и срок его существования не обещают коммерческого результата.

Основная аудитория — самостоятельный специалист или небольшая студия. Для других типов бизнеса решения нужно пересмотреть. Документация Google не описывает алгоритм Яндекса; данные зарубежной выборки не являются нормой российского рынка.

Пометки достоверности

[данные, N] — результат указанного исследования. Читается вместе с выборкой, периодом и единицей измерения. Перенос результата на другой проект требует отдельного обоснования.

[стандарт, N] — официальная документация или спецификация. Рекомендация в документации не равна обязательному требованию; различие сохраняется в тексте.

[пример] — смоделированная ситуация, условная смета или расчёт с заданными допущениями. Все исходные

числа и исходы такого примера вымышлены для обучения. Это не клиентский кейс и не наблюдение отрасли.

[практика] — рабочий ориентир из прежней редакции, не подкреплённый опубликованной выборкой. Он требует проверки на своём проекте и не должен служить единственным основанием бюджета.

[мнение] — авторское суждение или предлагаемая процедура. Числа в такой процедуре являются настройками, а не подтверждёнными порогами эффективности.

[сверить самим] — решение зависит от актуальной документации, договора, юрисдикции или конкретной реализации. Пометка не заменяет источник фактического утверждения.

Нумерация разделов, пунктов и полей не нуждается в пометке. Описания механизмов также подлежат проверке: объяснение, звучащее правдоподобно, ещё не доказательство причинной связи.

Порядок частей

Части I–III задают экономику и основы поиска и производительности. Части IV–V и IX описывают структуру, контентную модель и спрос. Части VI–VIII посвящены кейсам, услугам и редакции. Части X–XV — доверию, производству, инфраструктуре, оформлению, измерениям и вопросам публикации.

Книгой можно пользоваться как справочником. Для нового сайта: I → IV → V → IX → XII → XIV. Для сайта без

обращений: XIV → I.6 → VII → IX. Для подготовки кейса: VI → VIII → приложение Б.

Три сквозных примера

А — новый сайт специалиста. Ограниченный бюджет времени, одна услуга и два кейса; задача — закончить первую версию и начать проверку спроса.

Б — сайт с трафиком, но почти без полезных обращений. Разделение потока посетителей, проверка формы и качества контактов, осторожное сравнение до и после.

В — неудачный запуск. Массовая публикация без ясной коммерческой задачи, ошибка доставки формы, ограниченный ремонт и отказ продолжать прежний план.

Их полные паспорта собраны в приложении 3. Короткие продолжения в главах используют те же данные.

Примеры показывают порядок решений, а не доказывают эффективность приёмов.

Границы проверки

10 сентября 2026 года завершена проверка утверждений, расчётов и источников всех глав и приложений. Решения и ограничения — в отчёте; библиография дополнена.

Проверка выполнена с помощью ИИ, без независимого рецензирования. Рекомендации без ссылок — предложения автора; примеры условны. Источники подтверждают только указанные утверждения. Правовой раздел не заменяет юридического заключения.

I · Экономика личного сайта

1.1 Что покупает клиент, читая сайт

Услуги дизайна могут обладать свойствами товаров доверия: заказчику бывает трудно оценить некоторые стороны качества даже после получения результата. Однако это не делает качество дизайна полностью непроверяемым. Согласованные критерии, сравнение, экспертная оценка и пользовательские испытания дают основания для суждения. [стандарт, 54]

Наряду с самой работой заказчик оценивает сигналы риска: возможную потерю денег, срыв сроков и необходимость переделок. Приведённая ниже модель трёх рисков — авторская схема планирования, а не подтверждённая классификация всех решений о покупке.

Сайт — инструмент снятия трёх видов риска, и каждый требует своего доказательства.

Риск результата снимается доказательством, что похожая задача уже решалась и чем именно закончилась. Работает только конкретика: что было до, что стало после, в каких единицах измерено.

Риск процесса снимается доказательством предсказуемости. Заказчику нужно знать, что произойдёт

на третьей неделе, сколько итераций входит в стоимость, что он должен предоставить со своей стороны и что случится, если результат не понравится.

Риск существования снимается доказательством, что исполнитель реален и не исчезнет. Отзывы с именами и местами работы, публикации, выступления, открытый код, история проектов по годам.

Галерея помогает оценить визуальный уровень, но редко объясняет сроки, решения и распределение ответственности. Подробный кейс добавляет эти сведения. Преимущество по числу обращений следует проверять на конкретном сайте, а не считать гарантированным.

При оценке исполнителя заказчик может опираться на ясность объяснений, показанные работы и удобство сайта. Влияние опечаток и скорости загрузки на покупку следует проверять как гипотезу. Из него не следует, что клиент неспособен самостоятельно оценить другие стороны работы [мнение].

1.2 Четыре функции и конфликты между ними

Персональный сайт обычно пытается быть четырьмя вещами одновременно.

Портфолио — доказательство квалификации, адресованное тем, кто уже знает имя и проверяет уровень. **Экспертная площадка** — регулярные публикации, формирующие узнавание в профессиональном сообществе. **Контент-хаб** — набор страниц, отвечающих на поисковые запросы

и собирающих трафик незнакомых людей. **Генератор обращений** — коммерческие страницы, превращающие внимание в обращение.

У этих функций разные акценты, которые следует согласовать на уровне страницы: что читатель должен увидеть сначала, какие подробности ему нужны и каким будет следующий шаг.

В портфолио визуальные материалы помогают оценить характер работы, а текст — понять задачу и вклад автора. Их соотношение зависит от услуги и аудитории. Галерея и подробный разбор могут сосуществовать, если страница позволяет быстро осмотреть результат и затем изучить детали.

Материалы, зависящие от времени, нужно актуализировать, а страницы услуг — уточнять при изменении предложения или доказательств. Полугодовой перерыв в публикациях сам по себе не доказывает, что проект заброшен. Данные об обращениях помогают решить, какие страницы стоит доработать прежде, чем писать новые статьи.

Разные потоки посетителей решают разные задачи. Конверсию статей и страниц услуг полезно сравнивать отдельно, учитывая канал и последующие касания. Направление различия нельзя превратить в универсальное соотношение: статья с точным ответом на вопрос покупателя тоже может приводить квалифицированные обращения.

Функции можно развести по типам страниц, сохранив переходы между ними. Для портфолио полезны просмотры кейсов и обращения, для экспертных

материалов — возвраты, упоминания и участие в пути к договору. Показы и позиции описывают поисковую видимость, а не коммерческий успех сами по себе.

1.3 Карта каналов: собственность против аренды

Каналы привлечения различаются по трём свойствам, и путаница между ними — источник большинства ошибок при планировании.

Контроль. На управляемом им домене исполнитель контролирует адреса, содержание страниц и перенаправления. Индексацией и ранжированием управляют поисковые системы. Возможность уйти с платформы зависит от экспорта, поддержки собственного домена и настройки перенаправлений. Перед выбором платформы проверяют условия переноса и сохраняют свои копии материалов.

Инерция. Реклама может начать приводить посетителей вскоре после запуска, а поисковая видимость нередко накапливается дольше. При этом органический трафик способен резко измениться после технической ошибки, изменения спроса или поисковой выдачи. Рекомендации зависят от отношений с клиентами и партнёрами; фиксированного срока у них нет.

Повторное использование. Страницу можно обновлять и распространять годами, а публикацию на платформе — использовать для знакомства с ней. Срок жизни поста зависит от площадки и способа распространения. Сравнивать каналы следует по полученным обращениям и затратам, включая адаптацию материалов.

Канал	Что контролирует автор	Что проверять
Собственный сайт и поиск	содержание, адреса, аналитику; не выдачу	спрос, видимость, обращения
Портфолио-платформы	свои материалы в пределах правил	качество входящих контактов
Социальные сети	публикации; не алгоритм показа	охват, переходы, повторные касания
Рассылка	содержание и законно собранную базу	доставку, отклики, отписки
Платная реклама	настройки и бюджет в пределах платформы	стоимость квалифицированного обращения
Рекомендации	качество работы и отношения	источник и качество проектов

Из таблицы следует рабочая конфигурация, а не предпочтение одного канала. Сайт выполняет роль склада: там лежит полная версия каждого материала, и она принадлежит автору. Платформы работают витринами — короткая версия со ссылкой на полную. Один кейс, сделанный однажды, расходится по четырём-пяти площадкам, но живёт по адресу, который автор контролирует.

Публикация преимущественно на платформе усиливает зависимость от её правил. Однако она не означает автоматической передачи авторских прав или невозможности повторного использования материалов:

нужно проверить условия и возможности экспорта [мнение].

1.4 Кто приходит на сайт и что каждый проверяет

В этом упражнении посетители разделены по задаче и роли в принятии решения о покупке. Это гипотезы для проверки. Демографические характеристики также могут иметь значение на конкретном рынке.

Решатель — владелец, основатель, руководитель — платит из своих денег или отвечает за бюджет лично. Читает мало, сканирует, ищет два ответа: делали ли похожее и сколько это стоит. Не найдя порядка цены, уходит чаще, чем принято думать: отсутствие ориентира читается как «дорого и непредсказуемо».

Отборщик — менеджер, маркетолог, продюсер — собирает короткий список для решателя и должен уметь его защитить. Ему нужны сопоставимые факты, которые он скопирует в таблицу сравнения, поэтому текст без явно выделенных состава работ, сроков и формата результата проигрывает тексту с ними, даже если написан лучше.

Коллега может прийти за знаниями, а затем дать ссылку, рекомендацию или предложить совместный проект. Информационный запрос не раскрывает роль посетителя однозначно, поэтому блог оценивают также по его участию в пути к обращению.

Проверяющий уже знает имя исполнителя и может изучать страницу «о себе», портфолио и другие доказательства. Размер этой группы и её конверсию нужно измерить: сама роль посетителя их не определяет.

Роль	Что открывает	Что проверяет	Чем отталкивается
Решатель	услуга, кейсы, контакты	результат, порядок цены	нет цены, нет цифр в кейсах
Отборщик	услуга, процесс, FAQ	состав работ, сроки	размытые формулировки
Коллега	блог	глубина и новизна	поверхностность, пересказ известного
Проверяющий	о себе, портфолио	реальность и уровень	нет имён, нет дат, нет отзывов

Страница, написанная сразу для всех, не отвечает никому. Типичная поломка — страница услуги, написанная языком блога: она объясняет, что такое дизайн-система, вместо того чтобы сказать, что входит в работу, сколько она длится и сколько стоит. Решатель не находит ответа и уходит, коллега находит, но не платит.

1.5 Сценарные пути до обращения

Следующие четыре маршрута входа — примеры для планирования, а не исчерпывающая классификация. Следующий шаг подбирают под задачу посетителя, а предложенный маршрут проверяют.

Пришедший по коммерческому запросу ищет исполнителя: готовность высокая, доверия нет. Путь короткий — страница услуги, один кейс, контакт, — и каждый лишний шаг здесь стоит обращений.

Посетитель информационной страницы прежде всего ищет ответ. Часть таких посетителей также выбирает исполнителя; готовность к разговору не следует автоматически считать нулевой. На странице полезны ответ и ненавязчивый путь к связанной услуге.

Посетители по рекомендации могут приходить с некоторым доверием и искать подтверждение в биографии, кейсах и отзывах. Это не гарантирует самую высокую конверсию. Посетителю с портфолио-платформы могут сначала понадобиться подробности проекта, затем описание услуги и контакты.

От точки входа должен быть понятен следующий шаг. Контакт полезно сделать доступным из основной навигации и рядом с предложением услуги. Число переходов — диагностическая характеристика пути, а не универсальный предел в три клика.

При проверке пути ищут скрытые контакты, необъяснённые обязательные поля и кейсы без связи с услугой. Дополнительное поле может мешать обращению или помогать квалифицировать его; решение оценивают по качеству контактов и времени обработки, а не только по числу отправок.

1.6 Арифметика обращения

План начинается с требуемого числа квалифицированных обращений: тех, где задача относится к вашей услуге и есть основания обсуждать проект. Отправка спама и нажатие на мессенджер в это число не входят. Обращения, договоры и выручка учитываются отдельно.

Для сценарного расчёта нужны два допущения: доля переходов из показов и доля обращений из посещений. Пока собственных наблюдений нет, это выбранные величины, а не отраслевые нормы. Числа из чужой аналитики переносимы только после проверки рынка, канала, определения конверсии и состава выборки.

Учебная цель — пять квалифицированных обращений в месяц. Все величины таблицы заданы для демонстрации чувствительности; ни один сценарий не прогнозирует достижение позиций. [пример]

Сценарий	Обращения / визиты	Клики / показы	Нужные визиты	Нужные показы
Осторожный	0,5%	5%	1 000	20 000
Базовый	1,5%	10%	около 334	около 3 334
Благоприятный	3%	15%	около 167	около 1 112

Формулы: визиты = цель ÷ конверсия; показы = цель ÷ конверсия ÷ CTR. В каждой строке обе величины рассчитаны из исходной цели и округлены вверх независимо. Это требуемый объём при выбранных условиях, а не обещание доступного спроса.

Число страниц из этих формул не следует. Одна страница может отвечать множеству запросов; группы запросов могут перекрываться. Сначала проверяют спрос и подходящий тип страницы, затем оценивают доступную долю показов и переходов. Нельзя объявить десять страниц достаточными, не объяснив, откуда придут посетители.

Если договор подписывает четверть квалифицированных обратившихся, пять обращений дают ожидаемые 1,25 договора за месяц. Это среднее по условной модели, не дробный реальный заказ и не гарантия одного договора каждый месяц. Для оценки окупаемости нужны также маржа проекта, стоимость привлечения и часы поддержки сайта. [пример]

Сквозной пример А — новый сайт специалиста.

Дизайнер выделяет восемь часов в неделю на двенадцать недель: 96 часов. На первую версию и измерения отводит 72 часа, резервирует 24 часа на исправления. Он начинает с одной услуги и двух кейсов, потому что на них есть материалы, а не потому что три страницы должны принести заданное число клиентов. Полный паспорт примера — в приложении 3. [пример]

1.7 Стоимость страницы в часах

Единица планирования — час, а не страница. Стоимость страницы раскладывается по операциям, и разброс внутри каждой операции больше, чем принято закладывать.

Все оценки ниже — учебная смета ручного производства, не измеренный отраслевой норматив. Длина материала выбрана для расчёта и не является требованием к странице. [пример]

Коммерческая страница услуги, условно 2 500 слов:

Операция	Часы
Сбор и чистка запросов по теме	1–2

Операция	Часы
Разбор выдачи по целевым запросам	1-2
Структура и план страницы	1
Черновик	4-8
Сбор фактов, цифр, формулировок состава работ	1-2
Редактура	2-3
Визуальные материалы	2-4
Вёрстка и публикация	1
Перелинковка и проверка	0,5
Итого	13,5-23,5

Кейс, 3 000-8 000 слов: сбор материалов и согласование с клиентом 3-8 часов (самая непредсказуемая операция, поскольку зависит не от автора), текст 8-16, визуальные материалы 6-12, публикация 2. Итого **19-38 часов**.

Статья, 2 500-5 000 слов: 10-20 часов при условии, что автор пишет о том, что делал сам. Если требуется предварительное изучение темы, добавляется 5-15 часов, и это тот случай, когда сроки срываются чаще всего.

Теперь умножение на объём условного плана — 25 услуг, 25 кейсов, 80 статей:

$25 \times 19 + 25 \times 30 + 80 \times 15 = 475 + 750 + 1\,200 = \mathbf{2\,425}$
часов.

Перевод в календарь:

Режим	Срок
10 часов в неделю, 52 недели в году	4,7 года
20 часов в неделю, 52 недели в году	2,3 года
Полная занятость, 40 часов, 46 недель в году	1,3 года

В сценарии полной занятости все 40 рабочих часов в неделю выделены на контент. Клиентская работа потребует дополнительных ресурсов или увеличения срока. Расчёт не позволяет предсказать фактический доход исполнителя.

В этом расчёте 130 материалов требуют 2 425 часов, без отдельного бюджета поддержки. План большего объёма следует пересчитать по своему составу материалов и фактическому времени пробных публикаций. Автоматизация способна менять смету, но проверка фактов и согласование результатов также занимают время.

Рабочее правило: ёмкость производства равна доступным часам, поделённым на среднюю стоимость страницы. Всё, что не влезло в ёмкость, в план не попадает.

1.8 Срок выхода на отдачу и форма кривой

Срок появления первых результатов зависит от исходного сайта, конкуренции, спроса, качества страниц и выполненных изменений. Возраст сам по себе не обещает ни роста, ни выхода на плато.

Ahrefs исследовал миллион случайных URL, впервые замеченных его роботом в сентябре 2023 года: 1,74% попали в топ-10 в течение года. В другой выборке — два миллиона URL, созданных в октябре 2023 года, с непустым англоязычным содержимым — доля составила 6,11%. Авторы прямо отмечают, что вторая оценка может быть справедливее. Это результаты разных выборок, а не вероятность успеха страницы вашего сайта. [данные, 7]

Среди страниц, достигших топ-10, 40,82% сделали это в первый месяц. Такое условие отбора существенно: наблюдение за успешными страницами не описывает судьбу всех опубликованных. В той же работе возраст URL определялся по первому обнаружению роботом, поэтому его нельзя безоговорочно приравнивать к дате публикации. [данные, 7]

Рабочий календарь строится вокруг проверок. После запуска проверяют доступность страниц, формы и сбор событий. После обхода — выбранные поиском канонические адреса и индексацию. По мере накопления показов — соответствие запросов содержимому и переходы. После появления обращений — их качество и договоры.

Универсального запрета пересматривать направление до девятого месяца нет. Техническую ошибку исправляют сразу. Коммерческую гипотезу пересматривают, когда исчерпан заранее выделенный ресурс или данные противоречат исходным допущениям. При малом числе наблюдений решение может быть экономическим: продолжать эксперимент дорого, даже если его неуспех статистически не доказан.

Сквозной пример В — неудачный запуск. Владелец публикует 60 обзорных страниц за 120 часов, но спустя восемь недель получает лишь 240 поисковых визитов и ни одного подтверждённого обращения. В этом учебном случае отказ от новой массовой публикации вызван слабой связью тем с услугой и неисправной формой, а не убеждением, что восемь недель достаточно для окончательного SEO-вердикта. [пример]

1.9 Поиск без клика

Позиция в поиске не равна посещению. Между результатом и кликом находятся реклама, быстрые ответы, карты, видео и сгенерированные ответы. Их состав зависит от запроса, страны, устройства и момента проверки.

В исследовании 55 393 популярных запросов за сорок дней весной 2026 года AI Overview появлялся в 13,7% случаев, а среди вопросных запросов — в 64,7%. Это наблюдаемая связь в выбранном наборе, а не доказательство, что одна только вопросительная форма вызывает показ ответа. Тема и формулировка могут влиять совместно. [данные, 15]

Короткое определение или справочная величина могут удовлетворить потребность прямо в выдаче. Кейс с деталями проекта, сведения о конкретном исполнителе и работающий инструмент дают дополнительные причины открыть сайт. Однако и эти жанры не защищены от потери переходов; их ценность проверяется по своим запросам и обращениям. [мнение]

Для расчёта не следует смешивать долю поисков без клика, частоту ИИ-ответов и изменение CTR при их

появлении. У этих показателей разные знаменатели. Вместо универсального понижающего коэффициента сравнивают свои группы запросов и пересчитывают сценарии из раздела 1.6.

Цитирование в ИИ-ответе фиксируют отдельно от визитов и договоров. Оно может знакомить аудиторию с автором, но само по себе не доказывает коммерческой отдачи. Google не требует отдельной специальной разметки для появления в AI Overviews или AI Mode; действуют базовые требования поиска. [стандарт, 40]

1.10 Когда сайт не нужен

Четыре ситуации, в которых вложения в контентный сайт не окупятся, и признаки каждой проверяются до начала работ, а не после.

Спроса в поиске нет. Сервисы статистики позволяют предварительно оценить спрос, но нулевая оценка частотности не доказывает отсутствие спроса. Потенциальный заказчик может искать решение проблемы, не зная названия услуги. Прежде чем исключать поиск как канал, проверяют другие формулировки, интервью с клиентами и профильные сообщества.

Ёмкость уже закрыта рекомендациями. Если поток проектов от знакомых и прежних клиентов заполняет календарь, дополнительные обращения не нужны. Сайт в этом случае решает другую задачу — независимость от узкого круга и возможность поднять цену, — и оценивать его следует по ней, а не по числу заявок.

Нет ресурса на производство и поддержку. Вместо универсального порога часов рассчитывают собственную ёмкость, выбирают небольшой законченный объём и назначают дату пересмотра. Если ресурсов хватает лишь на несколько страниц, они могут решать задачу проверки исполнителя по рекомендации, даже без регулярного блога.

Работа полностью под соглашениями о неразглашении. Если клиентские проекты нельзя показывать, рассматривают разрешённые обезличенные разборы, описание методов и отзывы. Их влияние и стоимость подготовки нужно проверить отдельно. Оснований утверждать, что такая стратегия всегда медленнее, здесь нет.

II · Физика веба

2.1 Что происходит между кликом и картинкой

Между нажатием на ссылку и появлением текста браузер выполняет несколько зависимых этапов. Часть операций может идти параллельно или пропускаться благодаря кешу и готовому соединению. Для ускорения важно найти фактическое узкое место.

Последовательность такова. Браузер преобразует имя домена в адрес. Устанавливает соединение и согласовывает шифрование. Отправляет запрос. Ждёт первый байт ответа. Получает HTML и начинает его разбирать. Обнаруживает в разметке ссылки на стили, шрифты, изображения и сценарии и запрашивает их. Строит две структуры — дерево документа и дерево стилей, — и только имея обе, вычисляет геометрию и красит первый пиксель.

Цепочка содержит блокирующие этапы. Таблицы стилей, блокирующие отрисовку, могут задержать первый показ. Обычный классический сценарий, встреченный парсером без `asunc` или `defer`, задерживает разбор на время загрузки и исполнения. Поведение зависит от способа подключения ресурса; блокировку проверяют в инструментах разработчика.

Время установления соединения зависит от реализации. Ответ DNS может быть в кеше, а повторное использование соединения позволяет избежать новой установки TCP и TLS. Число обменов при согласовании шифрования нельзя считать полной стоимостью открытия защищённого соединения [стандарт, 46] [практика].

Время до первого байта складывается из пяти последовательных отрезков: время перенаправлений, запуск служебного сценария, если он есть, преобразование имени, установка соединения с согласованием шифрования и передача запроса до первого байта ответа. Порог «хорошо» — 0,8 секунды на 75-м процентиле [стандарт, 10].

Существенная оговорка, которую обычно опускают: эта величина не входит в число основных метрик, и её недостижение допустимо, если не мешает основным [стандарт, 10]. Оптимизировать её ради самого числа смысла нет — только как средство улучшить метрику отрисовки.

Некешированное HTTP-перенаправление добавляет обмен запросом и ответом, а иногда требует нового соединения. Кешированные и внутренние перенаправления могут работать иначе. Реальную цепочку измеряют, а не приписывают трём переходам фиксированную задержку в полсекунды.

HTTP/2 передаёт несколько потоков поверх TCP, HTTP/3 использует QUIC. QUIC устраняет блокировку независимых потоков из-за ожидания потерянных данных TCP, но потери и перегрузка сети всё равно могут снижать производительность. Выигрыш проверяют на целевой сети, а не выводят только из версии протокола.

2.2 Core Web Vitals: что именно измеряется

Три метрики описывают три разных вида неудобства, и путать их между собой — источник бессмысленных оптимизаций.

Метрика	Что измеряет	Порог «хорошо»
LCP	момент отрисовки крупнейшего элемента первого экрана	не более 2,5 с
INP	задержку отклика на действие пользователя	не более 200 мс
CLS	смещение элементов уже показанного содержимого	не более 0,1

Порог проверяют отдельно для каждой метрики по 75-му процентилю доступных полевых измерений, разделяя мобильные и настольные устройства. Прохождение всех трёх порогов не означает, что ровно одни и те же 75% визитов одновременно прошли каждый из них. INP стал основной метрикой в 2024 году. [стандарт, 9]

Лабораторный прогон полезен для диагностики и проверки изменений в одинаковых условиях. Полевые данные показывают распределение реального опыта. Улучшение в лаборатории требует подтверждения в поле, если оно доступно; отсутствие мгновенного изменения полевой сводки не делает лабораторную работу бесполезной.

Страница с малым числом посещений может не иметь достаточных данных CrUX. Если инструмент показывает сводку по origin, это другой уровень агрегации, а не автоматически присвоенная оценка страницы. Нужно читать, к какому адресу, группе или origin относится отчёт.

Полевые данные поступают из трёх источников, и они не взаимозаменяемы.

- CrUX объединяет данные пользователей Chrome, соответствующих условиям сбора. Search Console на их основе группирует похожие адреса. Статус группы не является отдельным измерением каждой входящей в неё страницы: нужно учитывать уровень агрегации.
- Проверка отдельного адреса показывает лабораторный прогон и полевую сводку рядом. Расхождение между ними в одном экране полезнее любого из двух чисел по отдельности.
- Собственный сбор метрик с посетителей даёт данные сразу и по нужной разбивке, но требует места, куда их складывать.

CrUX API, PageSpeed Insights и Search Console используют скользящее 28-дневное окно полевых данных; набор CrUX в BigQuery выпускается ежемесячно. Новые измерения могут изменить скользящую сводку раньше, чем пройдёт месяц, а старые остаются до выхода из окна.

Лабораторные тесты и собственные измерения реальных пользователей дают более быструю обратную связь.

[стандарт, 67]

2.3 Чем ломается LCP

Метрика отрисовки крупнейшего элемента раскладывается на четыре последовательных отрезка, и диагностика начинается с того, чтобы узнать, какой из них съедает бюджет.

Первый компонент — время до первого байта. Второй — задержка до начала загрузки ресурса, необходимого для LCP, например изображения или веб-шрифта. Третий — продолжительность загрузки ресурса. Четвёртый — задержка отрисовки: нужный ресурс уже доступен, но элемент LCP ещё не показан. [стандарт, 43]

В руководстве `web.dev` по оптимизации приведён ориентир: около 40% времени на TTFB и 40% на загрузку ресурса при небольших остальных задержках. Это диагностические пропорции, а не обязательные нормативы. Текстовый LCP тоже может зависеть от загрузки веб-шрифта, поэтому время загрузки ресурсов нельзя автоматически считать нулевым. [стандарт, 11, 43]

Причины по отрезкам различны, и лечение соответственно тоже.

Время до первого байта растёт от медленного сервера, отсутствия кэширования готового ответа, географической удалённости и перенаправлений. Ускорение картинок здесь не даёт ничего, и это самая частая ошибка в оптимизации: сжимать изображения, когда полтора из двух с половиной секунд уходят на ожидание ответа сервера.

Задержка обнаружения возникает, когда ссылка на главное изображение не видна в разметке: изображение

задано фоном в стилях, подставляется сценарием или помечено как отложенное. Отложенная загрузка главного изображения первого экрана — типовая поломка, которая появляется от применения полезного приёма без разбора: приём предназначен для того, что ниже сгиба.

Длительность загрузки определяется весом файла и приоритетом запроса. Задержка отрисовки возникает от блокирующего шрифта, от тяжёлого сценария, который занимает главный поток в момент готовности картинки, и от механизма восстановления интерактивности в приложениях, собранных вокруг клиентского кода.

Учебное разложение LCP: $4,2 \text{ с} = 1,6 \text{ с до первого байта} + 1,1 \text{ с до начала загрузки ресурса} + 1,2 \text{ с загрузки} + 0,3 \text{ с задержки отрисовки}$. Эти числа иллюстрируют диагностику, а не описывают проверенный клиентский проект. [пример]

Пример предлагает проверить обнаружение ресурса и ответ сервера прежде, чем сосредоточиться на сжатии. Сама задержка ещё не указывает на причину. Проверяют время запросов, приоритеты, кеширование и отрисовку; в стоимость включают внедрение и испытания.

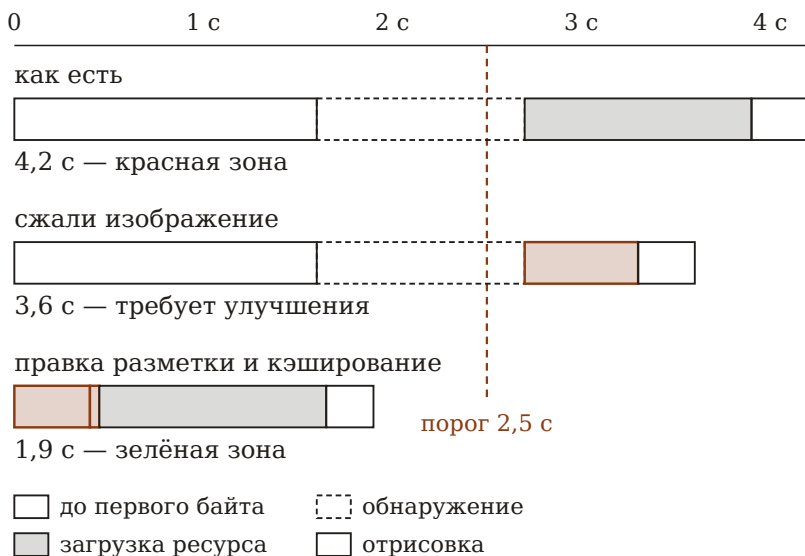


Рис. 2.1. Учебное разложение LCP. Значения заданы для сравнения сценариев; эффект реальной правки требует повторного измерения. [пример]

При неизменности остальных отрезков сокращение загрузки вдвое даст 3,6 с. Если TTFB удастся сократить до 0,4 с, а задержку обнаружения до нуля, сумма станет 1,9 с. На реальной странице результат измеряют заново: приоритеты и параллельные загрузки могут изменить остальные отрезки. [пример]

2.4 Отклик и сдвиги

INP характеризует задержки взаимодействий на протяжении посещения. Отдельное взаимодействие включает ожидание обработчика, его выполнение и время до следующего кадра. При большом числе взаимодействий расчёт отбрасывает часть крайних

значений; это не просто время первого клика. Хороший INP — не более 200 мс. [стандарт, 31]

Длинные задачи главного потока могут задерживать обработку ввода. Проверяют собственный код, сторонние виджеты и работу отрисовки. Статическая страница также может иметь плохой отклик, если загружает тяжёлые сценарии.

CLS использует сумму оценок сдвигов в самом неблагоприятном временном окне. Сдвиги объединяются, пока промежутки между ними меньше секунды, а длина окна не превышает пяти секунд. Берётся максимальная сумма по таким окнам, а не сумма за всю жизнь страницы. Хороший CLS — не более 0,1. [стандарт, 30]

Оценка отдельного сдвига — произведение *impact fraction*, доли затронутой области экрана, на *distance fraction*, нормированное расстояние смещения. Из расчёта исключают сдвиги в пределах 500 мс после подходящего пользовательского ввода. Более позднее изменение после клика может учитываться; прокрутка не даёт такого исключения. [стандарт, 30]

Проверяют изображения без зарезервированных размеров, вставляемые баннеры, смену метрик шрифта и асинхронное содержимое. Для предотвращения сдвигов резервируют место, согласуют размеры и проверяют весь сценарий посещения, а не только первую загрузку.

2.5 Изображения

Для сайта, где кейс состоит из тридцати макетов, изображения — главная статья веса, и разница между форматами измеряется не процентами, а сотнями килобайт на страницу.

Для фотографий и сложных растровых макетов сравнивают JPEG, WebP и AVIF на собственных изображениях. Выигрыш зависит от качества, содержимого и кодировщика, поэтому универсальный процент экономии или вес страницы из названия формата не следует. Для каждого варианта сравнивают размер файла, читаемость мелкого текста и время подготовки.

Медленное кодирование определяет способ работы: пересчёт галереи из сотни изображений в новый формат при каждой сборке сайта превращает сборку в многоминутную операцию. Отсюда практика хранить производные файлы и не пересчитывать их без изменения исходника.

Кроме передачи файла, важны декодирование и размер изображения после распаковки. Подбирают варианты через `srcset` и `sizes` с учётом ширины области и плотности пикселей: контейнер 800 CSS-пикселей на экране с DPR 2 может требовать изображение шириной около 1600 пикселей. Слишком большое изображение тратит ресурсы, слишком маленькое теряет резкость.

Отложенная загрузка применяется ко всему, что ниже первого экрана, и не применяется к главному изображению первого экрана — ему, наоборот, назначается повышенный приоритет. Это ровно та пара решений, которую чаще всего делают наоборот.

2.6 Шрифты

Шрифт — единственный ресурс, который способен задержать показ уже полученного текста. Механизм: пока файл шрифта не загружен, браузер по умолчанию держит текст невидимым в течение периода блокировки, и лишь затем показывает его подменным шрифтом. Отсюда два наблюдаемых дефекта — невидимый текст в первые секунды и вспышка подмены с последующей переверсткой.

Управляется это поведение свойством отображения шрифта. Значение с немедленной подменой убирает невидимый текст, но добавляет вспышку. Значение, разрешающее отказ от загрузки при медленном соединении, устраняет и то и другое ценой того, что часть посетителей увидит только подменный шрифт.

Согласование метрик резервного шрифта может уменьшить сдвиги при замене, но не гарантирует одинаковых переносов для любого текста и письменности. Проверяют реальные тексты и выбранные шрифты. [стандарт, 56]

Подмножество шрифта сохраняет нужные сайту символы и может уменьшить объём загрузки. Экономия зависит от гарнитуры, набора письменностей, формата и возможностей набора. Размер готового файла измеряют, а не принимают 20–40 КБ за универсальный ориентир. [практика] Вариативный шрифт может заменить несколько статических начертаний, но для курсива иногда нужен отдельный файл. Сравнивают суммарный объём именно тех начертаний, которые используются. [стандарт, 44]

Предзагрузка назначается одному-двум критическим начертаниям, не всем. Предзагрузка всех шести файлов сразу отнимает пропускную способность у главного изображения и ухудшает метрику отрисовки — приём, применённый без меры, работает против себя.

2.7 Почему статика быстра и когда это неправда

Статическая страница подготовлена заранее, поэтому при запросе не требуется заново собирать её из базы и шаблона. Однако TTFB включает сетевые задержки и не становится нулевым. Близкий CDN и попадание в кэш могут ускорить ответ; их наличие и эффект проверяют измерением.

Утверждение перестаёт быть верным в трёх случаях, и каждый встречается чаще, чем ожидается.

Первый: статические страницы, обвешанные клиентским кодом. Если после загрузки документа сценарий пересобирает интерфейс и восстанавливает состояние компонентов, выигрыш во времени до первого байта тратится на задержку отрисовки и на длинные задачи. Итоговые метрики оказываются хуже, чем у обычного сервера, отдающего готовый HTML.

Второй: динамический сайт с правильно настроенным кэшированием на пограничных узлах даёт то же время до первого байта, что и статика, поскольку посетитель в обоих случаях получает готовый ответ из кэша.

Настоящее противопоставление — не статика против динамики, а наличие кэша против его отсутствия и объём клиентского кода против его отсутствия.

Третий: часть задач статикой не решается без сервера. Поиск по сайту, персонализация, приём формы, ограничение частоты запросов требуют либо кода на стороне посетителя, либо серверной функции. Заранее объявленная «полностью статическая» архитектура затем обрастает исключениями, и это нормально, если предусмотрено, и болезненно, если нет.

Генератор статических страниц оправдан не рекордной скоростью, а тем, что даёт приемлемую скорость по умолчанию, без специалиста по производительности и без постоянного надзора [мнение]. Для проекта, который ведёт один человек, это весомее любого сравнения предельных значений.

III · Как машина понимает смысл

3.1 Обход, индексация, очередь отрисовки

Три процесса, которые в разговоре сливаются в одно слово «индексация», происходят отдельно и ломаются отдельно. Обход — получение документа роботом. Индексация — разбор полученного и запись в индекс. Ранжирование — выбор из индекса при запросе. Страница может быть обойдена и не проиндексирована, проиндексирована и не показываться, показываться и не получать переходов. Диагностика начинается с того, чтобы понять, на каком из трёх этапов остановилось дело, — иначе лечат не ту болезнь.

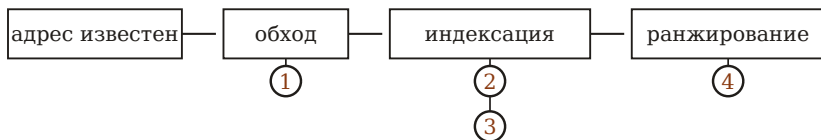
Бюджет обхода определяется спросом на обход и доступной пропускной способностью. Документация не задаёт их числовое произведение: это совокупность адресов, которые Google может и хочет обходить. Низкий спрос ограничивает обход даже при свободной мощности сервера. [стандарт, 13]

В июле 2026 года документация по этому механизму была переписана, и два уточнения в ней имеют прямые последствия. Первое: каждый сайт начинается с одного и того же осторожного значения пропускной

способности, которое повышается со временем — но только при наличии спроса и при отсутствии проблем со здоровьем сайта. Второе: пропускная способность общая для роботов Google в описанной инфраструктуре, поэтому высокий спрос одного из них уменьшает доступное остальным [стандарт, 13].

Для нового сайта медленный обход возможен, но это не основание заранее исключать техническую ошибку. Проверяют ответы сервера, ограничения доступа, внутренние ссылки и полезность страниц. Исправление ошибки доступности не следует откладывать ради ожидания «естественного» роста.

Google использует очередь рендеринга и выполняет JavaScript в поддерживаемом окружении. Основной текст, уже присутствующий в HTML, уменьшает зависимость от успешного исполнения сценариев. Но готовый HTML не гарантирует индексации, а отсутствие текста в исходном ответе не доказывает, что страница лишь ждёт очередь: возможны ошибки исполнения и блокировки ресурсов. [стандарт, 41]



- ① Адрес известен, но страница пока не обойдена.
Причину проверяют отдельно: статус не даёт готового диагноза.
- ② Страница обойдена, но пока не включена в индекс.
Проверяют содержимое, дубли и доступность.
- ③ В исходном HTML нет текста — проверяют результат отрисовки.
Сценарий может добавить текст, но возможны ошибки загрузки.
- ④ Страница в индексе, но не видна по целевому запросу.
Проверяют релевантность, конкуренцию и техническое состояние.

Рис. 3.1. Четыре стадии и ситуации для проверки. Сначала определяют стадию, затем исследуют возможные причины.

Процедура определения этапа, на котором остановилось дело, состоит из четырёх проверок; время зависит от доступности данных.

Первая: запросить адрес в инструменте проверки URL. «Обнаружена, не проиндексирована» означает, что адрес известен, но пока не обойдён; причина не устанавливается одним статусом. «Просканирована, не проиндексирована» также не является однозначным заключением о низком качестве. Проверяют состояние ответа, индексируемость, дубли и полезность вместе.

Вторая: сопоставить дату обхода с последними изменениями и состоянием индекса в панели. Поиск заголовка в кавычках может дополнять диагностику, но отсутствие результата само по себе не заменяет проверку URL.

Третья: сравнить исходный HTML и отрисованный документ, доступный в инструменте проверки. Проверить, виден ли основной текст, доступны ли ресурсы и нет ли ошибок JavaScript. Только после этого выбирать исправление.

Четвёртая: если страница в индексе и находится по заголовку, но не показывается по целевому запросу, все три первых этапа пройдены, и вопрос лежит в ранжировании — то есть в соответствии намерению и в силе сигналов, а не в технике.

Бюджет обхода почти никогда не является проблемой сайта на триста страниц. Он становится проблемой на десятках тысяч адресов, и появляются такие адреса не от объёма контента, а от фильтров, сортировок и параметров, порождающих комбинации. Триста страниц с фасетным перебором превращаются в сорок тысяч адресов, из которых полезны те же триста.

3.2 От ключевых слов к сущностям

Поисковые системы используют несколько механизмов сопоставления запроса и документа, включая языковые модели. Сведение этого процесса к одному алгоритму или одному показателю плотности слов не даёт рабочей модели диагностики.

Из этого делают два противоположных вывода, и оба неверны. Первый: раз машина понимает смысл, называть предмет своим именем необязательно. Второй: раз ранжирование машинное, нужно набивать текст синонимами.

Что действительно изменилось — исчезла осмысленность плотности ключевых слов как приёма. Документ не выигрывает от того, что фраза повторена восемь раз вместо трёх, и проигрывает, если повторы делают текст неестественным.

Что не изменилось — необходимость называть услугу так, как её называет заказчик, и делать это в заголовке и первом абзаце. Причина человеческая: посетитель сканирует выдачу и открывает то, где видит формулировку своего запроса. Заголовок «Проектирование пользовательского опыта цифровых сред» проигрывает заголовку «UX-дизайн» не потому, что машина не поняла, а потому что человек не узнал.

Сущность — человек, организация, проект, инструмент или место. Стабильные идентификаторы, ссылки на профили и явно указанные варианты имени помогают связывать описания. Перевод имени или сокращение не означает автоматического раскола сущности; требование совпадения до символа из этого не следует.

3.3 Намерение как основание для выбора типа страницы

Намерение за запросом бывает четырёх видов: узнать, найти исполнителя или купить, попасть на конкретный сайт, сравнить варианты. Тип страницы обязан соответствовать намерению, и это правило жёстче любых требований к тексту.

Состав выдачи помогает понять преобладающую задачу посетителя. Если в ней руководства, коммерческая страница может оказаться слабым соответствием; если исполнители — общий обзор может не отвечать

ожиданиям. Это основание выбрать подходящий формат, а не доказательство невозможности другого результата.

Отсюда процедура, которая экономит десятки часов и почти никогда не выполняется. Перед тем как писать страницу, открыть выдачу по целевому запросу и посмотреть, что там стоит: статьи, страницы услуг, каталоги, видео, обсуждения. Тип страницы выбирается по результату осмотра. Час на осмотр против двадцати часов на страницу, которая не может попасть в выдачу по устройству системы.

Учебный пример осмотра (это условный снимок, не актуальная проверка выдачи). [пример] Запрос «дизайн-система» в русской выдаче: первые десять результатов — руководства, документация чужих дизайн-систем, статья в справочнике, видео. Ни одной страницы услуги. Вывод: под этот запрос делается статья, а не коммерческая страница, и выбор коммерческого формата требует отдельного обоснования.

Запрос «разработка дизайн-системы» в той же выдаче: страницы студий, страницы услуг, два кейса. Вывод: коммерческая страница, и она должна содержать то, что содержат конкуренты в выдаче, — состав работ, сроки, примеры.

Два запроса различаются одним словом, но требуют разных типов страниц. Формулировка даёт начальную гипотезу; её уточняют по выдаче и задаче покупателя.

Смешанная выдача показывает несколько задач или форматов ответа. Возможность отдельных информационной и коммерческой страниц проверяют по

их пользе и различию назначения, связывая их там, где это помогает читателю.

3.4 Анатомия выдачи и цитирование

Современная страница результатов состоит не из десяти ссылок. Помимо органических результатов, на ней располагаются ответ, сгенерированный моделью, блоки с картинками, видео, картами, связанными вопросами и реклама. Каждый блок отнимает место и внимание, и позиция «первая органическая» может физически оказаться ниже середины экрана.

Цитирование в сгенерированных ответах устроено не так, как органическая выдача, и измерения это подтверждают.

Один из источников — исследование 55 393 популярных запросов за сорок дней весной 2026 года. Результаты относятся к выбранному набору и условиям наблюдения. [данные, 15]

Частота появления. В выбранном наборе ИИ-ответ появлялся на 13,7% запросов и на 64,7% вопросных запросов. Различие описывает эту выборку; из него нельзя исключить влияние темы или утверждать, что вопросительная форма сама вызывает ответ. [данные, 15]

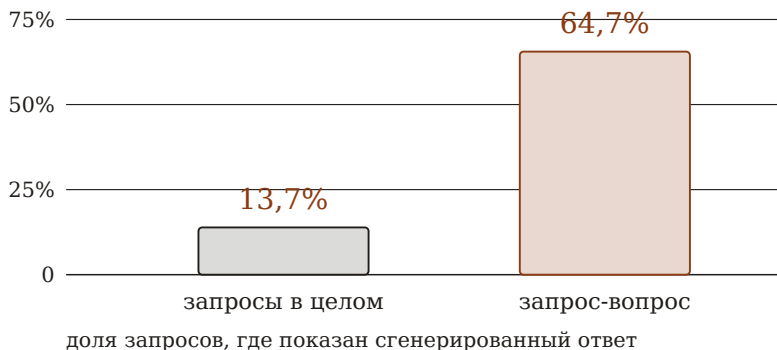


Рис. 3.2. Частота AI Overview в исследованном наборе: все запросы и вопросные. Диаграмма показывает связь, не изолированный причинный эффект формы запроса. [данные, 15]

Совпадение с органической выдачей неполное.

В аннотации исследования речь идёт о доменах: почти 30% цитируемых доменов не встречались среди одновременно показанных результатов первой страницы. Домен и отдельный URL — разные единицы сравнения. [данные, 15]

Достоверность. Автоматическая проверка отнесла 11,0% оценённых утверждений к несогласованным с полученными источниками: сведения отсутствовали, противоречили источнику либо источники расходились между собой. Это не прямое измерение доли фактической лжи; неполное получение исходных страниц могло повлиять на классификацию [данные, 15]. Качество источника и достоверность пересказа при этом почти независимы: цитирование авторитетной страницы не гарантирует, что взятое из неё утверждение ей соответствует.

Реклама. Более половины цитируемых страниц в выборке содержали рекламу. Это указывает на возможные

последствия потери посещений, но не измеряет сумму дохода, утраченного издателями из-за ответов ИИ. [данные, 15]

Цифры относятся к версии arXiv от 13 мая 2026 года и её выборке запросов, а не ко всему поиску. В записи arXiv указано Under Review, в списке публикаций автора — IMC 2026. Следует явно указывать цитируемую версию, а не считать эти метаданные окончательным заключением о текущем статусе рецензирования. [стандарт, 66]

При сравнении исследований нужно различать долю доменов и долю URL, глубину обычной выдачи и состав запросов. Без согласования этих определений нельзя объяснять расхождение процентов изменением алгоритма.

Отдельно о цифрах, которых в книге нет намеренно. В отраслевых публикациях циркулируют точные множители — цитирование в 4,8 раза вероятнее при пятнадцати распознанных сущностях, в 2,3 раза чаще при наличии разметки, на 156% выше при сочетании текста, изображений и видео. Ни один не сопровождается опубликованной методикой, размером выборки и способом контроля посторонних переменных, поэтому в расчётах они не используются [мнение].

Для читателя полезны проверяемые утверждения с условиями применимости. Они также уменьшают неоднозначность возможного пересказа, но не гарантируют цитирования или его точности.

Исследование не доказывает, что общее рассуждение невозможно процитировать или что любой изъятый из контекста фрагмент обязательно будет искажён.

3.5 Е-Е-А-Т: что это и чем не является

Аббревиатура, обозначающая опыт, экспертность, авторитетность и достоверность, повсеместно называется фактором ранжирования. Это неверно, и понимание того, чем она является в действительности, меняет способ работы.

Это рубрикатор для живых оценщиков качества — людей, которые по инструкции оценивают выдачу. Формулировка поисковой системы недвусмысленна: оценщики не влияют на то, как ранжируются страницы, и их данные не используются напрямую в алгоритмах ранжирования [стандарт, 16]. Они служат обратной связью для проверки того, работают ли изменения алгоритма как задумано. Никакой оценки по этой шкале страница не получает.

Формулировка самой поисковой системы устроена аккуратно: сам набор из четырёх свойств отдельным фактором ранжирования не является, но использование совокупности признаков, позволяющих распознать контент с этими свойствами, полезно [стандарт, 16]. Большой вес такие признаки получают в темах, способных существенно повлиять на здоровье, финансовое положение или безопасность людей.

Практическое следствие: нельзя «внедрить Е-Е-А-Т», можно сделать проверяемым то, что оценщик способен проверить, открыв страницу. Имя автора, а не «команда экспертов». Биография с проверяемыми фактами — где учился, где работал, что сделал. Дата публикации и дата обновления. Ссылки на источники утверждений. Отзывы с фамилией, компанией и должностью. Физические контакты.

Обратная сторона — набор признаков, по которым страница читается как ненадёжная: раздел «о нас» без единого имени, статья без автора, отзывы с одними именами без фамилий, отсутствие даты, утверждения со ссылкой на «исследования» без указания каких.

3.6 Дубли, каннибализация, тонкий контент

Дубли. Несколько адресов могут отдавать одинаковое или близкое содержимое. Поиск выбирает каноническую версию; `rel="canonical"` служит сигналом, но не обязательной командой. Наличие дублей само по себе не доказывает наказание сайта. [стандарт, 35]

Каннибализация. Так называют ситуацию, когда перекрывающиеся страницы мешают реализовать выбранную поисковую стратегию. Появление двух URL по одному запросу или смена URL в отчёте ещё не доказывает вреда. Проверяют намерения, собственные переходы и обращения каждой страницы, внутренние ссылки и выбранную каноническую версию.

Объединение уместно, когда страницы решают одну задачу и содержимое можно сохранить в одной более полезной версии. При разных задачах сохраняют обе страницы и уточняют их назначение. Нельзя обещать, что после объединения позиции сложатся или страница поднимется на конкретное число мест.

Тонкий контент. Полезность не определяется числом слов. Короткий ответ может быть достаточным, а длинный пересказ — не помогать читателю. Google не устанавливает предпочтительного объёма текста. Массовая генерация страниц ради манипуляции выдачей

оценивается по политике спама, а не по одному проценту повторяющихся фрагментов. [стандарт, 16, 26]

Сквозной пример В. Из 60 опубликованных страниц в учебном запуске 18 похожи по назначению. Это список на проверку, не команда удалить 18 адресов. Владелец сравнивает запросы, содержание и существующие ссылки, после чего решает по каждому URL: сохранить, переработать или объединить. [пример]

3.7 Два алгоритма

Для Google и Яндексa собирают отдельные отчёты видимости и проверяют выдачу в целевом регионе. Ранжирование одного и того же сайта может различаться, поэтому успех в одной системе не заменяет проверки другой.

Утверждения «здесь главное ссылки, там поведение» без воспроизводимых измерений не дают коэффициентов для планирования. Веса сигналов из отраслевого пересказа нельзя выдавать за опубликованное устройство алгоритма.

Практическая работа начинается с доступности сайта, соответствия страницы запросу, содержания услуги, достоверных контактов и региональных условий работы. Изменения оценивают по каждой системе отдельно, учитывая также язык, географию, устройство и состав аудитории. Перевод сайта сам по себе не создаёт спроса на втором рынке.

IV · Архитектура и URL

4.1 Таксономия и фасеты

Таксономия и фасеты решают разные задачи и могут использоваться совместно: иерархия задаёт разделы, а независимые признаки позволяют отбирать материалы по нескольким основаниям.

Таксономия — иерархия, в которой каждая вещь лежит в одном месте: услуга принадлежит разделу услуг, кейс разделу кейсов. Фасеты — независимые оси описания, по которым одну и ту же вещь можно отобрать разными способами: кейс одновременно относится к услуге, к отрасли, к году и к использованному инструменту.

При выборе ровно одного значения из пяти услуг, восьми отраслей и шести инструментов получается 240 сочетаний. Необязательный или множественный выбор меняет результат. Нужно проверить, для каких сочетаний есть полезный материал, а не заранее считать, что их только десять-пятнадцать.

Фасетная навигация — самый частый источник избыточного обхода из тех, о которых сообщают владельцы сайтов, и в подавляющем большинстве случаев проблема была бы предотвращена соблюдением нескольких правил [стандарт, 18]. Рекомендации сводятся к трём: если фасетные адреса не нужны в поиске, закрыть их от обхода; если нужны — держать постоянный порядок

фильтров в адресе и отдавать код «не найдено» для сочетаний без результатов; либо реализовать фильтрацию на стороне браузера, не порождая новых адресов вовсе [стандарт, 18].

Процедура. Выписать оси фасетов и их значения в матрицу. По каждому сочетанию проставить две отметки: есть ли спрос, то есть частотность запроса выше выбранного порога, и есть ли материал, то есть минимум два-три кейса или содержательных абзаца.

Индексируемыми делаются только сочетания с обеими отметками, и для них создаются настоящие страницы с уникальным текстом. Всё остальное существует как фильтр без отдельного адреса либо закрывается от обхода. Матрица пересматривается раз в полгода: сочетания переходят в индексируемые по мере накопления материала.

4.2 URL как контракт

Адрес страницы — обязательство перед теми, кто ссылается на неё, сохраняет в закладках и цитирует. Смена адреса требует перенаправлений и повторного обхода поисковой системой. Некешированное HTTP-перенаправление добавляет запрос и ответ; задержка зависит от кеша и повторного использования соединений.

Схему адресов полезно зафиксировать до публикации. Пересматривать её можно, если польза оправдывает миграцию и подготовлены перенаправления; беспричинная смена адресов создаёт лишнюю работу. Решения, которые входят в схему.

Язык и транслитерация. Кириллица в адресе технически допустима, но кодируется при копировании в нечитаемую последовательность, что ломает вставку ссылки в переписку и документы. Латинская транслитерация надёжнее. Смешение переведённых и транслитерированных названий в одной схеме — источник постоянных ошибок.

Единственное или множественное число. Между схемами вида `/service/ux-design` и `/services/ux-design` нет разницы для ранжирования. Разница только в стоимости смены решения после запуска. Выбирается любая, соблюдается везде.

Глубина. Вложенность URL и число переходов различаются. Адрес `/services/design/audit/` может быть доступен одним кликом с главной. Схему адресов выбирают по ясности и устойчивости, а глубину навигации проверяют по реальным ссылкам.

Изменяемое в адресе. В адрес не помещается ничего, что может измениться: год, статус, цена, имя клиента, название текущей должности. Адрес `/blog/trendy-2026` устареет через год, и придётся выбирать между перенаправлением и устаревшим адресом на актуальной странице.

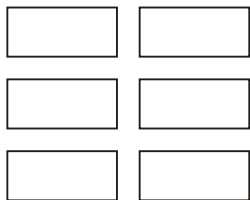
Процедура. До первой страницы записать шесть правил: язык адреса, способ передачи названий, число уровней, число единственное или множественное для разделов, разделитель слов, обращение с регистром. Документ короткий, но он единственное, что удерживает схему в целости, когда через год страницы делает другой человек.

4.3 Хабы и кластеры

Тематическое покрытие и внутренние ссылки здесь рассматриваются как способ планирования контента, а не обещание определённого рейтинга. Google действительно описывает систему topic authority для новостных запросов. Из этого не следует универсальная формула продвижения сайтов услуг с помощью кластеров. [стандарт, 42]

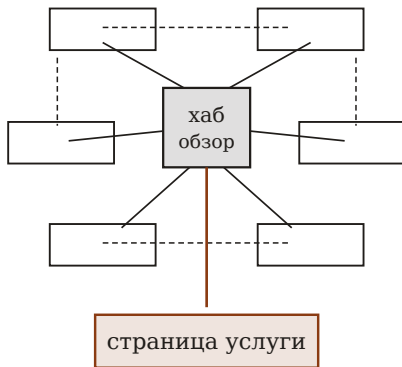
Центральная страница может ссылаться на полезные подтемы, а те — возвращаться к ней и связываться с близкими материалами. Это помогает навигации и обнаружению страниц. Схема не рассчитывает PageRank и не гарантирует роста позиций.

шесть страниц по теме



ни одной внутренней связи;
нет внутренних путей

тот же набор как кластер



сплошная — ссылка на хаб, пунктир — к соседним страницам

Рис. 4.1. Те же шесть страниц: слева каждая существует сама по себе, справа собраны в кластер. Различает не содержание, а наличие связей и выход на коммерческую страницу.

У кластера нет подтверждённого минимального числа страниц. Начинать можно с полезного обзора

и нескольких самостоятельных материалов. Новая страница нужна, когда у неё есть отдельная задача, а не для достижения числового порога. [мнение]

Процедура сборки. Выбрать тему, под которую есть коммерческая страница — кластер существует ради неё, а не сам по себе. Собрать подтемы из подсказок поиска, из связанных вопросов в выдаче и из вопросов, которые задают заказчики. Отобрать те, где намерение информационное. Назначить хаб. Для каждой спицы записать заранее, на какие две соседние спицы и на какую коммерческую страницу она будет ссылаться, — до написания текста, а не после. Публиковать спицы можно по одной, но карта связей составляется целиком с самого начала, иначе перелинковка будет достраиваться задним числом и никогда не будет достроена.

4.4 Перелинковка как поток

Внутренние ссылки помогают посетителю продолжить задачу, а поисковому роботу — обнаружить страницу и понять связь материалов. Google рекомендует, чтобы на важную страницу вела ссылка хотя бы с другой страницы сайта; идеального количества ссылок на странице не установлено. [стандарт, 32]

Деление веса поровну между ссылками может иллюстрировать упрощённую математическую модель, но не позволяет посчитать действующий поисковый эффект меню. Сокращение сорока ссылок до шестнадцати не доказывает роста передаваемого сигнала в 2,5 раза. Навигацию меняют ради понятного выбора и полезных связей, затем измеряют результат.

Глубина в переходах показывает, насколько легко найти материал внутри сайта. Она не равна числу папок в URL. Важные услуги и кейсы полезно выводить из понятных разделов и связанных материалов, не превращая меню в перечень всех страниц.

Страница-сирота не имеет входящих внутренних ссылок. Она может быть обнаружена через sitemap или внешнюю ссылку, но посетителю сайта трудно найти её обычным путём. Само слово «сирота» не означает отсутствия любых поисковых сигналов.

Процедура аудита. Сопоставить список предназначенных для публикации адресов с результатом обхода внутренних ссылок. Найти сироты, сломанные ссылки и неоправданно длинные пути. Добавить связи там, где они помогают читателю, и повторить обход. Число ссылок используют для поиска перегруженных блоков, а не как автоматическую команду сокращения.

Сквозной пример А. Страница услуги ведёт к двум подтверждающим кейсам. Каждый кейс ссылается обратно на услугу и содержит доступный контакт. Такая схема работает уже при малом объёме; отдельный блог появится, когда будут вопросы и ресурс на ответы.
[пример]

4.5 Пагинация, фильтры, параметры

Каждая страница пагинации получает самостоятельный URL и ссылку, которую робот может проследовать. Для страниц с разным набором элементов обычно используют собственный canonical, а не ссылку на первую страницу как на копию. Ошибочная каноникализация затрудняет обработку последовательности, но не доказывает

исчезновения всех карточек: они могут быть доступны другими путями. [стандарт, 36]

Бесконечная прокрутка должна иметь доступный роботу эквивалент пагинации. Одного изменения адреса в браузере недостаточно: URL порций должны открывать соответствующее содержимое напрямую и быть связаны обычными ссылками. Google обычно не нажимает кнопки и не запускает действия пользователя ради подгрузки. [стандарт, 36]

Для параметров сортировки проверяют, действительно ли они создают дубли. canonical подходит для эквивалентных страниц; самостоятельную подборку с отдельной ценностью нельзя автоматически объявлять копией. Для экономии обхода фасетных комбинаций отдельно выбирают стратегию robots.txt и управления адресами. Запрет обхода не равнозначен команде удалить уже известный URL из поиска. [стандарт, 18, 35]

4.6 Карта редиректов

Постоянные перенаправления сообщают о переезде и помогают объединить сигналы на целевом адресе. Они не гарантируют прежних позиций или передачи каждого сигнала. Выбирают соответствующую содержанию страницу и сокращают цепочки. [стандарт, 47]

Цепочка перенаправлений проходит через промежуточные адреса. Некешированные HTTP-переходы добавляют запросы и ответы; кеширование может изменить задержку. Число переходов, которым следует робот, ограничено. В этом процессе цепочки длиннее двух переходов заменяют прямым перенаправлением: это

правило обслуживания, а не универсальный предел поисковых роботов.

Несоответствие содержимого — когда старая страница перенаправляется на не отвечающую тому же намерению, обычно на главную. Массовое перенаправление на главную интерпретируется как отсутствие страницы, и сигналы теряются полностью. Перенаправлять следует на страницу, отвечающую на то же намерение; если такой нет, честнее отдать код «не найдено».

Процедура переезда. Полный список старых адресов собирается из четырёх источников, потому что ни один не полон: карта сайта, отчёт по эффективности в панели вебмастера за максимальный период, журналы сервера, отчёты аналитики. Списки объединяются, дубли убираются. Каждому старому адресу сопоставляется новый вручную — автоматическое сопоставление по похожести названий даёт ошибки на десятках процентов адресов. Отдельно помечаются те, для которых нового адреса нет: по ним принимается решение о коде «не найдено».

Соответствие адресов проверяют до переключения, затем наблюдают за переездом до устранения проблем. Тридцать-шестьдесят дней — первоначальное окно проверки, а не гарантированный срок восстановления. Google обычно рекомендует сохранять перенаправления не менее года; полезные перенаправления могут оставаться дольше.

4.7 Структурная разметка

Разметка описывает содержимое в машиночитаемом виде. Для некоторых типов она даёт право претендовать на специальное оформление Google; правильная разметка не гарантирует его показ и не является обещанием роста позиций.

FAQ rich results перестали показываться с 7 мая 2026 года. Это зафиксировано в официальном журнале изменений записью от 8 мая; позднее отдельная документация удалена. FAQPage остаётся термином словаря, но из этого нельзя вывести гарантированный эффект на цитирование. [стандарт, 19]

Три уровня проверки разделяют: допустимость словаря Schema.org, требования конкретной функции Google и фактический показ в выдаче. Для Article документация Google не задаёт обязательных свойств, но рекомендует содержательные поля. Для Organization возможны сведения об организации и логотип; пометка «оформления нет» слишком категорична. [стандарт, 37, 38]

Процедура. Выбрать тип по реальному содержимому, генерировать поля из той же записи, что страницу, проверить Schema Markup Validator и применимые требования Rich Results Test. Затем проверить доступность опубликованного URL. Отсутствие оформления спустя произвольные две недели само по себе не доказывает ошибку. Таблица приложения В разделяет эти уровни.

4.8 Что ломается на трёхсотой странице

По мере роста сайта ручное сопровождение связей дорожает. Момент перехода к автоматизации зависит от числа типов материалов, редакторов и частоты изменений, а не от универсальной границы в триста страниц.

По мере накопления записей проверяют изолированные страницы, пересекающиеся темы и перегруженную навигацию. Это риски сопровождения. Само число страниц не доказывает, что обход прекратится или займёт месяцы.

Часть связей можно выводить из данных: услуга, отрасль и тема становятся полями записи. Блоки связанных материалов собираются по ним, а редактор проверяет смысл отбора. Ручные ссылки внутри текста дополняют эту систему; автоматизация не заменяет редакционной проверки.

Поля связей стоит продумать заранее, если предполагается повторное использование материалов. Добавление связей в старые записи может потребовать большой проверки. Универсального времени в одну минуту на запись или фиксированного порога числа страниц нет.

V · Контент как база данных

5.1 Почему контент — база данных даже без базы данных

Сайт, собранный из статических файлов, базы данных не содержит. Контент в нём всё равно ею является, и отказ это признать оплачивается позже — ручной работой, растущей пропорционально числу страниц.

Механизм различия прост: страница есть результат применения шаблона к записи. Если данные и представление разделены, изменение вида всех кейсов означает правку одного шаблона. Если не разделены — правку каждого файла.

Проверка модели: что нужно сделать, чтобы добавить ко всем кейсам поле «отрасль» и вывести его в карточке. При разделении данных и оформления шаблон меняют один раз, но значения для существующих записей всё равно нужно определить. Схема не избавляет от миграции содержимого; она делает правила миграции явными.

Единицей работы в такой системе является запись, а не страница. Из одной записи о кейсе рождаются: собственная страница, карточка в списке кейсов, карточка в блоке связанных на странице услуги, строка

в карте сайта, объект структурной разметки, элемент ленты обновлений и запись в поисковом индексе сайта. Семь мест из одного описания.

5.2 Сущности, поля, связи

Предметная область раскладывается на устойчивый набор сущностей: персона, услуга, кейс, статья, отзыв, отрасль, инструмент, категория, тег. Набор не универсален, но для сайта исполнителя услуг меняется мало.

Существеннее сущностей — мощность связей между ними, то есть сколько объектов с одной стороны соответствует одному объекту с другой. Здесь совершается ошибка, которая обходится дороже всех прочих: связь, по природе являющаяся многие-ко-многим, описывается как один-ко-многим.

Кейс относится к нескольким услугам одновременно: проект мог включать и исследование, и интерфейс, и фирменный стиль. Услуга подтверждается несколькими кейсами. Это многие-ко-многим. Если в схеме кейса заведено единственное поле «услуга», то на странице услуги «брендинг» не появится кейс, у которого в этом поле стоит «дизайн интерфейсов», хотя брендинг там был. Исправление после накопления пятидесяти кейсов означает пересмотр каждого.

Второе правило — сторона-владелец связи. Связь описывается в одном месте, обратная выводится запросом. Если кейс перечисляет услуги, к которым относится, то список кейсов на странице услуги строится отбором записей, а не вторым, отдельно поддерживаемым списком. Два списка неизбежно разойдутся: кто-то добавит кейс в один и забудет про другой.

Процедура. Выписать сущности. Для каждой пары определить мощность связи, отвечая на два вопроса в обе стороны: сколько Б может соответствовать одному А и сколько А одному Б. Для каждой связи назначить сторону-владельца — обычно ту, где список короче и меняется реже. Записать решения; через полгода никто не вспомнит, почему связь описана именно так.

5.3 Схема и проверка

Схема описывает, какие поля есть у записи, какого они типа и какие обязательны. Проверка на соответствие схеме выполняется при сборке сайта, и сборка обязана падать при нарушении. Падение сборки — единственный надёжный способ не опубликовать кейс без описания.

Обязательными делаются поля, без которых страница неполноценна: заголовок, адрес, описание, дата. Остальные необязательны, иначе создание записи превращается в заполнение анкеты и материалы перестают появляться.

Отдельного внимания требуют поля-классификаторы: отрасль, услуга, инструмент, категория. Они должны быть перечислениями с закрытым списком значений, а не свободным текстом. Причина механическая: «SaaS», «саас», «SaaS-платформа» и «сервис по подписке» — четыре разные отрасли с точки зрения любого отбора, и страница отрасли соберёт четверть материалов вместо всех. Свободный текст допустим только там, где значение действительно уникально: имя клиента, название проекта.

Процедура. Перечисления определяются до наполнения и хранятся в одном месте. Добавление нового значения —

осознанное действие с правкой списка, а не побочный эффект опечатки. Раз в полгода список просматривается на предмет значений, использованных один раз: единичное значение обычно означает либо опечатку, либо отсутствие материала под целое направление.

5.4 Единственный источник правды

Каждый факт хранится в одном месте. Название услуги, дата публикации, имя автора, адрес страницы существуют в единственном экземпляре и подставляются везде, где нужны.

Экономия здесь не гипотетическая. Переименование услуги при соблюдении правила означает правку одного поля; при нарушении — обход меню, заголовков, блоков связанных материалов, карты сайта, разметки, текстов других страниц и внутренних ссылок. Сорок мест против одного.

Отдельные поля оправданы, если решают разные задачи. Заголовок страницы, title для поиска и подпись карточки могут различаться. Важно определить, какое значение используется по умолчанию, где допустимо переопределение и кто отвечает за согласованность. Требование одного источника относится к одному факту, а не ко всем текстам об одном предмете.

Признак нарушения правила: факт, который при изменении приходится править более чем в одном файле, не считая шаблонов.

5.5 Миграции и версии схемы

Схема меняется, и изменения бывают трёх видов с разной ценой.

Добавление необязательного поля безопасно: существующие записи остаются годными, поле заполняется постепенно. Добавление обязательного поля ломает все записи разом и требует проставить значение в каждой до следующей сборки. Переименование поля и смена его типа — миграция, при которой правятся все записи.

Отсюда порядок: новое поле вводится необязательным, наполняется, и только затем, если требуется, становится обязательным. Порядок обратный — сначала обязательность, потом наполнение — приводит к тому, что сайт не собирается несколько дней.

Процедура миграции. Изменения вносятся скриптом, а не руками: ручная правка ста файлов даёт ошибки в единицах процентов, и найдены они будут не сразу. Скрипт сначала прогоняется на копии, результат сравнивается с исходником построчно. После прогона выполняется полная сборка — она же служит проверкой. Версия схемы и краткое описание изменения записываются в журнал, иначе через год происхождение странного поля установить нельзя.

Отдельно стоит удаление поля. Поле, которое больше не используется в шаблонах, безопаснее оставить в записях и убрать из схемы позже, чем удалить сразу: обнаружить, что оно всё-таки где-то использовалось, легче до потери данных, чем после.

Сквозной пример А: данные первой версии

Одна услуга и два кейса связаны идентификаторами. У кейса хранится список услуг, а обратный список выводится автоматически. В результате добавление нового кейса обновляет карточки без второго ручного перечня. Поля результатов допускают текстовое доказательство и указание, что бизнес-метрики нет. [пример]

VI • Кейс как жанр

6.1 Почему галерея макетов не продаёт

Макет показывает внешний вид, а кейс дополнительно объясняет критерии, решения и вклад автора. Одни стороны работы заказчик может оценить сам, для других понадобятся доказательства или экспертная помощь. Ни один формат не гарантирует правильного суждения.

Поэтому читатель коммерческого намерения ищет в кейсе три ответа, которых галерея не даёт. Похожа ли описанная задача на мою. Справился исполнитель или просто дошёл до конца. Что он сделал сам, а что было до него. Кейс — не отчёт о работе и не портфолио проекта, а описание решения задачи, где макеты служат доказательствами, а не содержанием.

6.2 Ограничение важнее задачи

Задача сама по себе не интересна, потому что почти всегда одинакова: сделать сайт, приложение, фирменный стиль. Интерес создаёт ограничение — то, что мешало решить задачу очевидным способом.

Ограничения бывают ресурсные (срок, бюджет, один человек вместо команды), технические (унаследованная система, чужой код, обязательная совместимость), предметные (регулирование, отраслевые нормы, специфика пользователей), человеческие (заказчик

с готовым решением в голове, отсутствие лица, принимающего решение), информационные (нет данных, нет доступа к пользователям, нет аналитики).

Ограничение помогает показать основания выбора. Даже в проекте с широкими возможностями остаются альтернативы, и в кейсе полезно объяснить, почему выбрано конкретное решение.

Драматургическая последовательность, работающая в этом жанре: исходное положение — ограничение — рассмотренные варианты — выбор — цена выбора — результат.

Слабое место у большинства кейсов — предпоследний пункт. Всякий выбор что-то стоит: отказ от функции, увеличение срока, усложнение поддержки. Названная цена выбора превращает описание в профессиональный разговор, поскольку показывает, что автор понимал последствия. Умолчание о цене читается как её незнание.

Второй приём, который делает кейс убедительным, — показанный отвергнутый вариант. Он доказывает, что выбор существовал. Кейс, где решение появляется сразу и оказывается верным, читается как задним числом придуманная история, потому что так работа не происходит.

6.3 Как добывать цифры и что делать без них

Результат полезно описывать проверяемо: числом, наблюдаемым изменением, принятым заказчиком решением или качественными данными исследования. Число не является единственным допустимым доказательством. Не следует придумывать показатель ради убедительной формы кейса.

Способы получить числа

Это способы сбора сведений, а не рейтинг статистической надёжности. Надёжность зависит от организации измерений, качества данных и их сопоставимости.

Заложить измерение до начала работ: согласовать величину, исходное значение, период и ответственную сторону. Это повышает шанс получить сопоставимые данные, но не гарантирует доступ или измеримый эффект.

Запросить через два-три месяца после запуска. Раньше данных нет, позже интерес угасает. Письмо должно быть коротким, содержать конкретный вопрос об одной-двух величинах и объяснять, зачем это нужно клиенту, а не вам: публикация кейса — упоминание его компании.

Согласовать доступ к аналитике для определённой задачи и периода. Отдельно согласовать, какие результаты можно использовать в публичном кейсе: доступ к данным не равен разрешению на публикацию.

Когда чисел не будет

Существует величина, которую исполнитель измеряет сам, без разрешения и без клиента, — свойства самого продукта до и после.

Было двадцать четыре поля в форме, стало девять.
Оформление заказа занимало семь шагов, стало три.
Время загрузки главной 4,2 секунды, стало 1,9.
В каталоге было три способа найти товар, стало один рабочий. Документация состояла из двенадцати разрозненных файлов, стала одним справочником.

Такие изменения можно подтвердить материалами до и после, если их разрешено показывать. Сокращение числа шагов описывает изменение интерфейса, но само по себе не доказывает улучшения удобства или роста выручки.

Чего делать нельзя

Утверждение «конверсия выросла на 40%» без указания периода, способа измерения и того, что ещё менялось в это время, не является результатом. Оно не проверяемо и, что важнее, легко разрушается одним вопросом на созвоне.

При запрете на разглашение

Если условия договора допускают обезличенный разбор, можно использовать согласованные отрасли, диапазоны и схемы. Удаление названия клиента само по себе не отменяет ограничений на публикацию. Разрешённый состав материалов проверяют отдельно.

6.4 Граница между подачей и враньём

Четыре приёма, формально не являющиеся ложью, но разрушающие доверие при проверке.

Чужая работа как своя. Проект, где вы делали интерфейс, а стратегию и исследование делали другие, описанный как «мы провели исследование». Проверяется одним вопросом о деталях исследования.

Командная работа как личная. Отсутствие упоминания команды в кейсе одиночного исполнителя читается как заявка на единоличное авторство. Честная формулировка занимает одну строку: что делали вы, что делали другие.

Концепт как внедрённое. Самый распространённый приём. Нарисованный, но не запущенный проект подаётся в настоящем времени с результатами, которых не было. Отличается легко: у внедрённого есть адрес или магазин приложений, у концепта нет. Концепт — законный жанр, если назван концептом.

Числа без причинной связи. «После редизайна выручка выросла на треть» — при том, что одновременно была запущена реклама, наступил сезон и расширился ассортимент. Утверждение верно как факт последовательности и ложно как утверждение о причине.

Честная формулировка результата содержит три части: что сделано, что изменилось, что ещё могло повлиять. Третья часть кажется вредящей и на деле усиливает: она показывает, что автор различает совпадение и причину, а это профессиональный признак, встречающийся редко.

Обман в кейсе обнаруживается не в поиске, а на созвоне, при первом уточняющем вопросе, и стоит сделки — то есть дороже, чем весь эффект от преувеличения.

6.5 Разбор структуры блок за блоком

Заголовок. Называет предмет и результат, а не проект. «Кейс: Название» не сообщает ничего — так озаглавлены все кейсы мира. Работает конструкция «что сделано для кого и с каким исходом». Слабо: Кейс: Ayurveda Reader. Сильно: Справочник на 4 000 статей: как сократить путь к нужной странице с семи шагов до двух.

Лид, первые три-четыре предложения. Отвечает на вопрос, стоит ли читать дальше: что за проект, какое ограничение, чем кончилось. Читатель, который дальше не пойдёт, должен унести главное. Слабо: Ayurveda Reader — образовательная платформа. Мы разработали для неё удобный интерфейс. Сильно: Справочник по аюрведе с четырьмя тысячами статей и поиском, который не находил. Требовалось сохранить всю структуру разделов и уложиться в два месяца без разработчика на стороне клиента. Путь до нужной статьи сократился с семи шагов до двух.

Контекст и клиент. Кто заказчик, в каком он положении, почему задача возникла именно сейчас. Причина появления задачи важнее описания компании: она объясняет ограничения.

Ограничение. Отдельным блоком, явно. Что было нельзя и почему.

Процесс. Не перечень этапов методологии, а то, что делалось и что при этом выяснилось. Строчка «провели

исследование пользователей» не содержит информации. Содержит: сколько человек, каким способом, что неожиданного выяснилось. Слабо: Провели UX-исследование и построили СЖМ. Сильно: Поговорили с девятью читателями. Восемь искали не по названию раздела, а по симптому — структура справочника этого не предполагала.

Решения. Отдельно каждое: что решили, из каких вариантов, почему это, чем пожертвовали.

Результат. Числа или измеримые свойства продукта, с указанием способа измерения.

Выводы. Что автор понял и сделал бы иначе. Единственный блок, где уместно личное суждение, и самый читаемый коллегами.

Следующий шаг. Ссылка на услугу, к которой относится кейс. Отсутствие этой ссылки обрывает путь в точке максимального интереса — поломка, описанная в части I.

6.6 Подача визуала

Правило, отсеивающее большую часть изображений: картинка показывает то, о чём говорит соседний абзац. Изображение, не иллюстрирующее утверждение, является украшением и утяжеляет страницу, ухудшая метрики из части II.

Что работает как доказательство: сравнение до и после в одинаковом масштабе и в одинаковых условиях; схема потока или структуры; фрагмент интерфейса крупно, с видимым текстом; отвергнутый вариант рядом с выбранным.

Что доказательством не является: тридцать экранов подряд без подписей; макеты в перспективе на подставках, где интерфейс уменьшен и нечитаем; изображения процесса — стикеры на доске, доска с схемами, ноутбук на столе.

Подпись обязательна: без неё читателю приходится догадываться, что именно ему показывают.

Общий вес галереи влияет на расходы трафика, но сам по себе не определяет LCP. Главный ресурс первого экрана загружают своевременно, изображения вне экрана можно отложить. Проверяют первый экран и прокрутку отдельно; пять мегабайт всей страницы не означают гарантированно плохой LCP.

6.7 Один кейс, несколько каналов

Практический вариант — хранить основную версию у себя, а платформы использовать для распространения. Проверяют их условия и возможности экспорта. Это решение о переносимости материалов, а не универсальное правило об авторских правах или результатах поиска.

Версии различаются не длиной, а тем, что вынесено вперёд. На визуальной площадке первым идёт изображение, текст сокращён до подписи и ссылки. В профессиональной сети первым идёт вывод или неожиданное наблюдение, изображение вторично, ссылка в конце. На своём сайте — полный разбор.

Полное дублирование текста между площадками создаёт дубли, механизм которых описан в части III: сильная площадка обычно перевешивает молодой сайт, и в выдаче

остаётся её версия. На внешних площадках публикуется сокращение, а не копия.

Сквозной пример А: доказательство без выдуманной конверсии

В учебном кейсе специалист меняет оформление заявки с семи шагов на четыре и показывает схему обоих вариантов. Данных о продажах нет. Поэтому результат сформулирован как изменение сценария; гипотеза об удобстве требует проверки на пользователях. В тексте отдельно указаны собственная роль, работа разработчика и отсутствие измеренного бизнес-эффекта. [пример]

VII • Коммерческая страница

7.1 Какое решение принимает человек

Страница услуги не продаёт. Она участвует в отборе: посетитель решает, вносить исполнителя в короткий список или отсеять. Выигрывает страница, которую не отсеяли, и это меняет требования к ней: важнее не дать повода уйти, чем убедить.

Следующие три вопроса — отправная точка для страницы. Их порядок является редакционным предложением, которое следует проверить на целевой аудитории.

Делает ли он именно это. Проверяется по заголовку и первому экрану за секунды. Формулировка «дизайн цифровых продуктов» на запрос «разработка логотипа» не проходит проверку, хотя логотипы исполнитель делает.

Работал ли с похожими. Проверяется по блоку кейсов. Похожесть определяется отраслью и масштабом, не типом работы: владелец ресторана ищет ресторан, а не «брендинг».

Сколько примерно. Порядок цены помогает оценить соответствие бюджету. Причину ухода конкретного посетителя нельзя установить по одному отсутствующему блоку.

Роли посетителей из части I определяют, что каждый ищет на этой странице. Решателю нужны кейсы и порядок цены. Отборщику — состав работ, сроки, этапы, то есть материал, который он вставит в таблицу сравнения. Страница обязана содержать оба слоя: короткий для сканирования и подробный для выписывания.

7.2 Цена: публиковать или нет

Исследования удобства B2B-сайтов Nielsen Norman Group показывают ценность доступной ценовой информации для выбора поставщика. Это основание объяснить порядок стоимости, но не доказательство одинакового роста продаж у любого исполнителя. [данные, 23]

Механизм, который обычно упускают: в компании решение проходит согласование. Человек, изучающий ваш сайт, часто не тот, кто платит, и ему нужно число, чтобы вынести предложение наверх. Без числа он не может выполнить свою часть работы и переходит к тому, у кого число есть.

Аргумент против публикации звучит так: цена зависит от объёма, назвать её нельзя, дешёвые конкуренты используют её против нас, а дорогая цена отпугнёт. Первая часть верна, вывод из неё — нет. Отпугивание ценой является полезной функцией: заказчик, для которого сумма неприемлема, отсеивается до созвона, экономя обеим сторонам время. Страница услуги без цены собирает больше обращений и меньше сделок, потому что часть обращений приходит от тех, кто не мог себе позволить работу изначально [мнение].

Стратегии и их последствия

Точная цена работает для стандартизованных работ с предсказуемым объёмом. Даёт максимальное отсеивание и минимум лишних разговоров. Требуется пересмотра при изменении себестоимости.

Нижняя граница — «от такой-то суммы» — применима почти всегда. Отсеивает по нижнему порогу, оставляет пространство для оценки. Риск: восприятие нижней границы как итоговой и разочарование при первом расчёте, из-за чего граница должна быть реалистичной, а не привлекательной.

Вилка по объёму работ — три уровня с описанием, что входит в каждый. Лучший вариант для проектных услуг: даёт и порядок величины, и понимание, от чего цена зависит.

Расчёт по параметрам — форма, где посетитель отмечает объём и получает оценку. Даёт самое точное ожидание и требует разработки; оправдан, когда услуга типовая и параметров немного.

7.3 Структура и порядок блоков

Порядок блоков определяется порядком вопросов из раздела 7.1, а не привычным шаблоном.

Первый экран: что за услуга в словах запроса, для кого, ключевое отличие в одной строке, кнопка. Ни одного слова о миссии и подходе.

Далее: какие задачи решает — списком ситуаций, в которых себя узнают. Затем состав работ: что именно получает заказчик, в предметах, а не в этапах.
«Прототипы всех экранов, макеты для двух разрешений,

файл с компонентами, техническое описание для разработчика» — предметы. «Исследование, проектирование, дизайн» — этапы, и по ним нельзя понять, что придёт в конце.

Затем цена в выбранной форме, сроки, процесс работы по шагам с указанием того, что требуется от заказчика на каждом. Далее кейсы — три штуки, отобранные по близости к предполагаемому читателю. Затем отзывы, вопросы и ответы, форма.

Ошибка порядка, встречающаяся почти повсеместно: процесс работы поставлен перед составом и ценой. Процесс интересует посетителя третьим, а не первым, и длинный рассказ о методологии в верхней части страницы теряет тех, кто ещё не решил, вы ли это вообще.

7.4 Вопросы и ответы как жанр

Блок вопросов — не украшение и не место для ключевых слов. Это ответы на возражения, которые иначе прозвучат на созвоне или не прозвучат вовсе, и тогда человек просто уйдёт.

Вопросы берутся из переписки с реальными клиентами, а не выдумываются. Правильный источник — папка входящих писем: вопросы, повторившиеся три и более раз, попадают в блок дословно, в формулировке спрашивавшего.

Ответ строится так: прямой ответ первым предложением, обоснование дальше. Объём определяется полнотой ответа, без обязательного числа слов. Ответ, начинающийся с «это зависит от многих факторов», не является ответом.

Типовой состав для услуги: сколько стоит и от чего зависит; сколько времени займёт; что нужно от заказчика; что если результат не понравится; кто владеет исходниками; что входит в поддержку после сдачи; работаете ли по договору и как принимаете оплату.

После отмены расширенного оформления этого типа в выдаче в мае 2026 года, описанной в части IV, блок работает на две вещи: на живого читателя и на извлечение фактов при цитировании. Обе задачи требуют прямых, конкретных ответов, а не развёрнутых рассуждений.

7.5 Формы

Поле формы требует усилия, но его влияние зависит от вопроса, готовности посетителя и цели бизнеса. Нельзя вычитать фиксированный процент конверсии за каждое поле на основании пересказов разнородных исследований.

Для первого контакта обычно достаточно способа связи и краткого описания задачи. Имя, компания, бюджет и срок добавляются, когда помогают обработке; часть полей можно сделать необязательной. Если бюджет необходим для отбора, объясняют диапазоны и допускают ответ «пока не определён». Это рабочее решение для проверки, а не универсальный рецепт. [мнение]

Сначала проверяют технический путь: заполнение с телефона, сообщения об ошибках, успешный ответ сервера, поступление заявки получателю. Событие нажатия кнопки не подтверждает доставку.

Затем смотрят всю воронку: посещения формы, начало заполнения, успешные отправки, квалифицированные обращения и договоры. Укороченная форма может увеличить число отправок и одновременно добавить непригодные контакты. Цена решения включает время переписки.

Сквозной пример Б. У действующего сайта 120 из 1 000 поисковых визитов приходятся на услуги. В журнале четыре успешные отправки, в учёте — одно квалифицированное обращение. Сначала проверяют доставку и причины отклонения трёх обращений, затем предложение и форму. Одно общее число конверсии не показывает, где находится ограничение. [пример]

7.6 Побуждение к действию

Формулировка кнопки описывает то, что произойдёт после нажатия, а не действие пользователя. «Отправить» описывает механику и ничего не обещает. «Обсудить проект» описывает следующий шаг. «Получить оценку срока и стоимости» описывает результат.

Второе требование — соответствие готовности читателя. На странице услуги человек готов к разговору: уместно предложение обсудить. На статье он не готов ни к чему: уместно предложение чего-то без обязательств. Кнопка «заказать» под информационной статьёй игнорирует то, что читатель находится в начале пути, а не в конце.

Число кнопок на странице услуги: одна формулировка, повторённая два-три раза по длине страницы — после состава работ, после кейсов и в конце. Разные формулировки для одного действия создают ощущение нескольких разных предложений.

7.7 Отраслевые страницы

Отраслевая страница захватывает спрос, если спрос существует отдельно и если есть чем его удовлетворить. Оба условия проверяются до создания.

Спрос существует отдельно, когда запрос вида «дизайн для отрасли» имеет собственную точную частотность и собственную выдачу, отличную от выдачи по общему запросу. Проверяется способом из части IX за пятнадцать минут.

Удовлетворить спрос есть чем, когда имеется хотя бы один кейс в этой отрасли и понимание её специфики — типичных задач, ограничений, регулирования, языка. Без этого страница неизбежно состоит из общих слов с подставленным названием отрасли.

Если отраслевые страницы отличаются только названием, нужно проверить, дают ли они отдельную пользу. Повторяемость шаблона сама по себе не нарушение; массовые страницы ради манипуляции поиском могут подпадать под политику спама. [стандарт, 26]

Условие публикации. Нужны отдельная задача покупателя, подтверждённая проверкой спроса, и содержательные основания для отраслевого предложения. Замена названия отрасли в тексте помогает обнаружить общие слова, но универсального порога «40% уникальности» нет. Проверяют примеры, ограничения и состав работ.

VIII · Редактура

8.1 Как звучит практик и как звучит копирайтер

Различие между этими двумя голосами лежит не в стиле, а в источнике текста. Практик пишет из того, что делал. Копирайтер пишет из представления о том, как принято писать про такие вещи. Стилистические признаки — следствие, а не причина, и потому правкой стиля не устраняются.

В тексте, написанном из опыта, есть числа с границами применимости — не «быстро», а «полторы секунды на мобильной связи». В нём признаётся, где подход не работает: у человека, применявшего приём двадцать раз, есть случаи неудач, и он о них знает. В нём присутствует цена решения — что пришлось отдать. И в нём встречаются неожиданные детали, которые невозможно вывести из общих соображений: они запоминаются именно потому, что их нельзя придумать.

В тексте, написанном из представления, набор признаков обратный. Оценочные прилагательные на месте фактов: качественный, современный, эффективный.

Универсальные советы без условий применимости — как будто приём работает всегда. Отсутствие отрицательного опыта. Ровная уверенность на всём протяжении.

Проверка, отсекающая большую часть лишнего: можно ли написать этот абзац, не делав работу. Если да, абзац не нужен — читатель уже встречал его в десяти других текстах.

Приёмы этой части — редакционные рекомендации. Они не требуют удалять любое объяснение общеизвестного: вводный материал полезен, если нужен выбранной аудитории. Примеры «слабо — сильно» в этой и соседних частях иллюстрируют форму; числа в них не являются клиентскими результатами. [пример]

8.2 Каталог штампов

Ниже — оборот, причина его негодности и способ замены. Список закрытый и пополняемый; при редактуре по нему выполняется поиск.

Оборот	Чем плох	Замена
«в современном мире»	датирует ни к чему; верно в любом году	убрать; если нужна датировка — назвать год и событие
«в эпоху цифровизации»	то же плюс пафос	убрать
«комплексный подход»	не сообщает состава	перечислить, что входит
«индивидуальный подход»	заявляют все, значит не различает	назвать, что именно меняется от клиента к клиенту
«качественный дизайн»	оценка на месте признака	назвать проверяемый признак

Оборот	Чем плох	Замена
«повысить эффективность»	эффективность чего и в чём измеряется	назвать метрику и величину
«оптимизировать»	обозначает любое действие	сказать, какое именно
«решение под ваши задачи»	не содержит информации	назвать задачи
«в кратчайшие сроки»	нет числа	указать срок в днях
«богатый опыт»	нет измерения	лет, проектов, отраслей
«уникальный»	почти всегда неправда	сказать, чем отличается от ближайшего аналога
«широкий спектр услуг»	требует перечисления, которого нет	перечислить
«не просто X, а Y»	риторическая фигура вместо утверждения	сказать, что Y
«важно понимать», «стоит отметить»	разогрев перед мыслью	удалить, оставить мысль
«давайте разберёмся»	имитация разговора	удалить
«в заключение хочется отметить»	вводит пересказ сказанного	удалить абзац целиком
«данная статья призвана»	текст о себе, а не о деле	удалить
«играет важную роль»	не сообщает, как влияет	сказать, на что и насколько

Оборот	Чем плох	Замена
«является ключевым фактором»	то же	то же
«быстро, качественно, надёжно»	триада, обесценивающая каждый член	выбрать одно и обосновать числом
«на сегодняшний день»	заполнитель	убрать
«как известно»	если известно, зачем писать	убрать
«безусловно», «несомненно»	усиление вместо доказательства	привести доказательство

Отдельно — приёмы, а не слова. Риторический вопрос на месте перехода между разделами. Открывающий абзац, объясняющий, о чём будет глава. Абзац-вывод, пересказывающий только что изложенное. Слово «просто» в значении «легко»: оно обесценивает трудность, с которой читатель, возможно, не справился.

8.3 Три правила замены

Факт вместо оценки. Оценка сообщает мнение автора, факт позволяет читателю составить своё. Быстрый сайт → загрузка первого экрана 1,2 секунды на мобильной связи. Удобная форма → три поля, отправка без перезагрузки страницы. Опытный специалист → девять лет, сорок проектов, из них двенадцать в финансовой отрасли.

Число вместо количественного наречия. Слова «много», «значительно», «существенно», «в разы» не переводятся в проверяемое утверждение. Значительно

выросла конверсия → конверсия выросла с 1,1 до 1,9 процента за четыре месяца. Много клиентов из этой отрасли → семь проектов в этой отрасли.

Глагол вместо отглагольного существительного.

Отглагольные конструкции скрывают действующее лицо и удлинляют фразу вдвое. Осуществление проведения оптимизации изображений → сжали изображения. Была произведена доработка структуры → переделал структуру. Для обеспечения возможности сравнения → чтобы можно было сравнить.

Четвёртое правило вытекает из третьего: действительный залог вместо страдательного. Была проведена работа не сообщает, кто её проводил, и в кейсе это существенно — читатель хочет знать, что сделали вы, а что кто-то другой.

8.4 Правка машинного черновика

Правка текста, сгенерированного языковой моделью, — отдельный навык, поскольку дефекты у такого текста свои и не совпадают с человеческими. И человек, и модель могут писать гладко без достаточных оснований; происхождение текста не заменяет проверки.

Характерные дефекты

Ложная симметрия. Пунктов три, потому что три хорошо ложится, а не потому что их три. Проверяется вопросом: существует ли четвёртый и почему его нет.

Обобщение на месте примера. «Многие компании сталкиваются с этим» — без указания, какие именно. Пример либо конкретен, либо отсутствует.

Правдоподобные числа без источника. Модель охотно выдаёт «около 70%», и величина выглядит достоверно,

потому что находится в разумном диапазоне. Каждое число в машинном черновике подлежит проверке или удалению.

Абзац-вывод. Раздел заканчивается пересказом раздела. Удаляется целиком, без замены.

Универсальные оговорки. «Однако важно учитывать контекст», «результат зависит от многих факторов». Формально верно, информации ноль.

Ровная интонация. Все абзацы одной длины и одной температуры: нет ни коротких резких фраз, ни развёрнутых объяснений. Текст читается как ровный гул.

Процедура правки

Первый проход — убрать повторы и пустые фразы; обязательной доли сокращения нет. Второй — проверить числа и фактические утверждения. Третий — добавить проверяемые случаи, границы применимости и цену решений. Четвёртый — выправить переходы и ритм, не дробя рассуждение механически.

Правило остановки

Машинный черновик является материалом, а не текстом. Если после четырёх проходов в тексте не осталось ни одного утверждения, которое автор мог бы защитить в разговоре, опубликовать нечего — и никакая дальнейшая правка это не исправит.

8.5 Структура длинного текста

Подзаголовок ставится каждые 400–600 слов и формулируется утверждением, а не темой, — назовём это подзаголовком-утверждением. «Цену лучше публиковать» работает; «О цене» не работает, потому что не сообщает содержания и не помогает сканирующему читателю.

Абзац развивает одну мысль. Длину проверяют в готовой вёрстке: число строк зависит от ширины, шрифта и устройства. В этой редакции восемь строк служат поводом посмотреть абзац внимательнее, а не обязательной границей или основанием разорвать довод.

Первое предложение раздела несёт содержание, а не анонс. Предложение «Рассмотрим, как устроена работа с ценой» может быть удалено без потерь, и потому должно быть удалено.

Список честен, когда элементы однородны и между ними нет логической связи. Если между пунктами есть «поэтому» или «следовательно», это абзац, разобранный на части, чтобы не писать связок. Обратная ошибка — абзац, содержащий перечисление из семи разнородных предметов подряд: его следует разобрать в список.

Длина текста определяется размером вопроса, а не нормативом. Требование «статья должна быть от трёх тысяч слов» порождает воду с гарантией: автор, закрывший вопрос за тысячу двести слов, дописывает тысячу восемьсот ни о чём. Правильный порядок обратный: вопрос закрыт — текст закончен.

8.6 Типографика текста

Знаки, различие между которыми обязательно.

Тире и дефис. Дефис соединяет части слова: «дизайн-система». Тире разделяет части предложения и отбивается пробелами, причём слева — неразрывным, чтобы знак не начинал строку.

Кавычки. Основные — «ёлочки». Вложенные — „лапки“. Прямые двойные кавычки в наборном тексте не применяются.

Буква ё. Решение принимается один раз для всей книги и соблюдается. Здесь она пишется всегда, что упрощает поиск и снимает разночтения.

Неразрывные пробелы. Ставятся после односложных предлогов и союзов, между числом и единицей измерения, в сокращениях вида «т. е.», перед тире. Их отсутствие даёт висящие в конце строки предлоги и оторванные от чисел единицы.

Числа. Разряды разделяются тонким пробелом: 14 700. Диапазон — через тире без пробелов: 3–5. Проценты без пробела: 27%. Единицы измерения — через неразрывный пробел: 2,5 с.

Точка и кавычки. Точка ставится после закрывающей кавычки, если кавычки закрывают часть предложения.

Многоточие — единый знак, а не три точки.

При выключке по формату включаются переносы, иначе строки разъезжаются. Для русского текста этого недостаточно без словаря переносов, поэтому в вёрстке

проверяется, что переносы фактически сработали, — иначе выключку следует заменить на левый край.

8.7 Чек-лист редактора

Проход по готовому тексту, двенадцать проверок.

1. Поиск по каталогу штампов — ноль совпадений.
2. Каждое число имеет источник или пометку о его отсутствии.
3. Каждое оценочное прилагательное либо заменено фактом, либо обосновано.
4. Первое предложение каждого раздела несёт содержание, а не анонс.
5. Ни один раздел не заканчивается пересказом раздела.
6. Каждый список проверен на однородность элементов.
7. Отглагольные существительные заменены глаголами там, где это возможно.
8. Страдательный залог заменён действительным там, где важно, кто действовал.
9. Длинные абзацы проверены на читаемость и связность в готовой вёрстке.
10. Есть хотя бы одно место, где сказано, что подход не работает.
11. Есть хотя бы одна деталь, которую нельзя было бы придумать не делая работу.
12. Типографика: тире, кавычки, неразрывные пробелы, разряды чисел.

Десятая и одиннадцатая проверки помогают заметить общие слова без доказательств. Их сравнительная эффективность здесь не измерена. [мнение]

IX · Семантика

по-честному

9.1 Что такое ядро и чем оно не является

Семантическое ядро — карта спроса, отображённая на структуру сайта. Единица ядра не запрос, а кластер: группа запросов, отвечающих одному намерению, под которую делается одна страница определённого типа.

Чем ядро не является. Не списком слов для вставки в текст — этот способ применения умер вместе с плотностью ключевых слов. Не таблицей на пять тысяч строк, выгруженной из сервиса: массив без кластеризации и приоритетов нельзя превратить в план работ, а значит он бесполезен независимо от размера.

Проверка годности ядра одна: можно ли из него прямо, без дополнительных решений, получить список страниц с типом, адресом и заголовком каждой. Если нельзя — работа не закончена.

9.2 Источники частотности и погрешность каждого

Ни один источник не даёт истинного числа запросов. Каждый даёт оценку со своей систематической ошибкой, и знание природы ошибки важнее самого числа.

Статистика запросов поисковой системы. В Wordstat кавычки фиксируют количество слов, ! — словоформу, [] — порядок слов. Записывают точные операторы, регион, период и вкладку отчёта. Поддержка операторов различается между вкладками: график истории не обязательно использует тот же узкий способ подсчёта. [стандарт, 20]

Базовая частотность полезна для разведки темы, но её нельзя приравнять к будущим показам одной страницы. Сужающие операторы помогают уточнить состав спроса; все значения записывают вместе с регионом, периодом и формой запроса. Разница частотностей не переводится прямо в такую же разницу посещений.

Отчёт по эффективности собственного сайта.

Единственный источник без моделирования: это реальные показы и переходы. Ограничение принципиальное — он показывает только те запросы, по которым сайт уже виден, и потому не годится для поиска новых направлений, зато незаменим для уточнения имеющихся.

Зарубежные сервисы оценки. Сервисы семантики объединяют разные наборы данных и модели. Точность зависит от инструмента, страны, запроса и периода; универсальное превосходство оценок для английского над русским здесь не установлено. По возможности оценки сопоставляют с собственными наблюдениями.

Сезонность. Число за один месяц не характеризует спрос. Услуги, связанные с запуском бизнеса, имеют выраженные подьёмы; подарочные и праздничные темы дают всплески в разы. Смотреть следует историю за двенадцать-двадцать четыре месяца, планировать публикацию с опережением подьёма на два-три месяца, поскольку выход на позиции занимает столько же.

9.3 Сбор: от затравки к массиву

Сбор идёт в три приёма и в строгом порядке, иначе массив получается перекошенным в сторону того, что первым пришло в голову.

Затравки берутся из шести источников: собственный список услуг в тех словах, которыми их называют заказчики; видимость конкурентов, то есть запросы, по которым ранжируются похожие исполнители; подсказки поисковой строки; блок связанных вопросов в выдаче; отчёт по эффективности собственного сайта; вопросы, которые задают в переписке реальные клиенты. Последний источник даёт формулировки, которых нет ни в одном сервисе, и именно они чаще всего оказываются коммерчески ценными.

Расширение — прогон затравок через сервисы, сбор подсказок по каждой затравке с добавлением букв, выгрузка запросов конкурентов.

Чистка удаляет из массива то, что не может привести клиента: чужие бренды, другой регион, другой язык, намерение получить бесплатно или скачать, вакансии и трудоустройство, обучение и курсы, если обучение не является услугой.

Процедура. Список исключений используют повторно, но перед удалением просматривают совпадения. Измеряют и долю убранного мусора, и число ошибочно исключённых полезных запросов. Подтверждённой универсальной эффективности в 80% нет. [практика]

9.4 Кластеризация

Пересечение поисковых результатов и смысловое сходство дают разные основания для группировки. Ни один подход не является безусловно более надёжным. Группы сверяют с намерениями пользователей и наблюдаемыми результатами.

Пересечение результатов по двум запросам служит признаком близости намерений. Отсутствие пересечения не доказывает невозможности ранжировать одну страницу по обоим: выдача меняется и отражает доступные документы. Решение проверяют по смыслу задачи и результатам сайта.

Порог пересечения выдачи — настройка выбранного инструмента. Например, четыре общих URL можно принять как начальную настройку и затем проверить смешанные группы вручную. Это не установленная поиском граница одинакового намерения. [пример]

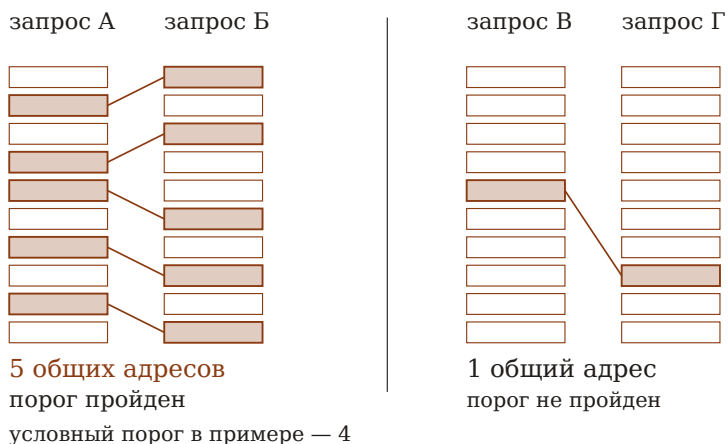


Рис. 9.1. Учебная настройка группировки: пять общих URL проходят выбранный порог четыре, один общий URL — нет. Это подсказка для ручной проверки, не доказательство невозможности ранжирования. [пример]

В принятых здесь определениях жёсткая кластеризация проверяет пересечение результатов попарно, мягкая — сходство выдачи с центральным запросом. Реализация зависит от инструмента. Ни один режим не гарантирует точности или пригодности для конкретного сайта: группы проверяют, настройки записывают. [мнение]

Ручная проверка обязательна и не заменяется настройкой порога. Алгоритм не понимает смысла и объединяет омонимы: «дизайн карты» в значении банковской карты и в значении географической попадут в одну группу, если выдача случайно пересеклась.

Процедура. Прогнать массив жёстким режимом с порогом четыре для коммерческих групп. Полученные группы просмотреть глазами: в каждой проверить, отвечают ли все фразы одному намерению, и разбить

смешанные. Одиночные фразы, не попавшие ни в одну группу, отложить — они либо слишком редки, либо выражают отдельное намерение, под которое пока нет материала. Каждой группе назначить тип страницы и рабочий заголовок.

9.5 Чтение выдачи до написания

Осмотр выдачи по главному запросу кластера выполняется до написания текста и занимает пятнадцать минут. Он отвечает на вопрос, возможен ли вход, и определяет требования к странице.

Смотреть следует шесть вещей.

- Типы страниц в первой десятке: они задают обязательный тип.
- Кто ранжируется: исполнители, агрегаторы, справочники, средства массовой информации.
- Полноту ответа у конкурентов: какие вопросы раскрыты и какие остались. Число слов не задаёт нижней границы своей страницы.
- Наличие цен. Если цены есть у всех, их отсутствие у вас становится заметным отличием не в вашу пользу.
- Актуальность содержания. Старая дата сама по себе не доказывает ни устаревания страницы, ни лёгкости конкуренции.
- Есть ли ответ ИИ: отмечают как возможный фактор CTR, а не как фиксированный вычет из ожидаемых кликов.

Преобладание агрегаторов показывает сложность конкуренции и предпочтительный формат ответа, но не

доказывает, что оставшиеся места недоступны. Решение сравнивают с альтернативой: разместиться в агрегаторе, выбрать более узкую задачу или сделать страницу для посетителей из других каналов.

Процедура. Наблюдения по десяти результатам сводятся в таблицу: адрес, тип страницы, тип ресурса, примерный объём, есть ли цены. Таблица сохраняется вместе с брифом страницы — через год она объяснит, почему страница сделана именно так, и позволит сравнить выдачу с тогдашней.

9.6 Приоритизация по трём осям

Приоритет вычисляется из трёх величин, и ни одна по отдельности не достаточна.

Спрос — оценка частотности группы с проверкой перекрытия формулировок и операторов. Без устранения пересечений простая сумма может завесить объём.

Сложность — оценка того, насколько трудно войти: кто в топе, каков возраст страниц, сколько внешних ссылок у конкурентов, занят ли топ агрегаторами. **Ценность** — близость запроса к деньгам. Убывает в порядке: коммерческий запрос по услуге, отраслевой коммерческий, информационный запрос, примыкающий к услуге, общеобразовательный информационный.

Ориентир: приоритет пропорционален произведению спроса на ценность, делённому на сложность. Формула не даёт числа для сравнения с чужим числом, но упорядочивает свой список, а это единственное, что от неё требуется.

Учебное сравнение. У информационной группы частотность 2 400, у коммерческой — 90. Первое число больше примерно в 27 раз, но само по себе не определяет приоритет: неизвестны достижимый CTR, качество обращений и затраты. Сначала сравнивают несколько сценариев по формуле из части I. [пример]

9.7 Почему всё-P1 не приоритет

Приоритет — распределение ограниченного ресурса, а не оценка важности. Список, где все двадцать пять услуг помечены высшим приоритетом, не содержит информации: он сообщает лишь, что решение не принято.

Механизм ограничения задан в части I: ёмкость производства равна доступным часам, делённым на стоимость страницы. Если ёмкость составляет двадцать страниц в год, высший приоритет может стоять максимум у двадцати страниц, и осмысленно — у меньшего числа, поскольку часть ёмкости уйдёт на обновление уже опубликованного.

Правило ёмкости. Высший приоритет получает работа, помещающаяся в ближайший период с резервом на поддержку. Ограничение, например пятая часть списка, может дисциплинировать конкретную команду, но не является универсальной нормой.

9.8 Двухязычное ядро

Ядро для второго языка собирается заново, а не переводится. Причина не в языке, а в том, что спрос устроен иначе: другой состав формулировок, другие объёмы, другая конкуренция, другой состав выдачи.

Перевод русского кластера даёт фразу, которую в англоязычном поиске может никто не вводить, тогда как реально спрашивают другое. Обратное тоже верно: устойчивые англоязычные формулировки не имеют русских эквивалентов и передаются описательно, из-за чего один запрос превращается в три с разной частотностью.

Общими между версиями остаются только материалы, не привязанные к формулировкам: кейсы, изображения, факты о проектах. Структура, заголовки и приоритеты — свои для каждой версии.

Указание языковых версий связывает страницы между собой и помогает показать посетителю подходящую версию. Оно не влияет на ранжирование и не заменяет отдельной работы над каждой версией — распространённое заблуждение, из-за которого перевод сайта считают выходом на второй рынок [мнение].

Сквозные примеры А и В: отбор тем

В примере А приоритет получает одна услуга, которую специалист способен подтвердить двумя кейсами. Выбор ещё не доказывает поискового спроса: до расширения проверяют формулировки и выдачу. В примере В 60 тем уже опубликованы, но 18 требуют проверки на перекрытие; высокая частотность общей темы не оправдывает автоматическую новую страницу. [пример]

Х · Доверие

10.1 Страница «о себе» как документ

Эта страница не биография и не рассказ о пути. Это документ, подтверждающий, что исполнитель существует, обладает заявленным опытом и не исчезнет посреди проекта. Из трёх видов риска, описанных в части I, она снимает третий, и делает это единственным способом — проверяемыми утверждениями.

Проверяемое утверждение отличается от непроверяемого механически: его можно опровергнуть. «Работал в такой-то компании с 2019 по 2022 год» опровержимо и потому весомо. «Успешно реализовал множество проектов» опровергнуть нельзя, поскольку оно не содержит утверждения, — и именно поэтому не работает.

Обязательный состав: имя и фамилия, фотография, опыт в годах и проектах с числами, перечень отраслей, инструменты, местоположение и часовой пояс, способы связи, ссылки на профили в профессиональных сетях и на площадках работ.

Фотография не украшение. Отсутствие лица на странице человека, которому предлагается заплатить, читается как сокрытие, особенно в услугах, где заказчик работает с исполнителем месяцами.

Порядок изложения определяется тем, что проверяет читатель: сначала кто и что делает, затем чем подтверждается, затем как связаться. Хронологический рассказ о профессиональном становлении интересен коллегам и почти никогда — заказчику.

10.2 Отзывы

Отзыв ценен не похвалой, а описанием того, что изменилось. «Отличный специалист, всё понравилось» не сообщает ничего; «сократили оформление заказа с семи шагов до трёх, работа заняла шесть недель вместо запланированных восьми» сообщает и то и другое.

Просить нужно в момент сдачи работы, на пике удовлетворённости: через полгода интерес угас, а детали забыты. И просить нужно не отзыв. Просьба «напишите отзыв» перекладывает работу на клиента, и он либо не пишет вовсе, либо пишет общие слова, потому что не знает, что говорить. Работают три конкретных вопроса, ответы на которые вы сами сведёте в текст и покажете на согласование.

Вопросы: какая задача стояла и что мешало решить её раньше; что изменилось после работы, желательно в числах; что было в работе неожиданным, хорошим или плохим. Третий вопрос даёт ту деталь, которая отличает настоящий отзыв от написанного исполнителем.

Что делает отзыв проверяемым. Имя и фамилия, компания, должность, ссылка на профиль. Отзыв, подписанный «Алексей, предприниматель», не имеет доказательной силы: его невозможно ни проверить, ни отличить от сочинённого. Если клиент не даёт согласия

на полные данные, честнее опубликовать обезличенно и сказать об этом прямо, чем создавать видимость.

Чего делать нельзя. Писать отзыв самому и присылать на подпись — распространённая практика, разрушающая доверие при первом же разговоре клиента с потенциальным заказчиком. Править смысл при редакции. Публиковать без явного разрешения.

10.3 Публикации, выступления, открытый код

Механизм действия здесь тот же, что у отзывов: подтверждение приходит от третьей стороны, которая не заинтересована в вашей продаже. Собственное заявление о квалификации весит мало по устройству ситуации; чужое решение вас опубликовать или пригласить весит много.

Что работает как подтверждение: статья в отраслевом издании, прошедшая редакторский отбор; доклад на конференции с программой в открытом доступе; учебный курс; открытый проект с историей изменений и пользователями; участие в профессиональном стандарте или обзоре.

Открытая публикация или платное членство сами по себе не подтверждают экспертизу. Однако плата за участие также не делает награду автоматически недостоверной: проверяют критерии отбора и независимость оценки.

Различение простое: если попадание туда зависело только от вашего желания и денег, оно ничего не подтверждает.

10.4 Внешние ссылки: что работает

Внешняя ссылка может приводить посетителей и подтверждать связь вашего материала с профессиональным сообществом. Для работы над упоминаниями нужен полезный предмет: исследование, инструмент, шаблон, разобранный проект или открытая разработка.

Способ распространения выбирают по аудитории: редакционное предложение изданию, участие в обсуждении, профильное выступление или публикация в сообществе. Число полученных ссылок заранее не гарантировано; планировать лучше подготовку материала и релевантные контакты.

Проценты популярности PR и гостевых публикаций из пересказов без доступной методики исключены из расчётов этой редакции. Их точность нельзя восстановить одной оговоркой «ориентир».

Для оценки результата фиксируют источник, предмет упоминания, переходы и известные обращения. Ссылка с небольшого отраслевого ресурса может оказаться полезнее массового упоминания, если приводит подходящих заказчиков. [мнение]

10.5 Чёрные методы и цена отката

Наказание за ссылочные манипуляции существует в двух видах, и различие между ними определяет способ обнаружения.

Ручные меры применяет человек, проверивший сайт. В панели вебмастера появляется уведомление, и это единственный случай, когда причина падения известна

точно. Ссылочный спам определяется как создание ссылок ради влияния на позиции; к нему отнесены покупка и продажа ссылок, обмен товаром или услугой за ссылку, рекламные материалы со ссылками, передающими вес [стандарт, 26]. Оговорка политики существенна: платная ссылка нарушением не является, если помечена атрибутом рекламной или неотслеживаемой [стандарт, 26]. Именно отсутствие такой пометки превращает её в нарушение.

Алгоритмическое обесценивание может нейтрализовать вклад манипулятивных ссылок без уведомления о ручных мерах. Само падение позиций не доказывает обесценивания ссылочного спама и не позволяет вычислить точный «естественный» уровень ранжирования. [стандарт, 57]

Подтверждённой безопасной доли гостевых публикаций здесь нет. Порог «30% ссылочного профиля» исключён: политика Google оценивает характер ссылок и намерение манипулировать ранжированием, а не даёт такую границу. [стандарт, 26]

Цена отката. При ручных мерах за неестественные ссылки следуют инструкции по конкретной проблеме и процедуре пересмотра. Отклонение ссылок — специальный инструмент, а не обычная очистка от любых нежелательных ссылок. Срок рассмотрения и возвращение прежних позиций не гарантированы. [стандарт, 59]

Риск оценивают по зависимости от поиска и стоимости восстановления. Ни сто страниц, ни десять обращений в месяц сами по себе не определяют устойчивость. Нельзя

заранее утверждать, что восстановление будет быстрее или медленнее добросовестного развития [мнение].

10.6 Разметка организации и автора

Свойства `Person` и `Organization` помогают явно описать человека или организацию и связанные профили. Адреса профилей полезны, но ни одно свойство не является универсально решающим. Разметка не гарантирует, что любая система правильно объединит упоминания.

Практическое требование — согласованно описывать автора, поддерживать страницу профиля и явно указывать альтернативные имена и связанные адреса. Русское и латинское написание допустимо связать через `alternateName`, `sameAs` и устойчивый идентификатор. Совпадение имени до символа не является универсальным требованием.

Авторство статьи размечается с ссылкой на страницу автора, а страница автора — на все внешние профили. Получается замкнутая связь, проверяемая машиной.

XI • Производство

11.1 Конвейер, который не разрушает качество

Повторяемый процесс помогает избежать пропусков, а одна лишь норма выпуска может поощрять однообразные материалы. Регулярные публикации и шаблоны сами по себе не являются спамом. Оценивают пользу содержания и то, не создано ли оно преимущественно ради манипулирования поисковыми позициями.

Разрешается противоречие разделением: конвейеризуется процедура, а не содержание. Сбор запросов, осмотр выдачи, проверка чисел, редактурa, публикация, перелинковка — повторяемые шаги, которые должны выполняться одинаково каждый раз. Что именно утверждается в тексте, конвейер не определяет и определять не должен.

Признак неверно настроенного конвейера: материалы можно поменять местами без потери смысла, потому что каждый построен по одному шаблону и говорит одно и то же другими словами.

11.2 Реалистичный темп

Темп вычисляется из стоимости страницы, посчитанной в части I, и не является предметом волевого решения.

Часов в неделю на контент	Страниц в месяц	Страниц в год
5	1	10-12
10	2	20-25
20	3-4	40-50
40 (полная занятость)	7-8	80-100

Таблица — пример планирования при условных 18 часах на страницу и резерве на переписку и исправления. Это не замер производительности автора. После первых публикаций оценки заменяют фактическими затратами. [пример]

Две статьи в неделю могут занимать значительную часть рабочего времени, если каждая требует исследования и самостоятельных материалов. Достижимость темпа проверяют пробным циклом, учитывая автоматизацию, редактуру и параллельную клиентскую работу.

Полезно планировать законченные группы работ с резервом, а не рассчитывать на предельную производительность каждую неделю. Связность результата определяется отбором тем и ссылками, а не тем, выполнен ли большой или маленький первоначальный план.

11.3 Пайплайн

Восемь шагов. Каждый заканчивается артефактом, и следующий не начинается без него — это единственный способ не обнаружить на восьмом шаге, что второй не сделан.

1. Выбор кластера. Артефакт: строка в реестре с типом страницы и целевым запросом.
2. Осмотр выдачи. Артефакт: таблица наблюдений по десяти результатам (процедура из части IX).
3. Бриф. Артефакт: структура страницы с подзаголовками, перечень утверждений, которые надо доказать, перечень нужных чисел и их источников.
4. Сбор фактов. Артефакт: числа с источниками, цитаты, скриншоты. Выполняется до написания, а не по ходу.
5. Черновик. Артефакт: текст, закрывающий структуру из брифа.
6. Редактура. Артефакт: текст, прошедший чек-лист из части VIII.
7. Визуальные материалы. Артефакт: изображения нужных размеров и веса, с подписями и альтернативным текстом.
8. Публикация и связывание. Артефакт: страница с проставленными ссылками из соседних материалов и в них.

Порядок четвёртого и пятого шагов существен. Сбор фактов после написания приводит к тому, что факты подгоняются под уже написанные утверждения, а не наоборот.

11.4 Роли, когда исполнитель один

Разделение труда, невозможное между людьми, достигается разделением во времени. Автор не видит своих штампов в день написания и видит их через двое суток — это свойство внимания, а не дисциплины. Отсюда правило: черновик и редакция выполняются в разные дни, желательно с промежутком не менее суток.

Тот же приём применим к проверке фактов: собранные числа перепроверяются не в день сбора, когда источник кажется убедительным, а позже.

Что осмысленно передать другим. Корректурa — самая дешёвая и самая эффективная передача: свежий глаз находит опечатки, которых автор не видит принципиально. Подготовка изображений в нужных форматах и размерах. Разметка и публикация, если процесс описан.

Что требует ответственного решения. Проверку выдачи, сбор источников и подготовку выводов можно делегировать квалифицированному исполнителю. Автор или владелец проекта принимает результат и отвечает за опубликованные утверждения; передача работы не отменяет проверки.

11.5 Definition of Done

Страница считается готовой при выполнении всех пунктов. «Готова с замечаниями» — не состояние: страница либо готова, либо нет.

- Заголовок и описание для выдачи заполнены, длина в пределах отображаемой.

- В этом процессе принят один содержательный H1 и логичная иерархия подзаголовков. Это соглашение о структуре, а не требование Google к ранжированию. [стандарт, 58]
- Фактические числа проверены по источнику; условные расчёты помечены как примеры.
- Пройден чек-лист редактора из части VIII.
- У изображений подходящие форматы, размеры и текстовые альтернативы. Приоритет загрузки получает важное изображение первого экрана; отложенную загрузку остальных выбирают с учётом их расположения и назначения.
- Проставлены ссылки: на связанную услугу или кейс, на две-три соседние страницы кластера.
- На страницу ведут ссылки из подходящих разделов и материалов.
- Разметка сгенерирована и проверена валидатором.
- Страница присутствует в карте сайта.
- Проверена на устройстве с узким экраном.
- Метрики отрисовки и сдвигов измерены после публикации.
- Строка в реестре обновлена: статус, дата, целевой запрос.

Седьмой пункт пропускают чаще всех остальных, и именно он предотвращает появление сирот, описанных в части IV.

11.6 Обновление опубликованного

Обновление полезной существующей страницы может быть выгоднее новой публикации: уже есть адрес, содержимое и наблюдения. Но это решение принимают по состоянию страницы. Доля успеха случайных URL из Ahrefs не является вероятностью ранжирования каждой новой страницы вашего проекта.

Что обновлять в первую очередь. Страницы на позициях с пятой по двадцатую: они близки к порогу видимости, и небольшое улучшение даёт непропорциональный прирост переходов. Страницы с падающими показами — признак устаревания или появления более полных конкурентов. Страницы с устаревшими числами: утверждение с цифрой пятилетней давности разрушает доверие сильнее, чем отсутствие цифры.

Что делать при обновлении. Заново осмотреть выдачу: за год состав конкурентов и требования изменились. Обновить числа с новыми источниками и датами. Дописать то, что есть у конкурентов и отсутствует у вас. Обновить внутренние ссылки — за год появились новые материалы, на которые стоит ссылаться. Изменить дату обновления, сохранив дату первой публикации: обе величины полезны читателю.

Правило распределения ёмкости. Около 30% производственных часов направляется на обновление опубликованного, 70% на новое. При достижении сотни страниц пропорция сдвигается к равной: поддержание сотни материалов в актуальном состоянии само становится работой [практика].

11.7 Реестр контента

Одна таблица на весь проект. Не семь таблиц с пересекающимися данными — в этом случае ни одна не является достоверной, и первый же вопрос о статусе материала требует сверки трёх файлов.

Поля реестра: адрес, тип страницы, кластер, целевой запрос, точная частотность, приоритет, статус, дата публикации, дата последнего обновления, показы за последний месяц, средняя позиция, обращения, если атрибуция настроена.

Честные статусы. Список статусов должен различать «замысел» и «запланировано»: первое означает идею без решения, второе — принятое решение делать с назначенным местом в очереди. Смешение этих двух состояний приводит к реестрам, где сто тридцать восемь материалов имеют статус «запланировано» и не будут сделаны никогда, как описано в части I.

Полезно четвёртое состояние — «отклонено», с указанием причины. Отклонённый замысел, оставленный в реестре с пометкой «топ занят агрегаторами», экономит время при следующем планировании: к нему не вернуться и не станут заново выяснять то же самое.

Периодический пересмотр. Раз в квартал реестр просматривается целиком: материалы со статусом «запланировано» старше года либо переводятся в работу, либо отклоняются. Реестр, в котором ничего не отклоняется, перестаёт быть инструментом планирования и становится списком желаний.

Сквозные примеры: три разных бюджета

В примере А первая версия получает 96 часов, включая 24 часа резерва. В Б выделено 20 часов на диагностику и улучшение существующего пути. В В следующие затраты ограничены 20 часами ремонта, без продолжения массовой публикации. Эти сметы соответствуют разным исходным материалам и не являются сравнением производительности авторов. [пример]

XII • Стек и инфраструктура

12.1 Четыре класса решений и их последствия

Платформу выбирают по работе с данными, доступным настройкам, поддержке и стоимости изменений. Само название класса не определяет потолок страниц или производительность.

Класс	Работа с контентом	Что проверить до выбора
Конструктор	отдельные страницы или CMS-коллекции	шаблоны, экспорт, редиректы, тарифные лимиты
Готовая CMS	записи и темы, иногда визуальный редактор	обновления, права редакторов, кэширование
Генератор статики	файлы или подключённая CMS	предпросмотр, сборка, формы, навыки автора
Фреймворк	зависит от реализации	стоимость разработки и сопровождения

Конструктор с коллекциями может менять карточки через общий шаблон; генератор статики может иметь редакторский интерфейс. Сравнивают конкретные возможности и ограничения, а не предполагают ручную правку всех страниц или обязательную работу каждого автора с кодом.

12.2 Критерии выбора

Пять вопросов, отвечать на которые нужно до выбора, а не после.

Каков ожидаемый объём через три года. Если ответ — до пятидесяти страниц, конструктор остаётся допустимым решением, и переход на что-то сложное не окупится.

Каков темп публикаций. Одна страница в месяц не требует конвейера; восемь страниц в месяц требуют.

Сколько людей будет править контент и какова их квалификация. Генератор статики, требующий работы с текстовыми файлами и системой контроля версий, недоступен редактору без обучения, и это ограничение важнее всех технических преимуществ.

Каков срок жизни проекта. Решение на два года и решение на десять лет выбираются по-разному: во втором случае весомее переносимость данных.

Есть ли постоянный доступ к разработчику. Фреймворк без разработчика превращается в неподдерживаемую систему при первом же обновлении зависимостей.

Правило выбора. Решение принимается по самому дорогому ограничению, а не по самому приятному свойству. Скорость статики не имеет значения, если опубликовать материалы придётся человеку, который не

работает с текстовыми файлами: сайт просто перестанет обновляться.

12.3 Время сборки как ограничение

Время сборки зависит от шаблонов, объёма данных, обработки изображений, кэша, оборудования и версии инструмента. Универсальные оценки «десять тысяч страниц за десять секунд» не подходят для выбора без одинаковой тестовой задачи.

Пробная сборка должна содержать характерные кейсы, изображения и связи. Измеряют полную сборку, изменение одной записи и время до доступного предпросмотра. Если ожидание мешает публикациям, рассматривают кэш производных изображений, инкрементальную сборку или отрисовку по запросу.

Для небольшого сайта важнее надёжный цикл «изменение — проверка — публикация», чем рекорд на пустых страницах.

12.4 Хостинг, доставка, защита

CDN может отдавать кэшированный ответ с узла, близкого к посетителю. Эффект зависит от маршрута, попадания в кэш и конфигурации. Для решения о размещении измеряют TTFB и LCP в целевых регионах; доли из диагностического примера LCP не являются фактическим бюджетом вашего сайта.

Сервер в единственном месте даёт другой набор свойств: полный контроль, возможность серверной логики, необходимость самостоятельно обновлять систему, настраивать сертификаты, следить за нагрузкой и делать резервные копии.

CDN и собственный сервер могут работать совместно: сервер служит источником, CDN — промежуточным кэшем и точкой доставки. Возможна и отдельная публикация статики с сервером форм. В архитектуре нужно явно показать маршруты запросов, границы кэша и ответственность за сертификаты.

Минимально необходимая защита для контентного сайта: соединение только по защищённому протоколу, автоматическое продление сертификата, ограничение частоты обращений к формам, защита от автоматических отправок без изображений с кодом, резервные копии. Полноценный межсетевой экран уровня приложений полезен, но для сайта без личных кабинетов и платежей не является первоочередным.

12.5 Репозиторий, окружения, публикация

Для проекта, который ведёт один человек, достаточной является простейшая схема: основная ветка соответствует опубликованному сайту, изменения делаются в отдельных ветках и сливаются после проверки предпросмотра, сборка и публикация происходят автоматически при слиянии.

Ветвление с постоянной ветвью разработки, ветвями подготовки выпусков и обязательным просмотром кода другим человеком описывает процесс команды из пяти-десяти человек. Применённое к одиночному проекту, оно создаёт накладные расходы без выгоды: просматривать код будет тот же, кто его написал.

Что действительно необходимо: автоматическая сборка при изменении, предпросмотр перед публикацией,

невозможность опубликовать несобирающийся проект. Последнее важнее остального — именно это свойство превращает проверку схемы из части V в работающий механизм.

12.6 Резервное копирование

Распространённое заблуждение — считать репозиторий резервной копией. Репозиторий является источником, и его потеря маловероятна, но не невозможна; главное же, что в нём обычно нет того, что теряется чаще: изображений в исходном разрешении, накопленных отзывов, писем с согласиями на публикацию, экспортов аналитики.

План резервного копирования документируют. Правило 3-2-1 предполагает три копии, включая рабочую, на двух типах носителей, одну из них — вне основной площадки. Изоляцию и испытания восстановления выбирают по рискам. Два синхронизированных хранилища сами по себе не составляют полного плана восстановления. [стандарт, 52]

Проверка восстановлением. Непроверенная резервная копия ещё не доказала свою пригодность. Для начала можно назначить испытания раз в полгода и после существенных изменений системы, затем уточнять частоту по рискам. Восстанавливают в изолированной среде, фиксируя затраченное время и недостающие данные.

12.7 Переезд: восемь способов потерять трафик

Протокол переезда изложен в части IV. Ниже — ошибки, встречающиеся при его выполнении, с механизмом каждой.

Неполный список старых адресов. Собран из карты сайта, где отсутствуют страницы, выпавшие из неё год назад, но сохранившие ссылки и позиции. Механизм потери: адрес не попал в карту перенаправлений и отдаёт ошибку.

Перенаправление всего на главную. Трактруется как отсутствие страницы, сигналы теряются полностью.

Цепочки перенаправлений. Старый адрес ведёт через промежуточный к конечному. Некешированные HTTP-перенаправления добавляют запросы и ответы; длинная цепочка может превысить предел робота. Предпочтительно прямое перенаправление на соответствующую содержанию страницу.

Смена схемы адресов одновременно с переездом. Два изменения сразу делают невозможной диагностику: при падении неизвестно, что виновато.

Несоответствие редиректа характеру переезда. Для постоянной миграции используют постоянные редиректы. Временный редирект передаёт другой сигнал; его обработка поиском зависит от условий и длительности, поэтому обещать неизменность старого адреса в индексе нельзя.

Закрытый от обхода тестовый домен, оставшийся закрытым после переключения. Перенесённое

правило robots.txt может запретить обход, но не гарантирует удаления уже известных адресов из индекса. Оставленная директива noindex препятствует индексации, когда Google может её прочитать. Оба механизма проверяют отдельно.

Потеря разметки и метаданных. Переносят не только основной текст, но и заголовки и описания. Их потеря может изменить представление в выдаче, однако отсутствие meta description само по себе не доказывает санкций ранжирования. Проверяют фактический заголовок и сниппет, показанные Google.

Отсутствие контроля после переключения. На первые тридцать-шестьдесят дней планируют наблюдение и продолжают его, пока остаются проблемы. Отслеживают индексирование, ошибки и сопоставимые группы запросов. Этот период не является сроком удаления постоянных перенаправлений.

Сквозной пример А: выбор без лишней инфраструктуры

Для первой версии проверяют один пробный кейс и страницу услуги в доступном шаблонном решении. Условия выбора: самостоятельная правка текста, экспорт, работающая форма и возможность сохранить адреса. Удачная пробная публикация важнее обещанной скорости сборки тысяч страниц, которых в проекте пока нет.
[пример]

XIII · Дизайн-система контентного сайта

13.1 Типографика как несущая конструкция

На сайте, где основное содержание — текст, типографика выполняет работу, которую в других проектах делят между собой композиция, цвет и изображения. Три величины определяют читаемость, и все три измеримы.

Мера строки. Диапазон около 50–70 знаков можно принять как отправную точку для длинного текста, затем проверить конкретную гарнитуру, язык, размер и устройство. Это редакционная настройка, а не универсальный предел скорости чтения. [мнение]

В исходном макете ширина полосы задана в ем. Число знаков в строке зависит от ширины глифов, кегля, языка и области просмотра. Его проверяют в готовом макете, а не принимают 68 знаков за постоянную величину.

Интерлиньяж. Для длинного текста 1,5–1,65 от размера кегля. Значения ниже 1,4 склеивают строки, выше 1,8 разрывают абзац на отдельные полосы.

Кегль. Для макета можно начать с 18–20 пикселей и проверить читаемость, масштабирование и плотность

конкретного шрифта. Размер 16 пикселей сам по себе не свидетельствует об ошибке. [мнение]

Шкала размеров. Пять-шесть значений на весь сайт, не больше. Каждый дополнительный размер требует решения, когда его применять, и это решение будет приниматься по-разному в разных местах.

13.2 Токены и темы

Токен — именованное значение, используемое вместо конкретного цвета или размера. Смысл не в удобстве записи, а в том, что смена палитры выполняется в одном месте, а не поиском по всем файлам. Это то же правило единственного источника, что в части V, применённое к оформлению.

Минимальный набор для контентного сайта: цвет текста, цвет второстепенного текста, фон, фон выделенных блоков, цвет линеек, акцентный цвет. Шести достаточно; наборы из сорока оттенков в проектах такого масштаба остаются неиспользованными.

Тёмная тема требует отдельной проверки. Чистый белый на чёрном может быть неприятен части читателей, но универсальных границ светлоты для всех шрифтов и экранов нет. Проверяют контраст, различимость элементов и пользовательские предпочтения.

Восприятие толщины начертания может различаться между темами. Если меняют насыщенность шрифта, проверяют читаемость обеих версий, а не применяют обязательное облегчение на один шаг.

13.3 Сетка и вертикальный ритм

Модульная сетка с шагом восемь пикселей решает задачу горизонтального выравнивания. Для контентного сайта важнее вертикальный ритм: расстояния между элементами кратны межстрочному интервалу основного текста, а не произвольны.

Практическое правило отступов: расстояние перед заголовком заметно больше, чем после него. Заголовок принадлежит следующему за ним тексту, а не предыдущему, и симметричные отступы делают принадлежность неочевидной — читатель на секунду не понимает, к чему относится подзаголовок.

Ширина содержимого ограничивается мерой строки из раздела 13.1, а не шириной экрана. Элементы, которым нужно больше места — широкие таблицы, схемы, изображения с деталями, — выходят за полосу набора отдельным приёмом и прокручиваются внутри себя, не растягивая текст.

13.4 Компоненты

Минимальный набор для сайта из услуг, кейсов и статей: заголовок сайта с навигацией, подвал, карточка материала, блок связанных материалов, хлебные крошки, блок вопросов с раскрытием, блок побуждения к действию, форма, таблица, врезка, подпись к изображению, разделитель раздела.

Каждому компоненту требуется описание четырёх состояний, и пропуск любого проявляется в работе: обычное, при наведении, при фокусе с клавиатуры, при отключённых изображениях или неполученном шрифте.

Состояние фокуса пропускают чаще остальных. Его отсутствие делает сайт непроходимым с клавиатуры: человек нажимает клавишу перехода и не видит, где находится.

Карточка материала заслуживает отдельного упоминания, поскольку встречается на сайте чаще любого другого компонента. Она обязана работать с изображением и без него, с заголовком в одну строку и в три, с описанием и без описания — иначе первый же материал с длинным названием разрушит сетку.

13.5 Доступность

Ниже перечислена часть требований доступности, полезная для первичной проверки контентного сайта. Этот список не доказывает соответствия WCAG 2.2 AA: оно требует проверки всех применимых критериев. [стандарт, 29]

Контраст обычного текста к фону — не менее 4,5 к 1. Для крупного текста, то есть от 18 пунктов или от 14 пунктов полужирного, достаточно 3 к 1. Элементы интерфейса и графика, несущая смысл, — также 3 к 1. Уровень AAA требует 7 к 1 для обычного текста и 4,5 к 1 для крупного [стандарт, 29].

Проверяют управление с клавиатуры и видимость фокуса. Порядок фокуса должен сохранять смысл и возможность работы, но не обязан буквально повторять визуальное расположение. Заголовки должны быть содержательными. Значимым изображениям нужны подходящие текстовые альтернативы; у чисто декоративных обычно оставляют пустой alt. [стандарт, 48]

Отдельно: смысл не передаётся одним цветом. Ссылка, отличающаяся от текста только цветом, недоступна части читателей; требуется подчёркивание или иной признак.

13.6 Анимации и их цена

Анимации могут влиять на отклик и стабильность. Цена зависит от реализации: изменение геометрии, работа главного потока и скрытие содержимого до запуска сценария требуют отдельной проверки.

Безопасный набор: изменение прозрачности и смещение, длительностью 150–300 миллисекунд, без изменения размеров и положения соседних элементов. Изменения, затрагивающие геометрию, обходятся дороже на порядок, поскольку требуют пересчёта расположения.

Обязательное требование — уважение системной настройки уменьшенного движения. Часть людей отключает анимации не из эстетических предпочтений: движение на экране вызывает у них головокружение и тошноту. Проверка предпочтения занимает три строки в стилях, и её отсутствие делает сайт непригодным для этих читателей.

Анимация появления содержимого при прокрутке заслуживает отдельного предупреждения: если сценарий не сработал, содержимое остаётся невидимым. Начальное состояние должно быть видимым, а анимация — добавляться сверху, а не наоборот.

Расширение проверки доступности

Кроме перечисленного, проверяют увеличение текста, перестроение страницы на узком экране, подписи полей, сообщения об ошибках, доступные имена кнопок, отсутствие перекрытия фокуса и размеры целей взаимодействия. Для видео нужны применимые текстовые альтернативы. Автоматическая проверка дополняется прохождением основных сценариев с клавиатуры. [стандарт, 29]

XIV · Измерения

14.1 Метрики решений и метрики отчёта

Показатель полезен, когда помогает выбрать действие. Для каждого отчёта записывают определение события, источник данных, период и знаменатель: показы, сеансы, пользователи и обращения не взаимозаменяемы.

После запуска сначала проверяют работу измерений и доступность сайта. По мере появления данных добавляют поисковые показы, переходы по назначению страниц, подтверждённые обращения и договоры. Фиксированного месяца, когда показатель становится информативным, нет.

Малое число обращений требует осторожности. Сравнение одного и двух заказов не доказывает удвоения устойчивой конверсии. Вместе с долей показывают абсолютные числа и накопленный период; бизнес может принять решение по затратам, даже если данных для строгого вывода ещё мало.

14.2 Настройка без самообмана

Разделение потоков. Тип посадочной страницы — удобный признак сегмента, но он не доказывает намерения каждого посетителя. Внутри статьи могут быть будущие заказчики, а на странице услуги — коллеги. Сегментируют также по каналу, доступным группам запросов и устройству.

Проверка измерений. Исключают тестовые события, собственные обращения и известный спам. Полностью распознать всех роботов обычно нельзя, поэтому фиксируют ограничения фильтрации.

Разные уровни действия. Просмотр контактов и клик в мессенджер — промежуточные события. Успешная отправка — подтверждение приёма формы сервером. Полученное сообщение, квалифицированное обращение и договор учитываются следующими этапами. Нельзя называть все эти события заявками.

Журнал изменений хранится рядом с отчётами: дата, затронутые страницы, цель и проверка. Совпадение изменения метрики с правкой — повод исследовать связь, а не готовое доказательство причины.

14.3 Атрибуция обращения

В услугах источник обращения часто теряется между поиском, чтением на другом устройстве и сообщением напрямую. Задача учёта — сохранить доступные сведения и явно оставить неизвестное.

В форму можно передавать адрес страницы и разрешённые метки источника. В мессенджере используют поддерживаемые сервисом параметры или

заранее заполненный текст; обычная UTM-метка не обязательно попадёт в полученное сообщение. Работу выбранного способа проверяют тестом.

В первом разговоре задают короткий вопрос об источнике знакомства и записывают ответ. Различают первый контакт с именем исполнителя и последнее действие перед обращением: это могут быть разные каналы.

Сопоставление по времени допустимо только как гипотеза. Визит обычно предшествует обращению; близость времени не позволяет уверенно установить личность или источник. Неизвестные обращения остаются отдельной категорией, без придуманного процента «нормальной» потери.

Сквозной пример Б. Из трёх квалифицированных обращений после изменений два пришли через размеченную форму, одно — напрямую с неизвестным источником. В отчёте остаются две подтверждённые связи и одна неизвестная; третью нельзя автоматически приписать последнему росту органики. [пример]

14.4 Показатели, которые обманывают

Средняя позиция. Это агрегат по показам с меняющимся составом запросов, устройств и регионов. Её читают вместе с показами и кликами; падение среднего может сопровождать расширение видимости на новые запросы.

Общая конверсия. Она описывает сайт целиком при выбранном определении события, но скрывает различия потоков. Для решений её дополняют сегментами, не объявляя автоматически бессмысленной.

Отказы в GA4. Это доля сеансов, которые не признаны вовлечёнными. При стандартном пороге вовлечённость учитывает длительность более десяти секунд, ключевое событие либо не менее двух просмотров страниц или экранов. Поэтому длительное чтение одной страницы не обязательно является отказом. Проверяют настройку порога и корректность сбора событий. [стандарт, 33]

Время взаимодействия в GA4. Оно учитывает время, когда страница в фокусе или приложение на переднем плане. Это не то же самое, что разница между двумя просмотрами страниц. Определение метрики другой системы аналитики нужно читать отдельно. [стандарт, 34]

Число страниц в индексе. Это характеристика покрытия, не коммерческая цель. Сравнивают индексируемые полезные страницы с фактически включёнными, проверяя причины расхождений.

14.5 Нормальная кривая и признаки беды

Таблица задаёт направления проверки, а не диагноз по трём числам. Несколько причин могут действовать одновременно.

Наблюдение	Что проверить
Показы растут, клики нет	состав новых запросов, позиции, устройство, вид выдачи, CTR
Клики растут, обращений нет	намерение, предложение, доверие, путь контакта, доставку формы, учёт

Наблюдение	Что проверить
Показов мало или нет	наличие спроса, доступность, индексацию, каноникализацию, соответствие
Показы и клики падают	сезонность, изменения сайта и выдачи, конкурентов, технические ошибки
Обращения есть, договоров нет	квалификацию, цену, сроки ответа, продажи, доступную ёмкость

Причины ранжируют по доступным свидетельствам. Сломанную форму исправляют сразу; недостаток спроса проверяют по запросам; коммерческую гипотезу — по качеству обращений. Ожидание девяти месяцев не заменяет этих проверок.

Пример Б. После изменений получены 1 050 поисковых визитов, из них 210 на услуги. Семь отправок формы дали два квалифицированных обращения; третье пришло напрямую с неизвестным источником. Сопоставимая доля по форме изменилась с 1/120 до 2/210: примерно с 0,83% до 0,95%. Делить все три обращения на 210 и называть это конверсией услуги нельзя. Малые числа и пакет изменений не устанавливают причинный эффект. [пример]

Пример В. После устранения ошибки доставки провели три тестовые отправки: все дошли, но они исключены из заявок. За следующий месяц получены 180 поисковых визитов, в том числе 24 на услугу, одна настоящая отправка и ноль квалифицированных обращений.

Технический ремонт подтверждён, коммерческая гипотеза пока не подтверждена. [пример]

14.6 Ежемесячный разбор

Раз в выбранный период сопоставляют поисковую видимость, посещения нужных страниц, реальные обращения, договоры и затраченные часы. Период должен быть достаточно длинным для полезного числа наблюдений, но технические ошибки не ждут отчётной даты.

Записывают, что изменилось, какие причины проверены и какое действие следует из данных. Вместо длинного списка без ресурса выбирают выполнимый следующий эксперимент: цель, объём работы, бюджет и условие пересмотра.

В примере А проверка на двенадцатой неделе завершает первый бюджет в 96 часов. В примере Б продолжают наблюдение, поскольку данных мало для вывода о росте конверсии. В примере В останавливают выпуск обзорных страниц и допускают только ограниченный эксперимент с одной услугой. У этих решений разные основания; общего календарного порога нет. [пример]

XV · Право и этика

Раздел содержит ориентиры практики, а не юридическую консультацию. Правовое регулирование различается по странам и меняется, поэтому каждое решение, имеющее последствия, проверяется с юристом в своей юрисдикции. Формулировки ниже указывают, о чём необходимо договориться и что зафиксировать, а не как это будет истолковано судом [сверить самим].

15.1 Соглашение о неразглашении и права на результат

Два разных предмета, которые постоянно смешивают.

Соглашение о неразглашении ограничивает раскрытие информации: что нельзя рассказывать, кому и как долго. Оно может запрещать называть клиента, показывать материалы, упоминать сам факт работы.

Права на результат определяют, кто может использовать созданное и как. Это отдельный вопрос, решаемый договором, и молчание договора не означает свободы: по умолчанию действуют нормы закона, которые различаются по странам и не всегда совпадают с ожиданиями исполнителя.

Практический вывод: право на публикацию работы в портфолио оговаривается отдельным пунктом, поскольку не следует ни из передачи прав заказчику, ни

из отсутствия соглашения о неразглашении.

Формулировка пункта содержит четыре элемента: что именно можно показывать, где, с какого момента, можно ли называть клиента.

Момент существен. Публикация до запуска продукта вредит заказчику и потому запрещается почти всегда; ограничение по времени — «не ранее выхода в открытый доступ» или «не ранее чем через шесть месяцев» — решает вопрос без отказа.

15.2 Публикация клиентской работы

Разрешение фиксируется письменно, даже если получено в разговоре. Причина не в недоверии: люди, дававшие согласие, меняют места работы, и через год подтвердить устную договорённость невозможно, а претензию предъявляет уже другой сотрудник.

Форму разрешения, полномочия согласующего и необходимость изменения договора определяют для конкретного случая. Переписку сохраняют, но универсальная формула ответа не гарантирует достаточности согласования. [сверить самим]

При отказе не публикуют запрещённые материалы. Возможность обезличенного разбора согласуют отдельно: скрытие названия клиента не даёт автоматического права раскрывать содержание проекта. Если разрешённого материала недостаточно, можно описать собственную общую методику без клиентских сведений.

Чего делать нельзя. Публиковать со ссылкой на то, что «клиент не запрещал». Показывать материалы, полученные от заказчика, — фотографии, тексты,

данные, — без отдельного разрешения на них: право на свою работу не распространяется на предоставленные материалы. Приписывать себе части проекта, сделанные другими подрядчиками.

15.3 Генеративные инструменты

Три вопроса, на которые нужен свой ответ до, а не после использования.

Права на результат. Авторско-правовая охрана зависит от юрисдикции и человеческого вклада. Например, отчёт Бюро авторского права США 2025 года различает выражение, созданное человеком, и полностью сгенерированный материал. Помощь ИИ не отменяет охрану человеческого вклада автоматически.

Применимое право и условия инструмента проверяют отдельно [стандарт, 49] [сверить самим].

Раскрытие. Практика, которая не создаёт проблем: указывать использование генеративных инструментов в кейсе и в передаваемых материалах. Не выдавать сгенерированное изображение за фотосъёмку — обнаружение этого разрушает доверие ко всему кейсу по механизму из части VI.

Сходство. Обратный поиск изображения может обнаружить некоторые совпадения, но не подтверждает отсутствие правовых рисков и не проверяет все права на лица, знаки или исходные материалы. Для клиентской публикации порядок проверки и ответственность согласуют отдельно. [сверить самим]

Для текстов также проверяют факты, конфиденциальность, заимствования и условия

использования исходных материалов. Редакторская правка не заменяет проверки прав на публикацию. [сверить самим]

15.4 Персональные данные в формах

Собирают данные, необходимые для определённой законной цели. Если применяется GDPR, это принцип минимизации данных, а не просто сокращения формы. Дополнительные вопросы могут помогать квалификации обращения; их деловую ценность проверяют отдельно. [стандарт, 68] [стандарт, 50]

Что требуется определить для каждой формы: какие данные собираются, зачем, где хранятся, как долго, кто имеет доступ, как человек может потребовать удаления.

Куда данные попадают на самом деле. Составляют карту получателей и мест хранения по всей цепочке отправки. Роли контролёра и обработчика определяют по применимому праву и договорам. Передача отдельного этапа подрядчику не освобождает владельца сайта от его обязанностей автоматически.

В Google Analytics не отправляют имена, телефоны, адреса электронной почты и текст сообщений из формы. Правило о персонально идентифицирующей информации распространяется также на URL и параметры событий. Отслеживают факт отправки, не копируя переданные персональные данные.

При сборе предоставляют доступное уведомление о конфиденциальности, а до обработки определяют законное основание. При применении GDPR согласие — одно из возможных оснований, но не единственное; само

уведомление не является согласием. Сроки хранения, права на удаление, передачу данных и местные требования проверяют отдельно [сверить самим].

А • Чек-листы

А.1 Публикация страницы

Соответствует определению готовности из части XI.

Частичное выполнение означает, что страница не готова.

- Заголовок и описание для выдачи заполнены, длина в пределах отображаемой.
- Один содержательный H1 и логичная иерархия подзаголовков — принятое в этом процессе соглашение о структуре.
- Тип страницы соответствует намерению, подтверждённому осмотром выдачи.
- Фактические числа проверены по источнику; условные расчёты помечены как примеры.
- Пройден чек-лист редактора (А.4).
- Изображения в современном формате, с указанными размерами, подписями и альтернативным текстом.
- Критическое изображение первого экрана не отложено; остальные загружаются по положению и назначению.
- Проставлены исходящие ссылки: связанная услуга или кейс, две-три соседние страницы кластера.
- На важные страницы ведут доступные ссылки из подходящих разделов и материалов.

- Разметка сгенерирована из полей записи и проверена валидатором.
- Страница присутствует в карте сайта.
- Проверена на узком экране.
- Метрики отрисовки и сдвигов измерены после публикации.
- Строка в реестре обновлена: статус, дата, целевой запрос.

A.2 Запуск сайта

- Схема адресов записана и соблюдена на всех страницах.
- Карта сайта генерируется автоматически и содержит только индексируемые адреса.
- Правила обхода и директивы индексации проверены отдельно; тестовые ограничения сняты.
- Для каждой индексируемой самостоятельной страницы указан согласованный canonical; дубли обработаны отдельно.
- Защищённое соединение работает, продление сертификата автоматическое.
- Перенаправление с адреса без префикса на основной либо наоборот — одно, без цепочки.
- Страница ошибки существует, содержит навигацию и отдаёт корректный код.
- Аналитика подключена, собственные визиты исключены, цель настроена на событие.
- Панели вебмастера обеих поисковых систем подключены, карта сайта отправлена.

- Формы проверены: письмо приходит, поля не теряются, защита от автоматических отправок работает.
- Уведомление о сборе данных размещено и связано с формой.
- Резервное копирование настроено, восстановление проверено.
- Лабораторные измерения отделены от полевых; при отсутствии поля это указано.
- Проверена проходимость с клавиатуры и видимость фокуса.

A.3 Переезд

Полный протокол — в части IV, раздел 4.6. Здесь порядок операций.

До переключения

- Список старых адресов собран из четырёх источников: карта сайта, отчёт по эффективности за максимальный период, журналы сервера, отчёты аналитики.
- Списки объединены, дубли убраны.
- Каждому старому адресу вручную сопоставлен новый; адреса без замены помечены для отдачи кода «не найдено».
- Необходимые изменения адресов описаны в карте; необязательные изменения отложены.
- Карта проверена построчно на тестовом окружении: код ответа, число звеньев, конечный адрес.
- Цепочки длиннее двух звеньев схлопнуты.
- Все перенаправления постоянные, не временные.

- Метаданные и разметка перенесены вместе с текстом.

После переключения

- Запрет обхода снят с боевого домена.
- Карта сайта отправлена заново.
- Первоначальное наблюдение длится тридцать-шестьдесят дней и продолжается при наличии проблем. По рекомендациям Google постоянные перенаправления обычно сохраняют не менее года.
- Дата переключения записана рядом с показателями, чтобы связать изменение кривой с причиной.

А.4 Чек-лист редактора

Соответствует части VIII, раздел 8.7.

- Поиск по каталогу штампов — ноль совпадений.
- Каждое число имеет источник или пометку о его отсутствии.
- Каждое оценочное прилагательное заменено фактом либо обосновано.
- Первое предложение каждого раздела несёт содержание, а не анонс.
- Ни один раздел не заканчивается пересказом раздела.
- Каждый список проверен на однородность элементов.
- Отглагольные существительные заменены глаголами там, где возможно.
- Страдательный залог заменён действительным там, где важно, кто действовал.

- Длинные абзацы проверены в готовой вёрстке; связные доводы не раздроблены ради числа строк.
- Есть хотя бы одно место, где сказано, что подход не работает.
- Есть хотя бы одна деталь, которую нельзя было бы придумать не делая работу.
- Типографика: тире, кавычки, неразрывные пробелы, разряды чисел.

Б · Шаблоны

Б.1 Бриф кейса

Заполняется до написания текста. Незаполненные поля показывают, чего не хватает для кейса, — обычно результатов.

Проект:

Клиент (название или обезличенное описание):

Отрасль и масштаб:

Период работ:

Моя роль и что делали другие:

Разрешение на публикацию: получено / не получено / с ограничениями

Ограничения: можно ли называть клиента, с какой даты, что нельзя показывать

Задача заказчика (в его словах):

Почему задача возникла именно тогда:

Ограничение (что мешало решить очевидным способом):

Рассмотренные варианты:

Выбранный вариант и почему:

Цена выбора (чем пожертвовали):

Результат в числах от клиента:

Измеримые свойства продукта до и после:

было / стало —

было / стало —

Что ещё могло повлиять на результат:

Что бы сделал иначе:

Связанная услуга:

Связанные статьи:

Целевой запрос кейса:

Б.2 Бриф статьи

Кластер:

Целевой запрос, оценка частотности, регион, период и операторы:

Намерение (информационное / коммерческое / смешанное):

Осмотр выдачи (таблица по десяти результатам):

адрес | тип страницы | тип ресурса | объём | есть ли цены

Вывод осмотра: какой тип страницы соответствует задаче и какие ограничения видны

Структура (подзаголовки-утверждения):

- 1.
- 2.
- 3.

Утверждения, которые надо доказать:

Числа, которые нужны, и где их взять:

Собственный опыт, который войдёт в текст:

Место, где будет сказано, что подход не работает:

Связанная услуга:

Связанный кейс:

Две соседние статьи кластера:

Б.3 Письмо клиенту с запросом результатов

Отправляется через два-три месяца после запуска. Короткое, с конкретными вопросами и выгодой для адресата.

Тема: Три вопроса по проекту [название]

Здравствуйте, [имя]!

Прошло [срок] с запуска [что запустили]. Хочу описать этот проект на своём сайте и упомянуть [компанию] — это заметный материал, который читают в [отрасль].

Чтобы описание было содержательным, а не общими словами, нужны три ответа. Каждый — одно-два предложения, подробности не нужны.

1. Какая задача стояла и что мешало решить её раньше?
2. Что изменилось после запуска? Если есть цифры — любые, даже приблизительные, — они сделают материал полезнее.
3. Что в работе оказалось неожиданным, в хорошую или плохую сторону?

Текст перед публикацией пришлю на согласование: ничего не выйдет

без вашего подтверждения. Если что-то нельзя упоминать — скажите,

опишу без названий.

Спасибо,

[подпись]

Три замечания к письму. Третий вопрос даёт ту деталь, которая отличает настоящий отзыв от сочинённого исполнителем. Обещание согласования снимает главное опасение адресата. Готовность обезличить снимает второе.

Б.4 Запрос разрешения на публикацию

Тема: Разрешение на публикацию проекта [название]

Здравствуйте, [имя]!

Прошу подтвердить, что я могу опубликовать материал о проекте [название] на своём сайте и в профессиональных профилях.

Что будет опубликовано:

- описание задачи и решения;
- изображения: [перечислить];
- результаты: [перечислить];
- упоминание компании: да / нет.

Чего в публикации не будет:

- [перечислить: внутренние документы, данные пользователей и т. д.]

С какого момента: [дата или «после публичного запуска»]

Подскажите, кто уполномочен согласовать публикацию и в какой форме

нужно оформить разрешение по нашему договору.

Спасибо,

[подпись]

Б.5 Паспорт сценарного расчёта

Цель и определение квалифицированного обращения:

Период и канал:

Известные собственные данные:

Допущения (CTR, конверсия, договоры):

Осторожный / базовый / благоприятный сценарий:

Источник или причина выбора каждого допущения:

Доступные часы и резерв:

Что проверяем следующим действием:

Дата и условия пересмотра:

Неизвестное, которое пока не подменяем числом:

Б.6 Запись о проверке источника

Утверждение и раздел:

Первоисточник и ссылка:

Дата публикации и дата проверки:

Выборка, период, география:

Единица анализа и знаменатель:

Что источник подтверждает:

Чего из него не следует:

Решение: оставить / уточнить / убрать:

В · Справочник

разметки

Таблица перечисляет поля, полезные для модели сайта, а не универсальные обязательные свойства Schema.org. Требования Google зависят от конкретной функции. Возможность оформления не гарантирует фактический показ.

Тип	Назначение	Поля для начала
Person	автор, специалист	name, url, sameAs, alternateName
Organization	сведения об организации	name, url, logo, sameAs
Service	описание услуги	name, provider, description, areaServed
Article	статья	headline, author, datePublished, image
CreativeWork	описание работы	name, creator, about
BreadcrumbList	навигационная цепочка	itemListElement
FAQPage	вопросы и ответы	mainEntity

Тип	Назначение	Поля для начала
Review	отдельный отзыв	author, itemReviewed, reviewBody
AggregateRating	сводная оценка	ratingValue и сведения о числе оценок
VideoObject	видео	name, thumbnailUrl, uploadDate

В.1 Требования и оформление

Article. Google не указывает обязательных свойств для этого типа, но рекомендует заполнять подходящие сведения. Пустая запись мало помогает описать статью. [стандарт, 37]

Organization. Разметка может помочь Google понять организацию и показать её сведения, включая логотип. Нельзя обещать отдельную карточку или считать, что тип вообще не влияет на представление сведений. [стандарт, 38]

FAQPage. Расширенное оформление FAQ в Google прекращено с 7 мая 2026 года. Наличие типа в словаре не означает поддержку прежней функции поиска. [стандарт, 19]

Review и AggregateRating. Для оформления отзывов существуют требования к типу оцениваемого объекта. Отзывы о собственной Organization или LocalBusiness на контролируемом ею сайте не подходят для self-serving review stars; внешний виджет не снимает это ограничение. [стандарт, 39]

Остальные типы. Выбор словаря сам по себе не доказывает пригодности для специального оформления Google. Перед реализацией конкретной функции открывают её документацию и проверяют обязательные поля. Таблица не заменяет спецификацию BreadcrumbList или VideoObject.

В.2 Порядок проверки

Сначала сопоставляют разметку с видимым содержимым и проверяют словарь в Schema Markup Validator. Затем проверяют поддерживаемую функцию Google через Rich Results Test. После публикации проверяют доступность и отрисовку URL.

Поля получают из тех же записей, что страницу. Для одной сущности используют устойчивый идентификатор, ссылки на связанные профили и при необходимости альтернативное имя. Совпадение написаний до символа не является обязательным условием.

Отсутствие оформления не доказывает ошибки разметки: учитываются поддержка типа, право на функцию и решение поисковой системы о показе. Ожидание фиксированных двух-трёх недель не заменяет этих проверок.

Г • Каталог штампов

Плоский список для поиска. Разбор с указанием, чем каждый оборот плох и на что меняется, — в части VIII, раздел 8.2.

Файл-источник: Приложения-штампы.txt. Его же читает скрипт проверки, поэтому список в книге и список в проверке не могут разойтись.

Г.1 Обороты

- в современном мире
- в эпоху цифровизации
- динамично развива
- комплексный подход
- не секрет
- важно понимать
- давайте разбер
- стоит отметить
- играет важную роль
- является ключевым фактором
- позволяет значительно
- в заключение хочется
- быстро, качественно

- на сегодняшний день
- как известно
- широкий спектр
- индивидуальный подход
- в кратчайшие сроки
- богатый опыт
- не просто
- данная статья
- безусловно
- несомненно

Г.2 Приёмы

Не ловятся поиском по словам и проверяются чтением.

- Риторический вопрос на месте перехода между разделами.
- Открывающий абзац, объясняющий, о чём будет глава.
- Абзац-вывод, пересказывающий только что изложенное.
- Слово «просто» в значении «легко».
- Триада однородных достоинств вместо одного, обоснованного числом.
- Симметричный список, длина которого выбрана по благозвучию.
- Универсальная оговорка вида «результат зависит от многих факторов».

Г.3 Как пользоваться

`grep -n -i -f Приложения-штампы.txt текст.md`

Полный прогон по всем проверкам — `bash`

`Шаблоны/проверить.sh`.

Д • Указатель

Где искать ответ. Вопросы сформулированы так, как их задают, а не так, как названы разделы.

Часть I

- Сколько страниц нужно, чтобы получать обращения — 1.6 Арифметика обращения
- Сколько часов стоит одна страница — 1.7 Стоимость страницы в часах
- Когда ждать первых результатов — 1.8 Срок выхода на отдачу и форма кривой
- Когда сайт не нужен вообще — 1.10 Когда сайт не нужен
- Кто приходит на сайт и что проверяет — 1.4 Кто приходит на сайт и что каждый проверяет
- Почему информационный трафик не даёт обращений — 1.2 Четыре функции и конфликты между ними
- Платформа или свой сайт — 1.3 Карта каналов: собственность против аренды

Часть II

- Почему страница медленная — 2.3 Чем ломается LCP
- Что именно измеряют метрики и какие пороги — 2.2 Core Web Vitals: что именно измеряется
- Какой формат изображений выбрать — 2.5 Изображения
- Почему текст не показывается сразу — 2.6 Шрифты
- Правда ли статика быстрее — 2.7 Почему статика быстра и когда это неправда

Часть III

- Страница не в индексе — что делать — 3.1 Обход, индексация, очередь отрисовки
- Какой тип страницы делать под запрос — 3.3 Намерение как основание для выбора типа страницы
- Что такое E-E-A-T и как его «внедрить» — 3.5 E-E-A-T: что это и чем не является
- Две страницы конкурируют между собой — 3.6 Дубли, каннибализация, тонкий контент
- Чем Яндекс отличается от Google — 3.7 Два алгоритма

Часть IV

- Как назвать адреса страниц — 4.2 URL как контракт
- Как связывать страницы между собой — 4.4 Перелинковка как поток
- Как не потерять трафик при переезде — 4.6 Карта редиректов

- Нужна ли структурная разметка — 4.7 Структурная разметка
- Что ломается при росте до трёхсот страниц — 4.8 Что ломается на трёхсотой странице
- Как устроить фильтры и не наплодить дублей — 4.1 Таксономия и фасеты

Часть V

- Как описать контент, чтобы не править руками — 5.2 Сущности, поля, связи

Часть VI

- Почему галерея макетов не продаёт — 6.1 Почему галерея макетов не продаёт
- Что писать в кейсе, если клиент не дал цифр — 6.3 Как добывать цифры и что делать без них
- Где граница между подачей и врагом — 6.4 Граница между подачей и враньём
- Из каких блоков состоит кейс — 6.5 Разбор структуры блок за блоком

Часть VII

- Публиковать ли цену — 7.2 Цена: публиковать или нет
- В каком порядке идут блоки страницы услуги — 7.3 Структура и порядок блоков
- Сколько полей должно быть в форме — 7.5 Формы
- Что писать на кнопке — 7.6 Побуждение к действию

- Нужны ли отраслевые страницы — 7.7 Отраслевые страницы

Часть VIII

- Как звучит текст практика — 8.1 Как звучит практик и как звучит копирайтер
- Чем заменить штампы — 8.2 Каталог штампов
- Как править черновик, написанный моделью — 8.4 Правка машинного черновика
- Тире, кавычки, неразрывные пробелы — 8.6 Типографика текста

Часть IX

- Как собрать семантическое ядро — 9.3 Сбор: от заправки к массиву
- Какую частотность брать для расчёта — 9.2 Источники частотности и погрешность каждого
- Как группировать запросы — 9.4 Кластеризация
- Что смотреть в выдаче перед написанием — 9.5 Чтение выдачи до написания
- Как расставить приоритеты — 9.6 Приоритизация по трём осям

Часть X

- Что писать на странице «о себе» — 10.1 Страница «о себе» как документ
- Как просить отзыв — 10.2 Отзывы

- Как получать ссылки — 10.4 Внешние ссылки: что работает
- Чем грозит покупка ссылок — 10.5 Чёрные методы и цена отката

Часть XI

- Какой темп публикаций реален — 11.2 Реалистичный темп
- Из каких шагов состоит производство — 11.3 Пайплайн
- Когда страница считается готовой — 11.5 Definition of Done
- Обновлять старое или писать новое — 11.6 Обновление опубликованного
- Как вести реестр контента — 11.7 Реестр контента

Часть XII

- Конструктор, CMS или генератор статики — 12.1 Четыре класса решений и их последствия
- Как выбрать стек — 12.2 Критерии выбора
- Где размещать сайт — 12.4 Хостинг, доставка, защита
- Как настроить резервное копирование — 12.6 Резервное копирование

Часть XIII

- Какой должна быть длина строки и кегль — 13.1
Типографика как несущая конструкция
- Как сделать тёмную тему — 13.2 Токены и темы
- Какие требования доступности обязательны — 13.5
Доступность
- Сколько стоят анимации — 13.6 Анимации и их цена

Часть XIV

- Что считать, а что бессмысленно — 14.1 Метрики
решений и метрики отчёта
- Откуда пришло обращение — 14.3 Атрибуция
обращения
- Какие показатели обманывают — 14.4 Показатели,
которые обманывают
- Растёт ли сайт нормально — 14.5 Нормальная кривая
и признаки беды

Часть XV

- Можно ли публиковать работу клиента — 15.2
Публикация клиентской работы
- Как быть с генеративными инструментами — 15.3
Генеративные инструменты
- Что делать с персональными данными из форм — 15.4
Персональные данные в формах

Сквозные примеры редакции 2

Задача	Где читать
Начать сайт с ограниченным временем	1.6, приложение 3.1
Разобраться с качеством обращений	7.5, 14.3-14.5, приложение 3.2
Решить, продолжать ли неудачный запуск	1.8, 14.5-14.6, приложение 3.3
Отделить предположение от исследования	вводная, приложение Б.5-Б.6

Е • Глоссарий

Термин определяется один раз при первом появлении в книге и попадает сюда. Значение по всей книге одно; если в отрасли термин употребляется в двух смыслах, здесь фиксируется тот, который используется в тексте, а второй отмечается как отвергнутый.

Формат записи: **термин** — определение. (Часть, где введён)

75-й процентиль — значение, ниже или на уровне которого находятся 75% наблюдений. Для Core Web Vitals каждую метрику проверяют отдельно. (II, 2.2)

Е-Е-А-Т — рубрикатор для живых оценщиков качества, а не фактор ранжирования. Дословно: оценщики не влияют на то, как ранжируются страницы, и их данные не используются напрямую в алгоритмах ранжирования. (III, 3.5)

Артефакт шага — результат этапа производства, без которого следующий этап не начинается. Позволяет проверить готовность к следующему этапу. (XI, 11.3)

Базовая, фразовая и точная частотность — оценки объёма запросов с разными ограничениями. В Wordstat кавычки фиксируют число слов, ! — словоформу, [] — порядок. Это разные настройки; их поддержку проверяют

для выбранной вкладки отчёта и записывают использованные операторы. (IX, 9.2)

Блокирующий ресурс — ресурс, до получения которого браузер не может отрисовать первый пиксель или продолжить разбор документа. Таковы стили и сценарии без отложенного выполнения. (II, 2.1)

Бюджет обхода — совокупность URL, которые робот может и хочет обходить; определяется спросом и доступной пропускной способностью, не их арифметическим произведением. (III, 3.1)

Вертикальный ритм — кратность расстояний между элементами межстрочному интервалу основного текста. Отступ перед заголовком заметно больше, чем после: заголовок принадлежит следующему тексту. (XIII, 13.3)

Время до первого байта — TTFB: время от начала навигации до первого байта ответа, включая предшествующие сетевые этапы. Рекомендованный хороший уровень — не более 0,8 с; не Core Web Vital. (II, 2.1)

Глубина в переходах — число переходов по ссылкам от выбранной точки входа до страницы. Не равно вложенности URL. (IV, 4.2, 4.4)

Длинная задача — непрерывная работа в главном потоке дольше 50 мс, во время которой браузер не может отреагировать на действие пользователя. Основная причина плохого отклика. (II, 2.4)

Драматургия кейса — последовательность «исходное положение — ограничение — варианты — выбор — цена выбора — результат». Ограничение помогает объяснить основания выбора. (VI, 6.2)

Дубли — несколько адресов с почти одинаковым содержимым. Поиск сам выбирает канонический адрес, и выбор может не совпасть с желаемым; указание предпочтительного адреса — рекомендация, а не команда. (III, 3.6)

Ёмкость производства — число страниц, которое исполнитель способен выпустить за период; равно доступным часам, поделённым на среднюю стоимость страницы в часах. (I, 1.7)

Жёсткая и мягкая группировка — в этом руководстве жёсткая сравнивает пересечение результатов попарно, мягкая — с центральным запросом. Реализации могут различаться; это определения рабочего процесса, а не правила поисковой системы. (IX, 9.4)

Заработанное упоминание — ссылка внутри материала, который издание решило опубликовать само. Отличается от размещённой не только качеством, но и происхождением: её нельзя купить в количестве. (X, 10.4)

Измеримое свойство продукта — величина, которую исполнитель измеряет сам, без доступа к аналитике клиента: число полей, число шагов сценария, время загрузки. Заменяет недоступные бизнес-показатели. (VI, 6.3)

Инерция канала — задержка между действием и отдачей, а также скорость затухания отдачи после прекращения действий. (I, 1.3)

Информационный запрос — запрос с основной задачей получить сведения. Сам по себе не исключает коммерческой готовности посетителя. (I, 1.2)

Каннибализация — рабочее название вредного перекрытия назначения страниц; два URL по одному запросу ещё не доказывают вред. Объединение требует диагностики. (III, 3.6)

Кластер — группа страниц по одной теме, связанных внутренними ссылками и поддерживающих друг друга в выдаче. (I, 1.8; подробно в IV, 4.3)

Кластер запросов — группа запросов, отвечающих одному намерению, под которую делается одна страница. Единица семантического ядра — кластер, а не запрос. (IX, 9.1)

Коммерческий запрос — запрос с намерением найти исполнителя или купить услугу. (I, 1.2)

Критический путь отрисовки — последовательность шагов, обязательных для показа первого экрана: разбор документа, построение дерева стилей, вычисление геометрии, отрисовка. (II, 2.1)

Круговой обход — время прохождения сигнала до удалённого узла и обратно. Некешированное HTTP-перенаправление добавляет обмен запросом и ответом; кешированные и внутренние перенаправления могут работать иначе. (II, 2.1)

Ложная симметрия — дефект машинного черновика: число пунктов выбрано по благозвучию, а не по существу. Проверяется вопросом о существовании следующего пункта и причине его отсутствия. (VIII, 8.4)

Мера строки — число знаков в строке; проверяется вместе со шрифтом, размером и устройством. Диапазон 50–70 — начальный ориентир макета, не универсальный предел. (XIII, 13.1)

Метрика отклика (INP) — показатель задержек взаимодействий в течение посещения; хороший уровень — не более 200 мс. (II, 2.4)

Метрика отрисовки (LCP) — время от начала загрузки до отрисовки крупнейшего подходящего элемента в области просмотра; хороший уровень — не более 2,5 с. (II, 2.2)

Метрика решений — показатель, изменение которого меняет действия. Проверяется вопросом: что я сделаю иначе, если число вырастет вдвое и если упадёт вдвое. Два ответа «ничего» означают, что показатель не нужен. (XIV, 14.1)

Метрика сдвигов (CLS) — максимальная сумма оценок неожиданных сдвигов в окне продолжительностью до пяти секунд с промежутками менее секунды. Хороший уровень — не более 0,1. (II, 2.4)

Метрики подмены — свойства описания шрифта, задающие масштаб и пропорции подменного начертания так, чтобы подмена не переверстывала текст. (II, 2.6)

Минимизация данных — ограничение персональных данных объёмом, необходимым для определённой законной цели. Длина формы и конверсия — отдельные вопросы проектирования. (XV, 15.4)

Минус-словарь — переиспользуемый список признаков нецелевых запросов. Проверяют ошибочные исключения и измеряют эффективность; универсальной доли автоматически удаляемого мусора нет. (IX, 9.3)

Мощность связи — сколько объектов одной сущности соответствует одному объекту другой. Описание связи

многие-ко-многим как один-ко-многим — самая дорогая ошибка контентной модели. (V, 5.2)

Намерение — задача, стоящая за запросом. Состав выдачи помогает выбрать подходящий тип страницы, но не задаёт абсолютного запрета других форматов. (III, 3.3)

Нулевая выдача — поиск без перехода на внешний сайт. Определение и знаменатель зависят от исследования; универсальная доля не используется. (I, 1.9)

Обезличивание — удаление или обобщение идентифицирующих сведений. Допустимость публикации согласуется отдельно; обезличивание не отменяет договорных ограничений. (VI, 6.3; XV)

Обращение — полученное сообщение или разговор потенциального заказчика. Клик в мессенджер не подтверждает обращение; долю договоров измеряют отдельно. (I, 1.6; XIV)

Обход, индексация, ранжирование — три отдельных процесса, ломающихся по отдельности: получение документа роботом, разбор и запись в индекс, выбор из индекса при запросе. (III, 3.1)

Отсев — решение посетителя коммерческой страницы не вносить исполнителя в короткий список. Страница выигрывает, когда её не отсеяли, поэтому важнее не дать повода уйти, чем убедить. (VII, 7.1)

Отсрочка публикации — ограничение права показывать работу по времени — не ранее выхода в открытый доступ или не ранее оговорённого срока. Решает конфликт интересов без полного отказа. (XV, 15.1)

Очередь отрисовки — очередь обработки страниц рендерером. Наличие очереди не объясняет автоматически отсутствие текста или индексации. (III, 3.1)

Перечисление — закрытый список допустимых значений поля-классификатора. Свободный текст в таком поле раскалывает отбор: «SaaS», «саас» и «SaaS-платформа» становятся тремя разными значениями. (V, 5.3)

Период полураспада контента — условная характеристика снижения выбранной метрики отдачи со временем. Зависит от канала и распространения, не задаётся общим сроком для всех постов. (I, 1.3)

Подзаголовок-утверждение — формулировка подзаголовка как утверждения, а не темы. «Цену лучше опубликовать» сообщает содержание, «О цене» не сообщает. (VIII, 8.5)

Подмножество шрифта — файл шрифта с нужными символами и возможностями набора. Экономия размера зависит от гарнитуры, письменностей и формата; её измеряют. (II, 2.6)

Показ — учтённое системой появление результата по её правилам. Для сравнения фиксируют источник отчёта, запросы, устройство и период. (I, 1.8; XIV)

Полевые и лабораторные данные — полевые данные получены от реальных пользователей, лабораторные — в контролируемом тесте. Полевые оценки Core Web Vitals описывают реальный опыт, а один лабораторный прогон служит диагностическим образцом. Его балл не является прогнозом позиции в поиске. (II, 2.2)

Полнота атрибуции — доля обращений с известным источником. Неизвестные источники учитываются отдельно, без заранее заданной нормы потерь. (XIV, 14.3)

Права на результат и неразглашение — два разных предмета. Неразглашение ограничивает раскрытие информации; права на результат определяют, кто может использовать созданное. Право на публикацию в портфолио не следует ни из одного, ни из другого и оговаривается отдельно. (XV, 15.1)

Правило квоты — ограничение ближайшего приоритета доступной ёмкостью. Фиксированная доля списка может быть настройкой процесса, но не отраслевой нормой. (IX, 9.7)

Правило остановки — машинный черновик является материалом, а не текстом. Если после правки не осталось ни одного утверждения, которое автор мог бы защитить в разговоре, публиковать нечего. (VIII, 8.4)

Правило самого дорогого ограничения — решение о стеке принимается по самому дорогому ограничению, а не по самому приятному свойству. Скорость статики не имеет значения, если публиковать будет человек, не работающий с текстовыми файлами. (XII, 12.2)

Проверка восстановлением — испытание восстановления в чистой среде. Частоту выбирают с учётом допустимой потери данных и изменений системы; полгода — лишь предложенный начальный интервал. (XII, 12.6)

Проверка на дубль заменой слова — редакторский приём поиска общих формулировок. Не является

техническим определением дубля и не заменяет сравнения задач страниц. (VII, 7.7)

Проверка на непридуманность — тест абзаца: можно ли написать его, не делав работу. Если да — абзац не нужен, читатель встречал его в десяти других текстах. (VIII, 8.1)

Проверяемое утверждение — утверждение, которое можно опровергнуть. «Работал там с 2019 по 2022» весомо, «реализовал множество проектов» не содержит утверждения и потому не работает. (X, 10.1)

Разделение во времени — приём одиночного исполнителя: черновик и редакция выполняются в разные дни. Автор не видит своих штампов в день написания — свойство внимания, а не дисциплины. (XI, 11.4)

Роль посетителя — классификация по решаемой задаче, а не по демографии: решатель, отборщик, коллега, проверяющий. (I, 1.4)

Ручные меры и алгоритмическое обесценивание — ручные меры сопровождаются уведомлением в Search Console; автоматические системы могут нейтрализовать вклад ссылочного спама. Ни падение позиций, ни отсутствие уведомления сами по себе не устанавливают причину. (X, 10.5)

Сирота — страница без входящих внутренних ссылок. Может быть известна через sitemap и внешние ссылки; требует проверки пути внутри сайта. (IV, 4.4)

Склейка — объединение содержимого нескольких страниц в сильнейшую с перенаправлением остальных на

неё. Переносит накопленные сигналы, тогда как удаление их теряет. (III, 3.6)

Скользящее окно — подвижный период агрегации. CrUX API и PageSpeed Insights используют скользящее окно в 28 дней; данные CrUX в BigQuery выпускаются ежемесячно. Новые наблюдения могут изменить сводку до выхода всех старых из окна. (II, 2.2)

Состав работ в предметах — перечисление того, что заказчик получит на руки, вместо перечисления этапов методологии. По этапам нельзя понять, что придёт в конце. (VII, 7.3)

Статус «отклонено» — состояние замысла в реестре с указанием причины отказа. Экономит время при следующем планировании и отличает реестр от списка желаний. (XI, 11.7)

Сторона-владелец связи — сущность, в записи которой связь описана явно; обратная сторона выводится запросом. Два поддерживаемых вручную списка неизбежно расходятся. (V, 5.2)

Структурная разметка — машиночитаемое описание содержимого. Поддержка словаря и право на специальное оформление Google проверяются отдельно; показ не гарантирован. (IV, 4.7)

Сущность — описываемый объект: человек, организация, проект, место. Для связывания используют идентификаторы, профили и варианты имени; различие написаний не доказывает раскол. (III, 3.2)

Таблица диагностики — список направлений проверки по наблюдениям. Не устанавливает единственную причину изменения метрик. (XIV, 14.5)

Таксономия — иерархия разделов или категорий. Может сочетаться с фасетами. (IV, 4.1)

Товар доверия — товар или услуга, некоторые стороны качества которых покупателю трудно оценить даже после получения результата. Дизайнерская работа может обладать такими свойствами, но это не делает все её стороны непроверяемыми. (I, 1.1)

Токен — именованное значение вместо конкретного цвета или размера. Смысл не в записи, а в смене палитры из одного места — то же правило единственного источника, что в контентной модели. (XIII, 13.2)

Тонкий контент — рабочее обозначение содержимого, которое недостаточно помогает решить задачу читателя. Не определяется числом слов или обязательной новизной каждого факта. (III, 3.6)

Тупиковая страница — страница без понятного продолжения задачи. Поведение посетителя после неё требует наблюдения. (I, 1.5)

Фасеты — независимые оси описания, по которым одну вещь можно отобразить разными способами. Порождают комбинаторный рост числа адресов и служат главным источником избыточного обхода. (IV, 4.1)

Хаб и спицы — обзор темы и самостоятельные материалы, связанные полезными ссылками. Подтверждённого минимального числа страниц нет. (IV, 4.3)

Цена выбора — то, чем пожертвовали ради принятого решения. Названная цена показывает понимание последствий; умолчание читается как её незнание. (VI, 6.2)

Цена изменения — стоимость правки оформления или структуры на всех страницах сразу. Различает классы решений сильнее показателей загрузки: правка одного шаблона против правки двадцати пяти страниц. (XII, 12.1)

Цепочка перенаправлений — последовательность перенаправлений до конечного адреса. Лишние переходы сокращают; порог проверки в два перехода в этом процессе не является пределом поисковой системы. (IV, 4.6)

Квалифицированное обращение — контакт с задачей, соответствующей услуге и условиям работы; критерий задают до подсчёта. (I, 1.6; XIV)

Учебный пример — смоделированная ситуация с условными данными; не доказательство эффективности и не реальный кейс. (Приложение 3)

Ж · Библиография

Источники повторно проверены 10 сентября 2026 года. Исходная нумерация сохранена, дополнительные материалы приведены ниже. Отчёт различает подтверждённые утверждения, ограниченные интерпретации, предлагаемые процедуры и условные расчёты. Проверка не доказывает универсальной эффективности методов или соответствия отдельного проекта всем законам.

7. How Long Does It Take to Rank in Google?. [первичное] Открыть источник Проверено: 10 сентября 2026. Ahrefs, 15 мая 2025. Две выборки: 1 млн URL, впервые замеченных в сентябре 2023, и 2 млн URL, созданных в октябре 2023, с непустым английским содержимым. Доли топ-10 за год: 1,74% и 6,11%. Не вероятность успеха конкретного проекта. Цитируется в: 1.8

<https://ahrefs.com/blog/how-long-does-it-take-to-rank-in-google-and-how-old-are-top-ranking-pages/>

9. Web Vitals. [документация] Открыть источник Проверено: 10 сентября 2026. $LCP \leq 2,5$ с; $INP \leq 200$ мс; $CLS \leq 0,1$. Пороги проверяются по 75-му перцентилю каждой метрики отдельно, с разделением устройств. Цитируется в: 2.2

<https://web.dev/articles/vitals>

10. Time to First Byte. [документация] Открыть источник Проверено: 10 сентября 2026. TTFB включает этапы от начала навигации до первого байта. Хороший ориентир — 0,8 с; это не Core Web Vital. Цитируется в: 2.1

<https://web.dev/articles/ttfb>

11. **LCP breakdown.** [документация] Открыть источник Проверено: 10 сентября 2026. Четыре составляющие LCP. Доли бюджета — диагностический ориентир, не обязательная пропорция каждой страницы.Цитируется в: 2.3

<https://developer.chrome.com/docs/performance/insights/lcp-breakdown>

13. **Crawl Budget Management.** [документация] Открыть источник Проверено: 10 сентября 2026. Спрос и пропускная способность вместе определяют возможный обход. Арифметического произведения документация не задаёт. Общий предел относится к роботам Google в описанной инфраструктуре, не ко всем поисковикам мира.Цитируется в: 3.1

<https://developers.google.com/crawling/docs/crawl-budget>

15. **Measuring Google AI Overviews: Activation, Source Quality, Claim Fidelity, and Publisher Impact.** [первичное] Открыть источник Проверено: 10 сентября 2026. Xu, Iqbal, Montgomery, arXiv v1 от 13 мая 2026. Цифры относятся к этой версии и её выборке запросов. В записи указано Under Review, в списке публикаций автора также указан IMC 2026. Автоматические оценки согласованности с источниками не являются прямым измерением доли фактических ошибок.Цитируется в: 1.9 · 3.4

<https://arxiv.org/abs/2605.14021>

16. **Creating helpful, reliable, people-first content.** [документация] Открыть источник Проверено: 10 сентября 2026. Нет предпочтительного числа слов. Е-Е-А-Т не отдельный фактор ранжирования; оценки ассессоров не используются напрямую как позиции страниц.Цитируется в: 3.5 · 3.6

<https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/creating-helpful-content>

18. Managing crawling of faceted navigation URLs. [документация]

Открыть источник Проверено: 10 сентября 2026. Управление фасетными URL: ограничение обхода ненужных комбинаций и доступность полезных. robots.txt и исключение из индекса — разные операции. Цитируется в: 4.1 · 4.5

<https://developers.google.com/crawling/docs/faceted-navigation>

19. Google Search documentation updates: FAQ rich results.

[документация] Открыть источник Проверено: 10 сентября 2026. Запись 8 мая 2026 сообщает прекращение показов FAQ rich results с 7 мая. Позднее документация функции удалена. Дата проверена по журналу, не по старой странице типа. Цитируется в: 4.7 · B.1

<https://developers.google.com/search/updates>

20. Символы и операторы — Яндекс Директ. [документация]

Открыть источник Проверено: 10 сентября 2026. Операторы для уточнения формулировок, включая запросы Вордстата. Фиксация формы слова не равна фиксации порядка слов; настройки записывают вместе с оценкой частотности. Цитируется в: 9.2

<https://yandex.ru/support/direct/ru/keywords/symbols-and-operators>

23. Pricing information gives B2B sites a competitive advantage.

[первичное] Открыть источник Проверено: 10 сентября 2026. Nielsen Norman Group. Наблюдения об удобстве поиска цены. Не универсальная оценка прироста конверсии сайта услуг. Цитируется в: 7.2

<https://www.nngroup.com/articles/show-price/>

26. Spam policies for Google web search. [документация]

Открыть источник Проверено: 10 сентября 2026. Правила ссылоного и масштабированного контентного спама. Безопасного порога 30% гостевых размещений здесь нет. Цитируется в: 10.5 · 3.6 · 7.7

<https://developers.google.com/search/docs/essentials/spam-policies>

29. Web Content Accessibility Guidelines 2.2. [документация]

Открыть источник Проверено: 10 сентября 2026. W3C. Контраст — лишь часть критериев. Соответствие AA требует выполнения всех применимых критериев А и AA; короткий чек-лист не заменяет проверку. Цитируется в: 13.5 · 13.6

<https://www.w3.org/TR/WCAG22/>

30. Cumulative Layout Shift. [документация] Открыть источник

Проверено: 10 сентября 2026. Максимальное окно сдвигов, нормирование impact и distance fraction, исключение сдвигов после подходящего ввода в пределах 500 мс. Цитируется в: 2.4

<https://web.dev/articles/cls>

31. Interaction to Next Paint. [документация] Открыть источник

Проверено: 10 сентября 2026. Задержки взаимодействий на протяжении посещения, правила отбора и пороги. Цитируется в: 2.4

<https://web.dev/articles/inp>

32. Link best practices for Google. [документация] Открыть

источник Проверено: 10 сентября 2026. Доступные ссылки и понятные анкоры. На важные страницы должны вести внутренние ссылки; универсального идеального количества нет. Цитируется в: 4.4

<https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/links-crawlable>

33. GA4: Engagement rate and bounce rate. [документация]

Открыть источник Проверено: 10 сентября 2026. Отказы как доля невовлечённых сеансов. Учитываются длительность, ключевое событие или число просмотров. Цитируется в: 14.4

<https://support.google.com/analytics/answer/12195621?hl=en>

34. GA4: User engagement. [документация] Открыть источник
Проверено: 10 сентября 2026. Время взаимодействия учитывает
фокус страницы или передний план приложения, а не только
разницу просмотров.Цитируется в: 14.4

<https://support.google.com/analytics/answer/11109416?hl=en>

35. How to specify a canonical URL. [документация] Открыть
источник Проверено: 10 сентября 2026. Сигналы выбора
канонической версии. Указание canonical не является гарантией
выбора системой.Цитируется в: 3.6 · 4.5

<https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/consolidate-duplicate-urls>

36. Pagination and incremental page loading. [документация]
Открыть источник Проверено: 10 сентября 2026. Самостоятельные
URL порций, ссылки и собственные canonical страниц пагинации.
Изменения адресной строки без доступного содержимого
недостаточно.Цитируется в: 4.5

<https://developers.google.com/search/docs/specialty/ecommerce/pagination-and-incremental-page-loading>

37. Article structured data. [документация] Открыть источник
Проверено: 10 сентября 2026. Для Article Google не перечисляет
обязательных свойств, но рекомендует применимые поля.Цитируется
в: 4.7 · B.1

<https://developers.google.com/search/docs/appearance/structured-data/article>

38. Organization structured data. [документация] Открыть источник
Проверено: 10 сентября 2026. Сведения об организации и логотипе.
Разметка не гарантирует конкретный вид выдачи.Цитируется в: 4.7 ·
B.1

<https://developers.google.com/search/docs/appearance/structured-data/organization>

39. Review snippet structured data. [документация] Открыть источник Проверено: 10 сентября 2026. Поддерживаемые типы и ограничение self-serving reviews для Organization и LocalBusiness.Цитируется в: В.1

<https://developers.google.com/search/docs/appearance/structured-data/review-snippet>

40. AI features and your website. [документация] Открыть источник Проверено: 10 сентября 2026. Для участия в ИИ-функциях поиска не требуется особой специальной разметки; применимы базовые требования поиска.Цитируется в: 1.9

<https://developers.google.com/search/docs/appearance/ai-features>

41. Understand JavaScript SEO basics. [документация] Открыть источник Проверено: 10 сентября 2026. Обход и рендеринг JavaScript. Ошибки загрузки и исполнения нужно отличать от ожидания обработки.Цитируется в: 3.1

<https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/javascript/javascript-seo-basics>

42. Google: Understanding news topic authority [документация] Открыть источник Проверено: 10 сентября 2026. Система topic authority описана для новостных запросов; перенос её в универсальную формулу кластеров не обоснован.Цитируется в: 4.3

<https://developers.google.com/search/blog/2023/05/understanding-news-topic-authority>

43. web.dev: Optimize Largest Contentful Paint [документация] Открыть источник Проверено: 10 сентября 2026. Доли времени являются ориентиром; текстовый LCP также может зависеть от загружаемого шрифта. Главную картинку нельзя автоматически загружать лениво.Цитируется в: 2.3

<https://web.dev/articles/optimize-lcp>

44. MDN: Variable fonts [документация] Открыть источник
Проверено: 10 сентября 2026. Один переменный файл не обязательно включает прямое и курсивное начертания. Цитируется в: 2.6

https://developer.mozilla.org/en-US/docs/Web/CSS/Guides/Fonts/Variable_fonts

45. Chrome: CrUX methodology [документация] Открыть источник
Проверено: 10 сентября 2026. Есть условия включения пользователей и страниц; уровень URL и уровень origin нельзя смешивать. В тексте не цитируется; приведён для оценки разброса.

<https://developer.chrome.com/docs/crux/methodology/>

46. IETF RFC 9000: QUIC [документация] Открыть источник
Проверено: 10 сентября 2026. QUIC использует UDP и независимые потоки; это не обещание одинакового ускорения на любой сети. Цитируется в: 2.1

<https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc9000.html>

47. Google: Site moves with URL changes [документация] Открыть источник
Проверено: 10 сентября 2026. Нужны релевантные назначения и короткие цепочки; редиректы обычно сохраняют не менее года, а не только на 30–60 дней наблюдения. Цитируется в: 4.6

<https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/site-move-with-url-changes>

48. W3C: Understanding Focus Order [документация] Открыть источник
Проверено: 10 сентября 2026. Порядок фокуса сохраняет смысл и работоспособность, но не обязан механически повторять визуальное расположение. Цитируется в: 13.5

<https://www.w3.org/WAI/WCAG22/Understanding/focus-order.html>

49. US Copyright Office: AI report, Part 2 [документация] Открыть источник Проверено: 10 сентября 2026. Уточнены юрисдикция и роль человеческого авторства; помощь ИИ не отменяет защиту человеческого вклада автоматически.Цитируется в: 15.3

<https://www.copyright.gov/newsnet/2025/1060.html>

50. EU Regulation 2016/679: Articles 3, 5, 6, 13, 17, 28 [документация] Открыть источник Проверено: 10 сентября 2026. Минимизация привязана к определённой законной цели; согласие не единственное основание. Применимость GDPR устанавливается отдельно.Цитируется в: 15.4

<https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj/eng>

51. Google Analytics: Avoid sending PII [документация] Открыть источник Проверено: 10 сентября 2026. Запрет передачи идентифицирующих данных касается также URL и параметров событий.В тексте не цитируется; приведён для оценки разброса.

<https://support.google.com/analytics/answer/6366371?hl=en>

52. CISA: Data Backup Options [документация] Открыть источник Проверено: 10 сентября 2026. Добавлен принцип 3-2-1; синхронизация двух мест не равна полной стратегии восстановления.Цитируется в: 12.6

https://www.cisa.gov/sites/default/files/publications/data_backup_options.pdf

53. WIPO: Copyright FAQ [документация] Открыть источник Проверено: 10 сентября 2026. Авторские права и ограничения раскрытия проверяются отдельно; правовой статус зависит от применимого закона и договора.В тексте не цитируется; приведён для оценки разброса.

<https://www.wipo.int/en/web/copyright/faq-copyright>

54. Credence goods in the literature: What the past fifteen years have taught us about fraud, incentives, and the role of institutions

[первичное] Открыть источник Проверено: 10 сентября 2026.

Определение credence goods подтверждает трудность оценки части качества после покупки, но не невозможность оценки любого дизайна.Цитируется в: 1.1

<https://www2.uibk.ac.at/downloads/c4041030/wpaper/2020-01.pdf>

55. MDN: font-display [документация] Открыть источник Проверено:

10 сентября 2026. Различаются периоды блокировки и замены шрифта; optional может отказаться от поздней замены.В тексте не цитируется; приведён для оценки разброса.

<https://developer.mozilla.org/en-US/docs/Web/CSS/Reference/At-rules/%40font-face/font-display>

56. MDN: size-adjust [документация] Открыть источник Проверено:

10 сентября 2026. Подстройка метрик уменьшает различия, но не доказывает одинаковые переносы всех строк.Цитируется в: 2.6

<https://developer.mozilla.org/en-US/docs/Web/CSS/Reference/At-rules/%40font-face/size-adjust>

57. Google: Spam updates [документация] Открыть источник

Проверено: 10 сентября 2026. Автоматические системы могут обнулить вклад спамных ссылок; точный возврат к некоему базовому рангу не гарантирован.Цитируется в: 10.5

<https://developers.google.com/search/docs/appearance/spam-updates>

58. Google: SEO Starter Guide [документация] Открыть источник

Проверено: 10 сентября 2026. Соглашения о заголовках отделены от требований ранжирования.Цитируется в: 11.5

<https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/seo-starter-guide>

59. **Google: Disavow links** [документация] Открыть источник
Проверено: 10 сентября 2026. Инструмент специализированный; большинству сайтов не требуется, неверное применение может навредить. Цитируется в: 10.5

<https://support.google.com/webmasters/answer/2648487?hl=en>

60. **MDN: How browsers work** [документация] Открыть источник
Проверено: 10 сентября 2026. Разделены загрузка, разбор, вычисление стилей, layout и paint; кеш и повторное использование соединений меняют цепочку. В тексте не цитируется; приведён для оценки разброса.

https://developer.mozilla.org/en-US/docs/Web/Performance/Guides/How_browsers_work

61. **Google: Localized versions** [документация] Открыть источник
Проверено: 10 сентября 2026. hreflang связывает локализованные версии, но не создаёт спрос и не заменяет локальное исследование. В тексте не цитируется; приведён для оценки разброса.

<https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/localized-versions>

62. **Google: Search Console and Analytics** [документация] Открыть источник
Проверено: 10 сентября 2026. Показы и клики в поиске отделены от визитов и событий аналитики. В тексте не цитируется; приведён для оценки разброса.

<https://developers.google.com/search/docs/monitor-debug/google-analytics-search-console>

63. **Google: Search snippets** [документация] Открыть источник
Проверено: 10 сентября 2026. Google может использовать meta description, но отображаемый сниппет выбирается системой. В тексте не цитируется; приведён для оценки разброса.

<https://developers.google.com/search/docs/appearance/snippet>

64. Schema.org: Service, FAQPage, AggregateRating

[документация] Открыть источник Проверено: 10 сентября 2026. Словарь и требования поисковой функции различаются. Свойства типов сверены по страницам Service, FAQPage и AggregateRating. В тексте не цитируется; приведён для оценки разброса.

<https://schema.org/docs/schemas.html>

65. Xu, Iqbal, Montgomery: arXiv v1 full text [первичное] Открыть источник Проверено: 10 сентября 2026. Проверены выборка, знаменатели и ограничения автоматизированного сопоставления с источниками; 11% не означает доказанную долю ложных фактов. В тексте не цитируется; приведён для оценки разброса.

<https://arxiv.org/html/2605.14021v1>

66. Umar Iqbal: Publications [документация] Открыть источник Проверено: 10 сентября 2026. Список автора указывает IMC 2026, тогда как arXiv v1 сохраняет Under Review. В книге зафиксирована версия, а не недоказанный текущий статус рецензирования. Цитируется в: 3.4

<https://umariqbal.com/pages/publications.html>

67. Chrome: CrUX Tools [документация] Открыть источник Проверено: 10 сентября 2026. 28 дней относятся к API/PSI/Search Console; BigQuery имеет месячную периодичность. Цитируется в: 2.2

<https://developer.chrome.com/docs/crux/methodology/tools?hl=en>

68. European Commission: Principles of personal data processing under the GDPR [документация] Открыть источник Проверено: 10 сентября 2026. Официальное доступное разъяснение принципов, оснований, прозрачности и минимизации данных. Цитируется в: 15.4

https://commission.europa.eu/law/law-topic/data-protection/information-business-and-organisations/principles-gdpr_en

3 • Три сквозных примера

Все проекты, числа, сроки и результаты в этом приложении смоделированы для обучения. Они не описывают реальных заказчиков и не подтверждают отраслевые нормы. Таблицы служат единым источником данных для коротких разборов в главах. [пример]

3.1 Новый сайт специалиста

Исходная ситуация. Дизайнер продаёт проектирование интерфейсов. У него есть два проекта, которые разрешено разобрать в портфолио, и восемь часов в неделю на сайт. Он хочет проверить возможность получать обращения из поиска, но пока не измерял доступный спрос.

Ограничение. На двенадцать недель выделено 96 часов. Клиентская работа продолжается. Первая версия должна помещаться в этот бюджет вместе с проверкой и резервом, поэтому отдельные отраслевые страницы и регулярный блог отложены.

Работа	Часы
Уточнение предложения и проверка запросов	10
Структура и поля записей	6

Работа	Часы
Страница одной услуги	12
Два кейса из доступных материалов	24
Сборка, общие страницы, изображения	12
Контакты, измерения, проверка публикации	8
Резерв на исправления	24
Итого	96

Смета ниже примера ручного производства из части I, поскольку материалы кейсов уже подготовлены, а повторяемую вёрстку берёт шаблон. Это отдельное условие, а не свидетельство того, что прежние оценки всегда завышены.

Архитектура. Главная ведёт к услуге и двум кейсам. Из услуги можно открыть оба кейса; из кейсов — вернуться к услуге и связаться. «О себе» и контакты завершают проверку исполнителя. Три содержательные страницы не являются всем техническим составом сайта.

Контентная модель. У кейса есть идентификатор, название, роль автора, разрешённые материалы, услуга и результат. Список кейсов услуги выводится из связей. Пока услуга одна, поле уже допускает несколько значений, если будущие проекты будут охватывать разные работы.

Доказательство. В одном кейсе путь заявки сокращён с семи шагов до четырёх. Показаны схемы и собственный

вклад. Нет данных о продажах, поэтому рост конверсии не заявлен. Если исследование удобства не проводилось, оно названо следующим способом проверки, а не завершённой работой.

Наблюдения к пересмотру на двенадцатой неделе.

За последние четыре недели получены 80 поисковых визитов, в том числе 30 на услугу. Есть одна настоящая отправка, признанная квалифицированным обращением, и нет договора. Тестовые отправки исключены. Эти числа не подтверждают стабильную конверсию и не позволяют обещать окупаемость.

Следующее решение. Сайт завершён как инструмент знакомства и проверки исполнителя. Владелец выделяет ещё 16 часов на уточнение страницы услуги по реальным вопросам и наблюдение за запросами. Новые отраслевые страницы появятся только при отдельной задаче и материалах. Это ограниченное продолжение эксперимента, а не автоматический годовой контент-план.

3.2 Трафик есть, полезных обращений почти нет

Исходная ситуация. У небольшого исполнителя есть сайт с услугами и статьями. Общая посещаемость кажется достаточной, но контакты редко подходят для работы. Цель диагностики — понять, где теряются полезные обращения.

За сопоставимый месяц	До изменений	После изменений
Поисковые визиты всего	1 000	1 050
Из них на услуги	120	210
Остальные поисковые визиты	880	840
Успешные отправки с услуг	4	7
Квалифицированные из этих отправок	1	2
Прямое квалифицированное обращение без источника	0	1
Квалифицированные обращения всего	1	3

Проверка до изменений. Все четыре отправки доставлены; три не подходят по предмету работы. Это отличает проблему предложения и отбора от поломки доставки. Клики на мессенджер не прибавляются к числу обращений.

Выбранные изменения. На услуге уточнены состав работы и порядок цены, добавлены релевантный кейс и объяснение следующего шага. Форма проверена на телефоне, необязательные сведения перенесены в переписку. Из тематически близких статей добавлены переходы к услуге. На диагностику выделено шесть часов,

на содержание восемь, на форму четыре, на проверку и отчёт два: всего 20 часов.

Цена выбора. В этот месяц не опубликованы новые статьи. Контентный охват растёт медленнее, зато ограниченный ресурс потрачен на уже существующий путь к контакту. Более явная цена может отсеять часть людей; это принимается, если уменьшается число неподходящих разговоров.

Как считать. Для формы сопоставимы 1/120 и 2/210 квалифицированных обращений на визиты услуг: около 0,83% и 0,95%. Отношение всех трёх обращений к 210 визитам равно 1,43%, но его нельзя называть конверсией услуг: у третьего обращения источник неизвестен. В итогах бизнеса его учитывают, в атрибуции формы — нет.

Что известно. После изменений отправок и квалифицированных контактов стало больше. **Что неизвестно.** Вызвано ли это изменением формы, текста, состава посетителей или обычным колебанием. Числа малы, а изменения внесены пакетом. Такой разбор не доказывает причинный прирост конверсии.

Следующее решение. Сохранить работающий путь и продолжить учёт до следующего пересмотра. Проверять долю подходящих задач, договоры и затраты на ответы. Если обращений больше, но они не подходят, пересматривать предложение; если подходящие не доходят до договора, исследовать этап продажи.

3.3 Неудачный запуск и ограничение потерь

Исходная ситуация. За 120 часов владелец выпустил 60 обзорных страниц по широким темам. Запросы выбраны по общей частотности. Страница услуги описывает процесс без ясного результата, а успешная надпись формы показывается до подтверждения доставки.

Наблюдения за первые восемь недель. Получены 240 поисковых визитов, из них 12 на услугу; подтверждённых обращений нет. При проверке доставки выявлена ошибка. Это не даёт права считать каждое нажатие потерянным клиентом: содержание недоставленных сообщений неизвестно.

Причины разбирают отдельно. Темы статей слабо связаны с услугой. Восемнадцать страниц похожи по назначению и требуют сравнения. Путь к контакту технически ненадёжен. При этом восемь недель не доказывают, что поисковое направление никогда не заработает; история слишком короткая для такого вывода.

Что остановлено. Новая массовая публикация. Уже потраченные 120 часов не являются основанием продолжать тот же план: сравнивают будущую стоимость и возможную пользу следующего шага.

Ограниченный ремонт	Часы
Исправить доставку и проверить сообщения об ошибках	4

Ограниченный ремонт	Часы
Сопоставить запросы, страницы и индексируемость	6
Переработать одну услугу	6
Настроить проверку результата и журнал	4
Итого	20

Работа с похожими страницами. Для каждой из восемнадцати проверяют назначение, полезные фрагменты, запросы и ссылки. Совпадение темы не означает, что все адреса надо удалить. Объединение получает карту редиректов; самостоятельные полезные страницы сохраняют.

После ремонта. Три тестовые отправки дошли до получателя; они исключены из статистики. За следующий месяц получены 180 поисковых визитов, из них 24 на услугу, одна настоящая отправка и ноль квалифицированных обращений. Сравнивать 180 за месяц с 240 за восемь недель как падение нельзя — периоды различаются.

Решение. Технический ремонт выполнен, коммерческая отдача не подтверждена. Владелец прекращает расширение блога и оставляет небольшой сайт для проверки по рекомендациям. Вернуться к поисковому эксперименту можно после появления более ясной услуги и подтверждённого спроса. Это решение о распределении времени, а не доказательство бесполезности SEO.

3.4 Что переносить в свой проект

Из примера А переносят ограниченный бюджет первой версии и проверяемый состав материалов. Из Б — отдельный учёт отправок, квалификации и неизвестного источника. Из В — разделение технической ошибки, коммерческой гипотезы и решения прекратить затраты.

Часы, посещения и доли из таблиц не переносят как нормы. Сначала записывают свои исходные данные, допущения, период наблюдения и условие пересмотра. Успех проверки доставки доказывает доставку, рост обращений описывает наблюдение, а причинный эффект отдельного изменения требует собственного исследования.