Раздел 1. Оценка подхода и стратегии

Этот раздел помогает понять, был ли заложен правильный фундамент для работы.

№	Вопрос	Да / Нет	Примечание
1.1	Провел ли подрядчик с вами подробное интервью (брифинг) о специфике вашего бизнеса, целевой аудитории и УТП?	☐	Если подрядчик не понял, как вы зарабатываете, он не сможет вам помочь.
1.2	Представил ли подрядчик анализ ваших реальных, а не вымышленных конкурентов из поисковой выдачи, с разбором их сильных и слабых сторон?	☐	Продвижение без оглядки на рынок – это движение вслепую.
1.3	Предупредил ли подрядчик, что SEO – это долгий процесс (6-12 месяцев до первых значимых результатов), и не обещал «ТОП за месяц»?	☐	Обещание мгновенных результатов – главный признак дилетанта или мошенника.
1.4	Предоставил ли подрядчик документ (стратегию, план работ), где описаны основные этапы, приоритеты и методы, которые он будет использовать?	☐	Работа без стратегии – это хаотичные действия, которые не ведут к цели.

Раздел 2. Техническое состояние и фундамент сайта

Технические ошибки могут свести на нет все усилия по созданию контента. Это скелет вашего сайта.

№	Вопрос	Да / Нет	Примечание
2.1	Проводился ли полный технический аудит сайта на старте работ, и был ли вам предоставлен отчет с найденными ошибками и планом их устранения?	☐	Без аудита подрядчик работает наугад.
2.2	Контролирует ли подрядчик индексацию сайта в Яндекс.Вебмастере?	☐	Если поисковик не видит ваши страницы, для него их не существует.
2.3	Является ли скорость загрузки сайта (особенно на мобильных) одним из приоритетов в работе?	☐	Медленный сайт теряет посетителей и позиции.
2.4	Проводился ли аудит удобства сайта на мобильных устройствах? Уделяется ли этому направлению должное внимание?	☐	Сегодня поисковые системы оценивает ваш сайт в первую очередь по мобильной версии.
2.5	Ведется ли систематическая работа по устранению битых ссылок, дублей страниц, некорректных редиректов и других технических ошибок?	☐	Технический «мусор» мешает поисковым роботам и ухудшает ранжирование.

Раздел 3. Семантика и контент

Это «мясо» вашего сайта. От качества семантики и контента зависит, найдет ли вас целевая аудитория.

№	Вопрос	Да / Нет	Примечание
3.1	Охватывает ли семантическое ядро все ваши товары, услуги или информационные запросы аудитории?	☐	Неполная семантика = упущенные клиенты и трафик.
3.2	Согласованы ли с вами приоритетные группы запросов?	☐	Трафик ради трафика не имеет смысла. Важны лиды и продажи.
3.3	Создаваемый контент (тексты, статьи) полезен и интересен для вашей аудитории? Он решает проблемы клиента или это «вода» ради ключевых слов?	☐	Бесполезные тексты не только не помогают, но и вредят, ухудшая поведенческие факторы.
3.4	Проверяются ли тексты на уникальность? Отвечают ли страницы сайта на те запросы, по которым они продвигаются?	☐	Неуникальный или нерелевантный контент быстро теряет позиции.

Раздел 4. Аналитика и отчетность

Если вы не измеряете результаты, вы не управляете процессом. Это ваша приборная панель.

№	Вопрос	Да / Нет	Примечание
4.1	Убедился ли подрядчик на старте, что на сайте корректно установлена и настроена Яндекс.Метрика?	☐	Без этого любые дальнейшие действия бессмысленны.
4.2	Понимаете ли вы, какие именно работы были выполнены за отчетный период?	☐	Скрытность и туманные формулировки – плохой знак.

Раздел 5. Методы работы

Этот раздел помогает оценить риски и этичность работы подрядчика.

№	Вопрос	Да / Нет	Примечание
5.1	Дает ли подрядчик рекомендации по улучшению удобства сайта (навигации, структуры, дизайна), или он фокусируется только на технических аспектах?	☐	Неудобный сайт будет хуже ранжироваться, так как у него плохие поведенческие факторы.
5.2	Готов ли подрядчик открыто рассказывать о своих методах работы, или он прикрывается «секретными технологиями» и «авторскими алгоритмами»?	☐	Профессионалу нечего скрывать.

Что делать с результатами?

1-4 ответа «Нет»

Вероятно, есть небольшие пробелы в коммуникации. Обсудите эти пункты с вашим подрядчиком, чтобы синхронизировать ожидания.

5-9 ответов «Нет»

Это тревожный сигнал. В работе подрядчика есть системные ошибки, которые мешают достижению результата. Вам нужен серьезный разговор и, возможно, корректировка стратегии.

10 и более ответов «Нет»

Скорее всего, ваши деньги тратятся впустую. Настоятельно рекомендуется заказать независимый SEO-аудит у третьей стороны, чтобы получить объективную оценку ситуации и принять решение о смене подрядчика.