

✓ ЧЕКЛИСТ: Что делать при падении трафика из Google

🎯 Цель документа

Этот чеклист создан для владельцев бизнеса, маркетологов и SEO-специалистов, которые столкнулись с резким падением органического трафика из Google.

Цель — не просто восстановить позиции, а:

- системно разобраться в причинах просадки,
- выявить слабые звенья в структуре, контенте, аналитике и внешнем окружении сайта,
- превратить кризис в точку роста.

Вы можете использовать этот документ как пошаговое руководство для внутренней команды, как основу для технического задания подрядчику, или как стратегический план антикризисных работ.

Следуйте этому чек-листу — и вы не просто восстановите позиции, но и выйдете в плюс.

1. Анализируем масштабы и причины

- ☐ Сравниваем трафик по всем каналам (Google, Яндекс, рефералы)
- ☐ Смотрим только органику
- ☐ Оцениваем, какие URL или кластеры просели
- ☐ Проверяем региональность, тип устройства, поведенческие факторы
- ☐ Фиксируем дату падения и проверяем совпадения с апдейтами Google (<https://developers.google.com/search/updates/ranking>)

2. Устраняем типовые ошибки

- ☐ Удаляем или объединяем **thin-content** страницы (дубли, фильтры, пустые категории)
 - ☐ Чистим **sitemap.xml** — убираем неактуальные или переехавшие URL
 - ☐ Проверяем robots.txt и noindex
 - ☐ Ускоряем индексацию новых или обновлённых страниц через Search Console
-

3. Переосмысливаем структуру

- ☐ Анализируем структуру сайта: есть ли **слабые разделы**, дубли, перелинковка?
 - ☐ Упрощаем доступ к ключевым страницам (глубина вложенности, хлебные крошки)
 - ☐ Переписываем мета-теги под поисковый интент (по фактическим запросам)
-

4. Проверяем техническую часть

- ☐ Скорость загрузки (Google PageSpeed)
 - ☐ Отсутствие битых ссылок, редиректов, 404
 - ☐ Проверка мобильной адаптивности
 - ☐ Core Web Vitals: CLS, FID, LCP
-

5. Запускаем переиндексацию

- ☐ Обновляем или правим пострадавшие страницы
 - ☐ Отправляем их на переобход через Search Console → URL Inspection → Request indexing
 - ☐ Перезапускаем карту сайта
-

6. Подключаем Page Flow (если есть доступ)

- ☐ Строим карту поведенческих цепочек
 - ☐ Ищем узкие места: высокие выходы, плохие переходы
 - ☐ Перерабатываем страницы с низким вовлечением
-

7. Отслеживаем восстановление

- ☐ Фиксируем ключевые показатели в одной таблице: трафик, позиции, заявки
 - ☐ Обновляем карту изменений (что и когда было сделано)
 - ☐ Ждём первые сигналы восстановления через 2–3 недели после правок
-

8. Ставим гипотезы и фиксируем изменения

- ☐ Формируем **2–3 рабочих гипотезы**, что стало причиной падения
-

- ☐ Привязываем каждую гипотезу к действиям (например: "просадка по коммерческим страницам → усиливаем УТП и перелинковку")
 - ☐ Ведём лог изменений: **дата, суть правки, ожидаемый эффект**
 - ☐ Устанавливаем контрольные точки: **что, когда и по каким метрикам проверяем**
-

9. Перепроверяем семантику и релевантность

- ☐ Сверяем запросы по просевшим страницам — могли измениться интенды
 - ☐ Перестраиваем контент под **новые поисковые паттерны**
 - ☐ Актуализируем заголовки (h1), подзаголовки (h2–h3), вводные абзацы
 - ☐ Делаем контрольный замер через "site:" и "cache:" в Google
-

10. Обновляем ключевой контент (Е-Е-А-Т)

- ☐ Добавляем авторство, дату, источники — усиливаем **доверие**
 - ☐ Улучшаем глубину материала: раскрытие темы, иллюстрации, сравнения
 - ☐ Перепишем экспертные статьи с учётом новых SERP-форматов
 - ☐ Обогащаем данные: схемы, FAQ, таблицы
-

11. Проверяем ссылочный профиль

- ☐ Резкое падение может быть связано с потерей ссылок — проверяем через Ahrefs/Serpstat
 - ☐ Удаляем токсичные ссылки через Disavow Tool (если был негативный SEO)
 - ☐ Запускаем восстановление/наращивание качественных бэклинков
-

12. Анализируем конкурентов

- ☐ Смотрим, кто занял освободившиеся позиции
 - ☐ Изучаем, **какой контент и формат** они выдают — длина, структура, подход
 - ☐ Берём в разработку идеи, которые не были у нас реализованы
 - ☐ Используем парсеры или Serp API для замеров динамики конкурентов
-

13. Проверка безопасности и санкций

- ☐ Проверяем сайт на наличие вирусов, фишингового кода, редиректов
-

- ☐ Проверяем Search Console на **ручные меры**
 - ☐ Проверяем всплывающие уведомления в панели вебмастера
-

14. Проверка интеграций и аналитики

- ☐ Убедитесь, что **никакие счётчики не отвалились**
 - ☐ Проверка UTM-меток, событий и целей
 - ☐ Синхронизация данных между Google Analytics 4 и Search Console
 - ☐ Переподключение, если нужно
-

15. Перепроверка коммерческих факторов

- ☐ Уточнение условий доставки, возврата, гарантий
 - ☐ Перепроверка наличия уникальных УТП на страницах
 - ☐ Обновление карточек товаров и цен (если сайт eCommerce)
 - ☐ Добавление схемы Organization, LocalBusiness, Product и прочих
-

16. Адаптация под новые SERP-форматы

- ☐ Проверяем, не вытеснили ли нас **виджеты, карты, видео или карусели**
 - ☐ Добавляем/обновляем видеоконтент на ключевых страницах
 - ☐ Добавляем быстрые ответы (structured data + четкий блок)
 - ☐ Работаем с Featured Snippets и People Also Ask
-

17. Учитываем поведение ИИ в поиске (SGE, LLM)

- ☐ Добавляем абзацы с прямыми, простыми ответами на вопросы
 - ☐ Расширяем страницы **разделами, которые может “цитировать” Google**
 - ☐ Улучшаем контекстные блоки с ответами на подтемы
 - ☐ Проверяем, как наш сайт попадает в поисковые сниппеты с ИИ-генерацией
-

18. Планируем регулярный аудит

- ☐ Вводим ежемесячный чек-лист аудита видимости
 - ☐ Добавляем в KPI команд **обновление и аудит контента**
 - ☐ Проводим SEO-ревью раз в квартал: ссылки, ПФ, релевантность, контент
-

☐ Фиксируем все изменения и их влияние

Падение трафика - это не приговор. Это сигнал, что сайт требует внимания.

Если реагировать грамотно, то вы вернете утраченные позиции, усилите доверие со стороны Google, и выйдете на новый уровень конверсии и продаж.

Лучшее, что вы можете сделать — не паниковать, а действовать.

Михаил Мятлов, 14.06.2025