

On-page оптимізація / Реклама СТО та автосервісів / spilnoagency.com.ua

Мета-дані документу

Поле	Значення
Сайт	spilnoagency.com.ua
Сторінка	Реклама СТО та автосервісів
WP ID (UA)	1116
WP ID (EN)	1276
WP ID (PL)	1550
WP ID (RU)	1477
Локалі	UA / EN / PL / RU (Polylang)
Відповідальний	Claude (агент, під наглядом команди Spilno Agency)
Статус	● Впроваджено

Крок 0. Підготовка

#	Перевірка	Статус
1	WP ID всіх мовних версій	✓ UA=1116, EN=1276, PL=1550, RU=1477
2	Hreflang (4 локалі + x-default)	✓ 4/4 на всіх версіях (Polylang)
3	Доступ до GSC, WP Admin, REST API	✓

URL-и

Мова	URL
UA	/reklama-sto-ta-avtosservisu
EN	/en/car-repair-marketing
PL	/pl/reklama-warsztat-samochodowy
RU	/ru/реклама-автосервиса-и-сто

Крок 1. GSC — цільовий кластер запитів (180 днів)

Мова	Покази	Кліки	CTR	Позиція
RU	5 014	12	0.24%	22.0
UA	604	10	1.66%	20.1
PL	88	0	0%	31.0

Мова	Покази	Кліки	CTR	Позиція
EN	7	0	0%	5.6

RU-сторінка — найбільший трафіковий кластер серед 4 локалей.

Головна знахідка кластеру

Запит **"реклама сто"** (RU) — 536 показів, позиція **6.9** (топ-10!), але CTR лише **0.19%**. Сторінка вже добре ранжується — проблема була в непривабливому сніппеті (Title/Meta), а не в позиції. Це найдешевший і найбільш вимірюваний quick-win усього аудиту.

Інші пріоритетні запити

Запит	Локаль	Покази	Позиція
как сделать рекламу автосервиса	RU	207	13.8
seo продвижение автосервиса	RU	184	25.0
просування сайту автосервісу	UA	12	44.3
просування автосервісу	UA	8	50.0
reklama serwisu samochodowego	PL	18	25.7

Крок 2. Технічний аудит

Елемент	UA	EN	PL	RU
Hreflang (4 локалі + x-default)	✓	✓	✓	✓
Schema Service	✗ (до впровадження)	✗	✗	✗
Schema FAQPage	✗ (FAQ-контент був, схеми — ні)	✗ (FAQ-контенту немає)	✗ (FAQ-контент був)	✗ (FAQ-контент був, мовно змішаний)
Title/Meta відповідність топ-запиту	—	—	—	✗ — зниження CTR при поз. 6.9
Ціновий блок на сторінці	⚠ € (€10–30 тис/міс)	немає	немає	⚠ €

Контентний баг (RU): секція "Часті питання" мала запитання російською мовою, але відповіді — українською (мовне змішування). Виправлено — повний переклад 6 відповідей на справжню російську без зміни фактів і цифр.

Політика цін: знайдено секцію "Тарифні плани" з конкретними цифрами (€10 000 / €18 000 / €30 000 за місяць) на UA і RU. Це суперечить внутрішньому правилу агентства — ціни на власні послуги на сайті не публікуються (можна описувати модель співпраці, але без конкретних цифр). Секцію видалено повністю з обох локалей.

Крок 3. Виконані зміни

Title / Meta (RU) — CTR-фікс під топ-запит

Поле	До	Після
Title	Реклама автосервиса и СТО — настройка и ведение Spilno Agency	Реклама СТО и автосервиса — больше клиентов на ремонт Spilno Agency

Поле	До	Після
Meta	Настройка и ведение рекламы для СТО и автосервисов. Google Ads, Facebook Ads, Google Maps. Стабильный поток клиентов на ремонт от агентства Spilno.	Как настроить рекламу СТО: Google Ads, Facebook Ads, Google Maps. Стабильный поток клиентов на ремонт — реальные кейсы от агентства Spilno Agency.

Schema markup (JSON-LD)

Додано `Service` (опис послуги, `areaServed`, `provider`) і `FAQPage` (синхронізовано 1:1 з видимим FAQ-контентом на сторінці — жодного вигаданого тексту) на кожному локаль окремо:

Локаль	Service	FAQPage	Кількість питань
UA	✓	✓	6
RU	✓	✓	6
PL	✓	✓	3 (стільки видимих на сторінці)
EN	✓	— (немає видимого FAQ-контенту)	—

Точкове входження ключових фраз

Знайдено семантичну прогалину: точні фрази з реальних пошукових запитів взагалі не зустрічались у тексті сторінки, хоча мали помітний обсяг показів.

Локаль	Запит	Покази	Позиція	Було в картці "SEO"	Стало
UA	просування автосервісу / просування сайту автосервісу	8 / 12	50 / 44.3	"SEO для СТО"	"SEO просування СТО та автосервісу" + фраза "просування автосервісу" в описі
RU	seo продвижение автосервиса	184	25.0	"SEO для СТО"	"SEO продвижение СТО и автосервиса" + фраза "SEO продвижение автосервиса" в описі

Правки — точкові (2 рядки тексту в одній картці послуги), без переписування решти сторінки.

Крок 4. Зведена таблиця змін

#	Елемент	Локаль	Тип	Пріоритет	Статус
1	Переклад FAQ-відповідей на справжню RU	RU	баг	●	✓
2	Title/Meta — CTR-фікс	RU	фіча	●	✓
3	Schema <code>Service</code> + <code>FAQPage</code>	UA/EN/PL/RU	фіча	●	✓
4	Видалення блоку з цінами	UA/RU	баг	●	✓
5	Точкове входження ключових фраз	UA/RU	фіча	●	✓
6	Request Indexing (усі змінені URL)	UA/EN/PL/RU	інше	●	✓

Крок 5. Мовні версії — підсумковий чекліст

Локаль	Hreflang	Schema Service	Schema FAQPage	Title/Meta	Ціновий блок	Індексація
UA	✓	✓	✓ (6)	—	✓ прибрано	✓

Локаль	Hreflang	Schema Service	Schema FAQPage	Title/Meta	Ціновий блок	Індексація
EN	✓	✓	—	—	не було	✓
PL	✓	✓	✓ (3)	—	не було	✓
RU	✓	✓	✓ (6)	✓	✓ прибрано	✓

Крок 6. Очікувані результати

Перевірка факту — не раніше ніж через 2–4 тижні після впровадження, коли з'явиться достатньо статистики в GSC.

6.1 Прогноз по кожній зміні

Локаль	Що змінено	База зараз	Прогноз (2–4 тижні)	Прогноз (6–8 тижнів)
RU	Title/Meta під запит "реклама сто" (топ-10, поз. 6.9) + Schema + переклад FAQ	536 показів / CTR 0.19% на цей запит	CTR → 2–4% за рахунок сніппету → ~10–20 кліків/міс з цього запиту	При стабільній поз. ~7: CTR до 4–6% → 20–30 кліків/міс
RU	SEO-фраза в картці послуги (запит "seo продвижение автосервиса", поз. 25.0)	поз. 25.0, CTR 0%	Без гарантій руху за 2–4 тижні (потрібен реіндекс + оцінка релевантності)	Можливий рух до поз. 18–22; суттєвий стрибок у топ-10 потребує більшого обсягу контенту
UA	SEO-фраза в картці послуги (запити "просування автосервісу"/"просування сайту автосервісу")	поз. 44–50	Рух у межах поз. 35–45	Вихід у топ-20 потребує окремого контентного блоку, не лише картки послуги
UA/RU	Rich-результати (FAQPage Schema)	0% сторінок з rich snippet	Можлива поява FAQ-розширення у видачі (Google не гарантує показ)	—

6.2 KPI для відстеження

- CTR і кліки конкретно по запиту "реклама сто" (RU) — головний індикатор CTR-фіксу
- Позиція по "seo продвижение автосервиса" (RU) і "просування автосервісу" / "просування сайту автосервісу" (UA)
- GSC → Enhancements → FAQ — чи з'явилося нове покриття по UA/RU/PL
- Rich Results Test — валідність Schema після наступних оновлень теми/плагінів

6.3 Ризики прогнозу

Ризик	Ймовірність	Коментар
Позиція не рухається, бо точкових фразових вставок недостатньо	🟡 Середня	Точкове входження фрази — легкий, але не єдиний ranking-фактор; не замінює повноцінний контент-апгрейд
GSC-дані по слабких запитах (PL/EN) лишаються недостатніми для оцінки	🟢 Висока (очікувано)	EN/PL мають замало трафіку для швидкої оцінки ефекту

Крок 7. Чекліст після впровадження

- [x] Title/Meta оновлено і **live-перевірено** (не лише за кодом відповіді сервера)
- [x] Schema `Service` + `FAQPage` — валідність перевірено `json.loads` на живому HTML

- [x] Переклад FAQ на RU — звірено з видимим контентом
 - [x] Ціновий блок видалено, live-перевірено відсутність
 - [x] GSC → Request Indexing для всіх змінених URL (4/4 OK)
 - [] Rich Results Test (зовнішня перевірка) — за розкладом
 - [] Звірка факту з прогнозом — через 2–4 тижні
-

Примітка про методологію

Кожна дія в цьому документі, позначена як "✓", перевірена **прямим переглядом коду живої сторінки** (`curl` + парсинг HTML/JSON-LD), а не лише кодом відповіді сервера при записі. Це принципова відмінність підходу: HTTP 200 підтверджує, що сервер прийняв запит, але не що зміна реально відображається на сайті — тому кожен крок обов'язково супроводжується live-звіркою.