



SEO atmintinė

30–45 minučių pradinis svetainės patikrinimas ir realių prioritetų matrica

KĄ TURĖSITE PERSKAITĘ

- ✓ 30–45 minučių savarankiško SEO patikrinimo eigą
- ✓ Kritinių, svarbių ir vėlesnių darbų atskyrimą
- ✓ Aiškų paketą, kurį perduoti SEO specialistui

Kam skirtas

Svetainės savininkui ar rinkodaros specialistui, kuris nori atskirti kritines SEO problemas nuo kosmetinių audito įrankių perspėjimų.

Atnaujinta 2026-08-06 · Versija 1.0

Kas realiai lemia organinį matomumą

Vienas įrankio balas neapibūdina SEO būklės. Vertinkite keturias susijusias sritis: ar puslapį galima pasiekti ir indeksuoti, ar jis atsako į paieškos ketinimą, ar svetainė patikima, ir ar lankytojas gali ją normaliai naudotis.

Sritis	Esminis klausimas	Įrodymas
Techninis prieinamumas	Ar paieškos sistema gali rasti, nuskaityti ir indeksuoti svarbius URL?	Search Console, HTTP būseną, robots, canonical ir sitemap
Naudingumas ir ketinimas	Ar puslapis išsprendžia tai, ko žmogus iš tikrųjų ieško?	SERP palyginimas, turinio pilnumas, užklauso ir konversijos
Struktūra ir suprantamumas	Ar aiškūs puslapių vaidmenys, antraštės, vidinės nuorodos ir objektai?	URL, H1, navigacija, nuorodų kontekstas ir schema
Patikimumas ir autoritetas	Ar matoma, kas atsako už informaciją ir kodėl tuo galima tikėti?	Autoriai, įmonės duomenys, patirtis, šaltiniai ir kokybiški paminėjimai
Patirtis puslapyje	Ar svetainė patogiai telefone, stabili, saugi ir pakankamai greita?	Realus naudojimas, Core Web Vitals ir konversijų duomenys

30-45 minučių patikrinimo eiga

Laikas	Ką tikrinti	Rezultatas
0-5 min.	Ar svetainė ir svarbiausi puslapiai randami paieškoje	Kritinės indeksavimo kliūtys
5-15 min.	robots.txt, XML sitemap, canonical, HTTP kodai	Techninių signalų konfliktai
15-25 min.	Title, meta, H1, ketinimas ir turinio dubliavimas	Puslapių vaidmenų bei turinio spragos
25-35 min.	Vidinės nuorodos, mobilus vaizdas, greitis ir schema	Naudojimo ir suprantamumo problemos
35-45 min.	Prioritetas, mastas, atsakingas asmuo ir patikros būdas	Veiksmų planas, o ne perspėjimų sąrašas

Svarbiausia taisyklė
Problema tampa prioritetu tik tada, kai žinote jos poveikį, paveiktų puslapių mastą ir kaip patikrinsite, kad pataisymas suveikė.

Indeksavimas, robots, sitemap ir canonical

Patikrinkite 3-5 svarbiausius URL

- ☐ URL grąžina 200 būseną ir neatidaro kito turinio nei tikėtasi
- ☐ Puslapis nėra pažymėtas noindex ir jo neblokuoja prisijungimas ar apsauga
- ☐ Search Console URL patikroje matoma, ar URL indeksuotas ir kokį canonical pasirinko Google
- ☐ HTML šaltinyje yra vienas prasmingas canonical, paprastai nukreiptas į patį pagrindinį URL
- ☐ Vidinės nuorodos ir XML sitemap naudoja tą pačią HTTPS bei www / be-www versiją

Keturi dažni nesusipratimai

Signalas	Ką jis daro	Ko jis negarantuoja
robots.txt	Valdo robotų prieigą prie URL ir išteklių	Nėra patikimas būdas pašalinti puslapį iš paieškos
noindex	Nurodo puslapio neindeksuoti, kai robotas gali jį nuskaityti	Nesuveiks greitai, jei puslapio nuskaitymas užblokuotas
XML sitemap	Padedą atrasti svarbius URL ir pateikia pageidaujamų URL rinkinį	Negarantuoja nuskaitymo ar indeksavimo
canonical	Padedą sujungti panašių ar dublikatų URL signalus	Yra signalas, o ne absoliuti komanda

Greita diagnostika

Radote	Tikėtina rizika	Kitas veiksmas
Svarbus URL noindex	Kritinė – puslapis negali rodytis paieškoje	Nustatyti priežastį, taisyti ir tikrinti URL Inspection
Sitemap turi 404, redirect ar noindex URL	Svarbi – siunčiami prieštaringi signalai	Palikti tik 200, indeksuojamus canonical URL
Canonical veda į nesusijusį puslapį	Kritinė arba svarbi pagal mastą	Taisyti šabloną ir palyginti Google pasirinktą canonical
robots blokuoja CSS ar JS	Svarbi, jei Google nemato tikro puslapio	Tikrinkite renderį ir atblokuokite reikalingus išteklius

Puslapio pavadinimai, ketinimas ir turinys

Vieno puslapio turinio testas

Elementas	Geras signalas	Problemos požymis
Title	Unikalus, tiksliai įvardija puslapio temą ir naudą	Vienodas daugelyje puslapių, prigrūstas frazių arba neatitinka turinio
Meta aprašymas	Trumpai paaiškina vertę ir padeda pasirinkti rezultatą	Tuščias, automatinis ar žada tai, ko puslapyje nėra
H1	Vienas aiškus pagrindinis puslapio pavadinimas	Bendrinis, pasikartojantis arba nesutampa su puslapio paskirtimi
Paieškos ketinimas	Turinio tipas atitinka tai, ką rodo aktualūs paieškos rezultatai	Produktas siūlomas informacinėje užklausoje arba straipsnis – pirkimo užklausoje
Turinio nauda	Atsako į pasirinkimo klausimus, pateikia sąlygas, procesą ir įrodymus	Ilgas, bet bendrinis tekstas, parašytas tik dėl raktažodžių

Dubliavimo patikra

- ☐ Kiekvienas paslaugos ar kategorijos puslapis turi aiškiai skirtingą paskirtį
- ☐ Nėra kelių URL, atsakančių į tą pačią užklausą beveik tuo pačiu turiniu
- ☐ Filtrai, žymos, paieškos puslapiai ir parametriniai URL valdomi sąmoningai
- ☐ Tekstas nėra masiškai perrašytas tik pakeičiant miestą, produktą ar vieną frazę
- ☐ Seni URL su verte nukreipti į artimiausią atitinkamą naują puslapį, ne visada į pradžią

Vidinių nuorodų testas

- Svarbūs puslapiai pasiekiami ne tik per sitemap, bet ir per meniu, kategorijas ar kontekstines nuorodas
- Nuorodos tekstas paaiškina, kas laukia paspaudus; venkite masinio „skaityti daugiau“
- Straipsniai veda į susijusias paslaugas, o paslaugos – į sprendimą pagrindžiantį turinį
- Nėra vidinių 404, nereikalingų peradresavimo grandinių ir nuorodų į ne-canonical URL

Meta aprašymas nėra vaistas nuo pozicijų

Jis gali padėti vartotojui pasirinkti rezultatą, bet nekompensuoja netinkamo ketinimo, silpno turinio ar indeksavimo problemos.

Mobilumas, greitis, schema ir patikimumas

Mobilios versijos ir greičio patikra

- ☐ Pagrindinis turinys, CTA, forma ir kontaktai lengvai pasiekiami telefone
- ☐ Nėra horizontalaus slinkimo, per mažų mygtukų, persidengimų ar šokinėjančio turinio
- ☐ PageSpeed Insights vertinate kartu su realių naudotojų duomenimis, jei jų pakanka
- ☐ Dideli paveikslėliai optimizuoti, nereikalingas JavaScript neblokuoja pagrindinio turinio
- ☐ Kritiniai puslapiai išbandyti ne tik laboratorijoje, bet ir realiame telefone bei ryšyje

Struktūriniai duomenys

Patikra	Ką laikyti geru rezultatu
Atitikimas	Schema aprašo tą turinį, kurį lankytojas realiai mato puslapyje
Tipas	Naudojamas konkretus ir tinkamas tipas, pavyzdžiui Organization, Article, Product ar Breadcrumb
Pilnumas	Privalomi laukai užpildyti, rekomenduojami duomenys tikslūs ir aktualūs
Testas	Nėra kritinių klaidų Rich Results Test; bendroji schema tikrinama atskirai
Lūkestis	Suprantama, kad taisyklinga schema suteikia tinkamumą funkcijai, bet negarantuoja jos rodymo

Patikimumo signalai

- Aiškiai nurodyta įmonė, kontaktai, adresas, rekvizitai ir privatumo informacija
- Matoma, kas parengė ekspertinį turinį, kokia jo patirtis ir kada informacija atnaujinta
- Teiginiai pagrįsti realiais procesais, skaičiavimais, šaltiniais arba patikrintais atvejais
- Nėra išgalvotų atsiliepimų, netikrų autorių, masinio bendrinio DI turinio ar pasenusių sąlygų

Kaip vertinti audito įrankių perspėjimus

Klausimas	Jei atsakymas „ne“
Ar perspėjimas veikia indeksavimą, ketinimą, naudotoją arba konversiją?	Tikėtina, kad tai nėra kritinis darbas
Ar problema paveikia svarbius puslapius ir realų mastą?	Nekelkite aukščiau už mažesnę, bet verslui svarbią spragą
Ar turime įrodymą iš Search Console, serverio, SERP ar realaus testo?	Pirmiausia patvirtinkite problemą

Prioritetų matrica ir perdavimas specialistui

Prioritetas	Kriterijus	Pavyzdžiai	Veiksmas
Kritinė	Blokuoja svarbių puslapių indeksavimą, sukuria didelį neteisingą signalą arba griaua konversiją	noindex, 5xx, neteisingas canonical, neveikianti forma	Taisyti pirmiausia ir patikrinti realiu testu
Svarbu	Ribojamas turinio supratimas, ketinimo atitikimas ar didelės puslapių grupės kokybė	dubliavimas, silpni title/H1, vidinių nuorodų spragos	Planuoti pagal verslo puslapių vertę ir mastą
Galima vėliau	Kosmetinis ar mažo masto perspėjimas be aiškaus poveikio	pavienis ilgas title, trūkstamas mažos vertės alt, neesminė schema pastaba	Tvarkyti po kritinių ir svarbių darbų

Ką perduoti SEO specialistui

- ☐ Svetainės tikslai, svarbiausios paslaugos ar produktų grupės ir geografinės rinkos
- ☐ Google Search Console, GA4, GTM ir TVS prieigos per atskirus naudotojus
- ☐ 3–10 verslui svarbiausių puslapių ir norimų konversijų sąrašas
- ☐ Žinomi svetainės pakeitimai, migracijos, domenų ar URL istorija
- ☐ Svarbiausios užklauskos ir realūs klientų klausimai, ne vien įrankio raktažodžių eksportas
- ☐ Rastos problemos su URL, ekrano vaizdu, data, šaltiniu ir poveikio paaiškinimu
- ☐ Kas gali įgyvendinti techninius, turinio ir dizaino pakeitimus
- ☐ Kaip bus matuojamas rezultatas: matomumas, srautas, tinkamos užklauskos, pardavimai

Darbo kortelės šablonas

Problema	URL / mastas	Poveikis	Prioritetas	Patikra po taisymo
Trumpas konkretus aprašymas	Vienas URL arba šablonas	Kam trukdo	K / S / V	Koks testas patvirtins

Ko nesiųsti kaip užduoties
Vien „įrankis rodo 73 klaidas“ nėra pakankamas aprašymas. Specialistui reikia URL, masto, poveikio, prioriteto ir patikros kriterijaus.

Kitas racionalus veiksmas

Jei neradote indeksavimo ar didelio masto problemų, pradėkite nuo 3–5 verslui svarbiausių puslapių ketinimo, turinio ir vidinių nuorodų gerinimo. Jei signalai konfliktuoja, paveikta daug URL arba nežinote, kurį canonical ir indeksavimo variantą laikyti teisingu, prieš keisdami šablonus atlikite techninį auditą.

Dažniausios klaidos

- Automatiškai taisomi visi perspėjimai, neįvertinus poveikio ir masto
- SEO laikomas vien raktažodžių įrašymu į title, H1 ir tekstą
- Sitemap, canonical ir robots signalai keičiami atskirai, todėl pradeda konfliktuoti
- Publikuojamas didelis kiekis bendrinio turinio be realios ekspertinės vertės
- Pozicijos vertinamos be užklauso, vietos, laikotarpio ir konversijų konteksto

Susijusi FAD paslauga
www.fad.lt/seo-paslaugos/

Norite individualaus įvertinimo
www.fad.lt/gauti-pasiulyma/

Naudoti šaltiniai

Google Search Central – robots.txt

<https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/robots/intro>

Google Search Central – sitemaps

<https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/sitemaps/overview>

Google Search Central – canonical

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

Google Search Central – struktūriniai duomenys

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

FAD – SEO paslaugos

<https://www.fad.lt/seo-paslaugos/>