

Шесть вопросов к каждой строке списка

Отвечает владелец или руководитель направления, не подрядчик. На каждый вопрос нужен факт, а не ощущение.

Сначала умножьте: цена одной страницы под ключ × число строк в списке

Вопрос	Что означает ответ «нет»
Мы это действительно продаём?	строка выбывает: людям придётся отказать
Чем страница отличается от соседней?	меняется слово, а не решение клиента, значит страница одна
Что покажем, кроме слов: цены, сроки, свои объекты?	выйдет общая страница, такие не выигрывают
Кто напишет фактическую часть и когда?	текст соберут по чужим сайтам
Есть ли уже страница, которая это закрывает?	дешевле довести её: она известна поисковику
Что потеряем, если не сделаем в этом квартале?	честное «ничего» переводит строку в отложенные

Четыре решения

Решение	Когда	Дальше
Доработать	подходящая страница есть	быстрее всего: правка отрабатывает за недели
Создать	услуга есть, задача отличается, страницы нет	нужен автор внутри компании
Справочный материал	человек хочет разобраться	польза в доверии, заявок мало
Отложить	услуги нет либо признак не проверен	у второго случая есть срок и фамилия

Два вида «отложить» различать обязательно. «Мы этого не делаем» закрывает строку навсегда. «Никто не проверял» закрывает её до пятницы, и без поручения группа запросов просто потеряется.

Ваша таблица решений

Строка из списка	Продаём?	Чем отличается	Что покажем	Кто автор	Есть страница?	Решение

Порядок работ и почему он такой

При равном спросе доработка идёт раньше создания. Причина не в экономии сил, а в измеренном свойстве выдачи.

Что измерено	Значение	Источник
Страниц в топ-10 Google старше трёх лет	72,9%	Ahrefs, 2025
Средний возраст страницы на первом месте	5 лет	Ahrefs, 2025
Страниц в топ-10 моложе года	13,7%	Ahrefs, 2025
Новых страниц попадают в топ-10 за год	от 1,74% до 6,11%	Ahrefs, 2025, две выборки
Страниц веба без единого визита из Google	96,55%	Ahrefs, 2023, 14 млрд страниц

Последнее число про веб целиком, вместе с мусором и служебными адресами. На свой сайт переносить его напрямую нельзя, но вывод из него общий: страница сама по себе трафика не приносит.

Очередь работ

1. **Доработка страниц с высоким спросом.** Они уже в выдаче и отвечают на правку неделями.
2. **Новые страницы под подтверждённые услуги.** Ставка на несколько лет, начинать с самой денежной.
3. **Справочные материалы.** Полезны читателю и перелинковке, заявок приносят мало.

Поменять порядок стоит в одном случае: у компании появилась услуга, и на сайте ей негде жить.

Что записать по каждой работе

Поле	Зачем
Кто проверял услугу	через месяц никто не вспомнит, откуда решение
Дата проверки	ответ «работаем в районе N» устаревает
Замер до работы	без него результат не с чем сравнить
Дата следующей сверки	обычно через три месяца после публикации

Поручения и разговор с подрядчиком

Поручения по непроверенному

Формулировка «уточнить детали» не работает. Работает «что именно, у кого, к какому числу».

Группа	Что выяснить	У кого	Срок

Четыре вопроса подрядчику

1. Какую задачу посетителя решает каждая новая страница из списка?
2. Чем она отличается от того, что уже есть на сайте?
3. Что мы сможем показать на ней, кроме общих слов: цены, условия, свои работы?
4. Какие группы из списка мы пока не проверяли, и что по ним нужно выяснить?

После этих вопросов список обычно сокращается сам, без спора.

Поручение, которое можно переслать целиком

Пройди список групп запросов и ответь по каждой на шесть вопросов из первой страницы этого листа. По каждой группе поставь одно из четырёх решений: доработать, создать, справочный материал, отложить. Для отложенных напиши, что именно неизвестно и у кого это выяснить. Отдельно покажи группы, где мы планировали новую страницу, а нашлась существующая.

Про каннибализацию, чтобы не пугаться зря

Две свои страницы по одному запросу это почти всегда не проблема. В разборе Ahrefs из 80 таких случаев, проверенных вручную, правки потребовал один. Наблюдение на одном сайте, а не норма рынка, но оно показывает масштаб тревоги.

Тревожиться стоит в другом: когда вторую страницу под тот же интент делают сознательно, ради «большого охвата».

Замер результата

Без замера до работы результат не с чем сравнивать, и разговор о пользе превращается в спор об ощущениях.

Что записать перед работой

Показатель	Где смотреть	Значение до
Показы по группе запросов	Вебмастер, Search Console	
Клики по группе	там же	
Средняя позиция	там же	
Обращения со страницы	Метрика, CRM	
Дата замера		

Когда смотреть результат

Срок после публикации	Что уже видно
2-4 недели	попала ли страница в индекс
2-3 месяца	есть ли показы и по каким запросам
6 месяцев	позиции и первые обращения

Среди страниц, которые вообще дошли до топ-10, 40,82% сделали это в первый месяц. То есть быстрый взлёт бывает виден рано. Молчание в первые месяцы провала ещё не означает, но и надеяться на чудо через год оснований немного.

Доля Яндекса на российском поиске в I квартале 2026 года составила 69,8%, и 42% запросов получают ответ Алисы прямо в выдаче. Это доля запросов с блоком ответа, а не доля запросов без перехода на сайт: последнюю по России никто не публиковал. Практический вывод осторожный: простые справки теряют смысл быстрее, страницы с вашими ценами и условиями нейросеть не заменяет.

Дата следующего пересмотра карты

Карта пересматривается при появлении новой услуги, при смене ассортимента и раз в полгода просто так. Следующий пересмотр: _____