



Агентство "ДемоТоп"
г. Москва, ул. Новолесная, д. 8, офис 42
agency@demotop.com
+7 495 000-00-00

Отчет по SEO продвижению интернет-магазина Мебель Маркет



Отчетный период с 1 сентября 2026 по 30 сентября 2026
в сравнении с периодом с 1 августа 2026 по 31 августа 2026

Ваш менеджер: Анна Смирнова
+7 495 000-00-00

Содержание отчета

Итоги месяца	4
Общая посещаемость и поведенческие факторы	5
Распределение трафика по каналам	6
Распределение трафика по поисковым системам	7
Динамика переходов из поисковых систем за отчетный период	8
Динамика переходов из поисковых систем за последние 12 месяцев	9
Динамика поискового трафика	10
Поисковый трафик за отчетный период (по дням) в сравнении с аналогичным периодом за прошлый год	11
Тип устройств, с которых были переходы за отчетный период	12
География посетителей	13
Переходы из нейросетей	15
Google Search Console: эффективность в поиске	16
Google Search Console: ТОП поисковых запросов	17
Google Search Console: ТОП посадочных страниц	18
Яндекс.Вебмастер: эффективность в поиске	19
Яндекс.Вебмастер: история изменения ИКС	20
Яндекс.Вебмастер: история индексирования	21
Яндекс.Вебмастер: график ссылочной массы	22
Яндекс.Вебмастер: ТОП поисковых запросов	23
Сравнение кликабельности поисковых запросов в Яндексе и Google	24
Конверсии по всем источникам	25
Распределение конверсий по каналам	27
Сводные таблицы конверсий по каналам	29
Конверсии из поисковых систем	30
Конверсии по всем источникам (сравнение с прошлым годом)	32
Статистика по звонкам	34
Источники звонков	35
Электронная коммерция	36
Доход по источникам трафика	37
Доход по ключевым словам	38
География продаж	39
Пиковые часы продаж	40

Популярные категории товаров	42
Популярные товары	43
Популярные посадочные страницы по всем источникам.....	44
Популярные посадочные страницы из поисковых систем	45
Динамика поискового трафика по месяцам	46
Разделение трафика на брендовый и небрендовый	47
Популярные поисковые фразы	49
Популярные брендовые поисковые фразы	50
Переходы с сайтов	51
Страницы с высоким показателем отказов	52
Общая статистика по позициям	53
Общая статистика позиций по регионам.....	54
Вхождение в ТОП 10 по поисковым системам	56
Видимость запросов по проекту.....	57
Динамика по средней позиции.....	58
Позиции в поисковых системах.....	59
Проделанная работа	65
Планируемая работа	66



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Итоги месяца

Мебель Маркет завершил месяц с положительной динамикой по SEO: выросли органический трафик, видимость по коммерческим запросам и количество заказов из поиска.

- Трафик: поисковые системы остаются основным источником посещений и дают самый заметный прирост.
- Позиции: сильнее всего выросли группы запросов по диванам, кроватям и матрасам.
- Продажи: категории с улучшенной видимостью дают больше покупок и выручки.
- Следующий фокус: усилить страницы шкафов-купе, детской мебели, региональной доставки и страницы с высоким показателем отказов.

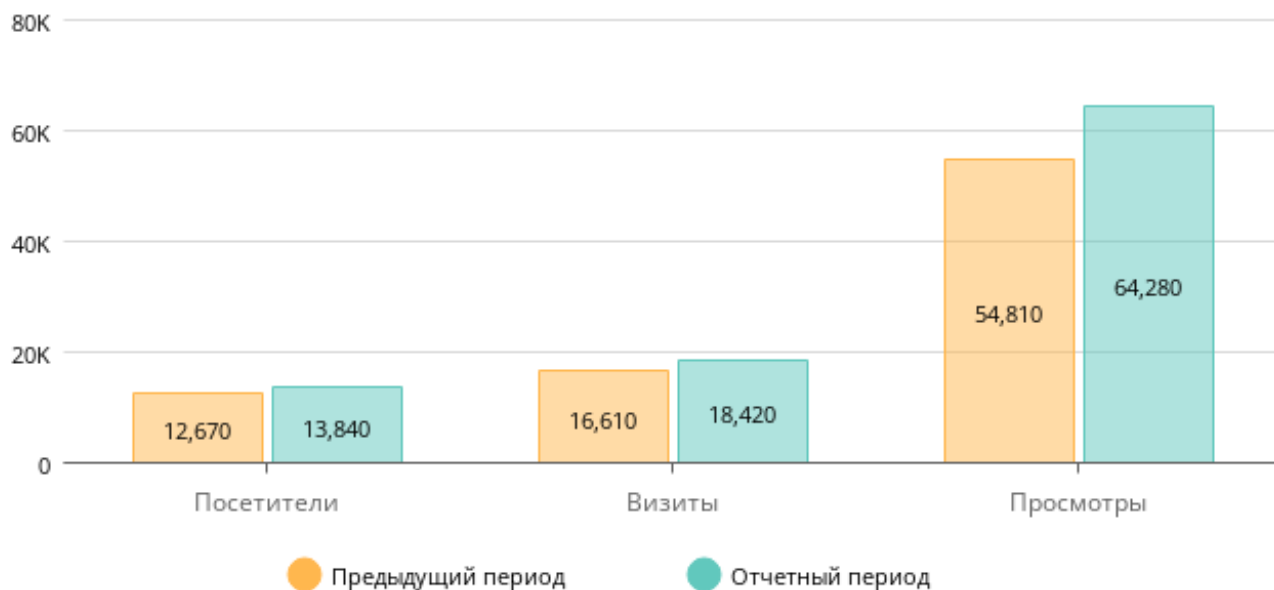
В целом SEO-работы дают не только рост посещаемости, но и измеримый вклад в заявки, звонки и продажи интернет-магазина.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Общая посещаемость и поведенческие факторы

Общая динамика положительная: выросли визиты, просмотры и количество пользователей. Это значит, что сайт стал получать больше заинтересованного трафика.



Количество посетителей:

13840 +9%

Количество визитов:

18420 +11%

Количество просмотров:

64280 +17%



Глубина просмотра

3.49 +6%



Длительность визита

02:56 +9%



Показатель отказов

24% -3

Рост посещаемости сопровождается улучшением поведения: пользователи смотрят больше страниц, дольше остаются на сайте и реже уходят сразу.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Распределение трафика по каналам

Здесь видно, из каких каналов пользователи приходят в «Мебель Маркет». Для SEO в первую очередь смотрим на строку «Поисковые системы».



№	Источник	Визиты	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
1	Поисковые системы	10260 +14%	22% -2%	3.72 +5%	03:04 +6%
2	Прямые заходы	2980 +9%	25% -2%	3.18 +5%	02:41 +6%
3	Переходы по рекламе	2410 +8%	31% -2%	2.91 +2%	02:22 +4%
4	Переходы из социальных сетей	1460 +14%	34% -2%	2.67 +6%	02:06 +7%
5	Переходы по ссылкам	910 -4%	29% -1%	3.08 +5%	02:34 +3%
6	Email-рассылки	400 +5%	18% -2%	4.21 +6%	03:38 +6%

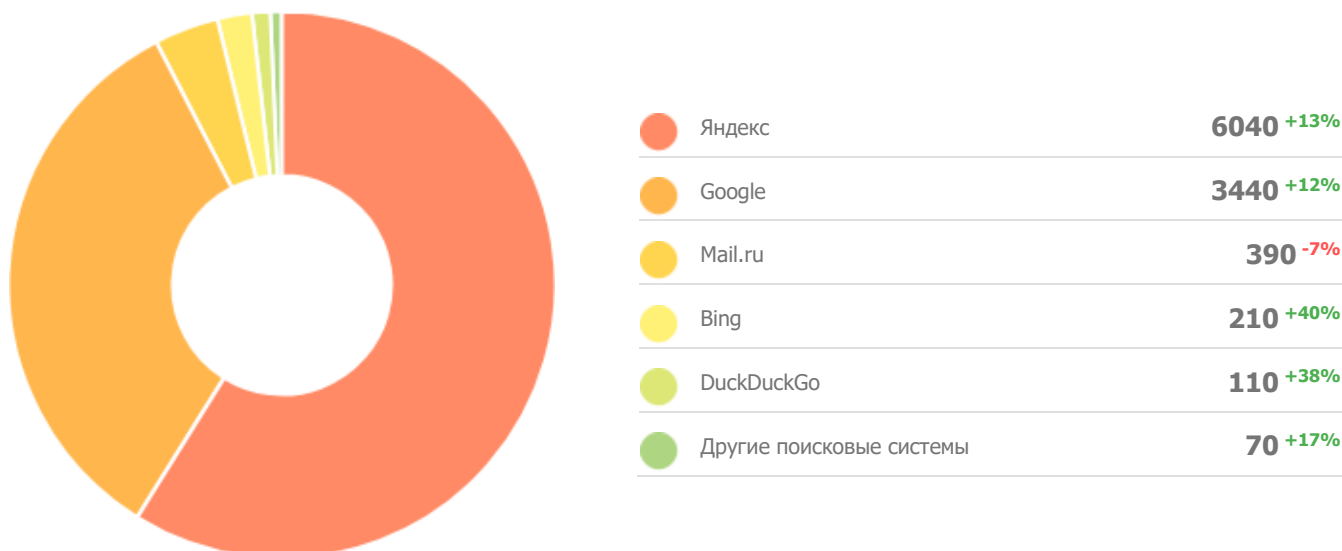
Поисковый канал остается крупнейшим источником посещений. Рост прямых заходов тоже полезен: часть пользователей сначала находит магазин в поиске, а позже возвращается напрямую.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Распределение трафика по поисковым системам

Блок показывает, из каких поисковых систем приходят покупатели. Основную долю дает Яндекс, но Google также показывает стабильный рост.



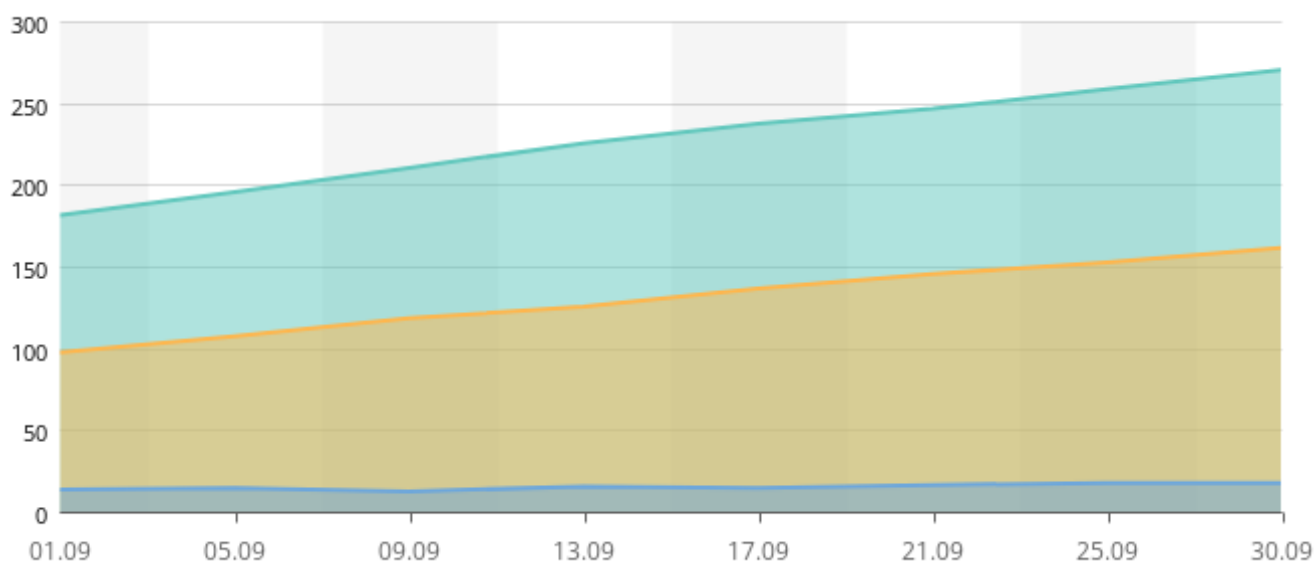
При планировании работ учитываем обе системы: в Яндексе быстрее виден эффект по коммерческим категориям, а в Google есть потенциал по информационным и товарным страницам.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Динамика переходов из поисковых систем за отчетный период

График показывает ежедневную динамику переходов из поисковых систем. Он помогает понять, был ли рост стабильным или связан с разовым всплеском.



№	Поисковая система	Визиты	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
1	Яндекс	6040 ^{+13%} 5360	21%- ^{2%} 23%	3.81 ^{+5%} 3.64	03:12 ^{+6%} 03:01
2	Google	3440 ^{+12%} 3060	24%- ^{3%} 27%	3.54 ^{+6%} 3.35	02:56 ^{+8%} 02:43
3	Mail.ru	390 ^{-7%} 420	29%- ^{2%} 31%	3.12 ^{+3%} 3.02	02:34 ^{+5%} 02:26

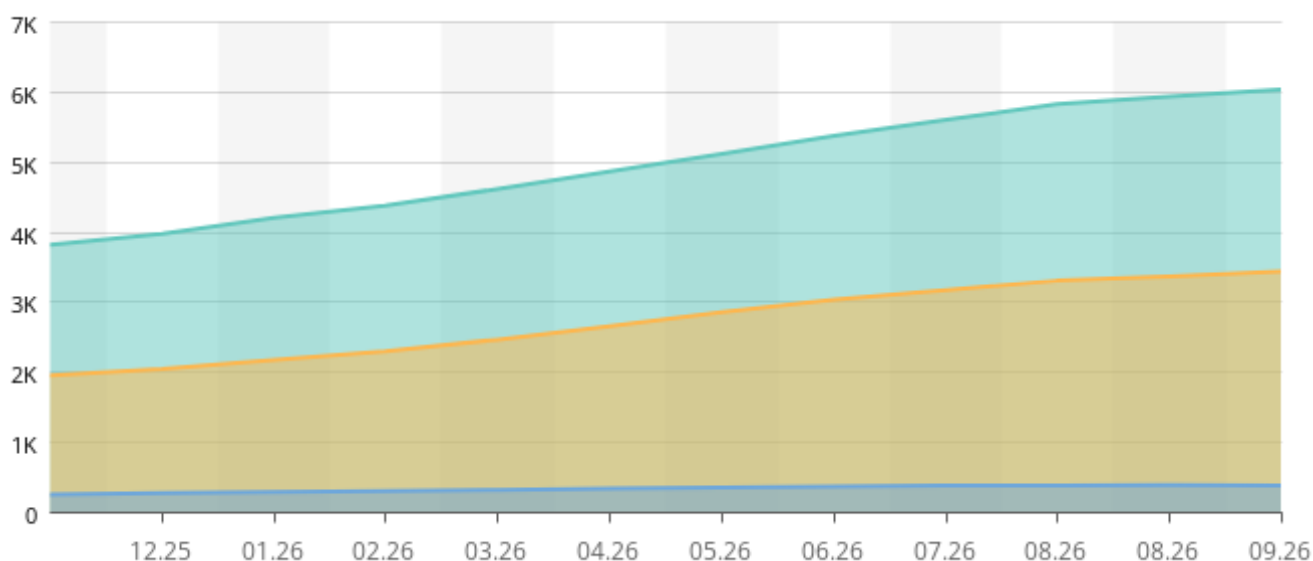
Эти данные учитываются при выборе приоритетных страниц и задач на следующий период.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Динамика переходов из поисковых систем за последние 12 месяцев

Годовая динамика показывает, как менялся поисковый трафик в долгом периоде и есть ли накопительный эффект от продвижения.



№	Поисков ая система	Визиты	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
1	Яндекс	6040 ^{+31%} 4620	21%-6% 27%	3.81 ^{+14%} 3.35	03:12 ^{+16%} 02:45
2	Google	3440 ^{+39%} 2470	24%-7% 31%	3.54 ^{+13%} 3.12	02:56 ^{+17%} 02:31
3	Mail.ru	390 ^{+20%} 326	29%-5% 34%	3.12 ^{+7%} 2.91	02:34 ^{+11%} 02:19

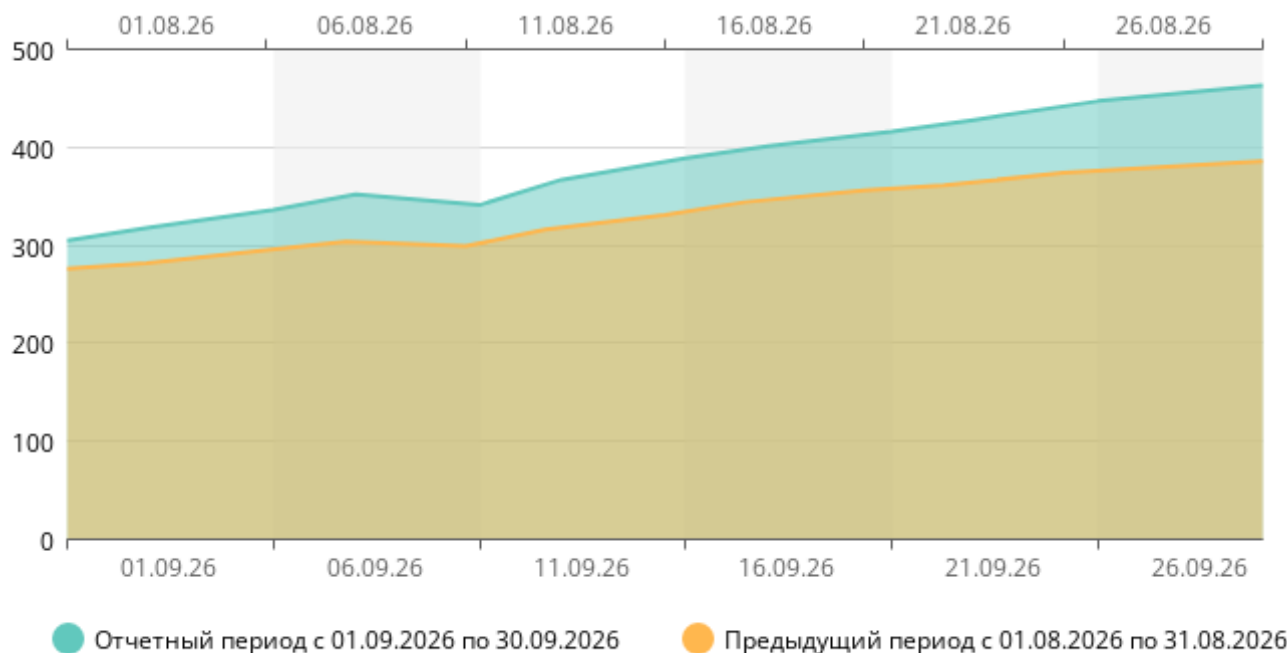
Эти данные учитываются при выборе приоритетных страниц и задач на следующий период.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Динамика поискового трафика

Поисковый трафик рос ровно в течение месяца, без резких просадок после технических работ и обновлений контента.



Визиты

10260 ↑

9020



Отказы

22% ↓

24%



Глубина просмотров

3.72 ↑

3.55



Время на сайте

03:04 ↑

02:53

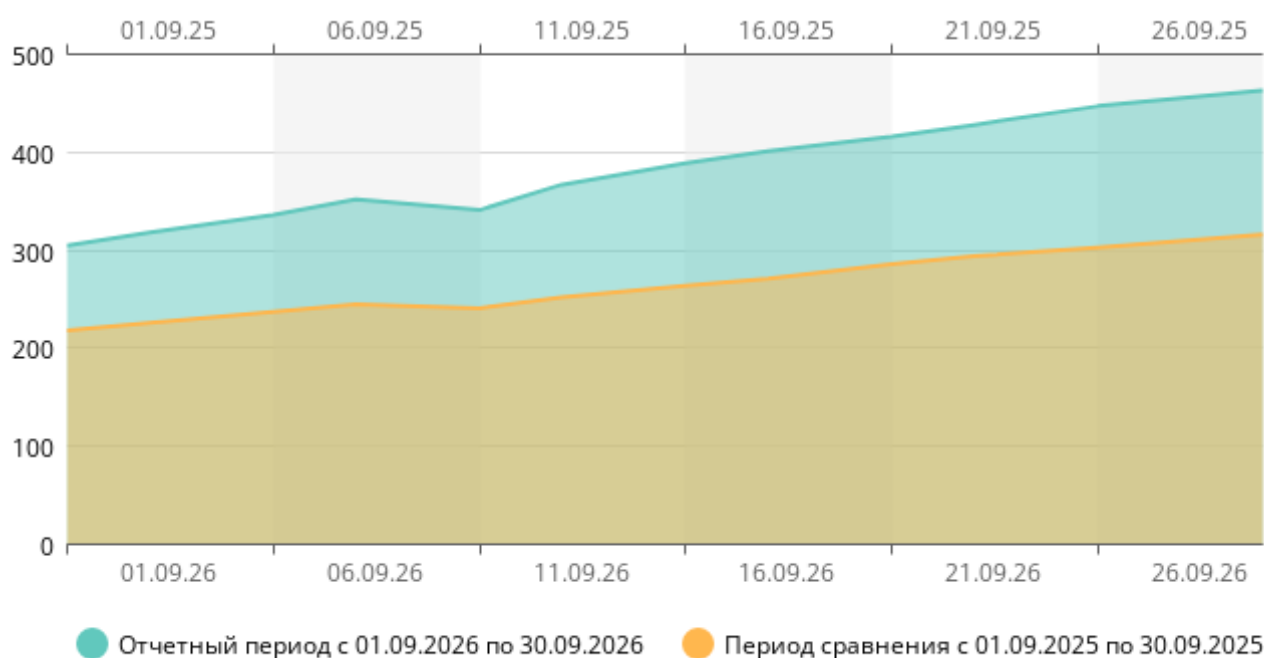
Динамика подтверждает, что рост не сформирован одним всплеском, а распределен по всему периоду.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Поисковый трафик за отчетный период (по дням) в сравнении с аналогичным периодом за прошлый год

Относительно аналогичного периода прошлого года поисковый трафик вырос примерно на треть, при этом поведенческие показатели также улучшились.



Визиты

10260 ↑

7350



Отказы

22% ↓

27%



Глубина просмотров

3.72 ↑

3.21



Время на сайте

03:04 ↑

02:38

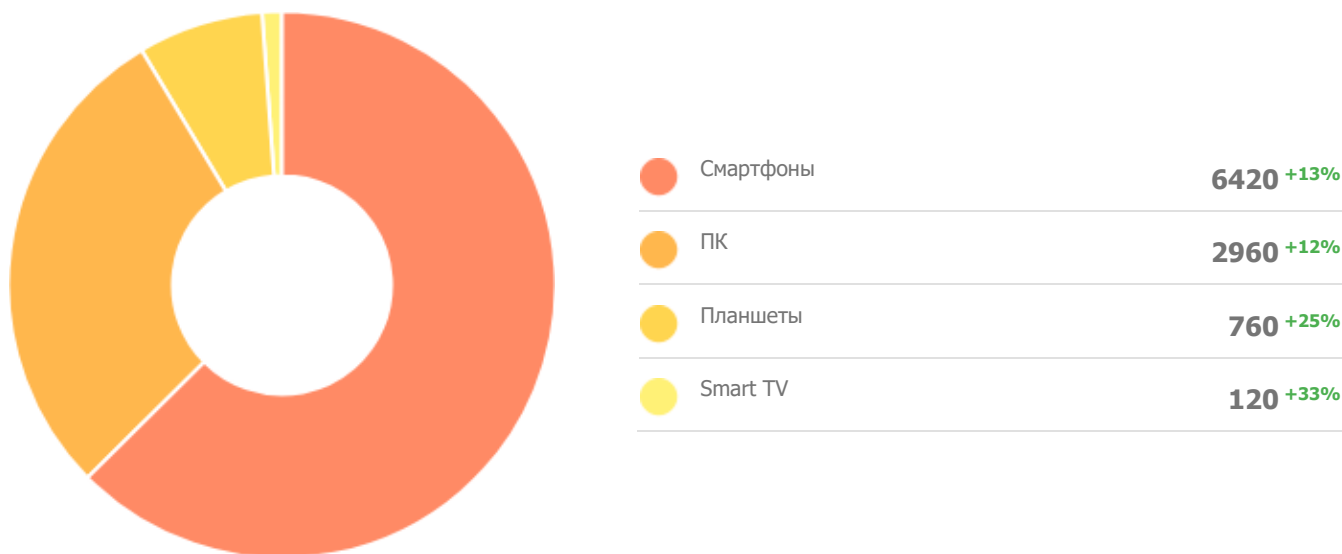
Годовая динамика показывает накопительный эффект работ с технической базой, контентом и коммерческими факторами.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Тип устройств, с которых были переходы за отчетный период

Мобильные устройства дают большую часть органического трафика, поэтому скорость и удобство карточек товара на смартфонах остаются приоритетом.



№	Тип устройства	Визиты	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
1	Смартфоны	6420	25%	3.34	02:38
2	ПК	2960	18%	4.18	03:42
3	Планшеты	760	23%	3.56	02:57
4	Smart TV	120	38%	2.12	01:21

Эти данные учитываются при выборе приоритетных страниц и задач на следующий период.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

География посетителей

Основной органический спрос сосредоточен в Москве и крупных городах. Регионы показывают стабильный прирост после расширения страниц доставки.



№	Регион	Визиты	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
1	Москва и область	4260	20%	3.91	03:14
2	Санкт-Петербург	1480	22%	3.74	03:02
3	Краснодарский край	820	25%	3.36	02:41
4	Свердловская область	690	27%	3.22	02:33
5	Татарстан	560	28%	3.18	02:29
6	Новосибирская область	430	30%	3.05	02:17
7	Нижегородская область	360	31%	3	02:12
8	Ростовская область	320	32%	2.94	02:08

Эти данные учитываются при выборе приоритетных страниц и задач на следующий период.



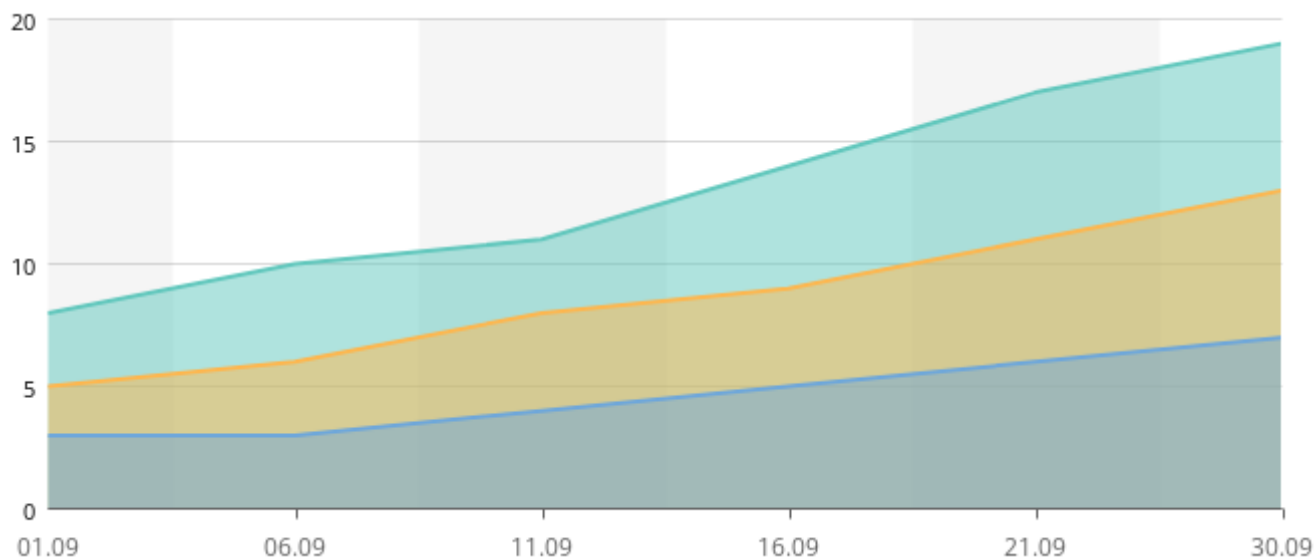
Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Переходы из нейросетей

Переходы из нейросетей пока занимают небольшую долю, но уже приводят заинтересованных пользователей на информационные материалы и категории.



№	Источник	Визиты	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
1	chatgpt.com	96 ^{+33%}	27%	3.28	02:31
2	perplexity.ai	68 ^{+26%}	24%	3.41	02:44
3	gemini.google.com	42 ^{+35%}	31%	2.96	02:08
4	copilot.microsoft.com	34 ^{+36%}	33%	2.84	01:57
5	claude.ai	21 ^{+50%}	29%	3.12	02:17

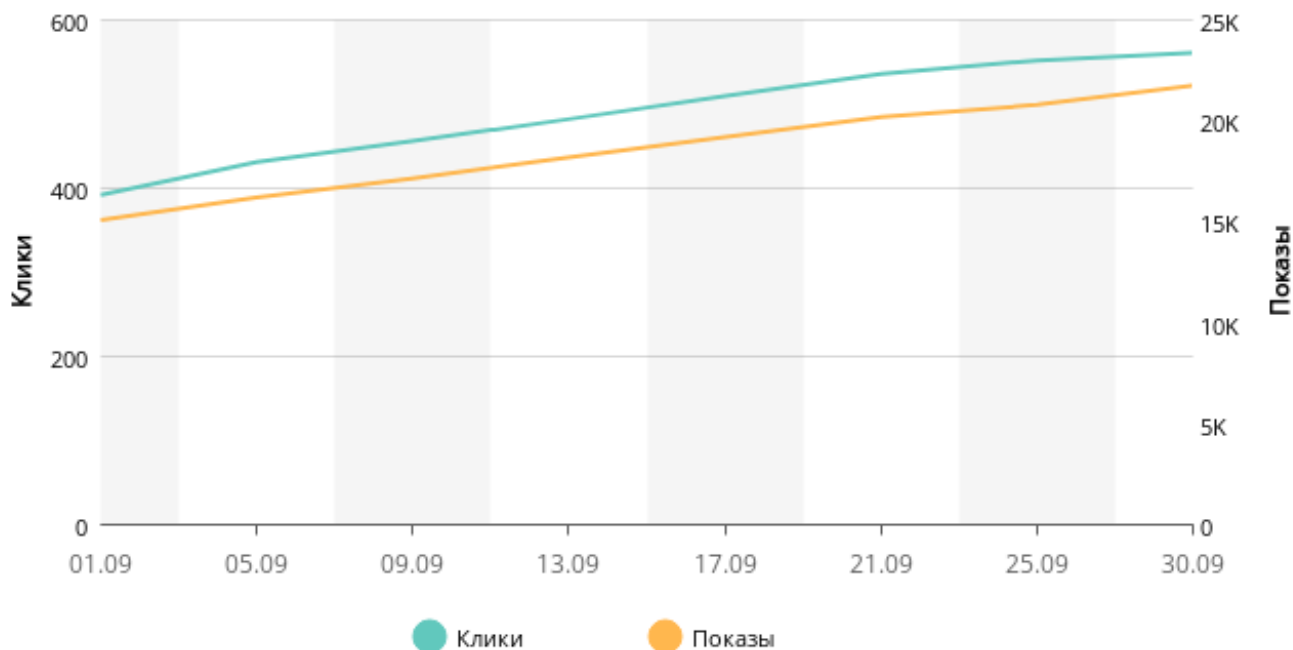
Эти данные учитываются при выборе приоритетных страниц и задач на следующий период.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Google Search Console: эффективность в поиске

Google Search Console показывает, как сайт виден в Google до перехода пользователя на сайт: сколько раз страницы показали в поиске и сколько раз по ним кликнули.



Всего кликов

3920 ↑

3350

Всего показов

148600 ↑

132400

CTR

2.6% ↑

2.5%

Ср. позиция

11.6 ↑

13.2

Сайт стал чаще появляться в Google и получает больше переходов по релевантным запросам.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Google Search Console: ТОП поисковых запросов

В Google хорошо растут запросы по матрасам, столам и детской мебели, где была усилена структура посадочных страниц.

№	Запрос	Клики	Показы	CTR	Ср. позиция
1	матрас ортопедический 160x200	420	12800	3.3%	8.4
2	обеденный стол массив	360	9800	3.7%	9.1
3	детская кровать с ящиками	310	9100	3.4%	10.2
4	кровать с подъемным механизмом	295	8600	3.4%	8.8
5	шкаф купе на заказ	260	7900	3.3%	12.7
6	мебель для прихожей современная	220	6900	3.2%	13.6
7	комод белый в спальню	190	5600	3.4%	11.8
8	диван угловой купить	170	5400	3.1%	10.9
9	модульный диван цена	148	4700	3.1%	12.2
10	кровать двуспальная недорого	126	4300	2.9%	14.1

Запросы с позицией 8-14 стоит поддержать расширенными сниппетами и дополнительными блоками контента.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Google Search Console: ТОП посадочных страниц

В Google наибольший вклад дают страницы с подробной структурой фильтров и коммерческими блоками.

№	Страница	Клики	Показы	CTR	Ср. позиция
1	https://mebel-market.com/matrasy/160x200/	620	18400	3.37%	8.6
2	https://mebel-market.com/krovati/	540	16200	3.33%	9.2
3	https://mebel-market.com/stoly/obedennye/	410	11800	3.47%	9.8
4	https://mebel-market.com/detskaya/krovati/	330	9800	3.37%	10.4
5	https://mebel-market.com/shkafy-kupe/	310	9300	3.33%	12.1
6	https://mebel-market.com/divany/uglovyie/	280	8400	3.33%	10.8
7	https://mebel-market.com/komody/	230	6900	3.33%	11.5
8	https://mebel-market.com/prihozhie/	190	6100	3.11%	13.2

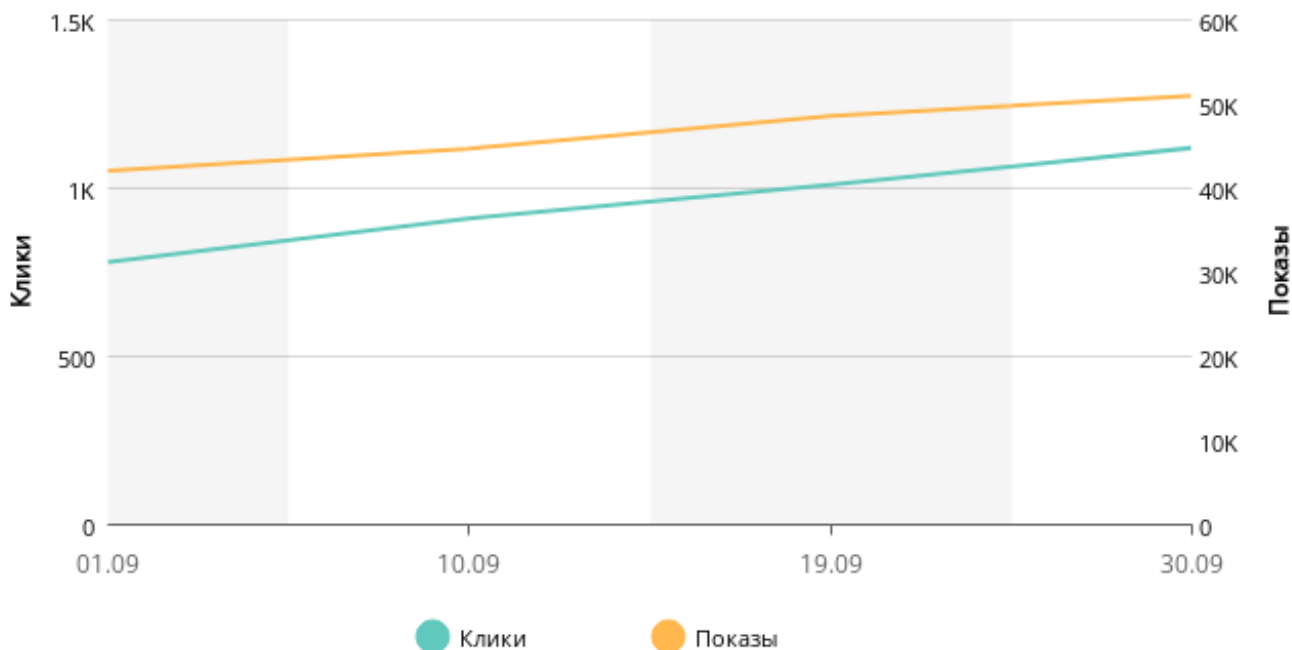
Страницы с высоким числом показов и CTR ниже среднего стоит дополнительно проработать по title и description.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Яндекс.Вебмастер: эффективность в поиске

Яндекс.Вебмастер показывает, как страницы «Мебель Маркет» отображаются в Яндексе: показы, клики и среднюю позицию в выдаче.



Всего кликов

3820 ↑

3350

Всего показов

186400 ↑

171900

CTR

2% ↑

1.9%

Ср. позиция

12.7 ↑

13.8

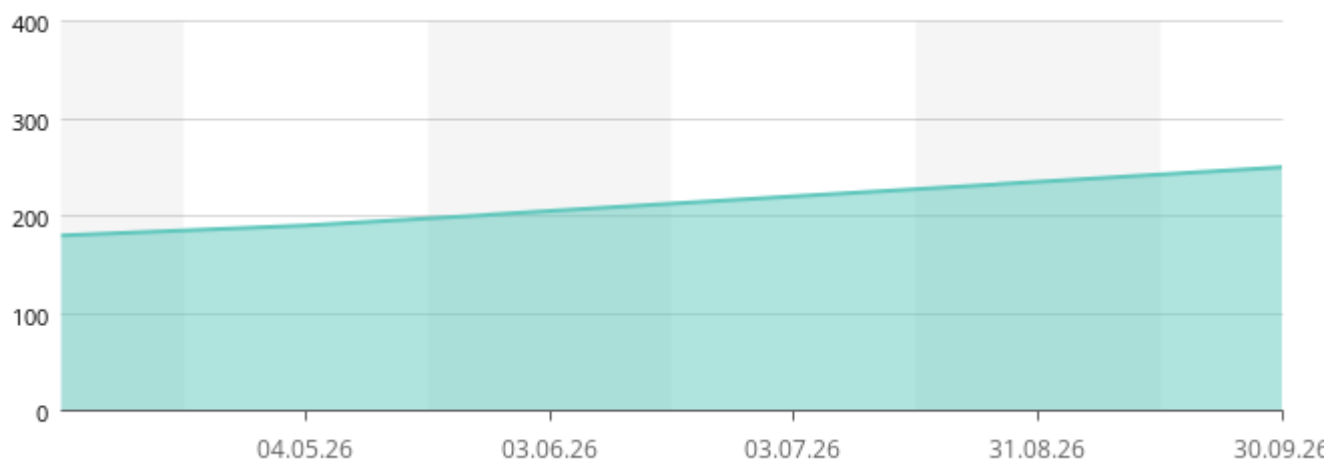
Рост кликов при улучшении средней позиции означает, что поисковая выдача стала чаще приводить покупателей на нужные категории.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Яндекс.Вебмастер: история изменения ИКС

Индекс качества сайта растет вместе с улучшением структуры, контента и пользовательских факторов.



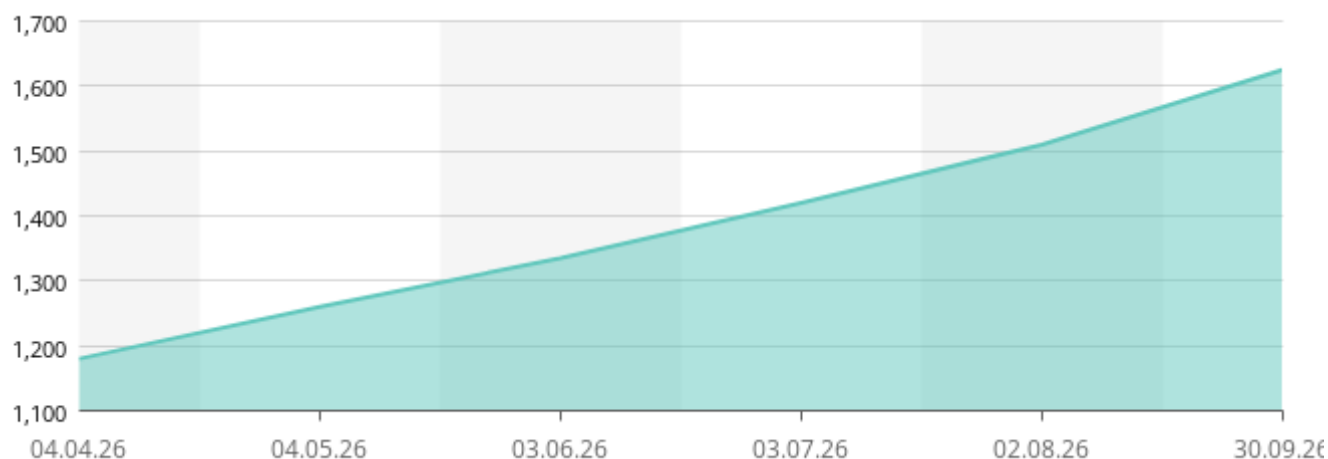
Эти данные учитываются при выборе приоритетных страниц и задач на следующий период.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Яндекс.Вебмастер: история индексирования

Количество страниц в поиске стабильно растет после исправления дублей и обновления карты сайта.

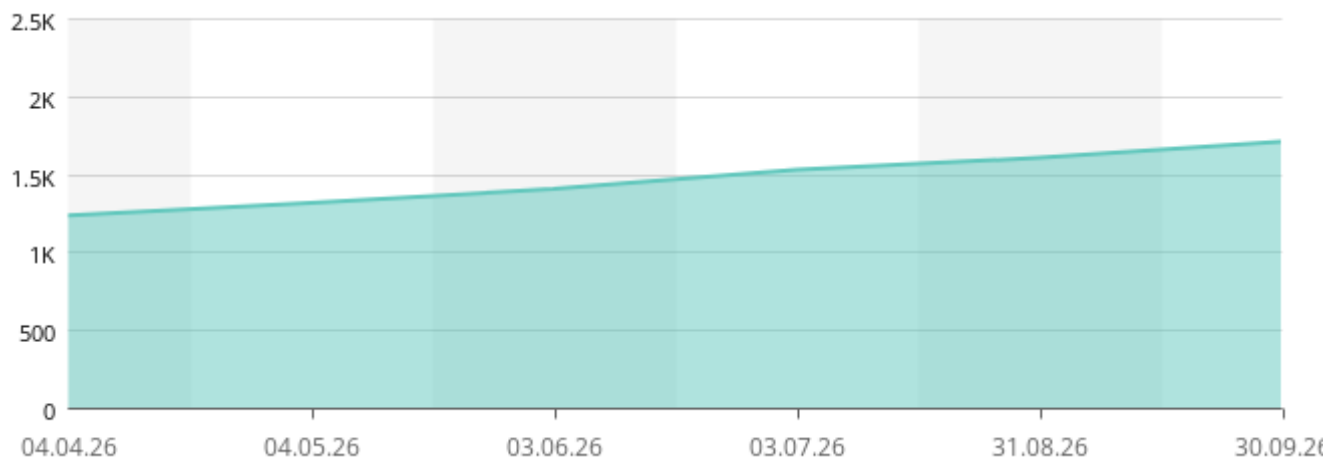




Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Яндекс.Вебмастер: график ссылочной массы

Ссылочная масса растет без резких всплесков, что выглядит естественно для постепенного продвижения категорий.



Эти данные учитываются при выборе приоритетных страниц и задач на следующий период.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Яндекс.Вебмастер: ТОП поисковых запросов

В таблице показаны запросы, по которым пользователи чаще всего видели и открывали сайт в Яндексе.

№	Запрос	Клики	Показы	CTR	Ср. позиция
1	купить диван с доставкой	420	12800	3.3%	5.8
2	модульные диваны цена	360	10450	3.4%	6.4
3	угловой диван для гостиной	310	9350	3.3%	7.1
4	кровать с подъемным механизмом	270	8200	3.3%	8.2
5	шкаф купе на заказ	245	7900	3.1%	8.7
6	матрас ортопедический 160x200	220	7100	3.1%	9.1
7	комод белый в спальню	185	5300	3.5%	6.9
8	обеденный стол массив	160	4850	3.3%	9.8
9	мебель для прихожей современная	140	4300	3.3%	10.4
10	детская кровать с ящиками	115	3900	2.9%	11.2

Запросы с большим числом показов и невысоким CTR используем как список страниц, где нужно улучшать заголовки и описание в поиске.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Сравнение кликабельности поисковых запросов в Яндекс и Google

Сравнение кликов помогает увидеть запросы, где Яндекс и Google дают разный вклад, и точнее расставить приоритеты по страницам.

№	Запрос	Яндекс	Google
1	матрас ортопедический 160x200	220	420
2	кровать с подъемным механизмом	270	295
3	обеденный стол массив	160	360
4	шкаф купе на заказ	245	260
5	детская кровать с ящиками	115	310
6	купить диван с доставкой	420	-
7	комод белый в спальню	185	190
8	модульные диваны цена	360	-
9	мебель для прихожей современная	140	220
10	угловой диван для гостиной	310	-
11	диван угловой купить	-	170
12	модульный диван цена	-	148

Эти данные учитываются при выборе приоритетных страниц и задач на следующий период.

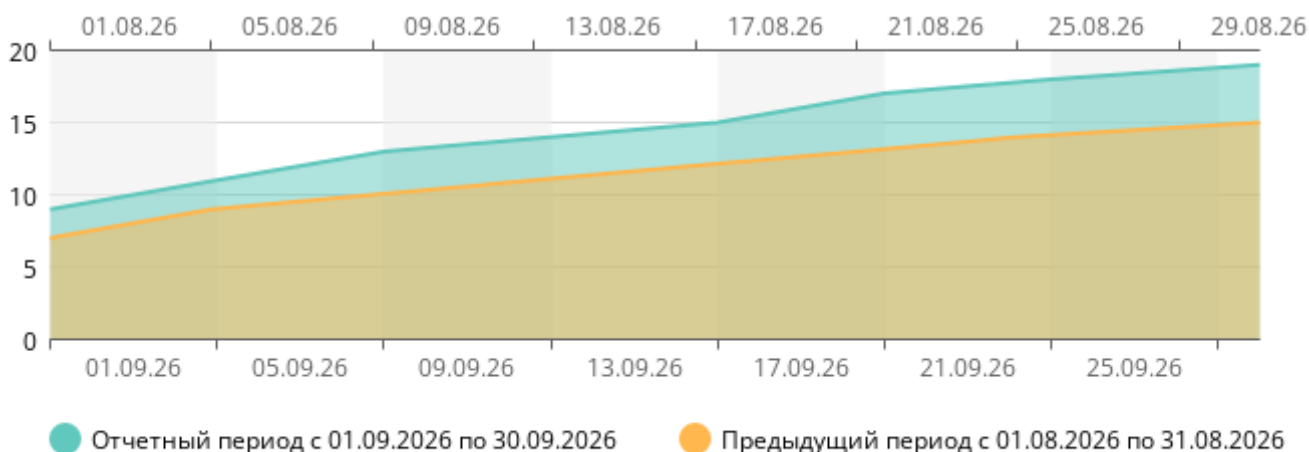


Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Конверсии по всем источникам

Количество целевых действий выросло вместе с органическим трафиком, при этом конверсия сохранилась на стабильном уровне.

Заказ в корзине



Достижения цели:

116 +27%



Конверсия:

0.63% +0.14



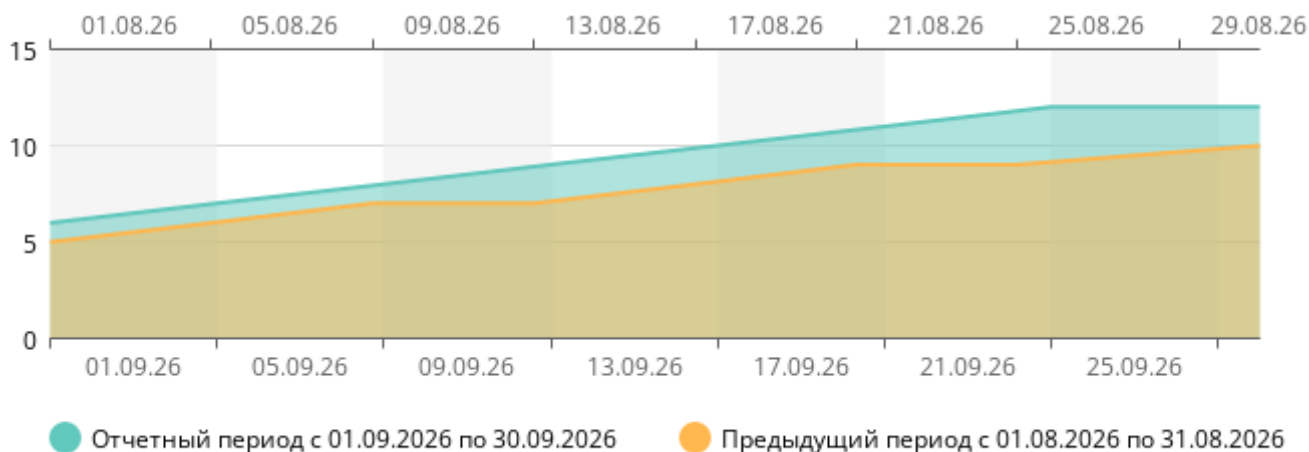
Цена одной конверсии:

4310.34р. -16%



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Заявка на консультацию



Достижения цели:

75^{+23%}



Конверсия:

0.41%^{+0.08}



Цена одной конверсии:

6666.67p.^{-13%}

Рост целевых действий подтверждает, что увеличение трафика идет за счет релевантных страниц и запросов.

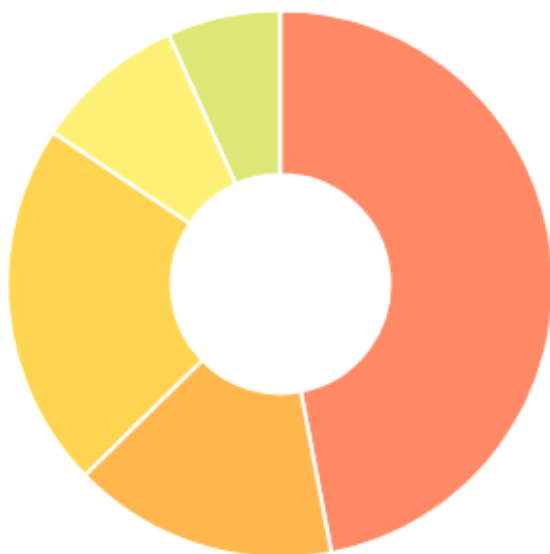


Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Распределение конверсий по каналам

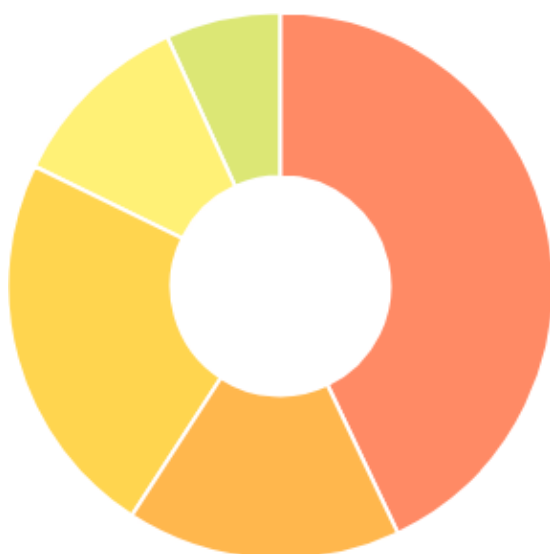
Поисковые системы дают наибольший объем целевых действий и сохраняют стабильную долю в общей структуре конверсий.

Заказ в корзине



● Переходы из поисковых систем	126 +21%
● Прямые заходы	42 +11%
● Переходы по рекламе	58 +9%
● Переходы из социальных сетей	24 +20%
● Переходы по ссылкам	18 -5%

Заявка на консультацию



● Переходы из поисковых систем	82 +21%
● Прямые заходы	31 +11%
● Переходы по рекламе	44 +13%
● Переходы из социальных сетей	21 +17%
● Переходы по ссылкам	13 +8%



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Органический канал лидирует по объему, поэтому дальнейшее расширение семантики напрямую влияет на итоговые заявки.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Сводные таблицы конверсий по каналам

Таблица помогает быстро сравнить вклад каналов по каждой цели и увидеть, где рост конверсий наиболее заметен.

Таблица 1

№	Цель	Переходы из поисковых систем	Прямые заходы	Переходы по рекламе	Переходы из социальных сетей
1	Заказ в корзине	126 ^{+21%}	42 ^{+11%}	58 ^{+9%}	24 ^{+20%}
2	Заявка на консультацию	82 ^{+21%}	31 ^{+11%}	44 ^{+13%}	21 ^{+17%}

Таблица 2

№	Цель	Переходы по ссылкам
1	Заказ в корзине	18 ^{-5%}
2	Заявка на консультацию	13 ^{+8%}

Эти данные учитываются при выборе приоритетных страниц и задач на следующий период.

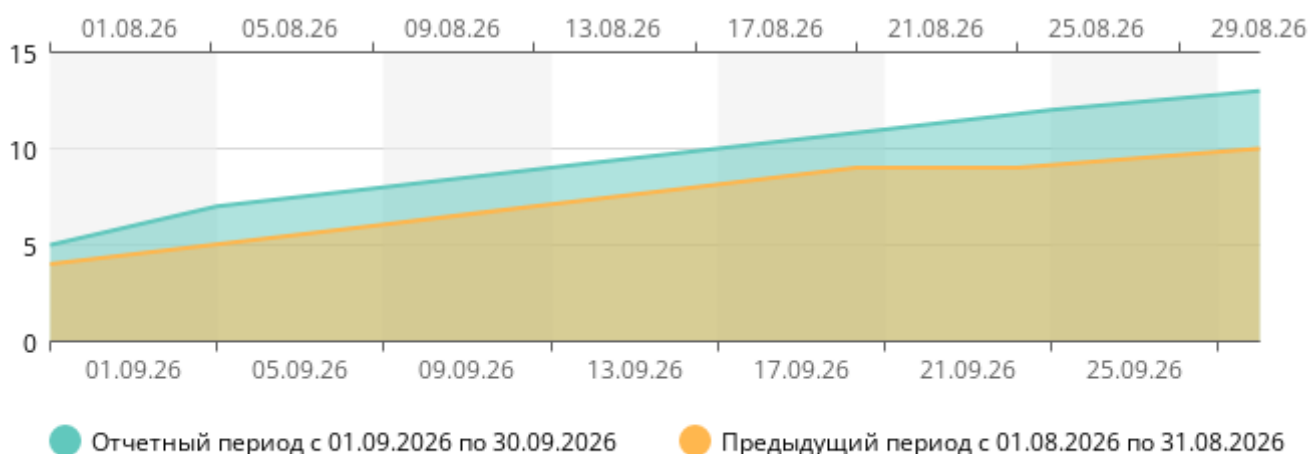


Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Конверсии из поисковых систем

Из поискового канала растут обе ключевые цели: пользователи чаще добавляют товары в корзину и отправляют заявки на консультацию.

Заказ в корзине



Достижения цели:

75^{+29%}



Конверсия:

0.41%^{+0.1}



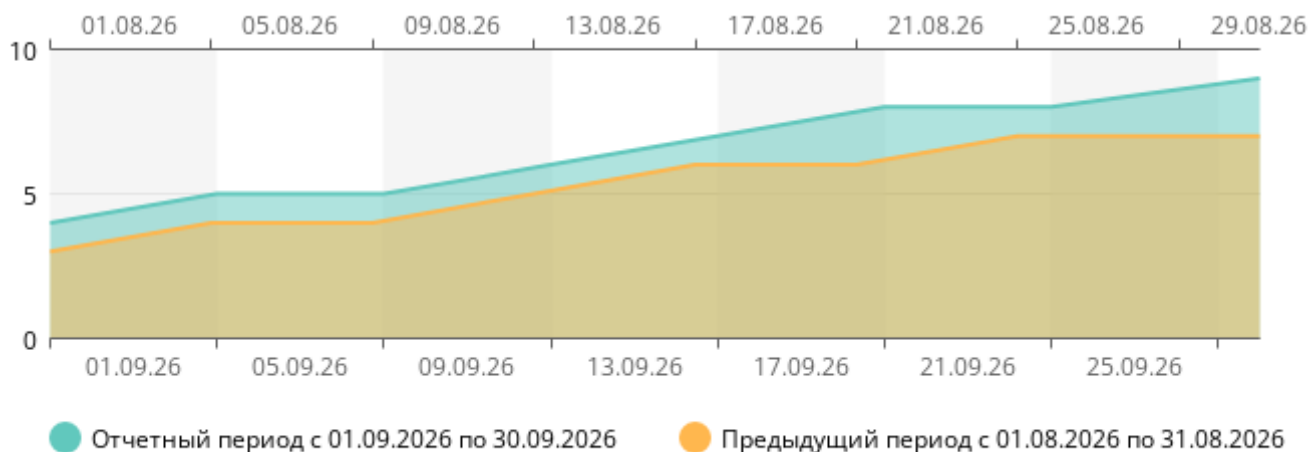
Цена одной конверсии:

2466.67р.^{-15%}



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Заявка на консультацию



Достижения цели:

52 +24%



Конверсия:

0.28% +0.05



Цена одной конверсии:

3557.69р. -11%

Поисковые конверсии растут быстрее общего трафика, что говорит о повышении релевантности посадочных страниц.

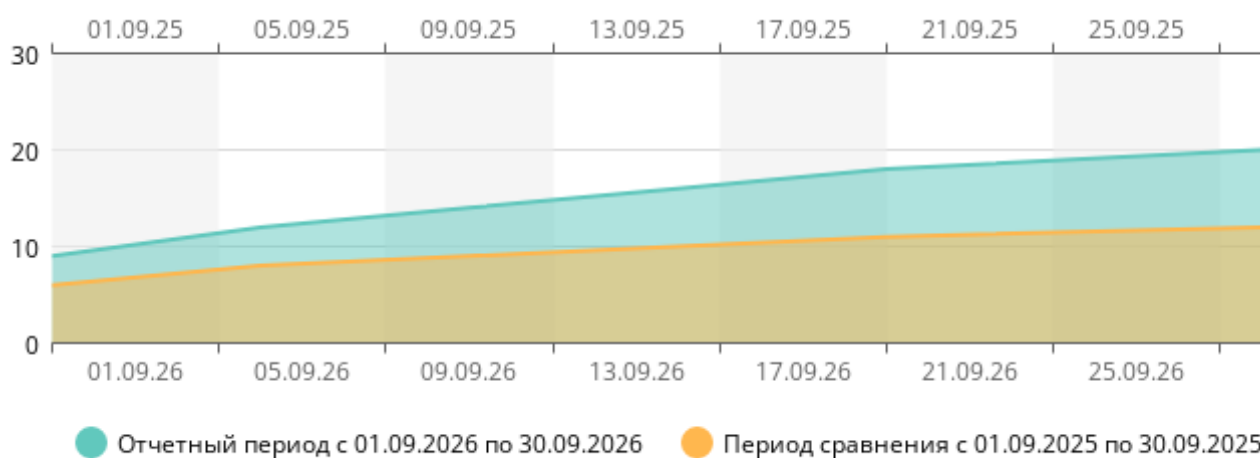


Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Конверсии по всем источникам (сравнение с прошлым годом)

По сравнению с аналогичным периодом прошлого года конверсии выросли заметнее трафика, что отражает повышение качества посадочных страниц.

Заказ в корзине



Достижения цели:

89 ↑

56



Конверсия:

3.13% ↑

2.43%



Цена одной конверсии:

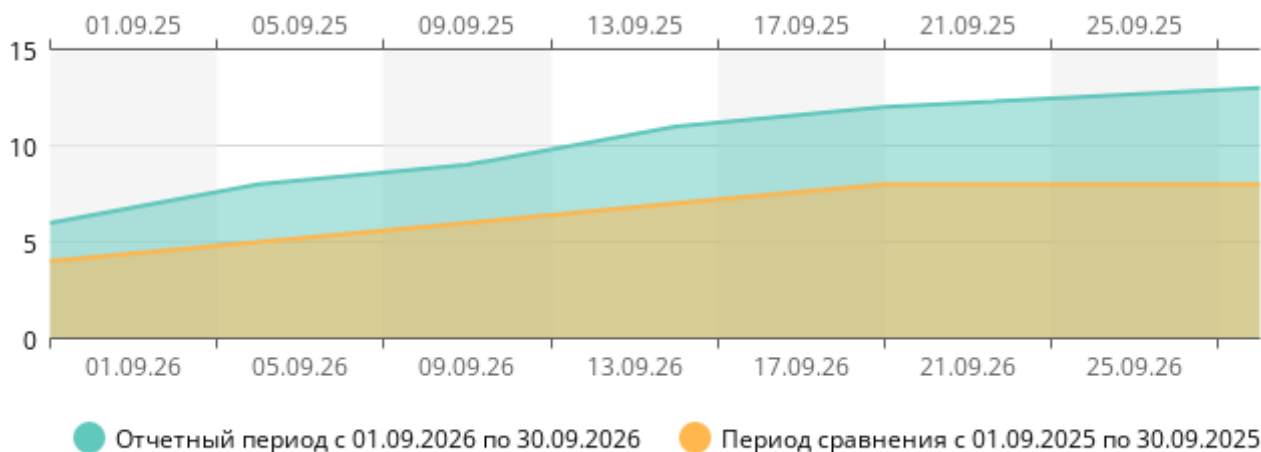
5617.98р. ↓

8928.57р.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Заявка на консультацию



Достижения цели:

59 ↑

38



Конверсия:

2.03% ↑

1.57%



Цена одной конверсии:

8474.58р. ↓

13157.89р.

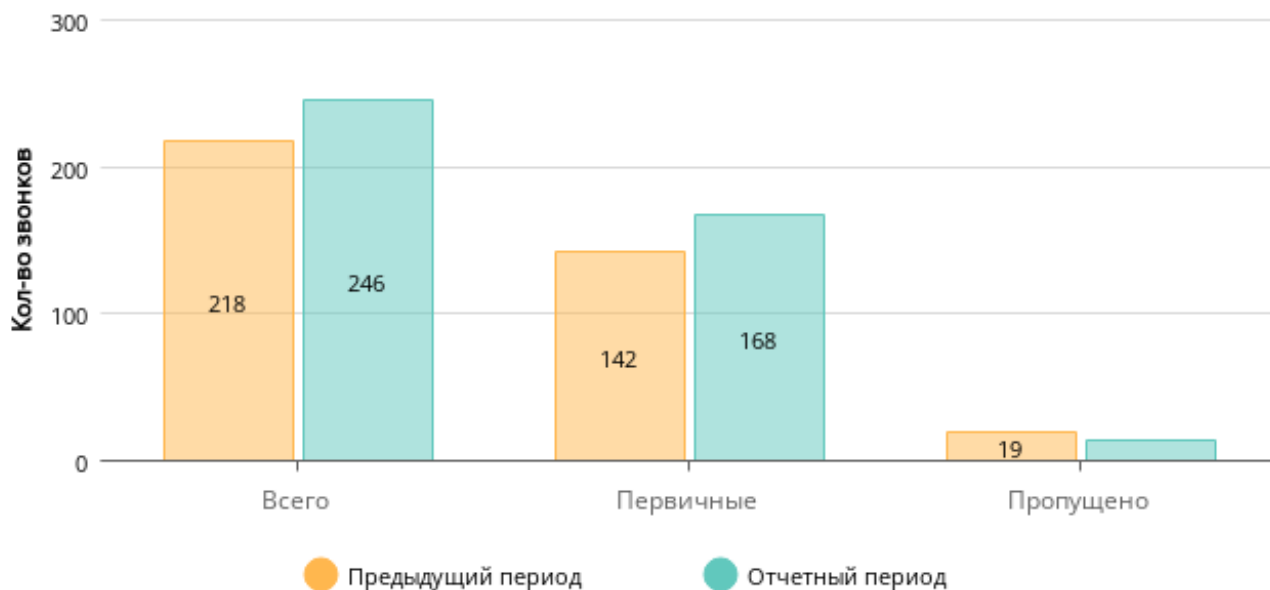
Эти данные учитываются при выборе приоритетных страниц и задач на следующий период.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Статистика по звонкам

Звонки остаются важным дополнительным способом покупки мебели: часть пользователей приходит из поиска, но оформляет заказ после консультации.



Количество звонков:

246 +13%



Среднее время разговора:

03:34 +9%

Первичных звонков:

168 +18%



Среднее ожидания ответа:

00:18 -25%

Пропущенных звонков:

14 -26%



Средняя цена звонка:

320р. -6%

Расходы на звонки: 78 720р. +6%

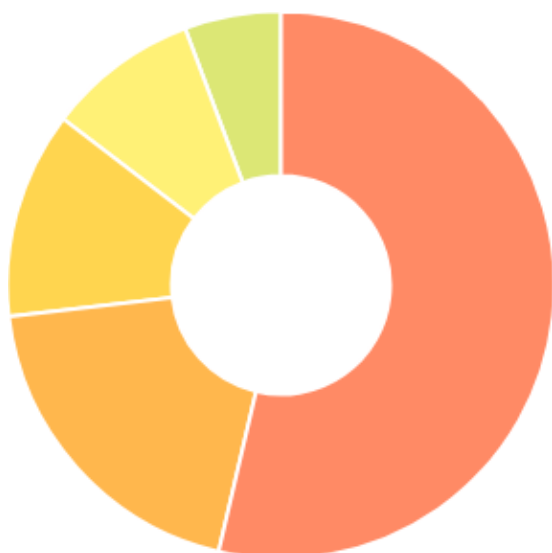
Эти данные учитываются при выборе приоритетных страниц и задач на следующий период.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Источники звонков

Больше всего звонков дает органический поиск, особенно по запросам с выбором модели, размера и условий доставки.



Переходы из поисковых систем	132 +19%
Прямые заходы	48 +9%
Переходы с сайтов	30 +15%
Переходы из рекламы	22 -8%
Переходы из социальных сетей	14 +8%

№	Источник	Звонков	Пропущено	Стоимость 1 звонка	Общая стоимость
1	Переходы из поисковых систем	132	6	290	38280
2	Прямые заходы	48	3	310	14880
3	Переходы с сайтов	30	2	330	9900
4	Переходы из рекламы	22	2	410	9020
5	Переходы из социальных сетей	14	1	390	5460

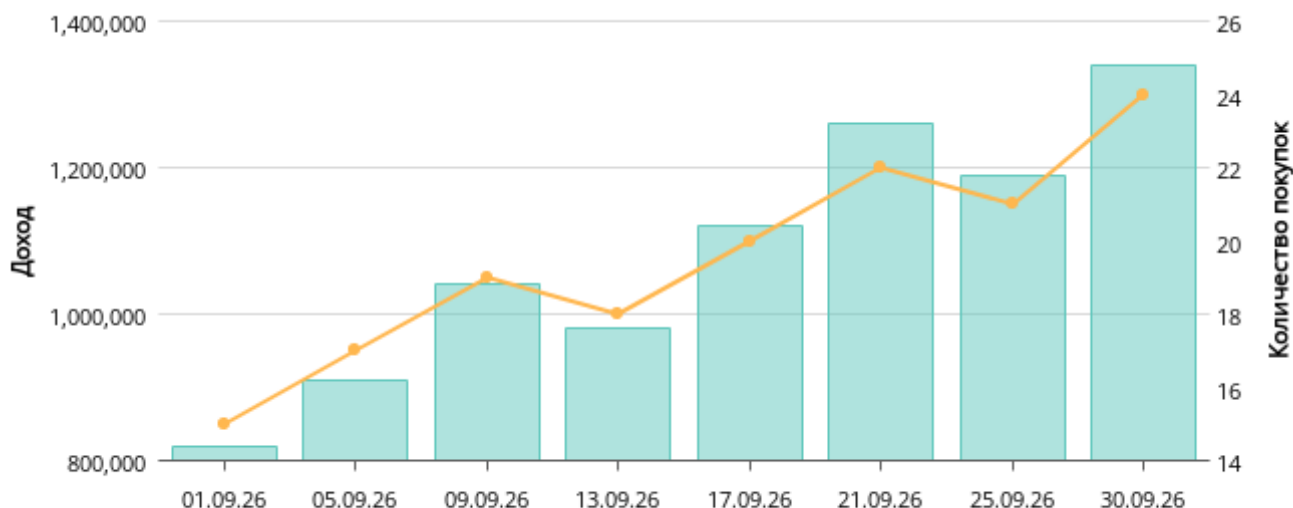
Эти данные учитываются при выборе приоритетных страниц и задач на следующий период.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Электронная коммерция

Продажи из интернет-магазина растут вместе с органическим спросом: увеличилось количество покупок, средний доход с визита и общая выручка.



Количество посетителей:

24860 +11%

Количество покупок:

512 +17%

Конверсия в покупку:

2.06% +0.11

Средний доход с визита:

1 157р. +8%

Средний чек:

56 172р. +3%

Доход:

28 760 000р. +20%

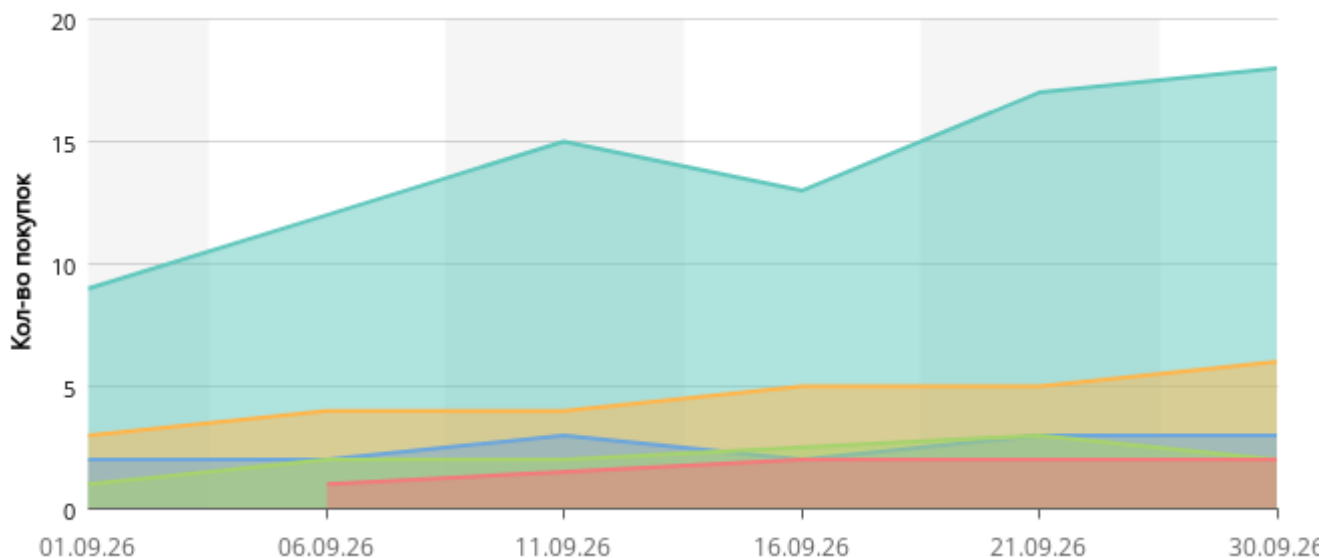
Рост выручки поддержан не только трафиком: средний чек и конверсия также выше прошлого периода.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Доход по источникам трафика

Основной вклад в покупки дают поисковые системы, при этом прямые заходы и переходы с сайтов поддерживают повторные продажи.



№	Источник	Визитов	Кол-во покупок	Ср. чек	Доход
1	Переходы из поисковых систем	13640	286	56958р.	16290000р.
2	Прямые заходы	4380	92	55761р.	5130000р.
3	Переходы с сайтов	2560	48	55000р.	2640000р.
4	Переходы из рекламы	2180	42	55000р.	2310000р.
5	Переходы из социальных сетей	1260	24	55417р.	1330000р.
6	Рассылки	840	20	53000р.	1060000р.

Органика не только приводит больше пользователей, но и дает наибольшую долю покупок и выручки.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Доход по ключевым словам

Коммерческие поисковые запросы по диванам, кроватям и матрасам дают не только трафик, но и заметную долю выручки.

№	Источник	Визитов	Кол-во покупок	Ср. чек	Доход
1	купить угловой диван	860	34	60000р.	2040000р.
2	диван еврокнижка цена	740	29	55000р.	1595000р.
3	кровать с подъемным механизмом	680	27	65000р.	1755000р.
4	матрас 160x200 ортопедический	610	25	35000р.	875000р.
5	шкаф купе на заказ	540	18	70000р.	1260000р.
6	обеденный стол массив	420	16	45000р.	720000р.
7	комод в спальню купить	360	14	35000р.	490000р.
8	детская кровать с ящиками	310	12	45000р.	540000р.

Фразы с конкретным типом товара и коммерческими модификаторами дают лучшую конверсию в покупку.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

География продаж

Продажи распределены между крупными регионами, при этом Москва и Санкт-Петербург дают почти половину заказов.



Москва и область	192	+16%
Санкт-Петербург	84	+17%
Краснодарский край	56	+24%
Свердловская область	48	+23%
Татарстан	42	+20%
Новосибирская область	34	+10%
Другие	56	+12%

№	Регион	Визитов	Кол-во покупок	Ср. чек	Доход
1	Москва и область	8420	192	56979р.	10940000р.
2	Санкт-Петербург	3840	84	57024р.	4790000р.
3	Краснодарский край	2460	56	55000р.	3080000р.
4	Свердловская область	2180	48	56250р.	2700000р.
5	Татарстан	1900	42	55000р.	2310000р.
6	Новосибирская область	1560	34	55000р.	1870000р.

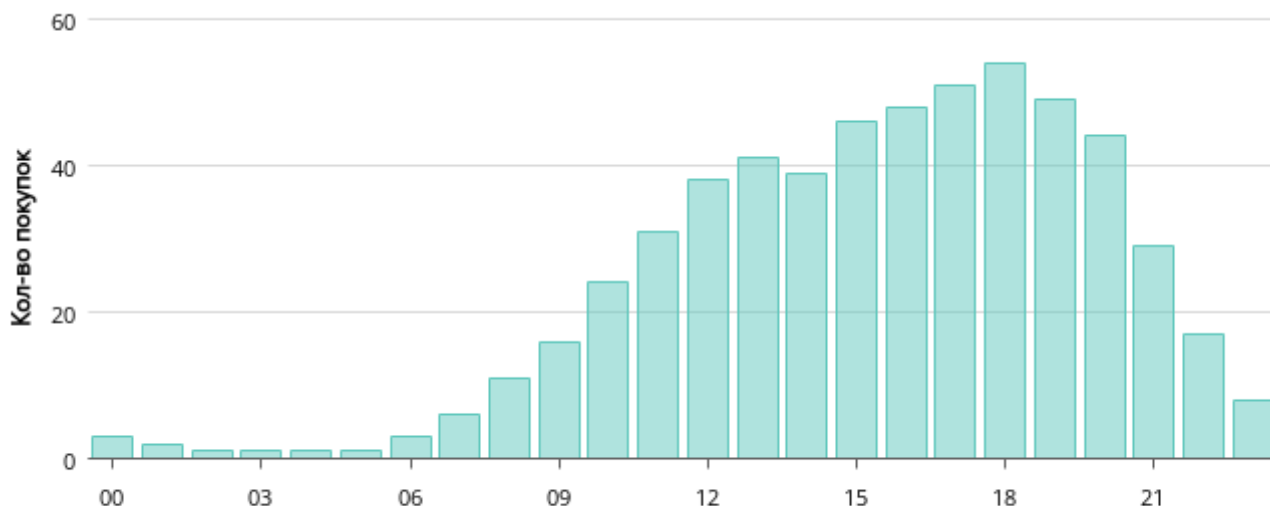
Эти данные учитываются при выборе приоритетных страниц и задач на следующий период.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Пиковые часы продаж

Пик заказов приходится на дневные и вечерние часы, когда пользователи чаще возвращаются к подбору мебели после первичного поиска.



№	Час	Визитов	Кол-во покупок	Ср. чек	Доход
1	00	210	3	56000р.	168000р.
2	01	150	2	54000р.	108000р.
3	02	110	1	52000р.	52000р.
4	03	85	1	47000р.	47000р.
5	04	70	1	59000р.	59000р.
6	05	95	1	63000р.	63000р.
7	06	180	3	52000р.	156000р.
8	07	360	6	54000р.	324000р.
9	08	680	11	55455р.	610000р.
10	09	960	16	53125р.	850000р.
11	10	1240	24	56250р.	1350000р.
12	11	1480	31	57419р.	1780000р.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

№	Час	Визитов	Кол-во покупок	Ср. чек	Доход
13	12	1630	38	56316р.	2140000р.
14	13	1710	41	56829р.	2330000р.
15	14	1680	39	56154р.	2190000р.
16	15	1860	46	56739р.	2610000р.
17	16	1940	48	56875р.	2730000р.
18	17	2050	51	56471р.	2880000р.
19	18	2120	54	56111р.	3030000р.
20	19	1980	49	56122р.	2750000р.
21	20	1760	44	55455р.	2440000р.
22	21	1320	29	55862р.	1620000р.
23	22	840	17	55000р.	935000р.
24	23	420	8	54000р.	432000р.

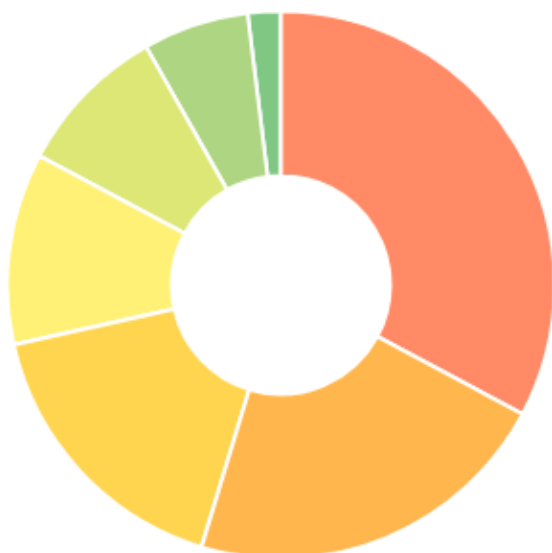
Эти данные учитываются при выборе приоритетных страниц и задач на следующий период.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Популярные категории товаров

Больше всего покупок приходится на мягкую мебель и спальни, где поисковая видимость выросла сильнее всего.



Диваны	168	+21%
Кровати	112	+17%
Матрасы	86	+21%
Шкафы-купе	58	+21%
Стол�ы и стулья	46	+10%
Комоды	32	+10%
Другие	10	-23%

№	Категория	Кол-во покупок	Ср. чек	Доход
1	Диваны	168	60000р.	10080000р.
2	Кровати	112	65000р.	7280000р.
3	Матрасы	86	35000р.	3010000р.
4	Шкафы-купе	58	70000р.	4060000р.
5	Стол�ы и стулья	46	45000р.	2070000р.
6	Комоды	32	35000р.	1120000р.

Категории с максимальным поисковым спросом остаются основным драйвером продаж.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Популярные товары

В топ продаж попали товары из категорий, по которым в SEO-работах обновлялись тексты, фильтры и карточки.



Угловой диван Nord	58 +23%
Кровать Oslo 160x200	46 +18%
Матрас Balance 160x200	42 +24%
Шкаф-купе Loft 180	36 +16%
Диван-кровать Milan	34 +17%
Обеденный стол Verona	28 +17%
Другие	268 +15%

№	Категория	Кол-во покупок	Доход
1	Угловой диван Nord	58	3480000р.
2	Кровать Oslo 160x200	46	2990000р.
3	Матрас Balance 160x200	42	1470000р.
4	Шкаф-купе Loft 180	36	2520000р.
5	Диван-кровать Milan	34	1870000р.
6	Обеденный стол Verona	28	1260000р.

Лучшие карточки стоит использовать как шаблон для доработки описаний, микроразметки и внутренней перелинковки.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Популярные посадочные страницы по всем источникам

В топе посадочных страниц остаются категории с высоким коммерческим спросом и обновленные карточки популярных товаров.

№	URL	Визитов
1	https://mebel-market.com/divany/	2140 ^{+14%}
2	https://mebel-market.com/krovati/	1580 ^{+14%}
3	https://mebel-market.com/shkafy-kupe/	1260 ^{+14%}
4	https://mebel-market.com/matrasy/160x200/	1040 ^{+17%}
5	https://mebel-market.com/divany/uglovyie/	920 ^{+21%}
6	https://mebel-market.com/stoly/obedennyye/	710 ^{+9%}
7	https://mebel-market.com/komody/	620 ^{+9%}
8	https://mebel-market.com/detskaya/krovati/	540 ^{+13%}
9	https://mebel-market.com/prihozhie/	470 ^{+15%}
10	https://mebel-market.com/dostavka/	380 ^{+12%}

Приоритетные категории растут быстрее средних значений по сайту, что подтверждает корректный выбор SEO-фокуса.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Популярные посадочные страницы из поисковых систем

Из поиска лучше всего работают страницы категорий, где доработаны тексты, фильтры и коммерческие элементы.

№	URL	Визитов
1	https://mebel-market.com/divany/	1460 ^{+18%}
2	https://mebel-market.com/krovati/	1120 ^{+17%}
3	https://mebel-market.com/shkafy-kupe/	860 ^{+21%}
4	https://mebel-market.com/matrasy/160x200/	780 ^{+26%}
5	https://mebel-market.com/divany/uglovyie/	690 ^{+28%}
6	https://mebel-market.com/stoly/obedennyye/	520 ^{+13%}
7	https://mebel-market.com/komody/	440 ^{+13%}
8	https://mebel-market.com/detskaya/krovati/	390 ^{+18%}
9	https://mebel-market.com/prihozhie/	330 ^{+18%}
10	https://mebel-market.com/dostavka/	240 ^{+14%}

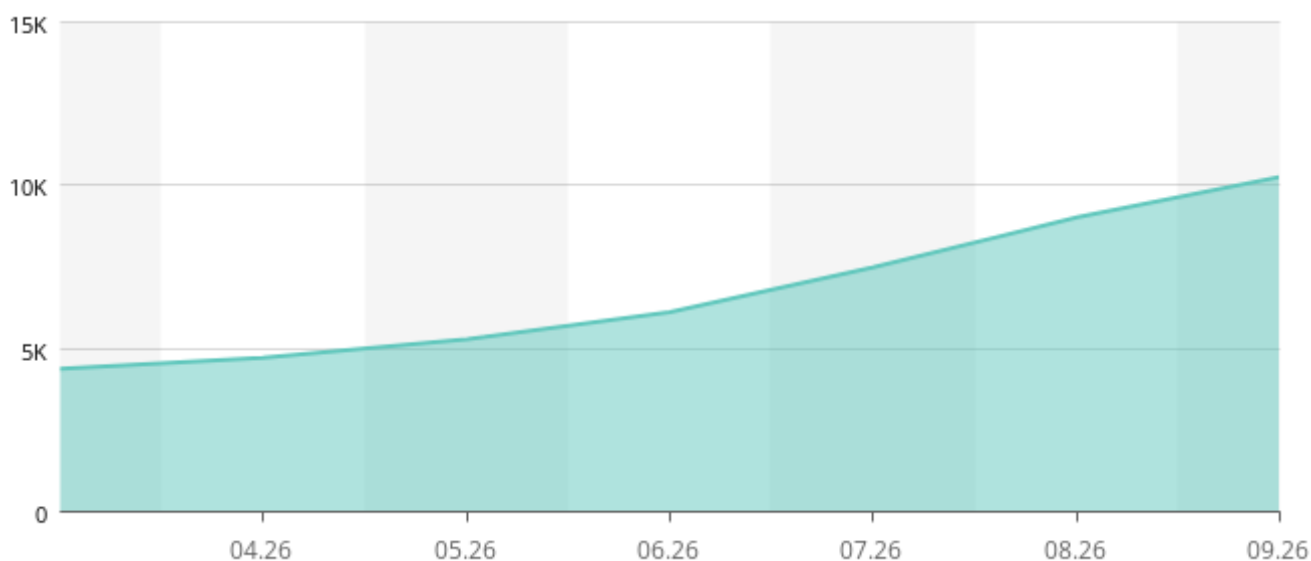
Наибольший потенциал остается у страниц, которые находятся на позициях 8-15 и уже получают заметный поисковый трафик.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Динамика поискового трафика по месяцам

С начала продвижения поисковый трафик вырос более чем в два раза: первые результаты появились после технической оптимизации, затем рост поддержали новые посадочные страницы.



№	Месяц	Визиты	Рост с начала
1	Сентябрь 2026	10 260 ^{+14%}	+134%
2	Август 2026	9 020 ^{+21%}	+106%
3	Июль 2026	7 480 ^{+22%}	+71%
4	Июнь 2026	6 120 ^{+16%}	+40%
5	Май 2026	5 290 ^{+12%}	+21%
6	Апрель 2026	4 720 ^{+8%}	+8%
7	Март 2026	4 380	—

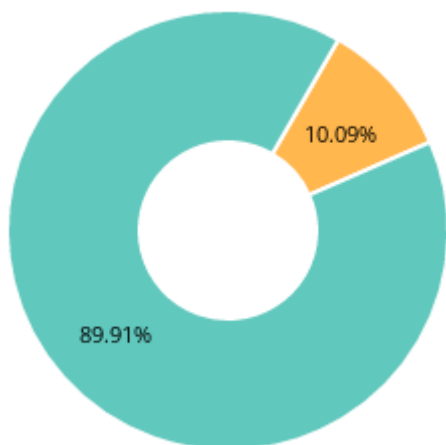
Эти данные учитываются при выборе приоритетных страниц и задач на следующий период.



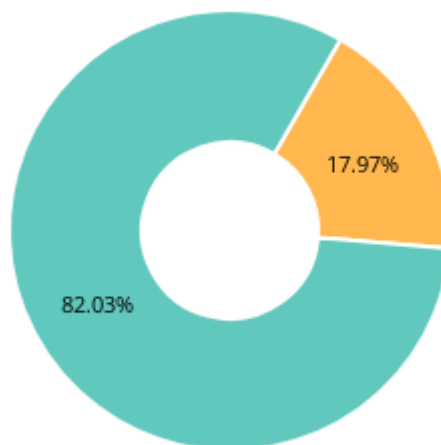
Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Разделение трафика на брендовый и небрендовый

Небрендовый трафик занимает большую долю organic, а брендовый сегмент показывает более высокую вовлеченность и конверсию.



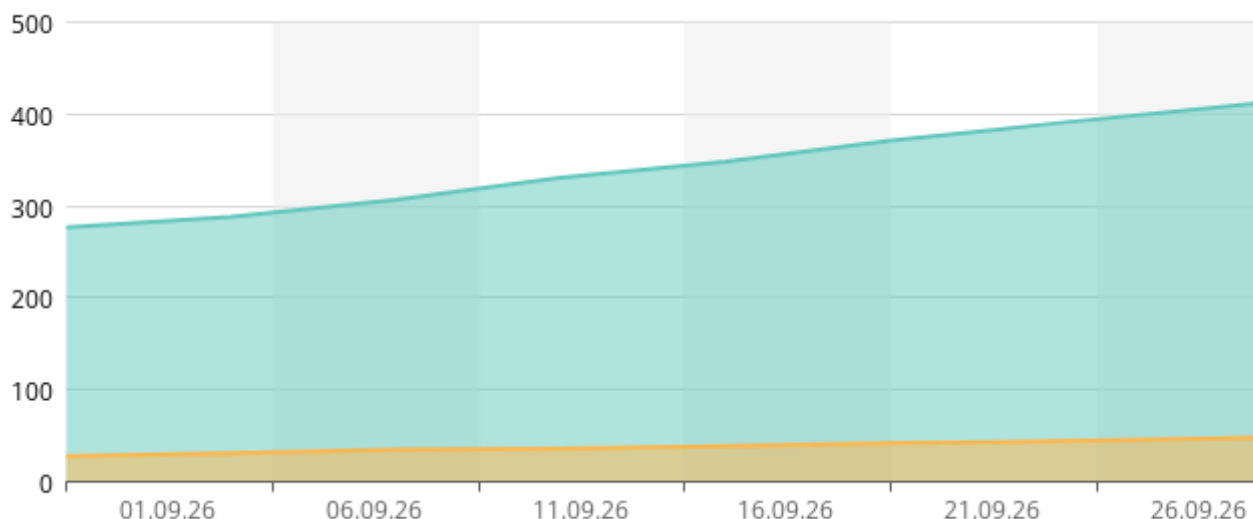
Доля брендового трафика



Доля брендовых целевых действий

Вид трафика	Визиты	Глубина просмотра	Показатель отказов	Целевые действия	Конверсия
Брендовый	1035	4.04	17%	78	7.54%
Небрендовый	9225	3.64	23%	356	3.86%

Распределение трафика по дням





Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Доля небрендового трафика растет, что важно для масштабирования SEO-канала за пределами существующего спроса на бренд.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Популярные поисковые фразы

В топе поисковых фраз преобладают коммерческие запросы по категориям, где за период улучшились позиции и сниппеты.

№	Фраза	Визитов
1	купить диван с доставкой	620 ^{+19%}
2	модульные диваны цена	510 ^{+21%}
3	угловой диван для гостиной	430 ^{+23%}
4	кровать с подъемным механизмом	390 ^{+24%}
5	шкаф купе на заказ	340 ^{+17%}
6	матрас ортопедический 160x200	310 ^{+19%}
7	обеденный стол массив	240 ^{+14%}
8	комод белый в спальню	210 ^{+14%}
9	мебель для прихожей современная	170 ^{+13%}
10	детская кровать с ящиками	150 ^{+17%}

Запросы с высокой коммерческой ценностью стоит дополнительно поддерживать внутренними ссылками и блоками преимуществ.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Популярные брендовые поисковые фразы

Брендовый спрос по «Мебель Маркет» растет: пользователи чаще ищут магазин по названию после повторных визитов и изучения отзывов.

№	Фраза	Визитов
1	мебель маркет диваны	360 ^{+16%}
2	mebel market мебель	290 ^{+16%}
3	мебельмаркет кровати	170 ^{+20%}
4	мебель маркет доставка	120 ^{+15%}
5	мебель маркет отзывы	95 ^{+13%}

Брендовые запросы обычно дают более вовлеченных пользователей, но основной источник масштабирования SEO — рост по небрендовым товарным запросам.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Переходы с сайтов

Реферальный трафик дает небольшой, но качественный вклад: лучше всего работают обзоры и подборки мебели.

№	Источник	Визиты
1	market.yandex.ru	240 ^{+10%}
2	dzen.ru	180 ^{+27%}
3	vc.ru	126 ^{+7%}
4	houzz.ru	112 ^{+17%}
5	otzovik.com	96 ^{+9%}
6	irecommend.ru	82 ^{+8%}
7	forumhouse.ru	74 ^{+23%}
8	2gis.ru	62 ^{+15%}

Эти данные учитываются при выборе приоритетных страниц и задач на следующий период.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Страницы с высоким показателем отказов

В список попали страницы с достаточным трафиком и повышенной долей отказов. Часть из них требует доработки первого экрана и фильтров.

№	Страница	Визиты	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
1	https://mebel-market.com/rasprodazha/	360	58%	1.42	00:54
2	https://mebel-market.com/divany/akcii/	280	52%	1.66	01:08
3	https://mebel-market.com/matrasy/deshevye/	240	49%	1.84	01:16
4	https://mebel-market.com/shkafy-kupe/uzkie/	210	47%	1.91	01:22
5	https://mebel-market.com/dostavka/regiony/	190	54%	1.58	01:01
6	https://mebel-market.com/blog/kak-vybrat-divan/	170	50%	1.76	01:18

Для этих страниц стоит проверить соответствие интента, скорость загрузки, наличие товаров и заметность СТА.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Общая статистика по позициям

По приоритетному семантическому ядру выросла доля запросов в ТОП-10, средняя позиция улучшилась за счет категорий диванов и кроватей.

Всего запросов:

140 ⁺⁸

Видимость:

42.8% ^{-5%}

Средняя позиция:

18.6 ⁻³

Позиций улучшилось:

48

Позиций без изменений:

75

Позиций ухудшилось:

17

Кол-во в ТОП-1:

8 ⁺²

Кол-во в ТОП-3:

18 ⁺⁴

Кол-во в ТОП-5:

31 ⁺⁷

Кол-во в ТОП-10:

57 ⁺¹¹

Кол-во в ТОП-30:

92 ⁺¹²

Кол-во в ТОП-50:

118 ⁺¹⁰

Основной рост пришелся на страницы, где были доработаны мета-теги, коммерческие блоки и внутренняя перелинковка.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Общая статистика позиций по регионам

По регионам виден схожий тренд: Москва растет быстрее, но Google также постепенно подтягивает коммерческие запросы.

Yandex - Москва

Всего запросов:

100

Видимость:

45.6% -5%

Средняя позиция:

17.4 -3

Позиций улучшилось:

34

Позиций без изменений:

54

Позиций ухудшилось:

12

Кол-во в ТОП-1:

6 +2

Кол-во в ТОП-3:

14 +4

Кол-во в ТОП-5:

24 +6

Кол-во в ТОП-10:

43 +9

Кол-во в ТОП-30:

70 +10

Кол-во в ТОП-50:

88 +8



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Google - Москва

Всего запросов:

40

Видимость:

40% ^{-6%}

Средняя позиция:

19.8 ⁻²

Позиций улучшилось:

14

Позиций без изменений:

21

Позиций ухудшилось:

5

Кол-во в ТОП-1:

2

Кол-во в ТОП-3:

4 ⁺¹

Кол-во в ТОП-5:

7 ⁺¹

Кол-во в ТОП-10:

14 ⁺²

Кол-во в ТОП-30:

22 ⁺²

Кол-во в ТОП-50:

30 ⁺²

Эти данные учитываются при выборе приоритетных страниц и задач на следующий период.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Вхождение в ТОП 10 по поисковым системам

Доля запросов в ТОП-10 выросла в обеих поисковых системах, особенно по группам диванов и кроватей.

№	Поисковая система	На начало периода	На конец периода
1	ТОП 10 в Yandex - Москва	46%	57%
2	ТОП 10 в Google - Москва	35%	48%

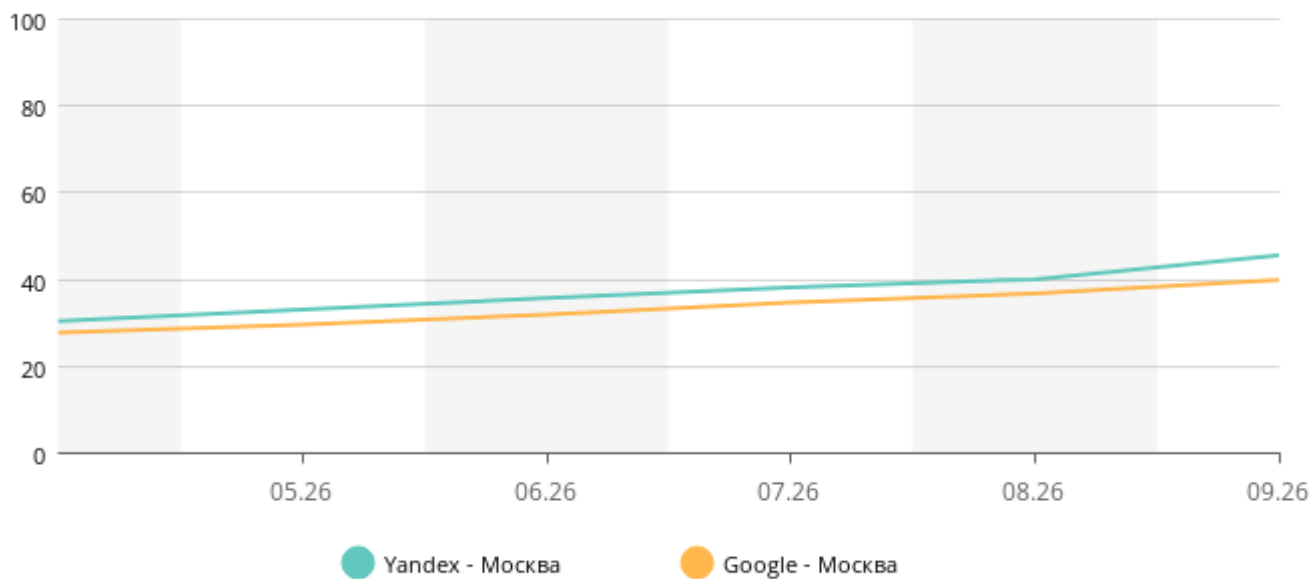
Запросы на границе ТОП-10 остаются ближайшей точкой роста для следующего периода.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Видимость запросов по проекту

Видимость растет плавно: после технических правок поисковые системы начали лучше ранжировать коммерческие категории.



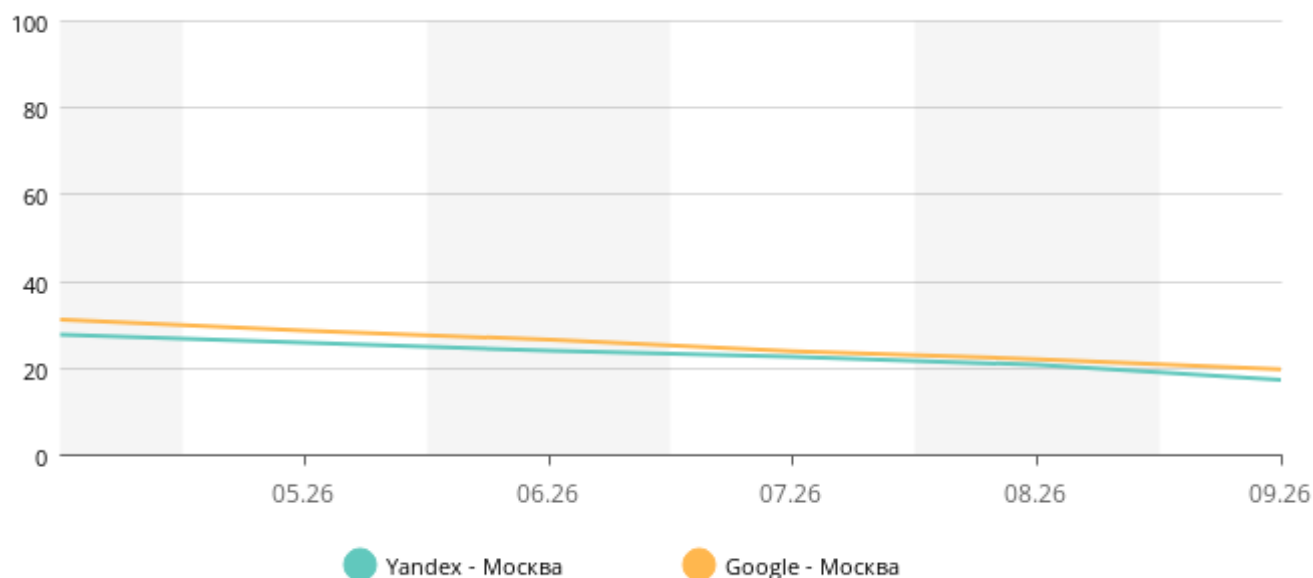
Положительная динамика есть в обеих поисковых системах, сильнее всего — в Яндексе по московскому региону.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Динамика по средней позиции

Средняя позиция улучшается на протяжении всего периода продвижения, без резких просадок после обновлений выдачи.



Дополнительный потенциал роста остается по запросам с текущими позициями 11-20.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Позиции в поисковых системах

Ниже показаны ключевые фразы, по которым заметна динамика после оптимизации посадочных страниц.

Yandex - Москва

№	Поисковая фраза	01.03.26	31.08.26	30.09.26	Сравнение с первым месяцем
1	купить диван с доставкой https://mebel-market.com/divany/	18	12	7 ⁺⁵	+11
2	модульные диваны цена https://mebel-market.com/divany/modulnye/	24	15	9 ⁺⁶	+15
3	угловой диван для гостиной https://mebel-market.com/divany/uglovy/	31	18	10 ⁺⁸	+21
4	кровать с подъемным механизмом https://mebel-market.com/krovati/podemnyy-mehanizm/	22	14	8 ⁺⁶	+14
5	шкаф купе на заказ https://mebel-market.com/shkafy-kupe/	37	25	16 ⁺⁹	+21
6	комод белый в спальню https://mebel-market.com/komody/	28	19	12 ⁺⁷	+16
7	диван еврокнижка купить https://mebel-market.com/divany/evroknizhka/	26	17	8 ⁺⁹	+18
8	прямой диван недорого https://mebel-market.com/divany/pryamy/	34	22	13 ⁺⁹	+21
9	диван кровать для ежедневного сна https://mebel-market.com/divany/divan-krovat/	28	19	11 ⁺⁸	+17
10	маленький диван на кухню https://mebel-	39	27	18 ⁺⁹	+21



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

	market.com/divany/kuhonnye/				
11	кожаный диван купить https://mebel-market.com/divany/kozhanye/	45	32	21 ⁺¹¹	+24
12	кресло кровать купить https://mebel-market.com/kresla/kresla-krovati/	41	29	17 ⁺¹²	+24
13	двухспальная кровать 160x200 https://mebel-market.com/krovati/160x200/	30	20	11 ⁺⁹	+19
14	кровать деревянная массив https://mebel-market.com/krovati/derevyannye/	36	24	16 ⁺⁸	+20
15	кровать с ящиками для хранения https://mebel-market.com/krovati/s-yaschikami/	33	21	12 ⁺⁹	+21
16	матрас ортопедический 160x200 https://mebel-market.com/matrasyy/160x200/	34	23	14 ⁺⁹	+20
17	матрас жесткий купить https://mebel-market.com/matrasyy/zhestkie/	43	30	20 ⁺¹⁰	+23
18	шкаф купе в спальню https://mebel-market.com/shkafy-kupe/v-spalnyu/	40	28	18 ⁺¹⁰	+22
19	шкаф распашной белый https://mebel-market.com/shkafy/raspashnye/	46	35	24 ⁺¹¹	+22
20	тумба под телевизор https://mebel-market.com/tumby/tumby-pod-tv/	44	31	22 ⁺⁹	+22
21	обеденный стол массив https://mebel-market.com/stoly/obedennye/	29	21	15 ⁺⁶	+14
22	кухонный стол раскладной https://mebel-market.com/stoly/kuhonnye-	38	26	17 ⁺⁹	+21



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

	raskladnye/				
23	стулья для кухни купить https://mebel-market.com/stulya/kuhonnye/	42	30	19 ⁺¹¹	+23
24	детская кровать с ящиками https://mebel-market.com/detskaya/krovati/	38	27	17 ⁺¹⁰	+21
25	двухъярусная кровать детская https://mebel-market.com/detskaya/dvuhyarusnye-krovati/	47	33	22 ⁺¹¹	+25
26	мебель для прихожей современная https://mebel-market.com/prihozhie/	42	31	19 ⁺¹²	+23
27	прихожая в коридор купить https://mebel-market.com/prihozhie/v-koridor/	49	36	24 ⁺¹²	+25
28	мебель для спальни комплект https://mebel-market.com/spalni/	35	24	14 ⁺¹⁰	+21
29	гостиная мебель современная https://mebel-market.com/gostinye/	48	35	23 ⁺¹²	+25
30	доставка мебели москва https://mebel-market.com/dostavka/	25	18	10 ⁺⁸	+15

Google - Москва

№	Поисковая фраза	01.03.26	31.08.26	30.09.26	Сравнение с первым месяцем
1	матрас ортопедический 160x200 https://mebel-market.com/matrasy/160x200/	34	23	14 ⁺⁹	+20
2	обеденный стол массив https://mebel-market.com/stoly/obedennye/	29	21	15 ⁺⁶	+14
3	мебель для прихожей современная https://mebel-market.com/prihozhie/	42	31	19 ⁺¹²	+23



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

4	детская кровать с ящиками https://mebel-market.com/detskaya/krovati/	38	27	17 ⁺¹⁰	+21
5	кровать с подъемным механизмом https://mebel-market.com/krovati/podemnyy-mehanizm/	32	22	13 ⁺⁹	+19
6	двуспальная кровать 180x200 https://mebel-market.com/krovati/180x200/	37	28	18 ⁺¹⁰	+19
7	матрас беспружинный купить https://mebel-market.com/matras/bespruzhinnyy/	41	29	20 ⁺⁹	+21
8	матрас для спины https://mebel-market.com/matras/ortopedicheskie/	46	34	23 ⁺¹¹	+23
9	диван еврокнижка https://mebel-market.com/divany/evroknizhka/	35	24	15 ⁺⁹	+20
10	угловой диван купить https://mebel-market.com/divany/uglovy/	33	23	14 ⁺⁹	+19
11	модульный диван https://mebel-market.com/divany/modulnye/	39	28	18 ⁺¹⁰	+21
12	диван для маленькой комнаты https://mebel-market.com/divany/malenkie/	48	36	24 ⁺¹²	+24
13	шкаф купе на заказ https://mebel-market.com/shkafy-kupe/	42	30	19 ⁺¹¹	+23
14	шкаф купе зеркальный https://mebel-market.com/shkafy-kupe/zerkalnye/	47	34	22 ⁺¹²	+25
15	комод в спальню купить https://mebel-market.com/komody/	36	25	16 ⁺⁹	+20
16	тумба прикроватная	45	33	22 ⁺¹¹	+23



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

	https://mebel-market.com/tumby/prikrovatnye/				
17	стол трансформер https://mebel-market.com/stoly/transformery/	44	32	21 ⁺¹¹	+23
18	стулья кухонные мягкие https://mebel-market.com/stulya/kuhonnye-myagkie/	43	31	20 ⁺¹¹	+23
19	кровать чердак для ребенка https://mebel-market.com/detskaya/krovati-cherdaki/	49	36	25 ⁺¹¹	+24
20	мебель для прихожей https://mebel-market.com/prihozhie/	38	27	17 ⁺¹⁰	+21
21	прихожая узкая https://mebel-market.com/prihozhie/uzkie/	50	37	26 ⁺¹¹	+24
22	гостиная стенка современная https://mebel-market.com/gostinye/stenki/	47	35	23 ⁺¹²	+24
23	журнальный столик https://mebel-market.com/stoly/zhurnalnye/	40	29	19 ⁺¹⁰	+21
24	кресло для гостиной https://mebel-market.com/kresla/	43	31	21 ⁺¹⁰	+22
25	пуф в прихожую https://mebel-market.com/pufy/	52	39	27 ⁺¹²	+25
26	мебель из массива дерева https://mebel-market.com/mebel-iz-massiva/	46	33	22 ⁺¹¹	+24
27	мебель в скандинавском стиле https://mebel-market.com/skandinavskiy-stil/	54	40	28 ⁺¹²	+26
28	мебель с доставкой по москве https://mebel-market.com/dostavka/	31	22	13 ⁺⁹	+18



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

29	купить мебель онлайн https://mebel-market.com/	35	25	16 ⁺⁹	+19
30	mebel market https://mebel-market.com/	6	3	1 ⁺²	+5

В следующем периоде фокус — усилить страницы с позициями 11-20 и расширить семантику по товарным модификаторам.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Проделанная работа

Работы сгруппированы по направлениям, которые сильнее всего влияли на рост органики и качества трафика.

В этом месяце работы были направлены на то, чтобы поисковые системы лучше понимали структуру каталога, а пользователи быстрее находили подходящие товары.

- Техническая оптимизация: исправлены дубли страниц, ошибки индексации, некорректные canonical и проблемы в карте сайта.
- Категории: обновлены title, description, H1 и тексты для разделов «Диваны», «Кровати», «Матрасы» и «Шкафы-купе».
- Карточки товаров: добавлены характеристики, блоки доставки, оплаты, гарантии и ответы на частые вопросы.
- Внутренняя перелинковка: настроены ссылки между категориями, фильтрами, популярными товарами и информационными статьями.
- Коммерческие факторы: усилены блоки наличия, сроков доставки, способов оплаты и консультации перед покупкой.

Основной результат: приоритетные категории стали лучше ранжироваться и начали давать больше переходов, заказов и звонков.



Отчетный период с 01.09.2026 – 30.09.2026 в сравнении с 01.08.2026 – 31.08.2026

Планируемая работа

План на следующий период направлен на закрепление роста и расширение охвата по коммерческим запросам.

В следующем месяце фокус сохраняем на росте видимости и переводе запросов с позиций 11-20 в ТОП-10.

- Расширить семантику: добавить запросы по размерам, материалам, механизмам, цветам и назначению мебели.
- Доработать страницы на границе ТОП-10: усилить контент, перелинковку, коммерческие блоки и сниппеты.
- Развить региональные страницы: подготовить посадочные под доставку мебели по Москве, области и крупным городам.
- Улучшить проблемные страницы: проверить первый экран, фильтры, наличие товаров, скорость загрузки и заметность кнопок заказа.
- Подготовить новые материалы: выпустить статьи и подборки, которые поддержат категории диванов, кроватей, матрасов и детской мебели.

Ожидаемый эффект: больше запросов в ТОП-10, рост поискового трафика и увеличение заказов из органики.