

Аудит сайта Лесопитомник «Митинский»

Сеянцы сосны и ели с открытой и закрытой корневой системой для лесовосстановления.
Производство — Слободской район Кировской области, офис — Киров, поставки по России.
Сайт: lesopitomnik-mitinskii.ru

ВЕРДИКТ

Сайт к приёму платного трафика не готов

На сайте обнаружены признаки взлома: роботы получают чужие страницы, в код внедрены скрытые ссылки. Формы заявок не работают.

Главные выводы аудита в сжатом виде.

Запускать рекламу на сайт сейчас нельзя

Сайт пока нельзя использовать как посадочную страницу для рекламы. На нём обнаружены признаки взлома: поисковые и рекламные роботы видят не тот сайт, который открывается обычному посетителю, а в код страниц внедрены скрытые ссылки на внешние ресурсы сексуального характера. Параллельно не работают формы заявок и не опубликована политика обработки персональных данных.

Шесть главных рисков сайта

- 1 На сайте обнаружены признаки взлома.** Роботам Яндекса отдаётся отказ вместо страницы, а Googlebot получает чужую страницу на японском языке.
- 2 В код внедрены скрытые ссылки.** На страницах найдены ссылки на внешние сайты сексуального характера. В карте сайта также объявлено около 210 000 адресов — вероятно, URL с GET-параметрами. Даже если это не отдельные страницы каталога, объём слишком большой и ухудшает доменную репутацию внутри экосистемы Яндекса.
- 3 Форма заявки не отправляется.** Сервер дважды вернул ошибку 403, но посетитель не видит сообщения об ошибке.
- 4 Кнопки заказа не открывают формы.** Вместо полей для заявки появляется окно с телефонами и e-mail.
- 5 Первый экран не готов к платному трафику.** Посетитель из рекламы видит заставку и название компании, но не видит коммерческого предложения, цены, географии поставки и кнопки действия.
- 6 Нет политики обработки данных.** Форма собирает телефон, но документ с правилами обработки данных не опубликован, а согласие отмечено заранее.

Минимум до запуска

1. Найти и удалить вредоносный код, закрыть уязвимость и обновить систему управления сайтом.
2. Восстановить отправку формы и проверить, что заявка реально доходит до компании.
3. Подключить формы к кнопкам заказа и звонка.
4. Переработать первый экран так, чтобы посетитель сразу видел предложение и мог оставить заявку.
5. Опубликовать политику обработки персональных данных и убрать заранее отмеченную галочку согласия.

После этих исправлений и повторной проверки можно возвращаться к вопросу тестового запуска. Полностью переделывать сайт для этого не нужно.

02 Состояние по направлениям

Здесь видно, какие проблемы блокируют рекламу прямо сейчас, а какие ослабляют сайт как посадочную страницу.

НАПРАВЛЕНИЕ	СОСТОЯНИЕ	КОММЕНТАРИЙ
Техническая доступность	Блокирует запуск	Для обычного посетителя сайт открывается, но рекламные и поисковые роботы видят другое: Яндекс получает отказ вместо страницы, Googlebot — чужую страницу на японском языке. Это признаки взлома или вредоносной подмены содержимого. Дополнительно не настроен единый основной адрес сайта
Мобильная версия и скорость	Есть риски	Мобильная вёрстка аккуратная: горизонтального скrolла нет, текст читается, кнопки крупные, телефоны кликабельны. Минусы — первая загрузка около 2,8 МБ, иллюстрация первого экрана 940 КБ, отложенная загрузка изображений выключена
Коммерческое предложение, контент и доверие	Есть риски	Главный риск — первый экран не продаёт: посетитель из рекламы видит заставку и блок «О компании», но не получает предложения, цены, географии поставки и понятного следующего шага. Дополнительно: отзывов нет при том, что текст на них ссылается; «Доставка» состоит из двух предложений; цен нет ни в каталоге, ни в карточках; телефоны в шапке и в реквизитах разные. При этом доказательная база у сайта сильная: сертификаты, ГОСТ, перечень документов, прайс-лист, фотографии, вопрос-ответ и реквизиты стоит сохранить
Конверсионный путь	Блокирует запуск	Сайт не принимает заявки через формы: форма «Оставить заявку» получает серверную ошибку 403, а кнопки «Заказать» и «Заказать звонок» вообще не открывают форму. Работает только прямой звонок по телефону
Рекламные и юридические риски	Блокирует запуск	В коде страниц найдены скрытые ссылки на внешние ресурсы сексуального характера, а роботам отдаётся другое содержимое. Это критический риск для рекламной модерации. Также нет политики обработки персональных данных, хотя форма собирает телефон

P0 — критические блокиеры **P1** — обязательные правки до запуска

ПРИОР.	ПРОБЛЕМА	ПОЧЕМУ ЭТО ВАЖНО	ЧТО СДЕЛАТЬ
P0	Роботы Яндекса и рекламный робот Google не видят нормальную страницу сайта: вместо неё получают короткий отказ	Рекламная система проверяет сайт через робота. Если робот не видит посадочную страницу, объявления могут не пройти модерацию	Найти и удалить код или настройку, которая скрывает сайт от роботов. Проверить сервер, файлы сайта и внедрённые скрипты
P0	Googlebot получает по адресу главной страницы чужую страницу на японском языке	Это прямой признак вредоносной подмены: обычный посетитель видит один сайт, а робот — другой	Найти и удалить вредоносный код, сменить все пароли, обновить систему управления сайтом и модули
P0	В код страниц внедрены 15 скрытых ссылок на внешние сайты сексуального характера	Такие ссылки не видны обычному посетителю, но их видят роботы. Это создаёт риск отклонения рекламы и ухудшает репутацию домена	Удалить внедрённый блок и устранить причину его появления, иначе он вернётся после очистки
P0	Карта сайта подменена: вместо нормального файла открывается страница японского интернет-магазина, а в картах перечислено около 210 000 адресов. Вероятно, это URL с GET-параметрами, но для роботов Яндекса такой объём выглядит как большой массив мусорных страниц	Карта сайта должна помогать поисковым системам обходить реальные страницы. Сейчас она подтверждает вмешательство в сайт и ухудшает доменную репутацию внутри экосистемы Яндекса	Восстановить корректную карту сайта, привести файл для роботов в порядок, убрать генерацию мусорных URL с GET-параметрами
P0	Форма «Оставить заявку» на главной странице не отправляет обращение	Посетитель заполняет форму и нажимает кнопку, но заявка не доходит. Ошибка проверена дважды, сообщение для посетителя не показывается	Найти причину ошибки 403, восстановить отправку и проверить, что заявка приходит на нужную почту или в CRM

ПРИОР.	ПРОБЛЕМА	ПОЧЕМУ ЭТО ВАЖНО	ЧТО СДЕЛАТЬ
P1	Кнопки «Заказать звонок» и «Заказать» не открывают форму заявки	Вместо полей появляется окно с телефонами и e-mail. Если посетитель не готов звонить сразу, сайт теряет контакт	Настроить формы для этих кнопок в системе управления сайтом: сейчас шаблон обращается к блокам форм, которых нет
P1	Первый экран главной не содержит коммерческого предложения: есть заставка и название компании, но нет предложения, цены, географии поставки и кнопки действия	Платный посетитель попадает на самый дорогой экран сайта, но не понимает, что ему предлагают и какой следующий шаг	Переработать первый экран как посадочную: товар, регион поставки, минимальная партия или ориентир по цене, аргументы доверия и заметная кнопка заявки
P1	На сайте нет политики обработки персональных данных: ссылки «Обработка персональных данных» и «Правила обработки» открывают окно с контактами	Форма собирает имя и телефон, поэтому правила обработки данных должны быть доступны до отправки	Опубликовать политику отдельной страницей и привязать обе ссылки к ней
P1	Галочка согласия на обработку персональных данных проставлена автоматически при загрузке страницы	Согласие должно быть осознанным действием пользователя	Снять автоматическую отметку, оставив поле обязательным для отправки

Что на сайте уже сильного

Эти элементы можно сохранить и использовать в рекламе после восстановления сайта.

Доказательства для B2B-закупки

В карточках есть сертификаты и исследования семян. В каталоге указаны ГОСТ 3317-90 и комплект документов: договор, сертификат на семена и паспорт на сеянцы.

Открытый прайс

Цены по сосне и ели опубликованы, условие опта обозначено — от 5000 шт. Это заранее отсекает часть нецелевых обращений.

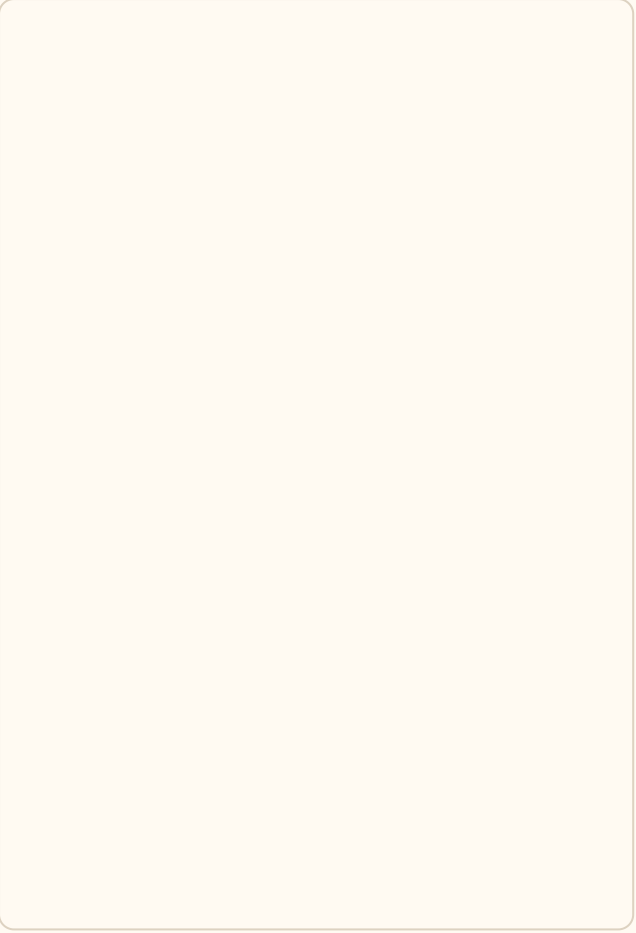
Практичный вопрос-ответ

Раздел закрывает вопросы о хранении, упаковке, отправке и нормах высадки — это хороший материал для сомневающегося закупщика.

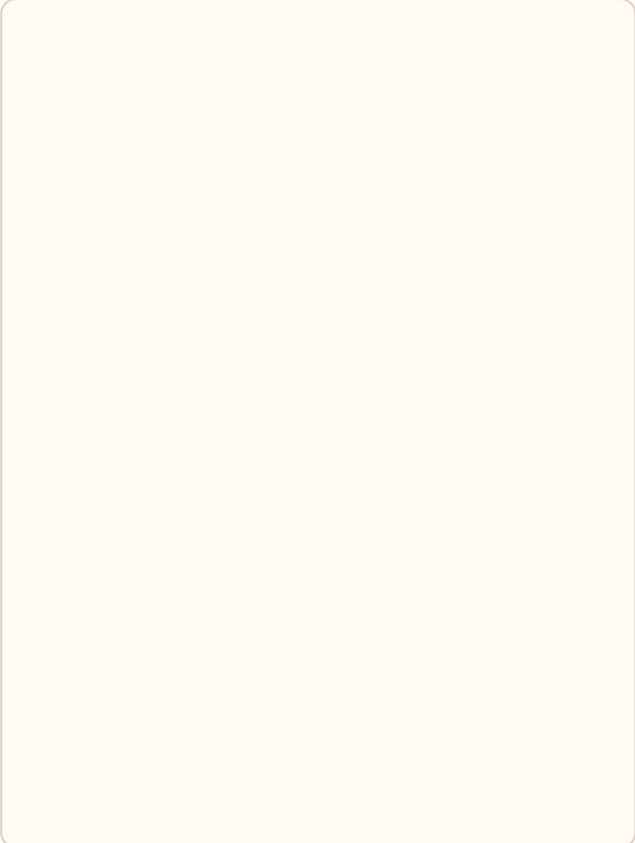
Реквизиты и аккуратные обещания

На сайте есть адрес, ИНН, КПП, ОГРН и контакты. Формулировки без «лучших» и «номер 1», а заявления о качестве опираются на сертификаты и ГОСТ.

Прайс-лист на главной странице. Открытые цены с указанием условия оптовой партии — сильный элемент для рекламного трафика: посетитель заранее понимает порядок бюджета.



Каталог: пять позиций и сильный блок про ГОСТ и документы. Но на карточках нет цен, а кнопка только «Подробнее».



Карточка товара с сертификатами — самый убедительный материал на сайте. Вкладка называется «Фотографии и цена», но цены на странице нет.

Факты проверки и действия по каждому направлению.

5.1 Техническая доступность

● КЛЮЧЕВОЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ РИСК

Сайт выглядит рабочим для человека, но не для роботов. Обычный посетитель открывает страницы без предупреждений браузера, а роботы Яндекса и рекламный робот Google получают отказ или чужую страницу. Это указывает на вредоносную подмену содержимого. Для рекламы это критично: модерация смотрит на сайт не глазами менеджера, а через робота.

Для обычного посетителя базово работает

HTTPS включён, предупреждений браузера нет, несуществующие адреса возвращают 404.

Роботы получают отказ вместо страницы

Яндекс и рекламный робот Google не видят нормальную посадочную страницу. Они получают короткий отказ. Результат дважды подтверждён на четырёх страницах.

Googlebot видит чужую страницу

По адресу главной страницы Googlebot получает страницу на японском языке. Обычный посетитель её не видит. Это один из главных признаков взлома сайта.

Адреса не собраны в один вариант

Сайт открывается в нескольких вариантах адреса: с `www`, без `www` и по адресу `/main/`. Для рекламы и аналитики лучше оставить один основной адрес.

Что делать

- Найти и удалить вредоносный код, который показывает роботам другие страницы.
- Закрывать уязвимость, сменить доступы, обновить систему управления сайтом и модули.
- После устранения следов взлома повторно проверить сайт от имени робота модерации Директа.
- Настроить постоянную переадресацию с `http://` на `https://` и выбрать один основной вид домена.
- Закрывать дубль `/main/` переадресацией на главную.

5.2 Мобильная версия и скорость

главный вывод по мобильной версии

Мобильная версия сама по себе не мешает запуску. На телефоне нет горизонтального скrolла, текст читается, прайс не ломается, поля формы крупные. Но для рекламного трафика здесь есть два резерва: лишний вес загрузки и плавающая кнопка, которая перекрывает текст.

Вёрстка на телефоне аккуратная

Текст читается без масштабирования, таблицы прайса сохраняют структуру, кнопки и поля формы достаточно крупные, телефоны кликабельны.

Скорость по ощущениям нормальная

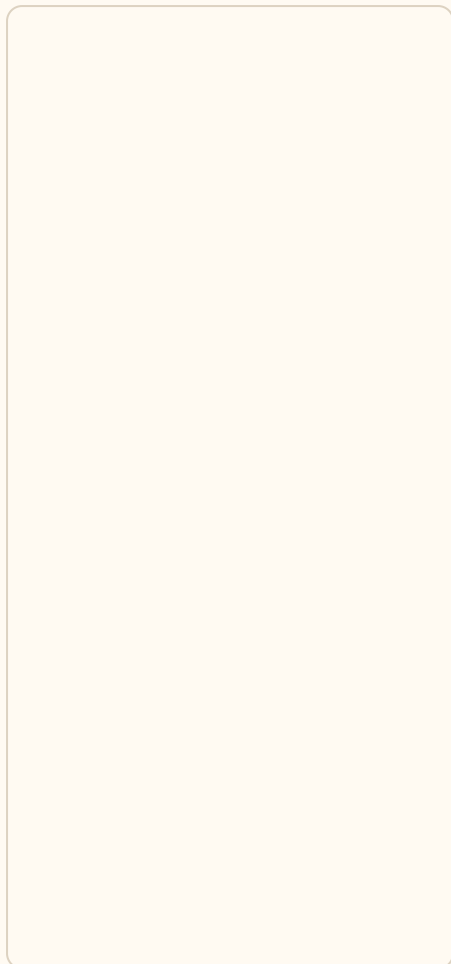
Первая отрисовка содержимого — около **0,75 секунды**, полная загрузка — **1,7 секунды**.

Основной резерв — вес страницы

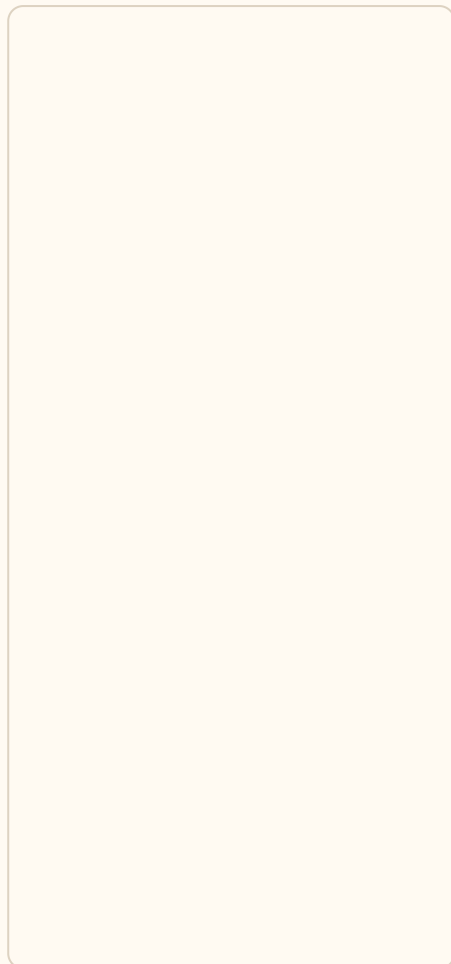
Первая загрузка занимает около **2,8 МБ**: иллюстрация первого экрана весит **940 КБ**, три шрифта — более 800 КБ, отложенная загрузка изображений выключена.

Кнопка звонка перекрывает контент

Плавающая кнопка полезна, но в разделе «Вопрос-ответ» заслоняет третий вопрос. Нужно поправить только положение.



Первый экран на телефоне. Вёрстка аккуратная, но что именно продаётся, посетитель здесь не узнаёт.



Плавающая кнопка звонка перекрывает третий вопрос в разделе «Вопрос-ответ».

Что делать

- Пересохранить иллюстрацию первого экрана в современном формате и подготовить отдельную облегчённую версию для мобильных. Только это уменьшит первую загрузку примерно на треть.
- Включить отложенную загрузку для изображений ниже первого экрана.
- Проверить подключённые шрифты и убрать лишние файлы, если они не используются на странице.
- Отдавать в карточках товара изображения в том размере, в котором они показываются.
- Сдвинуть плавающую кнопку звонка так, чтобы она не перекрывала текст.

5.3 Коммерческое предложение, контент и доверие

Здесь перечислены элементы, которые мешают сайту превращать рекламный переход в коммерческий интерес.

● КЛЮЧЕВОЙ КОНТЕНТНЫЙ РИСК

Первый экран не продаёт. Посетитель приходит из рекламы за платный клик, но вместо предложения видит иллюстрацию и название компании. Нет ответа на базовые вопросы: что именно можно купить, в какой географии, от какого объёма, по какому ориентиру цены и что сделать дальше. Следом идёт блок «О компании»: сайт сначала рассказывает о себе, а не помогает купить. Для платного трафика это слабое начало — внимание уже оплачено, но не превращается в коммерческий интерес.

Отзывы обещаны, но их нет

Текст ссылается на отзывы организаций, однако самих отзывов на сайте не найдено. Поэтому утверждение о доверии клиентов ничем не подтверждено.

Доставка слишком короткая

Для B2B-закупки логистика — один из первых вопросов. Сейчас нет географии, сроков, стоимости и адреса самовывоза.

Цена спрятана не там

Цены есть только в прайсе на главной, хотя вкладка карточки товара обещает «Фотографии и цену».

Галерея работает, но ей нужен контекст

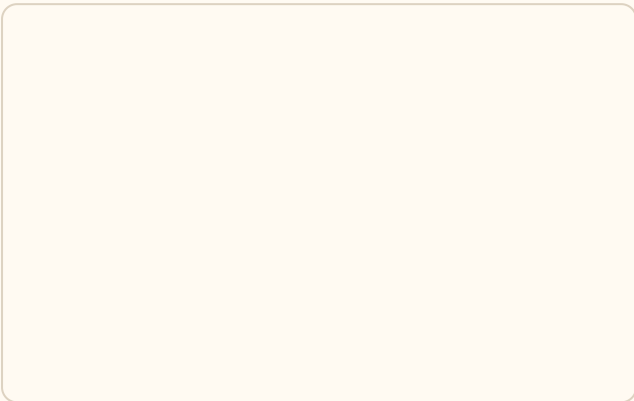
Пять живых кадров питомника, посадочного материала и высадки выглядят уместно. Не хватает подписей: что за объект, какой объём и какой год.

Контакты выглядят неоднородно

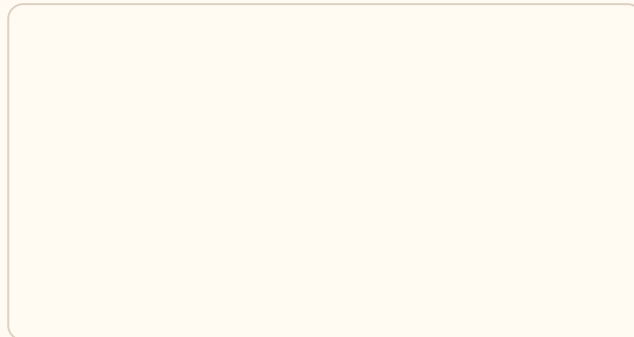
В шапке и футере указаны одни два номера, в «Реквизитах» — другие. Ссылка ВКонтакте не открывает страницу компании, а Instagram недоступен части российской аудитории.

Есть мелкие сигналы неаккуратности

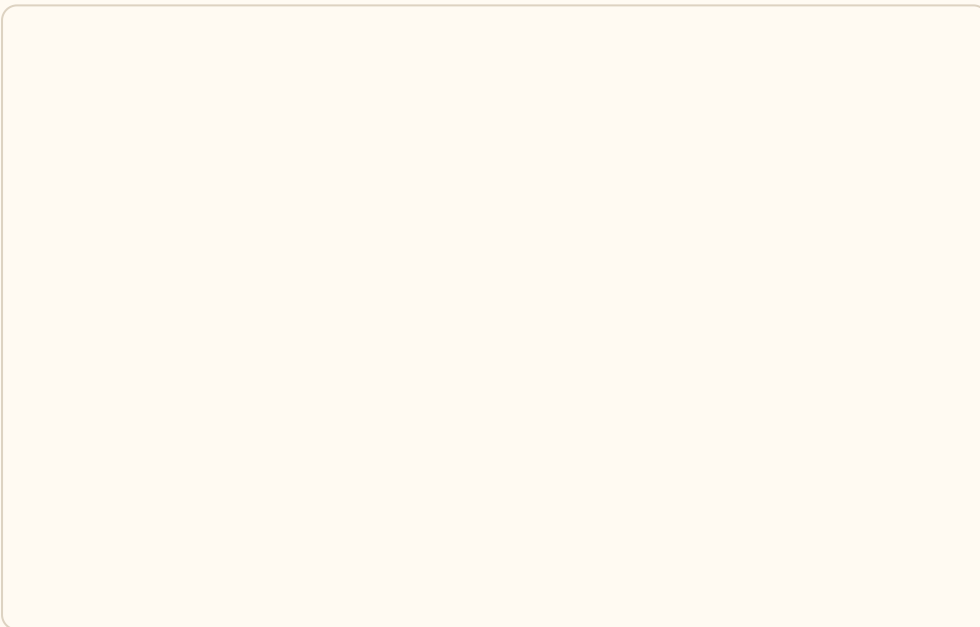
Заголовок главной страницы в браузере выглядит как незакрытая кавычка плюс служебная подпись «Главная страница сайта».



Первый экран на компьютере: посетитель видит заставку и название, но не видит предложение, цену, географию поставки и кнопку действия.



Галерея работает и содержит живые кадры. Не хватает подписей: объект, объём, год.



Страница «Доставка» целиком. Для B2B-закупки логистика — один из первых вопросов, а здесь два предложения.

Что делать

- Переработать первый экран как посадочную для платного трафика: что продаётся, кому подходит, куда поставляют, от какого объёма, по какому ориентиру цены и куда нажать, чтобы оставить заявку.
- Поднять доказательства выше. Сертификаты и перечень сопроводительных документов сейчас доступны только внутри карточек товаров — это сильнейший аргумент сайта, и на главной его нет.
- Расширить раздел «Доставка»: регионы, транспорт, ориентиры по стоимости, сроки, адрес склада для самовывоза, условия под посадочный сезон.
- Вывести цены в каталог и в карточки товаров либо переименовать вкладку, чтобы она не обещала цену.
- Добавить отзывы организаций с указанием региона и объёма поставки — достаточно трёх-пяти — либо скорректировать текст, который на них ссылается.
- Подписать фотографии в галерее и добавить кадры отгрузок.
- Привести телефоны к единому виду и исправить ссылки для звонка: в нескольких ссылках остались пробелы и скобки, из-за чего на телефоне звонок может не запускаться.
- Поправить заголовок главной страницы, убрать нерабочую ссылку ВКонтакте и ссылку на Instagram.
- Убрать номера расчётного и корреспондентского счёта из публичного блока реквизитов: для доверия достаточно наименования, адреса, ИНН, КПП, ОГРН и контактов.

5.4 Конверсионный путь

● КЛЮЧЕВОЙ РИСК ЗАЯВОК

Сайт не принимает заявки. Посетитель может заполнить форму и нажать кнопку, но обращение не доставляется, а интерфейс не объясняет, что произошло. Для рекламы это критично: деньги за переход уже потрачены, а контакт теряется на последнем шаге.

1 Форма выглядит рабочей

Блок «Оставить заявку» короткий и понятный: посетитель видит поля и кнопку, поэтому ожидает обычную отправку обращения.

2 Сервер запрещает отправку

При отправке сайт дважды вернул ошибку 403. Такой же ответ возникает в других запросах сайта, поэтому причина может быть общей.

3 Интерфейс молчит

После клика нет ни сообщения об ошибке, ни подтверждения. Для посетителя форма выглядит отправленной, хотя заявка не доставлена.

4 Контакт потерян

«Заказать звонок» и «Заказать» открывают окно с телефонами и e-mail вместо полей. Если человек не готов звонить сразу, сайт не получает заявку.

Что делать

- Устранить причину ошибки 403 при отправке формы «Оставить заявку»: сейчас сервер запрещает отправку обращения.
- Настроить формы для кнопок «Заказать звонок» и «Заказать», чтобы они принимали контакт, а не просто показывали телефоны.
- Добавить понятное подтверждение после отправки: сообщение на странице или отдельную страницу благодарности.
- После исправления 403 повторно проверить доставляемость: доходит ли заявка на почту и, если есть, в CRM.

5.5 Рекламные и юридические риски

● ГЛАВНЫЙ ВЫВОД ПО РИСКАМ

Тематика не выглядит проблемной для Яндекс Директа. Риск в другом: рекламная система будет оценивать не намерения компании, а фактическое состояние страницы перехода. Сейчас на сайте обнаружены признаки взлома, скрытые ссылки на внешние ресурсы сексуального характера и незакрытый вопрос с персональными данными.

● РИСК МОДЕРАЦИИ

Модерацию может остановить не тематика, а состояние сайта

Рекламная система проверяет не только видимую страницу, но и то, что получают роботы.

Скрытые ссылки и чужая страница для Googlebot выглядят как проблема страницы перехода, даже если сам продукт разрешён к рекламе.

● ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ

Персональные данные не закрыты

Форма собирает имя и телефон, но политики обработки данных на сайте нет, а согласие отмечено заранее. Для посетителя это выглядит как формальность, а не как осознанное согласие.

● ЧТО УЖЕ В ПОРЯДКЕ

С базовой идентификацией продавца всё лучше

На сайте есть сведения о компании, а в текстах нет запрещённых обещаний вроде гарантированного результата или недоказуемого превосходства.

Что делать

- Опубликовать политику обработки персональных данных отдельной страницей и привязать к ней обе ссылки. Формулировку под формой имеет смысл дать так: «Отправляя заявку, я соглашаюсь с политикой обработки персональных данных» со ссылкой на документ.
- Снять автоматическую отметку с галочки согласия, оставив её обязательной.

Юридические пункты этого раздела не являются юридическим заключением. Текст политики должен согласовать ответственный специалист или юрист компании.

06 План исправлений

Разделён на критические исправления и полезные доработки, которые усилят сайт после устранения blockers.

До запуска

ПРИОР.	ЗАДАЧА	КОММЕНТАРИЙ
P0	Найти и удалить вредоносный код, который показывает роботам чужие страницы и добавляет скрытые ссылки	Главная техническая задача. Пока она не решена, сайт нельзя использовать для рекламы
P0	Закрыть уязвимость, сменить все пароли, обновить систему управления сайтом и модули	Без этого вредоносный код может вернуться после очистки
P0	Восстановить корректную карту сайта, привести файл для роботов <code>robots.txt</code> в порядок, убрать генерацию мусорных URL с GET-параметрами	Сейчас в картах объявлено около 210 000 таких адресов — это слишком много и вредит оценке качества домена роботами Яндекса
P0	Повторно проверить, что робот модерации Директа видит нормальную страницу сайта	Это контрольная точка перед возвращением к рекламному запуску
P0	Найти и устранить причину ошибки 403 при отправке формы «Оставить заявку»	Сейчас посетитель может заполнить форму, но заявка не доходит до компании
P1	Настроить формы для кнопок «Заказать звонок» и «Заказать»	Сейчас эти кнопки показывают контакты, но не дают оставить заявку
P1	Добавить понятное подтверждение после отправки заявки	Посетитель должен видеть, что обращение принято. Это может быть сообщение на странице или отдельная страница благодарности
P1	Опубликовать политику обработки персональных данных и привязать к ней ссылки	Текст согласует ответственный специалист компании
P1	Снять автоматическую галочку согласия в форме	Поле остаётся обязательным
P1	После исправления формы проверить, что заявка приходит на почту или в CRM, если она используется	Важно проверить не только сообщение на сайте, но и фактическую доставку обращения
P1	Переработать первый экран главной: предложение, регион, ориентир по цене, аргументы, кнопка действия	Это самый дорогой экран для платного трафика: именно сюда попадает посетитель после клика по рекламе
P1	Привести телефоны к единому виду и исправить некорректные ссылки для звонка	В части ссылок внутри адреса остались пробелы и скобки

ПРИОР.	ЗАДАЧА	КОММЕНТАРИЙ
P1	Убрать номера расчётного и корреспондентского счёта из публичного блока реквизитов	Для доверия достаточно наименования, адреса, ИНН, КПП, ОГРН и контактов
P1	Оставить один основной адрес сайта: с <code>https://</code> , выбранным вариантом домена и без дубля <code>/main/</code>	Так пользователи, роботы и статистика будут работать с одной версией сайта

Полезные доработки после устранения blockers

ПРИОР.	ЗАДАЧА	КОММЕНТАРИЙ
P2	Вывести цены в каталог и карточки товаров	Сейчас цены только в прайсе на главной
P2	Расширить раздел «Доставка»: регионы, сроки, ориентиры по стоимости, адрес склада	Один из первых вопросов B2B-покупателя
P2	Поднять сертификаты и перечень сопроводительных документов на главную	Сильнейший аргумент сайта сейчас спрятан в карточках
P2	Добавить отзывы организаций или скорректировать текст, который на них ссылается	Достаточно трёх-пяти с регионом и объёмом поставки
P2	Добавить мессенджеры как каналы обращения	Часть B2B-обращений удобнее начинать сообщением, особенно когда нужно отправить техническое задание или объём партии
P2	Оптимизировать вес: современный формат для иллюстрации первого экрана, отложенная загрузка изображений, ревизия шрифтов	Сейчас первая загрузка около 2,8 МБ
P2	Поправить положение плавающей кнопки звонка на мобильном	Сейчас перекрывает часть контента в разделе «Вопрос-ответ»
P2	Расширить галерею и подписать фотографии: объект, объём, год	Сейчас пять кадров без контекста
P2	Исправить заголовок главной страницы, нерабочую ссылку ВКонтакте и ссылку на Instagram	Мелкие правки, влияют на аккуратность
P3	Сделать отдельные посадочные страницы под открытую и закрытую корневую систему	Имеет смысл после первых данных по спросу: тогда будет понятно, какие направления развивать первыми
P3	Добавить калькулятор объёма по площади участка и норме высадки	Нормы высадки уже есть в разделе «Вопрос-ответ» — готовая основа

Проверено

Desktop

Mobile

Форма заявки: поля и попытка отправки

Кнопки звонка и заказа

Ссылки для звонка

Скорость и вес страниц

Поведение сайта при обращении роботов

Карта сайта и файл robots.txt

Сертификат и основной адрес сайта

Обработка ошибки 404

Ограничения тематики

Наличие политики и согласий

Что это значит на практике

- **Доступ к административной панели сайта, хостингу, почте и CRM отсутствовал.** Всё, что описано выше, получено внешней проверкой сайта.
- **Отправка формы проверена дважды подряд.** Оба раза сервер вернул ошибку 403 — заявка не доставляется.
- **Коммерческие вводные не подтверждались.** Регион рекламы, целевые сегменты, минимальная партия и сезонность учтены только по содержанию сайта.

Аудит подготовлен маркетинговым агентством «На Виду». Формат — внешняя проверка готовности сайта к платному трафику в Яндекс Директе.

Проверка выполнена без доступа к административной панели сайта, хостингу, почте и CRM. PDF-версия подготовлена из этой HTML-версии отчёта.