

Реальная проверка мобильных версий сайтов: что важно для SEO и индексации

Когда я начинал заниматься SEO, проверка мобильных версий сайтов казалась формальностью — открыл страницу на телефоне, посмотрел, не разъезжается ли верстка, и пошел дальше. Сейчас, после перехода Google на Mobile-First Indexing, этот процесс стал одной из ключевых задач. Если ваша мобильная версия не работает, как надо, остальной трафик может просто не дойти до сайта. Я расскажу, как я подхожу к проверке мобильных версий сайтов на практике, какие инструменты использую и на что обращаю внимание в первую очередь.

Почему мобильная версия влияет на индексацию

Googlebot теперь в основном индексирует страницы так, как видит их мобильный User-Agent. Это значит, что если на мобильной версии скрыт важный контент, заблокированы CSS или JavaScript, или страница грузится слишком долго, то и в поиске вы рискуете потерять позиции. Я не раз сталкивался с ситуацией, когда сайт отлично выглядит на десктопе, а на мобильной версии часть текста обрезана, изображения не загружаются, а ссылки ведут на страницы-сироты — те, на которые нет внутренних ссылок, но которые все еще висят в индексе. Проверка мобильных версий сайтов должна начинаться с анализа того, что видит Googlebot, а не только пользователь.

Для начала я всегда захожу в Google Search Console и смотрю отчет об индексации. Там видно, какие страницы проиндексированы, а какие нет, и часто причина — проблемы на мобильной версии. Если видите, что количество проиндексированных страниц резко упало, проверьте, не заблокировали ли вы случайно в robots.txt какие-то ресурсы, которые нужны для отображения мобильной версии. Например, CSS или шрифты.



Инструменты, которые я использую

Для глубокой проверки я применяю несколько инструментов. Во-первых, Screaming Frog с эмуляцией мобильного User-Agent. Он показывает, какие элементы загружаются, какие нет, и есть ли ошибки. Во-вторых, PageSpeed Insights дает оценку Core Web Vitals — это те метрики, которые Google напрямую использует для ранжирования. Если на мобильной версии скорость загрузки низкая, это прямой сигнал, что нужно что-то менять. Также я смотрю, как Crawling Budget распределяется между версиями. Если Googlebot тратит много ресурсов на дубли контента или страницы-сироты, то важные страницы могут не индексироваться вовремя.

Ahrefs помогает проверить backlink profile: если на мобильную версию ссылаются внешние ресурсы, а канонический URL указывает на десктопную, это может сбить с толку поисковик. Я однажды обнаружил, что у клиента все обратные ссылки вели на мобильные версии страниц, а канонические URL были установлены на десктопные. В результате часть ссылочного веса просто терялась. После исправления канонических URL индексация страниц выровнялась.

Типичные проблемы и как их находить

Одна из частых ошибок — разный контент на мобильной и десктопной версиях. Google Mobile-First Indexing ожидает, что на мобильной версии будет столько же контента, сколько на десктопе. Если вы скрываете блоки текста или изображения, поисковик может посчитать страницу неполноценной. Проверьте через Google Search Console, какие запросы приводят на мобильную версию, и сравните с десктопной.

Еще одна проблема — глубина вложенности. Если на мобильной версии меню свернуто, а ссылки на важные разделы находятся на третьем уровне вложенности, Googlebot может их не проиндексировать. Я рекомендую делать XML-карту, которая включает все страницы, независимо от версии. И обязательно проверьте, что в robots.txt не заблокированы пути, ведущие к мобильным ресурсам.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
	URL донора	HTTP статус	Title	Canonical	Внутр. ссылок	Внешн. ссылок	Индекс Google	Индекс Yandex	Индекс Bing	Индекс Baidu	Найдено бэклинков
1											
2	https://akulov.pro/rabotat-so-mnoy/	200	Работать со мной - Блог Артема Акулова	rabotat-so-mnoy/	7	24	open	open	open	open	4
3											
4											
5											
6											
7											
8											
9											
10											
11											
12											
13											
14											
15											
16											
17											
18											
19											
20											
21											
22											
23											
24											
25											
26											
27											
28											
29											
30											
31											
32											
33											
34											
35											
36											
37											
38											
39											
40											
41											

Дубли контента — еще один бич. Если у вас есть отдельная мобильная версия на поддомене m.site.ru, а десктопная на site.ru, убедитесь, что канонический URL правильно указывает на основную версию. Иначе Google может посчитать их разными страницами с одинаковым контентом. Я видел сайты, где 30% трафика уходило на дубли, потому что не были настроены редиректы и канонические URL.

Реальный пример из моей практики

Недавно я работал с интернет-магазином, у которого была отдельная мобильная версия. [Проверка мобильных версий сайтов](#) показала, что на мобильной версии отсутствует фильтр товаров, а на десктопе он есть. В результате Googlebot индексировал только часть товаров, а страницы-сироты множились. Я настроил responsive design вместо отдельной мобильной версии, добавил все фильтры и обновил XML-карту. Через месяц количество проиндексированных страниц выросло на 40%, а органический трафик — на 25%.

Важно помнить, что проверка мобильных версий сайтов не должна быть разовой акцией. Я рекомендую делать ее хотя бы раз в месяц, особенно после крупных обновлений сайта. Иногда разработчики меняют шаблоны, и мобильная версия может сломаться незаметно для вас, но не для Googlebot.

Что еще стоит проверить

- Скорость загрузки на мобильных устройствах. Используйте PageSpeed Insights и смотрите на Core Web Vitals — особенно Largest Contentful Paint и First Input Delay.
- Правильную настройку User-Agent в robots.txt. Не блокируйте CSS, JavaScript и изображения, иначе мобильная версия будет выглядеть как пустая страница.
- Отсутствие страниц-сирот. Их можно найти с помощью Screaming Frog или Ahrefs. Если на них ссылаются только мобильные версии страниц, а десктопные ссылки отсутствуют, это проблема.

Кстати, не забывайте про дубли контента. Иногда на мобильной версии URL отличаются от десктопных, и если не настроен канонический URL, Google может посчитать их разными страницами. Это размывает ссылочный вес и снижает эффективность индексации страниц.

The screenshot shows the 'Backlink Checker' tool interface. At the top, it says 'ЗАДАНИЕ' (Task) and 'Проверка обратных ссылок' (Check backlinks). The task is marked as 'Завершено' (Completed). The audit was performed on '10.05.2026 18:24' for the domain 't.me'. The results show 1 donor link, 4 backlinks, and a Dofollow/Nofollow ratio of 4/0. The status of the backlinks is 'Найден' (Found).

ЦЕЛЕВОЙ ДОМЕН	ДОНОРОВ	БЭКЛИНКОВ	DOFOLLOW / NOFOLLOW	СТАТУС
t.me	1	4	4 / 0	Найден

Заключительные мысли

Mobile-First Indexing — это не просто тренд, а реальность, с которой нужно работать. Качественная проверка мобильных версий сайтов помогает не только улучшить позиции, но и сэкономить Crawling Budget, который лучше потратить на важные страницы, а не на дубли или страницы-сироты. Если вы еще не настроили регулярную проверку, начните с Google Search Console и PageSpeed Insights, а затем добавьте более

глубокие инструменты вроде Screaming Frog или Ahrefs. И помните: мобильная версия — это лицо вашего сайта для Googlebot, так что пусть оно будет без изъянов.