

Цикл статей «Эффективный сайт некоммерческой организации». Вопросы миграции

29.11.2013

При существенной перестройке сайта неизбежно возникают вопросы, связанные с миграцией от пусть и старого и неэффективного, но привычного и прописавшегося в Сети ресурса, на новый. Сегодня мне хотелось бы поговорить о двух важных аспектах такого переезда, не связанных непосредственно с дизайном и поведением сайта, а потому часто остающихся за бортом контрактов на разработку.

Во время всей жизни сайта в Сети накапливаются ссылки на него: публикации в блогах и на других сайтах, перепосты в социальных сетях, информация в индексе поисковых систем. Все эти ниточки-паутинки, опутывающие его, необходимы для его жизни. Они – связь с другими ресурсами, с самой Сетью, они как штамп о регистрации утверждают саму возможность его существования – возможность быть найденным и посещенным пользователями.

Время от времени в жизни некоммерческой организации наступает интересный и увлекательный период – редизайн сайта. Работа кипит, задается много правильных и актуальных вопросов, мозговые штурмы, обсуждения, творческие порывы трансформируются в прекрасные и эффективные макеты, которые вот-вот воплотятся в жизнь. Мы ни в коем случае не хотим повторить прошлых ошибок – новый сайт будет, вне всякого сомнения, более быстрым, эффективным, удобным и посещаемым. Поэтому все очень стараются и нетерпеливо заглядывают разработчикам через плечо – ну когда же, когда.

И вот, светлый миг настал: ваш новый сайт готов, на временном домене он яркий и сверкающий, так и манит к себе пользователя. Как правило, на этом моменте прекрасная сказка заканчивается и начинается суровая правда жизни. Обычно она приходит в виде двух простых вопросов:

1. Как перенести материалы со старого сайта на новый?
2. Что будет с ссылками на старый сайт, коих по Сети великое множество в самых неожиданных местах?

Давайте поподробнее остановимся на этих вопросах и попытаемся понять почему эти проблемы важны для сайта и каким образом они могут быть решены.

Перенос контента: на импорт надейся, но...

Простая логика подсказывает, что не стоит разбрасываться материалами, созданными с большим трудом. Контент сайта – это основной его капитал, без которого даже самый прекрасный и быстрый проект вряд ли кому-нибудь понадобится. Однако перенести его не так просто. Часто модернизация сайта означает переход на другую систему управления контентом и изменение его структуры.

В некоторых случаях материалы можно экспортировать из старой системы, а затем импортировать в новую. Но кажущаяся «автоматичность» этого процесса не должна вводить в заблуждение. Даже если она технически возможна, она потребует от вас определенных организационных действий.

Самое простое, с чего можно начать – это инвентаризация контента. Во-первых, начинать думать о переносе контента можно и нужно на самых ранних стадиях планирования редизайна. Самое простое, с чего можно начать – это инвентаризация контента. Подобно бухгалтерской инвентаризации, она представляет собой перепись всего того, что есть у вас на сайте. Составьте сводную таблицу для всех страниц на вашем сайте с указанием разделов и другой дополнительной информации по ним, которая покажется вам важной. Если на вашем сайте слишком много материалов — тогда можно ограничиться перечнем наиболее «типичных» представителей.

Сама по себе такая инвентаризация – это отличная отправная точка для планирования новой структуры сайта, особенно, если совместить ее с данными по посещаемости. Но и после создания нового сайта она пригодится вам для того, чтобы спланировать, какая часть старых материалов будет перенесена и в какие разделы, а какая часть подлежит замене или забвению, как утратившая актуальность.

Поставьте задачу переноса старых материалов перед разработчиками вашего сайта как можно раньше

“

Поставьте задачу переноса старых материалов перед разработчиками вашего сайта как можно раньше, чтобы они изначально могли планировать, как и каким образом они будут осуществлять эту работу. Импорт может быть произведен на уровне взаимодействия с базой данных или путем написания отдельного специализированного скрипта. Разумеется, эта работа влияет на продолжительность и стоимость проекта и такой подход эффективен для больших сайтов с тысячами страниц.

Если ваш сайт еще не достиг такого размера, возможно, более эффективным решением для вас будет ручной перенос — но и в этом случае вам нужно понять чьими силами он будет осуществляться и в какие сроки, поскольку это трудоемкая операция, требующая времени. Кроме того, даже при автоматическом импорте объем ручной работы, необходимой для проверки результатов и пересортировке материалов бывает значителен, поэтому готовьтесь к ней заранее и согласуйте с разработчиком ее порядок и очередность.

Так, например, после автоматического импорта могут возникнуть следующие проблемы, требующие устранения:

- Материалы импортированы в общую ленту записей и их тип контента не соответствует новой структуре и должен быть изменен;
- Теги и рубрики не соответствуют новой структуре и должны быть пересмотрены;
- Встроенные в текст изображения имеют неправильные ссылки и/или размеры;
- Необходимые метаданные отсутствуют из-за чего отдельные страницы могут выглядеть некорректно;
- Имеющие в текстах ссылки на «старые» материалы перестают работать.

Проконсультируйтесь с вашим разработчиком на предмет возникновения этих проблем, а также о методах и инструментах их решения. Возможно, вашему сайту потребуются установка и настройка дополнительных модулей, например, для поиска неработающих ссылок или для управления тегами.

Изменение структуры ссылок при миграции

Если на вашем старом старом сайте ссылки выглядели как `yousite.ru?dff=1&cder=2&dfggg=3` или `yousite.ru/kdfjklsljjsa/4380482ksfisuf/` никто не станет осуждать вас за изменение структуры ссылок на что-то более дружелюбно пользователям и поисковикам, например, `yoursite.ru/news/my-very-good-news` Однако, такое решение, хорошее и полезное само по себе, таит в себе следующую опасность:

Если вы изменили структуру ссылок на сайте без каких-либо дополнительных действий, то после запуска старые ссылки перестанут работать

“

После запуска новой версии сайта N посещаемость его упала примерно в 5 раз за первые 3 месяца функционирования. Несмотря на то, что дизайн и интерфейс нового сайта были значительно лучше. Чем это грозит? Приведу пример из нашей консультационной практики в жанре фильма ужасов. После запуска новой версии сайта N (не буду указывать название, хотя это известный и уважаемый проект), посещаемость его упала примерно в 5 раз за первые 3 месяца функционирования. Не смотря на то, что дизайн и интерфейс нового сайта были значительно лучше и получали в целом позитивные отклики от пользователей.

Что же произошло? В силу особенностей позиционирования и тематики на сайте был большой объем поискового трафика — порядка 80%, при этом больше половины этого трафика приходилось на Google. После изменения структуры ссылок с запуском новой версии старые ссылки перестали работать — вели либо на страницу ошибки, в некоторых редких случаях на главную страницу (особенность поведения CMS), либо возникала серверная ошибка. Таким образом, это привело к тому что в индексе поисковых систем не оказалось ни одной действующей страницы нового сайта. Реакция хоть и последовала незамедлительно, но была растянута во времени — сайт стал терять позиции в поисковой выдаче, а индексация новых страниц была затруднена (в первую очередь из-за отсутствия работающей карты сайта). В результате при такой существенной зависимости от поискового трафика потери посещаемости были очень значительны.

Мораль этой истории заключается как минимум в двух основных выводах:

- Стремитесь к более сбалансированному распределению источников трафика (поисковый, переходы с других сайтов, переходы с соц.сетей, прямые переходы (как правило повторные)), тогда при «проседании» по какой-либо причине одного из них, не будет такого катастрофического эффекта;
- Не оставляйте старые ссылки неработающими, после изменения их структуры на сайте.

Последний пункт не так просто воплотить в жизнь и возможно без помощи разработчика обойтись не удастся. В частности, в Теплице при осуществлении изменения структуры ссылок мы придерживаемся следующего подхода:

- При миграции контента сохраняем не только содержание материалов, но и информацию о ссылке на старом сайте;
- С помощью специального кода создаем механизм перенаправления ссылок на новые, соответствующие им страницы;
- Для страниц старого сайта, не имеющих соответствующих объектов в структуре нового, прописываем правила переадресации вручную.

В результате, при попытке захода на сайт по какому-либо старому адресу человек или робот корректно переадресуется на запрашиваемую страницу и получает именно то содержание, которое он ищет. «Умные» поисковые алгоритмы со временем заменят в индексе информацию о страницах сайта, а пользователи будут довольны тем, что попали на нужную страницу без каких-либо проблем.

Надо сказать, что такой подход решает проблему не только с поисковыми роботами, но и с большим количеством внешних ссылок на ваш сайт, которые в противном случае также бы перестали работать.

