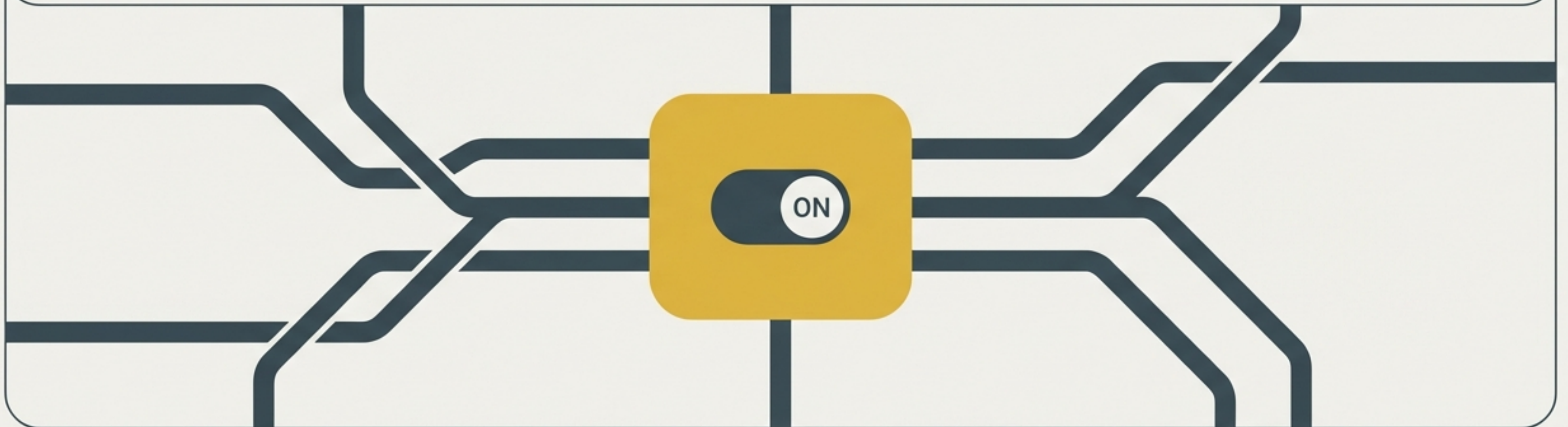


«Нет в наличии» — это перекресток, а не тупик

Плейбук по SEO и UX: как превратить отсутствующие товары из потери в инструмент удержания.



■ [SEO-стратегия]

■ [UX-дизайн]

■ [E-commerce]

Скрытая цена удаленных страниц

42%

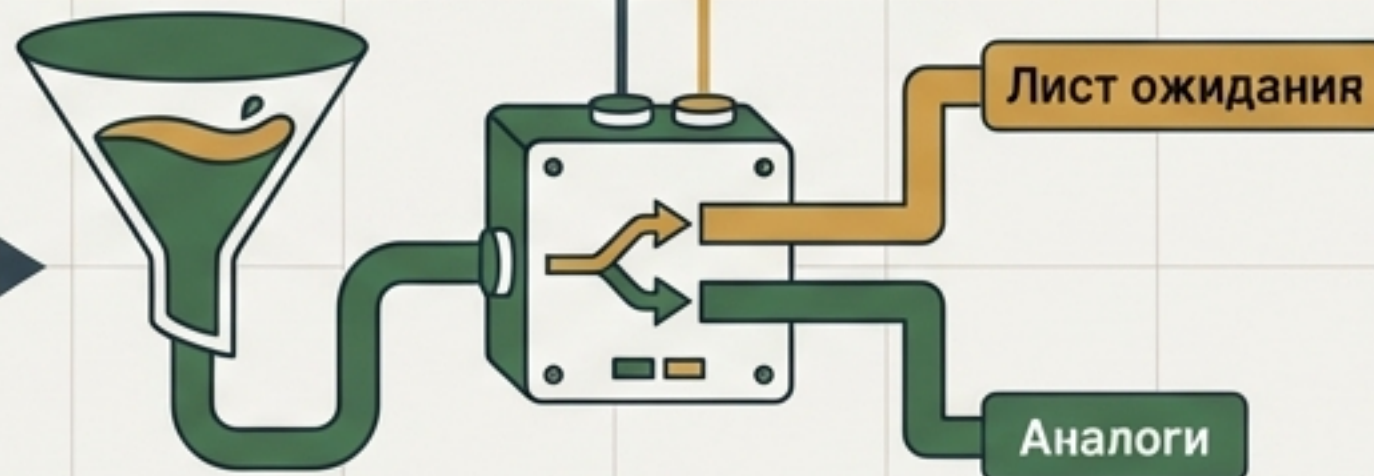
НОВЫХ КЛИЕНТОВ НЕ ВОЗВРАЩАЮТСЯ
В МАГАЗИН ПОСЛЕ СТОЛКНОВЕНИЯ С
ОТСУТСТВУЮЩИМ ТОВАРОМ (stockout).

Дырявое ведро



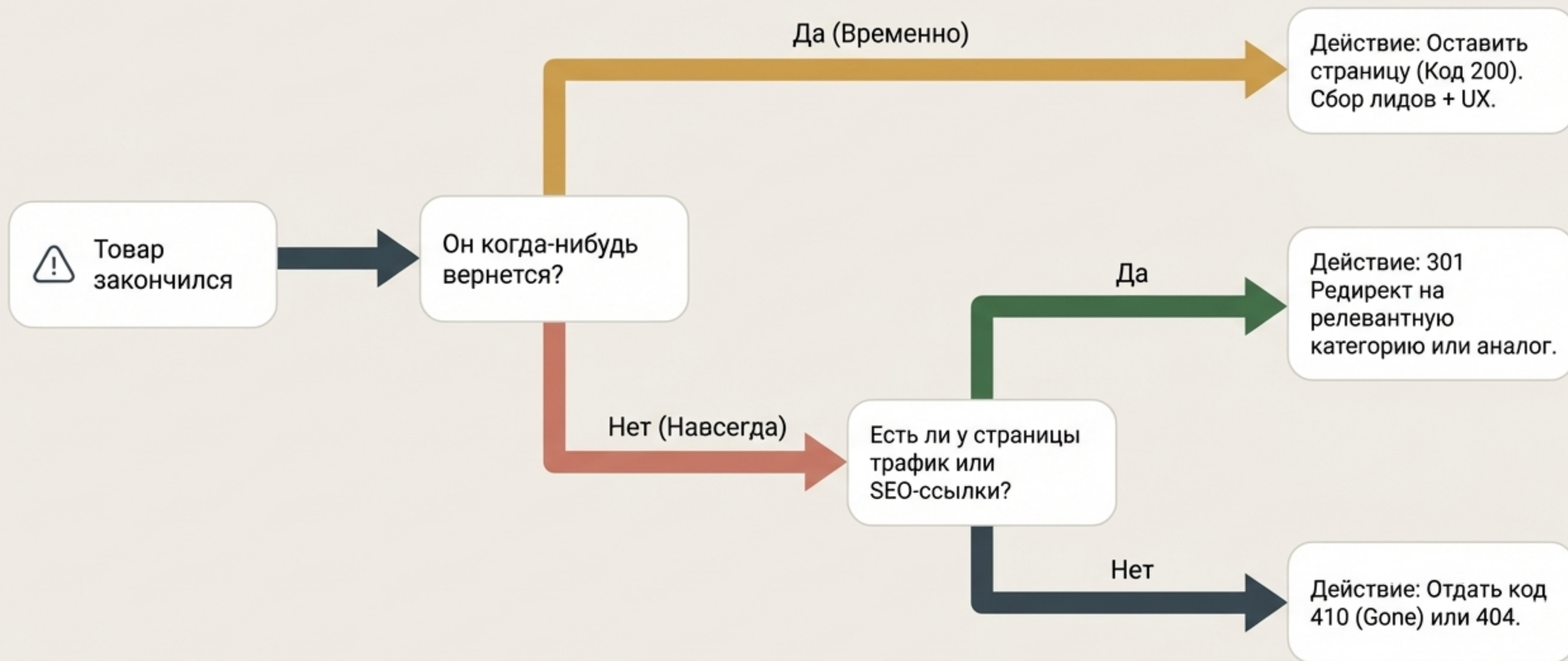
Старый подход (Ошибка): Удаление карточки товара прерывает путь клиента, уничтожает накопленный SEO-вес (PageRank) и вызывает раздражение.

Умная воронка



Новый подход (Маршрутизация): Сохранение страницы перенаправляет трафик, сохраняет SEO-позиции и конвертирует разочарование в лояльность.

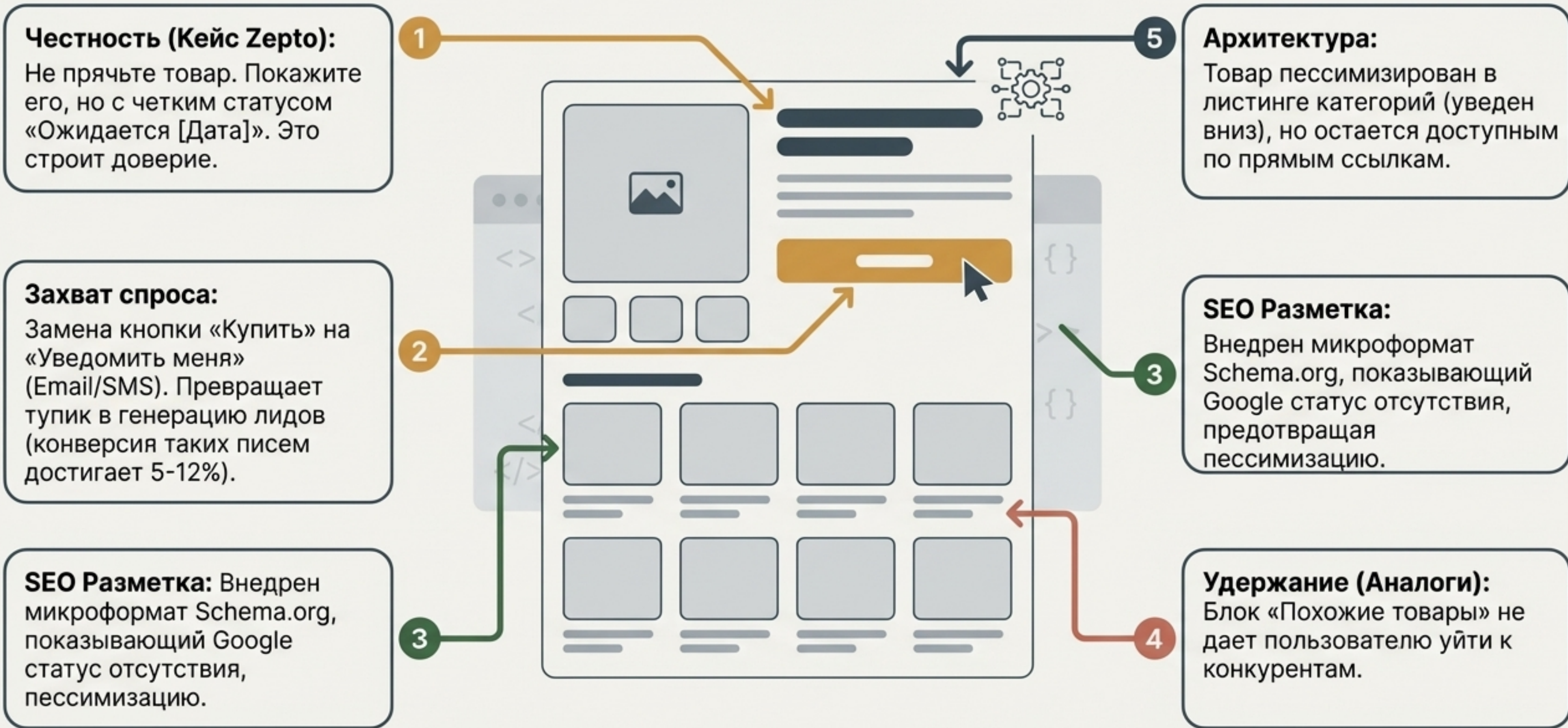
Маршрутизатор отсутствующих товаров



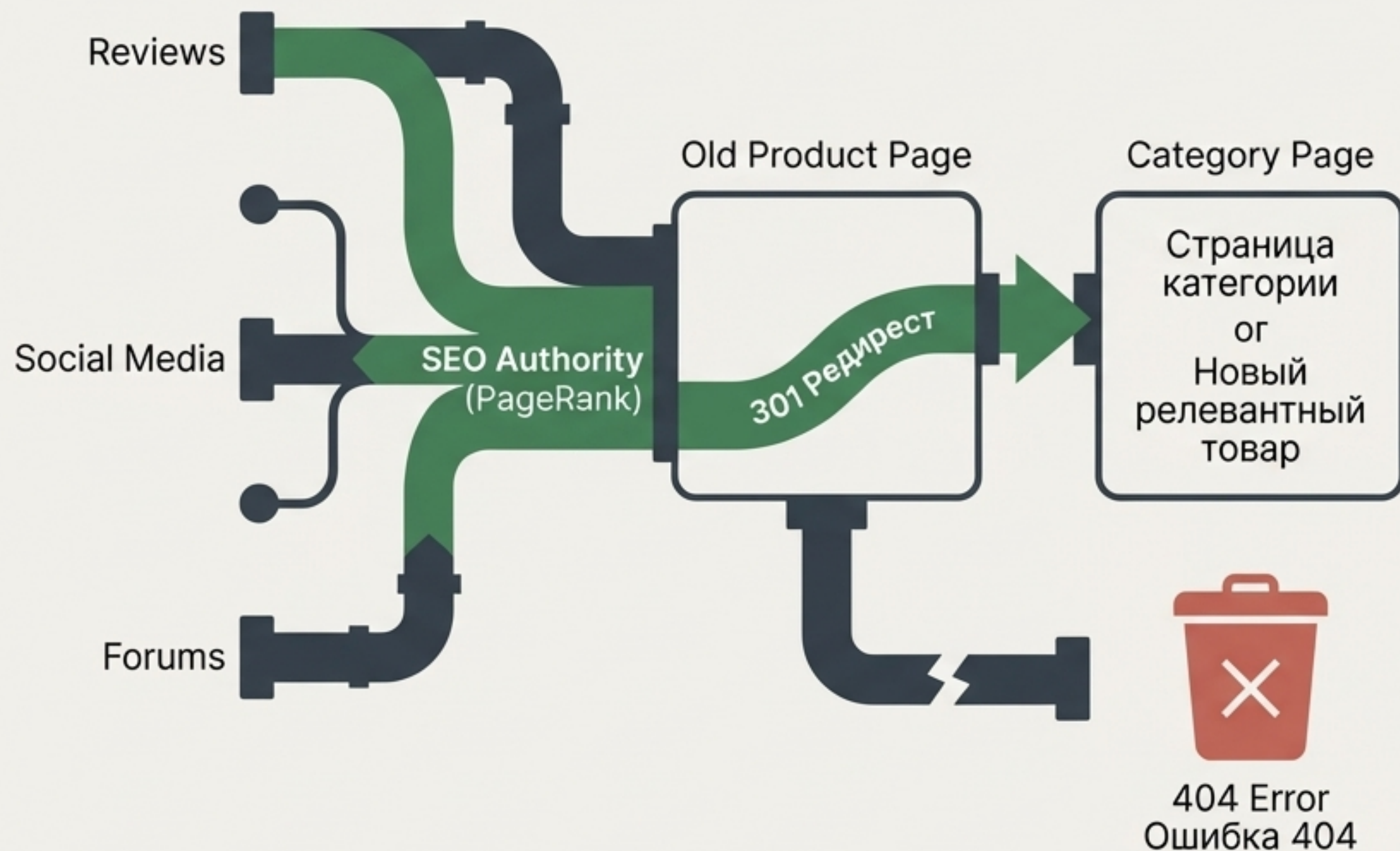
Матрица сценариев: Временно vs. Навсегда

	Временно нет в наличии (Ожидается поставка)	Снят с производства (Никогда не вернется)
HTTP Код	200 OK (Страница жива)	301 Moved Permanently (Редирект)
Действие UX	Кнопка «Сообщить о поступлении» (Waitlist)	Предложение актуальных аналогов
Schema Markup	ItemAvailability -> OutOfStock	Удалить из XML-карты и фидов
Внутренний поиск	Скрыть или переместить в конец списка	Обновить все внутренние ссылки

Анатомия идеальной карточки «Временно отсутствует»



301 Редирект: Хранитель SEO-капитала



Не обрывайте связи.

Страницы старых товаров часто имеют обратные ссылки (бэклинки) с обзоров, соцсетей и форумов. Это чистый авторитет домена (PageRank).

Удаление = Потеря.

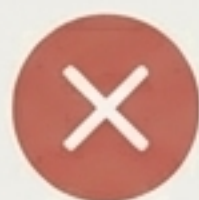
Удаление страницы (404) сливает этот авторитет в никуда.

Правильная переадресация.

301 редирект передает вес старой страницы новому релевантному товару или родительской категории.

Маршрутизатор HTTP-кодов: Избегайте частых ошибок

404 (Not Found) / 410 (Gone)



**Статус: Мертвый
конец.**

Когда использовать:

Когда использовать:

Только для спама,
ошибочных страниц или
товаров без трафика и
ссылок, которые никогда
не вернуться.

302 (Temporary Redirect)



**Статус: Ловушка
для SEO.**

Когда использовать:

Когда использовать:

Почти никогда для OOS.
Распространенный миф
экспертов. Не передает
постоянный SEO-вес.

301 (Permanent Redirect)



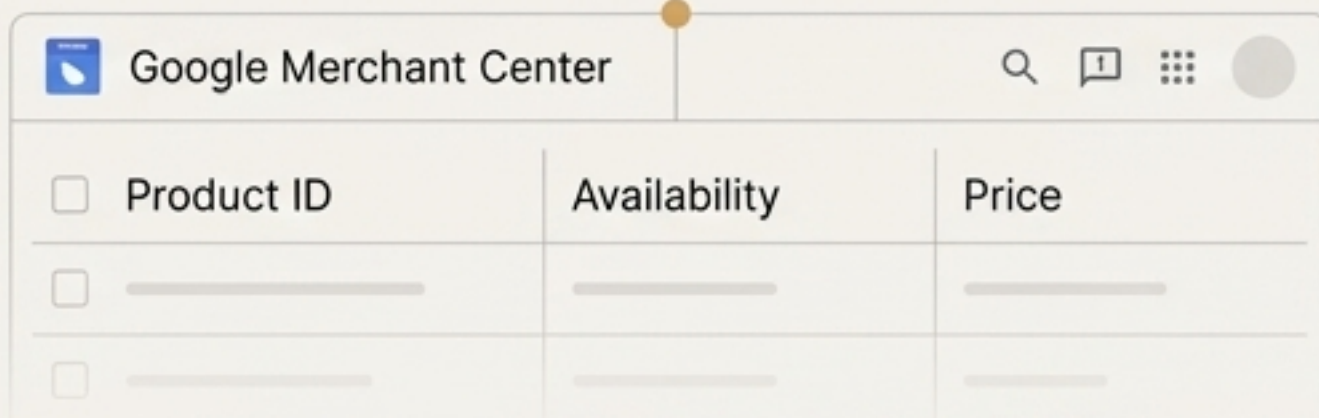
**Статус: Золотой
стандарт.**

Когда использовать:

Товар снят
с производства
навсегда. Теряет
ранжирование старого
URL, но сохраняет
ссылочный вес и передает
его новой странице.

Сохранение данных в рекламных кампаниях (Feeds & PPC)

Управление фидами (Product Feeds)

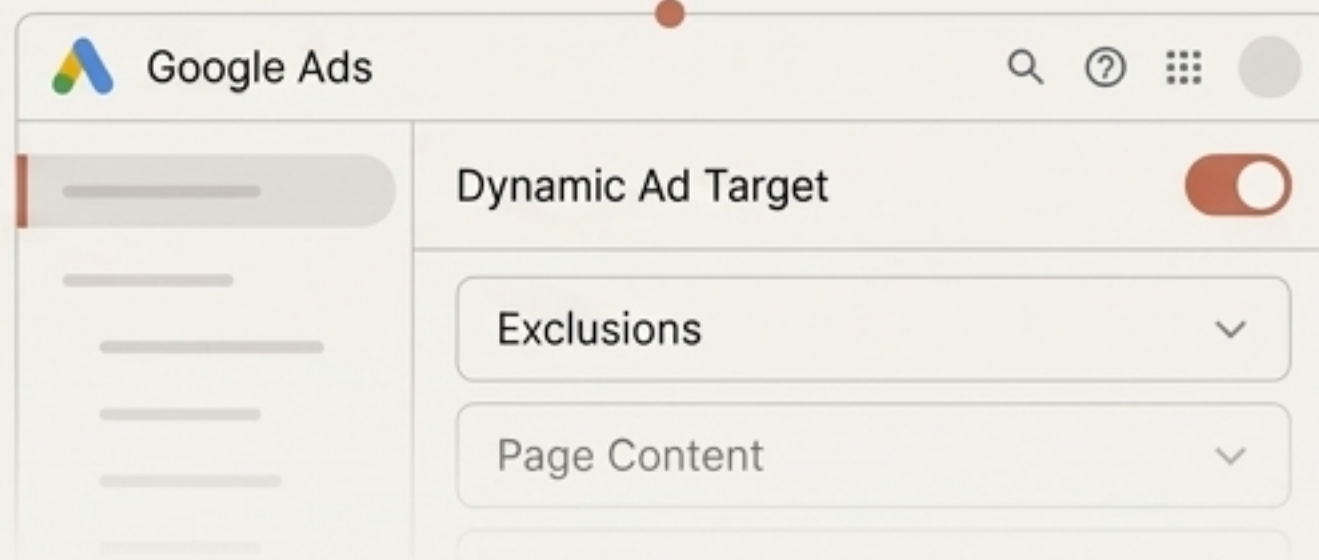


<input type="checkbox"/> Product ID	Availability	Price
<input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>		

Ошибка: Исключение товара из XML-фида при нулевом остатке. Алгоритм теряет исторические данные.

Решение: Оставьте товар в фиде, но обновите атрибут [availability] на 'out of stock'. Это сохраняет историю обучения алгоритма для быстрого старта после пополнения запасов.

Динамические кампании (DSA)



Правило: Обязательно исключайте страницы отсутствующих товаров из DSA-кампаний через минус-таргетинг (по контенту страницы, например: 'Нет в наличии'), чтобы не сливать рекламный бюджет.

Отсутствие товара — это не конец пути

Маршрутизация ботов:

Правильные HTTP-коды, 301 редиректы и Schema-разметка удерживают позиции в поиске и сохраняют накопленный ссылочный капитал.

SEO & Боты
(Сохранение трафика)

Маршрутизация людей:

Прозрачная коммуникация, листы ожидания и умные альтернативы превращают разочарование покупателя в отложенный спрос.

UX & Люди
(Захват спроса)

**Удержанная
выручка**

Совмещение технического SEO и грамотного UX превращает страницу OOS из "дырявого ведра" в мощный инструмент генерации лояльности и будущих продаж.