

Електронна комерція без втрат: SEO-стратегія для відсутніх товарів

Маршрутизація трафіку, збереження рейтингів та генерація лідів з порожнього складу.

Немає в наявності

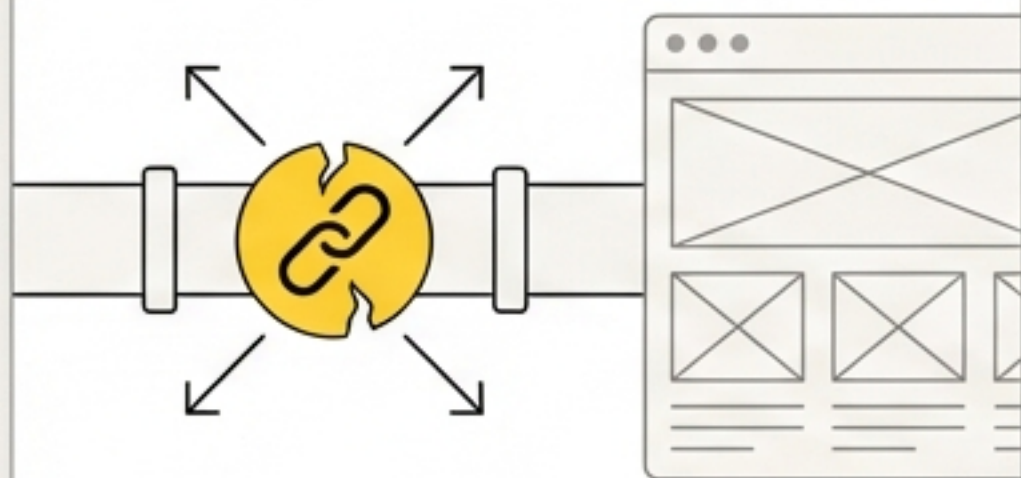
The diagram illustrates a process flow within a white rounded rectangle. On the left, a red rounded rectangle contains the text 'Немає в наявності'. A solid black arrow points from this box to the right. Above this arrow, a curved line starts at the same point and ends at a small white circle. From this circle, a solid black arrow points to a green rounded rectangle on the right containing the text 'У листі очікування: 150'. The entire process is framed by a white rounded rectangle with a grey border, which is connected to a larger, fainter diagram on the right side of the slide.

У листі очікування: 150



Витік SEO

Помилки 404 руйнують накопичений PageRank (SEO-капітал) та знижують загальний авторитет домену.



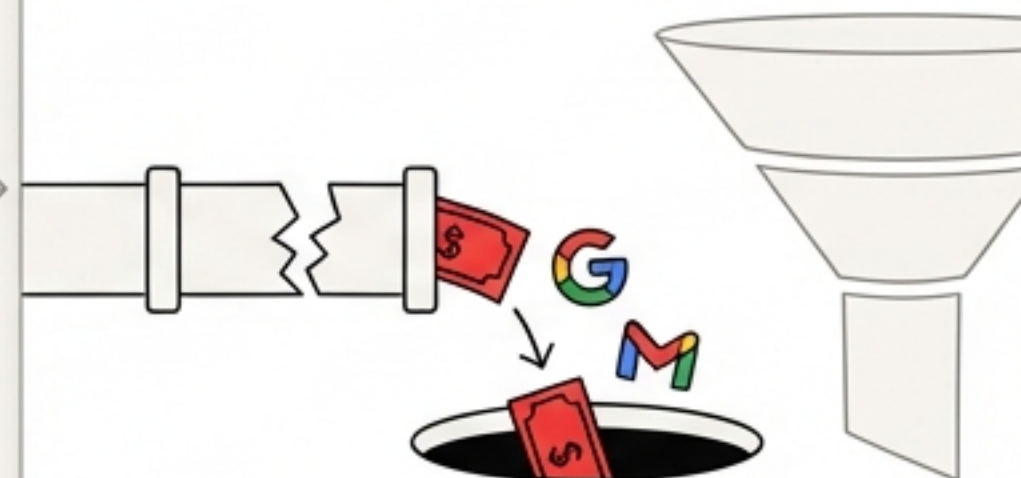
Витік UX

42% нових клієнтів ніколи не повертаються до магазину після зіткнення з відсутністю товару.



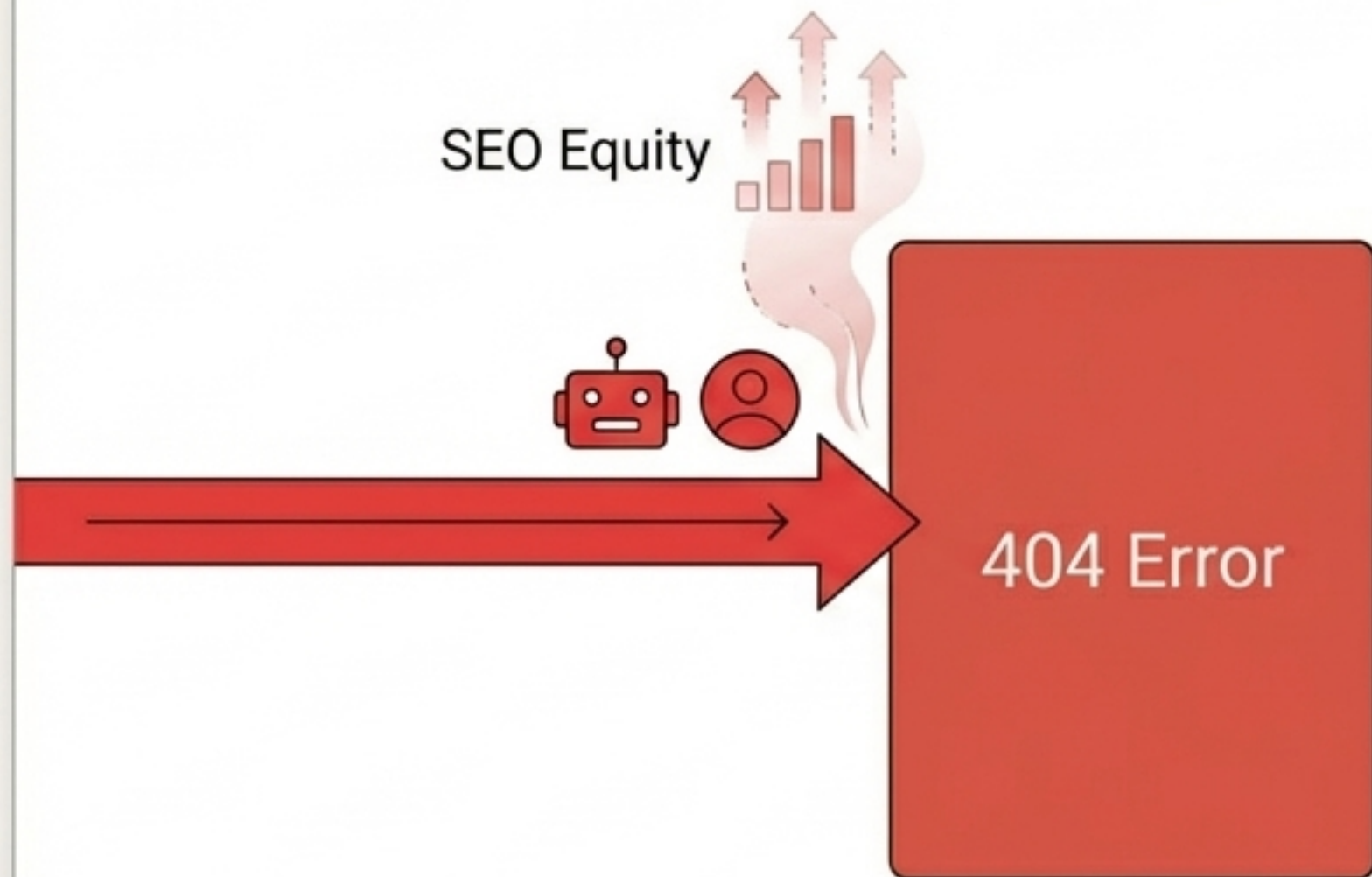
Витік Конверсії

Марна витрата бюджету на платну рекламу (Google Ads, Meta), що веде у глухий кут.



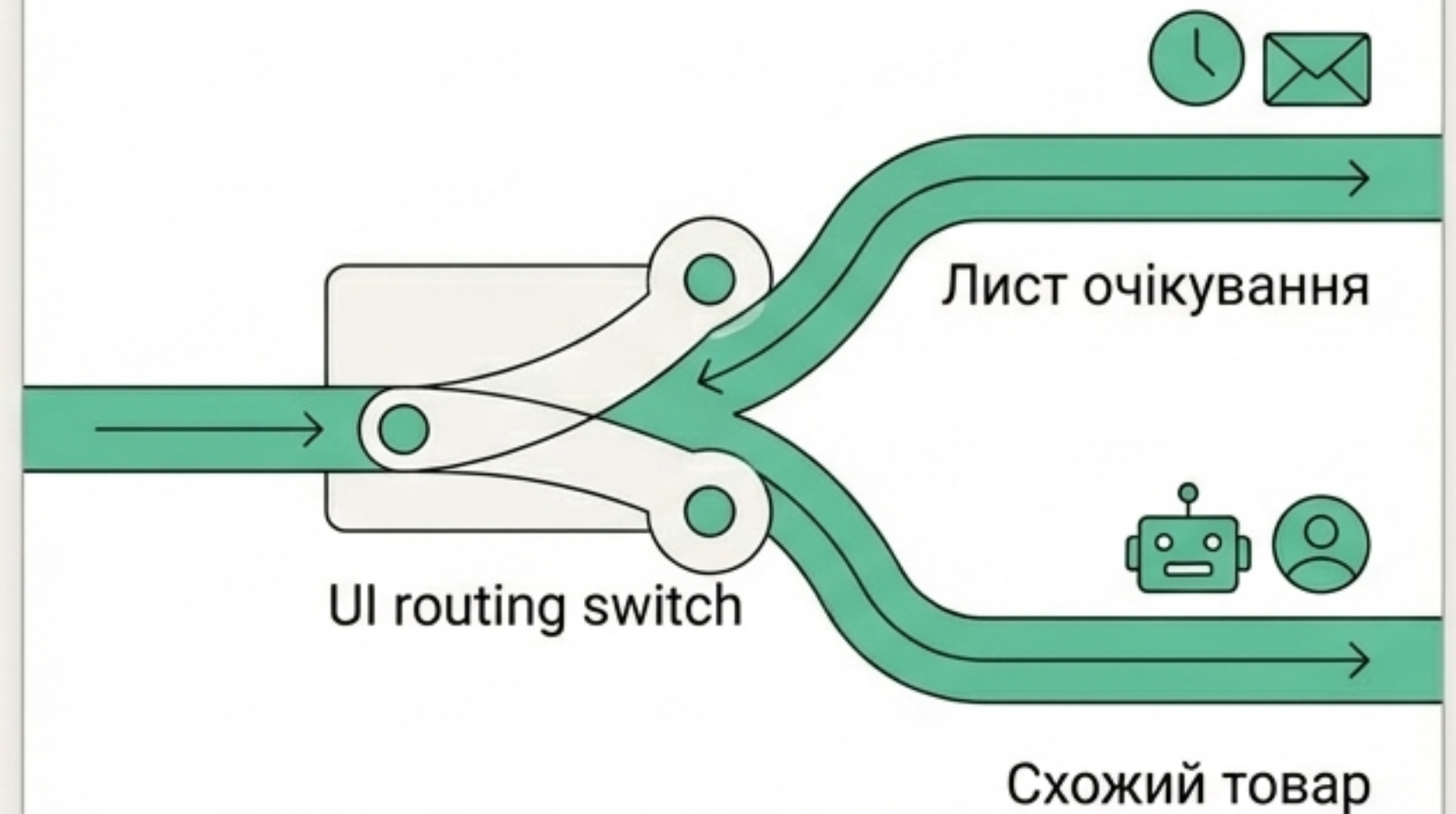
Відсутність товару — це не просто втрачений продаж. **Це ланцюгова реакція, що руйнує довіру до бренду та позиції в пошуку.**

Помилка: Глухий кут 404



Видалення сторінки знищує всі зворотні посилання та історію ранжирування.

Рішення: 301 Об'їзд або 200 Очікування



SEO-капітал зберігається, а користувач залишається в екосистемі магазину.

	● Тимчасово відсутній	● Знятий з виробництва	● Сезонний
Статус HTTP (Сторінка)	Залишити активною (200 OK)	301 Редирект (або 410 Gone)	Залишити активною або 301 на категорію
Дія для SEO	Оновити Schema Markup	Видалити з XML sitemap	Зберегти URL для наступного сезону
Дія для UX	Форма "Повідомити мене"	Запропонувати точний аналог	Посилання на актуальні колекції

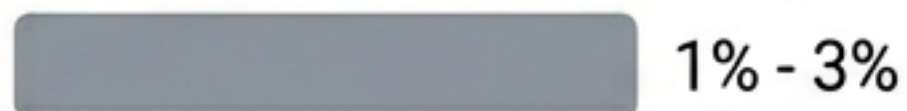
Алгоритм: Тимчасово відсутній товар



Порівняння конверсійних ставок (Ефективність каналів)



Стандартна конверсія (Звичайний трафік e-commerce)



Email-сповіщення (Конверсія з листа 'Товар знову в наявності')

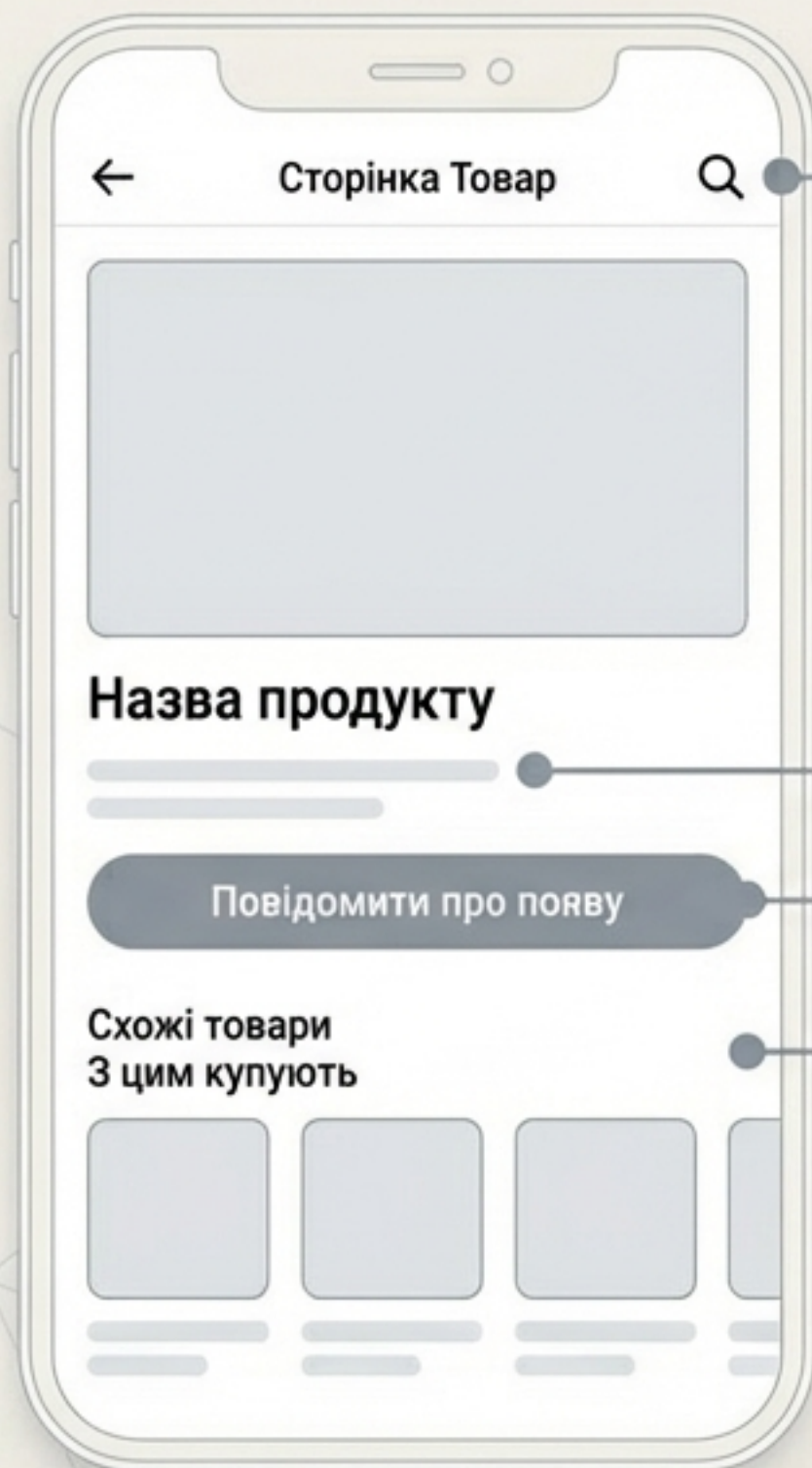


SMS-сповіщення (Конверсія з миттєвого повідомлення)



Момент відсутності товару – це не втрата. Це точка захоплення найбільш зацікавленої та лояльної аудиторії, яка готова купувати за повну ціну без знижок.

Анатомія ідеальної сторінки "Немає в наявності"



Прозорий статус: Чесне повідомлення: "Очікується 15 липня" замість сухого "Немає в наявності".

СТА Захоплення: Акцентна кнопка "Повідомити про появу" (збір email або телефону).

Альтернативи: Карусель "Схожі товари" або "3 цим купують" одразу під кнопкою.

Внутрішній пошук: Товар зміщено в кінець списку в категоріях або приховано з внутрішнього пошуку, щоб не дратувати відвідувачів.

Стратегія 301 Редиректів для знятих з виробництва товарів

Товар назавжди знято з виробництва.

Так

Чи існує точний аналог або нова модель?

Ні

● **301 Редирект на новий товар.**
(Користувач отримує заміну, SEO-вага передається).

Товар не має цінності/трафіку

● **Статус 410 (Gone).**
(Очищення індексу від "сміттєвих" сторінок).

● **301 Редирект на батьківську категорію.**
(Трафік залишається в релевантному розділі).

Обов'язково видаліть ці URL-адреси з XML-карти сайту та фідів Google Merchant Center.

Технічний чек-лист SEO

Мікророзмітка Schema (Код)

```
<g:availability>OutOfStock</g:availability>
```

Змініть атрибут ItemAvailability на OutOfStock. Це зберігає історію товару та мінімізує час на відновлення позицій після поповнення складу (запобігає обнуленню алгоритмів).

Управління Фідами (Google Merchant Center)

Google Ads Google Shopping

Синхронізуйте залишки з Google Shopping, щоб не платити за кліки по товарах, яких немає. Оновіть фід, але збережіть товар у системі.



Цифрова логістика вимагає безперервних маршрутів. Кожен 'розпроданий' товар – це перехрестя, а не глухий кут.