

1. Ce este „SEO Audit – eTimpulSEO (cu licență)”?

Este un program pentru Windows care analizează automat site-ul unui client din punct de vedere SEO și generează un raport detaliat în format Excel.

Raportul arată, pagină cu pagină, ce este în regulă și ce probleme ar putea afecta vizibilitatea în Google.

Programul funcționează doar pe baza unei **licențe** (seria și numărul facturii de achiziție) și este legat de calculatorul pe care a fost activat, pentru a preveni distribuirea neautorizată.

2. Cum funcționează, pe scurt?

1. Pornește executabilul.
 2. La prima deschidere:
 - se introduce seria și numărul facturii de achiziție (ex: **FTNS1001**);
 - se completează **datele firmei** (nume, email, site, nickname) – acestea sunt folosite doar pentru a personaliza „semnătura” botului de audit în User-Agent.
 3. În fereastra principală, se introduce:
 - un **URL principal** (site-ul sau o pagină, de ex. exemplu.ro sau <https://exemplu.ro>);
 - opțional, până la **3 URL-uri suplimentare**, dacă se vrea să se auditeze și alte site-uri, pe rând.
 4. Apasă butonul „**Pornește auditul**”.
 5. Programul parcurge automat site-ul (link cu link), până la un număr mare de pagini (limita tehnică este foarte ridicată, astfel încât să acopere și site-uri mari).
 6. La final, pentru fiecare site analizat se creează:
 - un **folder** separat, denumit după adresa site-ului;
 - un fișier Excel cu raportul complet (ex: [seo_audit_exemplu.ro.xlsx](#)).
-

3. Ce verifică efectiv programul?

La fiecare pagină găsită pe site, softul extrage și evaluează, printre altele:

- **Status code (200, 404, 301 etc.)** – dacă pagina răspunde corect sau returnează erori.
- **Dimensiunea paginii (KB).**
- **Indexare** – dacă pagina este indexabilă sau blocată prin meta robots (noindex/nofollow).
- **Titlul paginii (Meta title) și lungimea lui.**
- **Meta description și lungimea ei.**
- **Cuvinte cheie detectate (Meta_keywords):**
 - citește meta keywords, câmpuri speciale de la Rank Math, Yoast, SEOPress etc.;
 - citește câmpul **keywords** din JSON-LD, dacă există;
 - dacă nu găsește nimic, deduce cuvintele cheie din H1, H2 și textul paginii (fraze de 2–3 cuvinte + cuvinte individuale).
- Creează automat un **link către Google Trends** pentru cuvintele cheie detectate (ultimele 12 luni, România).
- **Structured data (JSON-LD)** – extrage blocurile de date structurate.
- **Canonical, Open Graph (og:title, og:image, og:description etc.).**
- **CMS și eCommerce** – detectează platforma (WordPress, WooCommerce, Shopify, Magento, PrestaShop etc.).
- **Instrumente de analiză** – ex: Google Analytics, Google Tag Manager, Facebook Pixel, Hotjar.
- **Framework-uri și librării JS** – React, Vue, Angular, jQuery, Bootstrap, Swiper, Tailwind, etc.
- **Securitate** – antete de securitate: HSTS, Content-Security-Policy, X-Frame-Options, etc.
- **Server și limbaj server** – valorile din antetele **Server** și **X-Powered-By**.
- **Există blog?** – detectează prezența unei secțiuni de blog.
- **Pluginuri WordPress** (Contact Form 7, Elementor, WooCommerce, Yoast, RankMath etc.).
- **Unelte de performanță** – Cloudflare, LiteSpeed Cache, WP Rocket, Autoptimize etc.
- **Form builders** – Contact Form 7, WPForms, Gravity Forms.
- **PaaS / Reverse proxy / CDN** – Cloudflare, Vercel, Netlify.
- **UI frameworks** – Bootstrap, Tailwind, Material UI.

- **Cookie / GDPR** – prezența mesajelor de cookie & consimțământ.
- **Structura de conținut:**
 - număr și listă de H1–H6;
 - număr de cuvinte pe pagină;
 - raport text / HTML (Text-HTML ratio).
- **Linkuri interne și externe:**
 - total linkuri, interne, externe;
 - liste complete;
 - lista textelor de ancoră (anchor text) + link;
 - numărul de ancore generice („click aici”, „vezi detalii”, „read more” etc.).
- **Imagini:**
 - număr total de imagini;
 - număr de imagini fără atribut **alt**;
 - (opțional) lista fișierelor de imagine descărcate, dacă se activează salvarea imaginilor.

Pe baza acestor date, pentru fiecare pagină se calculează un **Scor SEO** între 0 și 100, în funcție de starea titlului, descrierii, imaginilor, indexării, datelor structurate etc.

La fiecare pagină descoperită pe site, programul extrage automat peste 110 elemente SEO, tehnice, de securitate, conținut, performanță și structură. Acestea sunt grupate logic astfel:

I. Elemente de accesare, stare și indexare

1. Status code (200, 301, 404 etc.)
2. URL final după redirect
3. Dimensiunea paginii (KB)
4. Meta robots (indexabil / noindex / nofollow)
5. Detectare attribute noarchive / nosnippet

6. Prezența și corectitudinea canonicalului
 7. Meta viewport
 8. Atribut „lang” din <html>
 9. Verificare pagini duplicate prin canonical
 10. Click depth (adâncimea paginii în site)
-

II. Meta-title, descriere, keywords și relevanță

11. Meta title
 12. Lungime meta title
 13. Meta description
 14. Lungime meta description
 15. Meta keywords (meta standard)
 16. Cuvinte cheie din Rank Math
 17. Cuvinte cheie din Yoast
 18. Cuvinte cheie din SEOPress
 19. Keywords extrase din JSON-LD
 20. Keywords extrase automat din H1
 21. Keywords extrase automat din H2
 22. Keywords extrase automat din text
 23. Frazе (2–3 cuvinte) extrase
 24. Cuvinte frecvente (top 5–8)
 25. Generare link Google Trends pentru fiecare pagină
-

III. Titluri și structură HTML (Headings)

26. Număr H1

- 27. Lista H1
 - 28. Număr H2
 - 29. Lista H2
 - 30. Număr H3
 - 31. Lista H3
 - 32. Număr H4
 - 33. Lista H4
 - 34. Număr H5
 - 35. Lista H5
 - 36. Număr H6
 - 37. Lista H6
 - 38. Număr total de cuvinte în pagină
 - 39. Raport text/HTML (%)
-

IV. Open Graph (Facebook / Social Media)

- 40. OG:title
 - 41. OG:description
 - 42. OG:image
 - 43. OG:image:width
 - 44. OG:image:height
 - 45. OG:image:alt
 - 46. OG:type
 - 47. OG:url
-

V. Structured Data (JSON-LD)

48. Detectare blocuri JSON-LD

49. Analiză conținut JSON-LD

50. Detectare tip Product

51. Detectare tip Article

52. Detectare tip BreadcrumbList

53. Detectare tip Organization

54. Detectare tip WebSite

55. Număr blocuri JSON-LD

VI. Linkuri și navigație

56. Număr total linkuri

57. Linkuri interne

58. Linkuri externe

59. Lista completă linkuri

60. Lista linkuri interne

61. Lista linkuri externe

62. Lista ancorelor text

63. Identificare ancore generice („click aici”, „citește mai mult”, „read more” etc.)

64. Detectare mailto:

65. Detectare tel:

VII. Imagini și accesibilitate

66. Număr total imagini

67. Număr imagini fără alt

68. Lista imaginilor detectate

- 69. Detectare `img[src]`
 - 70. Detectare `img[data-src]`
 - 71. Detectare `img[data-original]`
 - 72. Detectare `img[data-lazy]`
 - 73. Detectare `srcset`
 - 74. Detectare `<picture>/<source>`
 - 75. Detectare `background-image` în CSS inline
 - 76. Dimensiuni imaginii (width/height)
 - 77. MIME type imaginii
 - 78. Salvare fișier original
 - 79. Conversie WebP
 - 80. Conversie AVIF
-

VIII. Platforme, CMS și eCommerce

- 81. WordPress
 - 82. WooCommerce
 - 83. Shopify
 - 84. PrestaShop
 - 85. Magento
 - 86. Drupal
 - 87. BigCommerce
 - 88. Squarespace
 - 89. Identificare arhitectură shop (cart/checkout/account)
-

IX. Analytics și tracking

- 90. Google Analytics 4
 - 91. Google Tag Manager
 - 92. Universal Analytics
 - 93. Facebook Pixel
 - 94. Hotjar
 - 95. Alte coduri de tracking detectate
-

X. Framework-uri JS și librării

- 96. React
 - 97. Vue.js
 - 98. Angular
 - 99. Svelte
 - 100. jQuery
 - 101. Bootstrap
 - 102. SwiperJS
 - 103. AnimeJS
 - 104. Lodash
 - 105. Moment.js
-

XI. Securitate & server

- 106. Server Web (Nginx, Apache, LiteSpeed etc.)
- 107. X-Powered-By (PHP, Node.js etc.)
- 108. Strict-Transport-Security (HSTS)
- 109. Content-Security-Policy (CSP)
- 110. X-Frame-Options

- 111. X-Content-Type-Options
 - 112. Referrer-Policy
 - 113. Detectare HTTPS / non-HTTPS
-

XII. DevTools, monitorizare și sisteme auxiliare

- 114. Sentry
 - 115. Hotjar (monitorizare)
 - 116. Intercom
 - 117. Datadog
-

XIII. Formular & autentificare

- 118. Contact Form 7
 - 119. WPForms
 - 120. Gravity Forms
 - 121. Detectare zone de login / autentificare
 - 122. Detectare formulare custom
-

XIV. Performanță & caching

- 123. Cloudflare
 - 124. LiteSpeed Cache
 - 125. WP Rocket
 - 126. Autoptimize
-

XV. UI frameworks

- 127. Bootstrap UI
 - 128. TailwindCSS
 - 129. Material UI
-

XVI. Cookie / GDPR

- 130. Detectare banner cookie
 - 131. Detectare texte GDPR / consent
-

XVII. Alte detectări utile

- 132. Detectare secțiune de blog
 - 133. Detectare PaaS (Vercel, Netlify)
 - 134. Detectare Reverse-Proxy (Cloudflare)
 - 135. Detectare pagini JS-only
 - 136. Detectare pagini cu erori 500/502
 - 137. Detectare redirect chain
 - 138. Detectare pagini noindex/no-follow
 - 139. Detectare meta duplicat
-

3.1. Ce verifică modulul PageSpeed și cum funcționează

Pentru fiecare URL introdus, programul poate rula automat și o analiză PageSpeed, folosind API-ul oficial Google PageSpeed Insights. Acest modul oferă informații suplimentare despre performanța paginii, viteza de încărcare și experiența utilizatorului pe mobil și desktop.

PageSpeed analizează fiecare adresă URL din trei perspective:

A. Performanța pe Mobil

Măsoară modul în care pagina este afișată pe dispozitive mobile și cât de repede poate fi utilizată de către vizitator.

Include indicatori precum:

- *Largest Contentful Paint (LCP)*
- *First Contentful Paint (FCP)*
- *Interaction to Next Paint (INP)*
- *Cumulative Layout Shift (CLS)*
- *Speed Index*
- *Time to First Byte (TTFB)*

Acești indicatori reflectă direct experiența utilizatorului pe telefoane și sunt critici în rankingul Google.

B. Performanța pe Desktop

Sunt analizate aceleași valori ca la Mobil, dar cu comportament diferit, deoarece:

- conexiunea este considerată mai rapidă,
- procesorul este mai puternic,
- layout-ul paginii se stabilează mai repede.

Rezultatul este un scor PageSpeed separat pentru Desktop.

C. Recomandări tehnice și oportunități

Modulul PageSpeed returnează automat o listă de sugestii de optimizare, precum:

- comprimarea imaginilor,
- minificarea CSS/JS,
- eliminarea resurselor neutilizate,
- îmbunătățirea timpilor de răspuns ai serverului,
- optimizarea fonturilor,
- reducerea blocării renderizării (render-blocking),
- încărcarea scripturilor în mod async/defer,
- prioritizarea conținutului above-the-fold.

Fiecare recomandare include:

- impactul estimat,
 - economia în milisecunde,
 - nivelul de prioritate.
-

D. De ce este util modulul PageSpeed?

- arată exact ce încetinește site-ul;
 - indică zonele care afectează SEO tehnic;
 - evidențiază diferențele între mobil și desktop;
 - oferă recomandări clare pentru dezvoltatori;
 - ajută la îmbunătățirea Core Web Vitals, folosite direct de Google în evaluarea experienței utilizatorului.
-

E. Cum sunt prezentate rezultatele PageSpeed?

Rezultatele pot fi afișate:

- în interfața programului,

Pentru fiecare URL analizat sunt returnate:

- Scorul PageSpeed Mobile
 - Scorul PageSpeed Desktop
 - Lista completă de recomandări
 - Valorile Core Web Vitals (LCP, FCP, INP, CLS, TTFB)
-



Concluzie pentru secțiune

Modulul PageSpeed completează crawling-ul principal, oferind o imagine clară asupra performanței reale a site-ului în ochii Google și ai utilizatorilor.

4. Structura raportului Excel

Pentru fiecare site analizat se generează un fișier Excel cu mai multe foi (sheet-uri).

4.1. Sheet „Audit”

- Este foaia principală, cu toate paginile analizate.
- Prima coloană (A) este „**Row coloring (1 = yes, 0 = no)**”:
 - clientul poate pune 1 pe rândurile importante;
 - rândurile marcate cu 1 se colorează automat în verde (ajută la filtrare/prioritizare).
- Următoarele coloane conțin toate datele enumerate mai sus (status, titlu, descriere, cuvinte cheie, linkuri, imagini etc.).
- Coloana „**KW_Trends_URL**” conține link direct clicabil către Google Trends pentru cuvintele cheie detectate pe acel URL.

4.2. Sheet „Legend”

- Este un **dicționar de coloane**:
 - pentru fiecare nume de coloană din raport, explică în română și engleză ce înseamnă;
 - include și un link către surse oficiale / documentație (Google, MDN, Wikipedia etc.).
- Practic, este „manualul tehnic” integrat chiar în raport.

4.3. Sheet „Keywords”

- Listează **toate cuvintele cheie unice** detectate pe site, agregate din toate paginile.
- Pentru fiecare keyword:
 - numărul de pagini în care apare;
 - lista paginilor respective;
 - un link dedicat către Google Trends pentru acel cuvânt cheie.

Astfel, se poate vedea foarte ușor:

- ce cuvinte cheie se folosesc deja pe site;
- pe câte pagini apar;
- cum arată interesul în timp pentru ele în Google Trends.

5. Cum se folosește, pas cu pas

Manual scurt:

1. **Descarcă arhiva** primită de la eTimpulSEO.
2. **Creează un folder nou** pe calculator (de exemplu `D:\Audit_SEO`).
3. Mută arhiva în acel folder și **dezarhiveaz-o** (click dreapta → Extract / Extract All).
4. Intră în folderul dezarhivat și dă **dublu click pe fișierul .exe** (Audit SEO – eTimpulSEO).
5. La prima rulare:
 - introdu **numărul comenzii** primite după achiziție (licența);
 - completează **numele companiei, emailul și site-ul** (acestea apar doar în „semnătura” botului, nu se trimit la terți).
6. În fereastra principală:
 - la „**Introdu URL principal**” scrie adresa site-ului tău (de ex. `siteulmeu.ro` – nu este obligatoriu să treci `https://`, programul o adaugă automat);
 - dacă vrei să analizezi și alte site-uri, completează și „**Alte URL-uri (max. 3)**”.
7. Apasă „**Pornește auditul**” și lasă fereastra deschisă.
În zona „Pagini analizate (în ordine)” vei vedea cum apar, rând pe rând, paginile scanate.
8. La final, vei primi un mesaj de tip „**Audit finalizat**”, iar în folderul în care se află programul vei găsi:
 - câte un **folder pentru fiecare site** (`siteulmeu.ro`, `alt-site.ro` etc.);
 - în fiecare folder – fișierul Excel `seo_audit_nume_site.xlsx`.

6. Aspecte de securitate și confidențialitate

- Programul **nu modifică nimic** pe site-ul clientului – doar citește paginile ca un vizitator normal (un „bot” prietenos).
- Toate datele (rapoarte Excel) se salvează **local**, pe calculator, în folderele:
 - subfolderele generate lângă executabil – rapoartele Excel.
- Licența este legată de calculator (ID hardware) și de numărul comenzii, pentru a preveni copierea neautorizată către alte persoane.

7. Cerințe tehnice

- Sistem de operare: **Windows** (executabil clasic .exe).
- Conexiune stabilă la internet (programul trebuie să poată accesa site-ul auditat).
- Drepturi de scriere în folderul în care rulează, pentru a putea salva rapoartele.

Drepturi de scriere în folderul în care rulează programul

Pentru ca programul să poată salva rapoartele Excel, trebuie să ruleze într-un loc de pe calculator unde Windows permite **scrierea și modificarea fișierelor**.

Ce trebuie să faci?

1. **Creează un folder nou pe calculator**, într-un loc simplu, de exemplu:
 - `D:\Audit_SEO`
 - `E:\Audit_SEO`
2. **Mută în acest folder** arhiva primită `Audit_SEO_eTimpulSEO.zip`
3. **Dezarhivează acolo** (click dreapta → Extract / Extract All).
4. **Rulează programul direct din acest folder**
(dublu click pe `Audit SEO – eTimpulSEO.exe`).

Asta asigură că programul poate salva fără probleme rapoartele Excel în același folder.

Evită următoarele locații (Windows nu permite scrierea acolo)

Windows blochează scrierea în anumite locații de sistem. Nu pune programul în:

- `C:\Program Files`
- `C:\Program Files (x86)`
- `C:\Windows`

- C:\Users\NumeleTau\AppData
- sau în orice folder de sistem protejat

Dacă programul este pus acolo, **nu va putea salva rapoartele.**



Dacă Windows cere permisiuni?

Dacă apare o fereastră care spune:

„Acest program nu are permisiuni de scriere”

Trebuie doar:

1. Închide programul
 2. Mută folderul într-o locație permisă (D:\Audit_SEO)
 3. Rulează din nou programul
-



Cea mai simplă recomandare

Creează un folder pe Desktop numit **Audit_SEO** și rulează programul de acolo.

Nu vor exista probleme de permisiuni.



Atenție importantă: unde se salvează rapoartele și ce se întâmplă la reinstalarea Windows

Programul **NU trimite rapoartele în cloud** și nu le stochează pe serverele eTimpulSEO. Totul se salvează **doar pe calculator**, în folderul în care a fost pus programul.



Asta înseamnă două lucruri importante:

1. Dacă ștergi folderul în care este programul, pierzi toate rapoartele.

Programul creează automat, în acel folder:

- fișierul executabil (.exe)
- fișierele de configurare (licență, date firmă)
- folderele fiecărui site analizat

- rapoartele Excel generate la final

Dacă acel folder este șters → **dispar definitiv**.

2. Dacă reinstalezi Windows, tot ce este pe Desktop sau în partiția C: se pierde.

Reinstalarea Windows șterge complet:

- Desktop-ul
- Documente
- Download-uri
- orice folder creat în partiția C:

Deci inclusiv:

- ✓ programul
 - ✓ arhiva
 - ✓ folderele cu rapoarte
 - ✓ licența salvată
 - ✓ tot istoricul de crawl
-

Recomandarea noastră pentru păstrarea în siguranță a rapoartelor

Pentru a evita pierderea datelor:

✓ **Mută programul într-o locație sigură, de exemplu:**

- `D:\Audit_SEO`
- `E:\Audit_SEO`
- sau un hard extern / USB

✓ **Păstrează backup la rapoartele Excel:**

Copiezi folderul `Audit_SEO` pe un stick USB sau în cloud (Google Drive, OneDrive, Dropbox etc.).

Variantă recomandată (cea mai simplă)

 **Dacă NU vrei să pierzi rapoartele niciodată:**

→ Mută folderul în partiția D: sau într-o locație pe care nu o atinge reinstalarea Windows.

Ce se întâmplă cu licența la reinstalarea Windows?

Licența este asociată **unic** cu calculatorul pe care a fost activată.

Dacă Windows este reinstalat sau dacă fișierele programului sunt șterse, licența va trebui **reactivată**.

✓ Ce trebuie să facă utilizatorul în acest caz?

Dacă reinstalezi Windows sau muți programul într-un alt sistem:

 programul va solicita din nou licența;

 este suficient să ne contactezi la **contact@etimpulseo.ro** pentru reactivare.

Activarea este rapidă și nu presupune costuri suplimentare.

IMPORTANT pentru utilizator

- Licența este legată de calculatorul tău.
- În cazul unei reinstalări Windows, **nu se pierde dreptul la licență**, se pierde doar activarea locală.
- Reactivarea se face **gratuit**, prin email, pe baza comenzii inițiale.

✓ Rezumat scurt

Dacă reinstalați Windows, programul va cere din nou licența. Pentru reactivare gratuită, trimiteți un email la **contact@etimpulseo.ro**

8. De ce merge mai repede sau mai încet crawlarea?

Viteza cu care rulează auditul poate fi diferită de la un site la altul și chiar de la o rulare la alta, din mai multe motive:

- **Viteza conexiunii la internet a utilizatorului**
Dacă internetul este lent sau instabil, fiecare pagină va fi descărcată mai greu, ceea ce prelungește durata totală a auditului.
- **Performanța serverului pe care este găzduit site-ul**
Dacă serverul răspunde greu (Timp mare până la primul byte / TTFB), fiecare request trimis de

tool va aștepta mai mult până primește conținutul paginii.

- **Numărul de pagini și structura site-ului**

Un site cu câteva zeci de pagini se scanează foarte repede. Un site cu mii de pagini, categorii, filtre și arhive necesită mult mai multe request-uri și, implicit, mai mult timp.

- **Numărul și dimensiunea imaginilor din pagini**

Pentru fiecare pagină, tool-ul:

- identifică toate imaginile (inclusiv iconițe, logo, bannere, background-uri CSS);
- dacă opțiunea de salvare este activată, se descarcă imaginea originală și generează WebP + (unde este posibil) AVIF.
- Pagini cu multe imagini mari vor încetini auditul.

- **Setările de siguranță din tool**

Programul folosește un **timeout** rezonabil și o pauză scurtă între request-uri, pentru a imita un comportament uman și a nu suprasolicita serverul (în cod: TIMEOUT, MIN_DELAY, MAX_DELAY).

- **Redirecționări și erori**

URL-urile care redirecționează de mai multe ori sau returnează erori (500, 502 etc.) pot consuma timp suplimentar până la timeout.

Recomandare pentru utilizator:

Dacă vezi că auditul durează mult:

- verifică viteza conexiunii la internet;
- testează manual câteva pagini în browser (dacă se încarcă greu acolo, se vor încărca greu și în audit);
- verifică dacă nu rulează simultan și alte procese consumatoare de resurse (download-uri, alte softuri de scanare, etc.).

9. Ce fac dacă un URL nu merge? (diagnostic rapid)

Dacă în raport apar pagini cu erori (de ex. `Status_code = EROARE: ...` sau 404/500), primul pas este:

1. Copiază URL-ul din coloana **URL**.
2. Deschide-l direct în browser (Chrome, Edge etc.).
3. Observă ce se întâmplă:
 - dacă pagina nu se deschide sau dă eroare: problema este la site / server, nu la tool;

- dacă pagina se încarcă doar după multe secunde: serverul este lent, iar auditul poate prinde timeout;
 - dacă în browser ești logat și vezi conținut, dar în mod „incognito” nu se vede sau cere login – pagina este condiționată de autentificare sau sesiune, iar tool-ul (care este un vizitator „anonim”) nu o poate accesa.
-

10. Crawlarea aceasta aduce beneficii site-ului?

Tool-ul **nu modifică absolut nimic** pe site-ul auditat. El doar:

- accesează paginile exact ca un vizitator obișnuit (GET pe URL);
- citește codul HTML, imaginile și resursele publice;
- calculează metrici și generează raportul în Excel pe calculatorul tău.

Nu există un „boost” direct de SEO doar pentru că site-ul a fost crawlant de acest soft. Beneficiul real vine din:

- identificarea paginilor cu probleme (erori 404, lipsă titlu, lipsă descriere, noindex, imagini fără alt etc.);
- prioritizarea intervențiilor (prin Scor SEO și colorarea rândurilor importante);
- documentarea structurii actuale a site-ului înainte de optimizare.

Pe scurt: **crawling-ul în sine nu crește pozițiile în Google**, dar îți arată clar ce trebuie reparat ca să le poți îmbunătăți.

11. Cum gestionează imaginile? (ia TOT din pagină)

Când opțiunea „Salvează și convertește imaginile (original + WebP + AVIF)” este activă:

- tool-ul analizează codul paginii și preia absolut toate imaginile asociate cu URL-ul respectiv:
 - ``, dar și variante lazy-load (`data-src`, `data-original`, `data-lazy` etc.);
 - `<source srcset="...">` din `<picture>`;

- imagini definite în `background-image: url(...)` în stiluri CSS inline.
- pentru fiecare imagine:
 - salvează fișierul original;
 - generează versiune WebP și, unde este posibil, AVIF;
 - notează în raport dimensiunile și tipul MIME.

Asta înseamnă că:

- se salvează **toate tipurile de imagini**: logo, iconițe, bannere, poze de produs, background-uri etc.;
 - imaginile sunt organizate pe foldere de pagini (page0001, page0002...), pentru a fi ușor de identificat.
-

12. De ce pe unele site-uri nu se crawlează produsele?

Există mai multe motive pentru care anumite produse sau pagini nu apar în raport:

- **Produse încărcate dinamic prin JavaScript**
Unele magazine afișează produsele doar după ce se execută scripturi JS complexe (API calls, infinite scroll, filtre Ajax). Tool-ul citește HTML-ul primit de la server – dacă produsele sunt injectate ulterior în browser, ele nu există în codul brut și nu pot fi detectate.
- **Produse accesibile doar după acțiuni speciale (filtre, căutare, scroll)**
Crawler-ul urmează link-urile clasice (`<a href="...">`). Dacă un produs apare doar după:
 - click pe un buton care nu este link clasic, ci JS;
 - scroll până la capătul paginii pentru a încărca „load more”;
 - completarea unui formular de căutare;
atunci URL-ul produsului nu este „vizibil” ca link standard și nu va fi parcurs.
- **Restricții din `robots.txt` sau meta robots**
Dacă anumite secțiuni (ex. `/cart/`, `/my-account/`, `/product/`) sunt interzise în `robots.txt` sau marcate `noindex`, iar opțiunea de respectare a robots.txt este bifată, tool-ul **va sări peste ele**, la fel cum ar face și un crawler corect de motor de căutare.

- **Produse accesibile doar după login**

Dacă magazinul cere autentificare pentru a vedea anumite produse, tool-ul (care nu se loghează) nu are acces la acele pagini.

13. Bifa de acord pentru salvarea imaginilor – de ce este necesară?

În interfață există bifa:

„Confirm că am acordul proprietarului site-ului pentru salvarea imaginilor.”

Rolul ei este:

- să reamintească utilizatorului că imaginile de pe un site sunt, în general, protejate de drepturi de autor;
- să clarifice că responsabilitatea pentru folosirea și stocarea imaginilor aparține utilizatorului, nu programului;
- să fie un **pas de conformare** legală și etică: imaginile se salvează doar dacă ai dreptul să o faci (e site-ul tău sau ai un acord).

Ce se poate întâmpla dacă nu există un acord real (în afara bifei)?

- posibile reclamații legate de utilizarea neautorizată a imaginilor;
- încălcarea termenilor și condițiilor site-ului auditat;
- în cazuri extreme, solicitări de ștergere a conținutului sau acțiuni legale.

Bifa nu generează automat un acord juridic valid, dar:

- oferă o trasabilitate minimă (utilizatorul a confirmat că are acordul);
 - ajută la separarea responsabilităților (software-ul doar pune la dispoziție o unealtă tehnică).
-

14. Modul „Stand-by” – reluarea unui crawl neîncheiat

Programul include un mecanism prin care poate continua automat un audit început anterior, dacă acesta nu s-a terminat (ex: s-a oprit calculatorul sau a fost închisă fereastra).

Cum funcționează:

1. **În timpul rulării auditului**, după fiecare pagină analizată, programul salvează într-un fișier de stare:
 - URL-ul de start;
 - lista paginilor deja vizitate;
 - coada de pagini rămase de analizat;
 - rezultatele strânse până în acel moment;
 - numărul paginii curente;
 - opțiunile de scanare (inclusiv respectarea robots.txt și salvarea imaginilor).
2. **Dacă auditul este întrerupt** (se închide PC-ul sau programul):
 - fișierul de stare rămâne salvat pe disc;
 - raportul Excel final nu este încă generat, dar progresul nu este pierdut.
3. **La următoarea pornire a programului**, dacă detectează un fișier de stare:
 - afișează un mesaj de tip:
„Există un audit neterminat pentru URL-ul: <http://exemplu.com>. Vrei să continui de unde a rămas?”
 - dacă utilizatorul alege **Da**, auditul continuă exact din punctul în care s-a oprit;
 - dacă alege **Nu**, fișierul de stare este șters și se poate începe un audit nou „curat”.

Stand-by-ul se aplică pentru crawl-ul în curs la momentul întreruperii (site-ul principal analizat atunci).

15. Respectarea fișierului robots.txt

Programul are opțiunea:

„Respectă fișierul robots.txt (recomandat)”

Când această opțiune este bifată (implicit este activă):

- pentru fiecare site auditat, programul încearcă să descarce <https://domeniu.tld/robots.txt>;
- analizează regulile din fișier (Disallow/Allow) pentru User-Agent-ul său;
- înainte să acceseze un URL, verifică dacă are voie să îl „viziteze” conform robots.txt:

- dacă regula permite, pagina este crawlată;
- dacă regula interzice, URL-ul este sărit.

Asta înseamnă:

- tool-ul se comportă ca un crawler corect, care **respectă cerințele proprietarului site-ului**;
- anumite zone (ex. `/wp-admin/`, `/cart/`, `/checkout/`, `/private/` etc.) nu vor apărea în raport dacă sunt blocate în robots.txt.

Dacă utilizatorul debifează această opțiune:

- programul nu mai verifică robots.txt și încearcă să acceseze toate URL-urile găsite;
- această variantă oferă o acoperire mai mare, dar vine cu responsabilitatea utilizatorului de a nu încălca politica site-ului auditat.