

Аудит сайта <http://strojsynte.ru/>

## 1. По целям.

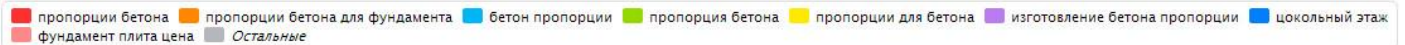
В статистике не заданы цели, поэтому сложно отследить, сколько посетителей заходило на страницы основных услуг. Например, на страницу «цокольный этаж» и другие.

## 2. Посещаемость за квартал.

Большинство посетителей приходит из Яндекса по следующим словосочетаниям:



## Источники трафика: поисковые фразы (все поисковики)

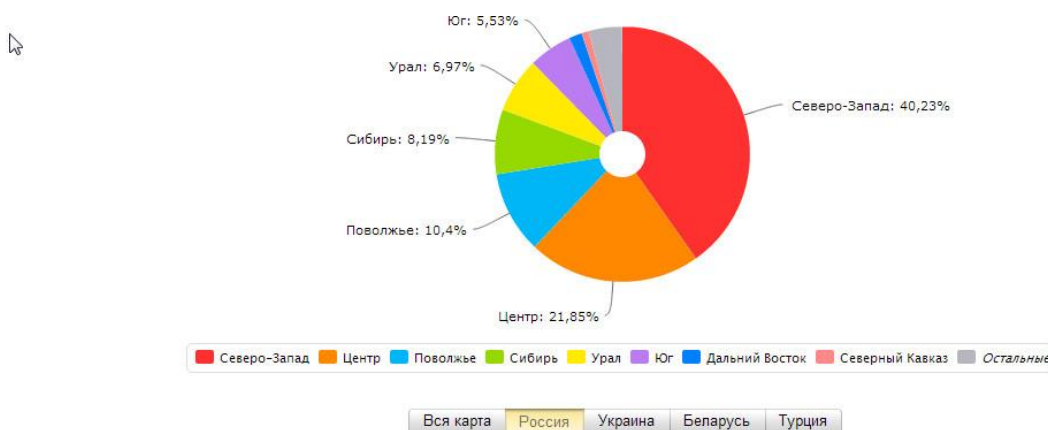


Как видно из этих двух картинок примерно 25% посетителей приходят по фразам «пропорции бетона» и «пропорции бетона для фундамента» и попадают на страницу: <http://strojsynte.ru/index.php/stati/92-proporsii-betona>

Если посмотреть как ведут себя эти посетители в Вебвизоре видно, что дальше этой страницы они не куда не идут. Они просто читают статью.

**Вывод:** Эта статья не нужна на сайте. Она привлекает на сайт нецелевых посетителей. В результате получается, что посетителей много, но это не те люди, которые сделают заказ.

### 3. Посещаемость по регионам.



бщие Цели

Местоположение	Визиты	Просмотры	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
<b>Итого и средние</b>	<b>11 329</b>	<b>17 043</b>	<b>12,4%</b>	<b>1,5</b>	<b>00:01:29</b>
<input checked="" type="checkbox"/> Северо-Запад	4 558 40,2%	9 074 53,2%	13,5%	2,0	00:02:21
+ <input type="checkbox"/> Санкт-Петербург и Ленинградская область	4 099 36,2%	8 435 49,5%	13,7%	2,1	00:02:30
+ <input type="checkbox"/> Новгородская область	50 0,4%	64 0,4%	8,0%	1,3	00:00:35
+ <input type="checkbox"/> Республика Карелия	44 0,4%	46 0,3%	9,1%	1,0	00:01:12

Как видно на картинке, только 36% посетителей сайта – это жители Санкт-Петербурга и Ленинградской области.

Вывод: Посетители на сайте есть, но получается, что 64% посетителей сайта – это люди с других регионов, которые у Вас делать заказ не будут.

Рекомендации: Необходимо сократить количество нецелевых посетителей и увеличить целевых. Предлагаю убрать ненужные страницы с сайта и усилить рекламную кампанию на Ваш регион.

#### 4. По странице «Цокольный этаж»

Страницу можно усилить, разместив на одной странице всю информацию.

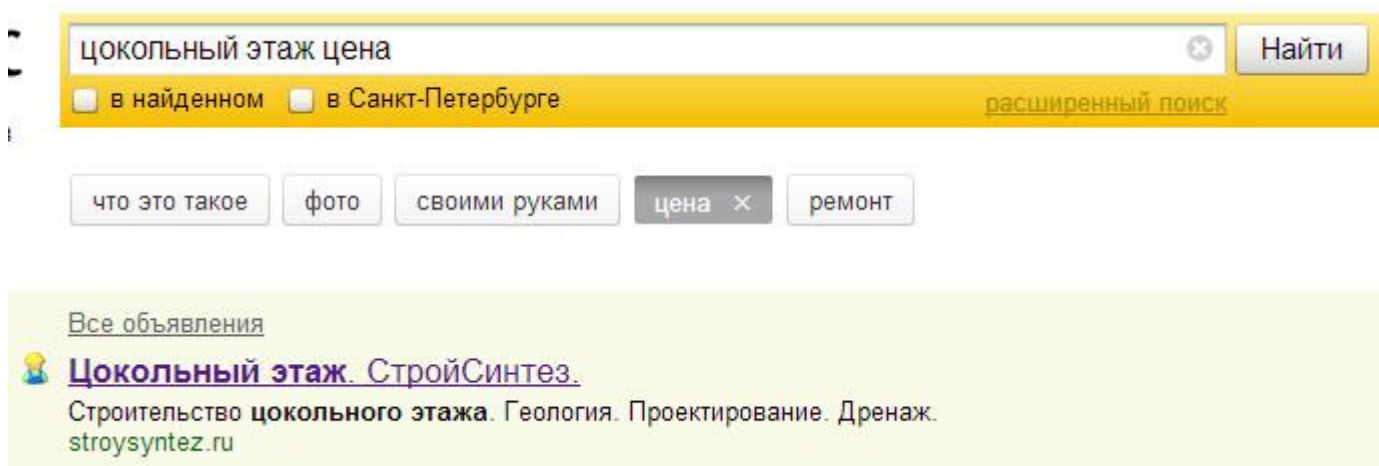
Сейчас у Вас есть - текст, цена и формы заказа. Нет: фото работ и отзывов. В принципе отзывы есть справа, поэтому их можно дополнительно не ставить.

Минусы:

1. Получается, что посетитель уходит на страницы «наши работы» с середины текста и не дочитывает до конца. Этого можно избежать, если разместить примеры работ прямо на странице.
2. Нет объяснения, что наша цена выгодная. Даны просто цифры.
3. Не поставлен жесткий дедлайн, что цена со скидкой действует до .....числа.
4. Акция: При заказе фундамента стоимостью более 1 млн. рублей индивидуальный **проект фундамента в подарок!**

Эта акция действует для тех, кто заказывает цокольный этаж? Там же рассчитана стоимость больше 1 млн. руб. Если да, на это надо обратить внимание посетителей и обязательно про это писать прямо на странице.

Посмотрела рекламное объявление:



The screenshot shows a search engine interface with a search bar containing the text 'цокольный этаж цена'. Below the search bar are filters for 'в найденном' and 'в Санкт-Петербурге', and a 'расширенный поиск' link. Below the search bar are several filter buttons: 'что это такое', 'фото', 'своими руками', 'цена x', and 'ремонт'. Below the search bar is a list of search results, with the first result being 'Цокольный этаж. СтройСинтез.' from stroysynteze.ru. The result text includes 'Строительство цокольного этажа. Геология. Проектирование. Дренаж.'

Минусы объявления: нет «заманухи» (в виде акции) и призыва к действию.

## 5. По сайту в целом.

### Плюсы:

- На сайте хорошо продумана система связи;
- Крупный шрифт и удобно читать текст;
- Хорошие продающие тексты;
- Удобная навигация;

### Минусы:

- Акции не структурированы, может их разбить по временам года? Летние акции, зимние и т.д.? Как я понимаю, сейчас осенью некоторые не действуют.

Вообще есть отдача от этого раздела, кто-то пользуется акциями? Может быть, есть смысл по разделам акции разнести?

- В разделе «наши работы» не увеличиваются картинки при нажатии.

**Вывод:** Мне трудно судить насколько сайт продает, потому что у меня нет данных по конверсии. Кроме этого, сейчас бесполезно что-то кардинально менять на сайте, более актуальная задача – это привлечь целевой трафик, а потом уже смотреть, где идет сбой в продажах.

### Рекомендации по продажам:

1. Надо проверить, как работают менеджеры.

Для этого рекомендую позвонить под видом клиента. Может быть ситуация, когда звонки с сайта теряются на уровне персонала. **Идеал ответ в течение 2с.** после набора телефона. Плюс проверяйте, насколько профессионально они рассказывают об услугах и предлагают ли альтернативные варианты.

2. Также советую протестировать форму обратной связи. Заполняете под видом клиента и ждете, как быстро Вам перезвонят. **Хороший результат – ответ в течение часа.**

3. Тоже самое, с формой онлайн-консультант – надо проверять ее работу. Вообще если он онлайн, он и должен быть онлайн все время, иначе в этой форме смысла нет.