

# **Удобный для покупателя сайт**

**Современные решения и преимущества**

# Основные вопросы

1. Зачем вам нужен сайт? Продавать или "для галочки"?
2. Эффективный с точки зрения продаж сайт: критерии, компоненты
3. Как проектировать продающий сайт? Подводные камни и как их обойти
4. Как не потерять 70% клиентов или организация бизнес-процессов
5. Повышение эффективности текущего сайта. Как не прожечь рекламные бюджеты?

# Зачем компании сайт?

Продавать?

**ИЛИ**

Для «галочки»?

# Зачем вам сайт? Философские вопросы...

Основной вопрос, который НАДО задать себе еще ДО разработки сайта: «зачем нашей компании сайт?»

И второй вопрос: «какие цели мы преследуем, создавая сайт?»

**Без осознания первого и второго велик риск ошибок**

# Зачем нашей компании сайт...

- Генеральному директору нужен сайт
- Чтобы был (ведь у конкурентов есть)
- Так модно (у всех есть сайты, а у нас нет)
  
- Информирование и поддержка наших клиентов и партнеров
- Продажи наших услуг через сайт

# Какие цели...

- Создать сайт и разместить на нем обращение генерального директора
- Создать сайт, чтобы получать через интернет 100 звонков в день от наших потенциальных клиентов
- Создать сайт «номер один» по туризму
- Привлечь новых партнеров, обеспечить продажи через сайт
- Создать сайт и продавать на нем рекламу

# Что такое интернет-сайт для компании?

Интернет-сайт – **основной бизнес-инструмент** компании

Каким должен быть сайт:

- ✓ Удобным и понятным (юзабилити)
- ✓ Контентным (максимум информации о товарах или услугах и самой компании)
- ✓ Сделанным для клиента и на его языке

Цель сайта (коммерческого) – информировать и продавать

# Эффективный сайт

## Критерии:

1. **Много информации** о товарах (услугах). Информация четко структурирована, легко воспринимается людьми
2. Понятная пользователю структура, **легкая навигация**
3. **Функциональный дизайн**. Графика присутствует, но ей не злоупотребляют
4. Четко **выделенные контактные данные**: телефоны, адрес, схема проезда
5. Сайт, содержащий **ответы на все вопросы посетителя** (потенциального покупателя)
6. **Быстрая загрузка** даже на медленном соединении (GPRS, модем)
7. **Высокий уровень удобства** пользования (usability) сайта




# Пример эффективного сайта

Репьев — Школа рекламы и маркетинга - Microsoft Internet Explorer

Файл Правка Вид Избранное Сервис Справка

Назад Поиск Избранное

Адрес: http://www.repiev.ru/ Переход Ссылки




## Школа Александра Репьева

Реклама Маркетинг Брэндинг

Подписка на новости сайта  
Ваше имя \_\_\_\_\_  
Город или регион \_\_\_\_\_  
Ваш E-mail \_\_\_\_\_  
Подписаться Отписаться

**NEW!**  
Вышла книга А. Репьева  
**«Маркетинговое мышление»**



Аннотация и оглавление книги  
На сайте выложены две главы.  
Перед публикацией книга была прочитана и откомментирована 26 практическими маркетологами России и Латвии. Приводятся некоторые отзывы.

**Семинары**

- Программа типовая
- Организаторам на местах

**Корпоративное обучение**

**Консультирование**

### Дистанционное обучение

Дистанционный курс  
**«Маркетинг и реклама: Маркетинговое мышление Творческие навыки Практическое консультирование»**

**3 месяца**  
(Это официально. Каждый занимается в своем темпе со своим сроком.)

**Начало индивидуально,**  
сразу по завершении формальностей.


ЕСЛИ ВАС ИНТЕРЕСУЕТ реальная отдача от маркетинга и рекламы, я, Александр Репьев, приглашаю Вас на свои дистанционные курсы.

**Программа** курсов шире программ MBA по маркетингу и рекламе; при этом она понятна даже студенту.

**Идея и философия** курсов подсказаны моим опытом практика, а также преподавателя вузов и бизнес-школ MBA. Программа и формат курсов совершенствуются несколько лет.

### О школе А. Репьева

Учить не мыслям, а мыслить.  
Иммануил Кант




**РЕПЬЕВ Александр Павлович**

В рекламе с 1966 г.  
В маркетинге с 1988 г.


Президент **Mekka Consulting**.

Член Американской Маркетинговой Ассоциации



### Книги

**«Мудрый рекламодатель»**



# Тоже эффективный сайт...

Яндекс - Microsoft Internet Explorer

Файл Правка Вид Избранное Сервис Справка

Назад Поиск Избранное

Адрес: <http://www.yandex.ru/> Переход Ссылки

Сделать Яндекс стартовой страницей Помощь Настройка Зарегистрироваться Войти в почту

**Яндекс.Новости**  
собирают мнения  
поиском по блогам

**Яндекс.Карты.**  
Где [сейчас в Москве](#)  
[пробки](#)

**Новости** Все Москва

1. Арнольд Ньюман. [Справка](#)
2. ЦБ отозвал лицензии у ЕРКБ и Моспромбанка
3. Замглавы МИД Украины считает [позицию Госдумы по НАТО](#) [безосновательной](#)
4. Депутат Затулин заявил, что оспорит [в суде запрет на въезд в Украину](#)
5. Горбачев стал [совладельцем «Новой газеты»](#)

**Yandex**  
Найдётся всё

Найти

Пример: [календарь чемпионата России по футболу](#) [расширенный поиск](#)

Везде [Новости](#) [Маркет](#) [Адреса](#) [Словари](#) [Блоги](#) [Картинки](#) [Все службы...](#)

**Новый тариф «ПЕРВЫЙ»**

**Hi-Tech**  
компьютеры, интернет,  
мобильники

**Работа**  
вакансии, трудоустройство

**Учеба**  
вузы, рефераты, науки

**Дом**  
семья, здоровье, красота

**Развлечения**  
игры, юмор, знакомства,  
гороскопы

**Спорт**  
футбол, хоккей, автоспорт

**Культура**  
трз, кино, фото, литература

**Отдых**  
афиша, туризм, хобби

**Маркет**  
подбор товаров, сравнение цен

**Бизнес**  
финансы, недвижимость,  
реклама

**Авто**  
продажа, запчасти, клубы

**Сайты Москвы**

Москва, ср, 7 июня, 16:28

**Погода**  
☁️ +10 ночью +7 завтра +18

**Афиша**  
[Омен ужасы](#)  
[Код да Винчи](#) триллер  
[Лесная братва](#) мультфильм

**Телепрограмма**  
13:05 Теннис. [Спорт](#)  
15:25 Отряд Трубочева сражается. [Культура](#)  
16:20 Доктор Курлатов. [Первый](#)  
16:25 Кулагин и партнеры. [Россия](#)  
16:25 Королевство кривых.... [НТВ](#)  
16:50 Федеральный судья. [Первый](#)

**Котировки**  
[USD ЦБ](#) 08.06 **26,8582** +0,1251  
[EUR ЦБ](#) 08.06 **34,3704** -0,1688

Города Деньги Директ Игрушки Карты Каталог Лента  
Народ Открытки Тариф WiFi Новое: Музыка — ищите любимые песни!

Интернет

Пуск The Bat! 2 Sk... @заво... Total ... Micros... Янде... практ... EN Рабочий стол Мои докум 16:28

# Сайт «для галочки»

Критерии:

1. **Лишь несколько страниц контента**
2. **Сложная и запутанная структура**
3. **Злоупотребление графикой и анимацией, либо неопрятный дизайн**
4. **Контактные данные сразу не идентифицируются, нужно тратить время на их поиск**
5. **Большинство вопросов посетителя остается без ответа**
6. **Сайт долго грузится**
7. **Средний или низкий уровень юзабилити (удобства пользования) сайта**
8. **Сайт лишен здравого смысла, сделан «на коленке»**

# Пример неэффективного сайта

ЭКОПРОФ - Microsoft Internet Explorer

Файл Правка Вид Избранное Сервис Справка

Назад Поиск Избранное

Адрес Google

Поиск в Web PageRank 90 заблокировано Настройки

**ЭКОПРОФ**

ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ СТРОИТЕЛЬСТВО - ПРОФИЛЬНЫЕ КОМПЛЕКТЫ И МАТЕРИАЛЫ

ЭКОПРОФ

[Страница приветствия](#)  
[ЭКОПРОФ - экологическое строительство](#)  
[ЭКОПРОФ](#)

[Страница о компании](#)  
[ЭКОПРОФ](#)

[Услуги](#)  
[ЭКОПРОФ - экологическое строительство](#)  
[ЭКОПРОФ](#)

[Услуги](#)  
[ЭКОПРОФ - экологическое строительство](#)  
[ЭКОПРОФ](#)

[Услуги](#)  
[ЭКОПРОФ - экологическое строительство](#)  
[ЭКОПРОФ](#)

[Услуги](#)  
[ЭКОПРОФ - экологическое строительство](#)  
[ЭКОПРОФ](#)

[Услуги](#)  
[ЭКОПРОФ - экологическое строительство](#)  
[ЭКОПРОФ](#)

Приветствуем Вас на официальном сайте экологического строительного комплекса ООО "ЭКОПРОФ"

ООО "ЭКОПРОФ" - специализированная фирма, выполняющая работы в области экологического строительства и строительства экологически чистых объектов в городе на территории Московской области.

Специальность ООО "ЭКОПРОФ" заключается в выполнении работ по экологическому строительству и строительству экологически чистых объектов.

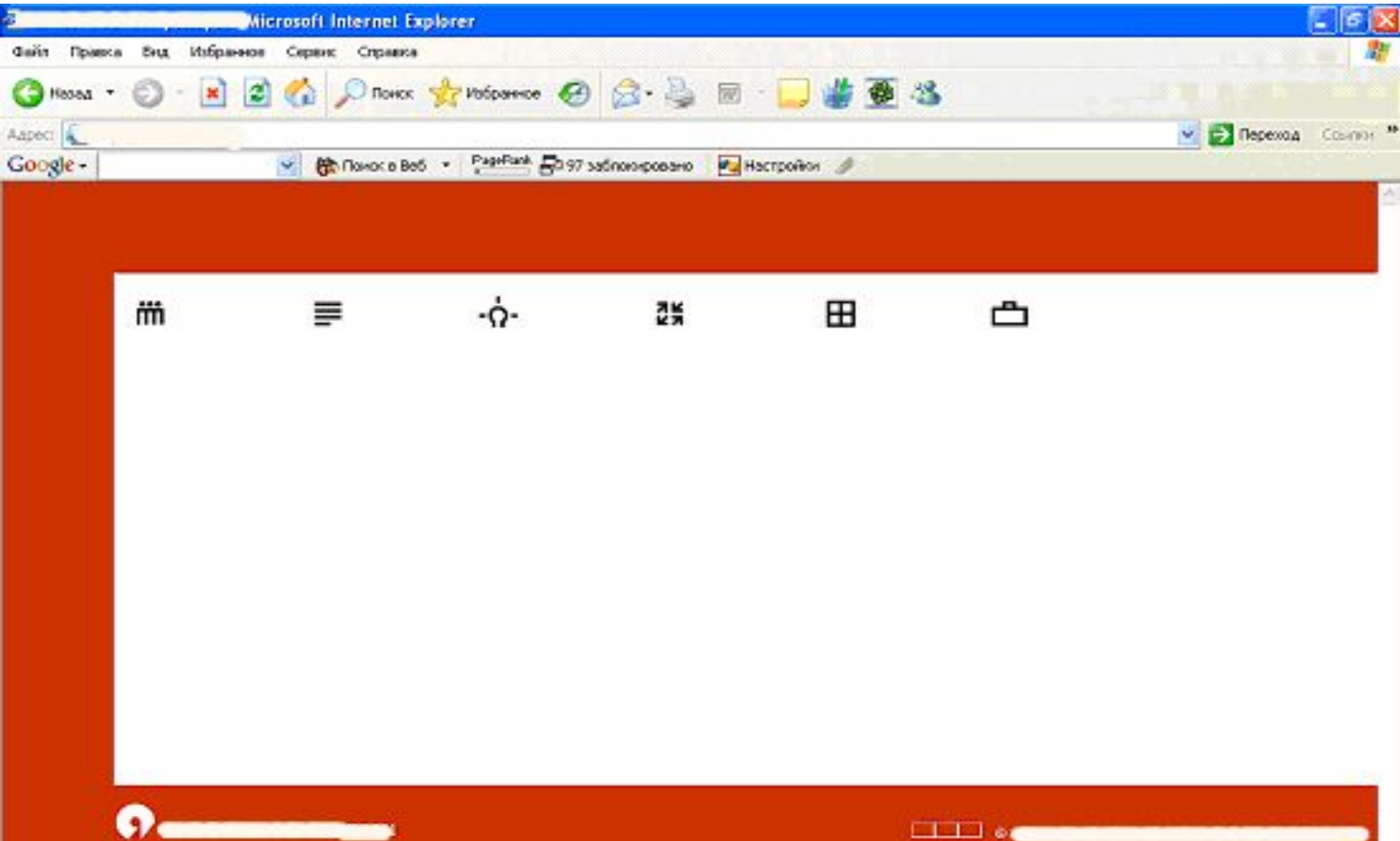
Компания фирма занимается:

- Экологическим строительством и проектами ЭКОС, ЭКОПРОФ
- Экологическим проектированием ЭКОС, ЭКОПРОФ, ЭКОПРОФ
- Экологическим строительством и строительством экологически чистых объектов
- Экологическим аудитом ЭКОС

Работы выполняются в соответствии с требованиями законодательства, федеральных, региональных и городских законодательных актов.

Интернет

# Тоже «продающий» сайт



# **Эффективный сайт с точки зрения продаж**

Начинка...

Критерии...

Компоненты...

# Компоненты продающего сайта

1. **Информация: полная, адаптированная, отвечающая на вопросы клиента**
2. **Структура: понятная, удобная, легкая**
3. **Дизайн: функциональный, не раздражающий**
4. **Контакты компании: телефоны, адрес, схема проезда**
5. **Юзабилити: удобство, эргономичность**
6. **Быстрая скорость работы**

# Информация – основа сайта

Что обязательно должно быть на сайте:

- ✓ **Подробная информация о товарах (услугах)** с фотографиями, ценами, описаниями, примерами, преимуществами и др.
- ✓ **Контакты организации** (на каждой странице!): телефон, емэйл, адрес
- ✓ **Информация о компании**
- ✓ Информация должна быть **адаптирована под клиента** и под веб-среду
- ✓ Любая информация должна быть доступна в 3 клика



# Хороший контент

Контент должен удовлетворять следующим требованиям:

- ✓ Быть адаптированным под интересы целевой аудитории (пользователи сайта)
- ✓ Быть адаптированным под поисковые системы (использование ключевых слов в различных тэгах, чистота HTML-кода)
- ✓ Быть интересным
- ✓ Побуждать посетителя совершить определенные действия (покупку, заказ услуги)
- ✓ Контента должно быть много

=> Создание хорошего контента - искусство

# Методика создания контента

Этапы по созданию контента:

- ✓ Анализ результатов контент-анализа и определение запросов, под которые нужно писать контент
- ✓ Анализ бизнеса клиента
- ✓ Запрос к клиенту на предоставление информации
- ✓ Обработка контента, присланного клиентом, адаптация контента (либо написание «с нуля» и адаптация)
- ✓ Согласование с клиентом
- ✓ Выкладка на сайт

# Адаптация контента под web

Контент должен быть адаптирован под веб-среду:

- ✓ Краткие тексты, разбитые на абзацы (1-2 XHTML экрана максимум)
- ✓ Меньшее количество слов, чем в печатном тексте
- ✓ 1 абзац на 1 идею
- ✓ Стилль «перевернутой пирамиды»
- ✓ Использование маркеров и гиперссылок
- ✓ Информативные заголовки и подзаголовки
- ✓ Удобный шрифт и форматирование текста

# Адаптация контента под seo

Контент должен быть адаптирован под поисковые системы:

- ✓ Наличие ключевого слова в заголовке (title).  
Читабельный заголовок
- ✓ Наличие ключевого слова в сниппете, читабельный сниппет (description)
- ✓ Наличие ключевого слова в тексте страницы (тэги h1-h6, b, strong, alt)

# Пример адаптированного контента

Проектирование, монтаж, поставка кондиционеров и систем кондиционирования - СтройДиалог - Microsoft Internet Explorer

файл Правка Вид Избранное Сервис Справка

Назад Поиск Избранное

Адрес: <http://www.incomstroy.ru/> Переход Ссылки

Промышленные кондиционеры

Климатическая техника

Сервис-Центр

Системы управления

О марках

В зависимости от расположения оборудования, системы кондиционирования подразделяются на **центральные** и **местные**. Центральными называются системы кондиционирования обслуживающие несколько помещений из одного центра, внешнего по отношению к обслуживаемому помещению. Приготовленный в центральном кондиционере воздух по сети воздуховодов подается в помещения. Оборудование местных систем кондиционирования располагается непосредственно в обслуживаемом помещении.

По назначению системы кондиционирования делятся на:

- **Комфортные** системы кондиционирования рассчитывают на внутренние параметры воздуха в помещении соответствующие зоне комфорта человека (жилье, офисные и административные помещения)
- **Комфортно-Технологические** системы кондиционирования рассчитывают на внутренние параметры воздуха в помещении соответствующие технологии и комфортным условиям (цеха, где одновременно находятся люди, материалы, продукты, сырье).
- **Технологические** системы кондиционирования рассчитывают на внутренние параметры воздуха, отвечающие только технологическим требованиям.
- **Специальные** системы кондиционирования отличаются повышенной точностью поддержания необходимых параметров воздуха, чистотой, требованиями по вибрации (лаборатории, операционные кабинеты, хранилища редких экспонатов и т.д.)

По степени использования наружного воздуха центральные системы кондиционирования бывают:

- **Прямоточные** системы кондиционирования забирает только наружный воздух, обрабатывают его до необходимых параметров и подают в обслуживаемые помещения. Из помещения воздух удаляется системой **вытяжной вентиляции**. Такие системы применяются в помещениях с выделениями взрывоопасных и пожароопасных веществ.
- Системы с **частичной рециркуляцией** используют смесь наружного и рециркуляционного воздуха. Такие системы применяются при условии, что рециркуляционный воздух не содержит токсичных паров. Количество наружного воздуха в смеси должно быть не меньше санитарной нормы. Системы кондиционирования с частичной рециркуляцией являются наиболее экономически выгодными и гибкими: в зависимости от состояния наружного воздуха они могут работать по прямоточной схеме, по схеме с частичной или полной рециркуляцией.
- **Рециркуляционные** системы кондиционирования многократно используют один и тот же воздух, который забирается из помещения, затем подвергается в кондиционере необходимой обработке и снова подается в помещение. Такие системы применяются в помещениях имеющих только тепло- и влагопритоки и в которых отсутствует выделения вредных паров, газов и пыли.

Приготовленный в центральном кондиционере воздух подается в помещения по системе воздуховодов без дополнительной обработки перед выпуском в помещение.

[Воздухозаборное устройство, воздуховоды, воздуховодораспределительные устройства](#) центральных систем кондиционирования точно такие же как в системах вентиляции.

Квартира

Коттедж

Офис

Ресторан

Торговый Центр

Интернет

Пуск

Рабочий стол Мои док 17:56

# Пример неадаптированного контента

Карловы Вары | Туры в Карловы Вары | Курорт Карловы Вары | Карловы Вары лечение | В Карловы Вар - Microsoft Internet Explorer

файл Правка Вид Избранное Сервис Справка

Назад Поиск Избранное

Адрес: http://vary.czechtur.com/

**агентств  
«МИР СТРАНСТВИЙ»**


**«МИР СТРАНСТВИЙ» на  
Малой Дмитровке**

**Адрес:** г. Москва, ул.  
Малая Дмитровка, д.1/7,  
2 этаж  
(вход со стороны  
Пушкинской площади)

**Телефон (мн):** 783-80-  
20  
**Тел./факс:** 782-32-85

**E-mail:**  
info@czechtur.com

**Схема проезда:**




**«МИР СТРАНСТВИЙ» на  
Кузнецком мосту**

**Адрес:** РФ, г. Москва, ул.  
Кузнецкий Мост, 21/5

**Телефон (мн):** 926-03-18

**E-mail:** info@czechtur.com

**Схема проезда:**



**Лечение**

Вары, согласно легенде, чешским королём Карлом IV ещё в 1358 году во время охоты на оленя. Курортная часть города расположена в узкой долине реки Тепла. Всего здесь находится около 60 источников, из которых в лечебных целях используют 12. На этот всемирно известный курорт ежегодно съезжалась вся мировая элита, в том числе российский царь Петр Великий, Бетховен, Шиллер, Вагнер и прочие.

Курортное лечение началось уже в XV веке. Город является без сомнения самым большим и самым известным курортом в Чешской Республике. На протяжении многих столетий в Карловых Варах совершенствовались методы лечения. Доказательством эффективности воздействия воды и самого лечения является ежегодный рост числа гостей в Карловых Варах, причём многие из них с удовольствием приезжают в Карловы Вары снова и снова. В Карловых Варах вы можете не только провести курс лечения но и прекрасно отдохнуть. Отдых в Карловых Варах будет легко гармонизировать с лечением. Но не только горячая минеральная вода помогает при лечении. Большое воздействие оказывает и особая атмосфера этого городка, находящегося в низине среди поросших лесом невысоких гор, неповторимый коктейль архитектурных стилей. Рецепт этого коктейля прост: постройки от готики до модерна смешать в разных пропорциях, окрасить в светлые тона, соединить их между собой, всё украсить оригинальной подсветкой – и приятный для глаз вид «готов к употреблению». Вы с удовольствием будете прогуливаться по Карловым Варах и при этом проводить приятный отдых совместно с курсом лечения.

Карловы Вары – это город фестивалей и конгрессов, здесь проходят всевозможные мероприятия мирового значения, в ходе которых можно повстречать множество знаменитостей. Насыщенность курортной и общественной жизни в Карловых Варах дополняет традиционное производство хрусталя "Мозер" и фарфора в городах Дворы и Стара Поле. На протяжении почти двух столетий всемирной известности города Карловы Вары способствуют ликер "Карловарска Бехеровка", минеральная вода "Маттони" и оригинальные карловарские вафли. К наиболее популярным сувенирам относятся также изделия из гейзерного камня.

Готово

Интернет

Пуск The ... 2 М... 3 S... 3 I... Total... 2 М... 2 I... Час... EN Рабочий стол Мои докум 18:01

# Качество контента

- ✓ **Контент должен быть уникальным (не ворованным).**  
В последнее время поисковые системы обращают на это внимание (TrustRank Яндекса)
- ✓ **Контент должен помогать продавать товары (услуги)**  
на сайте т.е в идеале контент должен писать копирайтер, предварительно разобравшись в бизнесе клиента
- ✓ **Тексты должны быть написаны «для идиота» т.е простым и понятным языком, без спец терминов и формулировок**
- ✓ **Для целей продаж услуг (товаров) – больше конкретной информации (преимущества, характеристики и.т.п)**

# Метод вопросов при создании контента

Суть метода – добиться, чтобы сайт отвечал на все возможные вопросы потенциального посетителя и покупателя

Реализация:

Этап 1. Формулирование вопросов

Этап 2. Создание и размещение контента



# Формулирование вопросов

Цель – понять, какие вопросы задают посетители сайта

Задача – сформировать полный список таких вопросов и структурировать их

Методы решения:

1. Метод «мозгового штурма»
2. Опрос текущих клиентов компании

=> Список вопросов, которые задают посетители сайта

# Пример списка вопросов

1. сколько стоит тур,
2. есть ли скидки и если есть, то как они формируются
3. есть ли дополнительные сборы (курортный сбор, консульский сбор итп),
4. какова продолжительность тура,
5. можно ли сделать нестандартную продолжительность тура
6. в каком отеле мы будем жить,
7. можно ли посмотреть фото отеля, фото столовой, номера, местности около отеля
8. где можно почитать отзывы о том или ином отеле (курорте, стране)
9. за сколько дней (недель) надо начинать готовиться к отдыху
10. в какое время лучше отдыхать в той или иной стране
11. как добраться до места отдыха,
12. что входит в стоимость тура

# Группировка вопросов

Вопросы	Раздел сайта
<ol style="list-style-type: none"><li>1. сколько стоит тур,</li><li>2. есть ли скидки и если есть, то как они формируются</li><li>3. какова продолжительность тура,</li><li>4. что входит в стоимость тура,</li></ol>	База туров с указанием цен, скидок, сроков поездки
<ol style="list-style-type: none"><li>1. нужен ли загранпаспорт, виза, кто поможет с их оформлением,</li><li>2. каков перечень документов для оформления визы</li><li>3. сколько стоит оформление визы</li></ol>	Визы и загранпаспорта с подробной информацией о документах и ценах

# Цена хорошего контента

- ✓ **Контент – дорогое удовольствие**
- ✓ **Стоимость создания контента может в десятки раз превышать стоимость разработки сайтов**
- ✓ **Цена 1 листа А4 (1800 знаков) в зависимости от тематики от 6 до 100 у.е**

# Структура сайта

- ✓ Принцип «3 кликов»
- ✓ «Хлебные крошки»
- ✓ Логичность структуры
- ✓ Понятность для посетителя

**Очень важно тестировать на этапе разработки!**

# «Хлебные крошки». Пример

Отель Banyan Tree Bangkok (Тайланд). Фото, отзывы, питание, описания - Microsoft Internet Explorer

Файл Правка Вид Избранное Сервис Справка

Назад Поиск Избранное

Адрес: [http://www.travelsportal.ru/thailand/hotels/bangkok/banyan\\_tree\\_bangkok/](http://www.travelsportal.ru/thailand/hotels/bangkok/banyan_tree_bangkok/) Переход Ссылки

Travelsportal.ru  
Все о путешествиях

Страны Отзывы Визы Отели Туры Достопримечательности

Топ

**СТРАНЫ - ТОП 10**

- Австрия
- Греция
- Египет
- Испания
- Италия
- ОАЭ
- Россия
- Тайланд
- Турция
- Хорватия

Все страны

Главная > [Тайланд](#) > [Отели](#) > [Бангкок](#) > Banyan Tree Bangkok

**Отель Banyan Tree Bangkok (Бангкок), Тайланд**

[Описание](#) / [Номера](#) / [Питание](#) / [Услуги](#) / [Отзывы](#) / [Бронирование](#)

**Расположение и координаты отеля Banyan Tree Bangkok**

Факс: +(66 2) 679 11 99  
Отель Banyan Tree Bangkok 5\* располагается по адресу: Тайланд, Бангкок, 21 100 SOUTH SATHON ROAD.SATHON,BANGKOK  
**Телефон отеля Banyan Tree Bangkok 5\***: +(66 2) 679 12 00  
**Интернет-сайт отеля Banyan Tree Bangkok 5\***: [www.banyantree.com](http://www.banyantree.com)  
**Электронная почта отеля Banyan Tree Bangkok 5\***: [reservations@banyantree.com](mailto:reservations@banyantree.com)

Если у вас есть уточняющая информация о расположении и координатах отеля, Banyan Tree Bangkok, [напишите нам!](#)

**Описание отеля Banyan Tree Bangkok**

Отель Banyan Tree Bangkok 5\* расположен на юге Таиланда, в деловом центре Бангкока, рядом с магазинами и развлечениями Silom Road, основными достопримечательностями города.

**Здания отеля**

Фото отеля Banyan Tree  
[Смотреть все фото](#)  
[Прислать свое фото](#)

Adv.

Отели  
Туры  
Визы  
Отзывы  
Достопримечательности  
Экскурсионные программы  
Справочник туриста  
Карта сайта

Пуск 4 Internet Expl... 7 Skype. Take a ... метод\_вопросов ... [266762824] - Ок... Windows Comman... data Microsoft PowerPo... 12:23

# Дизайн продающего сайта

- ✓ **Функциональный дизайн**
- ✓ **Ничего отвлекающего посетителя**

**Очень важно тестировать на этапе разработки!**

# Дизайн продающего сайта

Интернет магазин бытовой техники TechHome.ru - ноутбуки, холодильники, стиральные машины, автом - Microsoft Internet Explorer

Файл Правка Вид Избранное Сервис Справка

Назад Поиск Избранное

Адрес: <http://www.techhome.ru/> Переход Ссылки

**TechHome**  
ТЕХНИКА ДЛЯ ДОМА

(495) 775-80-47  
(495) 225-88-08  
Доставка с 10 до 22

Регистрация Помощь Личный кабинет Корзина 1₽ = 23,61руб

интернет-магазин О компании Контакты Условия договора Партнерская программа Форум Скидки Вакансии сделать стартовой | в избранное

## Интернет-магазин бытовой техники

### Распродажа в TechHome!

Автотехника  
Аудио и Hi-Fi  
Бытовая техника  
Встраиваемая техника  
Детский Мир NEW  
Инструмент  
Климатическое оборудование  
Компьютерная техника  
Офисная техника и мебель  
Подарки сувениры NEW  
Портативная техника  
Светотехника  
ТВ и видеотехника  
Телефоны  
Умный дом и безопасность  
Товары для спорта и туризма NEW  
Фото, видеокамеры и оптические приборы  
Часы

**Авторизация**  
Логин:   
Пароль:   
Вспомнить пароль  
 сохранить   
регистрация >>>

#### Климатическое оборудование

Кондиционеры, водонагреватели, газовые колонки, обогреватели, медтехника, метеостанции, вентиляторы, вентиляционное оборудование

#### Автотехника

CD ресиверы, магнитолы, чейнджеры, акустика, усилители, автомобильные телевизоры и охранные системы

#### Телефоны и факсы

Сотовые телефоны, смартфоны, радиотелефонные аппараты, факсимильные аппараты, АТС, радиостанции

#### Бытовая техника

Крупная и мелкая бытовая техника, кухонная техника.

#### Фото и видеокамеры, оптика

Цифровые и аналоговые видеокамеры и фотоаппараты, объективы, карты памяти, бинокли и другие оптические приборы.

#### Портативная техника

CD плееры, DVD-плееры, MP3 проигрыватели, кассетные плееры, радиоприемники

#### ТВ и видеотехника

Телевизоры, видеоманитофоны, DVD проигрыватели, домашние кинотеатры, проекторы, тумбы для телевизоров

#### Компьютерная техника

Ноутбуки, CRT и LCD мониторы, принтеры, КПК, комплектующие, аксессуары

#### Аудио и Hi-Fi

Музыкальные центры, AV ресиверы, CD DVD MD проигрыватели, акустические системы, домашние кинотеатры, усилители

#### Встраиваемая техника

Холодильники, посудомоечные машины, стиральные машины, варочные поверхности, духовые шкафы, микроволновые печи, вытяжки

#### Детский мир

Детские автокресла, железные дороги, куклы, модели, пазлы, электронные игры, музыкальные инструменты, радиоуправляемые игрушки, развивающие игры

#### Офисная техника и мебель

Копиральные аппараты, типографское оборудование, факсы, счетчики банкнот, детекторы валют, АТС, расходные материалы

#### Поиск товаров

Бренд   
Пример: Акустика ?

#### Информация

Интернет-магазин TechHome.ru осуществляет **установку и подключение** техники.  
[подробнее >>>](#)

#### Новости

- Недорогой слайдер Philips 298 поступил в продажу
- Новые 8" и 10" цифровые фоторамки Samsung: SPF-85P, SPF-85V, SPF-86P, SPF-86V, SPF-105P и SPF-105V
- С 8-мегапиксельной фотокамерой RoverShot V5-8331Z все яркие моменты останутся не только в памяти

[Все новости >>>](#)

#### Статьи

- Samsung F400 B&O, Nokia N78, Sony Ericsson W910i, Motorola ROKR E8: тест музыкальных мобильных среднего класса
- Видеокамеры высокого разрешения. Ликбез
- DECT-телефон Panasonic KX-TG9125RU: с надеждой на долгое

Пуск 4 Internet E... 7 Skype. Так... метод\_вопрос... Документ1 - ... [266762824] - ... Windows Com... data Microsoft Powe... 12:26



# Дизайн продающего сайта

Ашманов и Партнеры - продвижение сайтов, конференции, поисковые технологии - Microsoft Internet Explorer

Файл Правка Вид Избранное Сервис Справка

Назад Поиск Избранное

Адрес: <http://www.ashmanov.com/> Переход Ссылки

## Расту в Сети!

[Продвижение](#)

[Обучение](#)

[Сервисы](#)

[Технологии](#)

[Компания](#)

Семинар



6-й посетитель

Мы превращаем сайты в инструмент бизнеса

**Ашманов**  
и партнеры

+7 (495) 975-09-78

- Победа в конкурсе [POTOP 2008](#)
- Новые рубрики в [SeoRate](#)
- Видео с [eTarget-2008](#)

[Архив анонсов](#)

### Продвижение

ВЫКЛ.



**Поисковая оптимизация** — привлечение посетителей из поисковых машин.

**Контекстная реклама** — бесплатное планирование и ведение рекламных кампаний.

**Разработка стратегии** комплексного продвижения в Интернете.

### Обучение

ВЫКЛ.



**Наша книга** — учебник для новичков и справочник для профессионалов.

**Наши семинары** — практические навыки и маленькие секреты.

**Наши конференции** — информация из первых рук, живое общение с игроками рынка.

### Сервисы

ВЫКЛ.



**SeoRate** — оценка результатов продвижения и сравнение с конкурентами.

**Сайт-Аудитор** — динамика поисковых параметров сайта.

**AnalyzeThis** — анализ последних изменений в поисковиках.

**Флексум** — поиск для каждого по любой тематике.

### Технологии

ВЫКЛ.



**Поисковая система** — свой поиск за полчаса.

**Семантическое зеркало** — распознавание темы веб-страниц.

**Геотаргетинг** — настройка сайта по географии посетителя.

**Гиперпоиск** — превращение сайта в энциклопедию.

# Контактные данные

- ✓ Должны быть видны посетителю  
(размещение вверху сайта)
- ✓ Телефон должен быть с кодом города
- ✓ Схема проезда должна быть понятна

**Очень важно тестировать на вашей аудитории!**

# Что полезно почитать по теме...

**Джонатан Прайс, Лиза Прайс.**

**«Текст для Web. Доступность и привлекательность»**

Издательство: Вильямс, 2003 г. Мягкая обложка, 464 стр.

[\(http://www.ozon.ru/context/detail/id/1372415/\)](http://www.ozon.ru/context/detail/id/1372415/)

Стоит около 400 рублей

Идеальная книга для специалиста по контенту и seo-копирайтера.

Довольно «кривой» перевод компенсируется качеством и количеством полезной информации по организации контента на сайте

# Как проектировать продающий сайт?

Подводные камни...

**и**

как их обойти!

# Проектирование продающего сайта

Цель – создать сайт, способный продавать

Ограничения (основные):

1. Поисковые системы
2. Аудитория сайта (люди)

Реализация:

Этап 1. Уточнение ограничений по юзабилити и SEO

Этап 2. Написание ТЗ, обсуждение, корректировка

Этап 3. Проектирование сайта по ТЗ

Этап 4. Тестирование сайта, отладка, выкладка

# Поисковые системы...

Их требования к сайтам:

- Технические требования (урлы, обработка ошибки 404, отсутствие идентификаторов сессий итп)
- Простая структура (3 уровня) + карта сайта
- Уникальный контент в достаточном количестве

# Аудитория сайта (люди)...

Их требования к сайтам:

- Простота ориентации на сайте и использования сайта (usability)
- Простая структура (3 уровня)
- Понятные тексты, которые легко читать (просматривать)
- Ответы на все их вопросы

=> Требования людей и поисковых систем во многом совпадают

# Написание ТЗ (тех задание)

Когда надо писать ТЗ? Всегда!

Что включить в ТЗ:

- Ограничения (поисковые системы, целевая аудитория, иные)
- Требования по безопасности сайта
- Требования по юзабилити сайта
- Требования по нагрузке на сайт
- Прописать интерфейсы всех страниц (по возможности) и их содержание
- Прописать требования к дизайну
- Прописать требования к системе управления сайтом и интерфейсы этой системы



# Тестирование сайта

Необходимо тестировать все в процессе разработки, ибо потом будет уже поздно...

Что надо тестировать:

- Тестирование дизайна (на пользователях)
- Тестирование прототипа сайта (пользовательские тесты)
- Тестирование нагрузок и безопасности сайта

# Ошибки при проектировании сайта

Ряд типичных ошибок:

1. Проектирование сайта без анализа потребностей клиента в информации
2. Проектирование сайта без учета требований поисковых машин
3. Игнорирование требований по юзабилити

# Не учет потребностей клиента

Суть: сайт проектируется без анализа потенциального потребителя продукции (услуг)

Проблема: потребитель не может получить ответа на часть или большинство вопросов, невысокий уровень продаж с сайта

Решение: провести анализ целевой аудитории, попытаться выяснить те вопросы, которые задает представитель ЦА при выборе товара (услуги)

# Не учет требований поисковых машин

Суть: сайт создается без учета требований поисковых машин

Проблема: сложность в оптимизации (продвижении) такого сайта, необходимость существенных доработок.  
Как следствие – увеличение затрат

Решение: заложить в ТЗ требования поисковых систем

# Не учет требований по юзабилити

Суть: создается сайт без учета требований usability (удобства)

Проблемы: неудобство интерфейсов сайта, сложность поиска информации, долгая загрузка сайта

Решение: заложить в ТЗ требования по юзабилити, проводить промежуточные тестирования (дизайна, прототипа сайта) на целевой аудитории

# Как избежать ошибок проектирования?

- ✓ Необходимо составлять четкое ТЗ с прописыванием всех ограничений
- ✓ Нужно выбирать грамотного подрядчика, знакомого с вопросами юзабилити и поисковой оптимизации
- ✓ Нужно строить сайт «от клиента», учитывая потребности вашего клиента

# Что почитать по теме...

Управление проектом по созданию  
интернет-сайта

(<http://www.ozon.ru/context/detail/id/153368/> )

Издательство: Альпина Паблишер, 2001 г.

Твердый переплет, 337 стр.

Одна из самых полных книг, подробно описывающих процессы разработки сайтов (составление ТЗ, приемку, тестирование и др. процессы)

# Что почитать по теме...

**Я. Нильсен., М. Тахир «Дизайн Web-страниц. Анализ удобства и простоты использования 50 узлов »**

Издательство «Вильямс». 2002г. 336 стр.  
(<http://www.ozon.ru/context/detail/id/1150834/>)

**В продаже достать нельзя!**

В книге дается фактически перечень стандартов юзабилити, а также анализ ошибок юзабилити на примере 50 сайтов. Рекомендуется как разработчикам, так и специалистам по интернет-рекламе.



# Что почитать по теме...

**Стив Круг**

**«Веб-дизайн: книга Стива Круга, или  
`не заставляйте меня думать!»**

Издательство «Символ-плюс». 2005г. 200 стр.

(<http://www.ozon.ru/context/detail/id/126944/> )

Стоит около 200 рублей

Подробно описывается процесс и механизмы для тестирования юзабилити различных сайтов

# **Как не потерять 70% клиентов?**

Посетитель не всегда клиент

**Или**

Организация бизнес процессов

# 70% клиентов теряется, потому что...

- Никто не отвечает на письма с сайта
- Телефон, указанный на сайте молчит
- Менеджер на телефоне не может грамотно проконсультировать клиента
- Формы заказов не работают либо ответ не приходит
- Онлайн консультант отвечает на вопросы неоперативно

# Бизнес-процессы в организации

Если у клиента, который хочет, чтобы сайт продавал, не отлажен бизнес, то смысла и эффекта в создании и продвижении такого сайта немного

**Что должно быть в порядке:**

1. Работа с клиентом (грамотные менеджеры, быстрая реакция на запросы с сайта и по телефону)
2. Цены (не выше, чем у конкурентов, либо обоснование высоких цен)
3. Доставка товаров, выполнение услуг (быстро, грамотно описана)

# Реакция на запросы клиента

**Обратившийся с сайта человек должен получать информацию:**

- ✓ Быстро (от нескольких минут, до нескольких часов)
- ✓ Качественно (вежливые и спокойные менеджеры)
- ✓ В полном объеме (вся интересующая информация и даже больше)

**Некачественно работающие менеджеры могут загубить весь бизнес!**

# Цикл покупки через сайт

1. **Посетитель приходит на сайт** с какого-либо рекламного носителя (либо вбив адрес в строке браузера).
2. **Посетитель находит интересующий его товар** (услугу), просматривает характеристики, цену. На этом этапе он может либо купить, либо уйти на другой сайт.
3. **Посетитель осуществляет заказ интересующего его товара.** На этом этапе он превращается в потенциального покупателя.
4. **Потенциальный покупатель ожидает подтверждение своего заказа,** а также информацию о времени и способе доставки.
5. **Потенциальный покупатель получает товар, расплачивается.** На этом этапе он становится реальным покупателем.

# Почему важно быстро и качественно обслуживать посетителя?

Чем выше скорость и качество обслуживания, тем больше потенциальных покупателей станет реальными и тем больше денег вы заработаете

# Типичные ошибки при обслуживании

- ✓ Долгая реакция на запросы по электронной почте
- ✓ Долгое ожидание на телефоне
- ✓ Неквалифицированные или невнятные ответы
- ✓ «Мертвый» ICQ консультант
- ✓ Неотлаженная логистика



# Долгая реакция на запросы по почте (в теории)...

- ✓ Не все могут звонить по телефону, чтобы заказать ваш товар
- ✓ Реакция на запросы по электронной почте должна быть быстрой (оптимально 15-20 минут, нормально 2-3 часа)
- ✓ Если быстрого ответа нет, то покупатель потерян!

# Долгая реакция на запросы по почте

**Проблема:** около 60% сайтов плохо реагируют на запросы по почте и через формы заказа товара

**Следствие:** потеря клиентов и удорожание стоимости клиента

## **Как должно быть:**

Необходимо, чтобы ответы на запросы приходили оперативно (в течение 1-3 часов)

Время между отправкой запроса и ответом должно быть минимизировано

## **Пути решения проблемы:**

Настроить почтовый клиент на съём почты автоматически каждые 5 минут

Обучить сотрудника, ответственного за прием заявок

Периодическое тестирование работы, контроль, исправление недостатков

# Тест по интернет-магазинам

**Тест 1. Мы отправляли запрос по электронной почте, содержащий желание купить тот или иной товар в магазине. Выборка – 10 самых известных интернет-магазинов.**

Из 10 отправленных запросов:

- ✓ пришло только 2 подтверждения о получении почты,
  - ✓ 1 емэйл не работал
  - ✓ в течение контрольных 2-3 часов пришло 3 ответа
  - ✓ 4-й ответ пришел через 5 часов
  - ✓ остальные 6 магазинов ничего не ответили
- = > только 1/3 магазинов оперативно реагируют на запросы по электронной почте**

# Тест 2. Реакция на запросы через онлайн формы заказов

## Тест 2. Мы пробовали покупать товары через онлайн формы заказов

Из 10 заполненных заявок:

- ✓ пришло 9 подтверждений
- ✓ в течение 2-3 часов пришло 4 ответа. Самый первый пришел через час, последний через 3 часа.
- ✓ остальные 6 магазинов не прислали никакого ответа

**=> Около 40% магазинов оперативно реагируют на запросы через онлайн формы**

# Долгое ожидание на телефоне

**Проблема:** часто приходится долго ждать ответа оператора

**Следствие:** раздражение клиентов и их потеря

**Как должно быть:**

Необходимо, чтобы клиент дозванивался сразу

Время ожидания должно быть не более 30 секунд (не больше 3-х гудков)

**Пути решения проблемы:**

Создание собственного коллцентра

Подключение коллцентра на аутсорсе

Периодическое тестирование работы коллцентра

# Неквалифицированные ответы менеджеров на телефоне

**Проблема:** менеджеры на телефоне не всегда могут квалифицированно обрабатывать входящие звонки

**Следствие:** потеря клиентов

**Как должно быть:**

Необходимо отвечать на все вопросы клиента быстро, четко и вежливо

Менеджер на телефоне должен уметь работать с разными типами клиентов и обрабатывать нестандартные ситуации

**Пути решения проблемы:**

Тренинги менеджеров, периодическое обучение и переподготовка

Разработка сценария работы с клиентами (втч со сложными клиентами и нестандартными ситуациями)

Разработка ответов на вопросы клиента

# Мертвый онлайн консультант

**Проблема:** онлайн консультанты отвечают неоперативно

**Следствие:** раздражение клиентов и их потеря

**Как должно быть:**

Онлайн консультант должен быть сверх оперативен т.е отвечать в течение 1 минуты на вопросы

**Пути решения проблемы:**

Выделение отдельного сотрудника на должность консультанта

Разработка соответствующих инструкций для сотрудника

Периодическое тестирование собственного онлайн консультанта

# Не отлаженная логистика

## **Проблемы:**

1. Несвоевременная доставка
2. Товар, представленный на сайте, отсутствует в наличии на складе
3. Товар доставляют «невменяемые» грузчики

**Следствие:** раздражение клиентов и их потеря

## **Как должно быть:**

Доставка должна быть ровно в то время, в которое она назначена  
Если товара нет на складе, об этом надо уведомлять посетителя на страницах сайта

## **Пути решения проблемы:**

Заранее продумать нагрузку на сайт и все процессы доставки  
Поручить процессы доставки аутсорсерам (либо создавать свою службу)  
Периодически тестировать качество доставки (время, общение с клиентами)



# Как грамотно организовать обслуживание покупателей?

Еще до запуска сайта продумайте систему обслуживания покупателей

Полезно разработать сценарий обслуживания клиентов

Полезно разработать детальные инструкции по работе для всех, кто участвует в процессе обслуживания ваших клиентов

Необходимо постоянно тестировать качество обслуживания, выявлять недостатки и устранять их

# Что почитать по теме...

**Репьев А. П.  
«Маркетинговое мышление или  
клиентомания»**

**Издательство: Эксмо, 2006 г. Твердая обложка, 384 стр.  
(<http://www.ozon.ru/context/detail/id/2581117/>)**

**Стоит 260 рублей**

**Книга о том, что всю рекламу и бизнес нужно строить «от Клиента». И о любви к своим клиентам тоже**

# **Повышение эффективности текущего сайта**

# Что влияет на эффективность?

## Основные моменты:

1. Удобство сайта для конечного пользователя
2. Качественный контент, предлагающий решение проблем покупателя
3. Хорошая посещаемость сайта и видимость в поисковых системах (целевая аудитория!)
4. Взаимодействие с покупателем на «последней миле»

# Как повысить эффект?

## **Шаги для повышения эффективности сайта:**

1. Измерение текущей эффективности
2. Проведение аудита сайта
3. План повышения эффективности
4. Анализ результатов реализации плана

# Измерение эффективности

## Несколько методов измерения эффективности:

1. Анализ обращений с сайта за временной период (неделя, месяц)
2. Анализ продаж с сайта и ROI
3. Анализ конверсии посетителя в покупателя (или обращений в продажи)
4. Анализ посещаемости сайта, структуры аудитории
5. Анализ видимости сайта в поисковых машинах

=> Оптимально измерять по ROI, но это часто сделать невозможно

# Анализ обращений с сайта

## Параметры:

- Количество звонков за временной период (месяц)
- Количество заполненных форм заказа за месяц
- Общее количество обращений

## Методы:

- Фиксация обращений ответственным лицом
- Изучение статистики коллцентра

# Статистика коллцентра

MANGO TELE.COM - оператор связи нового поколения - Microsoft Internet Explorer

Файл Правка Вид Избранное Сервис Справка



Адрес: <https://www.mangotele.com/call.php3>

Переход Ссылки

Счёт: 16544196 ПИН: BCE

с 01 05 2008 по 04 06 2008 период

Остаток:  Тарифный план:

## ДЕТАЛИЗАЦИЯ ЗВОНКОВ с 01/05/2008 по 04/06/2008

Дата звонка	Время звонка	Лицевой счет	Сумма	Секунды	Номер	Город/регион	Откуда звонили
2008-06-04	13:39:38	16544196/1	0.00 RUB	780	74956288398	Москва	
2008-06-04	10:21:30	16544196/1	0.00 RUB	60	74956288398	Москва	
2008-06-03	18:11:39	16544196/1	0.00 RUB	60	74956288398	Москва	
2008-06-03	17:21:24	16544196/1	0.00 RUB	180	74956288398	Москва	
2008-06-03	14:13:42	16544196/1	0.00 RUB	60	74956288398	Москва	9676855
2008-06-03	12:44:24	16544196/1	0.00 RUB	60	74956288398	Москва	4957441153
2008-06-03	12:19:55	16544196/1	0.00 RUB	0	74956288398	Москва	294
2008-06-03	11:30:41	16544196/1	0.00 RUB	60	74956288398	Москва	6456470
2008-06-03	11:17:38	16544196/1	0.00 RUB	60	74956288398	Москва	7570815
2008-06-03	10:47:23	16544196/1	0.00 RUB	60	74956288398	Москва	74995008490
2008-06-03	10:39:10	16544196/1	0.00 RUB	60	74956288398	Москва	6056995
2008-06-03	09:37:55	16544196/1	0.00 RUB	60	74956288398	Москва	4242739899
2008-06-02	19:23:17	16544196/1	0.00 RUB	60	74956288398	Москва	
2008-06-02	18:59:13	16544196/1	0.00 RUB	60	74956288398	Москва	1759295
2008-06-02	17:36:51	16544196/1	0.00 RUB	60	74956288398	Москва	6051924
2008-06-02	15:54:51	16544196/1	0.00 RUB	60	74956288398	Москва	74992718546
2008-06-02	15:00:56	16544196/1	0.00 RUB	60	74956288398	Москва	6744360
2008-06-02	13:54:58	16544196/1	0.00 RUB	60	74956288398	Москва	
2008-06-02	13:38:43	16544196/1	0.00 RUB	240	74956288398	Москва	3834152397
2008-06-02	12:24:00	16544196/1	0.00 RUB	60	74956288398	Москва	
Всего звонков	155					Страница	1/8



[Выгрузить детализацию счета в виде TXT-файла]

developed by  
ADT Web Solutions

Информационное Бюро  
"Бизнес волна" 2002



Пуск

4 Internet Expl...

9 Skype. Take a ...

Windows Comm...

клиенты\_пробле...

Microsoft Word

Microsoft PowerPo...

mangotele\_статк...

17:39



# Учет обращений с сайта

№	Дата обращения	Содержание обращения	Результат обращения	Примечание

# Анализ конверсии и расчет ROI

ROI (return-on-investment) – показатель вложения от инвестиций. В данном контексте показатель доходности от рекламы

Если  $ROI > 1$ , то реклама эффективна

Конверсия – переход посетителей в покупатели.  
Основной показатель OCR – коэффициент конвертации посетителей в покупатели.

$OCR = \text{кол-во продаж} / \text{кол-во кликов}$

$ROI = \text{прибыль от рекламы} / \text{бюджет рекламы}$

# Пример расчета конверсии и ROI

Допустим, вы провели рекламную кампанию путевок в Турцию. За период времени 7 дней было получено 100 кликов по вашим объявлениям, при стоимости клика в 1 у.е.

100 кликов обеспечило вам 3 продажи. Доход от одной продажи равен 150 у.е.

$OCR = 3/100 = 0,03$  – коэффициент конвертации

Бюджет рекламы = 100 у.е

Полученный доход = 450 у.е (150\*3 продажи)

Прибыль будет составлять =  $100 \text{ кликов} * 0,03 * 150 - 100 = 350$  у.е

Итого получаем  $ROI = 350/100 = 3,5$

Цифра в 3,5 значит, что на каждый вложенный в рекламу рубль, рекламодатель получает 3,5 рубля отдачи.

# Анализ посещаемости сайта

На что обратить внимание:

- Структура посещаемости сайта (доля поискового трафика)
- С каких сайтов приходят на ваш сайт
- По каким ключевым словам приходят на сайт

Методы:

- Установка систем статистики (SpyLog, Liveinternet)
- Анализ данных этих систем

# Структура посещаемости сайта

статистика сайта "Туристический портал: туры и отдых по всему миру" - Microsoft Internet Explorer

Адрес: <http://www.liveinternet.ru/stat/travelsportal.ru/sources.html>

отчет: количество посетителей с разных сайтов

	18 июня, среда		17 июня, вторник		в среднем в среду		в среднем за 7 дней	
	посетителей	%	посетителей	%	посетителей	%	посетителей	%
<input checked="" type="checkbox"/> yandex.ru	113	62.1%	210	66.7%	127	72.9%	133	59.7%
<input checked="" type="checkbox"/> google.ru	18	9.9%	28	8.9%	8	4.6%	23	10.3%
<input checked="" type="checkbox"/> go.mail.ru	15	8.2%	23	7.3%	16	8.9%	19	8.5%
<input checked="" type="checkbox"/> google.com	9	4.9%	10	3.2%	4.2	2.4%	11	4.7%
<input checked="" type="checkbox"/> google.com.ua	8	4.4%	12	3.8%	2.8	1.6%	10	4.6%
<input type="checkbox"/> rambler.ru	5	2.7%	5	1.6%	0.5	0.3%	4.3	1.9%
<input type="checkbox"/> Закладки	4	2.2%	3	1.0%	3.8	2.2%	3.7	1.7%
<input type="checkbox"/> online-tur.ru	2	1.1%	0	0.0%	0.25	0.1%	0.14	0.1%
<input type="checkbox"/> google.com.tr	1	0.5%	4	1.3%	0	0.0%	0.86	0.4%
<input type="checkbox"/> google.lv	1	0.5%	2	0.6%	0.25	0.1%	1.1	0.5%
<input type="checkbox"/> google.kz	1	0.5%	2	0.6%	0.25	0.1%	1	0.4%
<input type="checkbox"/> search.zahav.ru	1	0.5%	1	0.3%	0	0.0%	0.29	0.1%
<input type="checkbox"/> google.it	1	0.5%	0	0.0%	0.5	0.3%	0.14	0.1%
<input type="checkbox"/> google.pl	1	0.5%	0	0.0%	0	0.0%	0.57	0.3%
google.ee	1	0.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
google.am	1	0.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
<input type="checkbox"/> сумма выбранных	163	89.6%	283	89.8%	157	90.5%	196	87.9%
<input type="checkbox"/> всего	182		315		174		223	

перестроить график

Выводить по  строк на странице

Фильтр:


**Программирование на заказ: сложных сайтов и веб-систем от iTrack: порталы, соц...**

**Такого ноутбука еще нет ни у кого!!!**

**Источники за день с поисковых систем**  
 позиции в Google  
 позиции в Яндексе  
 переходы с сайтов  
 экспресс-аудит  
 по поисковым фразам  
 позиции в Rambler  
 внутренние переходы

**Только 50% бюджета тратится на покупку ссылок. Пора экономить! Купи ссылки сам!**

**Хотите увеличить посещаемость сайта? Вам сюда! LuxPro - продвижение сайтов**



Пуск | 5 Прово... | Skype... | NOD32 2... | [2667628... | Windows ... | Доступ - ... | Microsoft ... | 2 Micros... | Microsoft ... | 3 Intern... | 16:38

# Видимость сайта в поисковых системах

На что обратить внимание:

- Представлен ли сайт в поисковых системах
- Какова доля аудитории с поисковых систем
- По каким запросам сайт находится в топ-10, по каким его там нет и почему

Методы:

- Использование спец сервисов и программ ([www.seorate.ru](http://www.seorate.ru) Использование спец сервисов и программ ([www.seorate.ru](http://www.seorate.ru), [www.semonitor.ru](http://www.semonitor.ru))
- Мониторинг позиций сайта по ядру запросов

# Анализ видимости сайта

Ranking monitor - monarchtt.ru

Файл Настройки Экспорт Справка

Список ключевых фраз Список адресов сайтов (URL) История поисков

www.monarchtt.ru

24 май 06  
10 май 06  
05 май 06  
09 мар 06  
28 фев 06

Прогресс 0%

Отчет 1  Только первые результаты  
 Отчет 2  Скрыть изменения позиций  Чередование фона

Start Stop

www.monarchtt.ru	Google.ru	Yandex (RU)	Rambler (RU)
автобетононасос	15 ↓-5	9 ↓-1	14 ↓-11
автобетоносмеситель	10	6 ↓-1	1 ↑+6
автокран	23 ↓-1	14 ↓-3	15 ↑+23
асфальтовый завод	7 ↓-6	1 ↑+1	-
асфальтоукладчики	9	1	1
бетонный завод	9 ↓-3	10	50 ↓-46
грейдер	34 ↓-27	3	3 ↓-1
импортные грузовые автомобили	4 ↓-2	-	-
карьерные самосвалы	1	1	2
катки	18 ↓-4	5 ↓-2	3 ↑+4
колесные краны	4 ↓-1	2 ↑+1	5 ↑+45
кран манипулятор	7 ↓-1	4 ↓-2	27
куплю автокран	-	2	19 ↓-9
куплю дробилку	27 ↑+3	1 ↑+1	-
минипогрузчики	20 ↓-15	15 ↓-13	-
фронтальные погрузчики	5 ↑+1	14 ↓-3	8
подержанные грузовики	-	5	-
продажа грузовых автомобилей	38	6	58
продажа самосвалов	41 ↓-34	3	-
продажа тягачей	13 ↑+2	12 ↓-4	-
седельный тягач	12 ↓-3	9 ↓-3	-
спецтехника	-	12 ↑+12	50
стационарный бетононасос	8 ↓-7	1	2 ↑+3
строительная техника	10 ↑+2	10 ↓-3	5 ↑+5
экскаватор	17 ↓-1	7 ↓-2	20 ↑+29
дорожная фреза	5 ↓-2	5	3 ↓-1
импортные полуприцепы	9 ↑+2	1	37 ↑+4
импортные экскаваторы	7 ↓-6	1	1
мини экскаватор	9 ↑+1	2 ↓-1	-
самосвалы импортные	3 ↓-2	1	18 ↓-3
экскаватор погрузчик продажа	21 ↑+3	12 ↓-1	-
башенный кран	-	20	-
бетононасос	32 ↓-4	6 ↑+24	13 ↓-8
мобильный бетонный завод	8 ↓-2	9 ↓-1	18 ↑+10

Пуск T... M... M... T... S... p... 3 2 s... R... RU Рабочий стол Мои докум 16:44

# Сайт и поисковики

Site-Auditor Ligth (v 1.0)

**Ашманов**  
и партнеры

Экспресс - анализ

Экспресс - анализ | Подбор запросов | Видимость сайта

Сайт: lib.ru | Проверить | Сервисы

lib.ru  
ashmanov.com  
novoteka.ru  
optimization.ru

Данные по сайту | Дата и время проверки: 05/11/21 13:45

<b>Индекс цитирования</b>	ТИЦ: <u>16000</u>
	PR: <u>7</u>
<b>Проиндексировано</b>	Яндекс: <u>41 116</u>
	Рамблер: <u>289364</u>
	Google: <u>3,310,000</u>
	Апорт: <u>11369</u>
	Yahoo: <u>629,000</u>
<b>Ссылки на сайт</b>	Google [?]: <u>3 520 ( 3 520 )</u>
	Яндекс [?]: <u>508 613 / 2 145</u>
	Yahoo [?]: <u>253,000</u>

<b>Наличие в каталоге</b>	Яндекс: <u>есть</u>
	Рамблер: <u>есть</u>
	Апорт: <u>есть</u>
	Dmoz: <u>есть</u>
<b>Статистика</b>	Рамблер [?]: <u>209 637 / 293 905</u>
	SpyLog: <u>Найден</u>
	HotLog: <u>нет</u>
LiveInternet (RAX):	<u>нет</u>
Mail.ru:	<u>нет</u>

Копировать | Настроить

HEADER	A(273/125)
TITLE (34)	H 12
KEYWORDS (37)	NOINDEX
DESCRIPTION	STRONG, B
ROBOTS.TXT	EM, I

**Бегун вводит "Гиперконтекст"**  
... Сегодня компания «Бегун» приступила к размещению на площадках-партнерах контекстной рекламы на базе новой технологии Бегун. Гиперконтекст, - сообщается в пресс-релизе ...

08.11 | Новости от Новотеки - <http://www.novoteka.ru>



# Анализ результатов измерения эффективности сайта

Должны быть получены ответы на вопросы:

- Сколько обращений было с сайта за последний месяц
- Сколько было заказов из этих обращений, какая конверсия
- Сколько заработала компания на этом
- Какова посещаемость сайта и аудитория, посещающая сайт
- Виден ли сайт в поисковых системах и насколько хорошо

⇒ **Формулирование пунктов плана повышения эффективности сайта**

# Проведение аудита сайта

## Шаги:

- Аудит юзабилити (удобства) сайта
- Анализ текстов (информации) на сайте
- Аудит качества реагирования за запросы с сайта
- Аудит посещаемости сайта
- Аудит видимости сайта в поисковых системах

=> Плюс еще пункты в план повышения эффективности сайта

# План повышения эффективности

Что в нем должно быть:

- Четко прописанные этапы плана
- Четкие сроки по каждому этапу
- По каждому этапу должен быть ответственный

**Резюмируя все сказанное...**



1. Делайте сайт для вашего клиента и «от клиента»
2. Размещайте максимум информации и ваших услугах
3. Подумайте, как вы будете обрабатывать обращения с сайта
4. Тестируйте все и часто: сайт при разработке, ваших менеджеров на телефоне, вашу рекламу итп.
5. Анализируйте эффект от сайта
6. Постоянно развивайте сайт, думая «от клиента»

# Вопросы?

