

Аудит сайта <https://artandem.ru>

Содержание:

1. Юзабилити:
 - a. Тексты
 - b. Ошибки верстки
 - c. Кроссплатформенность
 - d. Политика конфиденциальности
2. Сео-оптимизация:
 - a. Заголовки, теги
 - b. Перелинковка
 - c. Тексты
3. Маркетинг:
 - a. Недостатки
 - b. Сравнение с конкурентами
4. SMM (соц.сети)

1. Юзабилити:

- a. Подача текста на сайте не соответствует заявленным амбициям. Фирма позиционирует себя серьезной, а подача слегка на уровне «шабашников». Например: «Если что-то поломалось, оторвалось, отвалилось и т.п...». Данным речевом обороте невозможно использовать слово «поломалось», правильно: сломалось.

Далее по тексту: оторвалось и отвалилось, тут напрашивается шутка от трудовика, из школьных времен про «дырку и отверстие». Если и есть желание описать похожую проблему, то можно так: «Если, после окончания работ, что-то вышло из строя, в течении гарантийного срока, то мы обязательно исправим это.»

В том же духе: хотите сделать себе ремонт? Словосочетание сделать ремонт опять же больше похоже на шабашников из 90-х. Можно, например, так: «Качественный ремонт под ключ, с гарантией от 5500 руб/м2» или «Выполним профессиональный ремонт под ключ с гарантией на 5 лет» или вот так «Выполним качественный ремонт под ключ без нервов и переплат».

В целом, я так же не рекомендую использовать на сайте отсылки к поломкам недочетам т.д., клиент только знакомится с фирмой, а уже идут отсылки к поломкам, как бы фантастически не звучало, все кто заказывает ремонт, хотят, чтобы он служил почти бесконечно. В целом, любая серьезная фирма устранит недочеты в гарантийных случаях в случае своих косяков.

Так же стоит убрать на многих страницах текст о том, что «фото работ пока мало, со временем наполним». Очень отталкивает эта фраза, сразу закрадываются сомнения об опыте компании.

Что исправить: речевые обороты по типу: поломалось, отвалилось, оторвалось есть на двух страницах и ремонта, и кровли. Туда же отнесу, пожалуй, и вот это: всё отмоем, пропылесосим, уберём, вынесем и увезём.

b. Ошибки верстки:

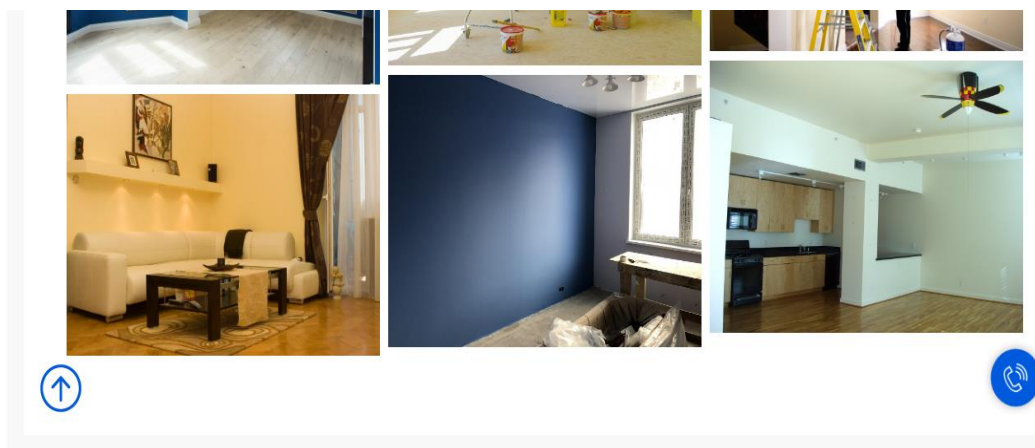
На странице <https://artandem.ru/roofs> в мобильной версии некорректно подобран фон текста, либо цвет самого текста:



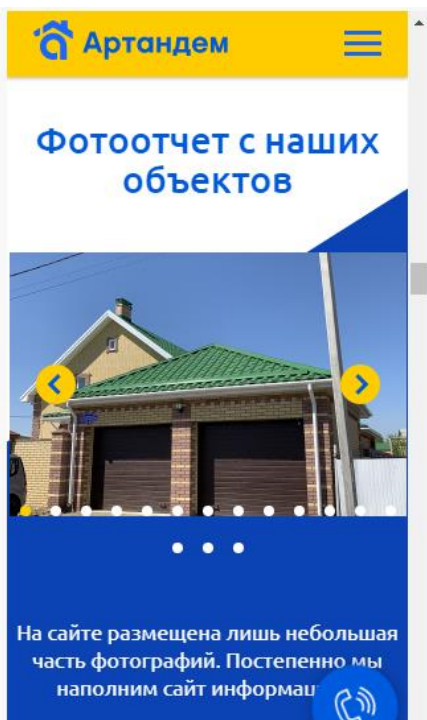
Что исправить: положение фона-подложки или цвет шрифта.

c. Кроссплатформенность:

Практически с 90% устройств (кроме мобильных устройств) некорректно отображается блок «наши работы» на странице <https://artandem.ru/remont>

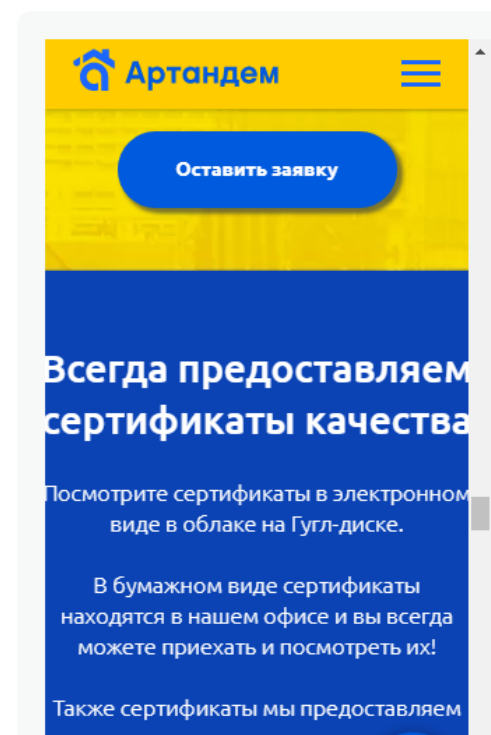


На мобильных устройствах, а так же с планшетов, в блоке «фотоотчет с наших объектов» на странице <https://artandem.ru/roofs> некорректно работает слайдер, точки (пагинация) наплывают на картинки



В блоке о сертификатах, на платформах с разрешением 320x568 (iphone 5 и прочие недорогие смартфоны с небольшим экраном) некорректно настроены отступы текста от края блока.

📱 iPhone 5 320x568 ▾



Что исправить: проверить на сайте <https://bluetree.ai/screenfly> кроссплатформенность блоков и исправить.

d. Политика конфиденциальности.

На главной и странице ремонта в формах обратной связи есть согласие с политикой конфиденциальности, а вот на странице <https://artandem.ru/roofs> согласие внизу формы отсутствует.

The screenshot shows a contact form with the following elements:

- Title:** Заказать консультацию
- Instruction:** Заполните данные и нажмите кнопку «Отправить».
- Text:** Мы перезвоним в течение 10 минут, проконсультируем по всем вопросам и рассчитаем смету бесплатно!
- Field 1:** Как к вам обращаться? (Name: Дмитрий)
- Field 2:** Ваш телефон (Country: Russia, Number: +7 (999) 999-99-99)
- Field 3:** Ваш комментарий (Text: У меня есть вопрос...(необязательно))
- Button:** Отправить

A red arrow points to the 'Отправить' button, highlighting the absence of a consent checkbox.

Что исправить: проверить блок формы обратной связи на всех страницах, во избежание получения штрафа за сбор персональных данных на сайте.

2. Сео-оптимизация.

- a. Заголовки title. Для страницы <https://artandem.ru/roofs>. В целом заголовок подобран неплохо, но название фирмы стоит убрать в самый конец, т.к. важность ключевых слов учитывается слева на право от первого слова. В плане конкурентности, более дешевым и менее плотным в выдаче яндекса и гугла будет заголовок «монтаж кровли» так же можно использовать вариант «монтаж кровли под ключ» или с гео-привязкой «монтаж кровли под ключ в Омске».

Для страницы <https://artandem.ru/remont> выбран смешанный заголовок, включающий два высокочастотных ключа «ремонтные работы» и «внутренняя отделка». Для успешного и менее затратного продвижения стоит остановиться на одном из вариантов, или более частотного и целевого, или низкоконкурентного. По общей статистике wordstat.yandex.ru ключ «внутренняя отделка» более частотный, но содержит в себе много нецелевых запросов вида: штукатурка для внутренней отделки, плитка для внутренней отделки, стеновые панели для внутренней отделки и т.д. В данном случае лучше связать заголовок с ключом «ремонт».

Что исправить: поработать над подбором ключевых слов для title.

Описания: На обеих страницах <https://artandem.ru/remont> и <https://artandem.ru/roofs> заголовок подобран некорректно. Во-первых, описание для страницы ремонт – это первое предложение в описании страницы кровельных работ, а заголовки страниц так же должны быть уникальны внутри одного сайта. Во-вторых, описания не имеют никакого отношения к заголовку страницы, т.е. ключевые слова подобраны некорректно.

Что исправить: подобрать/написать description для страниц с подбором ключевых слов, релевантных каждой странице, а также сделать привязку к гео-тегам.

Keywords на сайте не обнаружены.

Что исправить: добавить ключевые слова для каждой продвигаемой страницы.

- b. Совсем отсутствует перелинковка на сайте. С учетом широкого профиля работы фирмы перелинковать разные виды работ не составит труда.

Что исправить: добавить внутренние ссылки для создания сетки ссылок перелинковки.

- c. Тексты. Текстовка на сайте не заточена под продажи/продвижение абсолютно. Я понимаю, что в целом сайт работает под контекст, но заказать единократно грамотный, уникальный продающий текст для каждой страницы — это не столь большая затрата.

3. Маркетинг.

- a. Недостатки. Самый главный недостаток с маркетинговой точки зрения: нет ни слова о дизайне, а точнее о дизайн проекте при заказе ремонта. Также нет обобщающего пакета: ремонт квартиры, коттеджа под ключ. Наиболее прибыльный вариант для Вас, как для исполнителя и наиболее популярный запрос среди заказчиков, как раз ремонт квартиры/коттеджа полностью. А об этом на продающей странице <https://artandem.ru/remont> нет ни единого слова. И отсюда вторая проблема – нет ни слова о дизайн проекте. Дизайн проект — это фундамент любого ремонта, именно дизайн проект позволяет учесть сотни мелочей еще на стадии обсуждения ремонта, дизайн проект поможет сэкономить деньги и Вам и заказчику, т.к. без дизайн-проекта будет всплывать куча: я забыл, я хотел, а лучше так, а я думал тут по-другому будет, а у соседа не так, а соответственно это экономия ваших нервов. Ну и в целом все серьезные фирмы работают по дизайн-проектам, даже при частичном (одна-две комнаты) ремонте.
- b. Сравнение с конкурентами: ввиду того, что в планах рынок Москвы сравнивал со схожими сайтами не только из Омска, но и из Москвы, и Спб (там я пару сайтов продвигал).

Первый и главный недостаток: фото и видео. Мало фотографий и нет системной галереи. На сегодняшний день многие компании, занимающиеся ремонтом под ключ, делают фото до, во время, и после ремонта. На каждый объект у хорошей фирмы найдется сотня-другая фото, а также и видео (для видео неплохо бы и ютуб-канал создать, особенно, если в планах Москва, там каждая вторая фирма ведет

ютуб-канал, а то и несколько). В идеале - иметь большую галерею, т.к. частенько ремонт и дизайн выбирают: «хочу так же».

Чего еще не хватает у Вас, в сравнении с конкурентами: нет даже примерного плана действий. Часто ремонт подразумевает покупку материалов. Нет ни слова на странице <https://artandem.ru/remont> о закупке материала, как это происходит: вместе с заказчиком или без, заказчик согласовывает – вы покупаете, делаете ли доставку на объект или заказчик носится, как потерпевший по всему городу в поисках нужного и ищет машины. Мебель, оборудование, сантехника, как Вы с этим работаете, монтируете, доставляете? Под заказ или готовое? Это немаловажный фактор ремонта, а об этом на сайте ни слова.

Также нет ни слова о скидках на материалы. Часто фирмы предлагают под видом скидки свои магазины материалов заказчику. В свою очередь, такие фирмы получают откаты за клиентов на материалы. В этом случае довольны и Вы, и заказчик. Скажу еще вот что: очень продуманные фирмы из Москвы и Питера имеют свои сайты по продаже материалов, сантехники, мебели, которые покупают оптом, делают доп.накрутку, а заказчику говорят: вот наш сайт, супер все проверено, выбирайте все в одном месте, мы все купим, привезем и смонтируем у Вас на объекте. И имеют такие вот умные фирмы двойной навар, и на ремонте, и на материалах.

4. **SMM.** Видел, что у Вас есть странички в инстаграм и ВК, но на сайте ссылок на соц.сети не обнаружил. А когда заказчик выбирает фирму для ремонта ему важно все и соц.сети в том числе. Наличие профилей в самых популярных соц.сетях дает маленький, но все плюс в доверии к сайту, а значит и к фирме.

Так же очень рекомендую поставить на сайт чат или кнопку связаться с помощью ватсап, встречаются заказчики, которые сначала долго переписываются, все уточняют, цены условия, а потом звонят, написать вам можно только на почту, что весьма устарелый способ.