

Чек-лист

проверки вашего сайта перед запуском рекламы

Этот чек-лист поможет вам проверить готовность своего сайта к эффективной рекламе. Все ли необходимое уже есть, и готовы ли вы собирать заявки от потенциальных клиентов.



Содержание

Техническая база	2
Репутация компании в сети	6
Проработка оффера на сайте	9
Сфера B2B	11
Сфера B2C	14
Интернет-магазин	16
Товарный фид	20

Техническая база

- Сайт грузится быстро и проходит тесты Google Speed Test. По данным Google Analytics нет проблем со скоростью загрузки.
- Наличие современной адаптивной версии сайта. Сайт корректно работает с мобильных устройств, им удобно пользоваться.
- Код от Яндекс Метрика и Google Analytics размещен на всех страницах сайта.
- Все формы заявки работают корректно.

- В Яндекс Метрику передаются данные об отправленных заявках, а не просто кликах на форму.
- Колл-трекинг для отслеживания звонков с рекламы размещен на сайте и работает корректно. Передает данные в Яндекс Метрику.
- Заявки и звонки с сайта автоматически поступают в вашу CRM систему, сохраняя источники и параметр Client ID для веб-аналитики.
- CRM система связана с Яндекс Метрикой. Оффлайн конверсии передаются в Яндекс Метрику.
- Корректная работа SSL. Есть перенаправление с http на https.

- Есть favicon на сайте. Отображается в рекламных объявлениях Яндекс Директ.
- Указаны актуальные контактные данные компании (телефон, email, адрес).
- Указаны реквизиты компании.
- На сайт добавлена «Политика конфиденциальности».
- На сайте есть популярные мессенджеры для связи: Telegram, WhatsApp.

- На сайте используются реальные фотографии, а не стоки из интернета.
- Фотографии на сайте сжаты без потери качества. Для этого есть необходимые программы и форматы. Картинки 1,5 – 2 мб и более не должны быть на сайте.
- Сайт корректно отображается в современных версиях различных браузеров: Google Chrome, Safari, Microsoft Edge, Mozilla Firefox, Opera.
- На сайте понятная и стандартная навигация (привычная для отрасли).
- В подвале (footer) сайта присутствуют полная навигация по сайту.
- Сервер понимает символы из UTM меток и не выдает ошибку при попытке открыть страницу с метками.

Репутация компании. Работа над доверием

- По названию компании в органической выдаче поиска Яндекс и Google выдается ваш сайт.
- Заполнена карточка компании Яндекс Бизнес. Ее легко можно найти через поиск Яндекс и карты.
- Заполнена карточка компании Google Мой бизнес.
- Заполнена карточка организация в 2ГИС.

- Размещены отзывы реальных клиентов в Яндекс и Google.
- У компании есть страничка в социальной сети ВКонтакте. Ее можно найти через Яндекс.
- У компании есть YouTube канал. Его можно найти через Яндекс.
- Информацию о компании можно найти на сторонних сайтах. В статьях. Например: «10 лучших производителей кухонь в Петербурге».

- У компании есть основатель. Он публичен. Его можно найти в сети и связать с компанией (посты в социальных сетях, видео, интервью).
- Компания отслеживает негативные отзывы о себе и реагирует на них.
- Компания закупает рекламу у блогеров для повышения узнаваемости.
- У компании есть свой Telegram-канал с регулярным обновлением полезного контента.

Проработка оффера на сайте

- Есть целевая страница для каждой услуги.

На каждой целевой странице:

- Проработан оффер.
- Переданы выгоды с позиции клиента и решения его проблемы «Вы получаете», а не позиции с компании «Мы – лучшие на рынке. Мы умеем то и это».
- Есть элементы доверия (отзывы, факты о компании, портфолио, видео и фото сотрудников, лицензии и награды, сертификаты, участие в конференциях).
- Указаны и аргументированы цены.

- Есть акции или специальные предложения.
- Прописана гарантия.
- Описан процесс работы.
- Есть призыв к действию.
- Дизайн текста. Целевую страницу можно «Пробежать глазами» и при этом понять, что с вами стоит работать.
- Расставлены акценты. Выделены визуально побуждающие к действию кнопки. Заметны заголовки и основной оффер. Дизайн сайта не отвлекает от них.

B2B

- Цены представлены в виде понятной сетки тарифов.
- Есть бесплатный лид-магнит. PDF с полезными контентом, скачав который аудитория будет получать полезную рассылку на почту или в Telegram.
- Наличие блога на сайте.
- Наличие рассылки на сайте.

- Представлен эксперт компании на видео.
- Прописана гарантия.
- Есть полезный контент на сайте (статья, вебинар, видео), который можно рекламировать и использовать в догоняющей рекламе в сетях.
- Добавлены кейсы.
- На сайте есть контент, которым можно делиться (есть социальные кнопки).

- Есть оформленная «Спасибо-страница», на которой после заявки вы предлагаете ЦА подписаться на ваш Telegram или YouTube с полезным контентом.
- На сайт добавлены логотипы поставщиков, партнеров, клиентов.
- Наличие всплывающего окна при попытке закрыть сайт (с лид-магнитом).

B2C

- Используются все точки контакта: телефон, форма заявки, онлайн-консультант, мессенджеры Telegram, WhatsApp и VK, обратный звонок.
- Формы заявки на сайте упрощенные и не требуют заполнения множества полей.
- Менеджеры отвечают клиенту на заявку в мессенджерах моментально. На форму заявки в течение 3-5 минут.
- Менеджеры не пропускают звонки или перезванивают в течение 2-3 минут.

- Внедрена сквозная аналитика. Идет оценка эффективности рекламы не только по лидам, но и заказам и доходу.
- Акции на сайте заметные, кричащие.
- Дизайн и цветовая палитра сайта соответствуют тому, что ожидает от него целевая аудитория.

Интернет-магазин

- Можно сделать заказ без регистрации.
- Есть упрощенная авторизация через Google, VK и т.д.
- Есть самовывоз по всем популярным пунктам в городе.
- Есть доставка курьером и почтой.
- Условия доставки соответствуют конкурентам или лучше.

- Есть возможность онлайн-оплаты на сайте.
- Цены на сайте соответствуют конкурентам или лучше.
- Бестселлеры магазина выделены.
- Есть всплывающее окно с Welcome-скидкой на первый заказ. Стимул зарегистрироваться и сделать заказ.
- Добавлены Push уведомления для тех, кто интересовался товаром, но не завершил заказ.
- Добавлен блок «С этим товаром часто покупают».

- Товары не в наличии скрыты из магазина.
- Есть все необходимые условия фильтрации по категориям и сортировки.
- В каталоге выделены акции и товары со «Старой» и «Новой» ценой.
- Есть возможность «Купить в 1 клик».
- Дано исчерпывающее описание каждого товара на уровне маркетплейсов или даже выше.
- Представлены качественные фотографии товара с разных ракурсов.
Есть видео.

- Присутствуют ссылки на видеообзоры товаров (если это имеет смысл для продукции).
- Подключена «Электронная коммерция».
- Добавлены фото товаров в корзине покупок.
- Наличие блока «Избранное», в который можно добавлять товары.
- Специальные предложения на сайте выделены цветом.

Проверьте, есть ли у вас все необходимые поля фида в заполненном виде. От качества фида во многом зависит качество рекламы интернет-магазина:

- `<id>` - идентификатор товара.
- `<url>` - адрес товара
- `<picture>` - изображение товара.
- `<price>` - цена товара.
- `<oldprice>` - старая цена товара.
- `<currencyId>` - код валюты.

- `<typePrefix>` - тип товара. Например, «Ноутбук».
- `<vendor>` - производитель. Например, «Apple».
- `<model>` - модель. Например, «Macbook Air ZTE»
- `<description>` - описание товара. Берется из описания товара на сайте. Максимально подробное.
- `<categoryId>` - идентификатор категории.
- `<sales_notes>` - преимущества. Например, можно вынести: «Бесплатная доставка от 800 руб. Оплата онлайн. Скидка 10%».

Отлично!


Вы проверили базовый минимум того, что должно быть на сайте, чтобы подготовить его к эффективной рекламе.

Больше полезного контента вы найдете:

в нашем Telegram-канале - t.me/bossmarketer

Youtube-канале - youtube.com/@ppc.AGladchenko

на сайте - bartstudio.ru



**PPC РЕКЛАМА
ОТ А. ГЛАДЧЕНКО**

КОНТЕКСТНАЯ
РЕКЛАМА, ТАРГЕТ
И SEO ДЛЯ
ВАШЕГО БИЗНЕСА
ОТ МОЕГО
АГЕНТСТВА BART