

## Диагностический чекап

Для проверки инструментов бизнеса.

*Если что-то не понятно или не знаете, как сделать — звоните  
+7 (495) 727-92-92 с 10 до 18 по мск по будням*

*Мы выделили синим цветом пункты, которые можем сделать за вас.  
Это работа скорее технического специалиста, которую вы можете  
делегировать нам, если хотите. Стоимость проверки 1920 Р.*

### Сайт

- соблюдается принцип «последовательности»  
Люди видят на сайте тоже, что им обещали в рекламе.  
Не рекомендуется говорить одно, а показывать другое.  
Даже если вы предлагали один товар, а приводите на их список — это негативно скажется на числе заказов.
- сайт корректно отображается на всех устройствах (смартфоны, планшеты и т.д.)
- нет ошибок «страница не найдена» (открываются все страницы)
- правильно указаны контакты (номера телефонов, адреса соц. сетей, адреса электронной почты и т.д.)
- правильно указано время работы
- страницы быстро загружаются (оптимально не более 2сек на страницу)
- на всех страницах есть наполнение (нет пустых страниц)
- есть политика конфиденциальности, её легко найти и ознакомиться
- есть политика обработки персональных данных, её несложно найти и прочитать
- на всех формах обратной связи есть подтверждение согласия на обработку персональных данных
- работает поиск (товары можно найти, корректно открываются карточки)
- все товары загружены (то, что вы собираетесь продавать)

Здесь важно проверить, чтобы активированы были актуальные товары.  
Если что-то идёт «под заказ», проверьте — покупатели не должны иметь возможности купить такой товар на сайте (в системе INSPIRO такой проблемы возникнуть не может, но в других вполне).

- все товары названы правильно
- установлены актуальные цены товаров и доставки
- работает оплата (лучше проверить все электронные способы)

Часто бывает, что эквайринг меняет условия, в том числе и технически. Вы могли не увидеть оповещение или забыть проверить механизм оплат. Печально, когда о проблеме узнают от покупателей, которые не могут оплатить товары.

- на всех страницах есть заголовки H1
- на сайте есть sitemap.xml и robots.txt (корректно созданные)

Это карта сайта и инструкции для поисковых роботов (например, от Яндексa и Google'a). Если всё есть и правильно настроено, то ваш сайт будет корректно отображаться в поисковиках.

- корректно работают ссылки на иконках социальных сетей
- настроено резервное копирование
- сайт работает по защищённому протоколу https

## Реклама

- отключили рекламные кампании неактуальных товаров и услуг

Часто по инерции многие продолжают рекламировать то, что уже давно никому не нужно.

**Важно!** Специалисты по рекламе не всегда знают вашу нишу также хорошо, как вы. Не полагайтесь на них. Скажите сами, что именно точно не продаётся и требуется отключить.

- составили план рекламных кампаний на ближайшие три месяца
- отправили план по РК своему специалисту
- вся реклама работает корректно

- реклама разделена по кампаниям (а не всё в кучу)

Если этого не сделать, то вам будет сложно управлять бюджетом, отключать ненужные части кампаний. Кроме того, кампании для крупных городов чаще тратят больше денег. Есть смысл разделять, условно, Москву и дальние небольшие города.

Реклама на поиске и реклама в сетях отличаются нюансами настройки и спецификой ведения. Также лучше их разделить.

- корректные настройки гео

- правильные настройки времени работы рекламы
- есть ограничения бюджета, и они устраивают вас (внимание к НДС)

Обратите внимание на неочевидные ограничения.

Например, в Яндекс.Директ может стоять ограничение на все кампании. Оно выше по приоритету, чем ограничение на конкретной рекламной кампании (РК). Например, есть 3 РК и на каждой в сутки должно тратиться не более 500 рублей. А общее ограничение — 1000 рублей. Сработает эта тысяча.

- корректная аудитория (особенно для таргета)
- правильные цены в текстах и заголовках объявлений

Часто цены меняются, а в рекламе остаются старыми.

Например, люди видят «тюльпаны по 23 рубля» в объявлении, а на сайте они 29 рублей. Возникает ощущение обмана.

- установлены специальные метки для статистики во всех объявлениях
- правильная информация в объявлениях
- правильное фото (видео) в объявлениях
- объявления ведут на правильные страницы
- нужные рекламные кампании запущены, остальные поставлены на паузу

Да, бывает так, что рекламу сделали и не запустили.

Или запустили, но не ту. Или запустили раньше времени.

## Социальные сети

- готов контент-план на ближайшие 3 месяца

Если у вас его нет, то скорее всего проблема либо в понимании целей ведения соц. сетей, либо у вас нет копирайтера дизайнера, фотографа

- вы точно знаете, что именно публиковать
- вы точно понимаете для кого это публиковать
- у каждой записи понятна и прописана цель

Что вы хотите достичь этой записью? Чтобы ваши подписчики сделали что, почувствовали что?

- есть дизайн и дизайнер для оформления постов
- есть копирайтер для написания постов
- забронирован фотограф для фотосессий
- вы точно знаете цель продвижения в соц. сетях

*Если что-то не понятно или не знаете, как сделать — звоните  
+7 (495) 727-92-92 с 10 до 18 по мск по будням*