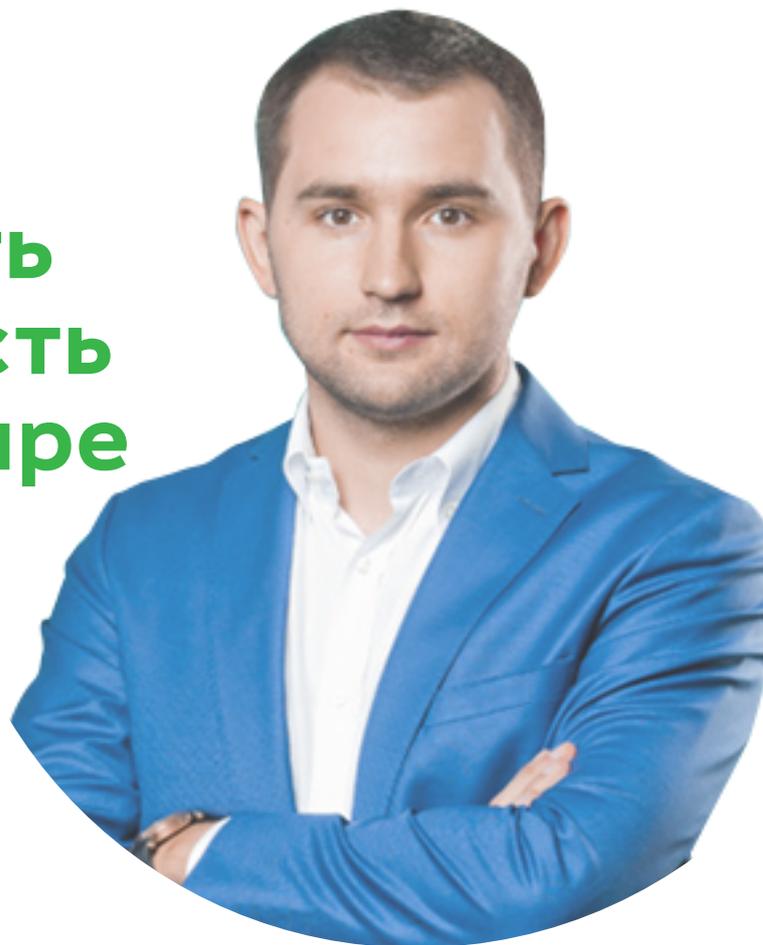


# Как проверить эффективность сайта за четыре шага



**Михаил Дашкиев**

Сооснователь школы бизнеса  
«Бизнес Молодость»

## Содержание

- [Конспект лайфхака «Как проверить эффективность сайта за четыре шага»](#)
- [Инструкция «Как быстро увеличить конверсию сайта»](#)
- [Чек-лист «Обязательные продающие элементы сайта»](#)
- [Рекомендуемые книги](#)



## Как проверить эффективность сайта за четыре шага

Михаил Дашкиев, сооснователь школы бизнеса «Бизнес Молодость»

### Для кого

Для всех компаний.

### Лайфхак

Чтобы оценить эффективность сайта, проверь его смыслы, визуальную составляющую, конверсию и технические свойства.

- Выясни, считывается ли содержание сайта при беглом просмотре. Для этого быстро прокрути страницы, не вчитываясь в них. Задай себе вопрос: «Будь я рядовым посетителем своего же сайта, понял бы я, что здесь предлагается?»
- Найди несколько человек, которые раньше не заходили на твой сайт. Попроси их прокрутить сайт и записать 10 фактов, которые они поняли после беглого просмотра. Если это не то, что ты хотел сообщить посетителям в первую очередь, – сайт надо переделать.
- Проверь визуальную составляющую. Через «Google.Переводчик» переведи сайт на китайский или японский язык и ответь на вопросы: «Можно ли понять, что продает компания, только по картинкам? Ясно ли, почему стоит работать с компанией, почему нужно сделать заказ прямо сейчас и как это сделать?» Если нет – нужно менять изображения.
- Проверь работоспособность элементов, отвечающих за конверсию. Убедись, что на сайте есть заголовки, формы захвата, кнопки, формы заказа звонка, сообщения об акциях, контактный телефона. Удостоверься, что на сайте хорошая навигация и посетителю понятно, как перейти к покупке. Протестируй кнопки и формы заказа: работают ли они?
- Убедись, что сайт загружается и одинаково хорошо работает во всех браузерах и на всех устройствах (ноутбуках, планшетах, смартфонах).

### Результат

Ты узнаешь, что поменять на сайте, чтобы он был удобен для посетителей и привлекал больше целевых лидов.

# Как быстро увеличить конверсию сайта

## 1. Предложи бесплатную ценность

У большинства людей, заходящих на коммерческий сайт, возникает вопрос: «Будут ли мне здесь что-то впаривать?» Заинтересуй этих посетителей – предложи им что-то бесплатное. Это может быть полезный материал, видеокурс или что-то еще. Но даже в этом случае у человека может возникнуть другой вопрос: «Это что-то новое или подобное я уже видел?» Предлагай посетителям то, что им пока незнакомо: нечто интересное и инновационное. Убедись, что даешь людям большую ценность, чем твои конкуренты.

## 2. Разговаривай с клиентом на одном языке

Тебе нужно понять, чего на самом деле хотят твои клиенты, на каком языке они общаются, какие используют запросы. В этом тебе помогут сервисы Wordstat и «Яндекс.Метрика». В Wordstat ты сможешь узнать, по каким ключевым фразам люди ищут твой продукт. А вебвизор в «Яндекс.Метрике» поможет взглянуть на сайт глазами клиента: сервис записывает действия посетителей на сайте и показывает их в формате видео или в виде тепловой карты кликов и скроллинга. Изучи, что реально ищут люди и как они это формулируют. На основании этих данных ты сможешь улучшить свое торговое предложение, составить более эффективный заголовок, делать конвертирующие объявления в контекстной рекламе и т.д.

## 3. Составляй заголовки по формуле 4U

Именно заголовки управляют вниманием пользователя. Они не должны быть бессмысленными, напыщенными или сложными – иначе посетитель ничего не поймет и закроет сайт. Чтобы заголовки работали хорошо, применяй формулу 4U.

- **Usefulness** (полезность). Дай в заголовке ясный ответ на вопросы: какую проблему решает твой продукт, кому и зачем он нужен? Что получит клиент в итоге?
- **Ultra specificity** (ультраспецифичность). Добавь конкретики. Сколько денег клиент заработает, заказав твою услугу? На сколько процентов увеличатся его продажи? Введи количественный показатель.
- **Urgency** (срочность). Когда покупатель получит тот эффект, который ты ему пообещал? Сегодня, завтра, через месяц? Мозг лучше визуализирует картинку, если ты добавишь конкретный срок.

- Uniqueness (уникальность). Обещание без обоснования выглядит недостоверно. Объясни, за счет каких механизмов, инструментов, технологий будет достигнут результат или решена проблема клиента. В чем уникальность твоего продукта?

Предположим, ты продаешь дрова. Возьмем исходный заголовок: «Купить дрова». Применим формулу 4U.

- Польза. Для чего нужны дрова? Сделать дом теплее.
- Ультраспецифичность. Насколько теплее? Сделать дом теплее на 22%.
- Срочность. Когда теплее? Сделать дом теплее на 22% уже через 2 часа.
- Уникальность. В чем отличие твоих дров? Сделать дом теплее на 22% уже через 2 часа с помощью наших дров с повышенной энергоемкостью. Искомый заголовок готов!

Подготовлено экспертами платформы «Деловая среда» на основе материалов проекта [«Бизнес Молодость»](#)





## Обязательные продающие элементы сайта

Дескриптор (краткое описание сути деятельности твоей компании)

География работы (на сайте указано, в каком городе ты работаешь или в какие города и страны можешь доставить товар)

Релевантная фотография в верхней части лендинга или главной страницы сайта (отражает суть того, чем занимается твоя компания)

Полный перечень контактов (телефоны, адрес электронной почты, фактический адрес)

Три ключевые выгоды сотрудничества с твоей компанией (в верхней части лендинга или главной страницы сайта)

Элементы доверия (документы, сертификаты, лицензии, отзывы клиентов, кейсы)

Простой первый шаг (вызов замерщика, расчет стоимости проекта, запись на тест-драйв, запрос каталога, получение пробного урока)

Заметная форма заявки

Максимум информации о товаре (описание, характеристики, фотографии, способы оплаты и доставки)

Подсчет статистики (установлены счетчики «Яндекс.Метрики» или Google Analytics)

Подготовлено экспертами платформы «Деловая среда» на основе материалов журнала [«Генеральный Директор»](#)



## Святая троица трафика. Битва за конверсию

Дмитрий Юрков

Издательский дом Университета «Синергия»

Автор делится 27 правилами, которые помогут тебе значительно увеличить продажи, повысить узнаваемость бренда и масштабировать свой бизнес. Эта книга – сконцентрированный опыт привлечения трафика, отточенный на российском и международном рынке.



## 100+ хаков для интернет-маркетологов. Как получить трафик и конвертировать его в продажи

Денис Савельев, Евгения Крюкова

Альпина Паблишер

Авторы книги приводят конкретные рекомендации, как увеличить трафик и повысить конверсию. Здесь нет банальных советов и абстрактных правил – все предложенные методы и инструменты опробованы на практике. Каждый из них можно применить почти к любому типу бизнеса.