



Решение проблемы продаж сайта «Марка пола»

Магазин напольных покрытий

<https://m-pola.ru/>

Технический анализ проблем

- У 613 изображений на сайте отсутствует атрибут alt, а также 39 изображений из них имеют повышенный размер. В совокупности, данные ошибки, снижают скорость загрузки страниц и сайт недополучает посетителей.
- На всех страницах присутствует ссылка на сторонний ресурс у которого не установлен SSL сертификат. В связи с этим, браузер может запретить пользователям переходить по данной ссылке.
- На двух страницах отсутствует мета-тег description. Необходимо заполнить данный мета-тег, так как он сильно пессимизирует сайт в поисковой выдаче.
- На сайте присутствуют дубли мета-тегов таких как: title, description и заголовков h1. Дублирование в мета-тегах приводит к тому, что поисковый робот не правильно понимает страницу и опускает сайт в поисковой выдаче.
- В файле sitemap (сайтмап) не прописаны все страницы сайта, что затрудняет работу поисковым роботам и пессимизирует сайт в поисковой выдаче.
- Проверив сайт на наличие ошибок в HTML файле, обнаружили, что на 143 страницах суммарно 715 ошибок в разметке HTML.
- PageSpeed Insights показывает нам, что сайт не адаптирован под мобильные устройства и страницы загружаются дольше, чем необходимо.
- Также при анализе сайта на технические ошибки обнаружили, что у 9 страниц несколько rel=canonical. Данная ошибка имеет серьезный характер и мешает правильной работе поисковиков, что в дальнейшем пессимизирует сайт в целом.

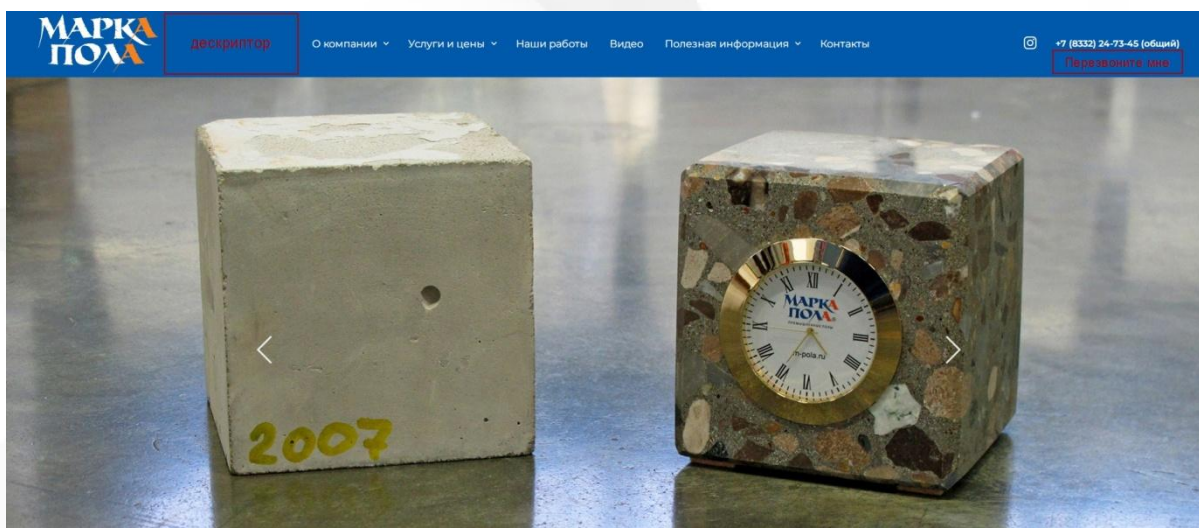
Вывод: на сайте присутствует не так много технических ошибок, но большинство из них критические. Некоторые из них необходимо исправить в кратчайшие сроки во избежание наложения отрицательных фильтров от поисковых систем.

Рекомендации интернет-маркетолога

В шапке сайта, рядом с логотипом, рекомендуем разместить дескриптор, также разместить кнопку с заявкой “Перезвоните мне”, рядом с телефоном.

Дескриптор - это описание деятельности компании в одном предложении, чтобы посетитель прочитав сразу понял куда он попал. Кнопка позволит пользователям чаще оставлять заявки.

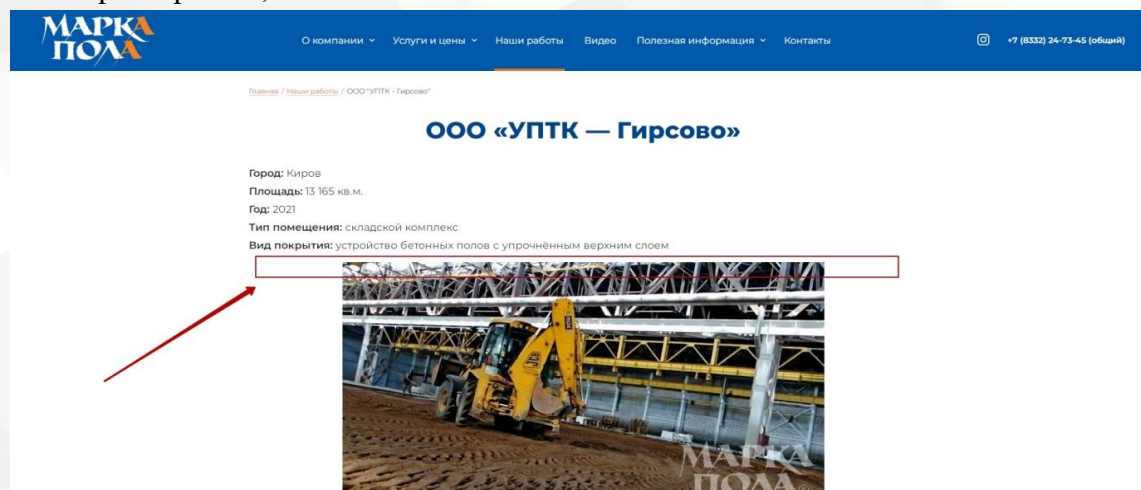
Также нет прямого указания географии оказания услуг. Стоит указать наименование города.



При клике по иконке Instagram - соц. сеть открывается в этом же окне, что отрицательно сказывается на юзабилити и статистике сайта для поисковых систем. Мы предлагаем открывать соц. сеть в отдельном окне.

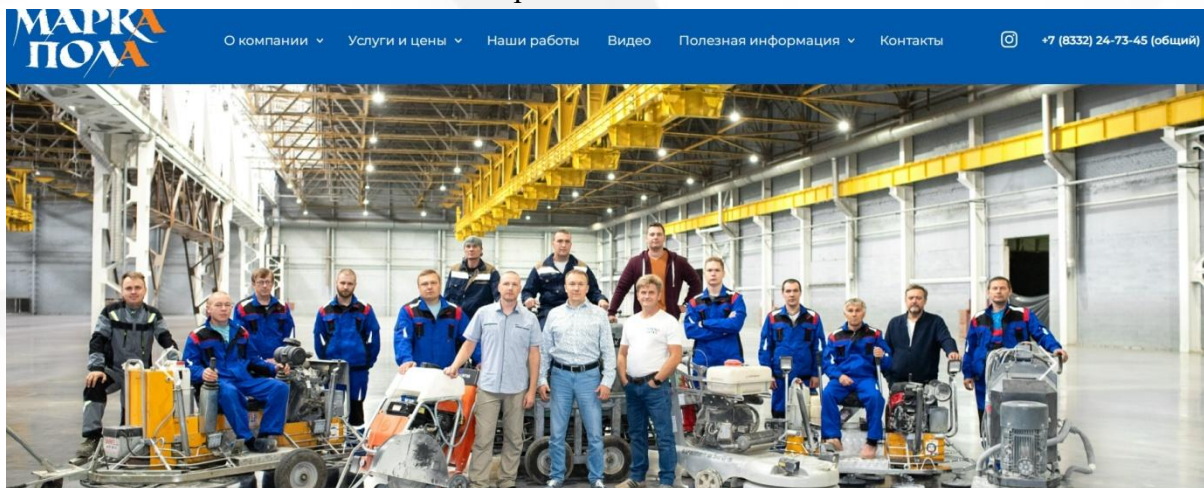
Ссылка на группу неверная, должна быть: <https://www.instagram.com/markapolakirov/>

В разделе “Наши работы” (самый просматриваемый раздел на сайте) на страницах выполненных работ предлагаем дополнить информацию: конечной стоимостью работ, какая была задача от заказчика и кратким описанием, что было сделано и в какой последовательности. Данная информация повысит доверие пользователей к сайту и поможет им разобраться, что и в каких количествах от них потребуется.



Также предлагаем в раздел “Наше оборудование” добавить все оборудование которое использует в своей работе компания с их фотографией, названием, моделью и кратким описанием для чего необходимо данное оборудование. Это покажет посетителям сайта масштаб компании и повысит доверие к сайту.

На главной странице один из слайдов имеет очень хороший потенциал. Рекомендуем его максимально использовать на всех страницах сайта.



В разделе “О компании” будет максимально полезен подраздел “Наши специалисты”, тем более что недостатка в них нет.

Вывод: в целом по маркетинговым составляющим сайт показывает хорошие результаты. На страницах достаточно полезной информации с уникальными живыми фотографиями, лицами людей и примерами работ. Все это положительно влияет на доверие пользователей и подталкивает их к совершению конверсионного действия. Мы привели некоторые моменты, которые предлагаем внедрить для закрытия некоторых вопросов со стороны посетителей и для еще большего увеличения доверия.

Дополнительно рекомендуем каждую страницу услуги (например: Наливные полы) максимально усилить продающими блоками – гарантии, наши специалисты, наше оборудование, расчет стоимости, наши работы и т.д.

Рекомендуемый план продвижения

Проанализировав позиции по выборочным поисковым запросам, увидели, что сайт проигрывает некоторым конкурентам из поисковой выдачи.

Фраза	Позиция
наливной промышленный пол самовыравнивающийся	-
пол в промышленном цехе	-
полы промышленных зданий по грунту	-
промышленная стяжка пола	-
промышленные антистатические полы	-
промышленные полы для медицинских центров	-
промышленные полы с топинговым	-
промышленные полы под ключ	-
промышленные полы технология	-
промышленные эпоксидный наливной пол	-
промышленный полиуретановый наливной пол	-
рассчитать промышленный пол	-
расчет промышленного пола	-
устройство пола промышленных зданий	-
устройство промышленных бетонных полов	-
цементный наливной пол промышленный	-
промышленный наливной пол цена за м2	86
армирование промышленных полов	72
полы промышленных зданий	65
уборка промышленных полов	47
покрытие пола промышленных зданий	44
самовыравнивающийся промышленный пол	44
полимерцементные промышленные полы	43
полы промышленных помещений	43
полиуретановые промышленные полы	32
промышленные наливные полы цена	31
купить полимерцементные полы промышленные	28
наливной пол для промышленных помещений	28
промышленные полы грунту	28
устройство промышленных наливных полов	28
наливной пол промышленный высокопрочный	27
эпоксидные промышленные полы	26
мытьё промышленных полов	25
промышленный наливной пол	23
наливные промышленные полимерные полы	21
промышленные полимерные полы цены	19
заливные полы промышленные	15
ремонт бетонных полов в промышленных помещен	15
цементный пол промышленный	13
шлифовка промышленного пола	13
полимерные полы промышленные покрытия	12
промышленные полимерные полы	12
промышленные полы работа	11

Это связано с тем, что на сайте нет страниц, которые отвечали бы на запросы пользователей. Либо, информация на страницах не достаточно полная и подходит для ответа на запрос пользователей.

Чтобы исправить данную ситуацию и улучшить поисковые позиции сайта, необходимо собрать все возможные запросы пользователей и сгруппировать их по страницам, на которых и будет, тот самый, правильный ответ на поисковый запрос.

Тем самым, увеличится количество страниц, за счет правильной информации на странице улучшится пользовательский интерфейс, повысится времяпрепровождение на сайте и поисковые системы поднимут сайт в поисковой выдаче.

Сейчас, большинство поисковых запросов, по которым переходят на сайт пользователи - это брендовые запросы.

Это не совсем хорошо, так как идет привлечение только тех, кто как-либо знаком с организацией и ищет конкретно ее.

Необходимо добиться такого результата, чтобы количество брендовых запросов не превышало 40-50% от всего поискового трафика на сайт. Тем самым можно будет сказать, что на сайт в

равной степени переходят как новые, так и знающие компанию пользователи.

Последняя поисковая фраза	Визиты
марка пола киров	95
марка пола	67
марко поло киров	13
бетонные полы киров	8
плита пола по грунту	7
марко поло киров полы	6
ooo марка пола киров	4
промышленные полы киров	4
марка пола киров отзывы	3
марка пола киров полы	3

Сейчас, большинство поисковых запросов, по которым переходят на сайт пользователи - это брендовые запросы.

Это не совсем хорошо, так как идет привлечение только тех, кто как-либо знаком с организацией и ищет конкретно ее.

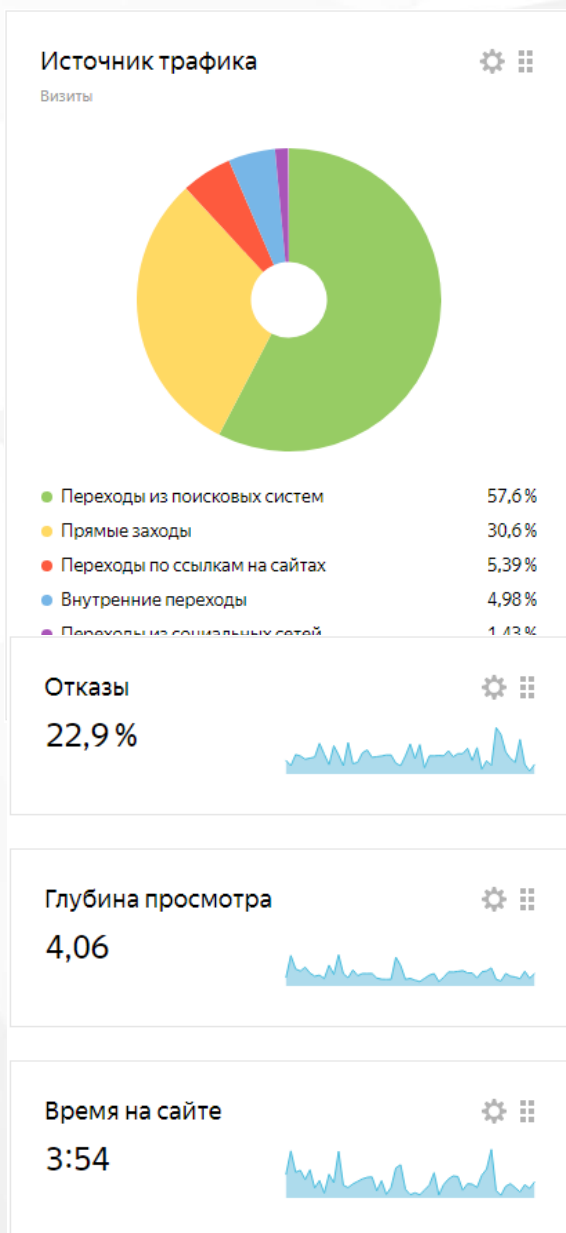
Необходимо добиться такого результата, чтобы количество брендовых запросов не превышало 40-50% от всего поискового трафика на сайт. Тем самым можно будет сказать, что на сайт в равной степени переходят как новые, так и знающие компанию пользователи.

В дополнение предлагаем расширить круг используемых инструментов для продвижения и внедрить:

- контекстную рекламу
- таргетированную рекламу
- SEO-продвижение (начать с семантики и кластеризации)
- Картографические сервисы (Я.Карты)
- агрегаторы и специализированные площадки (Я.Услуги, Профи.ру и др.)

Аудит Яндекс.Метрики

Основной источник трафика - это переходы из поисковых систем, что совсем неплохо, но выше мы увидели, что большинство поисковых переходов это брендовые запросы.



Поэтому, смело можно отсечь большую часть переходов и получим, что новых посетителей на сайт привлекают только ссылки на сторонних ресурсах, что не есть хорошо.

Необходимо работать над привлечением нового трафика и над каналами привлечения данного трафика.

Если поработать с контентом на сайте, то возможно снизить показатель отказов до минимального значения 10-15%. Это будет означать, что лишь 10-15 человек из 100 посетителей будут покидать сайт в течение 30 сек.

Также с проработкой контента под запросы пользователей увеличится глубина просмотра страниц и время нахождения на сайте. Данные показатели положительно влияют на ранжирование в поисковой выдаче и показывают восприятие сайта пользователями.

На некоторых страницах сайта присутствует большое количество размещенных неудобным для просмотра образом фотографий. Это снижает показатели времени просмотра и количества просматриваемых страниц.

Большинство посетителей возвращаются на сайт в течение недели. Данная информация показывает нам, что пользователи ищут и выбирают подрядчика в течение недели. За этот промежуток времени необходимо везде и как можно чаще светиться на экране пользователя, чтобы он интуитивно выбрал именно вашу компанию, а не конкурента. Это возможно реализовать с помощью рекламы, которая будет догонять посетителей. Стоит использовать инструменты ретаргетинга и ремаркетинга.

Самыми популярными страницами на сайте являются:

- раздел "Наши работы"
- страница "Бетонные полы"
- раздел "Контакты"

Видно, что посетители нацелены на просмотр услуг компании, ее работы, опыт и оставление заявки. Поэтому, в данных разделах необходимо размещать как можно больше необходимой информации для конвертирования пользователей.

Присутствует какая то проблема со смартфонами Apple. Отказы с данных устройств выше в 3-4 раза по сравнению с другими. Это может говорить о том, что какой-то контент на страницах может отображаться неверно.