АУДИТ

оффера и сайта

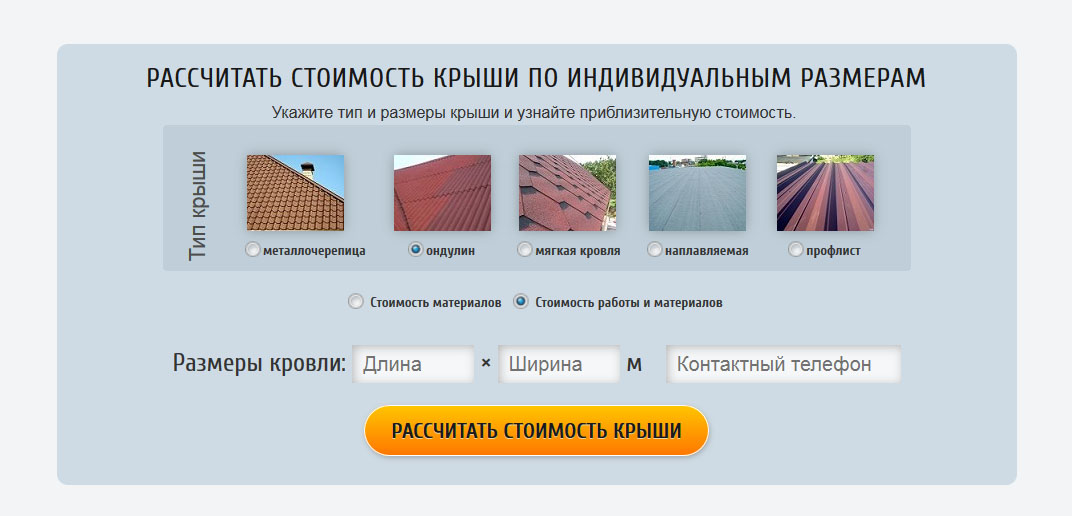
**www.демо.крыши-ростова.рф**

1. **Рекомендации по улучшению оффера**
2. Ваш заголовок проигрывает конкурентам. Лучшее решение «Кровля с гарантией качества и лучшим предложением на рынке» В лид – абзаце сразу прописать преимущества: За 10 лет десятки довольных клиентов и качественных работ.

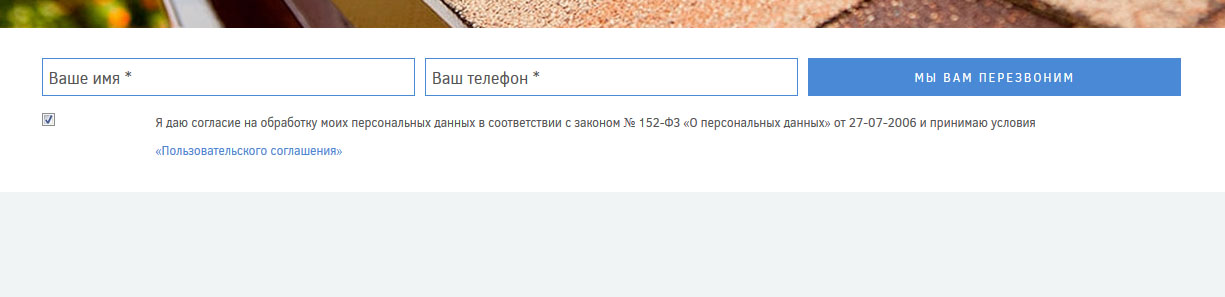
Здесь приведён конкурентный анализ 3 сайтов (на Яндекс Диске, скачайте себе на рабочий стол) ⇨ <https://yadi.sk/i/0Bawz_P43PjCZS>

1. На первой странице подзаголовок «получи бесплатный расчёт сметы» лучше заменить на более понятный, например, «рассчитай цену своей крыши» «сколько стоит твоя крыша, посчитать сейчас». Кнопку «получить смету» также переименовать в более понятную клиенту «цена твоей кровли» «стоимость посчитать»
2. В пункте «преимущества» добавить/прописать ряд услуг (хороший вариант у Вас на картинках), которые вы производите. К примеру, можно добавить «изготовление кровли по индивидуальным размерам, установка снегозадержателей, утепление кровли, гидроизоляция кровли», т.е то, что делает Ваше предложение ещё уникальнее.
3. В целом, под словом «преимущества» советую перефразировать предложение «Наш опыт и репутация — это самое главное, но есть еще несколько очень важных моментов» Создаётся впечатление ограниченности ваших возможностей, т.е. недостатка наработанного опыта. Такого допускать нельзя. Оформите это предложение так же картинками.
4. В категории «наши работы» мало информации. Эта не соответствует опыту в 10 лет. Нужно больше фотографий и желательно каждую оформить комментариями. Какой материал? Процесс работы? Отличным решением будит прописать цену за эту работу.
5. Очень хорошо, что у вас есть видео. Отличное решение. Плохо, что нет ОТЗЫВОВ. Это самое главное, что будит сливать ЦА. Хорошо, если они также будут в видео – формате. Под отзывом прописывайте контактные данные того, кто его оставил.
6. Не прописаны условия оплаты. Оформите это на листе с прайс – листом.
7. **Рекомендации по улучшению сайта**
8. Следует добавить прайс – лист с примерным расчётом бюджета для каждой услуги на 1 кв м на отдельном листе.
9. Кнопка «задать вопрос» - это хорошее решение, но лучше переименовать её в «бесплатная консультация». Для клиента очень важно бывает заказать обратный звонок; эта функция должна быть включена.
10. Добавьте дедлайн – счётчик с обратным отсчётом до конца акции или скидки (придумайте скидку или акцию) Это всегда работает.
11. В футере (в самом низу сайта) нет реквизитов ИП, ООО заказчика. Добавьте.
12. Обратите внимание на советы по улучшению в картинках

*номер 1 форма расчёта*



*номер 2 политика конфиденциальности*

**

*номер 3 ваши партнёры*

**

Внимание! Вносить ли все эти изменения, зависит только от Вашего мнения, но при применении всех этих рекомендаций рекламная кампания будит иметь наиболее выигрышный результат.