# По результатам аудита сайта ротангмебель.рф обнаружены следующие возможности для улучшения

Противоречие: в наличии более 500 комплектов, ниже - Из 100 комплектов вы точно найдете…

40% приходят по рекомендации - не явное преимущество для покупателя. Лучше переформулировать. “Наши клиенты настолько довольны своим приобретением, что часто рекомендуют нас своим знакомым - 40% покупателей приходят по совету друзей.”

Каталог тяжело добыть - препятствие. Многие не дойдут.

При оформлении заявки на сайте в 21.20 четверга вышло сообщение - “Спасибо! Менеджер свяжется с вами в течении 10 минут”. Менеджеры круглосуточные? Не врем клиенту? Кстати, со мной так и не связались. Нет ли потерь заявок на этом этапе?

Маленький квиз - классно! Увлекает + сегментирует. Но! После ответов надо реально давать каталог (иначе разочарование). Дать возможность поставить несколько галочек: диван + кресло, например, газон + терраса. Иначе получается, как будто клиента ограничивают в выборе - или кресло или диван. Создается ощущение, что для того, чтобы посмотреть несколько вариантов, надо проходить квиз по много раз.

При нажатии на кнопку “Преимущества” (наверху страницы) попадаем на “4 неприятных последствия”. Первые эмоции - Растерянность и отторжение. Не совпадает ожидание - результат.

Лучше идти не от чужих косяков, а от своих плюсов.

Например, “Четыре момента, которые надо знать при покупке садовой мебели”

“Краска держится долго, не выгорает на солнце. Мы используем… поэтому наша краска не побледнеет даже через много лет.”

“Искусственный ротанг имеет гораздо большей прочностью, чем его аналог - плоский ротанг. Наш материал устойчив к царапинам, разрывам и коррозии.”

И т.д.

“Заставить” клиента хотеть вашу мебель, а не возненавидеть чужую.

Фотки классные. Отзывы тоже хорошие, но выдержку (зеленый крупный шрифт над скринами с отзывами) лучше выбрать другую - текст кривой немного, отталкивает.

В конце - можно добавить адрес и фото выставочного зала (если он есть) - светлого, дружелюбного. приветливого, с красиво расставленной мебелью и красивой (но не вульгарной) девушкой. Оффлайн точка всегда вызывает дополнительное доверие. Если выставочного зала нет - не критично.

На сайте лучше прямо прописать, куда осуществляете доставку (в т.ч. исключения, если не готовы возить, например, в Химки).

Оформление лучше сделать в двух цветах (можно менять оттенки) - серый и зеленый. Желтый и красный - убрать. Иначе слишком пестро, уходит презентабельность.