

Параметр	Описание	Комментарий специалиста
1. УТП	<p>Уникальное торговое предложение, обычно это заголовок на самом первом блоке состоящий из основного смысла, почему именно вы. Чем предложение вашей компании отличается от конкурентов.</p> <p>Есть сервисы для генерации заголовков по принципу U4 http://lozyuk.ru/tools/4u-title/</p> <p>Если продавать прямо в лоб конверсия будет очень маленькая, особенно в бизнесах с большим промежутком принятия решение.</p> <p>Что значит легкий вход - это может быть лид магнит, аудит, квиз, т.е любая ценность которую клиент может получить бесплатно, при этом для этого ему не нужно вам звонить. Чем легче вход тем больше конверсия сайта. Это может быть бесплатный пробник, тестовая неделя бесплатная, чек лист, скачайте приложение за шаурму, и т.д</p>	<p>Нет четкого утп. Про стерильные приборы - это норма, а не отличительная особенность.</p> <p>Парковка - да, отлично. По доступным ценам - лучше указать сразу конкретную минимальную сумму, если она действительно ниже конкурентов. В качестве утп в данной нише могут быть именитые мастера, сертификаты. Или известные посетительницы салона. Гарантия на работу - корректировка, если ресницы отвалятся на следующий день.</p>
2. Легкий вход	<p>Пример легкого входа http://prntscr.com/n6snsj</p> <p>Квиз (или маркетинговый опрос, тест) – это новый способ получения клиентов, который значительно эффективнее традиционных сайтов и лендингов.</p> <p>Суть квиза в следующем:</p> <p>Вы предлагаете посетителю сайта пройти простой тест. Например, «Пройди тест и получи дизайн-проект кухни с расчётом цены». В вопросах теста вы спрашиваете клиента о его потребностях. Например, «Какая цветовая гамма кухни вам больше нравится», «Какая стилистика кухни вам больше наиболее приятна» и т.д. Для каждого вопроса есть свои варианты ответов. На последнем шаге вы запрашиваете контакты</p> <p>В результате, вы «убиваете» сразу двух зайцев:</p> <p>Во-первых, конверсия из посетителя в заявку вырастает в разы. Конверсия квиза колеблется в пределах от 6% до 30%, тогда как конверсия традиционного лендинга в лучшем случае составляет 8%.</p> <p>Во-вторых, клиент сам заявляет о своих потребностях в ходе ответа на вопросы. В итоге с отдела продаж снимается огромная работа по сегментации клиента.</p> <p>Квиз можно отдельно разработать для РСЯ, или таргета с соц.сетях, или вставить в уже имеющийся сайт через конструктор квизов</p> <p>Пример квиза отдельного - http://prntscr.com/n6swxv и http://prntscr.com/n6swxv</p> <p>Пример квиза встроенного в сайт http://prntscr.com/n6sv69 и http://prntscr.com/n6swl7</p>	<p>В качестве легкого входа может быть бесплатная консультация или снятие ресниц от предыдущего мастера (есть новенький клиент и при посещение салона в первый раз), или скидка на первое посещение для данной тематики не обязательно</p>
3. Квиз тест	<p>Конструктор квизов Марквиз - https://www.marquiz.ru</p> <p>Важным фактор принятие решение о заявке, звонке или покупки это доверие к компании к сайту.</p>	
4. Блок социального доверия	<p>Пример хорошо социального доверия http://prntscr.com/n6t0wa</p> <p>http://prntscr.com/n6t2fd</p> <p>https://whitewill.ru/command.php</p> <p>Это не новый инструмнт, но достаточно эффективный. В среднем может повысить конверсию на 1-2%</p>	<p>для повышения доверия добавить сертификаты мастеров, примеры работ, отзывы</p>
5. Виджет обратного звонка	<p>Пример http://prntscr.com/n6t7ov</p> <p>http://prntscr.com/n6t817</p>	<p>есть форма для онлайн-записи, но нет какой-либо связи (ни чата, ни формы обратного звонка). Желательно добавить</p>
6. Акции и спецпредложения		<p>Добавить скидку на первое посещение или скидку при приглашении подруги</p>
6. Современный дизайн сайта		<p>Громоздкие блоки, но в целом сайт соответствует современным дизайнам</p>
7. Кликабельный номер телефона, почта, вайбер, ватсап и т.д	<p>Наличие кликабельного номера телефона позволяет пользователю упростить процесс связи с вами.</p>	<p>Есть кликабельный номер, желательно добавить номер в ватсап</p>
8. Закреть возражение клиентов согласно ЦА		<p>Добавить блок с частыми вопросами: о стоимости услуг, какие материалы используете, можно ли наращивать беременным, а как спать/ходить в бассейн/купаться на море, что делать при аллергии</p> <p>Добавить видео с обзором студии, можно видео результата наращивания. Видео вызывает большое доверие</p>
9. Видео на сайте		<p>Низкая скорость загрузки сайта и с мобильных, и с компьютеров.</p>
10. Проверить скорость загрузки страницы	<p>Низкая скорость загрузки сайта снижает процент взаимодействия</p>	<p>https://prnt.sc/ongcmu Рекомендую обратиться к программисту</p>
11. Хорошая Мобильная версия сайта	<p>Большая часть трафика зачастую приходится на мобильный трафик. Неадаптированный сайт усложняет юзабилити сайта и может послужить причиной ухода пользователя с сайта</p>	<p>Мобильная версия адаптирована</p>

12. Отзывы		<p>Есть отзывы, при просмотре через компьютер стрелки отзывов находят на кнопку Записаться. Желательно к отзывам прикреплять фото, это вызывает доверие к отзывам. Самый лучший вариант это прикреплять отзывы из соцсетей https://prnt.sc/onfusu</p>
13. Кейсы - результат результата		<p>90% девушек выбирают мастера по работам, поэтому необходимо добавить пример работ мастеров, чем больше разных вариантов, тем лучше. Отлично подходят также примерны нестандартных решений, например наращивание с родинкой на веке и прочие примеры, показывающее профессионализм мастеров</p>
14. Минимальные данные для заявки Имя, номер и Емайл	<p>Чем больше полей для заполнения, тем меньше пользователей оставляют свои данные</p>	<p>Форма не перегружена, собираются только самые необходимые данные. Доработка не требуется</p>
15. Наличие живых социальных сетей	<p>Вызывают дополнительное доверие + возможность связаться с вами иным способом, помимо звонка</p>	<p>Иконки соцсетей есть, но они куда не ведут. Если нет страниц в соцсетях, обязательно добавить и выкладывать примеры работ. Если есть, привязать их, чтобы была возможность перейти с сайта на них В форме всплывающего окна может быть как раз форма обратной связи или предложение сезонной акции/особых условий. Предложите клиенту что-то несложное и недорогое, что обеспечит его заинтересованностью к вам. Та же скидка на первое посещение или</p>
16. Всплывающее поп-ап окно	<p>Чаше всего используется с предложение перезвонить через 25 сек или оставить свой e-mail</p>	<p>скидка за отзыв на своей странице в инстаграм</p>
17. Наличие сертификатов подтверждающие вашу экспертность		<p>См. пункт 4 о социальном доверии</p>
18. Каждая услуга или товар имеет свой мини лендинг		<p>Если вы также оказываете услуги по бровям и укладке волос, то лучше отказаться от позиционирования "Студия наращивания ресниц". Больше подходит в таком случае студия красоты, центр красоты и т.д</p>
19. Кнопка оставить заявку	<p>Крупно и ярко</p>	<p>Встречается несколько раз на лендинге, доработок не требует</p>
20. Ваши преимущества в цифрах		<p>В качестве преимуществ в цифрах можно использовать тоже расположение в центре, цену услуги, если вы наращиваете быстрее конкурентов, укажите это в минутах. Или например у вас самая быстрая запись "записался - через 2 часа уже пришел".</p>
21. Призыв к действию		<p>Есть кнопка Записаться.</p>

