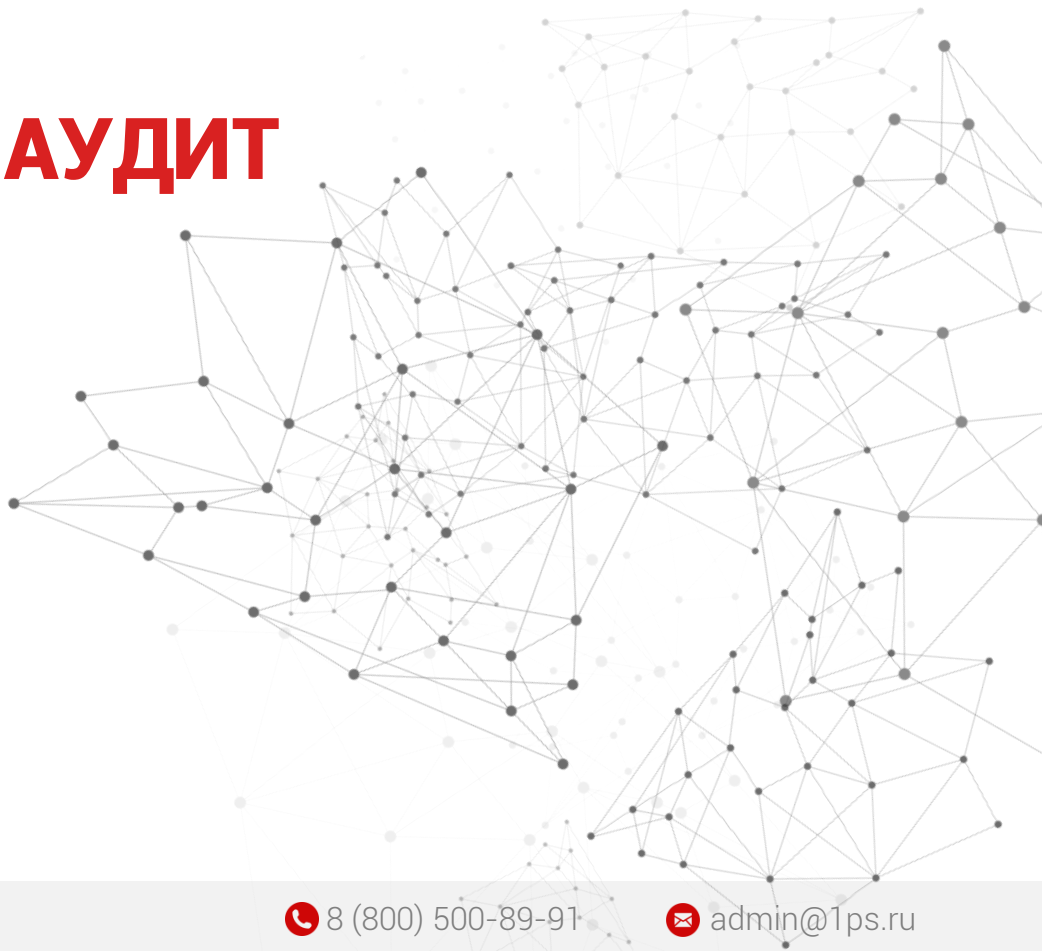


МАРКЕТИНГОВЫЙ АУДИТ

Отчет для сайта: sitename.ru

Автор: Татьяна Словеснова,
Кира Светлова



СОДЕРЖАНИЕ:

1. [Веб-аналитика.](#)
2. [Анализ рекламных кампаний.](#)
3. [Анализ сайта.](#)
4. [Выводы: основные проблемы и общие рекомендации.](#)



1. ВЕБ-АНАЛИТИКА

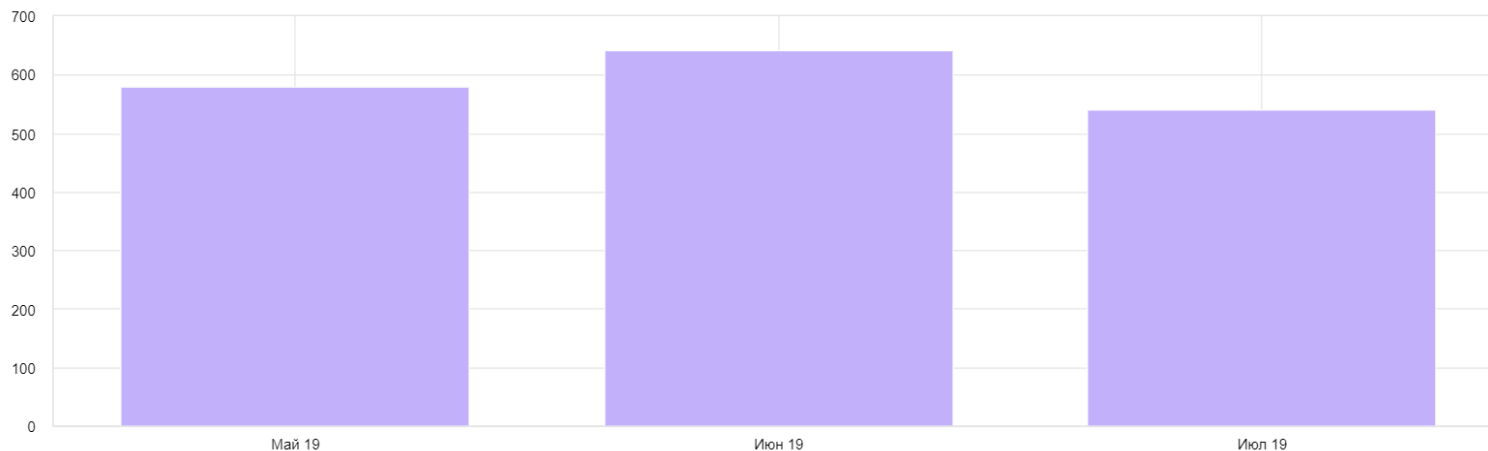


Посещаемость

Ежемесячная аудитория сайта — около 550 визитов.

В аккаунте Яндекс.Метрики не настроены цели, поэтому определить конверсию, к сожалению, невозможно. Рекомендуем настроить цели.

Визиты



Поведение пользователей на сайте (данные за квартал)

— Из 550 визитов 5% составляют роботы поисковых систем.

Это нормальный показатель, но его нужно учитывать при прогнозировании трафика сайта.

— Доля новых посетителей – 94%.

Это означает, люди не проявляют интерес к сайту повторно. **Нужно возвращать пользователей на сайт.**

— Показатель отказов – 14,4%.

Около 15% пользователей уходят с сайта в первые 15 секунд. Показатель отказов в норме. Допустимое значение показателя отказов 10-15%.

Поведение пользователей на сайте (данные за квартал)

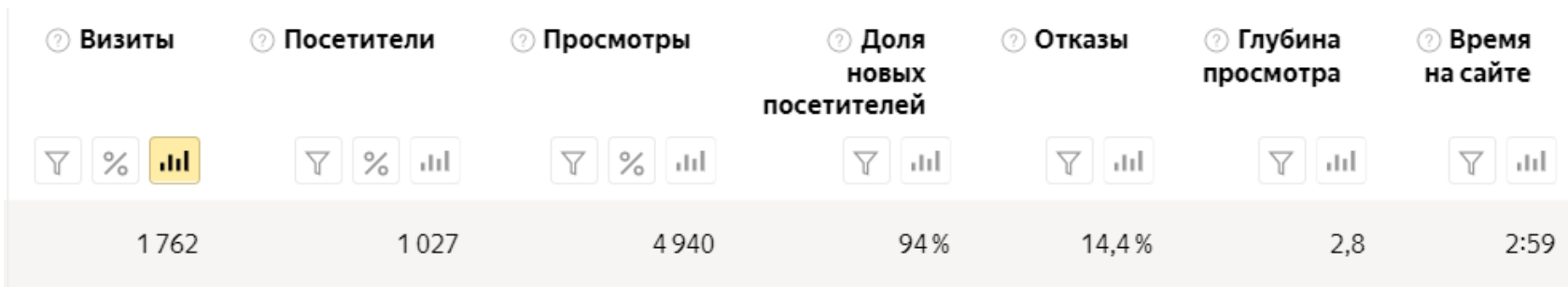
— Глубина просмотра – 2,8 страницы.

Это означает, что посетители в среднем просматривают 2-3 страницы за посещение.

Показатель в пределах нормы (рекомендуемое значение для сайта данной тематики 3-4 страницы).

— Время на сайте – 2 минуты 59 секунд.

Показатель ниже нормы. Для ознакомления с услугами, представленными на сайте, требуется больше времени (в среднем 3-4 минуты).

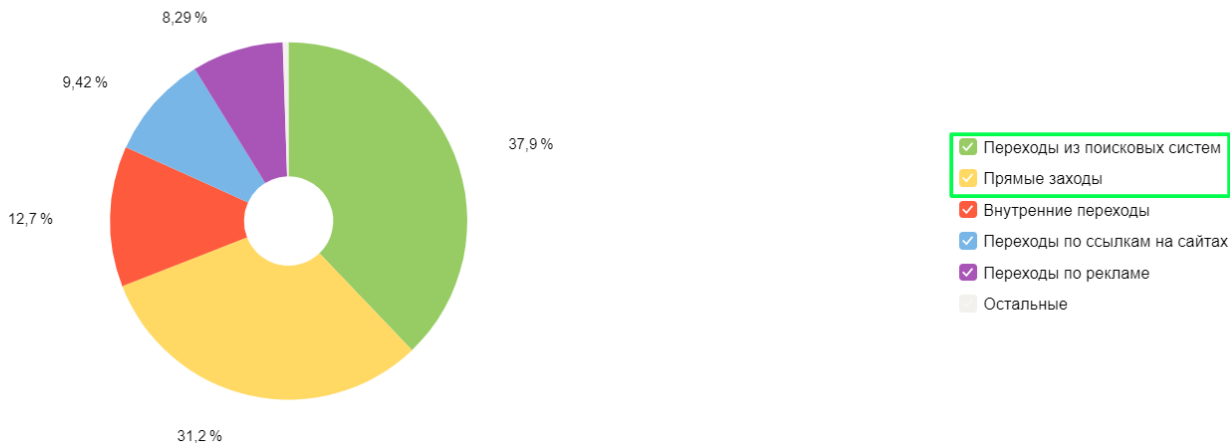


Источники трафика

Большую долю трафика дают **поисковые системы** – 37,9%.
Из поискового трафика 66,1% переходят с Яндекса и 33,1% – Google.

Второе место по доли трафика занимают **прямые заходы** – 31,2%.

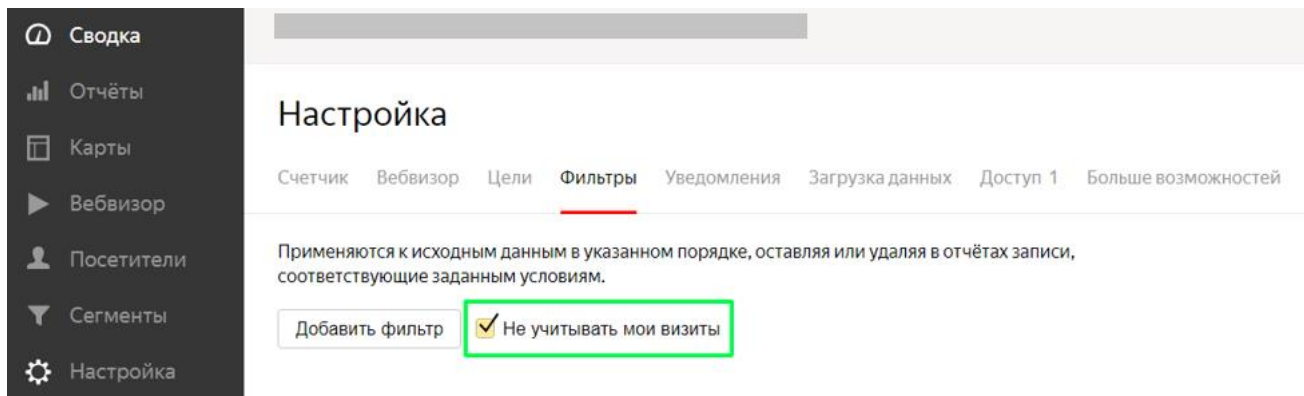
Визиты     



Источники трафика

Прямые заходы – заходы по прямой ссылке, т.е. посетители знают адрес сайта. Трафик по прямым заходам также может включать переходы сотрудников компании.

В настройках Метрики указали пункт, чтобы при сборе данных не учитывались переходы тех, кто заходит в отчёты:



Дополнительно рекомендуем исключить переходы сотрудников в настройках фильтров (по IP-адресам посетителей). Так будут собираться более чистые данные.

Поведенческие фактор по источникам трафика

Показатель отказов выше нормы для переходом по рекламе – **26,7 %**. Рекомендуем пересмотреть текст объявлений на соответствие тематике и страницам, на которые ведут ссылки. Также можно попробовать запустить [рекламные кампании в Google Ads](#), чтобы охватить новую аудиторию.

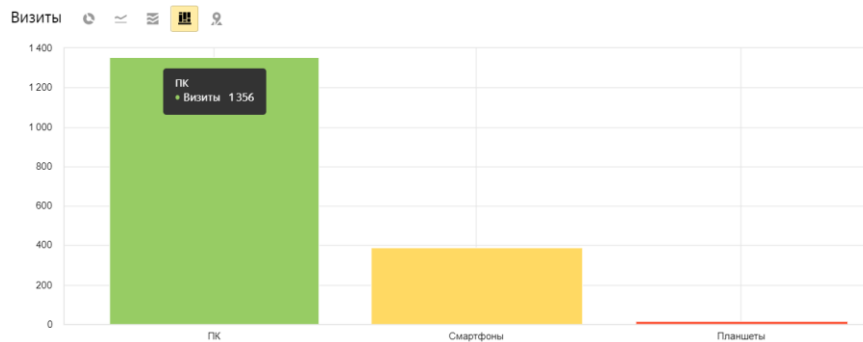
Группировки		Скрывать статистически недостоверные данные		Метрики	Выберите цель	
Источник трафика, Источник трафика (детально)		Визиты	Посетители	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
		▼ % 📊	▼ % 📊	▼ 📊	▼ 📊	▼ 📊
Итого и средние		1762	1027	14,4%	2,8	2:59
+ ✓ 🔍	Переходы из поисковых систем	667	513	13,6%	2,39	2:10
✓ ➔	Прямые заходы	550	319	14,4%	3,79	4:11
+ ✓ 🏠	Внутренние переходы	224	93	9,38%	1,87	2:11
+ ✓ 🔗	Переходы по ссылкам на сайтах	166	112	12%	3,51	5:01
+ ✓ AD	Переходы по рекламе	146	129	26,7%	1,68	1:08
+ □ 👤	Переходы из социальных сетей	9	8	33,3%	1,67	0:34

Устройства

Распределение трафика с разных устройств:

- Компьютеры – 77%
- Смартфоны – 22%
- Планшеты – 1%

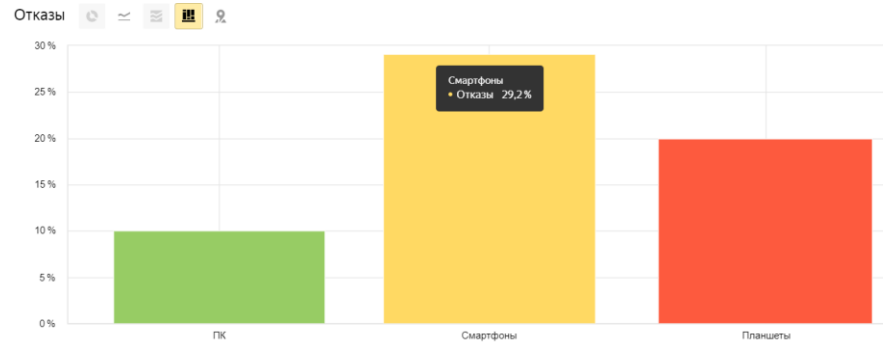
Основная доля трафика приходится на переходы с ПК.



Показатель отказов:

- Компьютеры – 10%.
- Смартфоны – 29,2 %
- Планшеты – 20%

Необходимо доработать мобильную версию сайта.



Популярные страницы входа на сайт

Среди страниц входа выявлены страницы с высокими показателями отказов (от 20% и выше):

- Лазерная резка металлов и сплавов в Москве.
- Качественная гибка листового металла.
- Резка цветного металла оптоволоконным лазером.

Необходимо провести работы с этими страницами, дополнить контент.

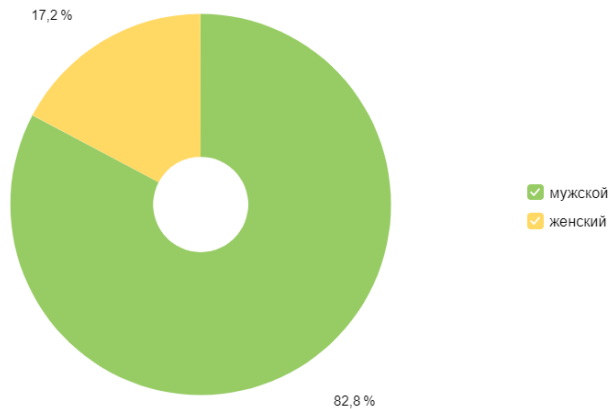
<input checked="" type="checkbox"/>		1 118	749	14,6%	2,51	2:30
<input checked="" type="checkbox"/>	/lazernaya-rezka-metallor-i-splavov.html	205	147	20,5%	1,7	1:27
<input checked="" type="checkbox"/>	/contacts.html	99	49	6,06%	1,34	1:56
<input checked="" type="checkbox"/>	/test-menu.html	54	18	5,56%	16,6	23:00
<input checked="" type="checkbox"/>	/prices.html	48	26	14,6%	1,13	0:19
<input type="checkbox"/>	/gibka-listovogo-metalla.html	25	20	20%	1,8	2:03
<input type="checkbox"/>	/lazernaya-rezka-metallor-i-splavov/lazernaya-rezka-nerzhavayushchej-stali.html	24	19	8,33%	1,92	2:24
<input type="checkbox"/>	/poroshkovaya-okraska.html	18	6	0%	1,11	0:16

Аудитория сайта: демография

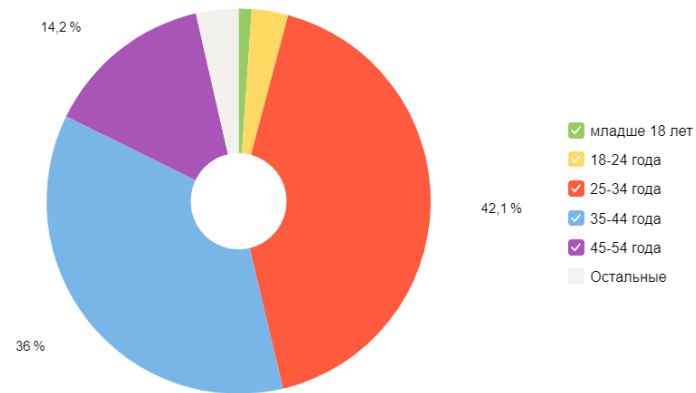
По данным Яндекс.Метрики можно составить приблизительный портрет клиента.

- Среди посетителей преобладают **мужчины – 82,8%**.
- Средний возраст аудитории **25-44 года**.

Визиты    



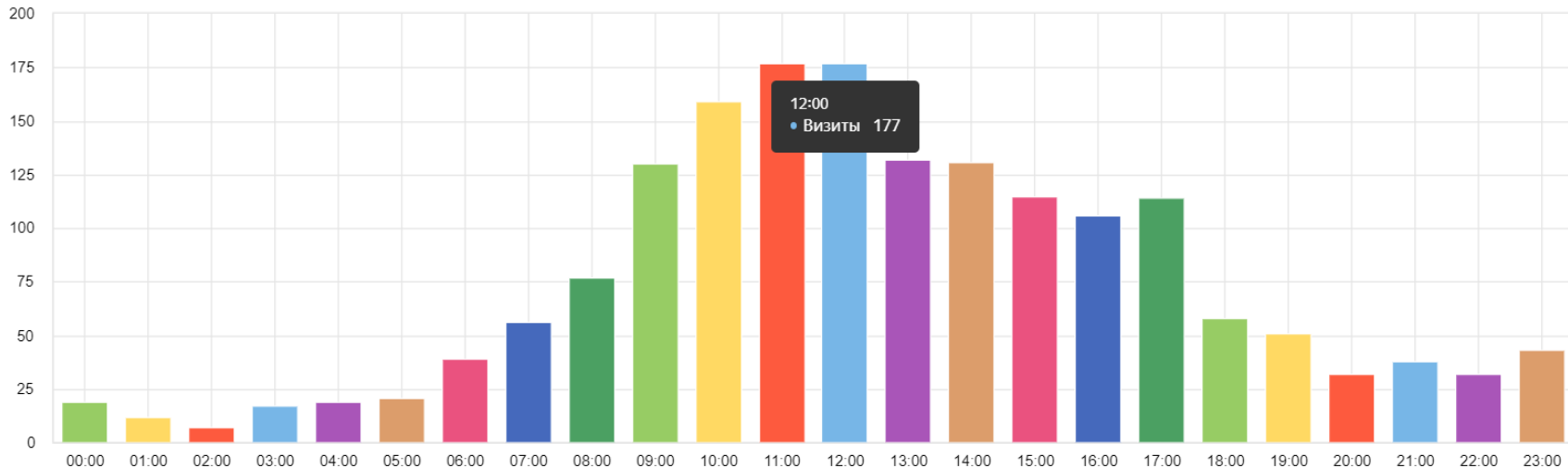
Визиты    



Аудитория сайта: посещение по времени суток

Пик посещаемости сайта приходится на 11-12 часов:

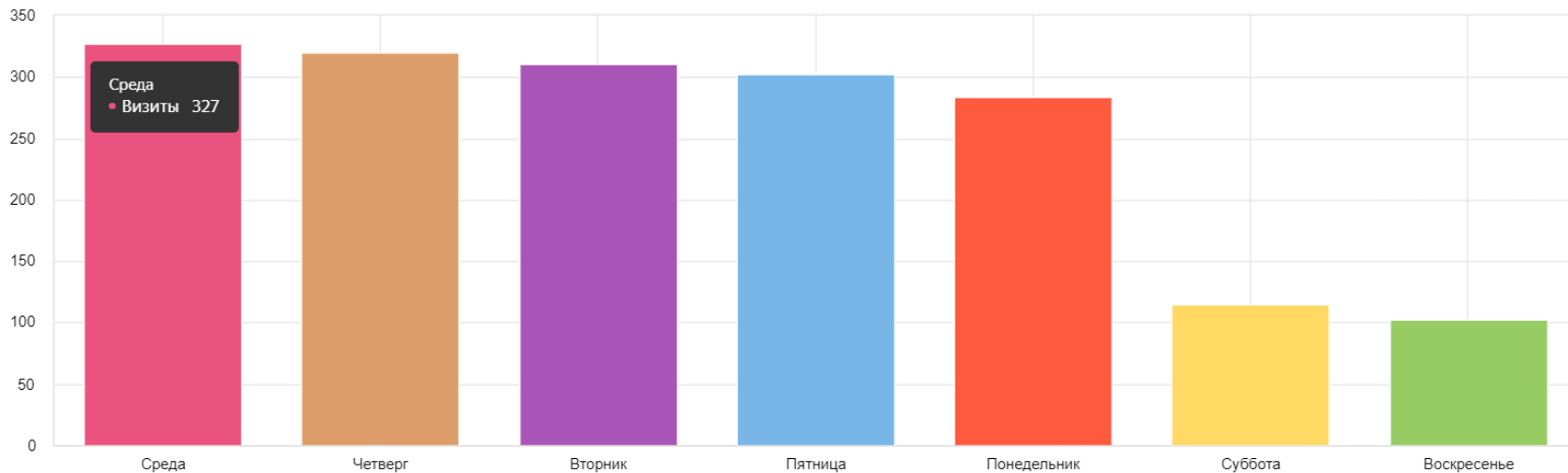
Визиты     



Аудитория сайта: посещение по дню недели

Больше всего посещений сайта в среду-четверг и постепенный спад к выходным:

Визиты     



Аудитория сайта: долгосрочные интересы

Посетители сайта проявляют интерес к следующим товарам и услугам в Интернете:

- Строительство, обустройство и ремонт
- Развлечения и досуг
- Бизнес
- Транспорт
- Отдых и путешествия
- Одежда, обувь и аксессуары
- Электроника
- Финансы
- Спорт
- Недвижимость
- Телеком

Долгосрочные интересы пользователей можно использовать в контекстной (реклама в сетях), медийной или таргетированной рекламе.

Веб-аналитика: выводы

В настройках метрики выявлены следующие недочёты:

- В аккаунте Яндекс.Метрики не настроены цели. Рекомендуем добавлять “составные цели”, чтобы отслеживать полный путь пользователя по шагам.
- Высокие отказы для переходов по рекламе. Рекомендуем проверить рекламные объявления на соответствие содержанию сайта и целевой аудитории сайта. Также рекомендуем попробовать запустить [рекламные кампании в Google Ads](#), чтобы охватить новую аудиторию.
- Высокие отказы для мобильной версии сайта. Следует проработать отображение сайта на смартфонах и планшетах.

2. АНАЛИЗ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ



2. Анализ рекламных кампаний

Параметры рекламной кампании: корректировки ставок

В Вашей рекламной кампании не заданы корректировки ставок:

УПРАВЛЕНИЕ ПОКАЗАМИ

Стратегия ⓘ

Ручное управление ставками с оптимизацией
На поиске: Ручное управление ставками с оптимизацией
В сетях: Показы запрещены
Средний дневной бюджет 800.00 руб., стандартный режим показов

Изменить

Настройки в сетях ⓘ

Показы запрещены

Корректировки ставок ⓘ

Не заданы

Добавить

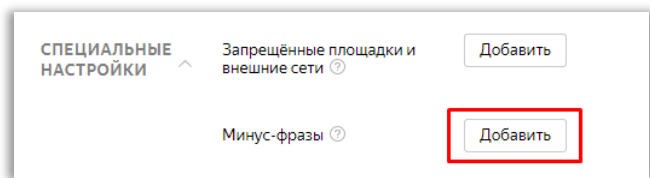
Останавливать объявления при неработающем сайте ⓘ

По полу и возрасту: Рекомендуем скорректировать ставки по полу и возрасту, чтобы увеличить ставку для более привлекательной и снизить для менее привлекательной аудитории. Есть возможность полного отключения показов для определенной аудитории.

2. Анализ рекламных кампаний

Параметры рекламной кампании: минус-слова на кампанию

У Вашей рекламной кампании отсутствуют минус-фразы:



Они необходимы для того, чтобы избежать нецелевых показов объявлений. Например, сейчас Ваши объявления показываются по запросам: насадки на дрель для резки металла, купить фанеру для лазерной резки и т.д. которые не связаны с рекламируемой тематикой.

Параметры рекламной кампании: дополнительные релевантные фразы

Рекомендуем уменьшить расход по дополнительным релевантным фразам, например, до 3%:
Слишком большой показатель ДРФ может вести на сайт нецелевой трафик.

СПЕЦИАЛЬНЫЕ НАСТРОЙКИ ^

Запрещённые площадки и внешние сети ?

Минус-фразы ?

Дополнительные релевантные фразы ?

Расход в пределах 40% от общего расхода
Цель не задана

Объявления в поиске: ключевые слова

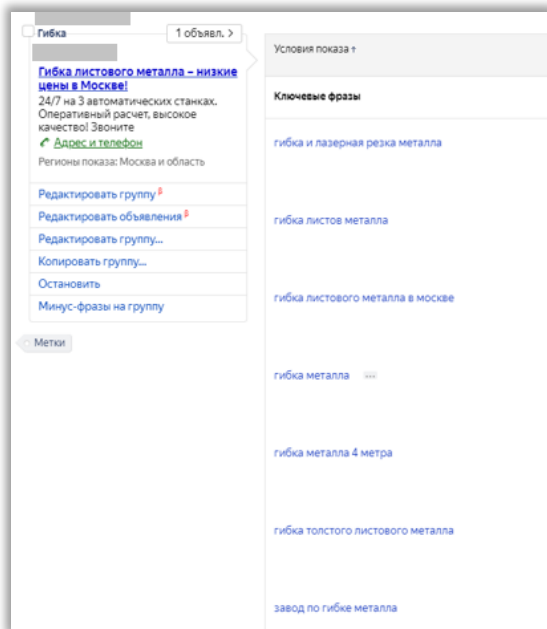
В Вашей рекламной кампании неполное семантическое ядро.

Мы рекомендуем расширить семантическое ядро, чтобы оно полностью охватывало деятельность Вашей компании. По Вашей тематике можно подобрать более 100 целевых запросов.

2. Анализ рекламных кампаний

Объявления в поиске: релевантность объявлений и ключей

Объявления не соответствуют ключевым запросам:

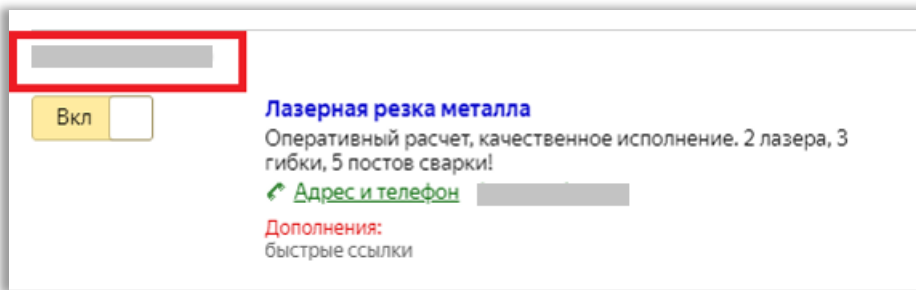


Чтобы объявления были максимально релевантными, мы рекомендуем создавать для каждого ключевого слова отдельное объявление или использовать шаблоны и объединять похожие ключи в группы.

Таким образом, каждый ключ сможет попасть в заголовок, что повысит CTR объявления.

Объявления в поиске: мобильные объявления

В Вашей рекламной кампании отсутствуют мобильные объявления:



Для рекламы на десктопах и планшетах применяются единые настройки и цены, а для мобильных объявлений ставки можно регулировать отдельно.

Для мобильных устройств рекомендуем создавать более короткие тексты объявлений.

Объявления в поиске: уточнения

В Ваших объявлениях отсутствуют уточнения:

► Купить шкаф купе! – От 12 000 Руб!

Бесплатная доставка Бесплатный монтаж Бесплатный 3D дизайн Гарантии

[шкафы-купе-в-иркутске.рф](#) ▼ реклама

Сделаем **Шкаф-купе** за 4 дня! 3D-дизайн бесплатно! Узнай цену!

Сделаем за 4 дня · Гарантия до 12 лет · Доставка 0 рублей · Сборка 0 рублей

Контактная информация · +7 (3952) 72-77-37 · пн-пт 10:00-20:00, сб-вс 10:00-18:00

Используйте уточнения для того, чтобы можно было указать дополнительную информацию о компании и выгоды, которые получит клиент. Это повысит CTR объявления и сделает его более заметным.

2. Анализ рекламных кампаний

Объявления в поиске: быстрые ссылки и описания

Быстрые ссылки имеются только в одном объявлении. Описания к быстрым ссылкам отсутствуют.

Интернет-магазин ЛАМОДА! – Открываем новый сезон
lamoda.ru > Одежда-и-Обувь реклама
Более 1 000 брендов. Бесплатная доставка с примеркой по России!
Подлинные бренды · Удобный сервис · Дарим баллы за покупки
Контактная информация · 8 (800) 700-64-46 · круглосуточно
★★★★★ Магазин на Маркете

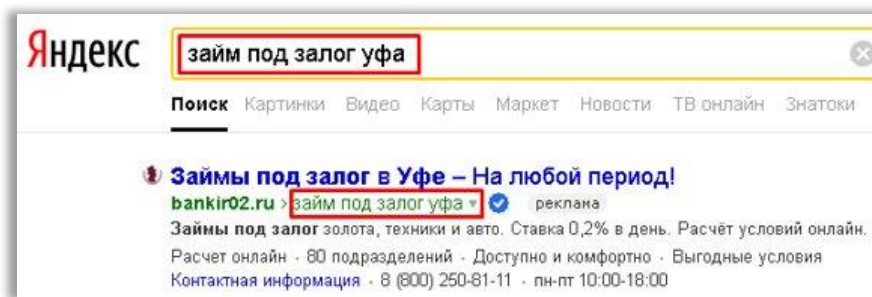
Женская коллекция Потрясающие осенние новинки от мировых брендов.	Black Friday Эксклюзивные предложения и доступ к закрытой распродаже
+10% ко всем скидкам При онлайн-оплате покупок картой Mastercard®	Тренды осени Fashion-новинки и свежие идеи по составлению гардероба

Мы рекомендуем использовать быстрые ссылки, чтобы Ваше объявление стало более заметным. А описания к быстрым ссылкам позволят больше рассказать о Вашем товарном предложении.

2. Анализ рекламных кампаний

Объявления в поиске: отображаемая ссылка

В Ваших объявлениях отсутствует отображаемая ссылка:

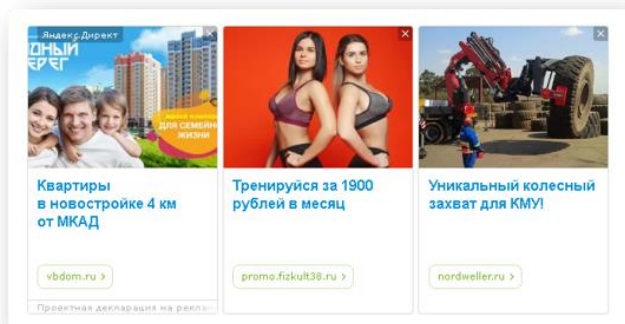


В отображаемой ссылке Вы можете использовать ключевое слово, которое также будет выделяться в объявлении. Для того, чтобы максимальное количество ключей попало в отображаемую ссылку Вы можете использовать шаблон (#фраза-по-умолчанию#).

2. Анализ рекламных кампаний

Текстово-графические объявления в сетях

У Вас отсутствует рекламная кампания для РСЯ:



Кампания РСЯ поможет привлечь дополнительный трафик на сайт по недорогой цене за клик. Объявления с изображениями привлекают внимание и для некоторых тематики работают лучше, чем кампании на поиске.

2. Анализ рекламных кампаний

Статистика: позиции объявлений в Поиске

У объявлений низкие позиции на Поиске:

Дата ▲	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб.	Ср. цена клика, руб.	Ср. позиция показа
Всего с 01.05.19 по 31.07.19	10 805	164	1.52	15 705.44	95.76	4.23
01.05.2019	295	8	2.71	781.46	97.68	4.40
02.05.2019	839	12	1.43	852.50	71.04	4.26
03.05.2019	385	7	1.82	735.05	105.01	3.64
04.05.2019	1 196	9	0.75	777.47	86.39	3.41

Чтобы получить больших охват трафика нужно, чтобы объявления были заметнее в результатах выдачи. Проверьте свои ставки. Сейчас они недостаточны, чтобы занимать хорошие места.

Статистика: CTR объявлений на Поиске

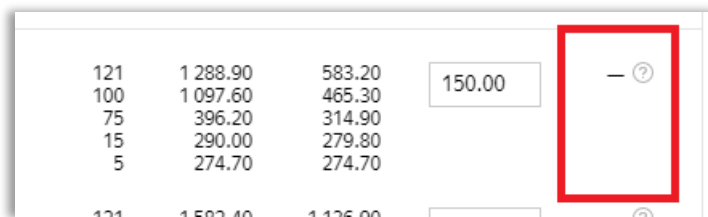
У объявлений на Поиске низкий CTR:

Всего с 14.05.19 по 12.08.19	3 161	51	1.61
Дата ▲	Показы	Клики	CTR (%)
14.05.19 – 12.08.19	3 161	51	1.61

Показатель CTR должен быть в диапазоне 5-10%, если этот показатель ниже, значит, объявления показываются по нецелевым запросам либо Вашей ставки недостаточно для попадания в блок премиальных показов.

Статистика: ставки по ключевым словам

Ваши объявления практически не показываются пользователям:



121	1 288.90	583.20	150.00	- ?
100	1 097.60	465.30		
75	396.20	314.90		
15	290.00	279.80		
5	274.70	274.70		
121	1 503.40	1 126.00		

Из-за низкой ставки пользователи не видят Ваши объявления. Рекомендуем повысить ставку, так пользователи смогут видеть Ваши объявления. Также увеличение ставки приведет к увеличению трафика.

Выводы и рекомендации

По итогам аудита оптимально будет разработать новую рекламную кампанию.

Следует основательно поработать над:

- семантическим ядром;
- текстами объявлений;
- минус-словами;
- ставками;
- стратегией рекламной кампании.

После загрузки и настройки кампании обязательно следите за ее ходом и выполняйте плановые работы по поддержанию и улучшению показателей.

Для достижения максимальных результатов от рекламы рекомендуем доверить ее создание и ведение профессионалам.

2. Анализ рекламных кампаний

Стоимость рекламы

Калькулятор контекстной рекламы

Разработка рекламной кампании ? Оплачивается единовременно **6000 руб.**

- Изучим ваш сайт и ваш бизнес
- Подберем продающие ключевые слова
- Составим эффективные объявления
- Подготовим рекомендации по настройке

Рекламная система

Яндекс.Директ
 Google AdWords

Количество ключевых слов и объявлений

50 **100** 200 500 1 000

Настройка рекламной кампании ? Бесплатно

- Выберем подходящую стратегию
- Настроим регионы и время показа рекламы
- Обойдем все подводные камни
- Подключим веб-аналитику

Сопровождение рекламной кампании ? Оплачивается ежемесячно **5200 руб.**

- Ежедневное отслеживание и постоянное повышение эффективности кампании

Рекомендуем разработку на 100 запросов для разделов лазерная резка металлов, гибка листового металла с сопровождением для системы Яндекс.Директ.

2. Анализ рекламных кампаний

План по продвижению

Для Вашего сайта мы рекомендуем подключить следующие рекламные продукты:

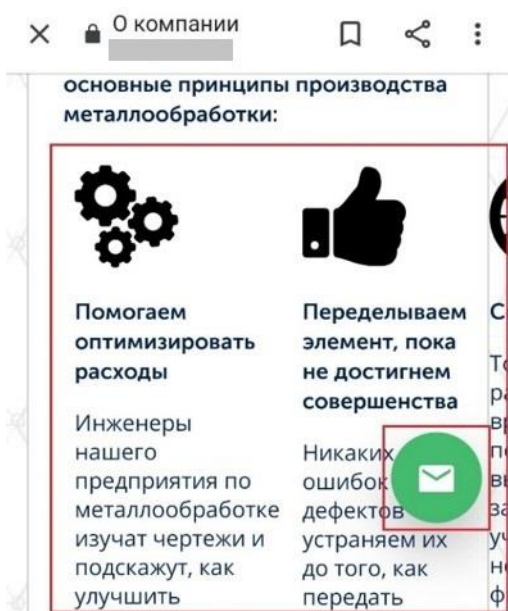
- [Google Реклама](#)
- [Реклама в Яндекс.Справочнике](#)
- Ретаргетинг

3. АНАЛИЗ САЙТА



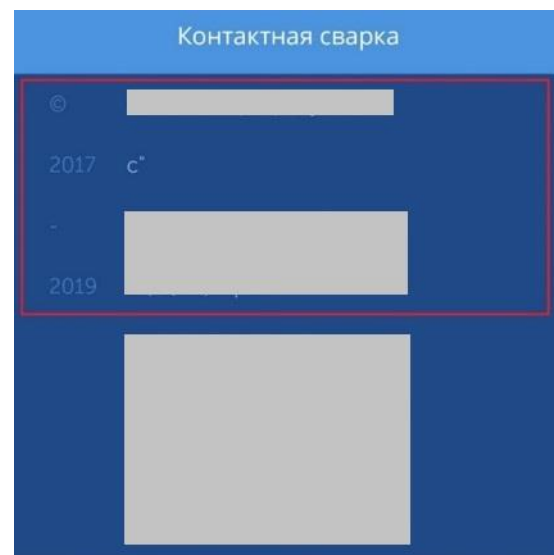
Адаптация под мобильные устройства

Более 20% пользователей заходят на сайт с мобильных устройств, сайту необходима доработка адаптивной версии сайта. Контент не всегда корректно отображается:



Латунь и ме			
Толщина, мм	До 100 м	101–500 м	От
1	46	41	
1,5	65	61	
2	85	81	
3	95	89	
4	113	103	
5	145	125	
6	178	155	

Рассчитаем точную стоимость резки латуни и меди лазером

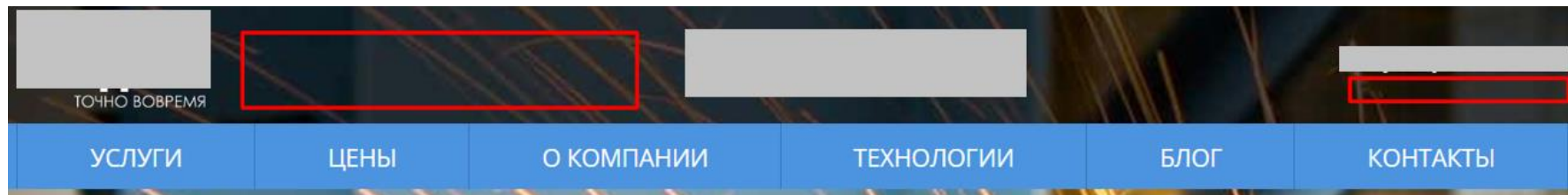


3. Анализ сайта

Неинформативная шапка сайта

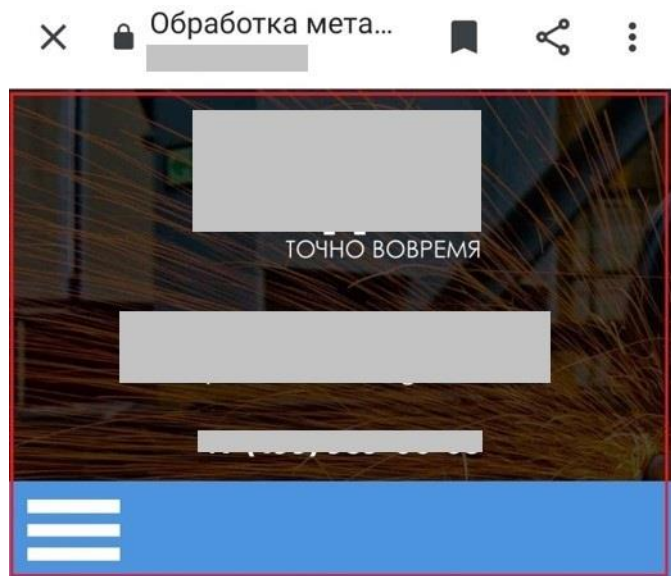
Рекомендуем в шапке сайта кратко указать направление деятельности компании, регионы работы, а также рядом с номером телефона режим работы специалистов.

В шапке сайта можно добавить форму заказа обратного звонка для пользователей, которые по каким-либо причинам не могут позвонить сами.

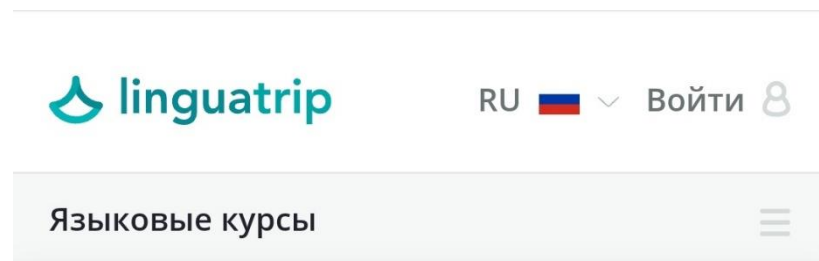


3. Анализ сайта

В мобильной версии на шапка сайта занимает слишком много места, необходимо продумать более компактную версию:

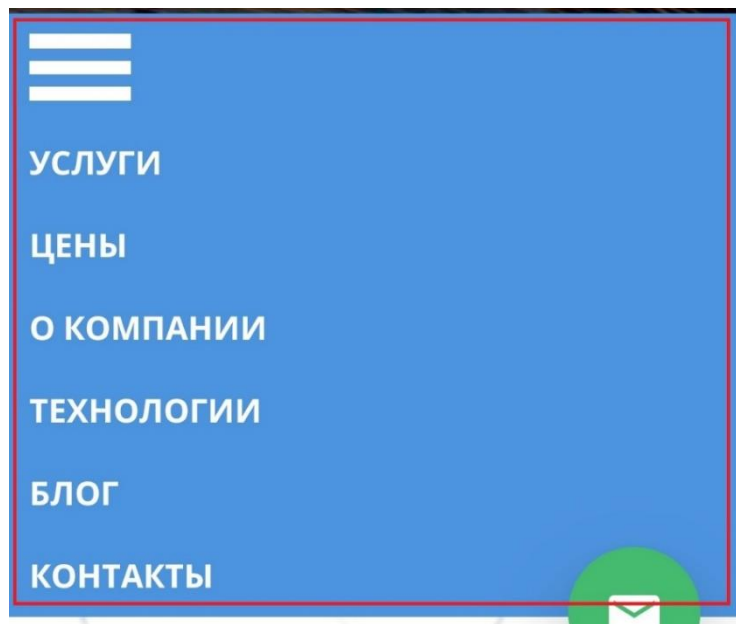


Компактная шапка сайта упростит навигацию и позволит пользователю быстрее найти необходимую информацию на странице. Пример такой шапки сайта:

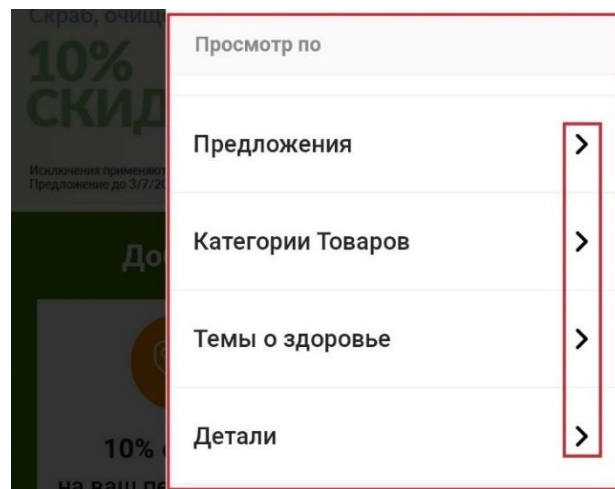


Отсутствие бокового меню в мобильной версии

Боковое меню в мобильной версии не отображается, рекомендуем исправить. Отсутствие меню усложняет навигацию:



Ссылки можно объединять в группы, чтобы сделать меню компактным и удобным для пользователей:



Необходимо показать сертификаты, лицензии

Для повышения доверия как к сайту, так и компании в целом рекомендуем на отдельной странице (или на странице о компании) разместить скриншоты сертификатов, лицензий, а также отзывы клиентов и партнёров. На страницах услуг можно будет добавить ссылки на данную информацию. Одного текста недостаточно:

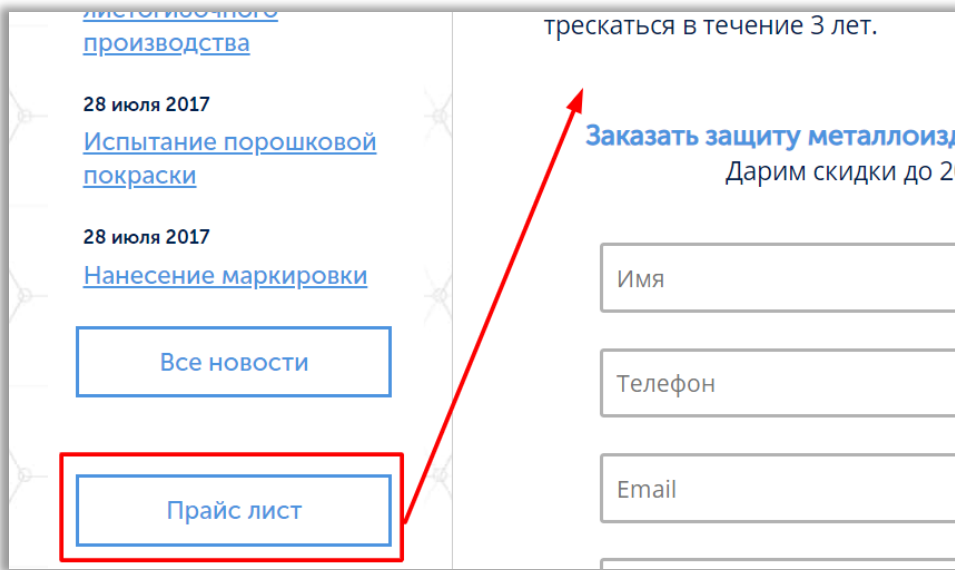
Почему за аргодуговой сваркой лучше обратиться именно в компанию «Лазер Продукт»?

- ✓ **Квалифицированные специалисты.** Сварку производят первоклассные мастера своего дела с опытом работы от 5 лет.
- ✓ **Новейшее оборудование.** Используем профессиональную технику лучших отечественных и зарубежных марок («Сварог», «Форсаж», FUBAG, BRIMA, BLUE WELD, ESAB).
- ✓ **Гарантия.** Предоставляем гарантию 1 год на любые виды ремонтно-сварочных работ. Обнаружили брак? Исправим за наш счет!
- ✓ **Низкие цены.** Полуавтоматическая или аргоновая сварка любой сложности – от 10 руб. за см. Расчет точной стоимости зависит от уровня сложности заказа.
- ✓ **Минимальные сроки выполнения заказа.** Проведем ремонтно-сварочные работы любых деталей по вашим чертежам за 1-7 рабочих дней.

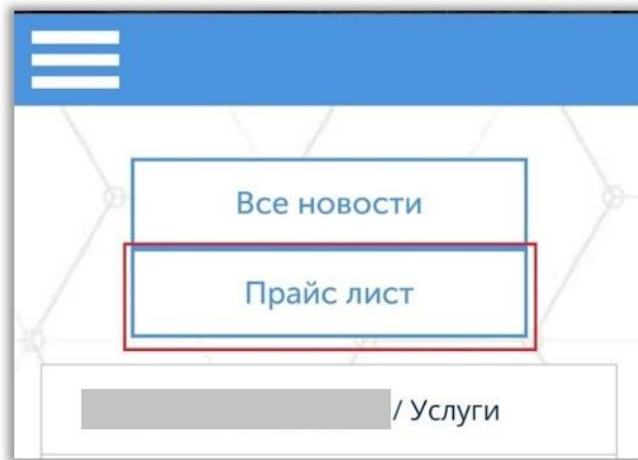
3. Анализ сайта

Отсутствие цен

Информация о ценах указана не на всех страницах, а ссылка на прайс-лист не сразу заметна. Лучше перенести ссылку из бокового меню в основную часть страницы:



В мобильной версии ссылка в начале страницы также теряется:



3. Анализ сайта

Формы заявок необходимо доработать

Сообщения об ошибках лучше выводить в виде текста рядом с соответствующими полями, чтобы сориентировать пользователей. Выделения поля цветом недостаточно:

test

+7 () - - -

Email

Ваше сообщение

Пример корректных сообщений об ошибке:

Обратная связь

Сообщение * Заполните это поле!

Ваше имя * Заполните это поле!

Телефон * Заполните это поле!

E-mail

mail@domen.com

Я согласен на [обработку персональных данных](#) и согласен с [условиями возврата и отмены](#) Согласитесь с условиями!

И лучше сразу выделить поля, обязательные для заполнения.

3. Анализ сайта

Не все формы на сайте работают корректно: не выводится сообщение об отправке данных. Рекомендуем исправить.

Оставьте заявку на лазерную резку нержавеющей стали
Постоянным клиентам – скидки до 20 %

Тест

+7 (904) 111-11-11

test11234@mail.com

test test test

Прикрепить файлы

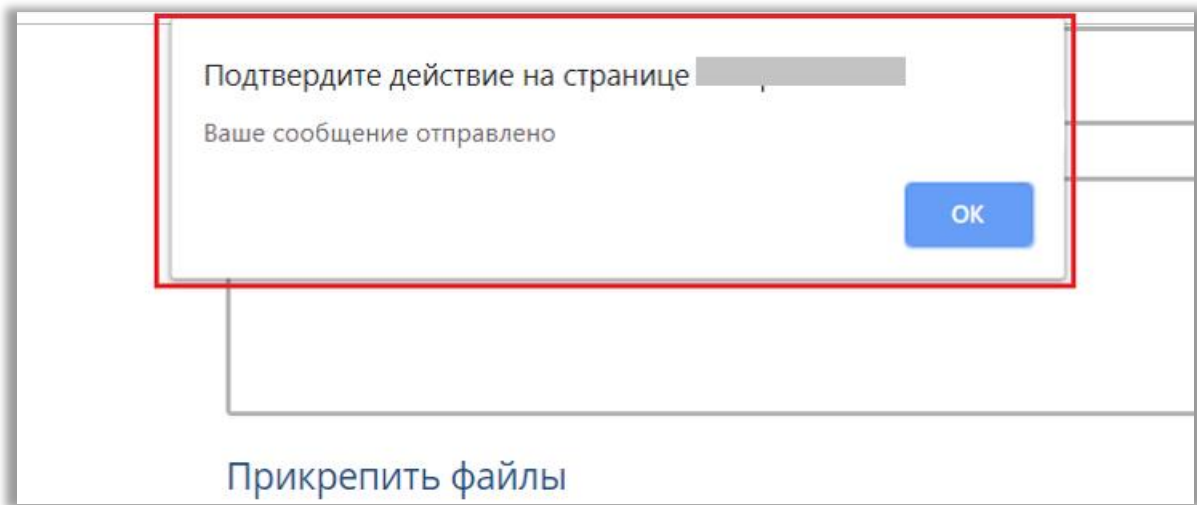
Выбрать файлы Файл не выбран

Отправить

Например, в данной форме после клика по кнопке «Отправить» как будто ничего не происходит.

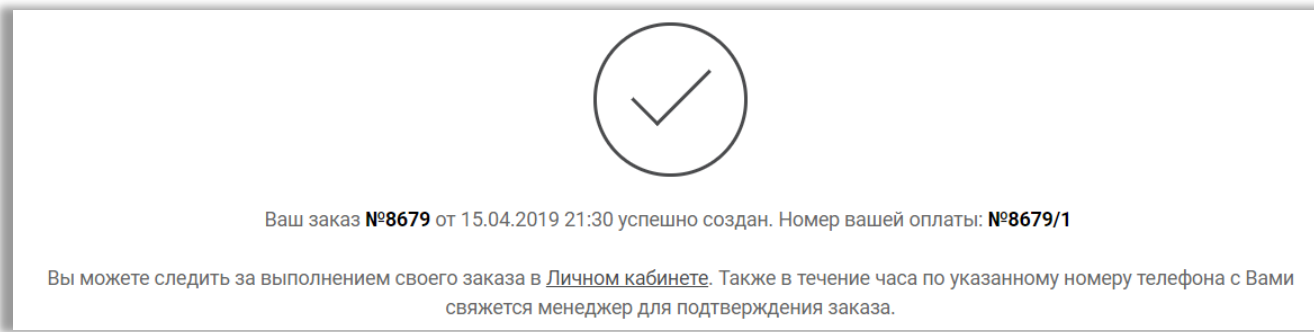
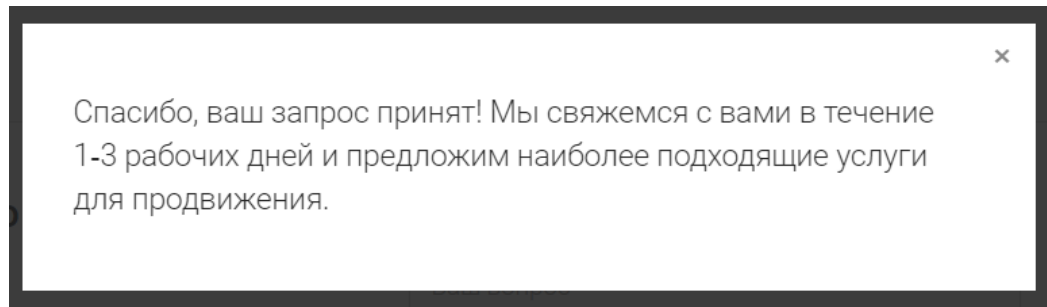
3. Анализ сайта

После отправки данных формы в сообщении следует продублировать режим работы специалистов, чтобы сориентировать пользователей:



3. Анализ сайта

Примеры сообщений после отправки данных формы:



Анализ сайта: выводы

На основе аудита сайта рекомендуем:

- **Доработать отображение блоков** на небольших разрешениях экрана (для мобильной версии сайта).
- **Объединить горизонтальное и боковое меню** в одно для мобильной версии.
- **Дополнить шапку сайта** информацией. На все страницы услуг добавить фотографии работ. На странице о компании разместить сертификаты.
- **Добавить для всех изображений** возможность просмотра увеличенной версии во всплывающем окне.
- **Доработать формы заявок**: настроить корректное отображение сообщений об ошибках и подтверждений об отправке данных.

4. ВЫВОДЫ: ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ОБЩИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ



Основные проблемы:

По итогам аудита мы обнаружили несколько существенных проблем на сайте и в рекламных кампаниях, которые могут отрицательно сказываться на объеме заказов с сайта.

- Неинформативная шапка сайта.
- Информация о ценах на страницах услуг не всегда заметна.
- Недостаток фотографий работ и сертификатов.
- Не все формы заявок работают корректно.
- Контент не всегда корректно отображается на мобильных устройствах.
- Есть недочёты по настройкам рекламной кампании.
- В ключевых словах и текстах объявлений найдено много ошибок.
- У объявлений низкие позиции и низкий CTR в Поиске.

Рекомендации по доработкам сайта и рекламы:

Для получения большего объема заявок, рекомендуем провести следующие работы по сайту и рекламным кампаниям:

- Доработать отображение контента на мобильных устройствах.
- Дополнить шапку сайта информацией о компании.
- Дополнить все страницы услуг примерами работ и информацией о ценах.
- На странице о компании разместить сертификаты, отзывы партнёров.
- Доработать формы заявок.
- Исправить недочёты в настройках рекламных кампаний.
- Собрать заново ядро запросов, сделать кросс-минусовку ключевых слов и написать под них новые объявления.
- Проверить ставки у объявлений.

О нас в цифрах

18 лет

продвигаем сайты

с **2007** года

сертифицированные партнеры Яндекс и Google. Каждый год подтверждаем свой статус

70+ сотрудников

постоянно учимся, посещаем курсы, смотрим и проводим вебинары

85 регионов РФ

а так же страны СНГ и русскоязычные сайты со всего мира

1 100 000<

сайтов прошло через наши руки (~1/4 сайтов Рунета)

566 801

клиент доверил нам свой бизнес

1 259+

рекламных кампаний в Яндекс и Google нами разработано с 2006 года

350+

рекламных страниц и сайтов создано и приносит доход

КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА

Сертифицированный партнер Яндекс

Качество нашей работы подтверждается официальной сертификацией.

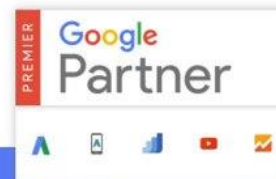
Наши клиенты получают экспертизу в рекламных продуктах и дополнительные возможности: исследования рынка от площадок, первоочередной доступ к новым продуктам, ускоренное прохождение модерации, прямое общение в офисе Яндекса и многое другое.



Сертифицированный партнер Google

Экспертиза в многочисленных рекламных продуктах Google подтверждается статусом Premium Partner.

Наши клиенты получают и экспертизу в рекламных продуктах и дополнительные возможности: исследования рынка от площадок, первоочередной доступ к новым продуктам, ускоренное прохождение модерации, прямое общение с привлечением специалистов Google.



- С 2007 года ежеквартально подтверждаем свой статус сертифицированного агентства.
- Специалисты имеют сертификаты систем Яндекс.Директе, Google Ads, Яндекс.Метрике и знают все нюансы работы в рекламных системах.

Специалисты по контекстной рекламе



**Анастасия
Малашкина**

Главная по качеству

Сертификаты:

[Google Analytics](#)

[Яндекс. Директ](#)



Ника Кирюшкина

Обожает нестандартные
решения

Сертификаты:

[Google Adwords](#)

[Яндекс. Директ](#)

[Яндекс. Метрика](#)

[MyTarget](#)



Татьяна Словеснова

С удовольствием
тестирует новые
инструменты

Сертификаты:

[Яндекс. Директ](#)

[Яндекс. Метрика](#)

[Google Adwords](#)

[MyTarget](#)



**Илона Эскудеро-
Васкес**

Поможет с выбором
рекламных продуктов

Сертификаты:

[Яндекс. Директ](#)

[Google Adwords](#)



Васёва Марина

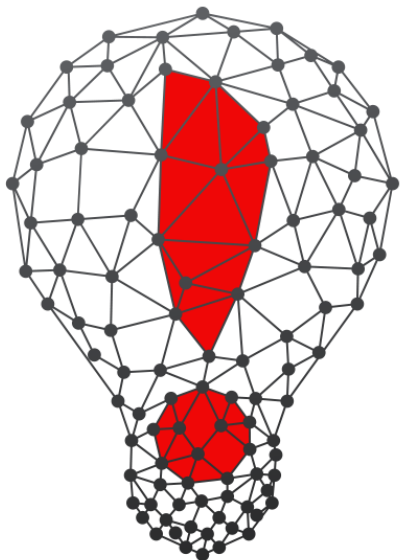
Главная по конверсиям и
ROMI

Сертификаты:

[Яндекс. Директ](#)

[Google Adwords](#)

[Google Analytics](#)



1PS.RU

По вопросам:

8 (800) 500-89-91 (бесплатный для регионов)

8 (499) 504-41-69 (телефон в Москве)

ПН-ПТ с 04:00 до 17:00 по МСК

admin@1ps.ru

Дружите с нами в соцсетях:



vk.com/1psru



instagram.com/service1ps



facebook.com/1psru



twitter.com/1psru