

МАРКЕТИНГОВЫЙ АУДИТ

Сайт: <https://eco-hyla.ru/>

Аудит направлен на поиск проблемных зон
в работе сайта и рекламных кампаний.

Оглавление

1. Веб-аналитика

- Поведение пользователей на сайте
- Источники трафика
- Коэффициент конверсии
- Устройства
- Страницы входа
- Аудитория

2. Анализ рекламных кампаний

- Структура аккаунта
- Настройки кампаний
- Мобильные объявления
- Тексты объявлений и расширения
- Конверсионные запросы
- Посадочные страницы

3. Анализ сайта

- Адаптация под мобильные
- Тексты на страницах
- Проблемные элементы на страницах
- Битые ссылки

4. Анализ конкурентов

- Таблица с сравнением конкурентов
- Основные преимущества конкурентов
- **Вывод: основные проблемы и общие рекомендации**
- **Оценка стоимости работ по рекламным кампаниям**

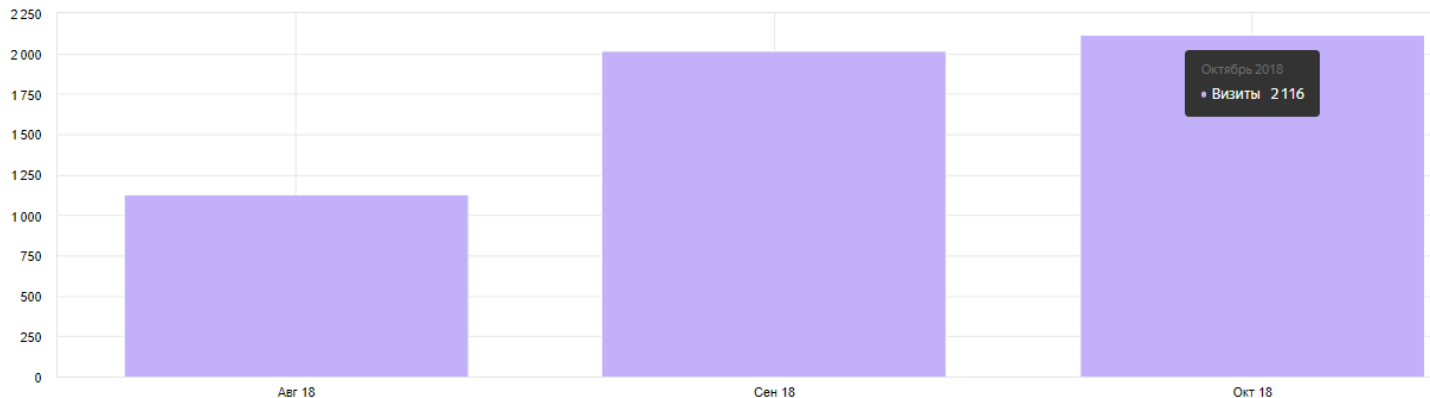
1. Веб-аналитика

- **Посещаемость**

Ежемесячная аудитория сайта — **около 2000 визитов**.

При текущей конверсии сайта с 2000 визитов можно получать только 10 заказов в месяц.
Для большего объема заказов нужно поднимать конверсию и увеличивать трафик.

Визиты



1. Веб-аналитика

- Поведение пользователей на сайте**

— Из 2000 визитов 19% составляют роботы поисковых систем.

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

— Доля новых посетителей - 98%.

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

— Показатель отказов - 31%.

Треть посетителей уходят с сайта в первые 15 секунд.

Чем ниже отказы, тем лучше, поэтому нужно снижать этот показатель за счет работы с сайтом.

Визиты	Посетители	Доля новых посетителей	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте	Роботность
  	  	 	 	 	 	 
1 954	1 761	98,2%	31,2%	1,33	0:57	19,2%

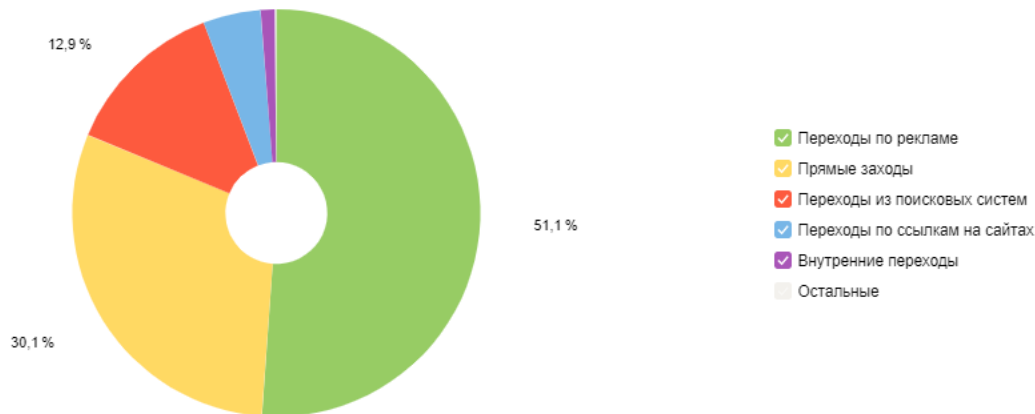
1. Веб-аналитика

• Источники трафика

Большую долю трафика дают **рекламные системы - 51%**.

Из рекламного трафика 58% приносит Гугл Реклама и 35% Яндекс.Директ.

Второе место по доли трафика занимают **прямые заходы - 30%**.



1. Веб-аналитика

• Коэффициент конверсии

Конверсия сайта по всем каналам трафика:

- Обратный звонок - 0,5%
- Калькулятор - 3,3%
- Скидка - 0,2%
- Стр. Контакты - 2%

Конверсия рекламных каналов:

- Яндекс.Директ - 1,55%
- Гугл Реклама - 0,35%

Самый конверсионный канал — Поисковые системы - 1,29%

Группировки		Метрики		Цель: Заказать обратный звонок	
Источник трафика, Источник трафика (детально)		Конверсия	Достижения цели	Целевые визиты	
Итого и средние		0,48 %	34	29	
Переходы по рекламе		0,43 %	19	15	
Переходы из поисковых систем		1,29 %	9	9	
Прямые заходы		0,25 %	4	4	
Переходы по ссылкам на сайтах		0,57 %	2	1	

Рекламная система	Конверсия	Достижения цели
Итого и средние	0,81 %	31
Яндекс: Директ	1,55 %	21
Google Ads	0,35 %	8
Яндекс: Не определено	0,94 %	2

1. Веб-аналитика

• Устройства

Распределение трафика с разных устройств:

- Смартфоны - 44%
- Планшеты - 13%
- Компьютеры - 42%

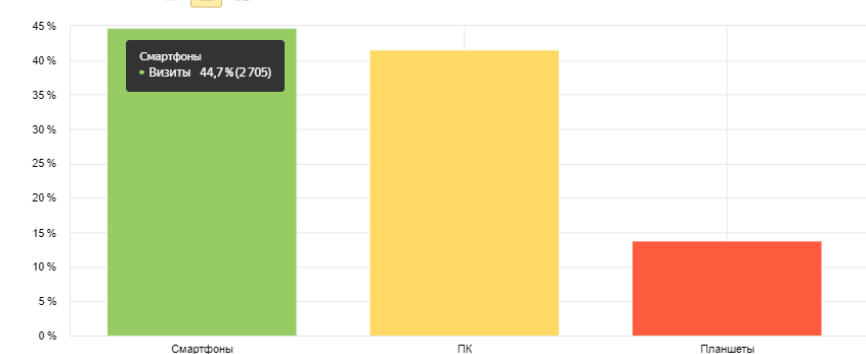
Большая доля трафика приходится на мобильные устройства.

Показатель отказов:

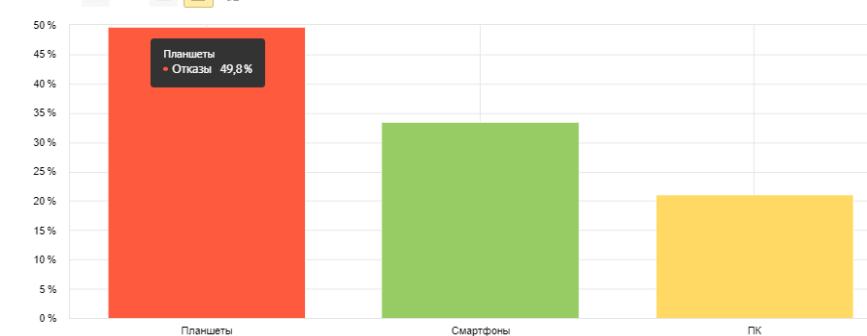
- Планшеты - 49%
- Смартфоны - 33%
- Компьютеры - 21%.

Необходима разработка удобной адаптивной версии сайта!

Визиты



Отказы



1. Веб-аналитика

- Популярные страницы входа на сайт**

Среди страниц входа выявлены страницы с высокими показателями отказов (более 40%):

- Химчистка: <https://eco-hyla.ru/himchistka?q=page/148>
- Уборка после ремонта: <https://eco-hyla.ru/posle-remonta-uborka>
- Генеральная уборка: <https://eco-hyla.ru/generalnaya-uborka-kvartir>

Необходимо провести работы с этими страницами, переписать тексты!

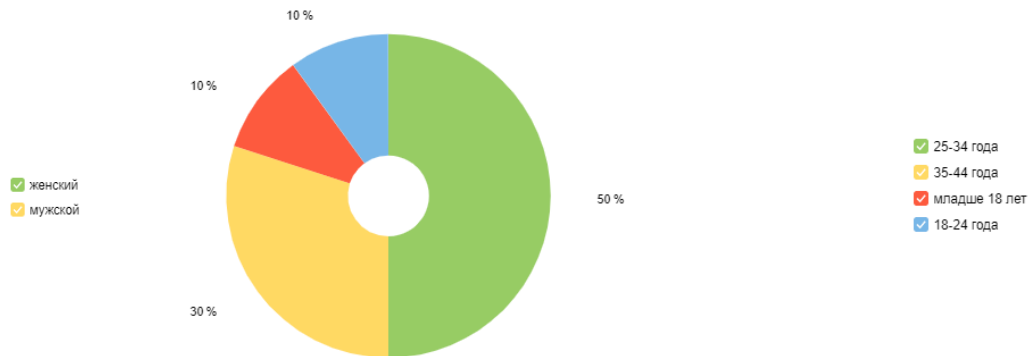
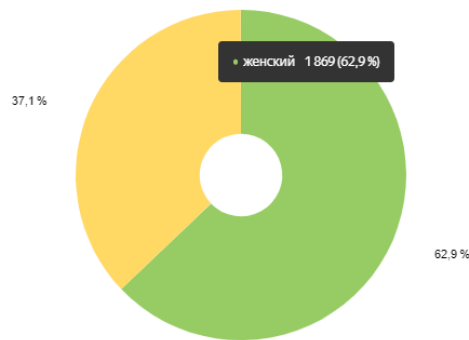
✓ Страница входа, ур. 2, Страница входа, ур. 3, Страница входа, ур. 4, Страница входа		Визиты		Отказы ▼	
		▼	%	▼	▼
		>10		x	
Итого и средние		2 663		25,4 %	
+	✓ https://eco-hyla.ru/himchistka?	42		73,8 %	
	✓ https://eco-hyla.ru/posle-remonta-uborka	74		44,6 %	
	✓ https://eco-hyla.ru/generalnaya-uborka-kvartir	363		43,5 %	
	✓ https://eco-hyla.ru/zakazat-dezinfekziyu-matrasa	25		36 %	
+	✓ https://eco-hyla.ru/kontakti?	27		33,3 %	

1. Веб-аналитика

• **Аудитория сайта: демография**

По данным Яндекс.Метрики можно составить приблизительный портрет клиента.

- Среди посетителей преобладают **женщины - 63%**.
- Средний возраст аудитории **25-45 лет**,
- Люди в возрасте **от 25 до 35 лет** являются самой конверсионной аудиторией.



1. Веб-аналитика

- **Аудитория сайта:** долгосрочные интересы

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

- Жилая недвижимость премиум-класса
- Товары для дома (освещение, ковры)
- Ремонт (натяжные потолки)
- Мебель (мягкая мебель, мебель для спальни, мебель для прихожей, матрасы)
- Бытовая техника (пылесосы, климатическое оборудование, посудомоечные машины, кофеварки и кофемашины, кухонные комбайны, соковыжималки)

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

2. Анализ рекламных кампаний

• Структура аккаунта

Сейчас в аккаунтах Яндекс.Директ и Гугл Рекламе по две-три кампании:

- Поиск
- РСЯ
- Реклама по аудиториям в Яндексе

Рекламные кампании на поисковых площадках лучше разбить на кампании по услугам:

- Уборка квартир;
- Химчистка мягкой мебели;
- Химчистка матрасов ;
- Мытье окон и т.д.

Такое деление позволит задать приоритеты для разных услуг, установить отдельные дневные бюджеты и стратегии.

Необходим запуск кампаний по Ретаргетингу на посетителей сайта.

98% пользователей не возвращаются на сайт повторно. Нужно "догонять" их с привлекательным предложением.

2. Анализ рекламных кампаний

- **Время показа объявлений**

В Яндекс.Директ установлено время показа с 9 по 22ч.

Если вы принимаете заказы в ночное время - можно запустить "ночную" рекламную кампанию со спец.предложением. Ночью меньше конкуренция и дешевле клик.

- **География**

Показ объявлений настроен на всю Московскую область.

Т.к. по бюджетам вы не выкупаете и 20% всего трафика, лучше на "распыляться" на широкую географию и крутить рекламу только те районы, куда вам экономичеки целесообразно делать выезды.

Для этого нужно задать повышающие корректировки на нужные районы.

- **Корректировки ставок**

Установить понижающие корректировки ставок на аудиторию младше 25 лет.

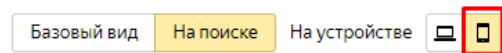
Пока не внедрена удобная адаптивная версия сайта - исключить показы на мобильные устройства в Гугл.

2. Анализ рекламных кампаний

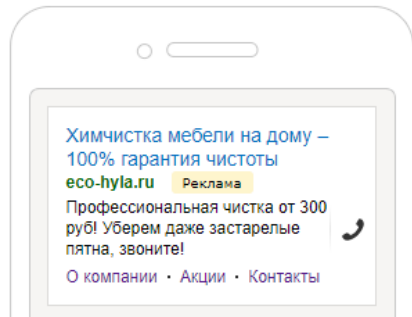
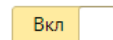
• Мобильные объявления

С мобильной выдачи пользователи быстрее доходят до целевых действий на сайте, при условии удобной мобильной версии. К тому же, объявлений в мобильной выдаче меньше, а значит меньше конкуренция и больше вероятность, что потребитель останется на ваших услугах.

После запуска полноценной мобильной версии, уделите больше внимания мобильным объявлениям. Можно в рекламе указать название районов, куда вы приедете оперативнее, и таргетировать эту рекламу по конкретным районам.



№ М-5700780025 (мобильное)



2. Анализ рекламных кампаний

• Тексты объявлений

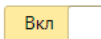
На страницах сайта указаны условия: Минимальный заказ от 2500 руб.

В объявлениях не совпадает информация, указана стоимость на уборку от 7000 руб.

Необходимо привести к единым тарифам информацию в рекламе и на сайте. Искусственное завышение цены существенно снижает CTR объявлений в поиске.

Ваше объявление:

№ М-5700779345



Генеральная уборка квартир – От 7000 рублей

[О компании](#) [Акции](#) [Контакты](#)

[eco-hyia.ru/Клининговые-услуги](#) [Реклама](#)

Комплексная эко уборка с чисткой потолка. Даем гарантию сохранности имущества

Гипоаллергенные средства · Срочный выезд · Уборка любой сложности

Контактная информация · +7 (495) 970-58-59 · Пн-вс 9:00-22:00 · м. Нахимовский проспект

· Москва

Объявление конкурентов:



Генеральная уборка - 3500 руб. – Фиксированные цены!

[cleanbros.ru](#) > генеральная-уборка [реклама](#)

Генеральная уборка по фиксированной цене. Оперативно и с гарантией. Мойка окон.

Контактная информация · +7 (495) 789-49-03 · пн-вс 8:00-24:00 · Москва

2. Анализ рекламных кампаний

• Быстрые ссылки и описания

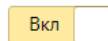
Быстрые ссылки сейчас выполняют только навигационную функцию и не несут дополнительной информации.

В текстах быстрых ссылок лучше указывать:

- категории услуг: Химчистка диванов || Химчистка кожаной мебели || Химчистка матрасов
- цену: 2-х местный от 600р || 3-х местный от 900р || Угловой от 1500р
- преимущества: Скидки для клиентов || Проф. оборудование || Срочный выезд

Ссылки должны вести на разделы сайта с этой информацией!

№ М-5700779286



Химчистка диванов Москва – От 700 рублей!

[О компании](#) [Акции](#) [Контакты](#)

[есо-hyia.ru/Клининговые-услуги](#) [Реклама](#)

Выезд на дом! Всего 1,5 часа чистки! Скидки. Доступные цены. Оставьте заявку:

Срочный выезд · Гипоаллергенные средства · Уборка любой сложности

Контактная информация · +7 (495) 970-58-59 · Пн-вс 9:00-22:00 · м. Нахимовский проспект
· Москва

2. Анализ рекламных кампаний

• Конверсионные запросы

Запросы, которые привели к конверсии:

- чистка матрасов на дому
- химчистка дивана цены
- генеральная уборка квартиры Москва
- химчистка мягкой мебели и ковров
- химчистка штор
- заказать уборку дома после отделочных работ
- пылесос на прокат
- чистка мебели hyla
- заказать уборку hyla
- химчистка матраса на дому
- мытье люст на дому
- хула чистка ковров
- hyla клининг
- химчистка мебели hyla
- запросы, связанные с техникой (hyla basic, hyla nst, hyla прокат, увлажнитель hyla и т.д.)

По этим запросам есть смысл поставить более высокие приоритеты в рекламе.

2. Анализ рекламных кампаний

• Не эффективные посадочные страницы

У следующих посадочных страниц самые высокие показатели отказов:

<https://eco-hyla.ru/posle-remonta-uborka> - Уборка после строительства

<https://eco-hyla.ru/gen-uborka-doma> - Генеральная уборка

<https://eco-hyla.ru/uborka-kottedgey> - Уборка коттеджей

Нужно переработать эти страницы:

- Добавить фотографии работ
- Указать цены
- Условия оказания услуг
- Указать преимущества и гарантии
- Добавить призыв к действию и форму с заказом.

2. Анализ рекламных кампаний

- Графические объявления в сетях**

Для кампаний в сетях (РСЯ и КМС) необходимо разработать графические баннеры.

Сейчас используются баннеры, созданные через стандартный конструктор шаблонов. Желательно их заменить на баннеры, отрисованные дизайнером.

№ М-5668427714



Креатив: 300x250

№ М-5668427716



Креатив: 1000x120

Расширение ядра запросов в сетях:

В сетях можно запустить рекламу по "около целевым" запросам и интересам, связанных с уборкой в доме или ремонтом.

К примеру, на следующие темы:

- как вывести пятно из под вина;
- как избавиться от постельных клещей;
- сколько раз нужно проводить чистку матраса и т.д.

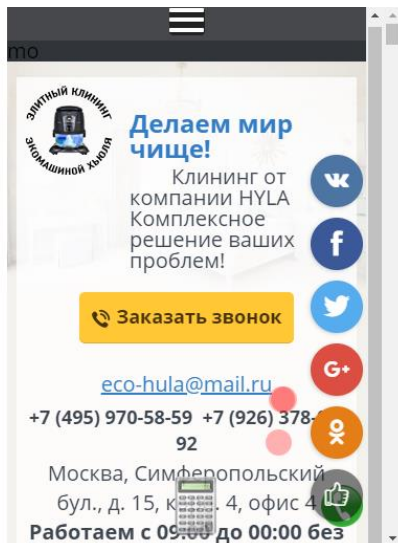
Для такого трафика нужны посадочные страницы с советами и рекомендациями.

3. Анализ сайта

- Адаптация под мобильные устройства**

Более 50% пользователей заходят на сайт с мобильных устройств. С такой большой долей мобильного трафика необходима разработка удобной адаптивной версии сайта.

Как отображается ваш сайт с мобильных устройств:

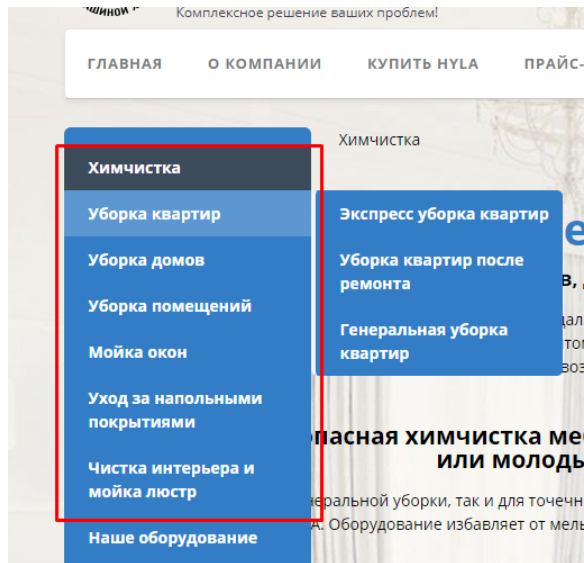


3. Анализ сайта

- **Не продающие страницы о услугах**

На сайте есть страницы о услугах, на которых размещены сплошные не структурированные тексты без продающих качеств.

Необходимо написать для этих страниц продающие тексты с ценами, примерами, описанием услуг и призывом к действию.



Примеры не продающих страниц:

- <https://eco-hyla.ru/himchistka>
- <https://eco-hyla.ru/uborka-kottedgey>
- <https://eco-hyla.ru/uborka-pomesheiy>
- <https://eco-hyla.ru/moyka-okon>
- <https://eco-hyla.ru/posle-remonta-uborka>
- <https://eco-hyla.ru/gen-uborka-doma>
- <https://eco-hyla.ru/uborka-restoranol>

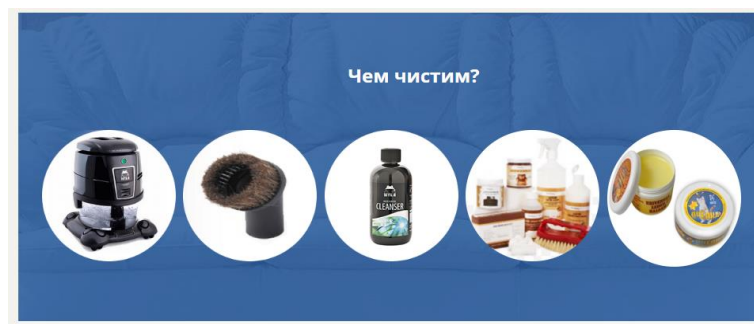
3. Анализ сайта

- Проблемные элементы на посадочных страницах**

Блок "Чем чистим"

Сейчас размещены только мелкие картинки без описаний. Абсолютно не отображают преимуществ.

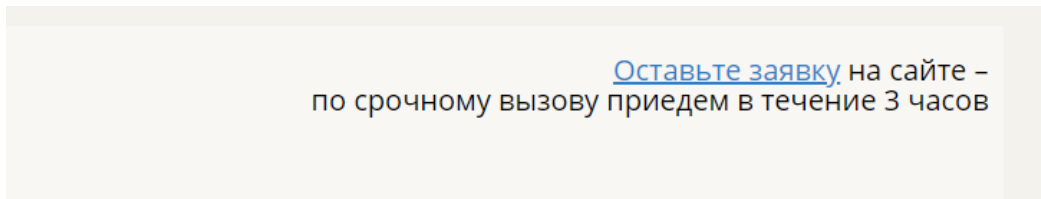
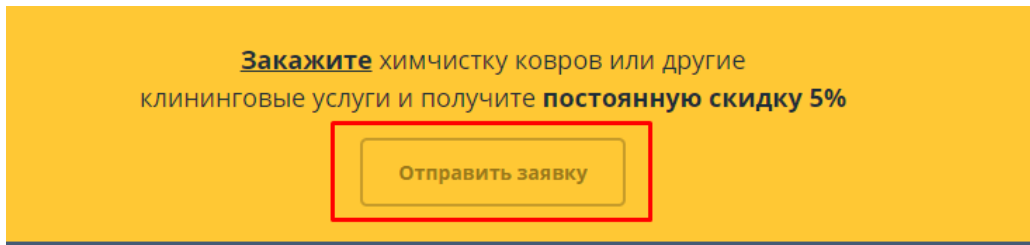
- Заменить стоковые картинки на собственные хорошие фотографии.
- Добавить описание, к примеру "профессиональная моющая техника Нула", "экологичные и безопасные моющие средства".



3. Анализ сайта

- **Форма отправки заявки и призыв к действию**

Кнопки призыва к действию сливается со страницей. Нужно делать их контрастными. На некоторых страницах вместо формы стоит только ссылка на отправку заявки.



3. Анализ сайта

- Примеры работ**

На примерах работ не видно разницы между фотографиями "ДО" и "ПОСЛЕ".
Нужно заменить на примеры, на которых явно видна разница после чистки.



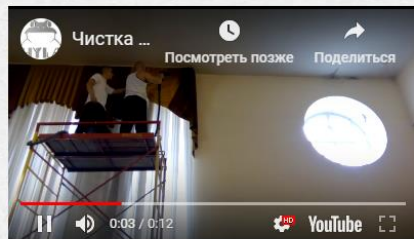
3. Анализ сайта

- **Видеоролики**

Очень мелкие видеоролики. Нужно развернуть их на всю страницу для удобного просмотра.

Не тратьте время на уборку — **закажите** химчистку штор и жалюзи или другие клининговые услуги в Москве!

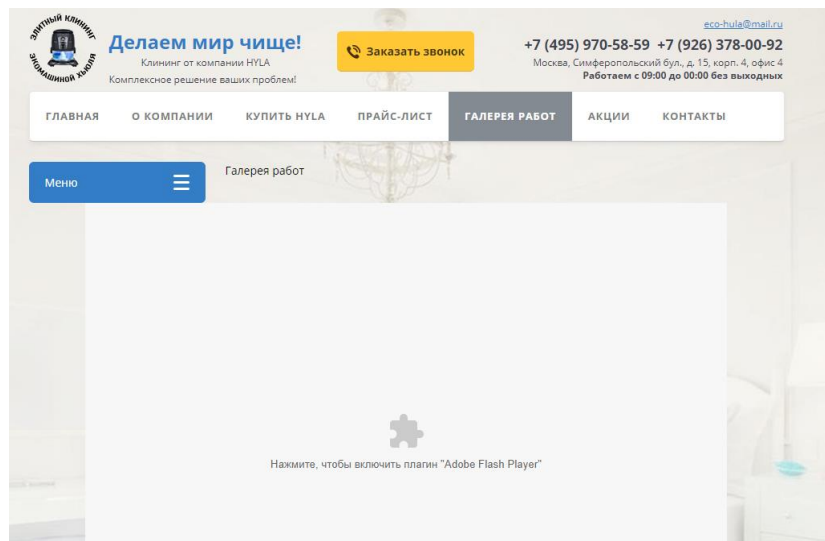
Как мы работаем



3. Анализ сайта

- **Галерея работ**

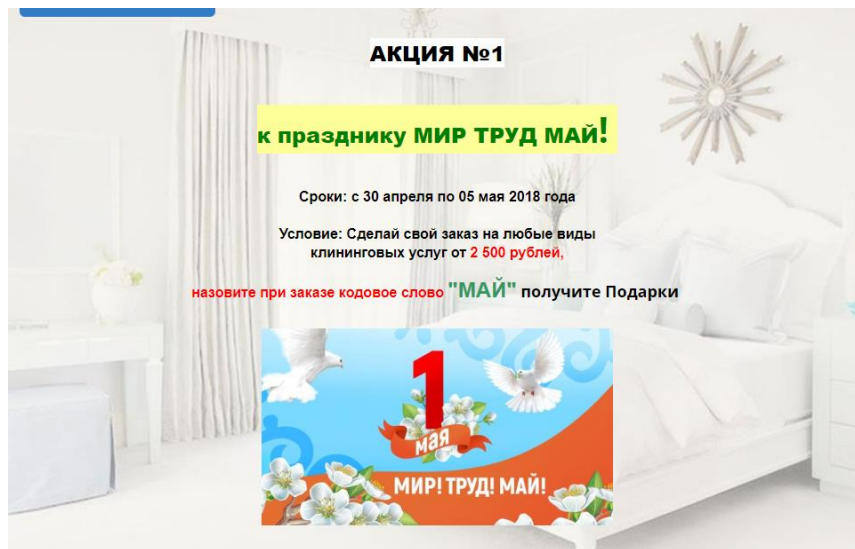
На странице Галерея работ стоит презентация, которая открывается через флеш-плеер. Не у всех пользователей установлен флеш-плеер. Презентацию лучше заменить на обычную галерею с фотографиями.



3. Анализ сайта

- **Акции и спец. предложения**

На сайте размещены устаревшие акции. Необходимо заменить их на актуальные.



3. Анализ сайта

- **Не существующие страницы**

На страницах с услугами стоят битые ссылки:

- <https://eco-hyla.ru/page/125>
- <https://eco-hyla.ru/page/76>
- <https://eco-hyla.ru/himchistka-mebeli>



Ошибка 404 - страница не найдена!

Запрашиваемая Вами страница не найдена.

Проверьте правильность написания URL-адреса или вернитесь [на главную страницу](#) сайта.

Главная страница не работает с рекламными метками:

- <https://eco-hyla.ru/>
- https://eco-hyla.ru/?utm_source=yandex&utm_medium=cpc&utm_campaign=poisk

По этим ссылкам открываются две разные страницы. Должна открываться только главная!

Из-за этой проблемы были отказы с рекламных кампаний, где в качестве посадочной страницей стояла главная.

4. Анализ конкурентов

• Сравнительный анализ конкурентов

Мы провели сравнительные анализ сайтов ваших конкурентов в рекламной выдаче. Посмотреть список можно по ссылке: https://psru.sharepoint.com/:x/g/EbkhzY-qy_pCkzyHz65hJ04B7kL5rPbsBgxv6oBYzka1zQ?e=RwvDq3

Зеленым цветом выделены преимущества конкурентов, которые можно перенять.

Основные преимущества конкурентов:

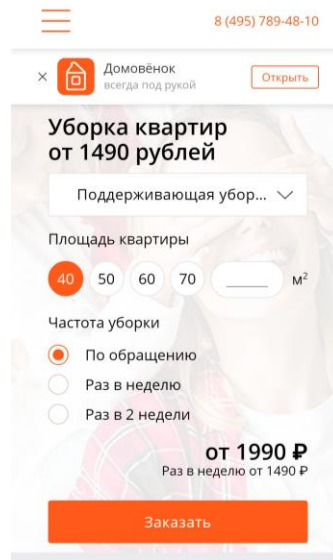
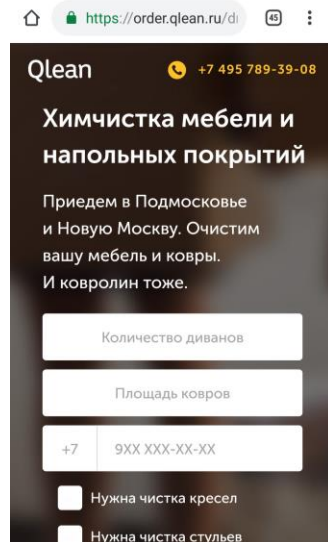
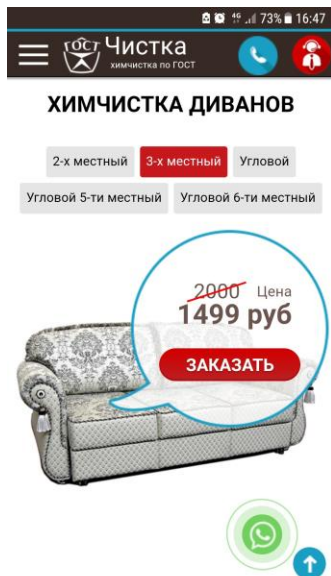
1. Более удобный функционал сайта, приятный дизайн.
2. Есть адаптивная мобильная версия.
3. Расписаны подробно работы по уборке, есть наглядные примеры.
4. Хорошо отображены преимущества про использование проф. техники и средств.
5. Реальные фото и видео отзывы клиентов.
6. Понятные тарифы, видна разница между разными видами уборки.
7. Больше гарантий.
8. Есть фото персонала.

4. Анализ конкурентов

- Мобильные версии сайтов конкурентов**

Главное преимущество ваших конкурентов — удобные адаптивные версии сайтов.

В первом экране должна отображаться самая важная информация: спец. предложение, форма заказа, расчет цены и т.д.



4. Анализ конкурентов

• Состав услуг на сайтах конкурентов

У конкурентов хорошо отображена ценность услуг. Подробно расписано, какие работы входят в тарифы. Клиенты понимают, за что они платят.

Что входит в уборку



Что входит в уборку квартир?	Периодическая	Генеральная	Комплексная
Время	от 2,5 ч	от 4 ч	от 5 ч
Цена	от 4900 от 2350 руб	от 6200 от 3100 руб	от 14000 от 6900 руб
Мытье полов	✓	✓	✓
Ковры/ковролин	✓	✓	✓
Мебель и подоконники (доступные поверхности)	✓	✓	✓
Зеркала+стеклянные поверхности	✓	✓	✓
Влажная чистка всех стен	—	—	✓
Мытье дверей	—	—	✓
Кухня: Влажная протирка мебели (доступные поверхности)	✓	✓	✓
Внешние поверхности холодильника, плиты и микроволновки.	✓	✓	✓
Внутренние части приборов: холодильник, плита, духовой шкаф, вытяжка, микроволновка	—	—	✓
Ванная, туалет: мытье раковины (металл, искусственный камень)	✓	✓	✓

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.

- Неудобная мобильная версия сайта;
- Непродающие посадочные страницы;
- Непоказательные примеры работ;
- Не у всех услуг указаны цены и перечень работ;
- Неактуальные акции;
- Битые ссылки на страницах;
- Пользователи не возвращаются повторно на сайт;
- Завышенные цены в рекламных объявлениях;
- Нет возможности оценить трафик с рекламы на главную страницу;
- Непривлекательные баннеры в сетях;
- Нет ретаргетинговой рекламы.

Рекомендации по доработкам сайта и рекламы:

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

- Перенос сайта на гибкую систему управления сайтом.
- Адаптация сайта под мобильные устройства.
- Проработка посадочных страниц, написание продающих текстов.
- Указать понятные цены и подробное описание к услугам.
- Обновить акции и спец. предложения.
- Удалить битые ссылки со страниц.
- Разбить рекламные кампании на отдельные услуги.
- В текстах объявлений указать конкурентные цены.
- Заменить быстрые ссылки в объявлениях. В Гугл добавить расширение "Цены".
- Разработать несколько вариантов рекламных баннеров для сетей.
- Запустить ретаргетинговые рекламные кампании.

Для оценки эффективности рекламы необходимо настроить динамический колтрекинг!

Оценка стоимости работ по рекламным кампаниям:

- Сопровождение рекламной кампании для 2 систем на 100 ключевых слов — 9900 руб.
- Бюджет в системе Яндекс.Директ — 40000 руб.
- Бюджет в системе Гугл Реклама - 20000 руб.
- Создание баннеров для услуг (чистка мягкой мебели, матрасы, ковры, уборка) — 6000 руб.
- Настройка динамического колтрекинга — 1000 руб.
- Ежемесячная абоненская плата за номер — 2000руб.

ИТОГО: 16900 руб. (наши услуги) + 62000 руб. (ежемесячный бюджет).

В дальнейшем рекомендовано расширение семантического ядра и запуск мобильных объявлений. Стоимость ежемесячного сопровождения при этом увеличится.

Стоимость работ по сайту обсуждайте индивидуально со своим личным менеджером!

1PS.RU — все, о чем мечтает ваш сайт!

1PS.RU — онлайн-агентство performance-маркетинга, оказывающее весь комплекс digital-услуг по России и в странах СНГ. Да, мы работаем по полному циклу. От идеи до подсчета конверсии. От анализа рынка до разработки индивидуальной стратегии завоевания отрасли.



Специалисты по контекстной рекламе

1PS.RU
Promotion Studio



**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](#)

Остались вопросы? Звоните специалистам!

8 (800) 500-89-91

с 4 до 17 по мск, звонок бесплатный

Продвигаем и создаем сайты

С уважением, команда
Сервиса **1PS.RU**

✉ admin@1ps.ru

☎ 8 (800) 500-89-91

www.1ps.ru