

Аудит сайта

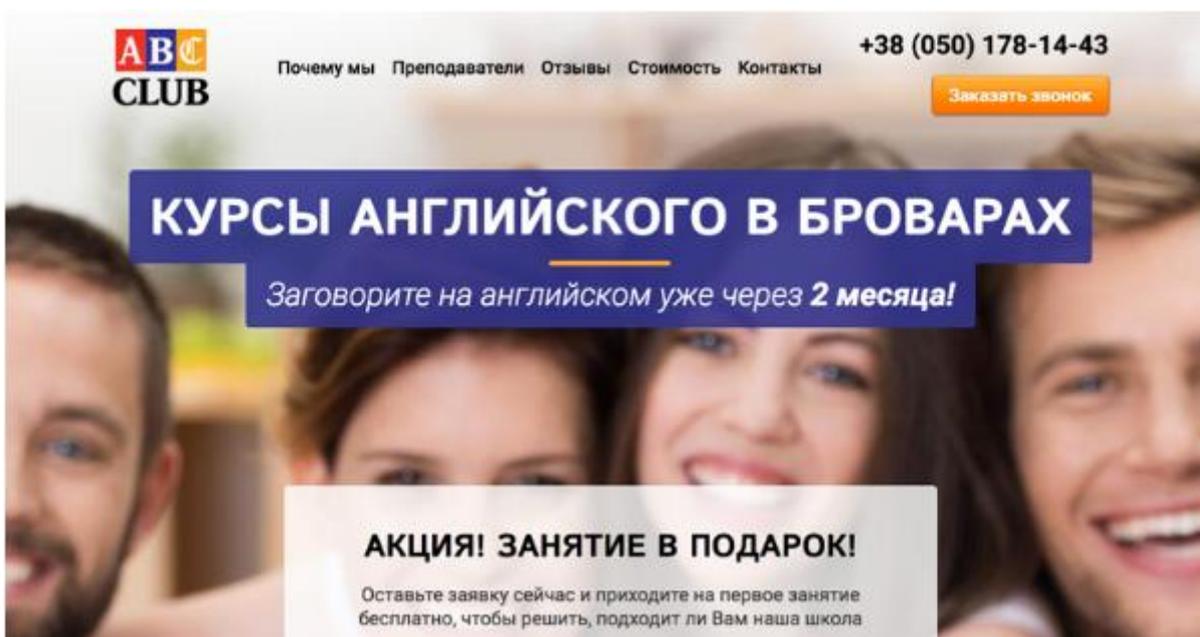
и анализ конкурентов школы испанского языка

«.....».

Рекомендации по улучшению сайта

В целом, сайт передает суть услуг, которые Вы предлагаете в своей школе. Но, для увеличения конверсии сайта, рекомендую проработать несколько моментов.

1. Заголовок. Заголовок должен находиться в шапке сайта и отображаться на каждой его странице. Он должен передавать суть вашего уникального предложения, и содержать в себе конкретное предложение для клиента. Заголовок должен быть самым большим и заметным шрифтом на сайте. Он должен передавать решение проблемы и желание целевой аудитории. Пример продающего заголовка:



2. Для того чтобы клиентам было легче с Вами связаться, рекомендую установить на сайте форму обратного звонка, чтобы была возможность заказать звонок с сайта. Например:



+7 (342) 293-38-74

Заказать звонок

КОМПАНИИ

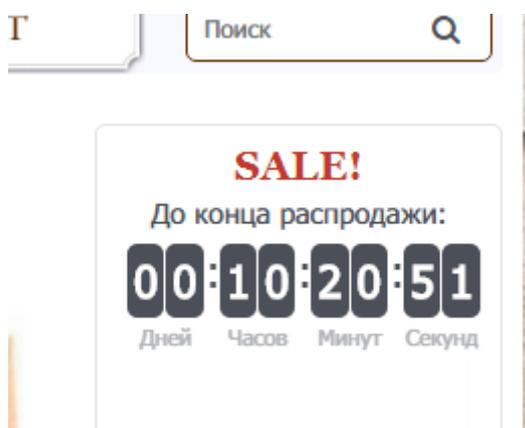
ПРЕПОДАВАТЕЛИ

ОТЗ

3. Также рекомендую подумать, какую выгоду Вы можете предоставить клиенту. Например, бесплатное пробное занятие. У клиента, получившего от вас маленькую бесплатность, будет больше доверия к вам, и он с большим удовольствием вернется на Ваш сайт. Эту выгоду нужно выделить и поместить на главной странице сайта.

4. Также можете придумать какую-то акцию, имеющую границу по времени, и установить на сайт дедлайн (счетчик обратного отсчета времени). Например: Успей записаться на индивидуальный урок испанского всего за 700 рублей! Или что-то в этом роде.

Пример дедлайна:



5. Можете сделать на главной странице коротенькую видео презентацию о Вашей школе.

6. Рекомендую установить кнопку «записаться на урок» на главной странице, как минимум в двух местах: вверху сайта, и внизу. Кнопки такого рода побуждают целевого посетителя к действию. На примере конкурентов:

7. У вас есть живые отзывы со ссылками на соц сети клиентов, это очень хорошо. Но еще большее доверие у заинтересованных посетителей сайта вызывают видео отзывы. Если есть возможность, попросите довольных клиентов снять короткие ролики с отзывами.

8. Также рекомендую прописать условия и способы оплаты Ваших услуг.

9. Очень здорово, что у Вас есть квалифицированные специалисты. Но еще лучше было бы, если бы на сайте были размещены доказательства их квалификации. Например, сертификаты, дипломы. Это вызывает большее доверие у клиентов. Если у вас есть такие документы, обязательно воспользуйтесь этой рекомендацией. Разместить их можно в разделе «О нас».

10. В футере (в самом низу сайта) рекомендую прописать контакты, реквизиты.

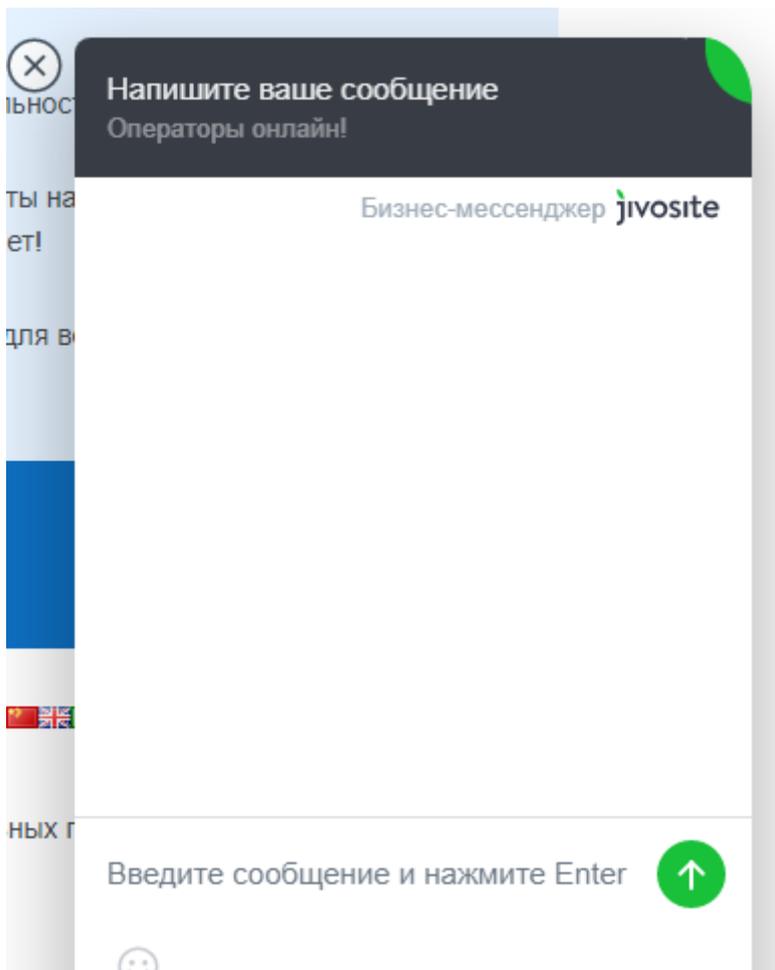
На примере конкурентов:

г. Пермь, ул. Ленина, 60. Колизей Атриум, 2 этаж
Телефон/факс: (342) 258-30-01
info@welcome-perm.ru

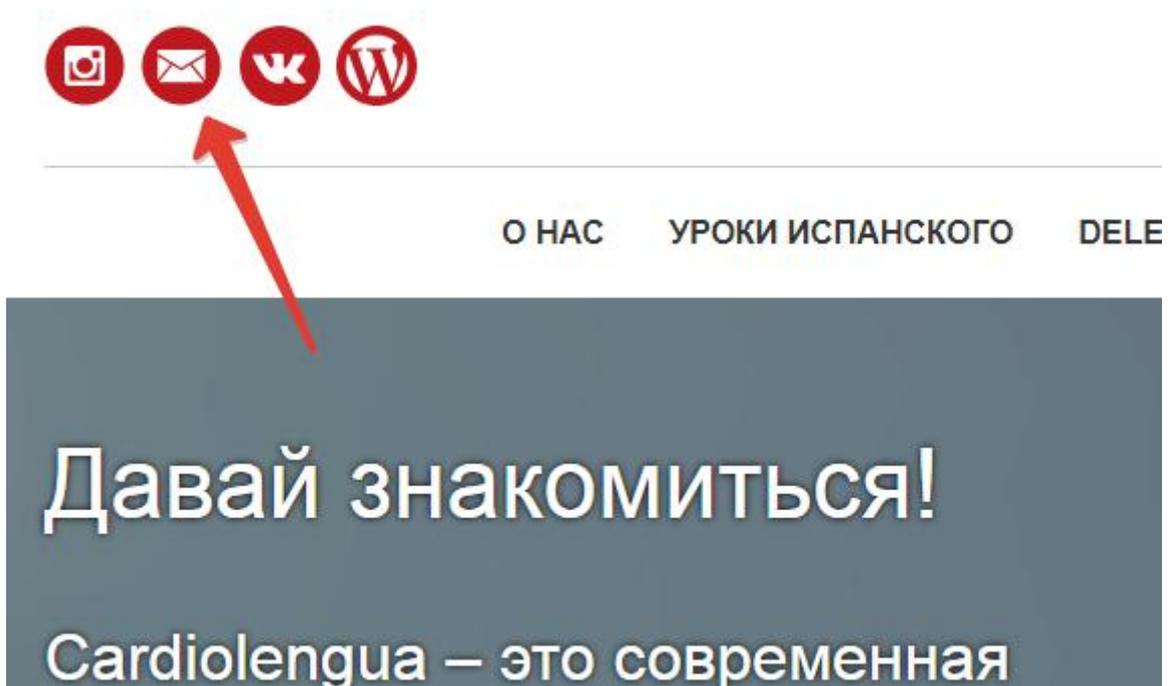
11. Также, если вы решите разместить на сайте форму обратного звонка, и форму записи на занятие, нужно будет добавить политику конфиденциальности, чтобы потенциальный клиент был уверен в неразглашении его личных данных.

12. Также можно разместить на сайте форму с онлайн-консультантом, которая является дополнительной точкой захвата клиентов.

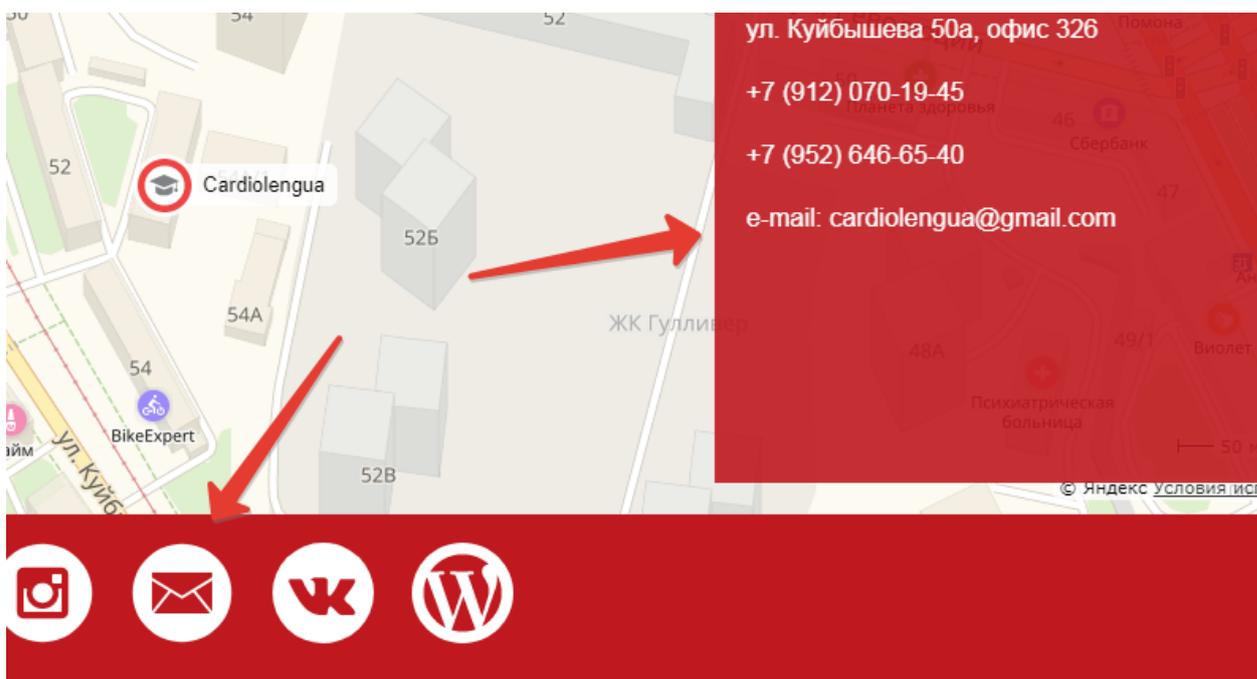
Например:



13. Не работает кнопка на сайте, на которую указывает стрелка.



14. Не работают также эти же кнопки внизу сайта:



Отправляю вам таблицу со сравнительным анализом конкурентов, изучив которую, можете сделать выводы о преимуществах и предпринять нужные шаги:

Зеленым цветом выделены преимущества конкурентов.

Аудит носит рекомендательный характер. Применив указанные советы и рекомендации, вы сможете значительно усилить работу вашего сайта.

Если у вас есть вопросы по аудиту сайта, обязательно напишите мне.

С уважением, Евгения Шульга.