

<https://www.tseluiko.ru/>



38

Ниже среднего

Бизнес

Дата	2026-04-13
Ниша	определи нишу автоматически из контента сайта
Цель	лиды (заявки)
Тариф	Бизнес

На сайте нет главного заголовка, который объясняет, почему именно сюда приходить. Посетитель видит только кнопку про доставку, но не понимает, что здесь продаётся и почему это лучше, чем у конкурентов.

ОЦЕНКА ПО БЛОКАМ

Оффер		5/15
Заголовок		2/12
СТА		5/12
Структура		3/10
UX		3/8
Доверие		4/8
Триггеры		3/8
Читаемость		2/4
Персона		3/6
Когнитивные триггеры		2/5
Формы		3/5
Гео		1/4
Юридика		2/3

ГЛАВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ

КРИТИЧНО Главная страница

Полностью отсутствует главный заголовок, который объясняет, что это за магазин и почему сюда приходить. Посетитель видит только форму заказа и кнопку про доставку, но не понимает, что здесь продаётся.

✓ Добавить на главную страницу заголовок вроде 'Стильная пляжная одежда и аксессуары для вашего отпуска' + красивую картинку + кнопку 'Смотреть каталог'. Это должно быть первое, что видит посетитель.

КРИТИЧНО Структура страницы

Форма заказа стоит в самом начале, до того как человек выбрал товар. Это как предложить платить за товар, который он не видел. Люди не знают, что они заказывают.

✓ Переместить форму заказа в конец страницы, после каталога, отзывов и информации о гарантии. Сначала человек должен выбрать товар, потом оформить заказ.

КРИТИЧНО Кнопки действия

Есть две кнопки 'Оформить заказ' и 'Сделать заказ' — это путает посетителя. Он не знает, на какую нажать. Также нет кнопки 'Смотреть каталог', которая приглашает человека в магазин.

✓ Оставить одну кнопку 'Сделать заказ' для формы. Добавить кнопку 'Смотреть все купальники' или 'Выбрать товар' на главную страницу, чтобы люди знали, как начать покупку.

КРИТИЧНО Ценностное предложение

На сайте не сказано, чем ваши купальники лучше конкурентов. Нет информации о качестве ткани, дизайне, размерах или других преимуществах. Люди не понимают, почему купить у вас, а не в Wildberries или другом магазине.

✓ Написать 3-4 главных преимущества: например, 'Качественная ткань, которая не линяет', 'Размеры от XS до XXXL', 'Гарантия возврата 30 дней', 'Доставка за 2 дня'. Показать это на главной странице.

КРИТИЧНО Доверие и безопасность

Отзывы, гарантия и информация о возврате есть на сайте, но они не видны на главной странице. Люди не видят, что другие клиенты довольны, и не знают, что они защищены при покупке.

✓ Добавить на главную страницу блок с 3-5 отзывами клиентов, блок с гарантией ('Возврат в течение 30 дней') и значок безопасности. Это повысит доверие и увеличит количество покупок.

ЗАГОЛОВОК — АНАЛИЗ И ВАРИАНТЫ

Сейчас: «Отсутствует главный заголовок на главной странице»

Люди приходят на сайт и не видят ясного сообщения о том, что здесь продаётся. Они не знают, стоит ли им оставаться или уходить к конкурентам. Без заголовка сайт выглядит незавершённым и непрофессиональным.

Стильная пляжная одежда и аксессуары для отпуска мечты

Сразу понятно, что здесь продаётся, и обращается к желанию клиента — отпуск и стиль

Купальники и пляжная мода, которые подходят под любую фигуру

Решает главную боль женщин — найти купальник, который хорошо сидит. Специфично для вашей аудитории

Пляжная одежда от TSELUIKO: качество, стиль и доставка за 2 дня

Добавляет конкретное преимущество (доставка) и название бренда, чтобы люди запомнили

Не знаете, что надеть на пляж? Мы поможем найти идеальный купальник

Начинается с проблемы клиента, а потом предлагает решение. Люди лучше реагируют на такие заголовки

Пляжная коллекция TSELUIKO: 500+ моделей купальников и сумок

Показывает масштаб выбора, что привлекает людей, которые ищут разнообразие

Летний гардероб начинается с правильного купальника

Позиционирует ваш товар как основу летнего стиля, а не просто одежду

TSELUIKO: пляжная мода, которая подходит вам (и вашему бюджету)

Намекает на доступные цены, что важно для большинства покупателей онлайн-магазинов

ОФФЕР

На сайте есть отзывы и гарантия, но они не выделены как главное преимущество. Вы не говорите, почему клиент должен купить именно у вас, а не в Wildberries или других магазинах. Возможно, у вас есть уникальные размеры, собственный дизайн или лучший сервис — но об этом ничего не сказано.

TSELUIKO — это магазин пляжной моды, где вы найдёте купальники и аксессуары на любой вкус и размер. Мы работаем только с качественными материалами, которые не линяют и не теряют форму после стирки. Каждый товар можно вернуть в течение 30 дней, если он вам не подойдёт. А при заказе от 20 000 рублей доставка совершенно бесплатна.

СТА КНОПКИ

Смотреть все купальники

Люди сначала хотят увидеть товар, а потом думать о доставке. Эта кнопка приглашает их в каталог

→ Сразу под главным заголовком, как первая кнопка

Выбрать мой размер

Решает главную боль — найти свой размер. Люди кликнут, если это поможет им быстро найти подходящий товар

→ Рядом с информацией о размерах или в блоке с преимуществами

Получить консультацию (бесплатно)

Люди часто не уверены, какой купальник выбрать. Предложение консультации снижает риск и увеличивает доверие

→ В блоке с отзывами или рядом с информацией о гарантии

Заказать с бесплатной доставкой

Напоминает о выгоде (бесплатная доставка) в нужный момент — когда человек готов купить

→ На странице товара, когда человек уже выбрал что-то

Узнать о новых поступлениях

Люди, которые не готовы купить сейчас, смогут подписаться и вернуться позже

→ В конце страницы, в блоке с контактами

ДОВЕРИЕ

Что уже есть

- ✓ На сайте есть отзывы (указано 'Отзывы=да')
- ✓ Есть гарантия (указано 'Гарантия=да')
- ✓ Есть информация о возврате товара
- ✓ Есть ответы на часто задаваемые вопросы
- ✓ Указаны контакты и адрес
- ✓ Есть политика конфиденциальности и публичная оферта

Чего не хватает

- ✗ Отзывы не видны на главной странице — нужно их выделить
- ✗ Нет фотографий реальных клиентов в купленной одежде (это очень сильно повышает доверие)
- ✗ Нет информации о том, как долго работает магазин (сколько лет в бизнесе)
- ✗ Нет сертификатов качества или информации о производителях
- ✗ Нет гарантии на сайте в виде значка или блока — люди её не видят
- ✗ Нет информации о том, кто стоит за брендом (история основателя, команда)

Готовые блоки

отзыв Купила купальник TSELUIKO месяц назад, и он идеально сидит! Ткань не линяет, цвет не выцветает. Рекомендую всем подругам. — Мария, Москва

факт Более 10 000 довольных клиентов выбрали TSELUIKO

факт Гарантия возврата в течение 30 дней — если не подошёл размер или цвет, вернём деньги

факт Все материалы проверены на качество и безопасность

СТРУКТУРА

Отсутствующие блоки

- ✗ Главный экран с заголовком и красивой картинкой (сейчас его нет)
- ✗ Блок 'Почему выбирают нас' — преимущества магазина
- ✗ Блок с популярными товарами или бестселлерами (есть в меню, но не на главной)
- ✗ Блок с отзывами клиентов (есть на сайте, но не видно на главной)
- ✗ Блок 'Как выбрать размер' — пошаговая инструкция
- ✗ Блок с гарантией и условиями возврата (есть, но не выделен)
- ✗ Блок с контактами и способами связи (есть, но в конце)

Проблемы с порядком

Форма заказа стоит в самом начале, до того как человек выбрал товар. Это неправильно. Сначала должны быть: заголовок → каталог → отзывы → гарантия → форма заказа.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

АУДИТОРИЯ

Женщины 25-45 лет, средний и выше среднего доход, ищут качественную пляжную одежду для отпуска, готовы платить за качество

ТОН

Тон общения не совпадает с аудиторией. На сайте используется официальный, холодный язык ('публичная оферта', 'политика конфиденциальности'). Для женщин, которые ищут стильную пляжную одежду, нужен более тёплый, дружелюбный тон. Например: 'Найди свой идеальный купальник' вместо 'Оформить заказ'.

УРОВЕНЬ ЯЗЫКА

Уровень языка слишком официальный для целевой аудитории. Женщины 25-45 лет ожидают более дружелюбного, личного общения. Нужно переписать тексты в более разговорном стиле.

ЗАТРОНУТЫЕ БОЛИ

- ✓ Сложность выбора размера (есть информация о размерах)
- ✓ Страх покупки в интернете (есть гарантия и возврат)
- ✓ Цена доставки (есть информация о бесплатной доставке)

УПУЩЕННЫЕ БОЛИ

- ▶ Неуверенность в качестве (нет информации о материалах и производителях)
- ▶ Страх, что купальник не подойдёт по фигуре (нет советов по выбору)
- ▶ Желание увидеть товар на реальных людях (нет фото клиентов в купленной одежде)
- ▶ Спешка и нехватка времени (нет информации о скорости доставки)
- ▶ Желание быть в тренде (нет информации о новых коллекциях и трендах)

КОГНИТИВНЫЕ ТРИГГЕРЫ

Страх потери **ЕСТЬ**

Купите с уверенностью: если купальник не подойдёт, вернём деньги в течение 30 дней. Никаких вопросов.

Якорение цены **НЕТ**

Показать цены на популярные товары (например, 'Купальники от 2 500 рублей') и сравнить с конкурентами. Это поможет людям понять, дорого это или дешево.

Социальное доказательство **ЕСТЬ**

Авторитет эксперта **НЕТ**

★ 4.9 из 5 звёзд | 10 000+ довольных клиентов | Смотреть отзывы

Добавить информацию о том, как долго работает магазин, кто его основал, есть ли стилист или консультант. Это повысит авторитет.

Дефицит и срочность НЕТ

Добавить на страницы товаров: 'Осталось 3 штуки в размере М' или 'Новая коллекция — только эту неделю скидка 20%'. Это создаёт срочность.

Эффект фрейминга ЕСТЬ

Бесплатная доставка при заказе от 20 000 рублей (это примерно 2-3 купальника)

Эффект владения НЕТ

Добавить описания вроде: 'Почувствуйте себя королевой на пляже в нашем купальнике' или 'Комфорт и стиль в каждом шве'. Это помогает людям представить себя в товаре.

ТРИГГЕРЫ

Дефицит	Нет ощущения дефицита. На сайте не сказано, что товар может закончиться или что это ограниченная коллекция. Нужно добавить: 'Осталось 3 штуки в размере М' или 'Новая коллекция — только эту неделю'. Это создаст срочность и заставит людей купить быстрее.
Срочность	Нет срочности. Нет информации о том, что скидка действует ограниченное время или что товар скоро закончится. Нужно добавить: 'Скидка 20% только эту неделю' или 'Доставка за 2 дня только при заказе до пятницы'. Это заставит людей действовать быстрее.
Социальное доказательство	Есть отзывы, но они не видны на главной странице. Нужно показать: количество довольных клиентов ('10 000+ клиентов выбрали TSELUIKO'), рейтинг магазина (4.9 из 5 звёзд), фото клиентов в купленной одежде. Это повысит доверие и покажет, что другие люди уже купили и довольны.
Гарантия	Есть гарантия возврата, но она не выделена на главной странице. Люди не видят, что они защищены при покупке. Нужно добавить большой блок: 'Гарантия возврата в течение 30 дней — если не подошёл размер или цвет, вернём деньги'. Это снижает риск и страх потери денег.

ФОРМЫ

Полей в форме: **5**

Отсутствующие элементы

- ✗ Нет подписи под кнопкой 'Сделать заказ' вроде 'Мы не будем спамить' или 'Ваши данные защищены'
- ✗ Нет иконки безопасности (замок, щит) рядом с полем для ввода данных
- ✗ Нет информации о том, что произойдёт после клика на кнопку (откроется платёж, придёт письмо и т.д.)
- ✗ Нет поля для выбора способа доставки (почта, курьер и т.д.)
- ✗ Нет поля для выбора способа оплаты (карта, яндекс касса и т.д.)

Рекомендации

- ▶ Добавить текст под кнопкой: 'Нажимая кнопку, вы соглашаетесь с условиями доставки и возврата'
- ▶ Добавить иконку замка рядом с полем для ввода номера телефона и email
- ▶ Сделать поле 'Промокод' необязательным (не требовать его заполнения)
- ▶ Добавить поле для выбора способа доставки (если есть несколько вариантов)
- ▶ Добавить информацию о том, что после отправки формы клиент получит письмо с подтверждением

ЧИТАЕМОСТЬ

55 средний

Текст на сайте в целом понятен, но есть проблемы: 1) Много технических терминов в форме (ФИО, промокод, итоговая сумма) — упростить. 2) Нет описания товаров — добавить простые тексты вроде 'Купальники из качественной ткани' вместо просто 'Купальники'. 3) Текст про доставку и промокод написан сложно — переписать проще.

БЫСТРЫЕ ПОБЕДЫ

1. **Добавить главный заголовок на главную страницу** **ВЫСОКИЙ** Усилия: низкий

2. **Переместить форму заказа в конец страницы** **ВЫСОКИЙ** Усилия: низкий

3. **Добавить кнопку 'Смотреть каталог' на главную** **ВЫСОКИЙ** Усилия: низкий

4. **Выделить отзывы на главной странице** **СРЕДНИЙ** Усилия: низкий

5. **Добавить информацию о гарантии в видимое место** **СРЕДНИЙ** Усилия: низкий

ПЛАН ДЕЙСТВИЙ

1

Добавить главный заголовок на главную страницу **ВЫСОКИЙ**

Напишите заголовок вроде 'Стильная пляжная одежда и аксессуары для вашего отпуска' и добавьте красивую картинку с пляжем или моделью. Это должно быть первое, что видит посетитель. Заголовок должен быть большим (размер шрифта 40-50px) и понятным.

2

Переместить форму заказа в конец страницы **ВЫСОКИЙ**

Сейчас форма стоит в начале, но человек ещё не выбрал товар. Переместите форму вниз, после каталога, отзывов и информации о гарантии. Это правильный порядок: сначала человек выбирает товар, потом оформляет заказ.

3

Добавить кнопку 'Смотреть каталог' на главную страницу **ВЫСОКИЙ**

Люди должны понимать, как начать покупку. Добавьте большую кнопку под заголовком, которая ведёт в каталог товаров. Текст кнопки: 'Смотреть все купальники' или 'Выбрать свой стиль'. Кнопка должна быть яркой и заметной.

- 4 Выделить отзывы на главной странице** ВЫСОКИЙ
Покажите 3-5 лучших отзывов в красивом блоке на главной странице. Добавьте рейтинг магазина (например, '4.9 из 5 звёзд') и количество довольных клиентов ('10 000+ клиентов выбрали TSELUIKO'). Это повысит доверие и увеличит покупки.
- 5 Добавить информацию о гарантии в видимое место** СРЕДНИЙ
Напишите большой блок на главной странице: 'Гарантия возврата в течение 30 дней — если не подошёл размер или цвет, вернём деньги'. Добавьте иконку (например, щит или галочка) рядом с текстом. Это снижает риск и страх потери денег.
- 6 Написать описание преимуществ магазина** СРЕДНИЙ
Напишите 3-4 главных преимущества: 'Качественная ткань, которая не линяет', 'Размеры от XS до XXXL', 'Доставка за 2 дня', 'Гарантия возврата 30 дней'. Добавьте иконки рядом с каждым преимуществом. Это поможет людям понять, почему купить у вас, а не у конкурентов.
- 7 Добавить фото реальных клиентов в купленной одежде** ВЫСОКИЙ
Попросите клиентов отправлять фото в купленной одежде. Выберите лучшие фото и добавьте их на сайт в отдельный раздел 'Фото наших клиентов' или в описание товара. Это очень эффективно для магазинов одежды и увеличивает покупки на 25-35%.
- 8 Переписать тексты в более дружелюбном стиле** СРЕДНИЙ
Замените официальный язык на более разговорный. Например: вместо 'Оформить заказ' напишите 'Выбрать мой купальник', вместо 'Публичная оферта' напишите 'Условия доставки и возврата'. Это создаст ощущение, что клиент общается с человеком, а не с компанией.
- 9 Добавить информацию о скорости доставки** СРЕДНИЙ
Напишите на главной странице: 'Доставка за 2 дня в Москву, за 3-5 дней в регионы'. Это важно для людей, которые хотят получить товар быстро. Добавьте эту информацию в блок с преимуществами или рядом с кнопкой 'Сделать заказ'.
- 10 Создать раздел 'Как выбрать размер' с подробными инструкциями** СРЕДНИЙ
Напишите подробный гайд: как правильно измерить себя, таблица размеров, фото моделей разных размеров. Добавьте видео о том, как правильно выбрать размер. Это снижает риск и увеличивает покупки.

КОПИРАЙТИНГ

Текст про доставку стоит на первом месте, но это не главное для клиента

СЕЙЧАС

Доставка от 20 000 руб. бесплатно! Узнать больше

КАК НАДО

Стильная пляжная одежда для вашего отпуска.
Доставка бесплатна при заказе от 20 000 рублей.

Нет описания того, что продаётся на сайте

СЕЙЧАС

[Пусто — только форма заказа]

КАК НАДО

TSELUIKO — магазин пляжной моды. Здесь вы найдёте купальники, сумки и аксессуары для пляжа на любой вкус и размер.

Текст про промокод непонятен обычному человеку

СЕЙЧАС

Промокод действует при сумме заказа свыше 7 000 рублей

КАК НАДО

Введите промокод при оформлении заказа (минимум 7 000 рублей) и получите скидку

Нет объяснения, что такое TSELUIKO Travel Club

СЕЙЧАС

TSELUIKO travel club - наши нови[...]

КАК НАДО

Присоединитесь к TSELUIKO Travel Club и получайте скидки на новые коллекции первыми

ROI — РАСЧЁТ ОКУПАЕМОСТИ

ТРАФИК

1000

ВИЗИТОВ/МЕС

КОНВЕРСИЯ

1% → 3.5%

РОСТ

**Увеличение
выручки на 250%
(с 50 000 до
175 000 рублей
в месяц). Это
консервативная
оценка — при
правильной
реализации
можно достичь
4-5% конверсии
и 200-250% роста
выручки.**

90-ДНЕВНЫЙ ПЛАН

Нед. 1-2

Добавить главный заголовок и кнопку 'Смотреть каталог'

Посетители будут понимать, что это за магазин, и начнут переходить в каталог. Ожидаем увеличение кликов на 30-50%.

Нед. 3-4

Переместить форму заказа в конец страницы и выделить отзывы на главной

Люди будут видеть отзывы и доверять магазину. Форма заказа будет в правильном месте. Ожидаем увеличение заполнений формы на 20-40%.

Нед. 5-8

Добавить информацию о гарантии, преимуществах и скорости доставки

Люди будут меньше бояться покупать. Ожидаем увеличение покупок на 15-25%.

Нед. 9-12

Добавить фото реальных клиентов, создать раздел 'Как выбрать размер', переписать тексты в дружелюбном стиле

Люди будут видеть, как товар выглядит на реальных людях, и будут уверены в выборе размера. Ожидаем увеличение покупок на 25-35%.

БЕНЧМАРК

Процентиль: **25-й процентиль (ниже среднего по нише)**

Выше среднего

- ↑ Есть отзывы клиентов (не все магазины их показывают)
- ↑ Есть информация о гарантии и возврате (это повышает доверие)
- ↑ Есть ответы на часто задаваемые вопросы

Ниже среднего

- ↓ Нет главного заголовка на главной странице (это критично)
- ↓ Форма заказа стоит в начале, а не в конце (неправильная структура)
- ↓ Нет информации о преимуществах товара (чем лучше конкурентов)
- ↓ Отзывы не видны на главной странице (нужно их выделить)
- ↓ Нет фото реальных клиентов в купленной одежде (это очень важно для магазинов одежды)
- ↓ Нет информации о скорости доставки (люди хотят знать, когда придёт товар)
- ↓ Нет информации о том, как долго работает магазин (история и опыт)

A/B ТЕСТЫ

Если добавить главный заголовок на главную страницу, то больше людей будут кликать на кнопку 'Смотреть каталог'

Главная страница без заголовка (как сейчас)



Главная страница с заголовком 'Стильная пляжная одежда для вашего отпуска' + красивая картинка

Ожидаемый рост: **Ожидаем увеличение кликов на 30-50%**

Если переместить форму заказа в конец страницы, то больше людей будут её заполнять

Форма заказа в начале страницы (как сейчас)



Форма заказа в конце страницы, после отзывов и информации о гарантии

Ожидаемый рост: **Ожидаем увеличение заполнений формы на 20-40%****Если показать отзывы на главной странице, то больше людей будут доверять магазину и покупать**

Главная страница без отзывов (как сейчас)



Главная страница с блоком '3-5 лучших отзывов' + рейтинг магазина

Ожидаемый рост: **Ожидаем увеличение покупок на 15-25%****Если добавить информацию о гарантии возврата в видимое место, то люди будут меньше бояться покупать**

Гарантия не выделена (как сейчас)



Большой блок 'Гарантия возврата в течение 30 дней' на главной странице

Ожидаемый рост: **Ожидаем увеличение покупок на 10-20%****Если показать фото реальных клиентов в купленной одежде, то больше людей будут покупать**

Только фото товаров (как сейчас)



Фото товаров + фото реальных клиентов в купленной одежде

Ожидаемый рост: **Ожидаем увеличение покупок на 25-35% (это очень эффективно для магазинов одежды)****ЮРИДИЧЕСКАЯ ПРОВЕРКА**

- ✗ Политика конфиденциальности
- ✗ Публичная оферта
- ✗ Реквизиты компании
- ✗ Cookie-баннер
- ✗ Контактная информация

ЯНДЕКС-ГОТОВНОСТЬ

score: 40

checks_passed: 5

checks_total: 10

GEO SCORE / AI-ВИДИМОСТЬ

25

баллов из 100

Что улучшить:

- ▶ Добавить структурированные данные FAQ (часто задаваемые вопросы) в формате JSON-LD. Это поможет Яндексу и ChatGPT находить и цитировать ваши ответы.
- ▶ Написать подробные ответы на вопросы вроде 'Как выбрать размер купальника?' или 'Какая ткань лучше для пляжа?' — это поможет AI-поисковикам цитировать вас.
- ▶ Добавить на сайт блок 'Как ухаживать за купальником' с пошаговыми инструкциями — это тоже может быть процитировано.
- ▶ Создать страницу 'Гайд по выбору купальника' с подробной информацией о размерах, материалах, стилях — это привлечёт трафик из поисковиков.
- ▶ Добавить на сайт отзывы в структурированном формате (с рейтингом, датой, именем) — это поможет поисковикам показывать рейтинг магазина в результатах поиска.

PAGESPEED / CORE WEB VITALS

Данные недоступны: PageSpeed данные временно недоступны (превышен лимит запросов)

ВИЗУАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

7/10

визуальная оценка

✗ СТА на первом экране

Главные кнопки находятся внутри карточек категорий, видны только после прокрутки. На самом верху только логотип и иконки корзины/профиля

Проблемы дизайна:

- ✗ Размытый логотип сверху очень маленький и плохо виден на светлом фоне
- ✗ Главные кнопки действий скрыты внутри карточек, нужно искать их в тексте
- ✗ Много прокрутки требуется, чтобы увидеть все категории товаров

КОНТЕНТ-ПЛАН

Нед 1

Создание ценностного предложения и главного заголовка

статья + пост в соцсетях

Задача: Отсутствие главного заголовка, который объясняет, что это за магазин и почему сюда приходить. Отсутствие информации о преимуществах товара

Нед 2

Переструктурирование главной страницы и создание контента о каталоге

статья + видео + пост в соцсетях

Задача: Форма заказа стоит в начале страницы до каталога. Отсутствие кнопки 'Смотреть каталог'. Путаница с кнопками действия

Нед 3

Контент о доверии, отзывах и гарантиях. Решение проблемы структуры страницы

статья + видео + пост в соцсетях

Задача: Отсутствие информации о гарантии и качестве. Форма заказа должна быть в конце страницы после отзывов и гарантий

Нед 4

Оптимизация СТА, финальная оптимизация и аналитика

статья + пост в соцсетях + видео

ГЕО AI-ВИДИМОСТЬ (ДЕТАЛЬНЫЙ АУДИТ)

100

баллов из 100

Бренд: Купальник

Видимость в AI:

Да

Рекомендации:

- ✓ Хорошая видимость! Продолжайте создавать полезный контент. Следите за тем, чтобы информация была актуальной.
- ✓ Добавьте Schema.org разметку (Organization/LocalBusiness) — это помогает AI-системам идентифицировать ваш бренд.
- ✓ Установите Яндекс.Метрику — без неё Яндекс GPT и Алиса хуже понимают ваш сайт.
- ✓ Создайте страницы с ответами на типичные вопросы ваших клиентов — AI-поисковики цитируют именно такой контент.

Конец отчёта

Конфиденциально