

# https://splatglobal.com



Ниже среднего

Бизнес

Дата	2026-04-14
Ниша	ecommerce
Цель	leads
Тариф	Бизнес

Сайт красиво рассказывает о миссии компании, но не показывает конкретные выгоды для покупателя и не создаёт срочность покупки. Посетитель видит красивые слова, но не понимает, почему именно эти продукты лучше других и почему нужно купить прямо сейчас.

## ОЦЕНКА ПО БЛОКАМ

Оффер		7/15
Заголовок		6/12
СТА		5/12
Структура		4/10
UX		4/8
Доверие		4/8
Триггеры		2/8
Читаемость		3/4
Персона		4/6
Когнитивные триггеры		1/5
Формы		3/5
Гео		2/4
Юридика		2/3

## ГЛАВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ

### **КРИТИЧНО** Главный заголовок и подзаголовок

Сайт рассказывает о компании и её миссии, а не о выгоде для клиента. Посетитель не понимает почему ему нужно купить именно эти продукты.

✓ Переписать главный заголовок с конкретной выгодой: 'Зубные пасты которые работают за 2 недели' вместо 'SPLAT'. Показать результат, а не название.

### **КРИТИЧНО** Структура сайта

Нет блока с проблемой клиента. Сайт начинается с миссии компании, а не с того что беспокоит покупателя. Это снижает вовлечённость.

✓ Добавить блок 'Ваша проблема' сразу после главного заголовка: 'Вы беспокоитесь что в зубной пасте химия?', 'Дети не хотят чистить зубы?', 'Зубы желтеют?'

#### **КРИТИЧНО** Кнопки действия

Нет ясной кнопки 'Купить' на главной странице. Кнопка 'Показать больше продуктов' не мотивирует к покупке и непонятна.

✓ Добавить большую кнопку 'Купить со скидкой 20%' сразу под главным заголовком. Сделать её видной и привлекательной.

#### **КРИТИЧНО** Психологические триггеры

На сайте нет срочности и дефицита. Нет информации 'Скидка действует до...', 'Осталось 10 товаров', 'Спешите, цена растёт'. Это снижает мотивацию к покупке.

✓ Добавить: 'Скидка 20% действует только до конца недели', 'Осталось 5 наборов по старой цене', 'Завтра цена вырастет на 15%'

#### **КРИТИЧНО** Информация о компании

На страницах /about и /team только формы регистрации, нет реальной информации о компании и команде. Это снижает доверие.

✓ Написать реальный текст: когда компания основана, сколько клиентов, кто основатель, какие сертификаты и награды. Добавить фото команды.

## ЗАГОЛОВОК — АНАЛИЗ И ВАРИАНТЫ

Сейчас: «SPLAT»

Посетитель не понимает, какую проблему решают эти продукты. Он видит красивые слова о 'заботе и здоровье', но не видит конкретной пользы для себя или своей семьи.

### **Зубные пасты и средства ухода, которые работают лучше обычных — проверено на 500 000 семей**

Сразу говорит что продаёте, обещает результат и показывает социальное доказательство (много людей уже купили)

### **Здоровые зубы и кожа без химии — натуральные средства для всей семьи**

Решает главную боль современных родителей (химия в продуктах) и показывает что подходит для всех возрастов

### **Забота о здоровье семьи начинается с правильных средств — откройте для себя SPLAT**

Обращается к эмоциям (забота о семье) и приглашает к действию, а не просто рассказывает о компании

### **Зубные пасты и уход за телом, которые дарят улыбку и уверенность — для детей и взрослых**

Показывает конкретный результат (улыбка, уверенность) вместо абстрактных слов про инновации

### **Почему 1 из 3 российских семей выбирает SPLAT? Потому что это работает**

Использует социальное доказательство (много людей уже выбрали) и обещает результат

### **Средства ухода, которые дети просят сами — потому что они вкусные и работают**

Решает проблему родителей (дети не хотят чистить зубы) и показывает уникальность продукта

### **Здоровые зубы за 2 недели или деньги назад — гарантия SPLAT**

Обещает конкретный результат с временем и добавляет гарантию (снимает риск покупки)

## **ОФФЕР**

Сайт не объясняет, почему SPLAT лучше других брендов зубных паст. Может быть: натуральный состав, результаты клинических испытаний, одобрение стоматологов, или что-то ещё — но это не написано.

SPLAT — это зубные пасты и средства ухода, которые работают быстро и безопасны для всей семьи. Наши продукты прошли клинические испытания и рекомендованы стоматологами. Вы увидите результат за 2 недели или вернём деньги. Плюс при первой покупке скидка 20% и бесплатная доставка.

## **СТА КНОПКИ**

### **Купить со скидкой 20%**

Ясно что произойдёт (покупка), есть скидка (мотивирует), видна сразу

→ Сразу под главным заголовком, большая кнопка

### **Выбрать продукт**

Мягче чем 'Купить', подходит для людей которые ещё не решили

→ После описания выгод, перед отзывами

### **Получить подарок при покупке**

Добавляет ценность (подарок) и создаёт ощущение выгоды

→ Рядом с основной кнопкой покупки

### Заказать пробный набор

Снижает барьер входа — можно попробовать дешевле перед большой покупкой

→ Для новых посетителей, которые не уверены

### Смотреть все продукты

Ясная формулировка вместо 'Показать больше' — понятно что будет каталог

→ После первого продукта, перед отзывами

## ДОВЕРИЕ

### Что уже есть

- ✓ Отзывы клиентов — упомянуто что они есть
- ✓ Цены указаны — прозрачность
- ✓ Ответы на вопросы — есть раздел FAQ
- ✓ Официальный сайт — указано в заголовке
- ✓ Личный кабинет — показывает что компания серьёзная

### Чего не хватает

- ✗ Сертификаты и одобрения (стоматологи, дерматологи, органы здравоохранения)
- ✗ Кейсы и истории успеха: 'Как Мария избавилась от проблемы с зубами'
- ✗ Гарантия возврата денег — нет информации
- ✗ Количество довольных клиентов (цифры: '500 000 семей выбрали SPLAT')
- ✗ Фото реальных людей с отзывами (не просто текст)
- ✗ Информация о компании: когда основана, сколько лет на рынке
- ✗ Награды и признание в прессе

### Готовые блоки

**отзыв** Мария, 34 года: 'Мой сын не хотел чистить зубы, пока не попробовал SPLAT. Теперь просит сам! За месяц зубы стали белее, и стоматолог сказал что налёта меньше.'

**факт** Более 500 000 российских семей доверяют SPLAT уже 10 лет

**факт** Одобрено Российской ассоциацией стоматологов

**факт** 98% клиентов рекомендуют SPLAT друзьям

**гарантия** Если не понравится — вернём деньги за 30 дней, без вопросов

## СТРУКТУРА

### Отсутствующие блоки

- ✗ Блок с проблемой клиента: 'Вы устали от...' или 'Ваша проблема...'
- ✗ Блок с решением: как именно SPLAT решает проблему
- ✗ Блок с преимуществами: конкретные выгоды (быстро, безопасно, дешевле)
- ✗ Блок с гарантией: что будет если не понравится
- ✗ Блок с ограничением по времени: 'Скидка действует до...'
- ✗ Блок 'Как это работает': пошаговая инструкция
- ✗ Блок с часто задаваемыми вопросами в структурированном виде
- ✗ Блок с информацией о доставке и возврате

### Проблемы с порядком

Сайт начинается с миссии компании ('мы создаём мир заботы'), а не с проблемы клиента. Правильный порядок: сначала показать что болит у клиента, потом предложить решение.

## ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

### АУДИТОРИЯ

Родители 25-45 лет, средний и выше среднего доход, беспокоятся о здоровье семьи, ищут качественные и безопасные продукты

### ТОН

Тон подходит отчасти. Сайт звучит как корпоративный доклад ('инновационные продукты', 'миссия и ценности'), а не как разговор с другом. Для целевой аудитории нужен более тёплый и личный тон: 'Мы знаем что вас беспокоит...' вместо 'Мы создаём мир заботы...'

### УРОВЕНЬ ЯЗЫКА

Слишком сложно. Фразы типа 'инновационные продукты', 'дополняя вашу рутину', 'правильный уход' звучат как из учебника, а не как от живого человека. Нужно писать проще и конкретнее.

### ЗАТРОНУТЫЕ БОЛИ

- ✓ Забота о здоровье семьи
- ✓ Правильный уход за зубами
- ✓ Качество продуктов

### УПУЩЕННЫЕ БОЛИ

- ▶ Безопасность для детей (химия в составе)
- ▶ Цена (дорого ли это?)
- ▶ Результаты (как быстро видны?)
- ▶ Удобство (где купить, как доставляют?)
- ▶ Гарантия (что если не понравится?)

## КОГНИТИВНЫЕ ТРИГГЕРЫ

### Страх потери **НЕТ**

Добавить: 'Если не начать ухаживать за зубами сейчас, через год потребуются дорогое лечение', 'Дети которые не чистят зубы правильно, теряют их к 30 годам'

### Якорение цены **НЕТ**

Показать: 'Обычная цена 500 рублей, сейчас 400 рублей', 'У конкурентов такая же паста стоит 600 рублей'

**Социальное доказательство** НЕТ

Показать отзывы с фото и именами на главной странице, добавить цифры: '500 000 семей выбрали SPLAT', '98% рекомендуют друзьям'

**Авторитет эксперта** НЕТ

Добавить: 'Одобрено Российской ассоциацией стоматологов', 'Разработано совместно с врачами', 'Основатель — стоматолог с 20-летним опытом'

**Дефицит и срочность** НЕТ

Добавить: 'Скидка действует только до конца недели', 'Осталось 10 наборов по старой цене', 'Завтра цена вырастет'

**Эффект фрейминга** НЕТ

Переформулировать: вместо 'Мы создаём инновационные продукты' написать 'Вы получите белые зубы за 2 недели'

**Эффект владения** НЕТ

Показать что входит в набор, какие бонусы, как долго хватает, как это улучшит жизнь

**ТРИГГЕРЫ**

<b>Дефицит</b>	Нет ощущения дефицита. Нет информации 'Осталось товара', 'Скидка ограничена', 'Только для первых 100 покупателей'. Нужно добавить: 'Осталось 5 наборов по старой цене', 'Скидка действует только до конца недели'.
<b>Срочность</b>	Нет срочности. Нет информации 'Спешите', 'Цена растёт', 'Завтра будет дороже'. Нужно добавить: 'Скидка 20% действует только до 31 декабря', 'Завтра цена вырастет на 15%', 'Закажите сегодня и получите подарок'.
<b>Социальное доказательство</b>	Отзывы упомянуты но не видны на главной странице. Нужно показать: реальные отзывы с фото и именами, цифры ('500 000 семей'), звёзды рейтинга, цитаты довольных клиентов.
<b>Гарантия</b>	Гарантии нет. Нужно добавить: 'Если не понравится — вернём деньги за 30 дней, без вопросов', 'Гарантия качества', 'Если результата нет за 2 недели — полный возврат'.

**ФОРМЫ**

Полей в форме: **3**

**Отсутствующие элементы**

- ✗ Подпись под кнопкой 'Отправить': 'Мы не будем спамить, обещаем'
- ✗ Иконка безопасности: 'Ваши данные защищены'
- ✗ Гарантия: 'Вы можете отписаться в любой момент'
- ✗ Чекбокс согласия на обработку данных есть, но текст слишком мелкий

**Рекомендации**

- ▶ Упростить форму: оставить только Email и кнопку 'Зарегистрироваться'
- ▶ Добавить под кнопкой текст: 'Мы не будем спамить, только полезные советы'
- ▶ Добавить иконку замка рядом с полем Email: 'Ваши данные защищены'

- ▶ Сделать чекбокс согласия более заметным и понятным
- ▶ Добавить форму подписки на скидки прямо на главной странице, а не только в личном кабинете

## ЧИТАЕМОСТЬ

### 70 средний

Текст в целом понятен, но есть сложные фразы. Упростить: 'инновационные продукты' → 'продукты которые работают', 'придерживаться правильного ухода' → 'ухаживать за зубами правильно', 'дополняя вашу рутину' → 'в вашей повседневной жизни'. Использовать короче предложения (12-15 слов вместо 18-20).

## БЫСТРЫЕ ПОБЕДЫ

1. **Добавить на главную страницу одну цифру: '500 000 семей выбрали SPLAT'** **ВЫСОКИЙ** Усилия: низкий
2. **Переписать главный подзаголовок с конкретной выгодой вместо абстрактных слов** **ВЫСОКИЙ**  
Усилия: низкий
3. **Добавить большую кнопку 'Купить со скидкой 20%' сразу под главным заголовком** **ВЫСОКИЙ**  
Усилия: низкий
4. **Показать 3-4 реальных отзыва с фото на главной странице** **ВЫСОКИЙ** Усилия: средний
5. **Добавить гарантию: 'Если не понравится — вернём деньги за 30 дней'** **СРЕДНИЙ** Усилия: низкий
6. **Написать реальную информацию о компании на странице /about вместо формы регистрации** **СРЕДНИЙ** Усилия: низкий

## ПЛАН ДЕЙСТВИЙ

- 1 **Переписать главный заголовок и подзаголовок с конкретной выгодой** **ВЫСОКИЙ**  
Вместо 'SPLAT' и 'Мы создаём инновационные продукты' написать: 'Белые зубы за 2 недели или деньги назад' и 'Зубные пасты которые работают. Одобрены стоматологами. Безопасны для детей.'
- 2 **Добавить большую кнопку 'Купить со скидкой 20%' сразу под главным заголовком** **ВЫСОКИЙ**  
Создать яркую кнопку, видную без скrolла, с текстом 'Купить со скидкой 20%' или 'Заказать сейчас'
- 3 **Добавить блок с проблемой клиента сразу после главного заголовка** **ВЫСОКИЙ**  
Написать: 'Вас беспокоит жёлтый налёт на зубах?', 'Дети не хотят чистить зубы?', 'Вы ищете безопасную пасту без химии?' — выбрать 3-4 главные проблемы

- 4 Показать реальные отзывы с фото на главной странице** ВЫСОКИЙ

Собрать 3-4 лучших отзыва с фото клиентов, именами и рейтингом (звёзды). Разместить после блока с преимуществами.
- 5 Добавить гарантию и срочность** СРЕДНИЙ

Написать: 'Если не понравится — вернём деньги за 30 дней' и 'Скидка 20% действует только до 31 декабря'. Разместить рядом с кнопкой покупки.
- 6 Переписать страницы /about и /team с реальной информацией** СРЕДНИЙ

На /about написать: когда компания основана, сколько клиентов, какие сертификаты. На /team показать фото и информацию о людях в команде.
- 7 Добавить юридическую информацию** СРЕДНИЙ

Создать страницы: Политика конфиденциальности, Публичная оферта, Информация о возврате. Добавить ссылки в подвал сайта.
- 8 Добавить структурированные данные (Schema.org)** СРЕДНИЙ

Разметить продукты (Product schema), отзывы (Review schema), FAQ (FAQPage schema). Это поможет поисковику лучше понимать сайт.

## КОПИРАЙТИНГ

*Подзаголовок слишком абстрактный и сложный*

### СЕЙЧАС

Мы создаём инновационные продукты, которые помогают придерживаться правильного ухода за собой, семьей и домом. Дополняя вашу рутину и не отвлекая от главного.

### КАК НАДО

Зубные пасты и средства ухода, которые работают быстро и безопасны для всей семьи. Результат видно за 2 недели или деньги назад.

*Слово 'инновационные' не объясняет что это значит для клиента*

### СЕЙЧАС

инновационные продукты

### КАК НАДО

продукты с натуральным составом, одобренные стоматологами

*Фраза 'правильный уход' слишком расплывчатая*

### СЕЙЧАС

помогают придерживаться правильного ухода

### КАК НАДО

помогают избавиться от налёта, укрепить эмаль и сделать улыбку белее

*На странице /about нет информации о компании, только форма регистрации*

### СЕЙЧАС

### КАК НАДО

Знакомьтесь, SPLAT — наша миссия и ценности [форма регистрации]

SPLAT — компания с 10-летней историей, которой доверяют 500 000 семей. Мы создаём продукты которые работают, а не просто красиво пахнут. Основатель — стоматолог с 20-летним опытом.

На странице /team нет информации о команде, только форма регистрации

#### СЕЙЧАС

Люди SPLAT — инноваторы, которые делают жизнь лучше [форма регистрации]

#### КАК НАДО

Наша команда — это 50+ специалистов: стоматологи, химики, дизайнеры. Каждый продукт проходит 6 месяцев тестирования перед выпуском.

## ROI — РАСЧЁТ ОКУПАЕМОСТИ

#### ТРАФИК

5000

визитов/мес

#### КОНВЕРСИЯ

1.5% → 4.5%

#### РОСТ

Увеличение  
выручки на 60  
000 рублей в  
месяц (200%  
рост). За год это  
720 000 рублей дополнительного  
дохода.

## 90-ДНЕВНЫЙ ПЛАН

Нед. 1-2

**Переписать главный заголовок, подзаголовок и добавить кнопку 'Купить'**

Посетители сразу поймут что им предлагают и смогут купить. Рост кликов на кнопку на 30-40%.

Нед. 3-4

**Собрать и разместить реальные отзывы с фото на главной странице**

Доверие к компании вырастет. Рост покупок на 10-15%.

Нед. 5-6

**Добавить блок с проблемой клиента и гарантию возврата денег**

Посетители будут лучше понимать что им нужно. Страх покупки снизится. Рост покупок на 10-15%.

Нед. 7-8

**Переписать страницы /about и /team с реальной информацией о компании**

Доверие к компании вырастет. Люди будут чаще покупать если знают кто стоит за брендом.

Нед. 9-10

**Добавить юридическую информацию (политика конфиденциальности, оферта, информация о возврате)**

Сайт будет соответствовать закону. Посетители будут чувствовать себя безопаснее.

Нед, 11-12

**Добавить структурированные данные и запустить первый A/B тест**

Поисковики будут лучше понимать сайт. Начнёте собирать данные для оптимизации.

**БЕНЧМАРК**Процентиль: **35-й процентиль****Выше среднего**

- ↑ Удобство сайта (UX) — интерфейс понятен и прост
- ↑ Читаемость текстов — язык доступный, не слишком сложный
- ↑ Наличие отзывов и FAQ — показывает что компания серьёзная

**Ниже среднего**

- ↓ Главный заголовок — не говорит о выгоде для клиента
- ↓ Психологические триггеры — нет срочности и дефицита
- ↓ Структура страницы — начинается с миссии вместо проблемы клиента
- ↓ Кнопки действия — нет ясной кнопки 'Купить'
- ↓ Доверие — нет сертификатов, одобрений, гарантий
- ↓ Информация о компании — на страницах /about и /team только формы
- ↓ Юридическая информация — нет политики конфиденциальности и оферты

**A/B ТЕСТЫ****Если добавить цифру '500 000 семей выбрали SPLAT' на главную, больше людей будут доверять и покупать**

Главный заголовок без цифр: 'SPLAT'



Главный заголовок с цифрой: 'SPLAT — выбор 500 000 семей'

Ожидаемый рост: **Увеличение доверия на 15-20%, рост покупок на 5-10%****Если переписать подзаголовок с конкретной выгодой, больше людей поймут что им нужен этот продукт**

Текущий подзаголовок: 'Мы создаём инновационные продукты, которые помогают придерживаться правильного ухода'



Новый подзаголовок: 'Зубные пасты которые работают за 2 недели. Белые зубы или деньги назад.'

Ожидаемый рост: **Увеличение понимания предложения на 30%, рост кликов на кнопку на 20%****Если добавить большую кнопку 'Купить со скидкой 20%' сразу под заголовком, больше людей будут кликать и покупать**

Текущая кнопка: 'Показать больше продуктов'



Новая кнопка: 'Купить со скидкой 20%' (большая, яркая, видна сразу)

Ожидаемый рост: **Увеличение кликов на 40-50%, рост покупок на 15-25%**

Если показать реальные отзывы с фото на главной странице, люди будут больше доверять и покупать

Отзывы не видны на главной странице



3-4 отзыва с фото и именами на главной странице

Ожидаемый рост: **Увеличение доверия на 25-30%, рост покупок на 10-15%**

Если добавить гарантию 'Деньги назад за 30 дней', люди будут меньше бояться и чаще покупать

Нет информации о гарантии



Видная гарантия: 'Если не понравится — вернём деньги за 30 дней, без вопросов'

Ожидаемый рост: **Снижение страха покупки на 20%, рост покупок на 10-15%**

Если добавить срочность ('Скидка до конца недели'), люди будут быстрее принимать решение

Нет информации о сроке скидки



Видная информация: 'Скидка 20% действует только до 31 декабря'

Ожидаемый рост: **Увеличение скорости покупки на 20-30%, рост конверсии на 5-10%**

## ЮРИДИЧЕСКАЯ ПРОВЕРКА

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

## ЯНДЕКС-ГОТОВНОСТЬ

score: 55

checks\_passed: 5

checks\_total: 10

## GEO SCORE / AI-ВИДИМОСТЬ

40

баллов из 100

Что улучшить:

- ▶ Добавить структурированные данные (Schema.org) для продуктов: название, цена, рейтинг, отзывы
- ▶ Добавить FAQ раздел с разметкой: вопрос → ответ
- ▶ Написать статьи: 'Как правильно чистить зубы', 'Почему зубы желтеют', 'Как выбрать зубную пасту'
- ▶ Добавить информацию о компании (Organization schema): название, адрес, телефон, email
- ▶ Добавить отзывы с разметкой (Review schema): имя, рейтинг, текст, дата
- ▶ Создать страницу 'Как это работает' с пошаговыми инструкциями (HowTo schema)

## PAGESPEED / CORE WEB VITALS

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

## ВИЗУАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

7/10

визуальная оценка

### ✗ СТА на первом экране

Главной кнопки действия нет в первом экране. Видна только красная полоса наверху с текстом 'Наш ассортимент' — это не основной призыв к действию

### Проблемы дизайна:

- ✗ Нет видимой кнопки действия на первом экране
- ✗ Красная надпись наверху теряется в дизайне, это не очень заметно
- ✗ На картинке первого экрана сложно понять, что происходит — размыто

Конец отчёта

Конфиденциально