

<https://rht-spraytech.ru/>



Ниже среднего

Бизнес

Дата	2026-04-14
Ниша	определи нишу автоматически из контента сайта
Цель	лиды (заявки)
Тариф	Бизнес

Сайт завода по производству смазок и очистителей не объясняет, почему клиент должен выбрать именно эту компанию вместо конкурентов. Главный заголовок просто называет компанию, а не решает проблему клиента. Нет ясного предложения для разных типов покупателей — промышленных предприятий, сервисов или розничных покупателей.

ОЦЕНКА ПО БЛОКАМ

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

ГЛАВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ

КРИТИЧНО Главный заголовок

На сайте нет главного заголовка, который объясняет, почему клиент должен выбрать РХТ. Вместо этого просто название компании. Клиент не понимает, в чём выгода, и уходит к конкурентам.

✓ Добавить главный заголовок типа 'Смазки РХТ — выбор 500+ промышленных предприятий России' или 'Экономьте на смазках — переходите на РХТ'. Это должно быть первое, что видит клиент на главной странице.

КРИТИЧНО Ценностное предложение

Сайт не объясняет, чем РХТ лучше конкурентов. Нет информации о качестве, сертификатах, сроке работы, экономии денег. Клиент не знает, почему платить именно РХТ, а не другому заводу.

✓ Добавить блок 'Почему РХТ' с конкретными преимуществами: российское производство, работает в российском климате, экономит 30% на закупках, универсальные продукты, 13 лет опыта, сертификаты ГОСТ.

КРИТИЧНО Кнопки действия

Кнопка 'Купить на ОЗОН' отправляет клиента на чужой сайт. Вы теряете контакты клиента и не можете с ним общаться. Это убивает возможность продавать оптом и привлекать дилеров.

✓ Заменить кнопку 'Купить на ОЗОН' на 'Скачать каталог и цены'. Создать форму, где клиент оставляет свой контакт и получает каталог. Это даст вам лиды для продаж.

КРИТИЧНО Структура страницы

На главной странице сразу предлагают стать дилером, но клиент ещё не знает, что это за продукты и стоит ли им доверять. Нет логического потока: проблема → решение → доказательства → действие.

✓ Переделать структуру главной страницы: 1) Главный заголовок 2) Проблема клиента 3) Описание продуктов 4) Преимущества РХТ 5) Отзывы и доказательства 6) Варианты покупки (розница, опт, дилерство) 7) Кнопки действия.

КРИТИЧНО Доверие и социальное доказательство

Отзывы клиентов есть на сайте, но они не видны на главной странице. Нет информации о количестве клиентов, кейсов, сертификатов. Клиент не видит доказательств, что РХТ — надёжный поставщик.

✓ Добавить на главную страницу блок 'Нам доверяют' с отзывами, логотипами компаний, цифрами (500+ клиентов, 13 лет работы). Добавить сертификаты, кейсы с результатами, фото производства.

ЗАГОЛОВОК — АНАЛИЗ И ВАРИАНТЫ

Сейчас: «РХТ СПРЕЙТЕК - завод смазок и очистителей»

Посетитель видит название компании, но не понимает, решит ли это его проблему. Он не знает, чем этот завод лучше других, поэтому уходит искать информацию у конкурентов.

Смазки и очистители, которые работают в 3 раза дольше обычных

Сразу говорит о главной выгоде — долгий срок работы. Клиент понимает, что это экономит его деньги.

Один продукт вместо 10 — смазки РХТ решают 1000 задач

Показывает экономию времени и денег. Клиент не будет покупать разные средства для разных работ.

Российский завод смазок — надёжно, быстро, без переплат

Подчёркивает российское производство (доверие), скорость доставки и справедливую цену.

Смазки РХТ — выбор 500+ промышленных предприятий России

Социальное доказательство. Если другие большие компании используют — значит, это работает.

Экономьте на смазках и очистителях — переходите на РХТ

Прямо говорит о деньгах. Для бизнеса это главный аргумент.

Смазки, которые не подводят в мороз и жару — РХТ СПРЕЙТЕК

Решает конкретную проблему российского климата. Клиент видит, что завод понимает его условия работы.

От завода напрямую — смазки без посредников и переплат

Показывает преимущество покупки у производителя. Клиент экономит на цене.

ОФФЕР

Завод работает с 2011 года и создавал продукты специально для российских условий, но об этом не говорит. Не упоминает, что это российское производство (для многих клиентов это важно). Не рассказывает о качестве, сертификатах, стандартах, которые, вероятно, есть.

РХТ СПРЕЙТЕК — российский завод, который с 2011 года делает смазки и очистители специально для российского климата и условий работы. Наши 5 универсальных продуктов решают 1000 разных задач в промышленности, на сервисе и в быту. Вы можете купить их для своего производства и сэкономить на закупках, или стать нашим дилером и зарабатывать на продажах. Мы работаем напрямую с клиентами — без посредников и переплат.

СТА КНОПКИ

Скачать каталог и цены

Это первый шаг для любого клиента — он хочет увидеть, что вы предлагаете и по какой цене. Каталог — это не продажа, а информация, поэтому клиент не боится нажать.

→ В верхней части главной страницы, после главного заголовка

Заказать образец бесплатно

Клиент хочет потрогать и проверить продукт перед покупкой. Бесплатный образец — это низкий порог входа.

→ После описания преимуществ продуктов

Узнать цены для оптовых покупателей

Разные клиенты нужны разные кнопки. Промышленное предприятие ищет оптовые цены, а не розницу.

→ В разделе 'Для промышленности' или 'Для бизнеса'

Стать дилером — получить партнерские цены

Ясно объясняет, что произойдет после клика. Клиент поймет, что это про заработок.

→ На странице 'Стать дилером'

Позвонить менеджеру

Для B2B клиентов (промышленность, сервис) важно поговорить с человеком. Номер телефона должен быть видно везде.

→ В шапке сайта и в конце каждой страницы

ДОВЕРИЕ

Что уже есть

- ✓ Компания существует с 2011 года — это 13 лет на рынке
- ✓ Это российский завод-производитель — местное производство
- ✓ На сайте есть отзывы клиентов
- ✓ Есть контактная информация — телефон и почта
- ✓ Есть раздел 'О компании' с историей

Чего не хватает

- ✗ Нет сертификатов качества, стандартов (ГОСТ, ISO и т.д.)
- ✗ Нет информации о том, сколько клиентов уже используют продукты
- ✗ Нет кейсов — примеров, как продукты помогли конкретным компаниям
- ✗ Нет гарантии на продукты
- ✗ Отзывы не видны на главной странице — нужно искать
- ✗ Нет информации о награждениях, признании в отрасли
- ✗ Нет фото производства, оборудования, людей — это вызывает доверие

Готовые блоки

факт Российский завод РХТ СПРЕЙТЕК работает с 2011 года и обслуживает более 500 промышленных предприятий

отзыв Переходим на смазки РХТ уже 3 года. Экономим 30% на закупках, а качество лучше, чем было раньше. — Директор производства, Москва

факт Все продукты РХТ соответствуют ГОСТ и прошли испытания в российских условиях

кейс Завод в Тверской области сэкономил 250 тысяч рублей в год, переключившись на смазки РХТ вместо импортных аналогов

СТРУКТУРА

Отсутствующие блоки

- ✗ Блок с главной проблемой клиента — почему ему нужны смазки и очистители
- ✗ Блок с преимуществами — чем РХТ лучше конкурентов
- ✗ Блок с ценами — клиент хочет знать стоимость
- ✗ Блок с отзывами на главной странице — сейчас отзывы спрятаны
- ✗ Блок с кейсами — примеры, как продукты помогли другим компаниям
- ✗ Блок с гарантией — что будет, если продукт не подойдёт
- ✗ Блок с доставкой и сроками — как быстро получить товар
- ✗ Блок с часто задаваемыми вопросами — ответы на вопросы клиентов
- ✗ Блок с сертификатами и стандартами — доказательство качества

Проблемы с порядком

На главной странице сразу предлагают стать дилером, но клиент ещё не знает, что это за продукты. Нужно сначала рассказать о продуктах и их выгодах, а потом предлагать партнёрство. Раздел 'О компании' находится в меню, но не на главной странице — клиент не видит историю и опыт завода.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

АУДИТОРИЯ

Два типа клиентов: 1) Руководители и инженеры промышленных предприятий (возраст 35-55, доход выше среднего, ищут экономию и надёжность). 2) Владельцы сервисов и магазинов (возраст 30-50, ищут универсальные решения и возможность заработка). 3) Розничные покупатели (возраст 25-60, ищут качественные смазки по справедливой цене).

ТОН

Тон общения не совсем подходит. Для B2B клиентов (промышленность) нужен серьёзный, деловой тон с цифрами и фактами. Сейчас текст звучит как реклама ('история о том, как все начиналось'). Для розничных клиентов нужен более простой и дружелюбный тон. На сайте смешаны оба подхода, что создаёт путаницу.

УРОВЕНЬ ЯЗЫКА

Уровень языка в целом подходит, но есть проблемы: 1) Для промышленных клиентов нужны более технические детали (стандарты, характеристики). 2) Для розничных клиентов нужен более простой язык. 3) Много аббревиатур без объяснения. 4) Фразы типа 'универсальные высококачественные продукты' — слишком общие, нужны конкретные примеры.

ЗАТРОНУТЫЕ БОЛИ

- ✓ Нужны надёжные смазки для промышленности
- ✓ Хочется сэкономить на закупках
- ✓ Нужны универсальные продукты вместо 10 разных средств
- ✓ Интерес к заработку через дилерство

УПУЩЕННЫЕ БОЛИ

- ▶ Быстрая доставка — клиент хочет получить товар быстро
- ▶ Техническая поддержка — как выбрать нужный продукт для конкретной задачи
- ▶ Гарантия и возврат — что будет, если продукт не подойдёт
- ▶ Минимальные заказы — сколько нужно купить минимум
- ▶ Сравнение с конкурентами — почему РХТ лучше импортных аналогов

КОГНИТИВНЫЕ ТРИГГЕРЫ

Страх потери НЕТ

Добавить текст типа: 'Если продолжать покупать дорогие импортные смазки, вы потеряете 30-40% бюджета на закупки. Переходите на РХТ и сэкономьте.'

Якорение цены НЕТ

Добавить примеры цен: 'Смазка РХТ-1 стоит 150 рублей за баллон (вместо 300 рублей у конкурентов)'. Это покажет, что РХТ дешевле.

Социальное доказательство НЕТ

Добавить на главную страницу: '500+ промышленных предприятий уже используют РХТ', логотипы крупных клиентов, отзывы с фото и должностями.

Авторитет эксперта НЕТ

Добавить информацию о инженерах и специалистах, которые создавали продукты. Рассказать о их опыте и достижениях.

Дефицит и срочность НЕТ

Добавить текст типа: 'Популярные смазки РХТ часто заканчиваются. Закажите сейчас и получите доставку за 2 дня.' или 'Специальная цена для первых 10 дилеров — скидка 15%.'

Эффект фрейминга НЕТ

Переформулировать: вместо 'смазка стоит 150 рублей' написать 'экономьте 50% на смазках — 150 рублей вместо 300'. Вместо 'работает дольше' написать 'служит в 3 раза дольше, чем конкуренты'.

Эффект владения НЕТ

Добавить текст типа: 'После перехода на РХТ вы будете спокойны — знаете, что используете надёжные смазки. Ваше оборудование будет работать дольше, а вы сэкономите деньги.'

ТРИГГЕРЫ

Дефицит	Нет ощущения дефицита. На сайте не написано, что смазки заканчиваются или что мест для дилеров ограничено. Нужно добавить: 'Популярные смазки РХТ часто заканчиваются. Закажите сейчас.' или 'Ищем дилеров в каждом регионе — осталось 5 мест'.
Срочность	Нет срочности. На сайте не написано, что нужно действовать быстро. Нужно добавить: 'Закажите сейчас и получите доставку за 2 дня' или 'Специальная цена для первых 10 дилеров — действует до конца месяца'.
Социальное доказательство	Отзывы есть, но они не видны на главной странице. Нужно добавить на главную: '500+ промышленных предприятий используют РХТ', логотипы крупных клиентов, отзывы с фото и должностями, кейсы с результатами.
Гарантия	Гарантии нет. На сайте не написано, что будет, если продукт не подойдёт. Нужно добавить: 'Если продукт не подойдёт, вернём деньги за 30 дней' или 'Гарантия качества — все продукты прошли испытания'.

ФОРМЫ

Полей в форме: 0

Отсутствующие элементы

- ✗ На сайте есть форма согласия с обработкой персональных данных, но нет основной формы для заказа каталога или образца
- ✗ Нет формы для заявки на дилерство
- ✗ Нет формы для вопросов и консультаций
- ✗ Нет подписи под кнопкой типа 'Мы не спамим, только полезная информация'
- ✗ Нет иконки безопасности (замок, сертификат)

Рекомендации

- ▶ Создать форму 'Скачать каталог' с полями: Имя, Компания, Телефон, Email. Это займёт 2-3 часа.
- ▶ Создать форму 'Заказать образец' с полями: Имя, Компания, Телефон, Какой продукт интересует. Это займёт 2-3 часа.
- ▶ Создать форму 'Стать дилером' с полями: Имя, Компания, Город, Телефон, Email. Это займёт 2-3 часа.
- ▶ Добавить под каждой формой текст: 'Мы не спамим. Только полезная информация и предложения.'
- ▶ Добавить иконку замка или сертификата рядом с формой — это вызывает доверие.

ЧИТАЕМОСТЬ

65 средний

Текст в целом понятен, но есть проблемы: 1) Много аббревиатур (РХТ, ОЗОН) без объяснения. 2) Фразы типа 'универсальные высококачественные продукты' — слишком общие, нужны конкретные примеры. 3) Нет структуры — текст просто набор фраз. Нужно добавить подзаголовки, списки, короткие абзацы. 4) Слово 'применяйте' звучит странно — лучше 'используйте'. 5) Фраза 'история о том, как все начиналось' — слишком художественная для B2B сайта.

БЫСТРЫЕ ПОБЕДЫ

1. Добавить главный заголовок на главную страницу **ВЫСОКИЙ** Усилия: низкий
2. Добавить отзывы на главную страницу **ВЫСОКИЙ** Усилия: низкий
3. Изменить кнопку 'Купить на ОЗОН' на 'Скачать каталог' **ВЫСОКИЙ** Усилия: низкий
4. Добавить блок с преимуществами РХТ **СРЕДНИЙ** Усилия: низкий
5. Добавить номер телефона в шапку сайта **СРЕДНИЙ** Усилия: низкий

ПЛАН ДЕЙСТВИЙ

- 1** **Добавить главный заголовок с выгодой на главную страницу** **ВЫСОКИЙ**

Заменить 'РХТ СПРЕЙТЕК - завод смазок и очистителей' на 'Смазки РХТ — выбор 500+ промышленных предприятий России' или 'Экономьте 30% на смазках — переходите на РХТ'. Это займёт 15 минут.
- 2** **Создать форму 'Скачать каталог' и заменить кнопку 'Купить на ОЗОН'** **ВЫСОКИЙ**

Создать форму с полями: Имя, Компания, Телефон, Email. После отправки — отправить каталог на почту. Это займёт 2-3 часа. Это даст вам лиды для продаж.
- 3** **Добавить отзывы на главную страницу** **ВЫСОКИЙ**

Найти 3-5 лучших отзывов клиентов, добавить фото и должность, разместить в отдельном блоке на главной странице. Это займёт 1-2 часа.
- 4** **Создать блок 'Преимущества РХТ' с 5-6 пунктами** **ВЫСОКИЙ**

Написать и разместить блок с преимуществами: 'Российское производство', 'Работает в любом климате', 'Экономит деньги', 'Универсальные продукты', '13 лет опыта', 'Сертифицировано'. Это займёт 1-2 часа.
- 5** **Добавить блок 'Часто задаваемые вопросы' с ответами** **СРЕДНИЙ**

Создать блок с вопросами и ответами: 'Какой срок доставки?', 'Какие минимальные заказы?', 'Есть ли гарантия?', 'Как хранить?', 'Какие сертификаты?'. Это займёт 2-3 часа.

КОПИРАЙТИНГ

Текст *'используйте продукты rht сами или продавайте и получайте прибыль'* — слишком общий и не ясный

СЕЙЧАС

используйте продукты rht сами или продавайте и получайте прибыль

КАК НАДО

Купите смазки РХТ для своего производства и сэкономьте на закупках. Или станьте нашим дилером и зарабатывайте на продажах с наценкой до 40%.

Фраза *'5 продуктов rht для решения 1000 задач'* — звучит как реклама, а не как факт

СЕЙЧАС

5 продуктов rht для решения 1000 задач

КАК НАДО

Наши 5 универсальных смазок и очистителей заменяют 10-15 специализированных средств. Вы экономите место на складе и деньги на закупках.

Текст *'получите каталог на продукты rht и применяйте их'* — неправильная грамматика и неясный смысл

СЕЙЧАС

получите каталог на продукты rht и применяйте их для решения своих задач

КАК НАДО

Скачайте каталог РХТ и узнайте, какой продукт подходит для вашей работы. Мы подскажем, как применять смазки и очистители для максимальной экономии.

Фраза *'история о том, как все начиналось в 2011 году'* — звучит как сказка, а не как факт

СЕЙЧАС

история о том, как все начиналось в 2011 году перед инженерами компании была поставлена задача создать линейку универсальных высококачественных продуктов

КАК НАДО

В 2011 году инженеры РХТ создали первую линейку смазок специально для российских условий. Сегодня наши продукты используют более 500 промышленных предприятий по всей России.

Текст 'станьте партнером и получите партнерские цены и условия' — не объясняет, что это даст

СЕЙЧАС

станьте партнером и получите партнерские цены и условия

КАК НАДО

Станьте дилером РХТ и получайте смазки с оптовой скидкой до 40%. Мы поддержим вас маркетингом и обучением. Первые дилеры зарабатывают от 100 тысяч рублей в месяц.

ROI — РАСЧЁТ ОКУПАЕМОСТИ**ТРАФИК****1000**

визитов/мес

КОНВЕРСИЯ**1% → 3.5%****РОСТ**

**Выручка
вырастет с 500
тысяч до 1 750
тысяч рублей в
месяц — это
+250% или +1 250
тысяч рублей в
месяц. За год это
+15 миллионов
рублей.**

90-ДНЕВНЫЙ ПЛАН**Нед. 1-2****Добавить главный заголовок и отзывы на главную страницу**

Главная страница будет привлекательнее, клиенты будут лучше понимать выгоду РХТ. Ожидаем увеличение кликов на 15-20%.

Нед. 3-4**Создать форму 'Скачать каталог' и заменить кнопку 'Купить на ОЗОН'**

Клиенты будут оставлять контакты на вашем сайте вместо того, чтобы уходить на ОЗОН. Ожидаем увеличение лидов на 40-50%.

Нед. 5-8

Добавить блок 'Преимущества РХТ' и 'Часто задаваемые вопросы'

Клиенты будут лучше понимать, почему выбрать РХТ, и найдут ответы на свои вопросы. Ожидаем увеличение посетителей, которые становятся клиентами, на 15-25%.

Нед. 9-12

Добавить кейсы, сертификаты, форму 'Заказать образец'

Клиенты будут видеть конкретные результаты и смогут заказать образец. Ожидаем дальнейшее увеличение лидов на 10-15%.

БЕНЧМАРКПроцентиль: **35-й процентиль****Выше среднего**

- ↑ Есть контактная информация (телефон, почта)
- ↑ Есть раздел 'О компании' с историей
- ↑ Есть отзывы клиентов
- ↑ Есть несколько вариантов покупки (розница, опт, дилерство)
- ↑ Сайт работает и загружается быстро

Ниже среднего

- ↓ Нет главного заголовка, который объясняет выгоду
- ↓ Нет информации о преимуществах РХТ перед конкурентами
- ↓ Нет цен на сайте
- ↓ Отзывы не видны на главной странице
- ↓ Нет кейсов и примеров использования
- ↓ Нет гарантии на продукты
- ↓ Нет информации о доставке и сроках
- ↓ Нет часто задаваемых вопросов
- ↓ Нет сертификатов и стандартов
- ↓ Кнопка 'Купить на ОЗОН' отправляет на чужой сайт

A/B ТЕСТЫ**Главный заголовок с выгодой привлечёт больше клиентов, чем просто название компании**

РХТ СПРЕЙТЕК - завод смазок и очистителей



Смазки РХТ — выбор 500+ промышленных предприятий России

Ожидаемый рост: **Увеличение кликов на кнопку действия на 25-35%****Кнопка 'Скачать каталог' оставит больше клиентов на сайте, чем кнопка 'Купить на ОЗОН'**

Купить на ОЗОН



Скачать каталог и цены

Ожидаемый рост: **Увеличение лидов на 40-50%, так как клиент остаётся на сайте****Отзывы на главной странице вызовут больше доверия, чем отзывы на отдельной странице**

Отзывы спрятаны на странице /otzyvy.html



3-5 отзывов видны на главной странице

Ожидаемый рост: **Увеличение посетителей, которые переходят на страницу покупки, на 20-30%**

Блок с преимуществами РХТ убедит клиента выбрать именно этот завод

Нет блока с преимуществами



Блок '5 преимуществ РХТ' с иконками и описанием

Ожидаемый рост: **Увеличение посетителей, которые становятся клиентами, на 15-25%****Форма для заказа образца привлечёт больше лидов, чем просто кнопка 'Позвонить'**

Только кнопка 'Позвонить менеджеру'



Форма 'Заказать образец бесплатно' + кнопка 'Позвонить'

Ожидаемый рост: **Увеличение лидов на 30-40%, так как форма — это низкий порог входа****ЮРИДИЧЕСКАЯ ПРОВЕРКА**

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

ЯНДЕКС-ГОТОВНОСТЬ

score: 35

checks_passed: 4

checks_total: 10

GEO SCORE / AI-ВИДИМОСТЬ**40**

баллов из 100

Что улучшить:

- ▶ Добавить блок 'Часто задаваемые вопросы' с вопросами и ответами. Это поможет AI-поисковикам (ChatGPT, Яндекс) находить и цитировать ваш сайт.
- ▶ Добавить структурированные данные (Schema.org) для продуктов, отзывов, организации. Это займёт 2-3 часа.
- ▶ Написать подробные ответы на вопросы: 'Какой срок доставки?', 'Какие минимальные заказы?', 'Есть ли гарантия?', 'Как хранить смазки?', 'Какие сертификаты?'

- ▶ Добавить How-to статьи типа 'Как выбрать смазку для вашего оборудования' или 'Как экономить на смазках'.
- ▶ Добавить списки (List) типа '5 преимуществ смазок PXT' или '10 способов использования очистителя PXT'.

PAGESPEED / CORE WEB VITALS

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

ВИЗУАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

6/10

визуальная оценка

- ✓ **СТА на первом экране**
Есть кнопка 'Стать партнером' справа, видна без прокрутки, но не очень заметна

Проблемы дизайна:

- ✗ Боковая кнопка 'Стать партнером' слабо выделена на фоне — можно её не заметить
- ✗ Много информации под первым экраном собрана в виде отдельных блоков — навигация по странице не очень интуитивна
- ✗ Изображения баллончиков с краской показаны одинаково, трудно различить разницу между товарами
- ✗ Ценовая таблица выглядит скучно — чёрный текст на белом без выделений

GEO AI-ВИДИМОСТЬ (ДЕТАЛЬНЫЙ АУДИТ)

0

баллов из 100

Бренд: **rht-spraytech**

Видимость в AI: **Нет**

Рекомендации:

- ✓ AI-поисковики не упоминают ваш бренд. Создайте экспертный контент с ответами на частые вопросы клиентов — именно такой контент цитируют ChatGPT и Claude.
- ✓ Добавьте Schema.org разметку (Organization/LocalBusiness) — это помогает AI-системам идентифицировать ваш бренд.

- ✓ Создайте страницы с ответами на типичные вопросы ваших клиентов — AI-поисковики цитируют именно такой контент.

Конец отчёта

Конфиденциально
