БЕСПЛАТНЫЙ МАТЕРИАЛ

Чек-лист сайта строительной компании: что проверить перед продвижением

Пройдите по пунктам, отметьте, чего не хватает, и принесите список на консультацию.

Шаг 1. Страницы видов работ

- [ ] У каждого вида работ есть своя страница
- [ ] На странице есть описание, этапы, фото и вопросы заказчиков
- [ ] Указаны цены или вилки и от чего они зависят
- [ ] Есть форма или телефон в видимом месте

Заполните перечень:

Вид работ	Есть страница (да/нет)	Есть цена или вилка	Есть фото объектов

Шаг 2. Объекты и доверие

- [ ] Объекты показаны с фото и сроками
- [ ] Есть описание задачи и результата по каждому объекту
- [ ] Размещены СРО и допуски со сроком действия
- [ ] Есть реквизиты, адрес, режим работы
- [ ] Есть отзывы с названиями и контактами, которые можно проверить

Шаг 3. География

- [ ] Указаны города и область, где вы работаете
- [ ] Для основных городов есть отдельные страницы
- [ ] Адрес и контакты совпадают с картами и справочниками

Шаг 4. Сезонность

Заполните план: в какие месяцы ожидаете пик и когда страницы должны быть готовы.

Вид работ	Месяц начала спроса	Дата готовности страницы	Ответственный

Шаг 5. Техника и аналитика

- [ ] Сайт открывается с телефона и работает на HTTPS
- [ ] Установлена Метрика с целями на заявки и звонки
- [ ] Звонки привязаны к источнику
- [ ] Заявки попадают в CRM или таблицу с пометкой источника
- [ ] Есть уникальные title и описание у ключевых страниц

Шаг 6. Ориентиры и вопросы подрядчику

Формула: цена обращения = расходы на продвижение ÷ число обращений из поиска.

- [ ] Какие показатели будут в отчёте: заявки или только позиции?
- [ ] Как распределены работы по первым трём месяцам?
- [ ] Что подрядчик исправит на сайте сам, а что потребует от нас?
- [ ] Как учитывается сезонность в графике работ?

Подготовлено агентством «Приоритет», vprioritete.ru. Материал справочный: цифры подставляйте свои.