



Академия Лидогенерации

Чек-лист Проверки качества сайтов

☐ **№1** САЙТ☐ **a** Общее

- ☐ **i** Загрузка страницы не больше 3х секунд
- ☐ **ii** Логотип в шапке
- ☐ **iii** Логотип кликабельный и ведет на главную страницу сайта
- ☐ **iv** В шапке краткое описание деятельности компании (2-3 слова)
- ☐ **v** В шапке на видном месте телефон организации
- ☐ **vi** Альтернативный способ связи (например, ссылка на контактную форму) на видном месте рядом с телефоном
- ☐ **vii** Если компания предоставляет услуги только в одном городе, то телефон должен быть с кодом этого города, если в нескольких городах, то 8-800
- ☐ **viii** Вся важная информация размещена на первом экране
- ☐ **ix** Ассоциативный дизайн: кнопки выглядят как кнопки, ссылки как ссылки
- ☐ **x** Названия пунктов меню краткие и понятные любому человеку
- ☐ **xi** Текущий раздел в меню должен быть визуальным выделен
- ☐ **xii** На каждой странице заголовок соответствует пункту меню
- ☐ **xiii** На каждой странице пункт меню соответствует содержанию страницы
- ☐ **xiv** В форме заказа минимальное количество полей
- ☐ **xv** Формы полей содержат валидацию, т.е. если обязательные поля не заполнены или заполнены не верно, то всплывает соответствующее сообщение
- ☐ **xvi** Поля формы сопровождаются ассоциативными иконками (например рядом с полем, в которое нужно ввести телефон присутствует иконка телефона)

- ☐ **xvii** После заполнения формы пользователю высвечивается сообщение об успешной отправке и дальнейших действиях
- ☐ **xvii** Внушительный подвал с контактами, адресом, логотипом и копирайтами
- ☐ **xix** На сайте представлена только актуальная информация (акции, цены, контакты, рабочие счетчики и т. д.)
- ☐ **xx** Корректное отображение во всех популярных браузерах, планшетах и телефонах
- ☐ **xxi** Тексты понятны любому человеку (отсутствуют специализированные термины)
- ☐ **xxii** Четко сформирован линейный путь ознакомления пользователя с контентом (расположение пунктов меню, отсутствие большого количества подстраниц или страниц на которые нельзя попасть не из основного меню)
- ☐ **xxiii** Наличие онлайн-консультанта

☐ **b** Для одностраничников

- ☐ **i** Страница разработана только для одного целевого действия
- ☐ **ii** Четкий и понятный оффер (предложение), индивидуальный, отличающийся от офферов конкурентов
- ☐ **iii** Есть строгий дедлайн по времени или эффект дефицита товара
- ☐ **iv** Есть призыв к действию
- ☐ **v** На странице отработаны основные возражения
- ☐ **vi** Четко сформирован линейный путь убеждения пользователя совершить целевое действие
- ☐ **vii** Наличие отзывов

☐ **с** Для интернет-магазинов с каталогом

- ☐ **I** На главной странице на первом экране товар-локомотив или несколько самых популярных товаров
- ☐ **II** Процесс оформления заказа простой и понятный
- ☐ **III** Процесс оплаты строго линейный
- ☐ **IV** Присутствуют страницы с условиями оплаты, доставки и гарантиями
- ☐ **V** Поиск по каталогу
- ☐ **VI** Фильтр товаров
- ☐ **VII** Подробное описание каждого товара и его характеристик
- ☐ **VIII** Качественные фотографии товаров
- ☐ **IX** Возможность оформить заказ без регистрации
- ☐ **X** Присутствует функция “Заказ в 1 клик”
- ☐ **XI** При оформлении заказа предлагаются сопутствующие товары
- ☐ **XII** Отзывы у товаров
- ☐ **XIII** Магазин представлен в Яндекс Маркете