

Пример аудита сайта

Аналитика рынка

По РБ не было найдено профильных аналитических данных по рынку освещения.

Общемировой рынок освещения характеризуется следующими тенденциями.

Согласно модели развития аналитической компании McKinsey, к 2020 году оборот мирового рынка освещения составит почти 110 млрд евро, с ежегодным ростом в 3% с 2016 по 2020 гг.

Прогресс рынка общего освещения обусловлен двумя основными факторами.

Первый — стремительный рост инвестиций в строительство в развивающихся странах. Второй — все большее внедрение дорогих технологий в освещение, включая светодиоды, что естественным образом повышает среднюю стоимость готовых осветительных приборов.

Развитию рынка освещения способствуют следующие факторы: рост населения земли и увеличение доходов, урбанизация.

Одной из самых важных тенденций является все более массовая замена ламп накаливания на светодиодные.

Из всей электронной промышленности светотехническая наиболее раздробленная и многогранная, поэтому клиент может расти как в продуктовом портфеле: возможно выходить на смежный рынок (автомобильное освещение, подсветка, некоторые другие промышленные приложения), а также расширяться регионально.

Судя по динамике запросов wordstat на покупку осветительных приборов спрос на данный товар достаточно стабильный с возрастанием в период с конца сентября по конец марта, возможно это связано с проведением планированием и проведением ремонтов.

Целевая аудитория

Аудитория — представители как b2b, так и b2c рынка.

На рынке b2b это:

- застройщики недвижимости
- дизайнеры и архитекторы
- электромонтажные организации
- салоны, магазины, рестораны и кафе

На рынке b2c это индивидуальные покупатели, семьи.

Признак	Сегмент	
	B2C	B2B
<i>Демографические критерии</i>		
Пол	Мужчины и женщины	Преобладают мужчины
Возраст	25-34 года, 35-44 года	
Уровень дохода	Средний, высокий	
Образование	Среднее, высшее	
Интересы	обустройство, дом, семья, ремонт	недвижимость, бизнес, дизайн
Профессия	Любая	Владелец бизнеса
<i>Географические критерии</i>		
Страна	Беларусь	

Место проживания/осуществления деятельности	Города и регионы	
Поведенческие критерии		
Частота возникновения потребности	редко/периодически	часто
Где/как они ищут товар	поисковики, форумы, отзовики, соц.сети - ВК, ОК	рекомендации, прошлый опыт, реклама, поисковики/каталоги, соц.сети - FB
Приобретаемые товары	Источники общего и зонального освещения – люстры, светильники, торшеры, бра и т.д.	Уличное, промышленное архитектурное освещение, освещение для спец. помещений
Важные характеристики товара	регион доставки, цена, скидки, вид, марка, технология светильника, стиль, возможность покупки онлайн	регион доставки, цены и порядок расчета, ассортимент, возможность оказания комплекса услуг по подбору и монтажу освещения
Какие эмоции вызывает продукт/услуга	Уверенность, спокойствие, гарантия	Скорость, профессионализм, гарантия
Ожидаемый результат	в кратчайшие сроки, с полной поддержкой приобрести качественный товар, который соответствует всем критериям покупателя	
Психологические критерии		
Образ жизни	спокойный/ активный, динамичный	активный, динамичный
Приоритеты и жизненные цели	Семья, развитие, стабильность, успех, дети	Развитие, проактивность, конкурентоспособность, успех, финансовое состояние
Отношение к переменам	положительное	положительное

Боли аудитории (информация клиента):

Выбрать свет это тяжело и долго	Решение: онлайн-консультирование клиента, размещение калькулятора для подбора необходимого освещения (такие калькуляторы используются дизайнерами), размещение статей о видах, технологиях освещения, особенностях выбора и монтажа
Купить свет это дорого	Решение: максимально гибко подстраиваться под клиента, предлагать именно тот товар и в том количестве, который ему необходим, не гнаться за чеком. Проводить акции, предоставлять скидки, возможность рассрочки и кредитов. При этом нужно подчеркивать что в независимости от цены светильника – это максимально удачное решение для покупателя, которое предлагается на самых выгодных условиях
Нарушение сроков поставки света под заказ/ большая стоимость доставки	Решение: всегда четко оговаривать сроки и цену поставки, в случае форс-мажорных обстоятельств оповещать вовремя клиентов о задержке поставки/возможно предоставлять скидки в таких случаях

Расчет освещения/оборудования это долго	Решение: максимально оперативно подготавливать коммерческие предложения и проектную документацию (при возможности), писать о сроках реализации на сайте, размещать примеры разработанной документации (для крупных заказчиков), при стандартных заказах рассчитывать проекты по освещению удаленно(или в салоне) в спец. программах
Поход в салон это скучно и неинтересно	Решение: активно вовлекать покупателей на сайте в офлайн-процесс покупки. Рассмотрение товара живьем и хорошая консультация в располагающей атмосфере многократно мотивирует и повышает желание приобрести товар (окружение-персонал-процесс – правильное выстраивание этой цепочки позволит значительно увеличить продажи). На сайте стоит размещать галерею салонов, новости о меняющихся экспозициях, фотографии с покупателями, их отзывы
Клиентам тяжело покупать светильники по картинкам	Решение: опять-таки вовлечение в офлайн-процесс покупки. Также большинство производителей светильников предоставляют каталоги с рендером светильников в интерьерах, такие картинки можно и нужно добавлять в карточку товара (как это делает икеа например)
Клиентам не всегда удобно приезжать в салон/ они не до конца знают что именно им нужно	Решение: выезд дизайнера по свету на объект с каталогами
Светильники ломаются, бьются, иногда не соответствуют ожиданиям	Решение: предоставление клиенту гарантийного и постгарантийного сервиса: заказ всех комплектующих, замена запчастей, ремонт
Для монтажа светильников нужны квалифицированные специалисты	Решение: брать все риски и обязательства на себя при подряде электриков и монтажников
Все клиенты хотят делать покупки в известных магазинах	Решение: <i>создание</i> и развитие бренда салона светильников

Итог: на самом сайте интернет-магазина необходима главная страница-лендинг, которая будет работать с болями клиентов и демонстрировать преимущества и гарантии компании + на ней будут быстрые формы захвата, калькуляторы и размещение акций, скидок (с промокодами например, которые можно применять в корзине).

Аудитория, с которой также можно работать: люди, интересующиеся декором и предметами интерьера.

В качестве мер по улучшению лояльности клиентов можно проводить доп. мероприятия, акции, вручение подарков (розыгрыши), продумать и отобразить дисконтную программу.

Конкурентный анализ

Продажа осветительного оборудования достаточно конкурентная ниша – на рынке РБ достаточно компаний, которые предлагают схожие или аналогичные решения в разных ценовых сегментах.

Из предоставленных клиентом конкурентов ключевыми являются (цен. сегмент, товар, с кем работают):

<http://lightstudio.by/>
www.electrodom.by
<https://loftsvet.by/>
<http://avangardsvet.by/>
www.megafort.by

Основные недостатки конкурентов, от которых нужно отстраиваться:

- плохие сайты (плохая оптимизация, неудобные каталоги) + плохие офлайн точки продаж
- непродуманный ассортимент
- завышенные цены
- слабый персонал, плохая поддержка
- непрофессионализм, неспособность оказывать сопутствующие услуги
- отсутствие отзывов, слабая репутация

Сам клиент выделил следующие свои преимущества:

- работа напрямую с фабриками без посредников;
- работа с самыми топовыми производителями Европы, Америки и России;
- розничные цены от производителя;
- гибкий подход в работе (индивидуальные условия по скидкам, срокам поставки, размеру предоплаты);
- опыт в работе 20 лет;
- работа с крупными строительными компаниями, с известными дизайн-студиями;
- среди клиентов известные люди (политики и бизнесмены);
- консультация и подбор различного освещения - светильники для дома, дачи, коттеджа, офиса и салона магазина, для ресторанов и кафе, для крупных торговых объектов (гиперы и моллы), для крупных офисных помещений (банки), для уличного - садово-паркового освещения, уличного фасадного освещения, склады и логистические центры, отели и санатории;
- консультация и помощь в подборе любого сопутствующего товара - электроустановочные изделия (розетки и выключатели ведущих производителей), светотехнические товары (лампочки, светодиодные ленты, трансформаторы, профиля);
- предоставление услуг по монтажу оборудования;
- предоставление услуг по проектным работам - помощь в подборе оборудования, расчеты освещенности;
- обеспечение гарантийного и постгарантийного сервиса.

Вся эта информация слабо или не отражена вовсе на сайте.

Работы по сайту

Предоставленный на анализ сайт(интернет-магазин) в целом имеет достаточно хорошую структуру, однако на нем возможно провести доработки по улучшению оптимизации и юзабилити. Далее на скриншотах представлены рекомендации.

1. Замена логотипа – плохо читается и в целом слабый для айдентики и товаров такой ниши



2. Страницы как купить, доставка, гарантии – текста много и он плохо читается – разместить емче и более заметными блоками

3. Страница о магазине – мало привлекательной информации, плохо оформлена – разместить главную страницу (как предлагалось выше).

4. Фильтрация – слишком много параметров в фильтре – убрать ненужное + сделать подгрузку решений сразу после выбора параметра

Стиль ▾

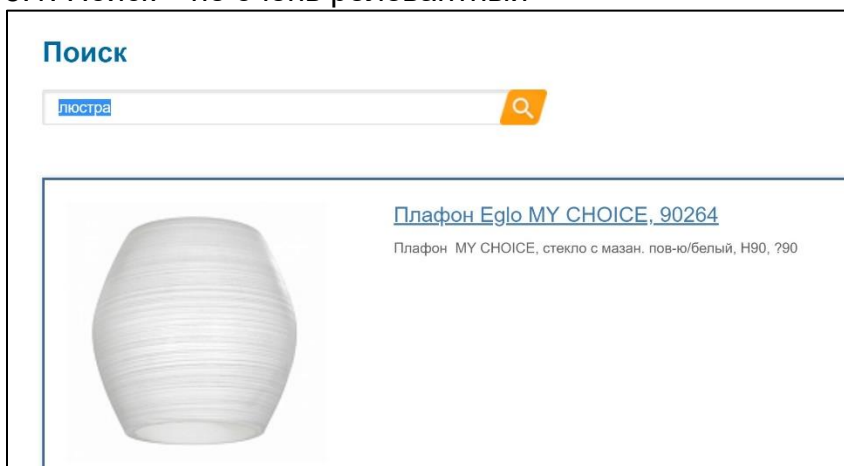
Новинка ▲
 да

Лидер продаж ▲
 да

Отступ от стены ▲
от до
68 196 324 452 580

Интерьер ▾

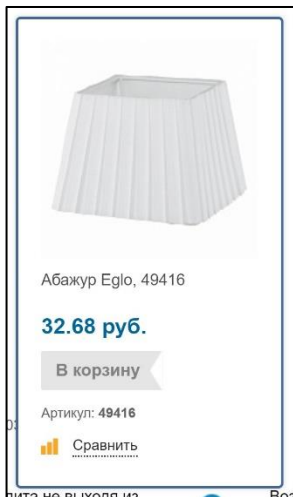
5. Сортировка – нет сортировки товаров по наличию на складе или под заказ
5.1. Поиск – не очень релевантный



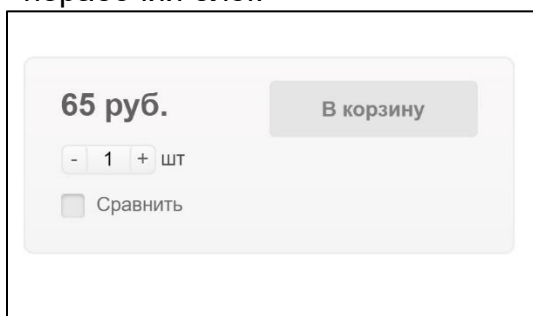
6. Карточки в каталоге:
- не везде есть цена






- нет быстрого предпросмотра, кнопки купить в один клик, НЕ добавляется в корзину



7. Карточка товара:
- нерабочий блок



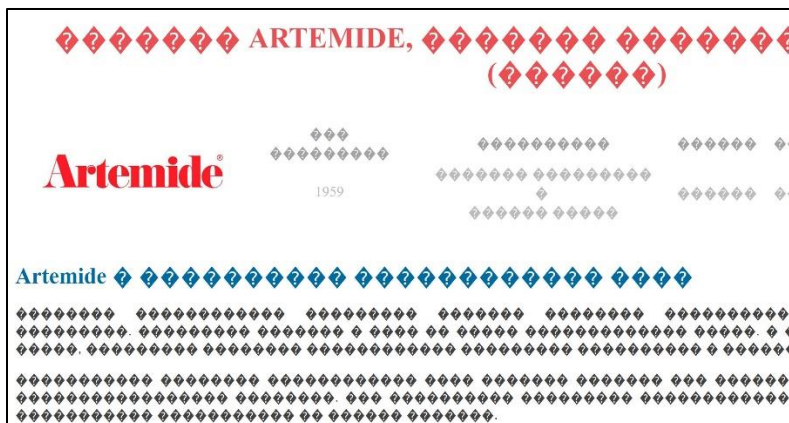
8. Сравнение:
- не все характеристики попадают в сравнение, и нет разницы между всеми характеристиками и различающимися

			
	Люстра Divinare Bergamo, 8821-09 LM-6	Люстра Divinare Carl, 5124-07 LM-6	Люстра Divinare Capillari, 8778-02 LM-12
Розничная цена	1 960 руб.	2 450 руб.	1 185,69 руб.
Интерьер	Гостиная	Гостиная	Гостиная
Производитель	Divinare	Divinare	Divinare

9. Акции – пустая страница



10. Подстраницы с производителями:
- не все страницы корректно отображаются



11. Новости освещения – неправильно подобранный контент (для сео продвижения в том числе нужны статьи про виды, технологии освещения, особенности выбора и монтажа освещения + новости компании, которые также должны сквозным блоком мелькать на всех страницах, как например скидочный блок)

12. После клика по кнопке о магазине – появляется скрытая навигация, которая включает кнопки бренды – переходит на каталог производителей, обзоры товаров – переходит на новости освещения, мой кабинет



На сайт нужно добавить фотогалерею (с выполненными проектами освещения), отзывы (фотоотзывы).

В целом также нужно проработать карту сайта и подумать над фирменным стилем сайта (и бренда в последующем).

В мобильной версии других замечаний не найдено, помимо разве что того, что контакты обрезаются сверху экрана в навигации

Контекстная реклама

Прогноз трафика по направлению продаж осветительного оборудования:

Группа запросов	Регион	Яндекс Поиск(месяц)		Google Поиск (месяц)	
		Клики, шт	Цена клика, \$	Клики, шт	Цена клика, \$
Купить осветительное оборудование	Минск	4500	0,11	2200	0,14
	РБ	8300	0,07	2200	0,14

Бюджет не является постоянной величиной и может изменяться.

Просчеты приблизительны и носят ознакомительный характер.

Итого можно получить до 6700 переходов с контекстной рекламы при бюджете в 803\$ (по Минску), до 10500 кликов при бюджете в 889 долларов (по рб).

При конверсии в 3% можно получить до 200 заявок по самым горячим ключевым словам, и тогда цена заявки составит 4\$ (по минску), до 315 заявок по цене 2,82 доллара (по рб).