

Атлас решений для коммерческой страницы

18 подробных разборов: как объяснить предложение, помочь с выбором и довести человека до подходящего обращения.

Посетитель не оценивает страницу по числу блоков. Он пытается решить свою задачу: понять применимость, сравнить варианты, разобраться в составе и рисках, выбрать следующий шаг. Этот атлас показывает, как превратить каждый такой вопрос в конкретное решение на странице.

Все компании, условия и экраны в примерах учебные. Это не аудит реальных сайтов и не измеренные результаты изменений. Мебель, промышленное оборудование и запчасти выбраны для разных способов покупки; они не ограничивают применение материала одной отраслью.

Как работать

Начните с близкой ситуации. Разберите готовый пример, затем заполните один рабочий лист для своего сайта. Переносите только подтверждённые условия своего бизнеса.

Начните с одной задачи

Откройте одну коммерческую страницу. Выберите вопрос, на который страница пока не отвечает. Сформулируйте одно изменение.

1. Найдите близкий разбор в содержании и изучите заполненный пример.
2. Запишите одно наблюдение по своему сайту. Неизвестное отметьте как вопрос.
3. Откройте онлайн-лист по ссылке или QR. Заполните только нужные пункты. При желании прикрепите записи к обращению.

Этот PDF — для чтения, печати и заметок. Поля в файле не интерактивные. Записи на бумаге и заметки в PDF не переносятся на сайт автоматически: внесите нужные выводы в онлайн-лист.



Заполнить онлайн-лист

хром-медиа.пф/s-chego-nachat-seo/materialy/stranica/#worksheet



Обсудить задачу сайта

хром-медиа.пф/s-chego-nachat-seo/obsudit-sait/

Получение материала не оформляет заявку или подписку. Обращение отправляется только после заполнения формы и вашего подтверждения.

В этом материале

1. [Сначала найдите вопрос, который мешает выбрать](#)
2. [Разбор 1. Человек не понимает, подходит ли предложение его задаче](#)
3. [Разбор 2. Покупатель не может узнать свою ситуацию в общей галерее](#)
4. [Разбор 3. Цена скрыта за кнопкой, но непонятно, что повлияет на расчёт](#)
5. [Разбор 4. Обещание «под ключ» скрывает границы ответственности](#)
6. [Разбор 5. Слова о качестве не помогают проверить качество](#)
7. [Разбор 6. Кейс показывает красивый итог, но не объясняет решение](#)
8. [Разбор 7. Посетителю трудно выбрать между похожими вариантами](#)
9. [Разбор 8. Обещание сделать любой заказ вызывает вопросы об ограничениях](#)
10. [Разбор 9. Опыт заявлен числом лет, но не связан с задачей покупателя](#)
11. [Разбор 10. Отзывы хвалят компанию, но не раскрывают опыт покупки](#)
12. [Разбор 11. Кнопка просит контакт, но не объясняет пользу обращения](#)
13. [Разбор 12. Рабочая форма не означает, что запрос дошёл до ответственного](#)
14. [Разбор 13. B2B: подбирать по рабочим условиям, а не по красивому фото](#)
15. [Разбор 14. B2B: разные участники согласуют разные риски](#)
16. [Разбор 15. Каталог: сначала совместимость, затем похожие товары](#)
17. [Разбор 16. Каталог: фильтр помогает выбрать, когда его значения понятны](#)
18. [Разбор 17. Информационная статья: полезный ответ и честный переход к услуге](#)
19. [Разбор 18. Мобильная страница: сохранить смысл при меньшем экране](#)
20. [Соберите одну страницу, а не коллекцию отдельных приёмов](#)
21. [Как понять, что изменение помогло](#)
22. [Рабочий лист для своего сайта](#)

Раздел 1

Сначала найдите вопрос, который мешает выбрать

Для учебного производителя шкафов принимаем такие условия: компания делает мебель под размер; готовность и окончательную цену подтверждает после проверки помещения и состава; у неё есть разрешённые фотографии выполненных проектов. Бесплатный выезд, рассрочка и фиксированные сроки не заданы — добавлять их в экран нельзя.

Для поставщика насосов условие другое: инженер подбирает оборудование после проверки исходных данных, а сайт не рассчитывает совместимость автоматически. Для магазина запчастей совместимость подтверждают по точному артикулу и параметрам; фотография сама по себе её не доказывает. Эти различия меняют форму, структуру и обещание страницы.

Страница как последовательность ответов

1. Моя ситуация

Что нужно сделать

2. Подходит ли

Условия и ограничения

3. Чем подтверждено

Пример и параметры

4. Следующий шаг

Данные и результат

Задача	Что нужно понять	Что показать первым
Шкаф для нестандартной ниши	Подойдёт ли решение помещению и хранению	Пример сходной задачи, варианты наполнения, исходные данные для оценки
Замена промышленного насоса	Можно ли применить оборудование в системе	Условия подбора, параметры, техническая документация
Покупка запчасти по артикулу	Совпадает ли исполнение и что входит в поставку	Артикул, характеристики, состав, условия наличия и доставки

Раздел 2

Разбор 1. Человек не понимает, подходит ли предложение его задаче

Название категории ещё не объясняет, можно ли решить конкретную задачу. Посетитель вынужден сам связывать своё помещение с вашим ассортиментом.

Слабая подача: Изготовление мебели. Качество, проверенное временем.

Учебное решение: Шкаф для ниши: размеры, наполнение и монтаж в одном проекте. Начните с размеров проёма и задачи хранения.

Почему это работает в логике выбора: Показать задачу использования и результат. На первом экране оставить только подтверждённую область работ; подробные варианты раскрыть ниже.

Что подготовить и подтвердить: Фотография подходящего результата с пояснением исходных условий. Если проектирования или монтажа нет в составе, убрать их из формулировки.

Вопросы бизнесу: Какие задачи вы действительно решаете? Какие исходные данные нужны для первого обсуждения?

Проверка: Возьмите три последних подходящих обращения. Можно ли по первому экрану понять, что эти люди обратились по адресу?

Связь с поисковым входом: Сопоставьте обещание страницы с намерением запроса. Слова о широком ассортименте не заменяют ответа на конкретную задачу.

Задача и следующий шаг на одном экране

Слабая подача

Мебель на заказ. Высокое качество. Оставьте заявку.

Предметный ответ

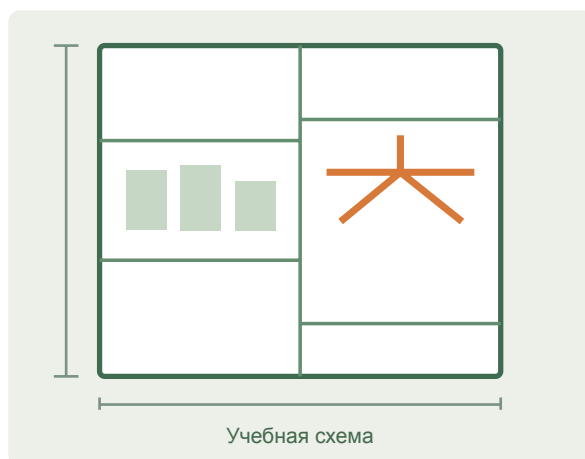
Шкаф для ниши: подберите наполнение под вещи и размеры помещения.

УЧЕБНЫЙ МАКЕТ

Шкаф для ниши

- Размеры помещения
- Задача хранения
- Вариант наполнения

Обсудить мой шкаф



Рядом с фотографией — размер ниши и задача хранения. Кнопка: «Обсудить размеры и наполнение». Под ней: «Для предварительного обсуждения достаточно размеров и фото; окончательные условия — после проверки».

Разбор 2. Покупатель не может узнать свою ситуацию в общей галерее

Красивые фотографии не объясняют, какой вариант подходит помещению, бюджету и способу использования.

Слабая подача: Посмотрите наши работы: десятки фотографий без подписей.

Учебное решение: Для узкого прохода → раздвижные двери. Для доступа ко всей ширине → проверить возможность распашных. Под фотографией — размеры, задача и причина выбора.

Почему это работает в логике выбора: Сгруппировать примеры по задаче, а не только по внешнему виду. Показать существенные условия выбора и ограничения каждого решения.

Что подготовить и подтвердить: Разрешённые фотографии и реальные параметры проектов. Техническую применимость подтверждает специалист, а не подпись к картинке.

Вопросы бизнесу: Какие варианты действительно доступны? Какие ограничения меняют рекомендацию?

Проверка: Сможет ли человек с конкретным ограничением найти близкий пример и понять, что нужно уточнить?

Связь с поисковым входом: Страница под узкую задачу имеет смысл, когда есть отдельное предложение и подходящий спрос. Не создавать десятки копий галереи ради ключевых слов.

Разбор 3. Цена скрыта за кнопкой, но непонятно, что повлияет на расчёт

Покупатель не понимает, что сравнивать и зачем ему передавать контакт. Даже при индивидуальной цене можно объяснить правила расчёта.

Слабая подача: Лучшая цена. Узнайте стоимость по телефону.

Учебное решение: Для расчёта нужны размеры, материал фасадов, наполнение и условия монтажа. В ответе — состав решения, включённые работы и отдельные платежи.

Почему это работает в логике выбора: Показать факторы цены, состав ответа и нужные исходные данные. Опубликовать подтверждённые цены или диапазоны, если они действительно применимы; иначе не придумывать их.

Что подготовить и подтвердить: Настоящий обезличенный расчёт с составом, исключениями и условиями. Перед публикацией подтвердить актуальность и право использования.

Вопросы бизнесу: Что уже входит в расчёт? Что оплачивается отдельно? Какие сведения позволяют назвать обоснованную сумму?

Проверка: Можно ли понять разницу двух предложений до звонка? Какие непредвиденные расходы могут возникнуть?

Связь с поисковым входом: По запросу со словом «цена» нужен содержательный ответ о стоимости. Простое повторение слова в заголовке не раскрывает условия.

Что покупатель сравнивает в цене

Слабая подача

Лучшая цена. Узнайте стоимость по телефону.

Предметный ответ

Для расчёта нужны размеры, материал фасадов, наполнение и условия монтажа. В ответе — состав решения, включённые работы и отдельные платежи.

УЧЕБНЫЙ МАКЕТ

Состав расчёта

- Корпус и фасады
- Наполнение и фурнитура
- Доставка и монтаж: уточнить

Уточнить состав



Макет показывает состав, а не придуманную цену. Если у бизнеса нет фиксированного комплекта, покажите реальный пример с параметрами и объясните, от чего зависит расчёт.

Раздел 5

Разбор 4. Обещание «под ключ» скрывает границы ответственности

Одинаковая фраза может означать разный состав работ. Неясность переносит существенные вопросы на момент договора или исполнения.

Слабая подача: Сделаем всё под ключ. Вам не о чем беспокоиться.

Учебное решение: Замер → проект → согласование → изготовление → монтаж. Для каждого этапа: результат, ответственный и что потребуется от заказчика.

Почему это работает в логике выбора: Раскрыть состав этапов и исключения. Отдельно назвать, кто готовит помещение и выполняет сопутствующие работы.

Что подготовить и подтвердить: Образец состава работ или этапного результата. Схема не заменяет договорные условия.

Вопросы бизнесу: Какие работы реально входят? Кто отвечает за измерения и согласование? Где заканчивается обязательство?

Проверка: Сможет ли покупатель назвать, что получит на каждом этапе и что должен подготовить сам?

Связь с поисковым входом: Коммерческая страница должна объяснять состав услуги по нужному направлению. Универсальный список этапов не заменяет существенных особенностей.

Раздел 6

Разбор 5. Слова о качестве не помогают проверить качество

Оценочное слово не даёт человеку основания отличить подходящий вариант от неподходящего.

Слабая подача: Используем только качественные материалы и надёжную фурнитуру.

Учебное решение: Покажите конкретный материал и узел: где он применяется, почему подходит для этой нагрузки, как обслуживается и чем подтверждены характеристики.

Почему это работает в логике выбора: Связать свойство с использованием. Добавить крупный фрагмент изделия, спецификацию и понятное объяснение ограничения.

Что подготовить и подтвердить: Спецификация, документ производителя или проверяемый результат испытания. Сертификат на один материал не подтверждает качество всего проекта.

Вопросы бизнесу: Какое свойство важно покупателю? Для какого режима использования оно подтверждено?

Проверка: Что покупатель сможет увидеть или проверить сам? Есть ли у каждого обещанного свойства подходящее подтверждение?

Связь с поисковым входом: Полезная конкретика отвечает на вопрос покупателя. Набор общих эпитетов не становится доказательством от добавления поисковых фраз.

Разбор 6. Кейс показывает красивый итог, но не объясняет решение

По итоговой фотографии нельзя понять сложность задачи, логику выбора и применимость такого решения к другому помещению.

Слабая подача: Ещё один стильный шкаф для нашего довольного клиента.

Учебное решение: Задача: использовать нишу без потери прохода. Ограничения → выбранная конструкция → почему отказались от альтернативы → фото результата и условия применимости.

Почему это работает в логике выбора: Показать решение вместе с исходными условиями. Разделить фактически сделанное и то, что только планировалось.

Что подготовить и подтвердить: Настоящие фотографии и исходные данные с разрешением на публикацию. Не выдавать учебный макет за работу компании.

Вопросы бизнесу: Какие ограничения были в этом проекте? Как выбирали вариант? Что можно подтвердить документом или фотографией?

Проверка: Сможет ли читатель понять, чем его задача похожа, чем отличается и что следует уточнить?

Связь с поисковым входом: Кейс может отвечать на более конкретный поисковый вопрос. Его содержание и адрес должны соответствовать реальному проекту, а не придуманному спросу.

Разбор 7. Посетителю трудно выбрать между похожими вариантами

Выбор по фотографии заставляет самостоятельно искать критерии и может привести к неподходящему решению.

Слабая подача: У нас есть разные варианты. Выберите понравившийся.

Учебное решение: Сравните по одному сценарию: доступ к вещам, место перед шкафом, ограничения конструкции, уход и состав расходов. Где условие неизвестно — задайте вопрос.

Почему это работает в логике выбора: Предложить сопоставление по понятным условиям использования. Не делать автоматического победителя, если варианты решают разные задачи.

Что подготовить и подтвердить: Технически проверенная сравнительная таблица. Значения и ограничения должны относиться к конкретным изделиям.

Вопросы бизнесу: По каким условиям специалист обычно меняет рекомендацию? Какие параметры нужно уточнить у клиента?

Проверка: Поймёт ли человек, при каких условиях стоит выбрать каждый вариант, а не просто какой дороже?

Связь с поисковым входом: Для сравнительного намерения полезен честный разбор альтернатив. Не подменять его страницей, где любой вопрос заканчивается одним и тем же предложением.

Раздел 9

Разбор 8. Обещание сделать любой заказ вызывает вопросы об ограничениях

Неограниченное обещание скрывает условия, которые могут сорвать реализацию или изменить стоимость.

Слабая подача: Выполним любой проект любой сложности.

Учебное решение: Для сложной ниши сначала проверяем геометрию, основание и доступ к месту монтажа. Если вариант не подходит, обсуждаем ограничения и возможную альтернативу.

Почему это работает в логике выбора: Описать случаи, где требуется предварительная проверка. Дать способ передать исходные данные до окончательного решения.

Что подготовить и подтвердить: Согласованные ограничения услуги и порядок технической оценки. Не обещать возможность изготовления до проверки.

Вопросы бизнесу: Какие ситуации вы не берёте? Какие можно оценить только после осмотра?

Проверка: Есть ли понятный путь для человека со сложной задачей и честный ответ для неподходящего случая?

Связь с поисковым входом: Посетитель из узкого запроса не всегда подходящий заказчик. Описание применимости помогает квалифицировать обращение, а не только увеличивать его количество.

Раздел 10

Разбор 9. Опыт заявлен числом лет, но не связан с задачей покупателя

Общий стаж компании не объясняет опыт по конкретному материалу, типу проекта или проблеме.

Слабая подача: Большой опыт. Команда профессионалов.

Учебное решение: Покажите специалиста, который решает такую задачу: его роль, пример решения, что именно он проверяет и за какой результат отвечает.

Почему это работает в логике выбора: Связать опыт с релевантной работой. Назвать роли и реальные компетенции; избегать обещания участия человека, который не работает над такими заказами.

Что подготовить и подтвердить: Подтверждённая роль, разрешённые фотографии и разборы работ. Наличие лица на странице само по себе не доказывает квалификацию.

Вопросы бизнесу: Кто отвечает за решение и исполнение? Какие похожие задачи он действительно выполнял?

Проверка: Может ли покупатель понять, кто будет работать и чем подтверждён подходящий опыт?

Связь с поисковым входом: Доказательства нужны рядом с тем обещанием, к которому относятся. Одно общее описание команды не отвечает на все вопросы разных страниц.

Раздел 11

Разбор 10. Отзывы хвалят компанию, но не раскрывают опыт покупки

Общая похвала не помогает представить процесс и проверить, насколько опыт близок своей ситуации.

Слабая подача: Всё понравилось! Рекомендуем всем.

Учебное решение: Попросите клиента рассказать: с какой задачей пришёл, что было важно при выборе, как прошла работа и какой результат он может показать.

Почему это работает в логике выбора: Собирать содержательные отзывы без подсказки желаемого ответа. Сохранять смысл слов клиента и разрешение на публикацию.

Что подготовить и подтвердить: Подлинный отзыв, источник и относящийся к нему проект, если разрешено. Нельзя превращать ответ на уточняющий вопрос в вымышленную цитату.

Вопросы бизнесу: Какой реальный эпизод подтверждает отзыв? Что клиент разрешил показать?

Проверка: Есть ли в отзыве сведения, которые помогут следующему покупателю принять решение?

Связь с поисковым входом: Отзывы поддерживают содержание страницы, когда относятся к её задаче. Массовое повторение одинаковых отзывов не заменяет полезного ответа.

Разбор 11. Кнопка просит контакт, но не объясняет пользу обращения

Посетителю неясно, что произойдёт после передачи контакта и какой вопрос он сможет решить.

Слабая подача: Получить бесплатную консультацию. Отправьте телефон.

Учебное решение: Обсудить шкаф для моей ниши. Передайте размеры или фото и задачу хранения; после уточнения вводных согласуем подходящий следующий шаг.

Почему это работает в логике выбора: Назвать предмет разговора, полезные вводные и следующий результат. Запрашивать необходимые данные, а не максимальное количество полей.

Что подготовить и подтвердить: Реальный процесс обработки обращения. Бесплатный расчёт, точный срок и готовый проект можно обещать только при подтверждённых условиях.

Вопросы бизнесу: Кто отвечает? Что действительно происходит при первом контакте? Какие вводные нужны до расчёта?

Проверка: Может ли человек объяснить своими словами, зачем нажимать кнопку и что он получит?

Связь с поисковым входом: Предложение следующего шага должно продолжать вопрос входящей страницы. Одинаковая общая консультация не всегда подходит разным намерениям.

Форма продолжает задачу выбора

Слабая подача

Получить бесплатную консультацию.
Отправьте телефон.

Предметный ответ

Обсудить шкаф для моей ниши. Передайте размеры или фото и задачу хранения; после уточнения вводных согласуем подходящий следующий шаг.

УЧЕБНЫЙ МАКЕТ

Обсудим задачу

- Что нужно разместить
- Размеры, если известны
- Как связаться

Передать задачу



Спросите только то, что требуется для ближайшего ответа. Обязательные данные отделите от необязательных. Неполные размеры не должны выглядеть как технически утверждённый проект.

Раздел 13

Разбор 12. Рабочая форма не означает, что запрос дошёл до ответственного

Клик, сохранение данных и состоявшийся разговор — разные события. Потеря может находиться после страницы, а не в недостатке посетителей.

Слабая подача: Кнопка нажата. Считаем, что появилась заявка.

Учебное решение: Разделите: попытка отправки → сохранённое обращение → передача ответственному → связь с клиентом. Для ошибки и неизвестного результата нужен понятный статус.

Почему это работает в логике выбора: Проверить весь путь с согласованным контрольным обращением. Сопоставить сохранение, доставку и обработку, не создавая реальные отправки без

разрешения.

Что подготовить и подтвердить: Запись приёма, журнал передачи и подтверждение ответственного. Успех почтового вызова не доказывает прочтение.

Вопросы бизнесу: Где хранится обращение? Кто его видит? Что происходит при ошибке? Как подтверждается связь?

Проверка: Есть ли доказательство каждого нужного этапа и порядок действий при сбое?

Связь с поисковым входом: До увеличения трафика стоит убедиться, что существующие обращения учитываются и обрабатываются. Иначе причину потерь нельзя уверенно связать с каналом.

Раздел 14

Разбор 13. B2B: подбирать по рабочим условиям, а не по красивому фото

Ситуация: инженер ищет замену насосу, который работал в существующей линии. В учебном примере у него известны расход $12 \text{ м}^3/\text{ч}$ и напор 28 м, но неизвестны свойства среды и ограничения монтажа. Это исходные данные сценария, не рекомендация по выбору оборудования.

Слабый экран предлагает «широкий ассортимент надёжных насосов» и телефон. У человека остаётся главный риск: похожая модель может не подойти системе. Даже совпадения двух чисел недостаточно для инженерного решения.

Полезный экран разделяет два входа: «Есть модель на замену» и «Нужен подбор по условиям». В первом можно передать обозначение и документацию старого узла; во втором — известные условия и список того, что ещё нужно уточнить. Неизвестное значение отмечается как неизвестное, а не заменяется нулём.

Рядом показывается пример заполненного запроса: «Замена существующего насоса; $12 \text{ м}^3/\text{ч}$, 28 м; среда и температура требуют уточнения; нужна проверка исполнения и присоединения». Посетитель видит, что неполный запрос допустим, но ещё не означает подтверждённую совместимость.

Доказательство — паспорт подходящего исполнения, характеристика с условиями и заключение специалиста после получения данных. Заявление «аналог один в один» до такой проверки убирают. Результат обращения формулируют как уточнение исходных данных и согласование порядка подбора.

Проверка: инженеру дают задачу найти способ передать неполные данные. Если он принимает учебный расчёт за готовую спецификацию или не может обозначить неизвестные параметры, подачу надо исправить до запуска трафика.

Разбор 14. B2B: разные участники согласуют разные риски

Технический специалист проверяет применимость, закупщик — состав и условия, руководитель — производственный риск. Один общий рекламный абзац вынуждает каждого заново запрашивать документы.

На странице выделяют три компактных слоя: характеристики и ограничения; состав поставки и необходимые уточнения; порядок согласования и ответственность сторон. Это не три независимых лендинга с одинаковым текстом, а три ответа в одном выборе.

Учебный блок для оборудования: «В предложении фиксируем исполнение, состав, документы и условия передачи. Для технического согласования потребуются исходные данные системы; для коммерческого — количество и место поставки». Сроки и наличие заполняют только из действительного предложения.

Покупателю нужен переносимый результат: карточка выбранного исполнения и перечень открытых вопросов. На этапе неполных данных вместо готового КП полезнее список уточнений. Скачать паспорт можно без обязательного разговора, если у бизнеса есть такое право и файл относится к конкретной модели.

Контрпример: скрыть характеристики за длинной формой ради «качественных лидов». Посетитель может лишь попытаться проверить размер присоединения. Такой барьер создаёт обращения за справкой и не доказывает интерес к поставке.

Проверка: передайте блок коллегам в ролях инженера и закупщика. Попросите назвать, что уже известно и что надо согласовать. Проверка понимания не заменяет техническое согласование реального объекта.

Разбор 15. Каталог: сначала совместимость, затем похожие товары

Ситуация: покупатель знает артикул расходного элемента, но у одной модели несколько исполнений. Большая фотография без обозначения и списка отличий не решает его задачу.

В учебной карточке есть название модели, точный артикул, существенные размеры, состав упаковки и допустимый способ проверки совместимости. Варианты отображаются с понятными различиями; при выборе меняются артикул, фото и связанные параметры.

Пример текста: «Выбрано исполнение с обозначением Z-24. Перед заказом сопоставьте артикул старой детали и параметры из документации. Если маркировка не читается, передайте фото

обозначения и известные размеры для уточнения». Z-24 — вымышленное учебное обозначение, не существующая совместимость.

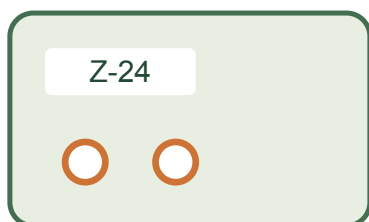
Нельзя писать «подходит ко всем версиям», если подтверждена одна. Нельзя выдавать похожие товары за взаимозаменяемые. Автоматическая рекомендация должна иметь проверенное правило и понятный источник данных.

Наличие, срок и цена относятся к выбранному исполнению и условиям поставки. Если остаток не синхронизируется, обозначают необходимость уточнения. Предзаказ не показывают как товар, который точно можно забрать сегодня.

Проверка: переключите каждое исполнение и проследите корзину или запрос. На следующем шаге должен остаться выбранный артикул; иначе ошибку выбора нельзя исправить убеждающим текстом.

Внешне похожие исполнения: различие нужно сделать видимым

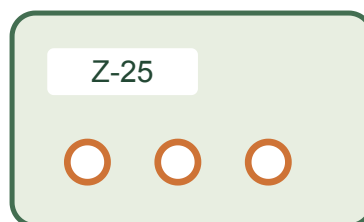
Исполнение Z-24



2 условных соединения

Выбранный вариант в учебной карточке. Обозначение должно сохраниться в запросе.

Исполнение Z-25



3 условных соединения

Похожая деталь отличается обозначением и схемой соединения. Это ещё не совместимый аналог.

Обозначения и соединения вымышлены для объяснения выбора. Рисунок не подтверждает совместимость реальных деталей; нужны документация и проверка конкретного исполнения.

Раздел 17

Разбор 16. Каталог: фильтр помогает выбрать, когда его значения понятны

Слабое решение — двадцать фильтров из названий полей поставщика. Пользователь видит «тип 1 / тип 2», не знает значений и получает пустой список. Наличие фильтра само по себе не является удобством.

Для учебного каталога выделяем сначала способ определения товара: «Знаю артикул» и «Подбираю по параметрам». Поиск по артикулу не должен требовать знания маркетинговой категории. В параметрическом входе подписи совпадают с документацией, есть единицы измерения и объяснение сложного поля.

Сценарий нулевого результата: «По выбранным параметрам товаров не найдено. Снимите ограничение по исполнению или передайте известные данные для уточнения». Не подставляйте молча неподходящий товар и не превращайте отсутствие результатов в обещание изготовить любой аналог.

Покажите выбранные условия над списком, возможность убрать одно из них и число соответствующих позиций. Сначала обеспечьте корректность данных и комбинаций; отдельную индексируемую страницу обосновывают задачей и предложением, а не любой комбинацией фильтров.

Проверка: человек с артикулом должен найти нужное исполнение, человек без артикула — понять необходимые параметры, человек без результата — выйти из тупика без потери введенных условий. Отслеживайте исправления поисковой строки и частые нулевые результаты как поводы для изучения.

Раздел 18

Разбор 17. Информационная статья: полезный ответ и честный переход к услуге

Вход «почему сайт есть, а заявок мало» не даёт основания сразу обещать SEO. Сначала читателю надо различить отсутствие подходящих посетителей, трудности выбора и потерю уже отправленных обращений.

Полезная статья проводит через три проверки: что считается обращением и где оно хранится; какие страницы получают подходящие посещения; какие условия выбора на них объяснены. Она заканчивается коротким выводом читателя: что уже известно, что предполагается и какой первый шаг нужен.

Пример заполненного вывода: «В форме есть попытки отправки, но приём не сопоставлен с журналом. По страницам услуг не выделен целевой сегмент. Сначала проверить сохранение и доставку, затем оценить качество входов». Это сценарий, не диагноз вашего сайта.

Переход к обращению: «Обсудить, что проверить первым». Возле кнопки объясняется, что вместе с сообщением можно передать выводы, если форма действительно это поддерживает. Нельзя заявлять автоматическое приложение файла, когда функция только подготовлена.

Если человек готов купить, оставьте прямой путь к обсуждению услуги. Материал не должен принуждать его пройти все упражнения или купить аудит. Если он пока разбирается, полезный результат остаётся доступным без обязательной подписки.

Проверка: после чтения человек должен суметь назвать свою неопределённость и ближайшее действие. Время на странице и скачивание не подтверждают тёплую заявку; качество обращения

оценивают отдельно.

Раздел 19

Разбор 18. Мобильная страница: сохранить смысл при меньшем экране

На телефоне недостаточно уменьшить настольный макет. Если таблица прячет условия за горизонтальным движением, галерея не подписана, а кнопка закрывает цену, важные ответы становятся недоступными.

Для учебной карточки запчасти порядок такой: артикул и выбранное исполнение; существенные параметры; состав и условия; действие. Для услуги: ситуация, пример, существенные ограничения, следующий шаг. Смена размера экрана не меняет смысл обещаний.

Сравнение из трёх вариантов можно показать последовательными карточками с одинаковыми подписями. Так покупатель сохраняет критерии: состав, применимость, уточнения, действие. Сокращать условия до нерасшифрованных значков нельзя.

Контактная кнопка может оставаться заметной, если не закрывает содержимое и не обещает чат, который никто не обрабатывает. Если действие открывает сторонний мессенджер, это переход к каналу связи, а не принятое обращение.

Проверка: без увеличения прочитать условия, изменить выбранный вариант, ввести длинную задачу, исправить ошибку и вернуться к странице. Затем проверить, сохранились ли вариант и текст. Такие сценарии нужно выполнять на итоговой странице, а не выводить из валидности макета.

Раздел 20

Соберите одну страницу, а не коллекцию отдельных приёмов

Для шкафа в нишу порядок такой: задача и применимость → три ситуации хранения → один разобранный проект → состав предварительного обсуждения и окончательного расчёта → этапы и ограничения → форма с исходными данными. Это учебная архитектура; если большинство покупателей уже знает точное исполнение, путь может быть короче.

Для промышленного насоса: вход по модели или условиям → параметры и ограничения → документы выбранного исполнения → состав поставки → открытые вопросы → передача данных инженеру. Для запчасти: поиск/фильтр → точный вариант → совместимость → состав/условия → заказ или уточнение. Повторять длинный рассказ об услуге в карточке известного артикула не нужно.

Выберите одно препятствие. Подготовьте ответ, доказательство и действие как связку. Изменение заголовка при отсутствии сведений о составе не устраняет риск покупателя. Три согласованных улучшения обычно полезнее длинного списка неподтверждённых «продающих» блоков; количество здесь не является обещанием результата.

От решения к проверке	
1. Один вопрос Что мешает выбрать	2. Предметный ответ Текст + пример
3. Доказательство Источник + границы	4. Проверка Понимание + путь

Часть задания	Заполненный учебный пример
Страница и ситуация	Услуга изготовления шкафа для нестандартной ниши; посетитель сравнивает состав работ
Сейчас	В галерее есть фото без размеров; из текста непонятно, как получить предварительную оценку
Внести	Выбрать разрешённый проект, добавить исходную задачу, размеры, состав и причину выбора наполнения. Подписать ограничения оценки до проверки помещения
Нужно получить	Утверждённый состав работ, параметры проекта, разрешение на фото; владелец — руководитель производства
Следующее действие	Форма обсуждения задачи: известные размеры, что хранить, способ связи. Необязательные данные можно пропустить
Проверить	Посетитель различает предварительное обсуждение и окончательные условия; выбранный вариант и сообщение не теряются при ошибке

Как понять, что изменение помогло

Сначала проверьте, решает ли страница задачу: человек находит подходящий вариант, понимает условия и знает, что произойдёт после действия. На этом шаге достаточно описанного задания и наблюдения за затруднениями; оценка «красиво» не заменяет выполнения задачи.

Затем проверьте сохранение выбранных параметров, приём сообщения и обработку ответственным. Это отдельный путь. Не следует считать каждый переход к мессенджеру обращением или почтовый ответ сервера — прочтением письма.

Бизнес-результат рассматривайте по сопоставимой аудитории и периоду: подходящие обращения, состоявшиеся разговоры, продажи при доступных данных. Если одновременно изменились источник, предложение и сезон, рост нельзя уверенно приписать новому блоку. При малом числе событий полезнее качественный разбор обращений, чем поспешный вывод о победителе.

Рабочий лист ниже превращает выбранный разбор в задачу. В нём достаточно одного изменения: точная страница, оставшийся вопрос, текст/схема, доказательство, ограничения и проверка. Содержание листа сохраняйте отдельным файлом; этот материал не отправляет его в агентство автоматически.

Рабочий лист для своего сайта

Сформулируйте одну задачу по выводам материала. Неизвестное отметьте как вопрос. Здесь можно делать заметки на бумаге или в PDF-редакторе. Для заполнения в браузере откройте онлайн-лист по ссылке ниже. Этот файл ничего не отправляет и не прикладывает к заявке автоматически.

1) Одна страница и задача посетителя

Пример: страница шкафа в нишу; нужно понять состав и способ предварительной оценки.

2) Что наблюдается сейчас

Запишите точный текст, место или действие. Не подменяйте наблюдение причиной отказа.

3) Какой вопрос остаётся без ответа

Пример: входит ли монтаж и что нужно для расчёта.

4) Первое изменение

Готовый заголовок/состав блока/варианты выбора. Укажите, какие факты надо подтвердить.

5) Доказательство

Что показать: проект, параметр, документ, условие; кто разрешает публикацию.

6) Условия и ограничения

Когда решение не подходит; что не подтверждаем до проверки.

7) Проверка результата

Сначала понимание и работа пути, затем подходящие обращения по сопоставимому сегменту.

Если нужна помощь с сайтом

В обращении укажите адрес сайта, задачу и то, что уже удалось проверить. Выводы из рабочего листа можно вставить в описание задачи.



Заполнить онлайн-лист

хром-медиа.рф/s-chego-nachat-seo/materialy/stranica/#worksheet



Обсудить задачу сайта

хром-медиа.рф/s-chego-nachat-seo/obsudit-sait/

Источники и дополнительное чтение

Разборы и заполненные сценарии созданы для этого материала. Ссылки ниже помогают углубить отдельные методы; они не подтверждают результаты наших учебных примеров.

1. [Tilda Education — ошибки дизайна](#)

Референс объяснения визуальных решений на примерах; наши экраны и выводы созданы для этого атласа.

2. [Яндекс — оптимизация посадочной страницы](#)

Отраслевой чек-лист для страниц привлечения водителей: ориентир проверки ясности условий и следующего шага. Это не универсальный стандарт всех отраслей.

3. [Google — выбор SEO-специалиста](#)

Основание осторожного отношения к гарантиям позиций; результаты атласа не измерялись.

CHROME MEDIA · Материал помогает сформулировать решение; применимость и результат изменений проверяются на вашем бизнесе.