## Чем отличается плохой сайт от хорошего сайта?

Любой сайт создается для решения определенных задач. Если список этих задач сайт решает и дает ожидаемый результат, то сайт хорош, если нет, то он плох.

Задача	Плохой результат	Что нужно делать?	Хороший результат
Презентация продукции/услуг	Некачественные фото продукции. Недостаточно информации о продукции, чтобы принять решение о приобретении. В результате неудовлетворенный клиент закрывает сайт.	Сделать качественные фотографии, описание. Дать клиенту красивую и подробную презентацию о продукте. Если просмотр продукции вызывает положительные эмоции и желание приобрести, цель достигнута. Ваша ЦА должна получить всю информацию, которая ей нужна, чтобы принять решение работать с вами.	Клиент постоянно говорит, что ему понравился сайт, все понятно, что он пришел е вам через сайт. Если есть нужное вам количество клиентов, которые пришли непосредственно через сайт, просмотрев там вашу презентацию. Например, ежемесячно приходит 5 клиентов через сайт и как минимум один его хвалит.
Повышение узнаваемости компании	Никто не знает о вашем сайте, посещаемость сайта плохая (в среднем до 50 человек в сутки), сайт не выходит в поисковиках по ключевым запросам.	Сделать так, чтобы при любом запросе и везде, где речь заходит о задачах и проблемах, которые вы решаете выходила информация о вашей компании. Дать рекламу на посещаемых сайтах, запустить контекстную и таргетированную рекламу, сделать SEO.	При запросе услуг в поисковике вы выходите на первой странице в первой тройке запросов. На всех тематических площадках есть упоминание о вас, в социальных сетях есть ваша реклама.
Повышение имиджа/солидности компании	Сайт выглядит очень дешево, либо имеются графические ошибки, недоработки, пустые разделы, разделы в разработке.	Нужно полностью переделать сайт, сделать качественную дорогую презентацию, очень дорогой и представительный дизайн, написать грамотные тексты, заполнить все пустоты и исправить все ошибки.	Вы постоянно слышите комментарии о том, какой красивый и удобный у вас сайт. Вам он нравится, когда вы на него смотрите. Нет такого конкурента, у кого сайт выглядит лучше, чем ваш.
Оптимизация/экономия рабочего времени, рабочих процессов	Вы тратите очень много времени на процессы, которые можно было бы автоматизировать, например: Делаете рассылку новостей компании клиентам на е-мейл, подолгу объясняете адрес вашего офиса по телефону клиенту, отправляете на е-мейлу каталог вашей продукции, новым сотрудникам объясняете все ньюансы вакансии, хотя информацию можно было бы получить на сайте. Т.е. у вас есть какие-то временезатратные процессы, которые можно было бы автоматизировать.	Внедрить на сайт необходимые разделы и функции, которые могли бы автоматизировать рабочий процесс, сэкономит время.	Клиенты получают всю информацию на сайте, звонков тревожащих вас по пустякам мало, многие процессы осуществляются прямо на сайте, подаются заявки, скачиваются договора, регистрируются клиенты, заполняются анкеты, консультируются клиенты и др. Вы тратите времени в 2 раза меньше на механичесвие процессы, производительность ваших сотрудников увеличивается в 4 раза.
Повышение уровня сервиса	Конкуренты решают многие вопросы и задачи клиентов через сайт, многие клиенты этим пользуются. А у вас эти	Автоматизировать все процессы работы с клиентами, перенести их в онлайн, создать личный кабинет и др.	в процессе

	процессы не выстроены в онлайне.		
Продажа товаров/услуг, привлечение клиентов	в процессе	в процессе	в процессе
Повышение лояльности клиентов к компании	в процессе	в процессе	в процессе
Инструкция к товару, товародополнение	в процессе	в процессе	в процессе
Контроль качества производства товаров/услуг	в процессе	в процессе	в процессе
Обратная связь с ЦА	в процессе	в процессе	в процессе
Выделиться среди конкурентов	в процессе	в процессе	в процессе
Адекватная самооценка компании/бизнеса	в процессе	в процессе	в процессе