

Какой сайт «Волгомаст» использовать в рекламе

Проверены два сайта производителя битумных мастик и праймера: **volgomast.ru** и **волгомаст.рф**. Цель — выбрать основной домен для рекламы и определить необходимый объём работ до запуска.

ВЕРДИКТ

К платному трафику пока не готов

На выбранном сайте нет сведений о продавце, а упомянутые при оформлении заказа документы нельзя открыть.

ВЫБРАННЫЙ ДОМЕН

volgomast.ru

На нём уже работает каталог, и этот адрес рекомендуется сохранить как основной.

АУДИТ

Дата	14 августа 2026
Формат	Базовый аудит
Устройства	Компьютер и смартфон

Короткий ответ для принятия решения.

Развивать целесообразно volgomast.ru, однако в текущем виде сайт не готов к системному привлечению платного трафика.

На **volgomast.ru** есть 17 отдельных карточек, цены, корзина и страница оформления заказа. Товар добавляется, сумма пересчитывается, оформление открывается. Это подтверждает базовую работоспособность магазина, но не его готовность принимать рекламный трафик: сайт должен не только оформить уже выбранный товар, но и помочь посетителю подобрать материал, объяснить различия, показать условия покупки и последовательно довести до заказа.

На **волгомаст.рф** больше продающего контента, однако видимые кнопки покупки не открывают товар или корзину. Товары собраны на одной очень длинной странице, а дублирующие блоки уже расходятся по цене.

Что мешает запуску выбранного сайта

- 1 Не раскрыты продавец и условия сделки.** Нет наименования юрлица или ИП, адреса и ОГРН/ОГРНИП; правила продажи и политика конфиденциальности не открываются, а стоимость и сроки доставки не раскрыты.
- 2 Каталог не обеспечивает обоснованный выбор.** 17 позиций представляют 6 товарных линеек с фасовками, но собраны в общей категории «Тор». Назначения и характеристики находятся внутри текста, а описания нескольких разных видов мастик практически повторяются.
- 3 Первый экран не содержит коммерческого предложения.** Посетитель видит крупный логотип, но не получает краткого ответа: что продаётся, для каких задач подходит, где доступно и что сделать дальше. Без этого платный трафик нельзя вести даже на первичный тест.
- 4 Рекламный запрос не получает соответствующей страницы.** Посетители, которым нужна мастика для кровли, фундамента или металла, попадают в общий список товаров. Связь одного товара с несколькими назначениями на сайте не представлена.
- 5 Путь к обращению собран из несвязанных элементов.** Оформление заказа перегружено боковой колонкой, а Telegram, WhatsApp и MAX представлены разнородно и конкурируют за внимание.
- 6 Техническая среда увеличивает потери и риск расхождения данных.** На смартфоне основное содержимое появляется через 6,4 с; HTTP и HTTPS доступны параллельно, два домена содержат отдельные витрины, а дублирующие блоки на .рф уже расходятся по цене.

Минимум до запуска

1. Добавить реквизиты продавца, опубликовать политику обработки данных и публичную оферту, сделать ссылки на документы доступными до отправки заказа.
2. Получить техническую матрицу производителя и структурировать товарные линейки, фасовки, назначения, характеристики и документы.
3. Пересобрать первый экран: показать товар, назначение, фасовки, географию, ориентир по цене и понятные кнопки действия.
4. Проверить гипотезу о посадочных по задачам покупателей и подготовить базовые шаблоны каталога, карточки товара, корзины и оформления заказа.
5. Зафиксировать реальные условия оплаты, доставки и самовывоза.

6. Привести домены к одному HTTPS-адресу и после переноса полезного контента направить домен .рф на .ru.

7. Ускорить мобильную версию и провести сквозную проверку выбора товара, корзины и заказа.

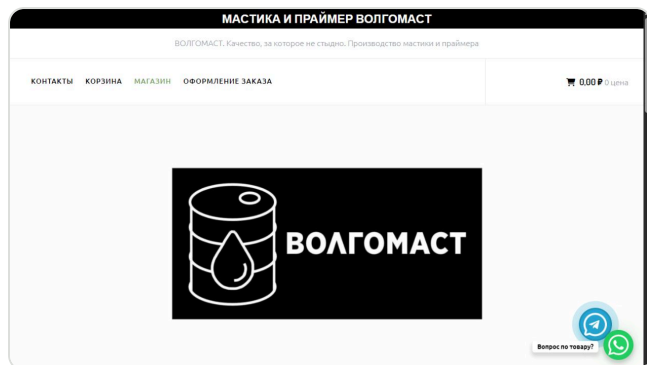
02 Сравнение двух сайтов

Сильные стороны распределены между сайтами: техническая коммерческая основа лучше на .ru, а часть маркетингового материала — на .рф.

КРИТЕРИЙ	VOLGOMAST.RU	ВОЛГОМАСТ.РФ	ВЫВОД
Структура	WooCommerce, 17 карточек, корзина и оформление заказа	Одна длинная Tilda-страница	Преимущество .ru
Покупка	Товар добавляется, страница оформления заказа открывается	Видимые кнопки меняют фрагмент адреса после знака #, но не открывают корзину	Преимущество .ru
Посадочные для рекламы	Есть отдельные адреса товаров	Только главная страница	Преимущество .ru
Маркетинговый контент	Короткий каталог и общий рассказ о проекте	Назначение, скидочные цены, отзывы, доставка и подробные описания	Полезные блоки перенести на .ru
Цены	Одна актуальная цена в карточке	Один праймер стоит 2 255 Р в видимом блоке и 2 250 Р в скрытом дубле	Риск на .рф
Мобильная скорость (Lighthouse)	51; основное содержимое — 6,4 с; стабильность макета — 0,15	40; основное содержимое — 4,3 с; стабильность макета — 0,464	Оба требуют работ, .ru стабильнее
Юридическая информация	Нет сведений о продавце; названия документов при оформлении заказа не являются ссылками	Нет сведений о продавце и доступных документов	Блокер у обоих
Поддержка	Единый каталог проще синхронизировать	Дубли товаров внутри страницы и второй независимый каталог	Преимущество .ru

РЕШЕНИЕ ПО ДОМЕНАМ

Основной адрес — <https://volgomast.ru/>. Домен волгомаст.рф оставить как защитный и после переноса полезного контента настроить постоянное перенаправление на основной сайт. Две параллельные витрины увеличивают риск разных цен, условий и рекламных обещаний.



volgomast.ru. Есть навигация магазина, но полезная площадь занята логотипом; товара, цены и понятной кнопки действия на первом экране нет.



volgomast.rf. Первый экран ещё лаконичнее: логотип и слоган без навигации, цены и понятного следующего шага.

03 Состояние выбранного сайта

Балльная оценка не используется: вердикт определяется блокерами и рисками запуска.

НАПРАВЛЕНИЕ	СОСТОЯНИЕ	КОММЕНТАРИЙ
Техническая доступность	Критично до запуска	22 основных защищённых адреса отвечают корректно, но HTTP не перенаправляется на HTTPS, а канонические ссылки и карта сайта указывают на незащищённый протокол.
Мобильная версия и скорость	Критично до запуска	Интерфейс адаптируется, однако основное содержимое появляется через 6,4 с, а смещение элементов при загрузке превышает рекомендуемый уровень. Часть посетителей не дожждётся товаров.
Предложение, контент и доверие	Критично до запуска	Есть цены и назначения, но нет коммерческого первого экрана, подтверждений качества, понятных условий и посадочных по задачам.
Конверсионный путь	Есть риски	Добавление в корзину и оформление заказа работают. Финальный заказ не отправлялся; доставка по умолчанию показана как бесплатная, условия не объяснены.
Рекламные и юридические риски	Блокирует запуск	Нет идентификации продавца. При оформлении заказа есть фраза о согласии с правилами и политикой конфиденциальности, но названия документов не являются ссылками.

04 Что исправить до рекламы

P0 блокирует запуск. **P1** необходимо закрыть до полноценного теста.

ПРИОР.	ПРОБЛЕМА	ПОЧЕМУ ЭТО ВАЖНО	ЧТО СДЕЛАТЬ
P0	Нет сведений о продавце	Покупатель не понимает, с кем заключает сделку; для дистанционной продажи это риск модерации и претензий.	Разместить полное наименование, адрес, ОГРН/ОГРНИП, ИНН и контакты в подвале, разделе контактов и при оформлении заказа.
P0	Не настроены ссылки на документы	Форма заказа работает, но названия правил продажи и политики конфиденциальности показаны простым текстом. Покупатель не может открыть документы до отправки заказа.	Опубликовать политику обработки данных и публичную оферту, связать названия с соответствующими страницами и проверить ссылки в форме заказа.
P1	Нет единого основного адреса	HTTP и HTTPS доступны параллельно; два домена содержат похожие витрины.	Перенаправить HTTP и адрес с www на единый HTTPS-адрес, исправить канонические ссылки, карту сайта и структурированную разметку; настроить постоянное перенаправление со второго домена.
P1	Первый экран без предложения	Платный посетитель видит бренд, но не понимает назначение, цену, доставку и следующий шаг.	Показать продукт, применения, фасовки, географию, ориентир по цене и две понятные кнопки действия.
P1	Нет посадочных по задаче	Запросы про кровлю, фундамент, антикоррозию и подготовку основания ведут в общий список товаров.	Проверить предварительные направления по технической матрице и рекламному спросу, затем создать подтверждённые посадочные и связать их с едиными карточками. Один товар может относиться к нескольким назначениям.
P1	Каталог не отражает товарную модель	17 позиций представляют 6 товарных линеек с разными фасовками, но собраны в общей категории «Тор»; назначения и характеристики находятся внутри описаний.	Задать структуру «товарная линейка → фасовка и товарный вариант → назначения → характеристики → документы» и поддержать связь товара с несколькими назначениями.
P1	Описания не помогают выбрать состав	У разных видов мастик назначения практически повторяются, поэтому покупатель не видит различий и не понимает, какой материал выбрать.	Получить техническую матрицу производителя, структурировать параметры и подготовить таблицу выбора материалов.
P1	Нет единой системы шаблонов	Каталог, карточки и оформление заказа используют перегруженную компоновку с боковой колонкой, видео и разнородными виджетами связи.	Спроектировать единые шаблоны каталога, назначения, карточки, корзины, заказа, оптовой заявки и служебных страниц.

ПРИОР.	ПРОБЛЕМА	ПОЧЕМУ ЭТО ВАЖНО	ЧТО СДЕЛАТЬ
P1	Медленная мобильная загрузка	Основное содержимое появляется через 6,4 с, а полная готовность страницы к взаимодействию наступает через 9,9 с. Это увеличивает отказы и снижает ценность клика.	Сжать изображения, убрать ресурсы, задерживающие показ страницы, сократить объём стилей и сценариев, ускорить сервер.
P1	Непрозрачная доставка	При оформлении заказа показан текст «Free shipping» («Бесплатная доставка»), тогда как контакты обещают самовывоз и доставку по России без цены и срока.	Задать реальные зоны, стоимость, сроки и адреса самовывоза; проверить расчёт по региону.
P1	Неподтверждённые доказательства	Заявлены сертификаты, паспорта и сравнение с конкурентами, но документов и методики нет.	Приложить документы и подготовить подтверждённое описание испытаний либо смягчить формулировки.
P1	Две независимые витрины	На .рф уже расходуется цена одного товара между блоками.	Перенести полезный контент, отключить продажи на .рф и настроить постоянное перенаправление.

Почему это не набор точечных правок. Перечисленные задачи затрагивают товарную модель, назначения и характеристики, карточки и посадочные страницы, навигацию и оформление заказа. Поэтому их необходимо рассматривать как единую систему работ, а не как отдельные исправления. Возможные варианты реализации сравниваются в разделе 6.

05 На чём строить рекламу

Сохранять имеет смысл домен, товарные данные и полезные материалы. Пользовательскую часть и архитектуру целесообразно собрать заново.

17 товаров с ценами

Ассортимент уже можно разделить по типу материала, фасовке и назначению.

Отдельные карточки

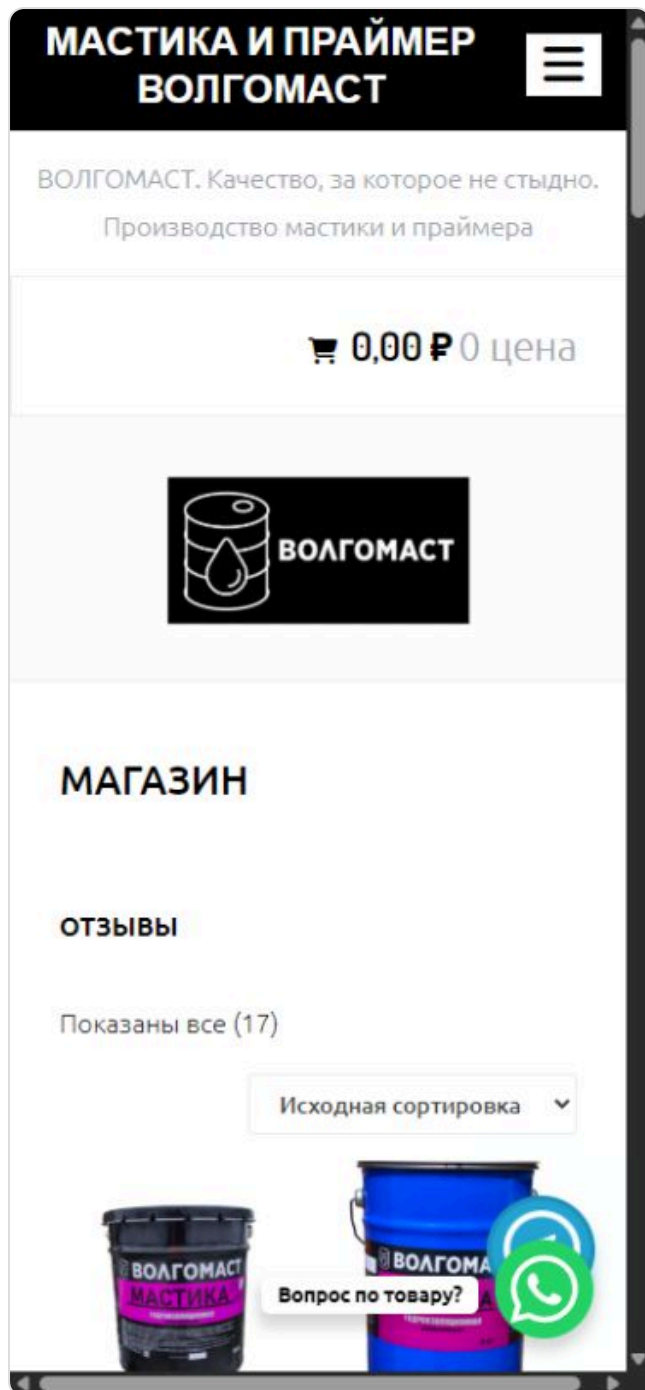
На конкретный праймер или мастику можно вести узкий поисковый трафик.

Рабочая корзина

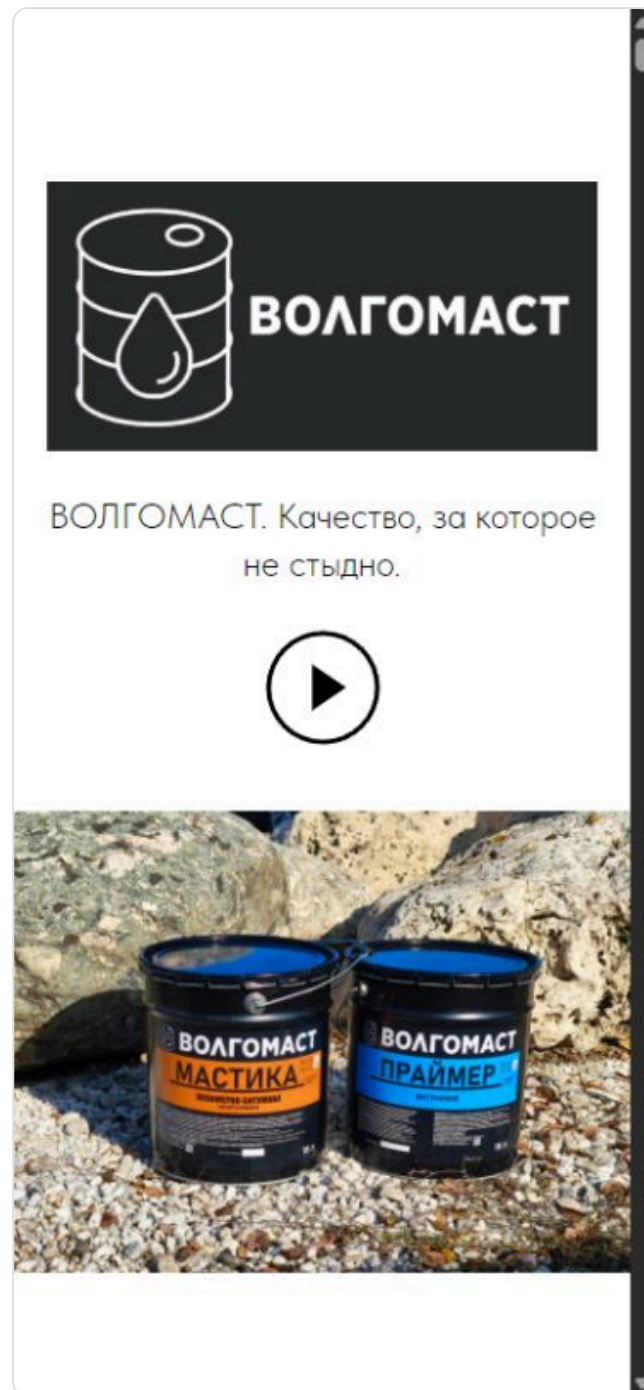
Товар добавляется, сумма пересчитывается, оформление заказа доступно без регистрации.

Опт и розница

Есть отдельные телефоны — это готовая основа для двух сценариев обращения.



Выбранный .ru. Магазин и товары появляются на первом мобильном экране, но логотип и виджеты забирают много места.



Сайт .рф. Визуально аккуратнее, но товарный путь остаётся односторонним и кнопки покупки не запускают корзину.

Рекомендации ниже описывают требования к новой версии сайта на домене volgomast.ru.

СТРАТЕГИЧЕСКАЯ РЕКОМЕНДАЦИЯ

По объёму работ это новая версия сайта; предпочтительный вариант реализации — Next.js

Для полноценной работы с рекламным трафиком из Яндекс Директа потребуется заменить главную страницу, шапку и подвал, структуру каталога, карточки товаров, оформление заказа, мобильный сценарий и каналы связи, а также создать посадочные страницы по видам работ. Это практически все ключевые пользовательские шаблоны.

Такой объём можно реализовать как на WordPress — с новой темой, новыми шаблонами и пересмотренным набором плагинов, — так и на современном кодовом стеке. В обоих случаях речь идёт не о точечных правках, а о проектировании и разработке новой версии сайта. WordPress остаётся допустимым вариантом, однако для дальнейшего развития, нестандартных функций и интеграций предпочтительнее архитектура на Next.js.

Сохранить и перенести

- домен volgomast.ru и адреса полезных страниц;
- 17 товаров, цены и характеристики;
- подходящие фотографии и документы;
- контакты и проверяемые маркетинговые материалы.

Спроектировать заново

- главную, шапку, подвал и навигацию;
- каталог, карточки товаров и посадочные по видам работ;
- корзину, оформление и административную часть заказов;
- мобильный интерфейс, доставку, документы и единый блок связи.

Вариант 1. Новый сайт на WordPress

- знакомая административная часть и стандартный WooCommerce;
- потребуются новая тема, шаблоны каталога, карточек и оформления заказа;
- для отдельных функций и интеграций по-прежнему могут понадобиться плагины;
- сопоставимая гибкость товарных фидов — автоматических выгрузок ассортимента — потребует собственной разработки и сопровождения отдельного модуля или плагина, поэтому преимущество готовой платформы сокращается;
- подходит, если приоритет — знакомая платформа, экосистема WooCommerce и типовые сценарии интернет-магазина.

РЕКОМЕНДУЕМЫЙ ВАРИАНТ

Вариант 2. Новый сайт на Next.js

- единая кодовая архитектура без привязки к теме WordPress;
- админка для товаров, страниц, документов, контактов и заказов;
- гибкое подключение системы учёта клиентов, учётных систем, оплаты, доставки, калькуляторов и личных кабинетов через прямые интеграции;
- собственный модуль товарных фидов: неограниченное число вариантов выгрузки с разным ассортиментом, ценами, категориями, названиями, описаниями, изображениями, адресами страниц и правилами отбора для рекламных площадок, маркетплейсов и партнёров;
- ключевая бизнес-логика проектируется и контролируется как часть единого решения, а не распределяется по набору независимых WordPress-плагинов;
- больше контроля над скоростью, интерфейсом и дальнейшим развитием.

Предпочтительный стек: Next.js + TypeScript + Payload CMS + PostgreSQL. Это не исключает WordPress как допустимый вариант, но даёт больше свободы для развития и позволяет централизованно контролировать код, зависимости и интеграции. Для ассортиментного проекта особенно важен собственный модуль товарных фидов: нужные форматы и варианты выгрузки создаются по правилам бизнеса и рекламы без зависимости от возможностей, лицензий и совместимости сторонних плагинов.

6.1 Главная страница и предложение

ПРИМЕР СМЫСЛОВОЙ КОНСТРУКЦИИ

Битумные мастики и праймер Волгомаст от производителя

Для кровли, фундамента и антикоррозионной защиты. Фасовки 1,8 / 4 / 16 кг. Самовывоз в Волгограде и доставка по России — после подтверждения условий.

Подобрать материал

Получить оптовый прайс

Первый экран должен отвечать на четыре вопроса: что продаётся, для каких работ, где доступно и что сделать дальше. Логотип остаётся в шапке, но перестаёт быть главным содержанием страницы.

Однако изменением первого экрана задача не ограничивается. Главную страницу нужно выстроить как последовательный коммерческий маршрут: компактная шапка → предложение → выбор по назначению → товарные линейки и фасовки → таблица подбора → преимущества и подтверждающие документы → доставка и оплата → отдельные действия для розницы и опта → единый блок связи и полноценный подвал.

6.2 Посадочные страницы по задачам покупателя

Четыре направления ниже — предварительная гипотеза, основанная на назначениях, указанных в текущих карточках товаров. Окончательный состав страниц и распределение товаров определяются после подтверждения технической матрицы производителя и проверки рекламного спроса. Один товар может быть представлен в нескольких направлениях, но сохраняет единую карточку.

Кровля

Ремонт и устройство кровель, швы, примыкания, рулонные материалы.

Фундамент и подвал

Гидроизоляция конструкций, свай и объектов во влажной среде.

Металл и трубы

Антикоррозионная обработка конструкций и заглубляемых элементов.

Праймер

Подготовка основания перед мастикой и мягкой кровлей.

Внутри каждой посадочной: проблема и результат, подходящие продукты, таблица характеристик, расход, время высыхания, фасовки, цена, документы, доставка и понятная кнопка действия. Карточки товаров остаются конечным уровнем.

6.3 Доверие и выбор

- Разместить сертификаты и паспорта качества рядом с конкретными товарами.
- Подготовить описание испытаний на объекте «Пересвет-Юг» с условиями, материалом и подтверждаемым результатом.
- Не использовать сравнение с конкурентами без понятных параметров и доказательств.
- Перенести отзывы с .рф только вместе с источником; не показывать рейтинг «4,9 из 5 на основе 147 оценок» без проверяемого происхождения.
- Добавить таблицу выбора: назначение, расход, высыхание, температурный режим, фасовка и цена.

6.4 Розница и опт

Рознице нужен быстрый выбор, цена, доставка и покупка. Оптовому клиенту — диапазон объёма, индивидуальная цена, документы, условия отгрузки и контакт менеджера. Эти сценарии стоит развести на первом экране и в формах, сохранив единый каталог.

6.5 Каналы связи

Telegram, WhatsApp и МАХ подключены тремя несогласованными способами. Telegram и WhatsApp показаны отдельными плавающими виджетами с разным оформлением, а кнопка МАХ находится внизу боковой колонки. Из-за разного положения, размера, подписей и визуального стиля каналы не воспринимаются как единая система коммуникаций.

- Заменить отдельные плагины одним компактным виджетом или единым блоком «Связаться с нами».
- Сделать МАХ основным мессенджером для аудитории в России; Telegram и WhatsApp оставить дополнительными каналами, если менеджеры действительно отвечают в них.
- Добавить рядом обычный телефон и часы ответа, чтобы связь не зависела только от мессенджеров.
- Использовать одинаковые размеры, подписи и состояния кнопок; на смартфоне виджет не должен перекрывать товары и основные кнопки.

На дату аудита доступность отдельных функций Telegram и WhatsApp в России ограничена: Роскомнадзор сообщал о частичном ограничении звонков и позднее подтверждал, что решение об их разблокировке не принималось. МАХ включён в перечень программ для обязательной предустановки и развивается как национальный сервис обмена информацией. Источники: сообщение об ограничении, сообщение о сохранении ограничений, Правительство России о МАХ. Поэтому МАХ целесообразно выделить как основной, но не единственный канал.

6.6 Техническая оптимизация

51

Оценка производительности

6,4 с

Появление основного содержимого (LCP)

0,15

Стабильность макета (CLS)

3,4 МБ

Передано при загрузке

- Перевести крупные изображения в современные сжатые форматы WebP или AVIF; потенциальная экономия составляет около 812 КБ.
- Заранее задать размеры изображений и виджетов, чтобы показатель стабильности макета был не выше 0,1.
- Не подключать тяжёлые универсальные библиотеки и несколько виджетов для одной функции; ограничить объём стилей и сценариев.
- Снизить время ответа корневого документа с текущих 1,53 с за счёт предварительной генерации или серверного кеширования каталога и оптимизированного размещения новой версии.
- Использовать один основной заголовок, заполнить описание страницы и привести структурированную разметку организации и товаров к одному защищённому адресу.

Сначала снимаются блокиеры, затем усиливается экономика рекламного трафика.

До тестового запуска

Задачи ниже следует реализовывать как требования к новой версии сайта независимо от выбранной платформы. Предпочтительный вариант реализации — Next.js + Payload CMS.

ПРИОР.	ЗАДАЧА	РЕЗУЛЬТАТ	ИСПОЛНИТЕЛЬ
P0	Добавить сведения о продавце	Покупатель и модерация видят сторону сделки	Клиент + юрист/ редактор
P0	Опубликовать политику и публичную оферту, настроить ссылки в форме заказа	Покупатель может прочитать документы до отправки заказа	Юрист + разработчик
P1	Утвердить платформу новой версии; рекомендуемый вариант — Next.js + Payload CMS	Зафиксированы архитектура и возможности дальнейшего развития	Клиент + разработчик
P1	Спроектировать и разработать базовую версию сайта для тестового запуска	Единая архитектура и обязательный пользовательский путь без зависимости от старой темы	Проектировщик + дизайнер + разработчик
P1	Перенести товары, материалы и необходимые адреса страниц	Сохранены полезные данные и непрерывность основного домена	Редактор + разработчик
P1	Свести домены к HTTPS volgomast.ru	Один адрес, одна цена и одна рекламная история	Разработчик
P1	Новый первый экран	Предложение и основные кнопки видны без прокрутки	Маркетолог + дизайнер
P1	Проверить гипотезу о посадочных по применению и разработать подтверждённые направления	Рекламные запросы получают соответствующие им страницы	Маркетолог + редактор
P1	Настроить доставку и оплату	Показаны реальные сроки, зоны и стоимость без неподтверждённой бесплатной доставки	Клиент + разработчик
P1	Оптимизировать скорость	Основное содержимое появляется не позднее 2,5 с, макет стабилен	Разработчик
P1	Повторно проверить заказ	Подтверждены получение заказа менеджером и уведомление покупателя	Разработчик + менеджер

После снятия блокировок

ПРИОР.	ЗАДАЧА	ЭФФЕКТ
P2	Разделить опт и розницу	Меньше лишних шагов для двух разных аудиторий
P2	Основательно пересобрать главную страницу	Последовательный коммерческий маршрут от предложения и выбора материала до покупки или обращения
P2	Фильтры и таблица выбора	Быстрее подобрать тип и фасовку
P2	Документы и подтверждённое описание испытаний	Доказательства вместо общих обещаний
P2	Оптимизировать оформление заказа: убрать лишние страны и боковую колонку, перевести надпись «Free shipping», уточнить обязательность телефона	Меньше отвлечений и ошибок при заказе
P2	Переименовать служебный адрес /my-account/ в понятный /contacts/	Понятный адрес и навигация
P2	Объединить MAX, Telegram и WhatsApp в один виджет; MAX сделать основным каналом	Единый интерфейс связи без конкурирующих кнопок и перекрытия товаров на смартфоне
P3	Исправить метаданные и структурированную разметку	Единая техническая идентичность сайта
P3	Упростить боковую колонку и подвал	Меньше визуального шума

Условия старта

Базовая версия развёрнута на volgomast.ru, закрыты все задачи P0 и P1, а заказ проверен до подтверждения получения менеджером и уведомления покупателя. Основательная пересборка всей главной остаётся задачей P2 для качественной и системной работы рекламы.

Первая волна рекламы

После подтверждения технической матрицы и проверки рекламного спроса начать с узких поисковых групп по типу продукта и задаче: битумный праймер, мастика для кровли, гидроизоляция фундамента, антикоррозионная мастика. Трафик вести на соответствующую категорию или товар, не на общую главную.

Розница и опт

Розничные запросы вести в покупку, оптовые — на отдельную посадочную с документами, условиями отгрузки и заявкой на прайс.

Домен .рф

Не использовать в объявлениях. После переноса контента он должен только перенаправлять на основной сайт.

Проверено

Компьютер Смартфон, ширина 390 пикселей HTTP/HTTPS и перенаправления 22 адреса .ru
Ошибки 404 robots.txt и карта сайта Корзина Оформление заказа без отправки
Lighthouse для смартфона

Не проверялось

Финальная отправка заказа Получение в системе учёта или почте
Административная часть и хостинг изнутри Платёжная система Системы веб-аналитики

Заказ не отправлялся, поскольку это потребовало бы передачи персональных данных и создало внешний заказ. Фактически подтверждены добавление товара, корзина и загрузка страницы оформления заказа. Перед запуском новой версии нужен контролируемый сквозной тест с подтверждением получения.

Регион рекламы, приоритетные товарные направления и основной целевой сценарий клиентом не подтверждены; рабочее предположение — Волгоград и доставка по России, розничная покупка и оптовое обращение.

Аудит подготовлен маркетинговым агентством «На Виду». Клиент: «Волгомаст». Дата проверки: 14 августа 2026 года.

Проверка выполнена как внешний аудит готовности к контекстной рекламе без доступа к административной части, хостингу и внутренним системам. Юридические пункты обозначают риски и не являются юридическим заключением.