

Аудит сайта DAR КОФЕ

Доставка зернового кофе и ингредиентов для вендинга в Кирове, сервис, продажа и аренда кофемашин. Проверяли направление «Доставка кофе» — страницу, на которую пойдёт реклама. Сайт: darcoffee43.ru

ВЕРДИКТ

Готов после быстрых правок

Того, из-за чего запуск пришлось бы отложить, на сайте нет.

Мешают две вещи, и обе закрываются правками на страницах, без переделки сайта.

НАЙДЕНО

P0 0 — блокирующих запуск нет

P1 2 — до полноценного старта

P2 11 — влияют на окупаемость

P3 4 — можно отложить

ЧТО ПРОВЕРЕНО

8 страниц сайта и каталог из 22 позиций — на компьютере и на телефоне

18 сентября 2026. Проверка внешняя: без доступов к сайту, почте и CRM. Что осталось за рамками — в [разделе 08](#).

01 Главное

Короткая версия для тех, кто читает один раздел.

Рекламу запускать можно, но человеку, который придёт по объявлению, сейчас некуда нажать

Начнём с того, что сделано хорошо, потому что это основа кампании. Сайт работает, все проверенные страницы открываются, защищённое соединение в порядке. Каталог конкретный: 17 сортов с составом, обжаркой, двумя объёмами и ценами — это ровно то, что нужно рекламе, человек видит цену до обращения. Форма заказа собрана аккуратно: три поля, выбранный сорт и цена подставляются сами, галочка согласия обязательная и со ссылкой на политику. Реквизиты предпринимателя и политика обработки данных есть на каждой странице — для дистанционной продажи Яндекс Директу этого достаточно. Кофе не относится к тематикам, которые Директ ограничивает: документы для модерации не понадобятся.

Проблема не в сайте целиком, а в одном месте: на странице, куда пойдёт реклама, у человека слишком мало способов обратиться. На телефоне в шапке нет ни номера, ни мессенджеров, ни кнопки вопроса. Обе формы на сайте означают заказ — просто спросить нечем. И страница обещает бесплатную доставку без условий, которые есть на главной. Каждый такой шаг — оплаченный клик, который не стал обращением.

Главные риски

- 1 Связаться не с чего.** Чтобы позвонить с телефона, нужно уйти в раздел «Контакты» или пролистать весь каталог до самого низа. Написать нельзя никуда: мессенджеров нет, ссылка на ВКонтакте ведёт на страницу группы, а не в чат.
- 2 Обещание расходится с условиями.** На главной написано «бесплатная доставка... от 1 кг», на странице «Доставка кофе» — просто «бесплатная доставка». Человек закажет пачку 250 г и узнает про минимум от менеджера.

Скорость запуску не мешает: на обычном мобильном интернете страница открывается примерно за 2 секунды, это подтвердили и наш замер, и проверка на живом телефоне. Разгрузить её всё равно стоит — 5,3 МБ, из них мегабайт карта, которая грузится сразу, хотя лежит в самом низу, — но это работа на потом, а не условие старта.

Минимум до запуска

1. Отправить тестовую заявку с сайта и сказать нам, куда она пришла. Снаружи это не проверяется, а если заявки теряются, бюджет уйдёт в тишину.
2. Сказать, какие мессенджеры вы действительно читаете и кто в них отвечает: от этого зависит набор кнопок.
3. Собрать в шапке и в меню под гамбургером блок связи: номер, «Задать вопрос», мессенджеры, чат сообщества ВКонтакте.
4. Добавить короткую форму вопроса — без адреса доставки и без слова «заказ».
5. Написать на странице условия доставки: минимальный заказ, районы, срок.

02 Состояние по направлениям

Балльная система не используется: для запуска важнее понять, какие направления мешают рекламе, а какие можно доработать позже.

НАПРАВЛЕНИЕ	СОСТОЯНИЕ	КОММЕНТАРИЙ
Техническая доступность	В порядке	Все 8 проверенных страниц открываются, несуществующий адрес отдаёт нормальную страницу с ошибкой, сертификат действует, адрес сайта один, рекламных роботов ничего не блокирует. Мелочи на потом: адрес с www приводится к основному через лишний незащищённый шаг, карта сайта отдаёт ошибку.
Мобильная версия и скорость	Критично до запуска	Вёрстка не ломается, ничего не разъезжается, форма на телефоне удобная, на обычном мобильном интернете страница открывается примерно за 2 секунды. Мешает не скорость, а то, что в шапке и под гамбургером нет ни номера, ни мессенджеров, ни кнопки вопроса, и то, что страница тянется примерно на 16 экранов. Отдельно: вес 5,3 МБ ощутим на слабом сигнале, а кнопка выбора объёма мелковата для пальца — и именно она меняет цену.
Оффер, контент и доверие	Есть риски	Заголовок страницы прямо отвечает на запрос про покупку зернового кофе в Кирове, в каталоге состав, обжарка, объёмы и цены, реквизиты и график работы на каждой странице. Но на самой странице нет ни одного отзыва, хотя отзывы у вас хорошие, и нет ответа на вопрос, продаёте ли вы частным покупателям.
Конверсионный путь	Критично до запуска	Форма заказа работает, сорт, объём и цена в неё подставляются, согласие обязательное. Но других путей нет: заявка на сайте всегда означает заказ, написать некуда, а человеку, который ещё не выбрал сорт, нечего нажать — хотя текст обещает дегустацию и пробники.
Рекламные и юридические риски	В порядке	Кофе Директ не ограничивает, лицензии не нужны. Сведения о продавце для дистанционной продажи есть, политика обработки данных опубликована, согласие у форм обязательное. Обещаний вида «№1» и «гарантируем результат» на сайте нет.

03 Что мешает полноценному запуску

P0 — блокирует запуск. **P1** — исправить до полноценного запуска.

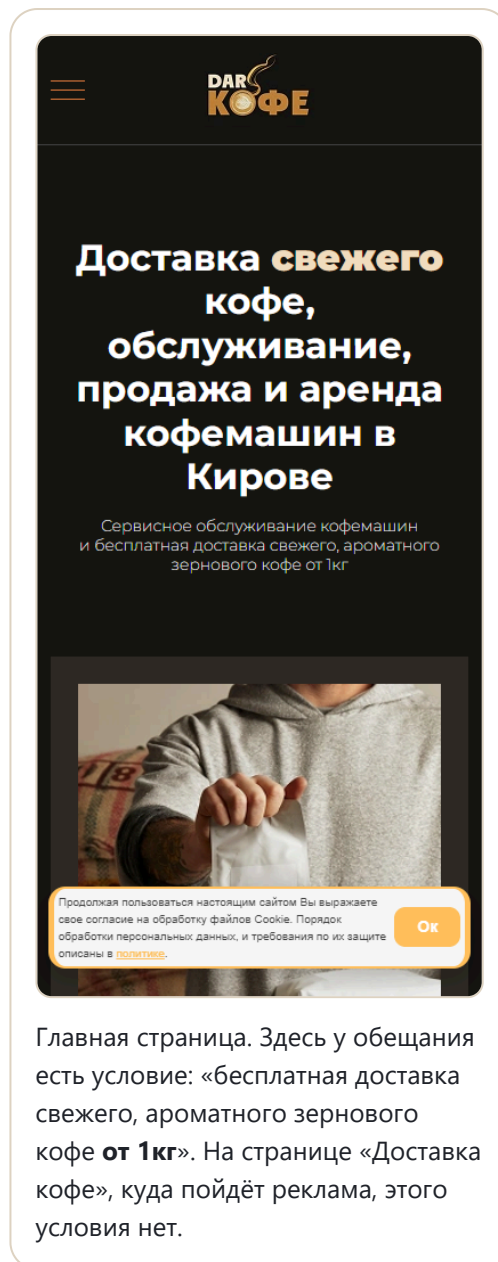
Блокирующих проблем не найдено. Сайт доступен, форма заказа работает, сведения о продавце и политика обработки данных на месте, тематика у Директа не ограничена. Ниже — то, что стоит закрыть до того, как кампания начнёт тратить бюджет в полную силу.

ПРИОР.	ЧТО ПРОИСХОДИТ	ЧЕМ ЭТО ПЛОХО	ЧТО СДЕЛАТЬ
P1	Ни в шапке на телефоне, ни под гамбургером нет ни одного способа связаться. Под гамбургером — шесть ссылок на разделы. Позвонить можно двумя путями: уйти в «Контакты» или пролистать каталог до самого низа. Написать нельзя никуда: мессенджеров нет, ссылка на ВКонтакте ведёт на страницу группы. Задать вопрос, ничего не заказывая, тоже нечем.	Часть людей перед заказом хочет спросить: есть ли сорт в наличии, привезут ли сегодня, что берут офисы. Сейчас у такого человека выбор из двух плохих вариантов — искать номер по сайту или закрыть страницу. Клик при этом уже оплачен.	Собрать в шапке и в меню под гамбургером один блок связи: кликабельный номер, кнопка «Задать вопрос» с короткой формой, кнопки мессенджеров, ссылка на чат сообщества ВКонтакте. Набор мессенджеров согласовать: ставить только те, которые вы читаете.
P1	На странице «Доставка кофе» бесплатная доставка обещана без условий. На главной у того же обещания есть уточнение «от 1 кг».	Человек приходит по объявлению про бесплатную доставку, набирает пачку 250 г и узнаёт про минимальный заказ от менеджера. Это сорванная заявка и повод для спора. Для Директа это ещё и расхождение между объявлением и страницей перехода.	Добавить на страницу строку с условиями: минимальный заказ, по каким районам Кирова и за какой срок везёте. Формулировку про бесплатную доставку сделать одинаковой на обеих страницах и в будущих объявлениях.

Скорость страницы в этот список не входит: на обычном мобильном интернете она открывается примерно за 2 секунды. Вес страницы мы всё равно рекомендуем сократить, но как работу после запуска — подробности в разделе 5.2.



Первый экран страницы «Доставка кофе» на телефоне. В шапке — только логотип и гамбургер: ни номера, ни мессенджеров, ни кнопки обращения. Первая кнопка «Заказать» появляется ниже, первый кликабельный номер — в самом низу страницы.



Главная страница. Здесь у обещания есть условие: «бесплатная доставка свежего, ароматного зернового кофе **от 1 кг**». На странице «Доставка кофе», куда пойдёт реклама, этого условия нет.

04 Что на сайте уже сильного

Раздел не для вежливости: здесь то, на чём будет строиться реклама, и то, что не нужно переделывать.

Каталог с ценами

17 сортов с составом, обжаркой и двумя объёмами, плюс 5 позиций ингредиентов для вендинга. Человек видит цену до обращения — значит в заявки пойдут те, кого цена устраивает.

Страница отвечает на запрос

Заголовок «Зерновой кофе с бесплатной доставкой в Кирове» и заголовок в поиске прямо совпадают с тем, что человек вводил. Это снижает цену клика и отказы.

Форма заказа сделана правильно

Три поля, выбранный сорт и цена подставляются сами, защита от роботов, обязательная галочка согласия со ссылкой на политику. Переделывать её не нужно.

Документы в порядке

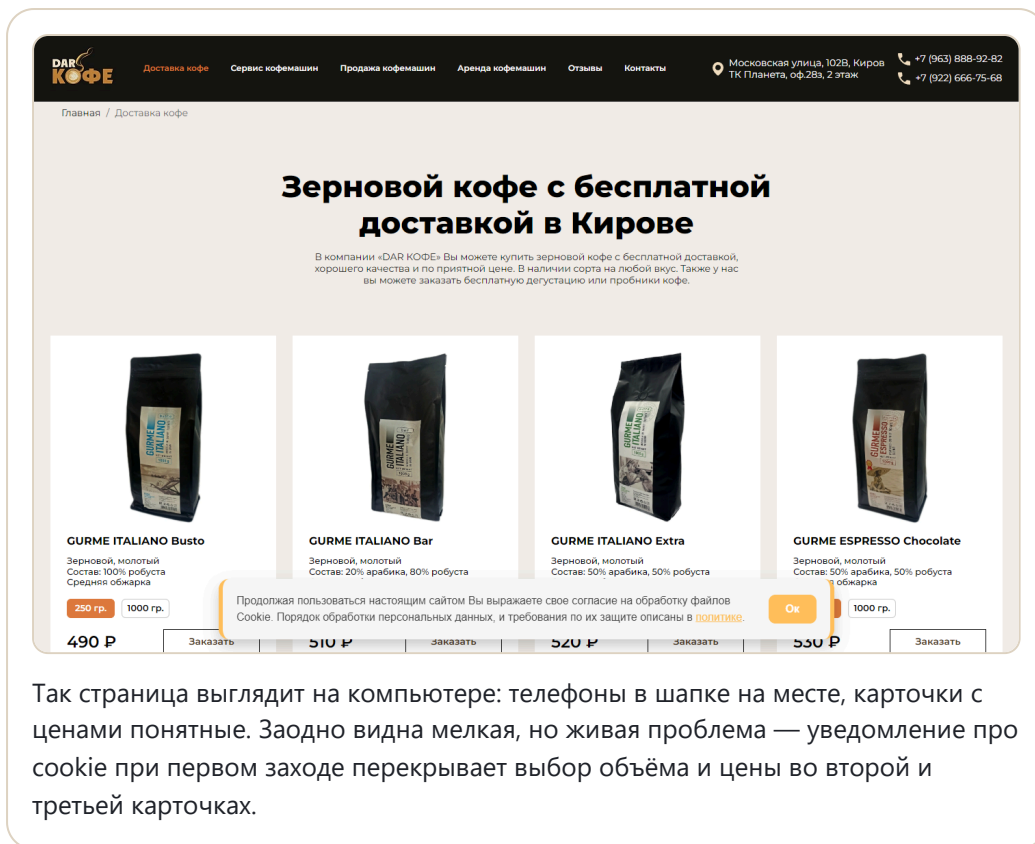
Реквизиты предпринимателя, адрес и график работы на каждой странице, политика обработки данных опубликована. Для модерации Директа этого достаточно.

Живые отзывы и ответы

На странице «Отзывы» настоящие отзывы с именами и датами, и вы на них отвечаете. Это готовый материал — его не хватает только на самой странице доставки.

Понятная вёрстка на телефоне

Ничего не разъезжается, горизонтальной прокрутки нет, текст читается, поля формы крупные. Мобильную версию нужно дополнить, а не переделывать.



Так страница выглядит на компьютере: телефоны в шапке на месте, карточки с ценами понятные. Заодно видна мелкая, но живая проблема — уведомление про cookie при первом заходе перекрывает выбор объёма и цены во второй и третьей карточках.

05 Подробные наблюдения

По пяти направлениям проверки: что увидели и что предлагаем сделать.

5.1 Техническая доступность

Сайт работает на Joomla, сервер отвечает за 0,3–1 секунду. Все восемь проверенных страниц открываются нормально, несуществующий адрес отдаёт оформленную страницу с ошибкой, сертификат действует до 2 декабря 2026 года, браузер ничего не предупреждает. Служебный файл, которым сайт разговаривает с роботами, рекламных роботов не блокирует — это важно для Google Ads, там из-за такой блокировки объявления снимают.

Два мелких изъяна. Адрес с `www` в итоге приводится к основному, но через промежуточный шаг по незащищённому протоколу — лишний переход. И карта сайта, по которой ходят поисковые роботы, отдаёт не карту, а страницу с ошибкой. На показ объявлений ни то, ни другое не влияет.

Что делать

- Сделать переход с `www` одним шагом сразу на защищённый адрес.
- Починить карту сайта.

5.2 Мобильная версия и скорость

С вёрсткой всё хорошо: на узком экране ничего не разъезжается, горизонтальной прокрутки нет, текст читается, поля формы крупные. Проблемы в другом.

Первый экран занят логотипом, хлебными крошками, заголовком в четыре строки и вводным абзацем. Первая пачка кофе появляется ниже, первая кнопка «Заказать» — уже за границей первого экрана. Номера телефонов, которые на компьютере видны в шапке, на телефоне скрыты, и под гамбургером их тоже нет — там только шесть ссылок на разделы. Первый номер, по которому можно нажать, находится в самом низу страницы: это около 14 экранов прокрутки при общей длине страницы примерно в 16 экранов.

По весу страница тяжёлая: 5,3 МБ. Самое крупное — карта из блока контактов. Сама карта, её картинки и шрифты дают около мегабайта и загружаются сразу, хотя блок с картой лежит в самом низу страницы. И так на каждой странице сайта. Ещё почти 2 МБ — 21 фотография пачек кофе: отложенной загрузки у них нет, браузер тянет сразу все, включая нижние. Размеры фотографий в разметке не заданы, поэтому на компьютере вёрстка заметно скачет, пока они грузятся.

Но во что этот вес превращается для человека, зависит от канала — и разница принципиальная. На нормальном мобильном интернете страница открывается быстро: в замере без ограничения скорости основное содержимое появляется за 2,0 секунды, на нажатия страница отвечает через 2,6, оценка Lighthouse 95. Это же подтвердила проверка на живом телефоне. В замере с профилем медленного 4G (1,5 Мбит/с, задержка 560 мс) картина другая: содержимое за 3,0 секунды, нормальная отзывчивость — только через 14,4. Второе число описывает не большинство ваших посетителей, а человека на слабом сигнале: на таком канале 5,3 МБ физически едут около полуминуты.

Поэтому скорость мы не относим к тому, что мешает запуску. Разгружать страницу стоит — это дёшево, снимает риск для части аудитории и экономит чужой мобильный трафик, — но ждать этого перед стартом не нужно.

Мелочи того же раздела: кнопка выбора объёма (250 / 1000 г) слишком маленькая для пальца, а именно она меняет цену в карточке; уведомление про cookie на узких экранах написано очень мелким шрифтом.

Что делать

- Поднять вверх то, чем пользуются: номер, кнопку вопроса, мессенджеры.
- Карту загружать по нажатию или при долистывании до контактов — это самый большой запас по весу.
- Фотографиям включить отложенную загрузку и задать размеры: первое уберёт лишний трафик, второе — скачки вёрстки.
- Увеличить кнопки выбора объёма и «Заказать», вернуть читаемый шрифт уведомлению про cookie.

5.3 Оффер, контент и доверие

Здесь основа хорошая. Заголовок страницы и заголовок, который видно в поиске, прямо отвечают на запрос про покупку зернового кофе в Кирове. Каталог конкретный: 17 сортов с составом, обжаркой, двумя объёмами и ценами от 490 до 840 ₽, плюс 5 позиций ингредиентов для вендинга от 950 до 1300 ₽. Пустых разделов и заглушек нет, контакты и реквизиты есть на каждой странице.

Чего не хватает. Про условия доставки на странице не сказано ничего, хотя на главной есть «от 1 кг» — это расхождение, и закрывается оно одной честной строкой, а не юридическим текстом. Отзывов на странице нет вообще: они есть отдельным разделом, живые, с именами и ответами, но до них надо догадаться дойти — а реклама приведёт человека именно на страницу доставки.

Отдельный вопрос, на который сайт не отвечает: кому вы продаёте. Аренда кофемашин от 5000 до 15 000 ₽ в месяц, продажа от 49 900 до 182 000 ₽, а блок пробников на главной помечен «только для юр.лиц». На странице доставки ни этого ограничения, ни аргументов для организаций — работа по счёту и договору, закрывающие документы, регулярные поставки — нет. Если реклама пойдёт по запросам вроде «кофе в офис», это первое, что человек будет искать.

Что делать

- Добавить строку с условиями доставки и привести обещание про бесплатную доставку к одному виду на обеих страницах.
- Перенести три-четыре отзыва на страницу доставки, лучше от кировских офисов и кафе.
- Решить и написать на странице, продаёте ли вы частным покупателям. Если пробники только для организаций — сказать это там, где они предлагаются.
- Добавить блок для организаций: счёт и договор, документы, регулярная доставка.

5.4 Конверсионный путь

Сама форма заказа сделана хорошо: имя, телефон, адрес доставки, обязательная галочка согласия со ссылкой на политику. Выбранный сорт, объём и цена подставляются в неё правильно — проверили. На телефоне окно заказа открывается нормально, поля и кнопка крупные.

Слабое место — пути к обращению, их на странице ровно один. «Заказать» на карточке конкретного сорта работает для того, кто уже выбрал. Человеку, который пришёл по запросу вроде «кофе в офис» и не знает, какой сорт ему нужен, нажать нечего — при этом вводный текст обещает бесплатную дегустацию и пробники, а кнопки для этого на странице нет. На главной такие кнопки есть: «Хочу пробники», «Хочу тест-драйв», «Заявка на ремонт».

Написать вам с сайта нельзя никуда: мессенджеров нет, единственная ссылка на ВКонтакте ведёт на страницу сообщества, а не в переписку. Канал при этом живой — по отзывам видно, что вы отвечаете людям по именам. То есть писать вам готовы, просто не с сайта. И обе формы означают заказ: варианта «просто спросить» нет, а человек, которому нужно уточнить наличие или сроки, форму заказа отправлять не станет.

После успешной отправки выскакивает системное окошко браузера «Спасибо! Ваш запрос был успешно отправлен», форма очищается, окно закрывается. Отдельной страницы «Спасибо» нет. Если отправка не удалась, в таком же окошке показывается технический ответ сервера: человеку это ни о чём не говорит, а выглядит как поломка.

Что делать

- Собрать блок связи в шапке и в меню: номер, «Задать вопрос», мессенджеры, чат сообщества ВКонтакте.
- Сделать короткую форму вопроса: имя, телефон или мессенджер, сам вопрос. Без адреса доставки и без слова «заказ».
- Добавить на страницу кнопку для тех, кто ещё не выбрал: «Подберём кофе» или «Хочу пробники». Окно с формой на странице уже есть, его просто нечем открыть.
- Сделать страницу «Спасибо» с отдельным адресом вместо системного окошка. Заодно появится точка, к которой можно будет привязать цели, когда дойдём до аналитики.
- Сообщение об ошибке показывать в самой форме и без технических подробностей.

Почему мы не проверили, доходят ли заявки

Чтобы проверить это снаружи, нужно отправить настоящую заявку: создать вам заказ и передать чьи-то персональные данные. Мы этого не делали. Форму разобрали целиком — поля, проверку ввода, подстановку сорта и цены, обработку ответа сервера, — но последнего шага не делали. Поэтому первым пунктом плана стоит ваша тестовая заявка: это единственный способ убедиться, что письма не теряются, до того как начнётся расход бюджета.

5.5 Рекламные и юридические риски

Тематика спокойная: кофе, ингредиенты и кофемашины Директ не ограничивает, документы для модерации не нужны. Сведения о продавце для дистанционной продажи на сайте есть — ФИО предпринимателя, ИНН, ОГРНИП и адрес; справка Директа требует для предпринимателя ФИО и ОГРНИП, оба на месте. Политика конфиденциальности опубликована, в ней названы предприниматель и ИНН, описана обработка данных и cookie. У обеих форм галочка согласия обязательная и со ссылкой на политику.

Непроверяемых обещаний на сайте нет: ни «№1», ни «гарантируем результат». Единственное место, которое стоит поправить в текстах до старта, — то же расхождение про бесплатную доставку: объявление и страница перехода должны говорить одно и то же.

Что делать

- Согласовать формулировку про бесплатную доставку между главной, страницей доставки и объявлениями.
- Политику 2023 года дать на вычитку вашему юристу или ответственному сотруднику. Наш аудит юридическим заключением не является.

06 План работ

Разделён на то, без чего запускать рекламу не стоит, и то, что можно делать параллельно с тестом.

До включения кампании

ПРИОР.	ЗАДАЧА	КТО ДЕЛАЕТ	КОММЕНТАРИЙ
Пров.	Отправить тестовую заявку с обеих форм и сказать, куда она пришла	Вы	Снаружи это не проверяется. Без ответа платный трафик включать нельзя
Пров.	Подтвердить, какие мессенджеры вы читаете и кто в них отвечает	Вы	От ответа зависит набор кнопок. Молчащий канал вреднее отсутствующего
P1	Блок связи в шапке и в меню под гамбургером: номер, «Задать вопрос», мессенджеры, чат сообщества ВКонтакте	Разработчик	Сейчас в шапке на телефоне нет ничего, номер — только в «Контактах» и в самом низу страницы
P1	Короткая форма обратной связи: имя, телефон или мессенджер, вопрос	Разработчик	Без адреса доставки и без слова «заказ», иначе она не решит задачу «сначала спрошу»
P1	Строка с условиями доставки на страницу, единая формулировка про бесплатную доставку	Вы + разработчик	Минимальный заказ, районы, срок

После запуска или во время теста

ПРИОР.	ЗАДАЧА	КТО ДЕЛАЕТ	КОММЕНТАРИЙ
P2	Кнопка для тех, кто не выбрал сорт: «Подберём кофе» или «Хочу пробники»	Разработчик	Форма на странице есть, нужен только повод её открыть
P2	Отложенная загрузка карты и фотографий, размеры у картинок, сжатие файлов	Разработчик	Запас — около 1 МБ на карте и почти 2 МБ на фотографиях. На обычном канале страница и так открывается за 2 секунды, поэтому запуск это не держит
P2	Страница «Спасибо» с отдельным адресом вместо системного окошка	Разработчик	Плюс появится точка для целей на этапе аналитики
P2	Три-четыре отзыва на страницу доставки	Вы + разработчик	Материал уже есть в разделе «Отзывы»
P2	Блок для организаций: счёт, договор, документы, регулярные поставки	Вы	Каталог и цены говорят о работе с офисами, страница — нет
P2	Ответить на странице, продаёте ли вы частным покупателям	Вы	Сейчас ограничение «только для юр.лиц» стоит только у пробников на главной
P2	Увеличить кнопки выбора объёма и «Заказать»	Разработчик	Сейчас мелковаты для пальца, а выбор объёма меняет цену
P2	Уведомление про cookie не должно перекрывать карточки, шрифт на узких экранах — крупнее	Разработчик	Сейчас перекрывает выбор объёма во второй и третьей карточках
P2	Убрать скачки вёрстки: задать размеры картинкам и стабилизировать шапку	Разработчик	На компьютере скачки заметные
P2	Сообщение об ошибке — в форме и без технических подробностей	Разработчик	Сейчас показывается ответ сервера
P2	Переход с www одним шагом, рабочая карта сайта	Разработчик	На модерацию не влияет
P3	Убрать из кода страницы закоментированные товары прошлого каталога	Разработчик	Девять позиций мёртвой разметки
P3	Сократить набор начертаний шрифта	Разработчик	Сейчас подключены все 18
P3	Поправить подсказку в поле телефона: она расходится с маской и стирает недописанный номер	Разработчик	Мелкое трение при вводе

ПРИОР.	ЗАДАЧА	КТО ДЕЛАЕТ	КОММЕНТАРИЙ
РЗ	Проверить, включены ли сообщения в сообществе ВКонтакте, и вести ссылку в чат, а не на страницу группы	Вы	Сейчас ссылка ведёт на страницу сообщества

07 Как запускать

Условия старта

Правки из плана «до включения кампании» и ваши ответы про тестовую заявку и мессенджеры. Всё остальное можно делать параллельно с тестом.

Первые кампании

Поиск по целевым запросам: «купить зерновой кофе Киров», «доставка кофе в офис Киров» и близкие. Автостратегии с оптимизацией по конверсиям — позже: пока у заявки нет отдельной страницы «Спасибо», системе не за что зацепиться.

Страницы

«Доставка кофе» как основная. Главную — под брендовые и смешанные запросы: там есть кнопки про пробники и тест-драйв, но сразу четыре направления, и человек с узким запросом теряется.

Что считать результатом на время теста

Обращения, которые вы видите в почте, и звонки. Настройка целей и аналитики — отдельный этап, он идёт после правок на сайте.

Что смотреть в первые 3–7 дней

- Доходят ли заявки — в первые дни проверять каждую.
- Отдельно телефоны и компьютеры: по мобильному сразу будет видно, помогла ли правка с блоком связи.
- Сколько людей уходит со страницы сразу — это про первый экран и про то, совпало ли объявление с содержанием страницы.
- Звонки по часам. Сайт работает Пн–Пт с 9 до 18, а объявления будут показываться и в выходные: заявка, оставленная в субботу, пролежит до понедельника. Человека стоит об этом предупредить прямо в форме.

08 Что проверено и границы проверки

Проверено

8 страниц сайта каталог из 22 позиций компьютер и телефон форма заказа, кроме отправки
наличие и расположение контактов скорость и вес страницы ограничения тематики у Директа
политика и согласие на обработку данных

Не проверялось

доходят ли заявки — нужна ваша тестовая отправка аналитика и счётчики — отдельный этап
оплата и корзина — на сайте их нет мессенджеры — на сайте их нет

Что это значит на практике

- **Проверка внешняя.** У нас не было доступов к системе управления сайтом, хостингу, почте и CRM. Всё, что написано выше, видно снаружи — из браузера и из кода страниц.
- **Заявку мы не отправляли.** Это создало бы вам настоящий заказ и потребовало бы чужих персональных данных. Поэтому доставка заявок — первый пункт плана, а не вывод аудита.
- **Аналитика в этот аудит не входит.** Счётчики, которые встречаются на страницах, мы не разбирали: без вашего подтверждения нельзя даже считать их вашими. Настройка целей — отдельная работа после правок.
- **Коммерческие вводные не подтверждены.** Минимальный заказ, целевой покупатель направления и скорость ответа на заявки взяты из содержания сайта, а не из ваших слов. Если что-то из этого неверно, выводы по этим пунктам стоит перечитать вместе с нами.
- **Юридические наблюдения — не юридическое заключение.** Формулировки про дистанционную продажу, политику и согласия стоит показать юристу.

Аудит готовности сайта к контекстной рекламе. DAR КОФЕ, darcoffee43.ru. 18 сентября 2026. Подготовлено: агентство «На Виду».

Проверка внешняя: без доступов к системе управления сайтом, хостингу, почте и CRM. Выводы опираются на обход страниц сайта, разбор страницы «Доставка кофе» и её форм, замеры скорости и веса в браузере на профилях компьютера и телефона. Границы проверки перечислены в разделе 08. Юридические наблюдения не являются юридическим заключением.