

Аудит сайта «Лифтовая компания»

Продажа, монтаж и обслуживание лифтов, эскалаторов и подъёмников в Кирове. Проверили главную, «Стоимость», страницы услуг и оборудования, «О компании» и «Контакты». Сайт: lkkirov.ru

ВЕРДИКТ

Готов после быстрых правок

Сайт работает, номер и форма на виду, есть портфолио с реальными объектами. Главное, что мешает: пункт меню «Стоимость» ведёт на страницу, где цен нет.

НАЙДЕНО

- P0** 0 — блокирующих запуск нет
- P1** 1 — до полноценного старта
- P2** 7 — влияют на число заявок
- P3** 3 — можно отложить

ЧТО ПРОВЕРЕНО

9 страниц сайта и формы — на компьютере и на телефоне

25 сентября 2026. Проверка внешняя: без доступов к сайту, почте и CRM. Что осталось за рамками — в [разделе 07](#).

01 Главное

Короткая версия для тех, кто читает один раздел.

Рекламу запускать можно, но сначала стоит переименовать «Стоимость»

Сайт открывается, на телефоне номер виден в шапке и звонит одним нажатием, форма заявки стоит на первом экране. Есть сильные доказательства: портфолио с названиями жилых комплексов и бизнес-центров, более 150 установленных лифтов, работа с 2010 года, круглосуточная аварийная служба. На странице техобслуживания есть понятное предложение: при договоре на год один месяц бесплатно. Тематику Директ не ограничивает, политика обработки данных и согласие у форм есть.

Мешает одно: в меню есть пункт «Стоимость», но на этой странице нет ни одной цены, только карточки лифтов и калькуляторы, которые на деле собирают заявку на расчёт. Лифт собирается из множества параметров, и цена «от» тут скорее запутает. Честнее назвать страницу тем, чем она является: «Расчёт стоимости» или «Подбор лифта», и написать, что человек получит после отправки.

Запуску это не мешает, но стоит поправить сразу: ссылка на почту не работает ни на одной странице, номер аварийной службы при нажатии набирается неправильно, а номеров на сайте четыре разных. Подробности — в разделе 05.

Главный риск

- 1
- «Стоимость» без цен. Меню обещает цену, а страница её не даёт. Человек, который пришёл узнать цену, решит, что его обманули, и уйдёт, не заполнив калькулятор.

Минимум до запуска

1. Отправить тестовую заявку с сайта и проверить, куда она пришла. Снаружи это не проверить.
2. Переименовать «Стоимость» в «Расчёт стоимости» или «Подбор лифта» и написать у калькулятора, что и когда человек получит после отправки.

02

Состояние по направлениям

Баллы не ставим: для запуска важнее понять, какие направления мешают рекламе.

НАПРАВЛЕНИЕ	СОСТОЯНИЕ	КОММЕНТАРИЙ
Техническая доступность	В порядке	Все проверенные страницы открываются, сайт работает по одному адресу, защищённое соединение в порядке, рекламных роботов ничего не блокирует.
Мобильная версия и скорость	Есть риски	Вёрстка на телефоне не ломается, номер в шапке. Но главная весит 12 МБ, почти всё — три картинки по 2–3 МБ. На слабом мобильном интернете страница будет грузиться долго.
Оффер, контент и доверие	Критично до запуска	Портфолио и цифры о компании сильные. Пункт меню «Стоимость» обещает цены, которых нет; на главной не указан город, реквизитов компании нет, отзывы без имён и названий.
Конверсионный путь	Есть риски	Форма и «Заказать звонок» есть на каждой странице. Но форма требует почту, ссылка на почту не работает, номер аварийной службы набирается неправильно, а номеров на сайте четыре разных.
Рекламные и юридические риски	В порядке	Тематику Директ не ограничивает, политика и согласие у форм есть. Фразу «по ценам ниже среднерыночных» в объявлениях без подтверждения использовать нельзя.

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

Блокирующих проблем не найдено. Сайт доступен, формы на месте, номер виден, тематика у Директа не ограничена.

ПРИОР.	ЧТО ПРОИСХОДИТ	ЧЕМ ЭТО ПЛОХО	ЧТО СДЕЛАТЬ
P1	Пункт меню «Стоимость» ведёт на страницу без единой цены: карточки лифтов с характеристиками, «Скачать каталог» и калькуляторы, которые на деле собирают заявку на расчёт. Что будет после отправки калькулятора, не сказано.	Человек открывает «Стоимость», ждёт цифру и не находит её. Ощущение, что цену прячут, отбивает желание заполнять восемь параметров калькулятора.	Назвать пункт меню и заголовок страницы тем, чем она является: «Расчёт стоимости» или «Подбор лифта». У калькулятора написать, что человек получит после отправки: расчёт, коммерческое предложение, звонок инженера — и в какой срок.

Страница «Стоимость». Ниже идут «Хиты продаж» с характеристиками и калькуляторы, цен нет нигде. При переименовании заодно уйдёт опечатка в заголовке: «обслуживани».

На этом можно строить рекламу.

Портфолио с реальными объектами

БЦ «Кристалл», ЖК «Алые паруса», «4 стихии», «Береговой» — сколько лифтов и какой марки. Заказчик видит, что вы делали объекты вроде его собственного.

Цифры о компании

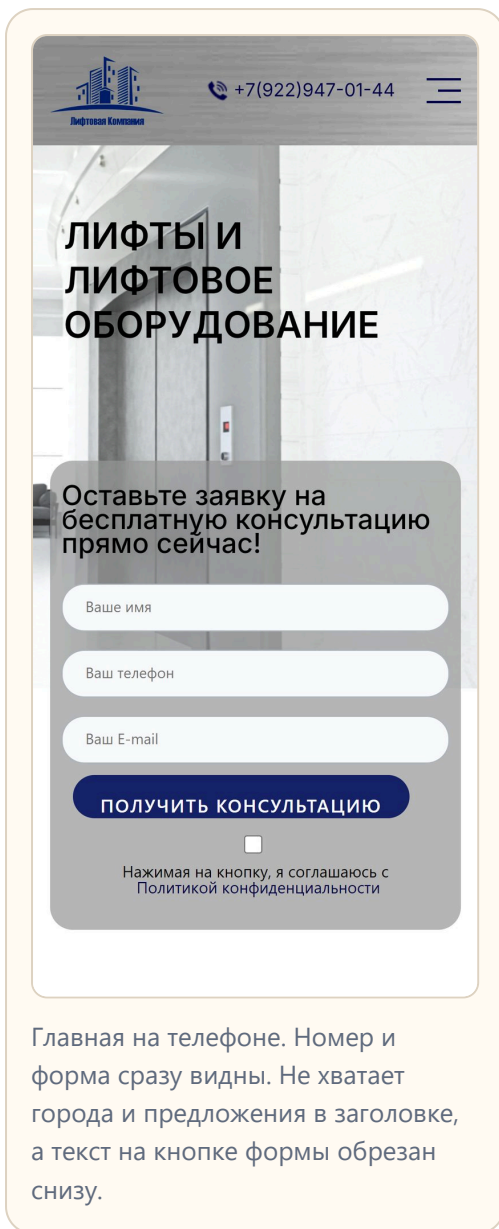
С 2010 года, более 30 специалистов, более 150 лифтов и 10 эскалаторов. Их стоит поднять из «О компании» на главную.

Предложение по обслуживанию

«Договор на 12 месяцев — один месяц бесплатно». Конкретное и понятное, годится прямо в объявление.

Связь на виду

На телефоне номер в шапке звонит одним нажатием, форма на первом экране, «Заказать звонок» на каждой странице.

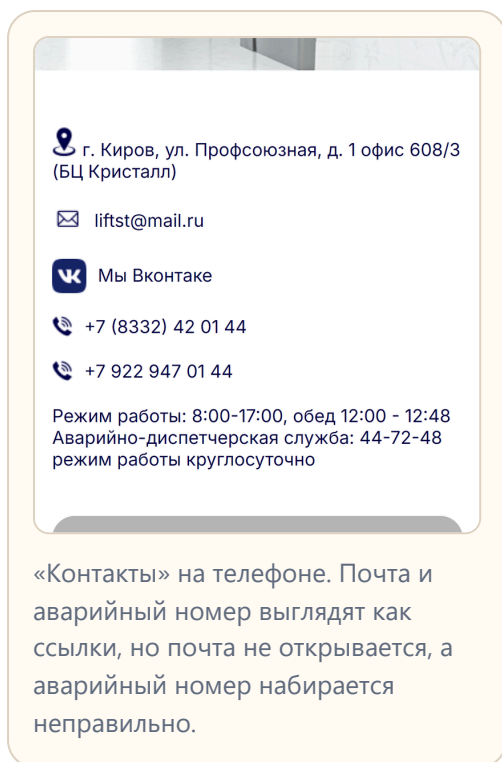


05 Что ещё поправить

Запуск это не держит, но на число заявок влияет.

5.1 Контакты с ошибками

- Ссылка на почту не работает ни на одной странице: в ней опечатка, и нажатие ничего не открывает.
- Номер аварийной службы 44-72-48 на странице «Контакты» при нажатии набирается как британский номер +44 7248.
- На сайте четыре разных номера: 922-947-01-44 в шапке, 49-49-89 в подвале, 42-01-44 на «Контактах» и аварийный 44-72-48. Непонятно, какой из них основной.
- Мессенджеров нет, есть только ссылка на ВКонтакте на странице «Контакты».



5.2 Первый экран главной

«Лифты и лифтовое оборудование» — без города и без того, что вы делаете: продаёте, ставите, обслуживаете. В названии страницы для поиска одно слово: «Лифты». Нужно так: «Лифты в Кирове: продажа, монтаж и обслуживание», и под заголовком одна строка с цифрами — с 2010 года, 150+ лифтов, аварийная служба 24/7.

5.3 Форма требует почту

В форме на первом экране и на страницах услуг обязательны имя, телефон и почта. Чтобы вам перезвонили, почта не нужна, а часть людей на этом поле бросит заявку. Почту лучше сделать необязательной.

5.4 Доверие для заказчиков

- Реквизитов нет: только «ООО «Лифтовая компания»». Застройщики и управляющие компании проверяют подрядчика по ИНН. Добавить в подвал ИНН, ОГРН и юридический адрес.
- Три отзыва на странице «О компании» без имён и названий компаний. Подписать их (компания, объект) и показать рядом с портфолио на страницах услуг.

5.5 Тяжёлая главная

Главная весит 12 МБ, из них почти 11 МБ картинки: три по 2–3 МБ и логотип на 0,6 МБ. Картинки нужно сжать до нормального для сайта размера.

5.6 Мелочи

- Опечатки: «Стоимость лифта/обслуживани» (уйдёт при переименовании), «Мы Вконтакте».
- На телефоне текст на кнопке «Получить консультацию» в первой форме обрезан снизу.

- «По ценам ниже среднерыночных» на странице «О компании»: без подтверждения в объявления не переносить.

06 План работ

До включения кампании

ПРИОР.	ЗАДАЧА	КОММЕНТАРИЙ
Пров.	Отправить тестовую заявку с сайта и проверить, куда она пришла	Снаружи это не проверить
Пров.	Решить, какой номер основной, и какие направления рекламировать	От этого зависят объявления и страницы для них
P1	Переименовать «Стоимость» в «Расчёт стоимости» или «Подбор лифта», у калькулятора написать, что и когда придёт после отправки	Сейчас меню обещает цену, которой нет

После запуска или во время теста

ПРИОР.	ЗАДАЧА	КОММЕНТАРИЙ
P2	Починить ссылку на почту и номер аварийной службы, оставить один основной номер, добавить мессенджеры	Почта не открывается ни на одной странице
P2	Первый экран главной: город, что вы делаете, цифры о компании; то же в названии страницы для поиска	Сейчас «Лифты и лифтовое оборудование»
P2	Если возможно — цена «от» за лифт в месяц в тарифах техобслуживания	Тарифы расписаны по составу, но без цифр. Для обслуживания, в отличие от лифта, цену «от» обычно назвать можно
P2	Почту в формах сделать необязательной	Для звонка она не нужна
P2	ИНН, ОГРН и юридический адрес в подвале	Заказчики проверяют подрядчика по ИНН
P2	Подписать отзывы и показать их рядом с портфолио на страницах услуг	Сейчас три отзыва без имён, только в «О компании»
P2	Сжать картинки на главной	12 МБ, из них почти 11 — картинки
P3	Исправить опечатки «обслуживани», «Вконтакте»	Видны в заголовке страницы «Стоимость» и на «Контактах»
P3	Поправить кнопку в форме первого экрана на телефоне	Текст обрезан снизу

ПРИОР.	ЗАДАЧА	КОММЕНТАРИЙ
РЗ	Подтвердить или убрать «по ценам ниже среднерыночных»	В объявлениях без подтверждения нельзя

07 Что проверено и границы проверки

Проверено

9 страниц сайта компьютер и телефон формы, кроме отправки телефоны и ссылки вес главной ограничения тематики у Директа

Не проверялось

доходят ли заявки — нужна ваша тестовая отправка аналитика и счётчики — отдельный этап все страницы оборудования и услуг по отдельности

- **Это экспресс-аудит.** Искали то, что мешает запуску и заявкам, а не делали полный разбор сайта.
- **Проверка внешняя.** Доступов к сайту, почте и CRM не было, заявки не отправлялись.
- **Юридические наблюдения — не юридическое заключение.**

Экспресс-аудит готовности сайта к контекстной рекламе. «Лифтовая компания», lkkirov.ru. 25 сентября 2026. Подготовлено: агентство «На Виду».

Проверка внешняя: без доступов к сайту, почте и CRM. Выводы опираются на разбор страниц и форм на компьютере и телефоне и на замер веса главной в браузере. Юридические наблюдения не являются юридическим заключением.