

Аудит сайта «Правовой аспект»

Юридические услуги для бизнеса в Екатеринбурге и Свердловской области: сопровождение, суды, корпоративное право, налоги, банкротство, авторские права. Сайт — одна страница, на неё и пойдёт реклама. Отдельно отвечаем на вопрос, куда поставить благодарственные письма. Сайт: pravoasp.ru

ВЕРДИКТ

Готов после быстрых правок

Сайт работает, заявку оставить можно, документы на месте. Но человек с рекламы не поймёт, почему звонить именно вам, и быстро связаться ему нечем.

НАЙДЕНО

- P0** 0 — блокирующих запуск нет
- P1** 2 — до полноценного старта
- P2** 6 — влияют на число заявок
- P3** 5 — можно отложить

ЧТО ПРОВЕРЕНО

Главная страница, формы, политика и согласие — на компьютере и на телефоне

25 сентября 2026. Проверка внешняя: без доступов к Tilda, почте и CRM. Что осталось за рамками — в [разделе 09](#).

Короткая версия для тех, кто читает один раздел.

Рекламу запускать можно, но сейчас сайт работает как визитка, а не как продавец

Сайт открывается, на телефоне ничего не разъезжается, кнопка «Получить консультацию» видна сразу. Реквизиты предпринимателя, политика обработки данных и текст согласия на месте.

Юридические услуги Директ не ограничивает, документы для модерации не понадобятся. Отзывы настоящие: с именами, должностями, ссылками на сайты компаний и конкретными результатами.

Лента из двадцати логотипов клиентов тоже работает на доверие.

Слабое место — разговор с человеком, который придёт по объявлению. Он увидит, что юристы есть и что они умеют. Но почему выбрать именно их, кто будет вести дело, сколько это примерно стоит и как быстро можно связаться — сайт не отвечает. Юриста выбирают по доверию к людям, и каждый такой пробел — оплаченный клик, который не стал обращением.

Главные риски

- 1 Быстро связаться нечем.** Телефон есть только в самом низу страницы, на телефоне до него примерно восемь экранов прокрутки. В шапке и в меню номера нет. Мессенджеров на сайте нет совсем.
- 2 Непонятно, для кого вы работаете.** На первом экране написано только «Юридические услуги в Екатеринбурге и Свердловской области». Вся страница ниже — про бизнес, а описание сайта в поиске обещает помощь и частным лицам. Человек со спором о разводе или о заливе квартиры кликнет, а клик уже оплачен.

Минимум до запуска

1. Отправить с сайта тестовую заявку из обеих форм и проверить, куда она пришла. Снаружи это не проверить.
2. Решить, работаете ли вы с частными лицами, и сказать об этом на первом экране. От этого зависит, по каким запросам показывать рекламу.
3. Вынести кликабельный номер в шапку и в меню, добавить кнопки тех мессенджеров, которые вы действительно читаете.

02 Состояние по направлениям

Баллы не ставим: для запуска важнее понять, какие направления мешают рекламе, а какие можно дорабатывать по ходу.

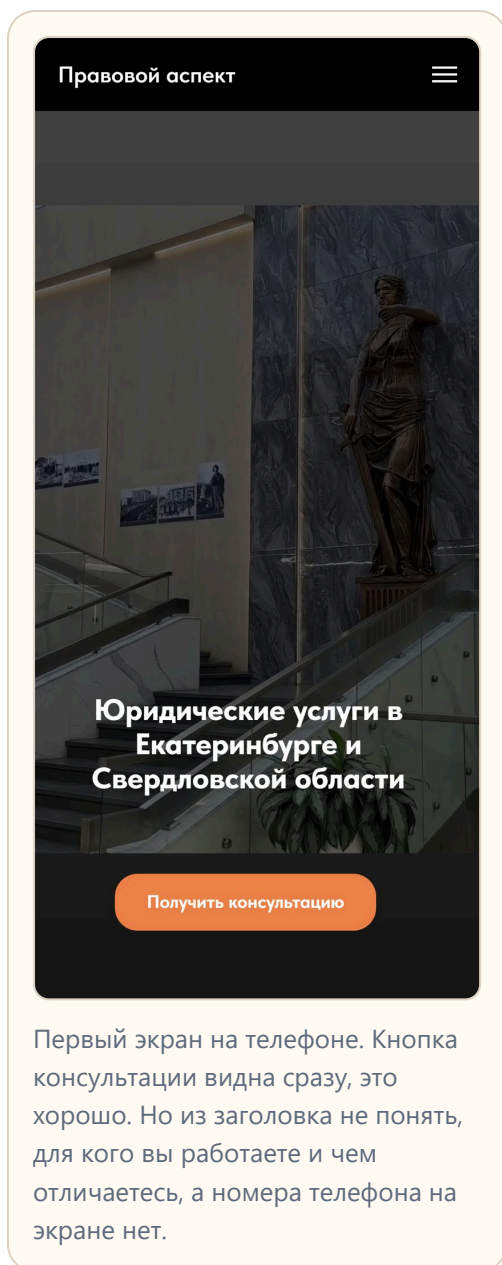
НАПРАВЛЕНИЕ	СОСТОЯНИЕ	КОММЕНТАРИЙ
Техническая доступность	В порядке	Сайт открывается, защищённое соединение работает, рекламных роботов ничего не блокирует. Мелочь на потом: сайт открывается по четырём адресам (с www и без, с защищённым соединением и без) и не перенаправляет их на один основной.
Мобильная версия и скорость	Есть риски	Вёрстка на телефоне не ломается, кнопка консультации видна на первом экране. Но в шапке и в меню нет номера. Кроме того, на первом экране грузятся два фоновых ролика, около 7 МБ, и оба грузятся даже на телефоне. На слабом мобильном интернете это заметно.
Оффер, контент и доверие	Критично до запуска	Отзывы и логотипы клиентов сильные. Но на первом экране нет ни предложения, ни указания, для кого вы работаете. Нет ни одного имени юриста, нет даже примерного порядка цен, не сказано, платная ли первая консультация.
Конверсионный путь	Критично до запуска	Формы есть, кнопка консультации повторяется в шапке и на первом экране. Но позвонить быстро нельзя, написать в мессенджер нельзя, карточки услуг заканчиваются тупиком. Во всплывающей форме обязательна почта, а в нижней форме нет телефона.
Рекламные и юридические риски	В порядке	Тематику Директ не ограничивает. Сведения о предпринимателе, политика и согласие опубликованы. Обещаний вида «гарантируем выигрыш» на сайте нет. Одна мелочь: подпись у форм говорит «нажимая кнопку, я даю согласие», а галочка при этом не обязательная. Это стоит показать юристу.

03 Что мешает полноценному запуску

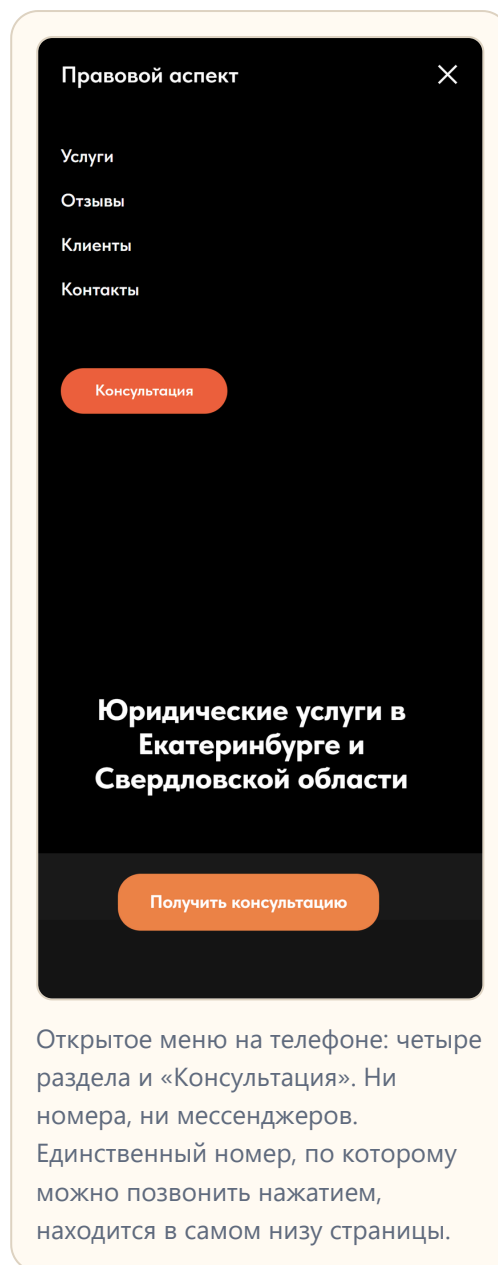
P0 — блокирует запуск. **P1** — исправить до полноценного запуска.

Блокирующих проблем не найдено. Сайт доступен, форма заявки есть, сведения о предпринимателе и политика обработки данных на месте, тематика у Директа не ограничена. Ниже — две вещи, которые стоит закрыть до того, как кампания начнёт тратить бюджет в полную силу.

ПРИОР.	ЧТО ПРОИСХОДИТ	ЧЕМ ЭТО ПЛОХО	ЧТО СДЕЛАТЬ
Р1	Номер телефона есть только в блоке «Контакты» в самом низу. На телефоне до него примерно восемь экранов прокрутки. В шапке и в меню — четыре ссылки на разделы и кнопка «Консультация». Мессенджеров нет, почта написана текстом, нажать на неё нельзя.	С юридической проблемой человек обычно хочет поговорить сразу, а не ждать, пока перезвонят. Если номер не находится за пару секунд, он вернётся в поиск и позвонит тем, у кого номер в шапке.	Вынести номер в шапку и в меню так, чтобы на телефоне по нему можно было позвонить одним нажатием. Добавить кнопки мессенджеров, но только тех, которые вы читаете и в которых быстро отвечаете. Почту сделать кликабельной.
Р1	На первом экране только «Юридические услуги в Екатеринбурге и Свердловской области» и кнопка. Ниже вся страница про бизнес: «ваши бизнес задачи», отзывы директоров, логотипы компаний. А в описании сайта для поиска — «помощь физическим и юридическим лицам».	Частный человек, которому нужен юрист по разводу или ЖКХ, кликнет по объявлению, пролистает и уйдёт. Директор, наоборот, не увидит сразу, что это фирма для него. В обоих случаях деньги за клик потрачены.	Решить, работаете ли вы с частными лицами. Если нет — заголовок вроде «Юридическое сопровождение бизнеса в Екатеринбурге» и одна строка о том, что получит клиент. Описание сайта для поиска привести к тому же. Кампанию настроить только на запросы бизнеса.



Первый экран на телефоне. Кнопка консультации видна сразу, это хорошо. Но из заголовка не понять, для кого вы работаете и чем отличается, а номера телефона на экране нет.



Открытое меню на телефоне: четыре раздела и «Консультация». Ни номера, ни мессенджеров. Единственный номер, по которому можно позвонить нажатием, находится в самом низу страницы.

04 Что на сайте уже сильного

На этом можно строить рекламу, и переделывать это не нужно.

Настоящие отзывы

Имя, должность, компания со ссылкой на её сайт и конкретный результат: «взыскали убытки с неустойкой», «снизили присуждённую сумму на 90 процентов». Такие отзывы убеждают лучше всего.

Логотипы клиентов

Лента из двадцати логотипов: строительство, торговля, обучение. Человек видит, что с вами работают знакомые ему компании.

Человеческий тон

«Переводим с русского на русский», «не оставляем клиентов один на один с фразой „так нельзя“». Для юридического сайта это редкость и хорошее отличие.

Кнопка консультации на виду

На телефоне она на первом экране, на компьютере ещё и в шапке. Путь к заявке есть с первой секунды.

Документы в порядке

ИП, ИНН, ОГРНИП и адрес указаны, политика обработки данных и отдельный текст согласия опубликованы. Для модерации Директа этого достаточно.

Ответы на вопросы

Шесть вопросов с ответами: специализация, подготовка к суду, переговоры, иностранные юрисдикции. Хорошая основа, в неё легко добавить вопрос про цену и первую консультацию.

05 Чего не хватает для разговора с клиентом

Человек, который ищет юриста, почти всегда встревожен и держит в голове три вопроса: «мне сюда?», «это мне по карману?» и «кто будет этим заниматься?». Ниже — чего на сайте не хватает, чтобы ответить на них до звонка.

5.1 Люди, которые будут вести дело

На странице нет ни одного имени юриста. В блоке преимуществ есть фотография, но она не подписана, и непонятно, кто на ней. А юридические услуги покупают у конкретных людей: клиенту важно знать, с кем он будет говорить и кто пойдёт в суд.

Что сделать

- Добавить блок «Кто будет вести ваше дело»: фото, имя, опыт в годах, специализация, одна строка о громком или типичном деле. Хватит двух-трёх человек.
- Если на фото в блоке преимуществ ваш сотрудник, подписать его. Если это стоковое фото, лучше заменить его настоящим.

5.2 Хотя бы примерный порядок цен

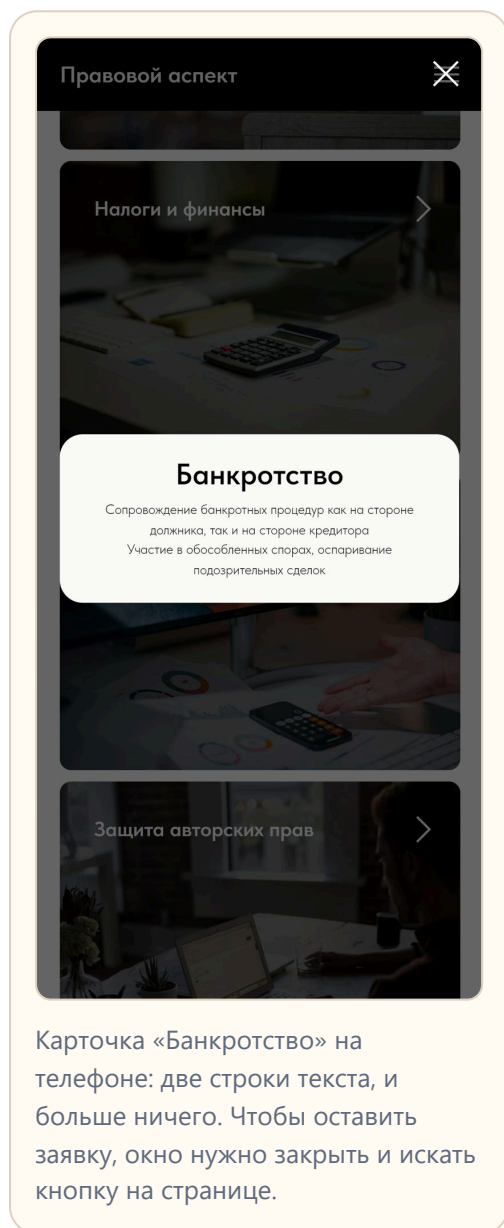
Сейчас на вопрос о цене сайт отвечает так: «индивидуальный подход», «оплачивается исходя из сложности и сроков». Это правда, но человек из этого не поймёт, по карману ли вы ему. Часть людей из-за этого не станет звонить: побоится, что сразу начнут продавать.

Что сделать

- Дать цены «от» по основным направлениям: разовая консультация, абонентское сопровождение в месяц, ведение судебного дела.
- Прямо сказать, бесплатна ли первая консультация. Если бесплатна, написать это на кнопке: «Бесплатная консультация» звучит сильнее, чем «Получить консультацию».

5.3 Следующий шаг из карточки услуги

Карточки «Банкротство», «Налоги и финансы» и остальные открываются окном с двумя-четырьмя строками описания. Больше в окне ничего нет, только крестик. А ведь в этот момент человек как раз нашёл свою проблему.



Карточка «Банкротство» на телефоне: две строки текста, и больше ничего. Чтобы оставить заявку, окно нужно закрыть и искать кнопку на странице.

Что сделать

- В каждую карточку добавить кнопку «Обсудить задачу», которая открывает форму.
- Расширить описания: какие ситуации решаете, что получает клиент, сколько примерно это занимает.

5.4 Формы, которые просят лишнего

Во всплывающей форме «Связаться с нами» обязательны все три поля: почта, имя и телефон. Человеку, который хочет, чтобы ему перезвонили, почта не нужна, и на ней часть людей бросит заявку. В нижней форме наоборот: почта, имя и сообщение, а поля для телефона нет. Если человек оставит там заявку, быстро перезвонить ему не получится.

×

Связаться с нами

Email

Ваше имя

 +7 (000) 000-00-00

☐ Нажимая кнопку, я даю [согласие на обработку моих персональных данных](#) в соответствии с [Политикой по обработке](#)

Отправить

Форма, которая открывается по кнопке «Получить консультацию». Первым идёт поле почты, и оно обязательное.

Что сделать

- Во всплывающей форме оставить обязательными имя и телефон, почту сделать необязательной или убрать.
- В нижнюю форму добавить телефон. Поле «Сообщение» оставить: людям с юридической проблемой часто хочется сразу её описать.
- Рядом с кнопкой написать, когда перезвоните: «Перезвоним в течение __ минут в рабочее время» — срок подставить свой. Заодно указать на сайте график работы, сейчас его нет.

5.5 Результаты в цифрах

Лучшие доказательства у вас уже есть, но они спрятаны в тексте отзывов: «взыскали убытки с неустойкой», «снизили сумму на 90 процентов», «реорганизация в согласованные сроки, у ФНС претензий нет». Их стоит вынести в отдельный короткий блок «Что мы решили для клиентов»: задача — результат, по одной строке.

5.6 Мелочи, которые видны

- В ответе про иностранные юрисдикции написано «Honk Kong». Для фирмы, которая говорит о знании английского, такая опечатка заметна.
- На первом экране фоновое видео. Пока оно грузится, фон первые секунды чёрный. Два ролика весят около 7 МБ и грузятся оба, даже на телефоне. На обычном интернете это терпимо, на слабом мобильном — заметно. Для телефона лучше оставить один лёгкий ролик или картинку.

06

Куда поставить благодарственные письма

Отдельный вопрос от вас. Короткий ответ: сразу под отзывами, в той же секции.

РЕКОМЕНДАЦИЯ

Переименовать секцию в «Отзывы и благодарственные письма» и поставить ленту писем сразу под отзывами, перед логотипами клиентов. Человек, который дочитал до отзывов, как раз решает, можно ли вам доверять. Письмо на бланке компании с подписью и печатью подкрепляет отзыв. Если поставить письма отдельно, например в самый низ, их увидит меньшинство.

Первый экран

→ Услуги

→ Преимущества

→ Отзывы

→ Благодарственные письма

→ Логотипы клиентов

→ Вопросы

→ Контакты

Порядок блоков после правки. Оранжевым отмечено новое место писем.

Отзывы наших клиентов



Стародубцев Андрей Сергеевич

директор ООО "ЭВОЛТЭК"

Работаем в сфере поставок и столкнулись с недобросовестным поставщиком, который сорвал сроки и отказался от договора. Искали юристов по знакомым, в итоге вышли на «Правовой аспект».

Приятно, что сразу взяли нас в работу и дали комплексное решение, а не просто формальные бумаги. Юристы помогли в переговорах, но в итоге пришлось подавать в суд. Результат — взыскали убытки с неустойкой.

Отдельно отмечу легкость коммуникации, ребята всегда нормально объясняют, что делают без канцелярщины.



Морозов Александр

учредитель ООО "Пред-ИТ"

Нужно было быстро реструктурировать ООО.

Вся процедура проведена четко, в согласии с законодательством.

Плюс — умение работать с регистрирующими органами.

Блок отзывов сейчас. Ленту писем стоит поставить прямо под ним, в том же стиле: белые карточки на белом фоне.

Как оформить

- Лента из четырёх-шести писем, листается вбок, как отзывы. По нажатию письмо открывается крупно, так, чтобы его можно было прочитать.
- Под каждым письмом одна строка: компания и какая была задача. Например: «ООО „...“ — взыскание долга с поставщика». Без подписи письмо выглядит как картинка «для галочки».
- Если письма есть от тех же компаний, что оставили отзывы (ЭВОЛТЭК, Пред-ИТ, Центр Гений), под отзывом стоит добавить ссылку «Смотреть письмо». Отзыв и документ рядом убеждают сильнее всего.
- Сканы, а не снимки письма на телефон: ровные, без теней и перекоса, с читаемым текстом, все одного размера.

До публикации

Получить согласие компаний на публикацию писем. В сканах закрыть то, что не должно быть на сайте: телефоны и почту частных лиц, номера договоров и суммы, если клиент против.

07 План работ

Сначала то, без чего запускать рекламу не стоит, потом то, что можно делать параллельно с тестом.

До включения кампании

ПРИОР.	ЗАДАЧА	КОММЕНТАРИЙ
Пров.	Отправить тестовую заявку из обеих форм и проверить, куда она пришла	Снаружи это не проверить. Если заявки теряются, бюджет уйдёт впустую

ПРИОР.	ЗАДАЧА	КОММЕНТАРИЙ
Пров.	Решить, работаете ли вы с частными лицами, и назвать мессенджеры, которые читаете	От ответов зависят заголовок, кнопки и запросы для рекламы
P1	Номер в шапке и в меню, звонок одним нажатием; кнопки мессенджеров; кликабельная почта	Сейчас номер только в самом низу страницы
P1	Заголовок первого экрана с указанием, для кого вы работаете, и строка с предложением; то же в описании для поиска	Сейчас страница про бизнес, а описание для поиска обещает помощь и частным лицам

После запуска или во время теста

ПРИОР.	ЗАДАЧА	КОММЕНТАРИЙ
P2	Блок «Кто будет вести ваше дело»: фото, имя, опыт, специализация	Сейчас на сайте нет ни одного имени юриста
P2	Цены «от» и ответ, бесплатна ли первая консультация	Если бесплатна, написать это на кнопке
P2	Кнопка «Обсудить задачу» в каждой карточке услуг	Сейчас карточки заканчиваются крестиком
P2	Формы: почта необязательная, в нижнюю форму добавить телефон, рядом с кнопкой — срок ответа	Сейчас одна форма требует почту, в другой нет телефона
P2	Лента благодарственных писем под отзывами	Сначала согласие компаний на публикацию
P2	Облегчить первый экран на телефоне: один лёгкий ролик или картинка вместо двух роликов	Сейчас около 7 МБ видео грузится даже на телефоне
P3	Блок «Что мы решили для клиентов»: задача — результат	Материал уже есть в отзывах
P3	График работы и срок ответа на заявку	Сейчас на сайте не указаны
P3	Показать юристу подпись у форм и галочку согласия	Подпись «нажимая кнопку, я даю согласие», а галочка при этом не обязательная. Нижняя форма отправляется даже с пустыми полями
P3	Выбрать один основной адрес сайта и перенаправлять на него остальные	Делается в настройках Tilda. На показ объявлений не влияет
P3	Исправить «Honk Kong»	Одна минута

08 Как запускать

Условия старта

Тестовая заявка дошла, номер и мессенджеры вынесены наверх, на первом экране понятно, для кого вы работаете. Остальное можно делать параллельно с тестом.

Первые кампании

Поиск по запросам бизнеса в Екатеринбурге: «юрист для бизнеса», «арбитражный юрист», «юридическое сопровождение организации», «банкротство ООО» и близкие. Запросы частных лиц — развод, наследство, ДТП, ЖКХ — исключить, если вы решите с ними не работать.

Страница

Сайт одностраничный, поэтому все объявления ведут на него. Если какое-то направление, например банкротство, окажется главным, для него стоит сделать отдельную страницу: человеку с узким вопросом не придётся искать свою тему среди шести.

Что смотреть в первые 3–7 дней

- Доходят ли заявки. В первые дни проверять каждую.
- По каким запросам приходят люди: если много частных вопросов, сужать запросы.
- Телефоны и компьютеры отдельно: по телефонам будет видно, помог ли номер в шапке.
- Звонки по дням и часам: объявления показываются и в выходные, а график работы на сайте не указан.

09 Что проверено и границы проверки

Проверено

главная страница компьютер и телефон обе формы, кроме отправки контакты и меню
карточки услуг вес первого экрана ограничения тематики у Директа политика и согласие

Не проверялось

доходят ли заявки — нужна ваша тестовая отправка
подробный замер скорости на медленном интернете аналитика и счётчики — отдельный этап

Что это значит на практике

- **Это экспресс-аудит.** Мы искали то, что мешает запуску и заявкам, а не делали полный разбор сайта.
- **Проверка внешняя.** Доступов к Tilda, почте и CRM у нас не было. Всё написанное видно снаружи: в браузере и в коде страницы.
- **Заявку мы не отправляли.** Это создало бы вам настоящее обращение с чужими данными. Поэтому доставка заявок стоит первым пунктом плана.
- **Коммерческие вводные не подтверждены.** Кто ваш клиент, цены и порядок первой консультации мы взяли из содержания сайта. Если что-то не так, пункты про первый экран и цены стоит перечитать вместе с нами.
- **Юридические наблюдения — не юридическое заключение.** Подпись у форм, политику и согласие стоит показать юристу.

Экспресс-аудит готовности сайта к контекстной рекламе. «Правовой аспект», pravoasp.ru. 25 сентября 2026. Подготовлено: агентство «На Виду».

Проверка внешняя: без доступов к Tilda, почте и CRM. Выводы опираются на разбор страницы и её форм на компьютере и телефоне и на замер веса первого экрана в браузере. Границы проверки перечислены в разделе 09. Юридические наблюдения не являются юридическим заключением.