

Маркетинговый аудит — Полный отчёт

pinschersales.ru

Дата: 04 июня 2026



Общий маркетинговый балл: 60/100 (C)

PinscherSales — сильный нишевый B2B-эксперт: контроль качества звонков и усиление отделов продаж, резидент Сколково, 500+ кейсов, живой Telegram на 2 470 подписчиков. Но сайт-конвертер недозарабатывает. Компания платит за трафик (пиксели Я.Метрика + VK + Facebook верифицированы), при этом мобильная загрузка 15,4 сек (LCP) и дублирующийся Facebook-пиксель сжигают часть рекламного бюджета и режут заявки на экскурсию/диагностику. Отдельная брешь — нулевой социальный пруф в поиске: на Я.Картах, 2ГИС, Otvovik, Flamp, Zoon не найдено ни одного отзыва, хотя услуга стоит от 200 тыс. руб./мес и решение принимается с проверкой репутации. При LTV клиента ~1,5 млн руб. даже 1–2 потерянные заявки в месяц = 0,3–0,7 млн руб./мес недозабронированного LTV (4–8 млн руб./год). Это не «слабый маркетинг» — это сильный эксперт с протекающей цифровой воронкой. Quick Wins по скорости, доверию и связке Telegram↔сайт окупаются менее чем за месяц.

Разбивка баллов по 6 категориям

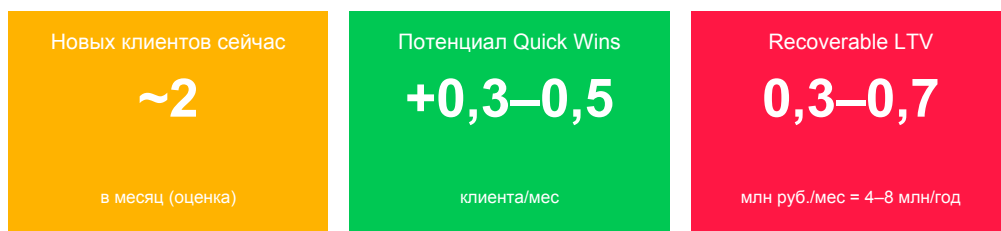


Категория	Балл	Вес	Статус
Контент и месседжинг	64/100	25%	Требуется работы
Оптимизация конверсий	55/100	20%	Требуется работы
SEO и видимость	52/100	20%	Требуется работы
Конкурентное позиционирование	70/100	15%	Требуется работы
Бренд и доверие	58/100	10%	Требуется работы
Рост и стратегия	60/100	10%	Требуется работы

Где утекают деньги — раскладка по блокам

Это не «слабый маркетинг» — это сильный нишевый эксперт с протекающей цифровой воронкой. Продукт, ниша и аудитория уже есть; недозарабатывает именно сайт-конвертер. Деньги утекают в трёх местах: (1) платный трафик частично сгорает из-за мобильной загрузки 15,4 сек и дублирующегося Facebook-пикселя; (2) высокочечовая услуга (от 200 тыс. руб./мес) продаётся без социального пруфа в поиске — ноль отзывов на агрегаторах; (3) живой Telegram на 2 470 подписчиков не связан с сайтом в измеримую воронку.

Финансовая модель недополученной выручки [ОЦЕНКА на консервативных бенчмарках]



Три главных канала потерь



Откуда берётся цифра 0,3–0,7 млн руб./мес

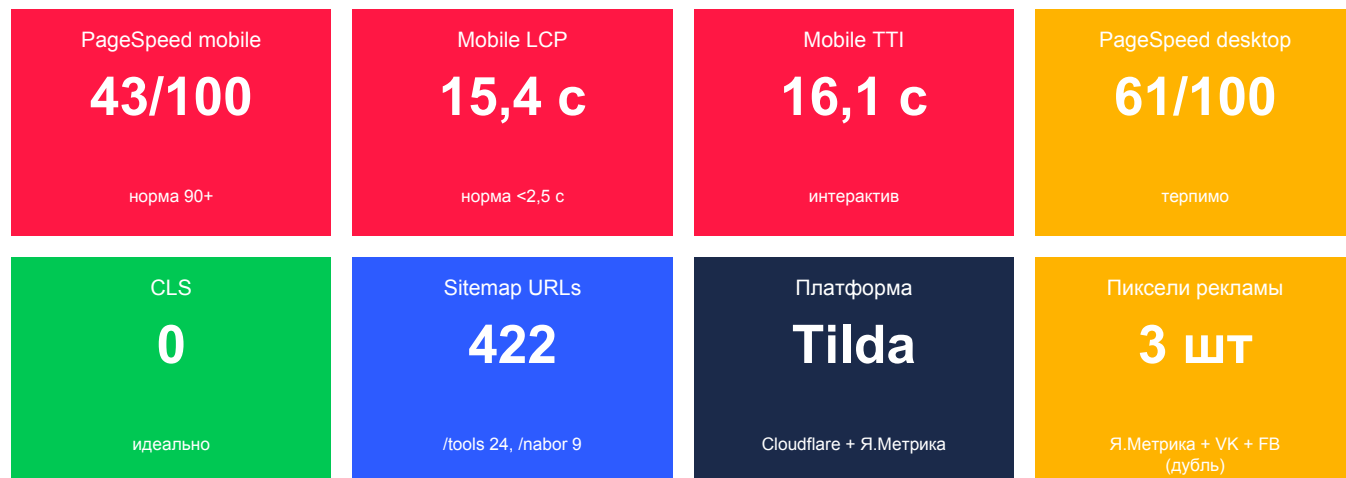
Метрика	Значение	Источник / бенчмарк
Месячный трафик сайта	~700–1 500 визитов	Public signals + платный трафик (3 пикселя), low-medium confidence [ОЦЕНКА]
Доля мобильного трафика	~55%	Отраслевой бенчмарк RU 2024 [ОЦЕНКА]
Мобильная конверсия в заявку	подавлена -30–40%	LCP 15,4 c vs <2,5 c (Akamai 2024: 7-10% конв. за секунду) [ОЦЕНКА]
Заявок сейчас -> после QW	~14 -> ~18 (+4/мес)	Восстановление мобильной конверсии + доверия [ОЦЕНКА]
Close в платный контракт	~10–15%	High-ticket B2B услуги [ОЦЕНКА]
Прирост клиентов	+0,3–0,5 клиента/мес	+4 заявки × 10-15% close [ОЦЕНКА]

LTV клиента	~1,5 млн руб.	РОП в аренду от 200 тыс. руб./мес × LTV 7,5 мес (с сайта) [ВЕРИФИЦИРОВАНО, сайт]
Итого recoverable	0,3–0,7 млн руб./мес = 4–8 млн руб./год	Окупаемость Quick Wins < 1 месяца [ОЦЕНКА]

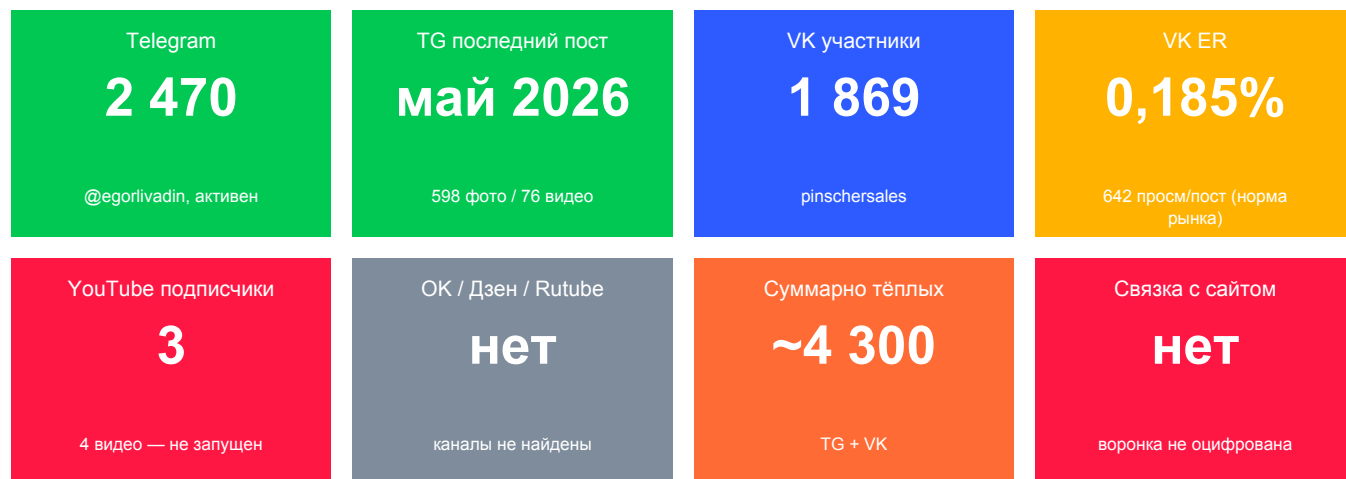
Это нижняя консервативная граница на публичных сигналах. Точная цифра уточняется до ±5% за день по доступу к Я.Метрике (счётчик 89277043 уже стоит). Эффекты Quick Wins не складываются арифметически — они умножаются по цепочке воронки: быстрее сайт × выше доверие × связка с Telegram.

Дашборд: ключевые метрики

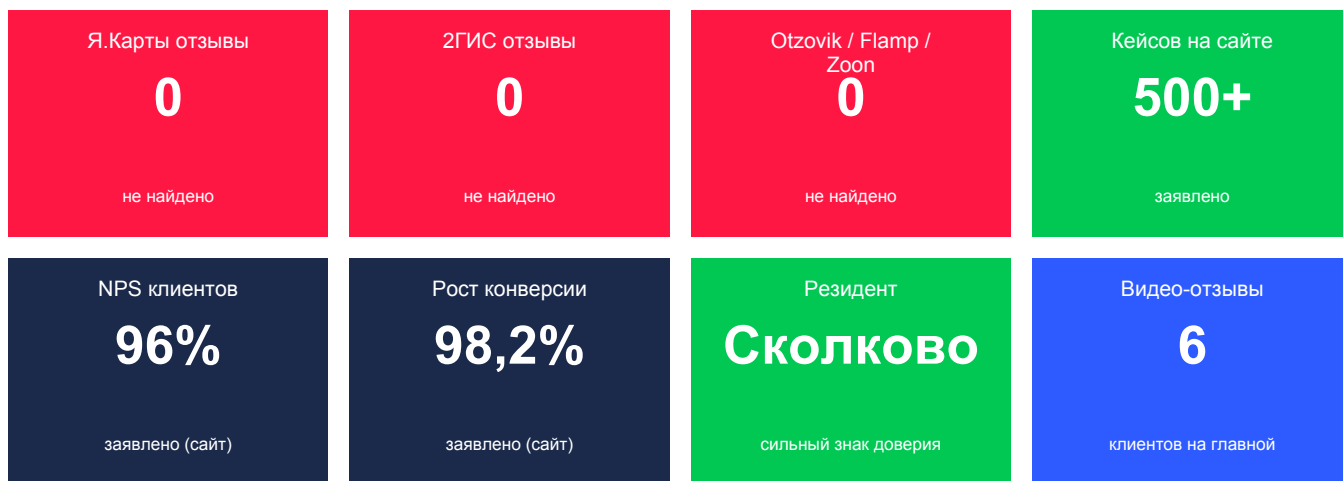
Сайт и техническая база [ВЕРИФИЦИРОВАНО, PageSpeed API + tech-scan]



Контент-каналы [ВЕРИФИЦИРОВАНО через API]



Доверие и репутация [ВЕРИФИЦИРОВАНО]



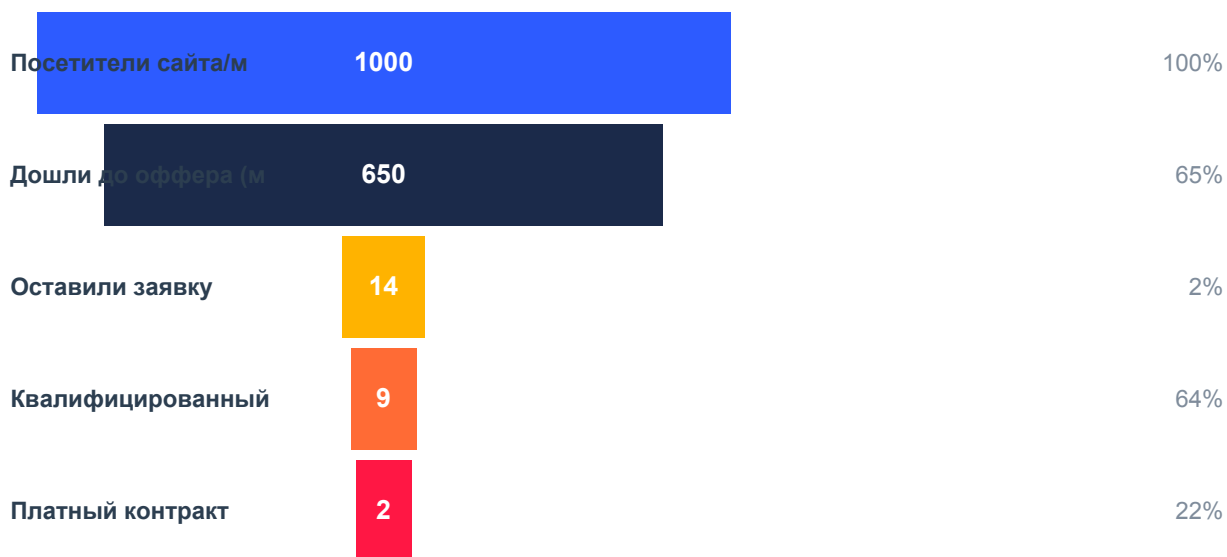
Бизнес-ориентирьы [ВЕРИФИЦИРОВАНО, сайт]



Анализ воронки продаж

PinscherSales работает по воронке лид-генерации для high-ticket B2B: платный/контентный трафик -> заявка (онлайн-экскурсия / диагностика / звонок / скачать материалы) -> менеджер -> продажа (прослушка -> обучение -> РОП в аренду). Точные цифры этапов требуют Я.Метрики, поэтому ниже — [ОЦЕНКА] на отраслевых бенчмарках, скорректированная на наблюдаемые проблемы (LCP 15,4 с, ноль отзывов в поиске, разрыв Telegram↔сайт).

Текущая воронка сайта [ОЦЕНКА]



Главные бутлнеки и где их чинить

Этап	Текущее	Главная утечка	Эффект фикса
Визит -> оффер	~65%	Mobile LCP 15,4 с — белый экран до 5 с, интерактив 16 с	+15–25%
Оффер -> заявка	~2%	5 типов попапов на одни и те же 2 поля; нет лид-магнита-крючка с ценностью	+20–40%
Заявка -> созвон	~64%	Скорость ответа менеджера; нет авто-прогрева из Telegram	+10–15%
Созвон -> контракт	~22%	Ноль отзывов в поиске — клиент проверяет репутацию и не находит	+15–30%

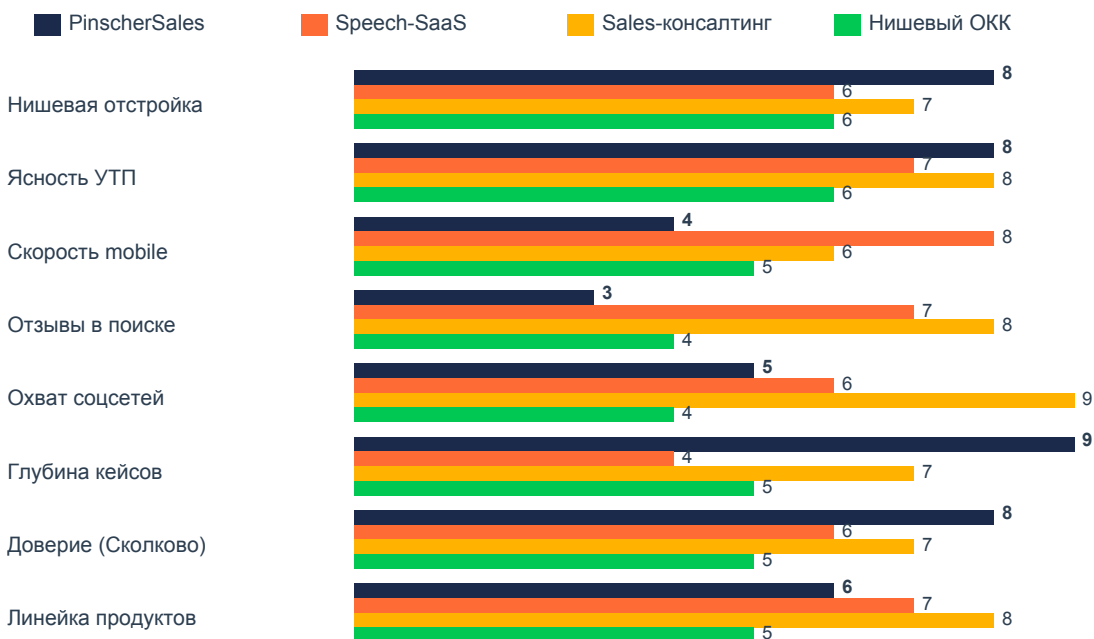
Узкое горло — не верх воронки (трафик есть), а конверсия «оффер -> заявка» и «созвон -> контракт». Первое лечится скоростью и ценностным лид-магнитом, второе — социальным пруфом в поиске (отзывы) и прогревом через Telegram. Оба фикса — Quick Wins.

Конкурентная разведка — карта рынка

Ниша: внешний контроль качества звонков + усиление отделов продаж (аутсорс ОКК / РОП в аренду / speech-аналитика). Рынок делится на три типа игроков: сервисы речевой аналитики (SaaS), консалтинг-агентства по продажам и нишевые ОКК-подрядчики. PinscherSales — гибрид «услуга + технология» с сильной нишевой отстройкой (резидент Сколково, 500+ кейсов).

Конкурент	Тип	Позиционирование	Дифференциатор
Речевые аналитики (Speech Analytics, MANGO, Roistat)	SaaS	Автоматическая аналитика звонков	Технология без «рук», дешевле, но без внедрения
Sales-консалтинги (Гребенюк, Sell&Sell; и др.)	Консалтинг	Построение отделов продаж под ключ	Сильный личный бренд, агрессивный digital
Нишевые ОКК-подрядчики	Услуга	Аутсорс контроля качества звонков	Прямой конкурент по сути услуги
Внутренний ОКК клиента	In-house	Свой отдел качества	Альтернатива «ничего не делать» / нанять самим
PinscherSales	Услуга+тех	Контроль качества -> рост конверсии x2	Сколково, 500+ кейсов, «завод конверсии», LTV 7,5 мес

Сравнение по 8 факторам (шкала 1-10) [ОЦЕНКА на публичных сигналах]



Где PinscherSales силён

- Нишевая отстройка и доверие: резидент Сколково, метафора «завод по увеличению конверсии», 500+ кейсов с цифрами по нишам (строительство, банкротство, авто) — это бьёт безликие SaaS-аналитики.
- Услуга «под ключ», а не просто софт: анализ -> обучение -> РОП в аренду. Клиент получает результат, а не дашборд, с которым надо разбираться самому.
- Сильный track record в формулировках: рост конверсии ×2, 98,2% прирост, NPS 96%, LTV 7,5 мес — если оцифровать это отзывами, отстройка станет непробиваемой.
- Живой Telegram (2 470, активный) — контентный фундамент, которого нет у большинства нишевых ОКК-подрядчиков.

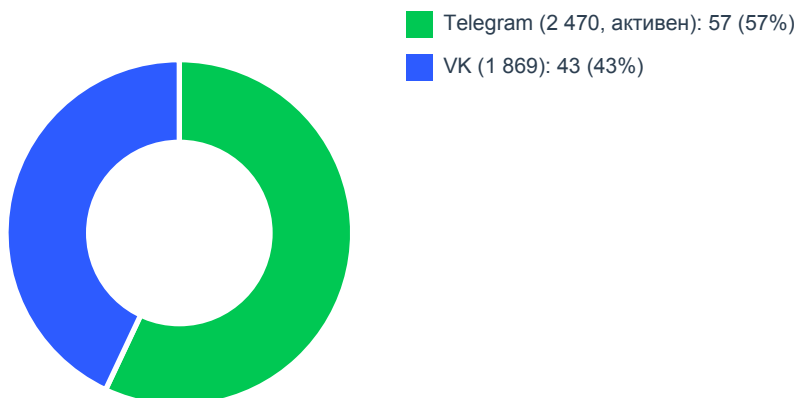
Где отстаёт — и где наибольший рычаг

- Репутация в поиске: ноль отзывов на Я.Картах/2ГИС/Otzovik/Flamp/Zoon. Sales-консалтинги с личным брендом выигрывают именно доверием — это прямая утечка high-ticket сделок.
- Мобильная скорость 43/100 (LCP 15,4 с) хуже, чем у SaaS-конкурентов с лёгкими лендингами — на платном мобильном трафике это проигрыш по цене лида.
- Охват соцсетей уже, чем у sales-консалтингов (нет масштабного YouTube/перформанса) — но это не главный рычаг сейчас.
- Главный рычаг — не «догонять по охвату», а закрыть брешь доверия (отзывы) и ускорить сайт. Это превращает уже имеющийся сильный track record в закрытые сделки.

Контент-стратегия: сильный Telegram, простаивающие каналы

У PinscherSales есть живой контентный актив — Telegram на 2 470 подписчиков с регулярным ведением. Проблема не в производстве контента, а в том, что (а) актив не связан с сайтом в измеримую воронку и (б) остальные каналы (YouTube, ОК, Дзен) фактически не работают. Разберём по каналам.

Распределение тёплой аудитории по каналам [ВЕРИФИЦИРОВАНО, API]



1. Telegram @egorlivadin — главный актив

Метрика	Значение
Название	Пинчер: двигатель для отделов продаж
Подписчики	2 470
Контент	598 фото, 76 видео, 232 ссылки
Последний пост	12.05.2026 (активен)
Статус	Регулярное ведение

Канал живой и тематический — это сильно. Резерв: связать его с сайтом и продуктом. Что делать: закреплённый пост с лид-магнитом («Чек-лист контроля качества звонков» / «17 инструментов роста ×2» — у компании уже есть страница /tools), серия прогрева перед запусками, бот-квалификация заявок. При ER 2-3% от 2 470 это стабильный поток тёплых заявок на прослушку/обучение.

2. VK pinschersales

Метрика	Значение
Участники	1 869
Средние просмотры/пост	642
Средние лайки/репосты	1,8 / 1,6
Комментарии/пост	0

Engagement Rate	0,185% (рыночная норма 2024-2025)
-----------------	-----------------------------------

ER 0,185% — это рыночный тренд для брендов в VK 2024-2025, не «мёртвый канал». Резерв — не больше постинга, а конверсионные механики: закреп с лид-магнитом, прогрев перед запусками, ретаргет через уже стоящий VK-пиксель. 642 просмотра/пост — это охват, который сейчас не оцифрован в заявки.

3. YouTube — простаивает

Метрика	Значение
Канал	Пинчер: двигатель отделов продаж
Подписчики	3
Видео	4
Вывод	Канал заведён, но не развивается

YouTube для B2B-услуг с длинным циклом и дорогим чеком — мощный прогрев (разбор звонков, кейсы по нишам). Сейчас это возможность роста, а не дефект: у компании уже есть видеоконтент (видео-отзывы, запись экскурсии) — его можно переупаковать в YouTube как актив второго порядка. Не приоритет №1, но дешёвый задел на будущее.

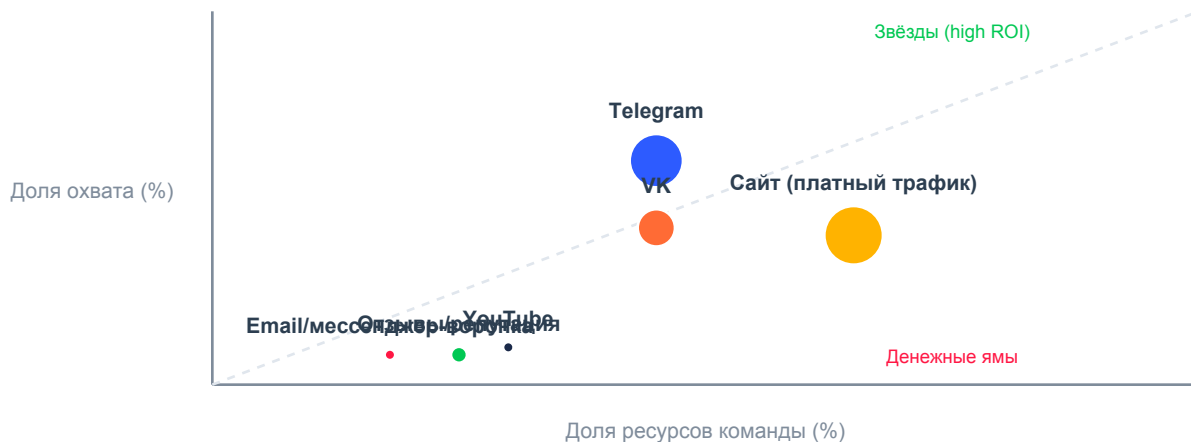
Сводный план монетизации контента

Канал	Действие	Срок	Эффект
Telegram	Закреп с лид-магнитом + серия прогрева перед запусками + бот-квалификация	2–3 нед	+поток заявок на прослушку/обучение
VK	Закреп с лид-магнитом + ретаргет через VK-пиксель	2–3 нед	+монетизация 642 просм/пост
Сайт	Лид-магнит /tools -> email/мессенджер-захват -> прогрев -> заявка	3–4 нед	+мост контент -> продажа
YouTube	Переупаковка имеющихся видео (кейсы, экскурсия)	1–2 мес	+дешёвый прогрев-актив

ROI-матрица каналов

Каналы по двум осям: трудозатраты (X) и текущая эффективность охвата/монетизации (Y). Размер пузыря — потенциал канала при докрутке воронки.

Текущее состояние каналов [ОЦЕНКА]



Что это значит

- Сайт + платный трафик — самый большой пузырь (деньги уже вкладываются), но Y занижен скоростью 15,4 с и сгорающим ad-бюджетом. Главный денежный рычаг.
- Telegram — лучший по эффективности актив, но без связки с сайтом монетизация недокручена.
- Репутация в поиске (отзывы) — почти в нуле (левый нижний угол). Это не дефект, а крупнейшая быстрая возможность: посеять отзывы на Я.Картах/2ГИС/Flamp при 500+ реальных клиентах.
- Рычаг роста — не «делать больше контента», а достроить два моста: трафик->скорость->заявка и клиент->отзыв->доверие->сделка.

Расхождения и риски доверия — что заметит дотошный клиент

Клиент, выбирающий подрядчика по контролю качества за 200+ тыс. руб./мес, проверяет детали — это его профессия. Ниже верифицированные несостыковки, которые подсознательно снижают доверие. Для компании, которая продаёт качество, аккуратность в собственных деталях — часть оффера.

Что	Найдено	Где	Риск
Адрес офиса	Шапка: Ульянова 10а ↔ реквизиты: Краснозвёздная 25	Сайт (header vs footer)	NAP-несогласованность, бьёт по доверию и локальному SEO
Контактный email	info@rostcv.ru (другой домен, не pinschersales.ru)	Футер	Сомнение «это точно их сайт?», путает бренд
Свежесть цифр	«Информация актуальна на 25 августа 2024»	Блоки конверсии/LTV/NPS	Данные ~21 мес давности — выглядит как заброшенность
Объём опыта	«500+ кейсов» (сайт) ↔ «1 900+ проектов» (VK) ↔ «1 000 отделов» (текст)	Сайт + VK	Разной цифр снижает веру во ВСЕ цифры
Грамотность	«как должна работать», «Заполня форму», «результата», «Типография», «появилось»	Главная + попап-форма	Иронично для продавца контроля качества; правится за час
tel-ссылка	tel:8 800 250-55-40 (с пробелами) — клик может не сработать	Футер	Потерянный звонок с мобильного
Дубль Facebook-пикселя	Pixel ID 923819195698890 загружается дважды	Консоль (Playwright)	Двойной подсчёт конверсий -> искажённая оптимизация рекламы
JS-ошибка в консоли	«Unexpected token 'function'»	Консоль (Playwright)	Потенциальные сбои скриптов/аналитики

Вывод

Ни одна из этих находок не фатальна по отдельности, но вместе они создают фон «сделано наспех» у компании, чьё УТП — порядок и контроль. Все правки — Quick Wins на 1-2 дня (кроме дубля пикселя — 30 минут). Эффект непропорционально велик: это прямая консистентность бренда «мы наведём порядок».

PageSpeed Mobile — детально

Замер 04.06.2026 через Google PageSpeed Insights API. Десктоп терпим (61/100), проблема локализована в мобильной сборке Tilda: тяжёлый рендер и неиспользуемый JavaScript. HTML-документ весит 495 КБ ещё до картинок и скриптов.

Core Web Vitals — mobile [ВЕРИФИЦИРОВАНО, PageSpeed Insights API]

Метрика	Значение	Норма	Статус
Performance score	43/100	90+	Плохо
LCP (Largest Contentful Paint)	15,4 с	<2,5 с	Критично
TTI (Time to Interactive)	16,1 с	<3,8 с	Критично
FCP (First Contentful Paint)	5,3 с	<1,8 с	Плохо
Speed Index	8,4 с	<3,4 с	Плохо
TBT (Total Blocking Time)	570 мс	<200 мс	Плохо
CLS (Cumulative Layout Shift)	0	<0,1	Идеально
PageSpeed desktop	61/100	90+	Терпимо

Главная возможность — Lighthouse

Что исправить	Экономия	Сложность	Рекомендация
Reduce unused JavaScript	~2,7 с	Средняя	Убрать лишние Tilda-блоки/виджеты, defer сторонних скриптов
Оптимизация изображений (hero)	~2–3 с до LCP	Лёгкая	WebP + правильный srcset + lazy-load ниже первого экрана
Preload hero + preconnect к CDN	~1–1,5 с	Лёгкая	link rel=preload для LCP-картинки, preconnect к static.tildacdн
Сократить число попапов/форм на загрузке	–блокирующий JS	Лёгкая	5 форм инициализируются сразу — грузить по клику

Разница mobile 43 vs desktop 61 подтверждает: сервер (Cloudflare) отвечает нормально, проблема клиентская — тяжёлый фронт Tilda + неиспользуемый JS. Решается оптимизацией изображений и сборки, не сменой хостинга. На мобильном LCP 15,4 с означает, что заходящий с телефона собственник видит белый экран ~5 секунд, а кликабельным сайт становится только через 16 секунд — на платном трафике это прямые потерянные деньги.

Ключевые находки — реестр

Critical (немедленные Quick Wins)

№	Находка	Источник верификации	Эффект
F1	Mobile LCP 15,4 с / TTI 16 с, perf 43/100 — сжигает платный мобильный трафик	PageSpeed Insights API	-0,15-0,3 млн руб./мес
F2	Ноль отзывов в поиске (Я.Карты/2ГИС/Otzovik/Flamp/Zoon) при чеке 200к+	Reviews scraper (DDG + scrape)	-0,1-0,25 млн руб./мес
F3	Дублирующийся Facebook-пиксель (923819195698890) — искажает оптимизацию рекламы	Playwright console	Завышенный CPL, перерасход ad-бюджета

High (1-4 недели)

№	Находка	Источник верификации	Эффект
F4	Telegram 2 470 (активен) не связан с сайтом в воронку	YouTube/TG API + site scan	Латентный резерв тёплых заявок
F5	Нет ценностного лид-магнита-крючка — 5 попапов на одни и те же 2 поля	Playwright CRO-проба	Низкая конверсия оффер->заявка
F6	Цифры на сайте устарели («актуально на 25.08.2024», ~21 мес)	Site scan	Вид заброшенности, минус доверие

Medium (1-3 месяца)

№	Находка	Источник верификации	Эффект
F7	Разной цифр опыта: 500+ кейсов / 1 900+ проектов / 1 000 отделов	Сайт + VK	Подрывает доверие ко всем метрикам
F8	NAP-несогласованность: два разных адреса офиса	Header vs footer	Локальное SEO + доверие
F9	YouTube не развивается (3 подписчика, 4 видео)	YouTube Data API v3	Упущенный прогрев-канал

Low (технический фон)

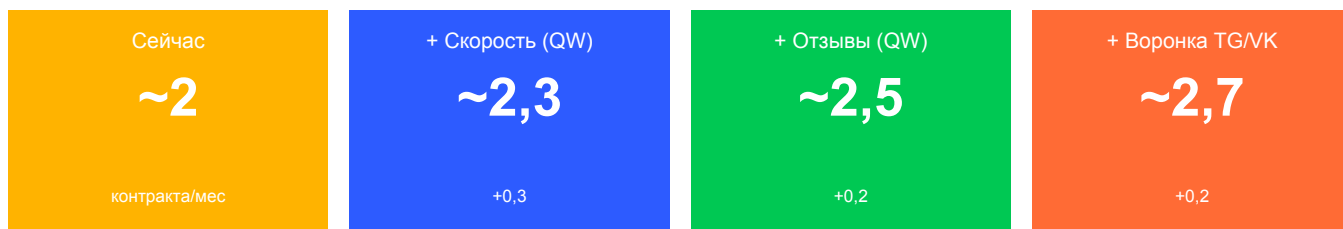
№	Находка	Источник	Влияние
F10	Опечатки на главной и в форме («дожна», «Заполня»)	Playwright	Консистентность бренда «контроль качества»

F11	tel-ссылка с пробелами может не кликаться	Snapshot	Потерянные звонки с мобильного
F12	Контактный email на чужом домене (rostcv.ru)	Site scan	Путаница бренда

Финансовая модель — где сайт режет договоры

Разложим, как именно технические и доверительные бреши превращаются в недозаработанные контракты. Все суммы — [ОЦЕНКА] на консервативных бенчмарках; база — собственные цифры компании (РОП от 200 тыс. руб./мес, LTV 7,5 мес).

Сценарии воронки [ОЦЕНКА]



Перевод в деньги (LTV-логика)

Драйвер	Прирост клиентов/мес	× LTV	Доп. LTV/мес
Mobile-скорость (LCP 15,4->3 с)	+0,3	1,5 млн руб.	~0,45 млн руб.
Отзывы в поиске (доверие)	+0,2	1,5 млн руб.	~0,30 млн руб.
Связка Telegram/VK ↔ сайт	+0,2	1,5 млн руб.	~0,30 млн руб.
Итого (консервативно, с перекрытием)	+0,3–0,5	1,5 млн руб.	0,3–0,7 млн руб./мес

Стоимость и окупаемость

Блок	Стоимость внедрения	Срок	Окупаемость
Оптимизация скорости Tilda	40–80 тыс. руб.	1–2 нед	< 1 мес
Посев отзывов (Я.Карты/2ГИС/Flamp) + сбор с 500+ клиентов	20–40 тыс. руб.	2–4 нед	< 1 мес
Лид-магнит + связка TG/VK с сайтом	50–90 тыс. руб.	3–4 нед	1–2 мес
Фикс пикселя/опечаток/реквизитов	5–15 тыс. руб.	1–2 дня	мгновенно

- Совокупная стоимость Quick Wins: ~115–225 тыс. руб. против recoverable 0,3–0,7 млн руб./мес.
- Это нижняя граница: одна крупная сделка (РОП в аренду на 7,5 мес = 1,5 млн руб.) окупает всю программу многократно.

Детальный расчёт улучшений по этапам воронки

Для каждого этапа — текущее состояние, верифицированная причина утечки и ожидаемый лифт [ОЦЕНКА]. Этапы перемножаются: суммарный эффект воронки больше суммы по отдельным этапам.

Этап 1. Визит -> дошёл до оффера (~65%)

Утечка: LCP 15,4 с и TTI 16 с (PageSpeed API). Мобильный посетитель ждёт белый экран ~5 с, кликабельность — 16 с. Akamai 2024: каждая секунда задержки = -7-10% конверсии.

Действие	Эффект на этап	Срок	Стоимость
WebP + lazy-load + preload hero	+10–15%	1 нед	30–50к руб.
Убрать unused JS (-2,7 с)	+5–10%	1 нед	20–40к руб.

Этап 2. Оффер -> заявка (~2%)

Утечка: 5 одинаковых попапов просят имя+телефон без ценностного крючка; нет лид-магнита, забирающего тёплого, но ещё не готового звонить. Форма сама по себе низкофрикционна (2 поля — это плюс), но ей не предшествует ценность.

Действие	Эффект на этап	Срок	Стоимость
Лид-магнит «Чек-лист ОКК» / «17 инструментов» как крючок	+20–40%	1–2 нед	30–50к руб.
Микро-копи доверия у формы (Сколково, 500+ кейсов, NPS 96%)	+5–10%	2 дня	5к руб.

Этап 3. Заявка -> квалифицированный созвон (~64%)

Утечка: скорость ответа менеджера и отсутствие авто-прогрева. Тёплый из Telegram/VK заходит «холодным» на созвон.

Действие	Эффект на этап	Срок	Стоимость
Авто-ответ + прогрев-цепочка (бот/мессенджер)	+10–15%	2–3 нед	40–70к руб.

Этап 4. Созвон -> контракт (~22%)

Утечка: клиент после созвона идёт проверять репутацию в поиск — и не находит ни одного отзыва на Я.Картах/2ГИС/Flamp/Otzovik. Для high-ticket B2B это частая причина «зависших» сделок. У компании 500+ реальных клиентов — сырьё для отзывов есть.

Действие	Эффект на этап	Срок	Стоимость
Посев отзывов: карточки Я.Карты/2ГИС/Flamp + сбор с клиентов	+15–30%	2–4 нед	20–40к руб.
Видео-кейсы с оцифрованным результатом (было->стало)	+10–20%	1–2 мес	60–120к руб.

Сводный эффект по воронке

Этап	Было	Станет (QW)	Драйвер
Визит -> оффер	65%	78–82%	Скорость
Оффер -> заявка	2,0%	2,6–3,0%	Лид-магнит + доверие у формы
Заявка -> созвон	64%	72–78%	Авто-прогрев
Созвон -> контракт	22%	26–30%	Отзывы в поиске
Сквозная конверсия визит->контракт	~0,2%	~0,33–0,42%	Перемножение этапов

Сквозная конверсия растёт в ~1,6–2,0 раза не за счёт одного героического действия, а за счёт перемножения четырёх Quick Wins. Именно поэтому recoverable консервативно оценивается в 0,3–0,7 млн руб./мес даже на низком трафике — цена ошибки высока из-за LTV 1,5 млн руб. за клиента.

TOP-5 приоритетов — где растёт воронка

Пять направлений с лучшим соотношением «эффект / усилие». Первые четыре — Quick Wins (до 4 недель), пятый — среднесрочный задел.

ПРИОРИТЕТ 1 — Мобильная скорость 43/100 (LCP 15,4 с)

Verified PageSpeed API. Сжигает платный мобильный трафик и режет верх воронки. WebP + lazy-load + preload hero + удаление unused JS (-2,7 с). Цель: LCP 15,4->3 с, perf 43->75+.

Эффект	Срок	Стоимость	Окупаемость
+0,15–0,3 млн руб./мес, мобильный bounce -25-35%	1–2 нед	40–80к руб.	< 1 мес

ПРИОРИТЕТ 2 — Посев отзывов в поиске (сейчас 0)

Verified reviews scraper: ноль отзывов на всех агрегаторах. Для услуги за 200к+ это прямая утечка на этапе «созвон -> контракт». У компании 500+ клиентов — нужно лишь системно собрать и разместить.

Эффект	Срок	Стоимость	Окупаемость
+0,1–0,25 млн руб./мес, доверие на этапе выбора	2–4 нед	20–40к руб.	< 1 мес

ПРИОРИТЕТ 3 — Связка Telegram/VK ↔ сайт + лид-магнит

Verified TG/VK API: 2 470 + 1 869 тёплых не оцифрованы. Лид-магнит (/tools уже есть) + закреп + прогрев + захват в мессенджер/email. Мост между контентом и продажей.

Эффект	Срок	Стоимость	Окупаемость
+0,1–0,2 млн руб./мес, поток тёплых заявок	3–4 нед	50–90к руб.	1–2 мес

ПРИОРИТЕТ 4 — Гигиена доверия (пиксель, цифры, опечатки, реквизиты)

Verified Playwright + site scan: дубль FB-пикселя, устаревшие цифры (25.08.2024), разноразмерной 500/1900/1000, два адреса, опечатки. Пакет правок на 1-2 дня с непропорциональным эффектом для бренда «контроль качества».

Эффект	Срок	Стоимость	Окупаемость
Точная ad-оптимизация + консистентность бренда	1–2 дня	5–15к руб.	мгновенно

ПРИОРИТЕТ 5 — Линейка контента: переупаковка видео в YouTube + кейсы

Verified YouTube API: канал простаивает (3 подписчика). У компании есть видео-отзывы и запись экскурсии — переупаковать в YouTube/Shorts как дешёвый прогрев-актив длинного цикла. Не первый приоритет, но дешёвый задел.

Эффект	Срок	Стоимость	Окупаемость
Прогрев-актив для длинного B2B-цикла	1–2 мес	40–80к руб.	3–6 мес

Сводка приоритетов

№	Приоритет	Тип	Эффект/мес	Срок
1	Мобильная скорость	Quick Win	+0,15–0,3 млн руб.	1–2 нед
2	Отзывы в поиске	Quick Win	+0,1–0,25 млн руб.	2–4 нед
3	Связка TG/VK + лид-магнит	Quick Win	+0,1–0,2 млн руб.	3–4 нед
4	Гигиена доверия	Quick Win	оптимизация ad + бренд	1–2 дня
5	Контент YouTube	Среднесрочн.	прогрев-актив	1–2 мес

План действий — что и когда

Быстрые победы (1–4 недели) — окупаемость < 1 месяца

- Оптимизировать мобильную скорость Tilda: WebP + lazy-load + preload hero + удалить unused JS (LCP 15,4->3 с).
- Убрать дубль Facebook-пикселя и починить tel-ссылку (30 минут, мгновенный эффект на ad-оптимизацию).
- Посеять и собрать отзывы на Я.Картах, 2ГИС, Flamp с 500+ существующих клиентов.
- Добавить ценностный лид-магнит (/tools) как крючок перед формой + микро-копи доверия (Сколково, NPS 96%).
- Обновить устаревшие цифры (25.08.2024) и привести к одному числу опыт (кейсы/проекты/отделы); вычитать опечатки.

Среднесрочные (1–3 месяца)

- Связать Telegram (2 470) и VK (1 869) с сайтом: закреп с лид-магнитом, прогрев перед запусками, захват в мессенджер/email.
- Авто-прогрев заявок (бот/цепочка) для этапа «заявка -> созвон».
- Видео-кейсы с оцифрованным результатом «было -> стало» по ключевым нишам.
- Свести два адреса к единому NAP во всех источниках (сайт, карты, реквизиты) для локального SEO.

Стратегические (3–6 месяцев)

- Переупаковать существующее видео в YouTube/Shorts как прогрев-актив длинного B2B-цикла.
- Достроить оффер-лестницу: лид-магнит -> прослушка (5 руб./мин, низкий вход) -> обучение (99к) -> РОП в аренду (200к+).
- По доступу к Я.Метрике (счётчик 89277043) — уточнить финансовую модель до $\pm 5\%$ и приоритезировать под реальный трафик.
- 30-минутный разбор приоритетов под вашу ситуацию — следующий шаг после этого отчёта.

Методология

Tier 1 verified collection (04.06.2026). Каждое утверждение помечено тегом верификации: [ВЕРИФИЦИРОВАНО] (лично проверено инструментом, указан источник) / [ОЦЕНКА] (отраслевой бенчмарк). Используются публичные API: Google PageSpeed Insights, YouTube Data API v3, VK Open API, Telegram t.me/s, домен/TLS, robots.txt + sitemap.xml, Tavily Search MCP, Playwright (real-browser CRO-проба desktop 1440×900 + mobile 390×844, консоль). Финансовые прогнозы — всегда [ОЦЕНКА] на консервативных бенчмарках (Akamai 2024, Baymard, Nielsen Norman).

Категория	Вес	Что оценивается
Контент и месседжинг	25%	Ясность УТП, копирайтинг, грамотность, глубина контента в каналах (TG/VK/YouT
Оптимизация конверсий	20%	Воронка, формы, попапы, soc.доказательства, friction. Верифицировано Playwri
SEO и видимость	20%	Индексируемость, on-page, скорость загрузки. Verified PageSpeed Insights API
Конкурентное позиционирование	15%	Дифференциация, ниша, ценообразование, отстройка от конкурентов
Бренд и доверие	10%	Репутация в поиске (отзывы-агрегаторы), консистентность реквизитов, соц-пруфь
Рост и стратегия	10%	Линейка продуктов, оффер-лестница, монетизация аудитории, аналитика/пиксели