



Аудит сайта <https://{ URL }/>

1. Обход всех страниц сайта

- 1.1. В файле <https://{ URL }/robots.txt> стоит запрет на индексацию сайта. Обходим этот запрет и собираем данные по всем страницам. В итоге:
 - 1.1.1. 127 страниц с кодом ответа 200 (ОК)
 - 1.1.2. 1 страница с кодом 302 (временный редирект на другой адрес):
<https://{ URL }/cabinet/settings> - редирект идет на главную страницу.
Очевидно, это ссылка открыта для зарегистрированных пользователей. Для анонимов ее нужно скрыть или задать для нее правило disallow в robots.
 - 1.1.3. 1 страница с кодом 404 (страница не найдена): <https://{ URL }/seller/>
Это значит, что есть ссылка на несуществующую страницу. Нужно или создать эту страницу (если планируется ее создание) или удалить ссылку на нее.
 - 1.1.4. Полный постраничный отчет – в таблицах Приложения 1 к настоящему документу.
 - 1.2. Выявление отсутствующих, повторяющихся, слишком длинных и слишком коротких тайтлов, заголовков H1-H2 и мета-описаний.
 - 1.2.1. Страниц с отсутствующими заголовками title не найдено, так и должно быть.
 - 1.2.2. 88 страниц с дублирующимися тайтлами. Самые распространенные:
 - `{_название_сайта_}` - *каталог запчастей* в подобных url:
https://{ URL }/?original_number=85840H0100TTX
https://{ URL }/?original_number=243752E100
https://{ URL }/?car_brand=5f411af5080d50167c58d3eb&car_model=5f4c3f974291ae0c98daaa7b
- это результаты поиска. Есть 3 способа, как с ними быть:



1) Использовать технологию AJAX, получим 1 страницу поиска, в которой не будет меняться URL. Недостаток: если есть необходимость продвигать результаты поиска, например, в органической выдаче Яндекс и Гугл, этот вариант не очень подходит, так как результаты поиска на этой странице будут меняться без изменения URL. Подойдет только для дополнительных фильтров, когда мы хотим избежать генерации лишних «мусорных» URL.

2) Закрыть от индексации результаты поиска в robots: Disallow: /?=* . Минус тот же – эти страницы не будут продвигаться. Однако, в этом и нет необходимости в случае с поиском по оригинальному номеру детали, когда результат вероятно уникальный. Таким образом, мы имеем страницу результата поиска детали https://{ URL }/?original_number=XXXXXX и страницу (карточку товара) самой детали <https://{ URL }> - здесь очевидно, что результат поиска не должен индексироваться.

3) Оптимизировать только определенные результаты поиска и результаты пересечений двух фильтров, исходя из подходящих ключевых запросов и логики поведения пользователей, сформировать для них статические URL и сделать их каноническими, остальные закрывать от индексации. Например, в нашем ядре ключевых запросов мы имеем НЧ (низкочастотные) фразы: *автозапчасти Citroen, автозапчасти бу Citroen, автозапчасти Citroen купить, автозапчасти бу Citroen купить*. Логично, что для этих запросов должна продвигаться страница поиска (выбираем марку Citroen и клик «показать»): https://{ URL }/?location_city=default&variant=0&car_brand=XXXXXX

То же самое с учетом региона, в этом случае location_city должно меняться со значения default на имя региона. Для такого результата поиска должны выводиться:

- тайтл:

[Автозапчасти {бу|новые} для {Citroen} купить в {Москва} | {название_сайта_}](#)
где все, что в фигурных скобках – генерируется динамически

- заголовок H1 (не должен полностью совпадать с тайтлом):

[Результат поиска автозапчастей {бу|новые} для {Citroen} в регионе {Москва}](#)

Также, для этой страницы должно генерироваться мета-описание и

информативный текст, также содержащий ключевой запрос, например:



Мишучков Валерий

<https://valmi.pro/>

info@valmi.pro

WhatsApp: +7 (910) 4060303

Телефон: +7 (499) 4042148

Skype: mishuchkov

Найдено {1234} автозапчастей по результату поиска для {Ситроен} в регионе {Москва}. Чтобы уточнить, воспользуйтесь дополнительным фильтром.

Для фильтров-чекбоксов (когда можно выбрать несколько вариантов), лучше закрыть от индексации страницы пересечений нескольких фильтров в одном блоке (если выбрано два и более фильтров).



- 1.2.3. 4 страницы со слишком короткими тайтлами: { *название_сайта* } - *Оплата сервиса, Заявки, О сервисе { название_сайта }, Создать объявление*.
Рекомендуется сделать их 50-80 символов.
- 1.2.4. Только 2 страницы с заголовками H1, у остальных страниц эти заголовки отсутствуют. Необходимо сформировать их для всех страниц, причем, H1 не должны полностью совпадать с тайтлами и их не должно быть больше 1 на странице.
- 1.2.5. Заголовки H2 присутствуют у половины страниц, но также есть множество дублирующихся (см. таблицу в Приложениях), а некоторые по смыслу нужно поменять на H1. Например в карточке товара [https://URL/catalog/Kia/Rio/4%20\(2016-2020\)/%D0%9E%D0%B1%D1%88%D0%B8%D0%B2%D0%BA%D0%B0%20%D0%B1%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%B6%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B0/5f9b2030d9de19599748f0ef](https://URL/catalog/Kia/Rio/4%20(2016-2020)/%D0%9E%D0%B1%D1%88%D0%B8%D0%B2%D0%BA%D0%B0%20%D0%B1%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%B6%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B0/5f9b2030d9de19599748f0ef), заголовков *Обшивка багажника* сделать H1, а текст под ним, заключенный в теги параграфа *Kia Rio, 2018 г* сделать подзаголовком H2.
- 1.2.6. Мета-описания полностью отсутствуют. Мета-описание является частью сниппета, то есть, текстом, который мы обычно видим под ссылкой в результатах поисковой выдачи. Здесь нужно делать уникальный и привлекательный текст, в котором должны (динамически или вручную) использоваться те же ключевые слова, что и в заголовках, но задача – кратко описать суть и преимущества сервиса (или описание конкретной страницы), а также желательно использовать призыв к действию. Примеры:

▼ [Translate this page](#)

– интернет-магазин автозапчастей для ...

- это большой интернет магазин автозапчастей для иномарок в Москве, в котором представлен полный каталог автомобильных запчастей ...

[Контакты](#) · [Накладки](#) · [Интернет-магазин ...](#) · [SEAT](#)

Интернет магазин автозапчастей для иномарок Москва



Интернет магазин автозапчастей Москва. Ряд преимуществ - запчасти в наличии ... Огромный выбор автозапчастей и низкие цены; Быстрая доставка, как правило, в течение 24 часов; Гарантия и право возврата; Акцент на проверенных... [Читать ещё >](#)



Мишучков Валерий

<https://valmi.pro/>

info@valmi.pro

WhatsApp: +7 (910) 4060303

Телефон: +7 (499) 4042148

Skype: mishuchkov

-
- 1.2.7. Отсутствуют атрибуты “alt” у изображений. Это альтернативные тексты, которые появляются в случае, если в браузере отключена загрузка изображений, также индексируются в поиске по картинкам и дают дополнительный трафик. Их можно формировать динамически, подгружая название детали плюс порядковый номер, если картинок несколько. Для статических разделов можно прописать в них ключевые слова вручную. Опционально, можно также добавить для изображений атрибут “title”, он может как дублироваться с “alt”, так и быть уникальным.
- 1.2.8. Файлы pdf, xlsm и прочие, если не требуется их представление в поиске, также можно закрыть от индексации в robots.



Мишучков Валерий

<https://valmi.pro/>

info@valmi.pro

WhatsApp: +7 (910) 4060303

Телефон: +7 (499) 4042148

Skype: mishuchkov

1.3. Рекомендации по формированию URL

1.3.1. Хотя это и не влияет на выдачу, рекомендуется использовать ЧПУ

(Человекопонятные URL). Например, URL страницы продавца ООО "XXXXXX" выглядит так: <https://valmi.pro/seller/5f9ab6f3d9de19599748f08b> Удобнее было бы так: <https://valmi.pro/seller/ooo-xxxxxx> И по аналогии, заменить параметры в поиске:

https://valmi.pro/?location_city=5ee983052fff2229caa53e6d&variant=0&car_brand=5f411af5080d50167c58d3f4&car_model=5f4c3f974291ae0c98daaa35&price_from=0%E2%82%BD&price_to=9999999%E2%82%BD&face_type=2 – здесь

закодированы параметры города, марки машины, модели, а если использовать синонимы этих параметров moscow, volvo, xc60 – мы еще получим дополнительно фразовое вхождение для SEO. Кроме того, посетители часто делятся ссылками в мессенджерах и социальных сетях, и удобно, когда ссылка короткая и читабельная. По этой же причине кириллицу в url лучше заменить транслитом, иначе ссылки получаются такого вида:

[https://valmi.pro/catalog/Kia/Rio/4%20\(2016-2020\)/%D0%9E%D0%B1%D1%88%D0%B8%D0%B2%D0%BA%D0%B0%20%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%B9%D0%BA%D0%B8/5f9b2030d9de19599748f0e%D0%B8](https://valmi.pro/catalog/Kia/Rio/4%20(2016-2020)/%D0%9E%D0%B1%D1%88%D0%B8%D0%B2%D0%BA%D0%B0%20%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%B9%D0%BA%D0%B8/5f9b2030d9de19599748f0e%D0%B8)

- #### 1.3.2. Структура ссылок. Обычно параметры поиска не начинаются от корневой страницы [/?filter=](#), рекомендуется формировать структуру вложенности, например так: [/search/?filter=](#), то же касается и разделов, например, формирование URL для результатов поиска, которые планируется продвигать, лучше сделать тоже структурой: [/citroen/?filter=](#), [/abakan/?filter=](#). Первый уровень вложенности лучше сделать регионом, как это реализовано в примере:

The screenshot shows a website header with a navigation menu. At the top, there are icons for a shield and a lock. Below them, the text "объявления Магазины Помощь" is visible. A horizontal line separates this from a second row of navigation links: "Авто Недвижимость Работа Услуги ещё...". Below this is a search bar with a dropdown menu on the left showing "ассуары" and a search button labeled "Поиск по объявлениям". To the right of the search bar, the location "Санкт-Петербург" is displayed.



Мишучков Валерий

<https://valmi.pro/>

info@valmi.pro

WhatsApp: +7 (910) 4060303

Телефон: +7 (499) 4042148

Skype: mishuchkov

1.4. Перелинковка.

1.4.1. Хлебные крошки. Оптимальный вариант пути: регион > тип товара > марка > тип запчасти > модель. Кликнув на *тип запчасти* попадаем в список всех запчастей этого типа для этой марки, кликнув на *марку*, попадаем на список всех запчастей для этой марки, кликнув на *тип товара*, попадаем на все товары этого типа (запчасти, машинокомплекты или авто в разборе), по клику на *регион*, попадаем на главную для этого региона.

1.4.2. Популярные разделы. Это быстрые ссылки, облегчающие поиск и дублирующие функцию фильтра. Они ведут на страницы фильтра, которые планируется продвигать по СЧ-НЧ-УНЧ запросам. Таким образом, они выполняют вторую функцию – передают вес этим страницам и трафик тоже, что является поведенческим фактором, способствуя продвижению этих страниц.



Мишучков Валерий

<https://valmi.pro/>

info@valmi.pro

WhatsApp: +7 (910) 4060303

Телефон: +7 (499) 4042148

Skype: mishuchkov

В процессе формирования семантического ядра, исходя из статистики запросов можно составить предварительный список популярных разделов. В примере ниже 2 запроса: тормозные колодки рено, тормозные колодки ровер. Очевидно, что запчасти для рено можно отнести к популярным, а для ровер – нет.

тормозные колодки рено

По словам По регионам История запросов

Все | Десктопы | Мобильные | Только телефоны

Что искали со словом «тормозные колодки рено» — 29 311 показов в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц [?]
тормозные колодки рено	29 311
тормозные колодки рено логан	11 736

тормозные колодки ровер

По словам По регионам История запросов

Все | Десктопы | Мобильные | Только телефоны

Что искали со словом «тормозные колодки ровер» — 910 показов в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц [?]
тормозные колодки рендж ровер	474
тормозные колодки +на ровер	366

В дальнейшем, анализируя статистику использования фильтров сайта, можно выбирать и добавлять новые популярные разделы. Это может быть и какой-то специфический тип запчастей определенной модели, но какой-то причине пользующаяся большой популярностью. Одна из задач постоянного SEO-оптимизатора – мониторить карту поведения (карту путей по сайту), выявлять новые пути и помогать поисковым системам индексировать страницы результатов поиска с хорошим трафиком.



Мишучков Валерий

<https://valmi.pro/>

info@valmi.pro

WhatsApp: +7 (910) 4060303

Телефон: +7 (499) 4042148

Skype: mishuchkov

Проверка сайта перед его индексацией поисковыми системами.

1.5. Семантическая микроразметка. Отсутствует.

1.5.1. Schema.org – используется поисковыми системами Google, Yahoo, Bing, Яндекс и позволяет формировать расширенные сниппеты с рейтингом, отзывами, ценами, как в примере:

лобовое стекло для ниссан кашкай

All Images Shopping News Videos More

About 647,000 results (0.44 seconds)

▼ Translate this page

Лобовое стекло Ниссан Кашкай купить! Цены на

В продаже лобовые стекла **Ниссан Кашкай**. База автозапчастей для г
авто **Nissan Qashqai**. Тюнинг, замена, цена на ветровое ...

★★★★★ Rating: 4.7 · 12,607 votes · RUB 1,300.00 to RUB 46,000.00

Такой сниппет выделяется в результатах поиска, его кликают чаще, что в том числе приводит к повышению его позиции в поиске.

В первую очередь, микроразметка нужна для страниц товаров. Для них нужно использовать Product и Offer. Name, Description, Price и PriceCurrency, Availability (в наличии, иначе цена не отображается) а если есть отзывы у товаров – AggregateRating. Для страниц с результатами поиска – AggregateOffer, - выводить цены «от» и «до» с помощью свойств lowPrice и highPrice. Подробная документация на сайте <https://schema.org>.



-
- 1.5.2. Микроразметка Open Graph (также отсутствует). Предназначена для предоставления структурированной информации в социальные сети (Facebook, Вконтакте, Twitter, LinkedIn и др.). В сочетании с социальными кнопками «поделиться» позволяет в 1 клик красиво разместить публикацию в социальной сети. Из правильно настроенных свойств этой микроразметки будут браться изображение товара (новости, раздела) по умолчанию, заголовок, описание и др. Без этой микроразметки размещение ссылки в соцсетях может выглядеть непривлекательно, не содержать релевантного изображения. Документация: <https://ogp.me/>.
- 1.6. Наличие и актуальность карты сайта. Рекомендации по созданию.
- По мере роста количества товаров стандартная xml-карта сайта не подойдет, так как запрос всех товаров на сервере будет обрабатываться долго и рано или поздно будет выдавать ошибку по тайм-ауту. Поэтому необходимо использовать файл индекса Sitemap, в нем ссылками можно вывести до 50000 файлов Sitemap и в каждом в свою очередь – до 50000 позиций. Это позволяет структурировать карту сайта, разбив ее на множество кластеров, признаком которых могут выступать параметры фильтров. Важно, чтобы карты сайтов не пересекались (то есть, url не повторялись).
- 1.7. Наличие и правильность правил обхода в robots.txt. Канонические страницы и исключение дублирования контента.
- 1.7.1. Прописываем главное зеркало и ссылку на индекс карты сайта.
- 1.7.2. Закрываем от индексации: административную панель, корзину, профиль пользователя, добавление в избранное и прочие действия, документы PDF и др., идентификаторы сессий и UTM-метки с помощью директивы clean-param.
- 1.7.3. В случае пагинации делаем первую страницу канонической (в теге link страницы rel="canonical"). Остальные страницы пагинации можно уникализировать, изменив тайтлы и заголовки, добавив в них динамически {страница N} и укоротив заголовки (чтобы они не мешали в продвижении канонической странице). Важно: если уже стоит общее правило disallow /*=*, нужно разрешить индексацию пагинации с помощью правила allow /*page=*. Более простой вариант – закрываем пагинацию от индексации в robots: disallow /*page=* (в этом случае она уже закрыта с помощью disallow /*=*).

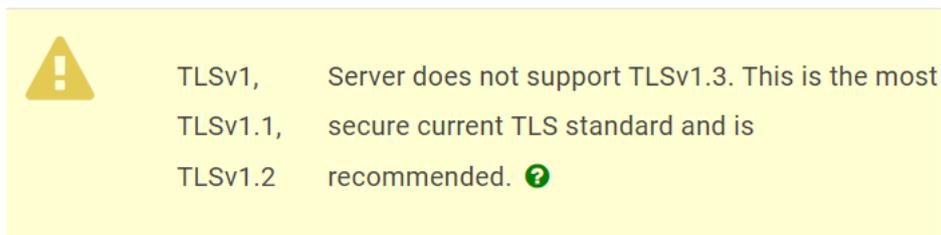


1.7.4. Когда модуль фильтров в CMS настроен, закрываем от индексации «мусорные» URL (желательно, по маске) результатов фильтров, которые не планируем продвигать. Но в первую очередь нужно добиться в настройках CMS, чтобы таких URL как можно меньше генерировалось (например, используя AJAX). А закрывать от индексации те ненужные URL, генерации которых невозможно избежать.

1.8. SSL-сертификат сайта.

1.8.1. Установлен бесплатный Let's Encrypt

1.8.2. На сервере установлены TLS-протоколы: TLSv1, TLSv1.1, TLSv1.2, однако по данным теста сервиса Wormly https://www.wormly.com/test_ssl рекомендуется включить поддержку протокола TLSv1.3, так как он более защищенный:



1.8.3. Предупреждение о смешанном контенте:

 Незащищённое соединение

Части этой страницы (такие как изображения) не защищены.

Такое случается, когда часть контента открывается по незащищенному протоколу http. Нужно правильно настроить редиректы в .htaccess с http на https, чтобы не только страницы, но и все остальные форматы (изображения, видео, файлы pdf, xls и т.д.) открывались по защищенному протоколу https.



Мишучков Валерий

<https://valmi.pro/>

info@valmi.pro

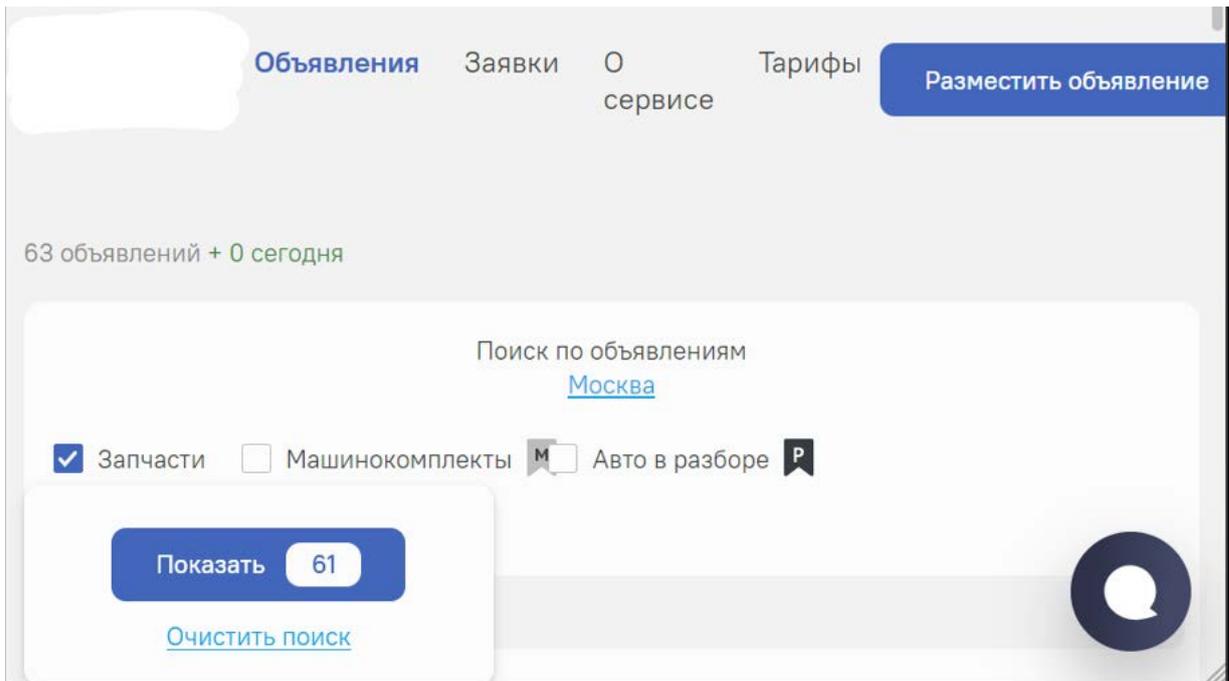
WhatsApp: +7 (910) 4060303

Телефон: +7 (499) 4042148

Skype: mishuchkov

1.9. Тесты и проверки контента

1.9.1. Тестирование адаптивности верстки сайта при разной ширине экрана (от 375 до 1920 пикселей). Желательно увеличить значение брейкпойнта для мобильного меню. Или немного уменьшить шрифты, отступы или размер кнопки. В горизонтальной и планшетной версии пункты меню не вмещаются:





Мишучков Валерий

<https://valmi.pro/>

info@valmi.pro

WhatsApp: +7 (910) 4060303

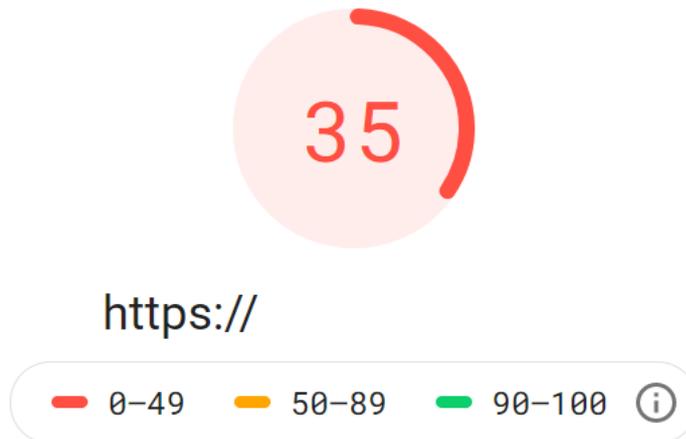
Телефон: +7 (499) 4042148

Skype: mishuchkov

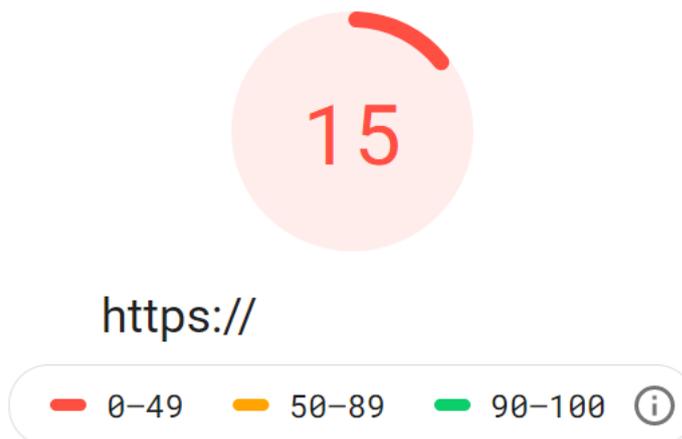
1.10. Тест сайта на скорость загрузки

1.10.1. Тестируем сайт с помощью PageSpeed Insights.

Десктопная версия сайта:



Мобильная версия сайта:



Десктопная версия сайта: Рекомендации:

- Отложить загрузку скрытых изображений, используя технологию lazy load
- Использовать современные форматы JPEG 2000, JPEG XR и WebP
- Включить сжатие текста скриптов JS и CSS с помощью gzip, deflate или brotli
- Настроить предварительную загрузку ключевых запросов с помощью link rel=preload – шрифтов woff2



1.10.2. Тестируем сайт с помощью GT Metrix

Performance Scores



Page Details



PageSpeed	YSlow	Waterfall	Timings	Video	History
RECOMMENDATION	GRADE	TYPE	PRIORITY		
▼ Enable compression	F (0) ▾	SERVER	HIGH		
▼ Leverage browser caching	F (0) ▾	SERVER	HIGH		
▼ Minify JavaScript	F (46) ▾	JS	HIGH		
▼ Optimize images	F (49) ▾	IMAGES	HIGH		
▼ Minify CSS	E (56) ▾	CSS	HIGH		
▼ Defer parsing of JavaScript	D (66) ▾	JS	HIGH		
▼ Minimize redirects	D (67) ▾	CONTENT	HIGH		
▼ Specify image dimensions	D (69) ▾	IMAGES	MEDIUM		

Из отчета видно, что рекомендуется:

- Включить компрессию
- Включить кеширование
- Минимизировать JS (это скорее всего из-за скрипта Яндекс Метрики)
- Оптимизировать изображения (рекомендуют WebP)
- Минимизировать CSS (очистить код, убрав комментарии, переносы строк итд.)



1.10.3. Ручная проверка оптимизации изображений.

На сайте используется CDN. Пример URL картинки: <https:// URL>

Данная картинка в формате jpg с качеством 60% весит 25.1 Кб. В более современном формате webp с качеством 75% она весит 6.7 Кб, очевидно, что этот формат предпочтительнее.

1.10.4. Кеширование и оптимизация скриптов.

Для ускорения работы сайта необходимо кеширование основных страниц и разделов (продвигаемых результатов поиска) сайта. Скрипты JS и код HTML, CSS на данный момент выглядят достаточно компактно, их оптимизация не даст значительного ускорения.

1.10.5. Генерация Турбо- и AMP-страниц. В случае, если не удастся добиться хорошей скорости загрузки для мобильных устройств, рекомендуется сделать упрощенную верстку Турбо-страниц для Яндекса и AMP для Гугл.

1.11. Проверка валидации разметки с помощью validator.w3.org.

1.11.1. Ошибка: в URL используются пробелы, лучше их заменить на знаки "-":

[/catalog/Citroen/C4 Grand Picasso/2 \(2013-2016\)/Амортизатор задний](/catalog/Citroen/C4 Grand Picasso/2 (2013-2016)/Амортизатор задний)

1.11.2. Ошибка: внутри тега <label for="organization_cert"> используются теги <p>, <div>. Валидатор воспринимает это как ошибку, лучше внутри тега label использовать тег .

1.11.3. Предупреждение: <script type="text/javascript" > - в HTML5 type - необязательный атрибут.

1.11.4. Ошибка: cat_num, cat_art, main_cat_img встречаются множество раз на странице. Атрибут id должен быть только один на странице. Необходимо заменить на class в шаблонах и в файлах CSS.

```
'info-center">  
s="num">Ориг. номер: <span id="cat_num">  
72826400
```

1 страница С учётом диакритических знаков Только слова целиком 11-е из 20 совпадений



Мишучков Валерий

<https://valmi.pro/>

info@valmi.pro

WhatsApp: +7 (910) 4060303

Телефон: +7 (499) 4042148

Skype: mishuchkov

1.11.5. Рекомендация добавить в каждую секцию хотя бы один заголовок H2. Если заголовок не нужен, заменить тег <section> на <div>.

Подробнее изучить ошибки на сайте можно по ссылке:

<https://validator.w3.org/nu/?doc=https...>

2. Аудит интерфейса и поведения пользователей

2.1. Изучение сайта как инструмента купли-продажи.

Пользователей сайта можно разбить на две категории: продавцы и покупатели.

2.1.1. Продавцы – основной источник контента на сайте. Без них не будет и покупателей. Очевидно, что для привлечения продавцов требуется отдельный план действий: реклама в тематических разделах социальных сетей, тематических формах автолюбителей, сотрудничество с «разборками» авто и предпринимателями-продавцами запчастей, прямой маркетинг (обзвон и рассылки), реклама у блогеров, контекстная реклама с добавлением слов «продать», «барахолка», программа лояльности для продавцов.

Для продавцов должен быть продуманный личный кабинет, удобный и на мобильных устройствах. При добавлении товаров продавцом, CMS сайта должна автоматически оптимизировать контент: добавлять alt картинкам, оптимизировать сами картинки, формировать тайтл, заголовок и мета-описание, осуществляя при этом проверку на их уникальность. Название, фото, цена, регион, условия доставки, контакты – должны быть обязательными при заполнении.

2.1.2. Для покупателей сайт должен выполнять функции маркетплейса с возможностью связи с продавцом через мессенджер, написания отзыва и рейтинга или жалобы на продавца. Для привлечения покупателей лучше всего, помимо других рекламных инструментов, в первую очередь использовать поисковую оптимизацию товарных предложений по ультра- и низкочастотным поисковым запросам.



Мишучков Валерий

<https://valmi.pro/>

info@valmi.pro

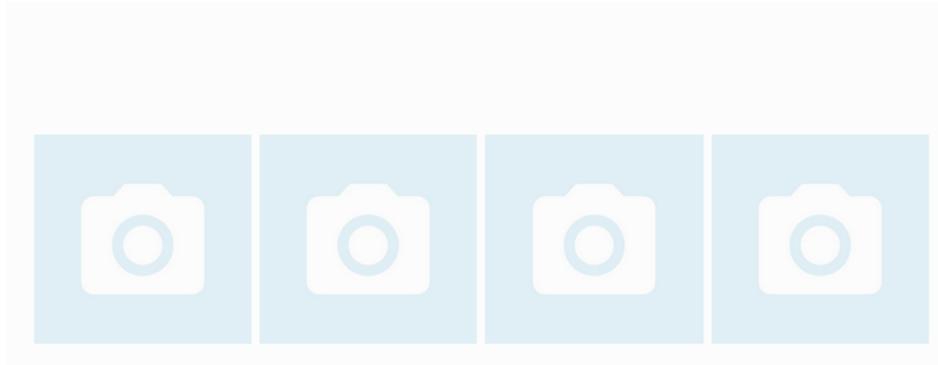
WhatsApp: +7 (910) 4060303

Телефон: +7 (499) 4042148

Skype: mishuchkov

2.1. На сайте представлены товары в виде списков и карточки товаров.

2.1.1. Изображения в карточке товаров. Требуется 1 картинка по умолчанию и 4 дополнительные, иначе под основной мы видим заглушки, которые наверное имеет смысл скрывать, если больше картинок нет.



По клику изображения открываются в модальном окне. Здесь также при перелистывании открываются заглушки, которые имеет смысл скрывать:





Мишучков Валерий

<https://valmi.pro/>

info@valmi.pro

WhatsApp: +7 (910) 4060303

Телефон: +7 (499) 4042148

Skype: mishuchkov

2.2. Регистрация и личный кабинет.

2.2.1. Регистрация с подтверждением по СМС работает. При нажатии кнопки «разместить объявление» попадаем в тарифы. Здесь не очень удобный выпадающий список, если вариантов выбора немного, лучше сделать радиокнопками (стилизованными под обычные кнопки), в этом случае для выбора опции потребуется всего 1 клик (или тап в мобильной версии), сейчас – 2.

Выберите срок и количество объявлений:

Скидка 10% при оплате на 3 месяца и больше.

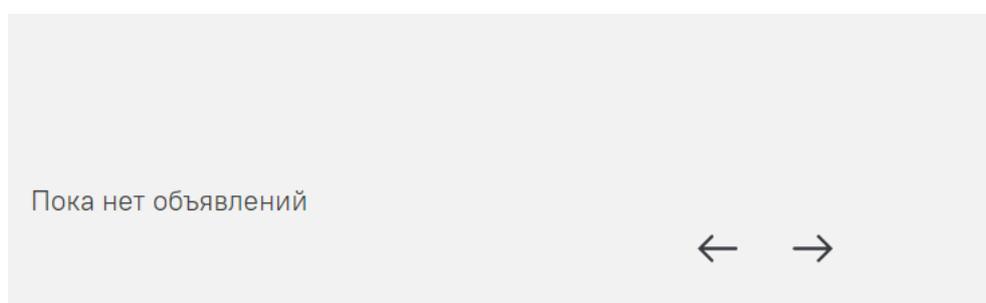
Укажите срок

- 3 месяца (скидка 10%)
- 1 месяц
- 6 месяцев (скидка 10%)

10 50 100 250 500

90 ₽/месяц

2.2.2. При нажатии кнопки «начать пробный период» по идее, мы должны попасть в форму публикации, но вместо этого попадаем на страницу «мои объявления», где такие стрелки пагинации, которые при отсутствии объявлений нужно скрыть.



А раз здесь пусто, уместно продублировать кнопку «разместить объявление», так как логично иметь возможность действия для пользователя в поле контента, а не отправлять его снова в шапку.



Мишучков Валерий

<https://valmi.pro/>

info@valmi.pro

WhatsApp: +7 (910) 4060303

Телефон: +7 (499) 4042148

Skype: mishuchkov

2.3. При нажатии кнопки «разместить объявление» попадаем на страницу 5 шагов:

The screenshot shows a horizontal sequence of five steps, each with a numbered circle and a label below it:

- 1. Авторизация пользователя (Active)
- 2. Выбор типа объявления
- 3. Характеристики запчасти
- 4. Фотографии
- 5. Условия покупки

Below the steps, it says "Вы вошли как:" followed by a profile icon and the name "Val". To the right is a blue button labeled "Следующий шаг".

Но если мы уже авторизовались, нужно пропустить эту страницу и настроить автоматический редирект пользователя на следующий шаг.

The screenshot shows the same five-step process flow, but step 1 is now completed with a checkmark icon. Below the steps are two main options:

- Одно объявление** (Selected with a checkmark)
- Загрузить несколько

Underneath these are three sub-options for the advertisement type:

- Запчасть** (Selected with a checkmark)
- Машинокомплект (with a 'M' icon)
- Авто в разборе (with a 'P' icon)

At the bottom, there are two buttons: "Предыдущий шаг" on the left and "Следующий шаг" on the right.



Мишучков Валерий

<https://valmi.pro/>

info@valmi.pro

WhatsApp: +7 (910) 4060303

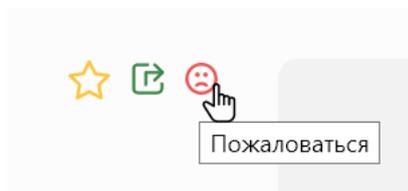
Телефон: +7 (499) 4042148

Skype: mishuchkov

2.4. Всплывающие подсказки. У картинок должны быть прописаны атрибуты "alt". В случае с непосредственно размещенным кодом SVG атрибут "alt" не предусмотрен, поэтому необходимо вставить после открывающего тега <svg> тайтл картинки, который будет работать как всплывающая подсказка:

```
<title>Описание (alt) картинки</title>
```

Для кликабельных иконок это важно, так как не всегда очевидно, какое это будет действие (например, для средней кнопки – скопировать ссылку в буфер)



То же самое и здесь:



Действие по клику иконки «глаз» неочевидно, может значить также и «скрыть объявление».

2.5. Краткий анализ ближайших конкурентов – дизайн, наличие преимуществ, сервисов или особенностей контента, которые выгодно их отличают.

<https://URL> - самый популярный на данный момент в России классифайд. Размещение объявлений условно-бесплатное, агрессивная политика продвижения дополнительных платных опций для бесплатных объявлений. Широкий профиль, не специализируется именно на запчастях.

<https://URL> - классифайд, есть "безопасная сделка". Широкий профиль, не специализируется именно на запчастях.

<https://URL> - одна из первых досок объявлений по автозапчастям, сейчас принадлежит Яндекс. Удобная функция в поиске - указать радиус поиска вокруг города, например, Москва + 200 км. Для физлиц публикация бесплатная. Современный дизайн, большая база объявлений.



Мишучков Валерий

<https://valmi.pro/>

info@valmi.pro

WhatsApp: +7 (910) 4060303

Телефон: +7 (499) 4042148

Skype: mishuchkov

<https://{ URL }> - интернет-магазин

<https://{ URL }> - похожий онлайн-сервис покупки-продажи автозапчастей в Беларуси

<https://{ URL }> - еще одна популярная барахолка

<https://{ URL }> - классифайд, есть возможность задать вопрос продавцу

<https://{ URL }> - еще одна популярная барахолка

Вывод: делать упор на специализацию по запчастям, удобство массовой загрузки для предпринимателей (через csv/xls, для крупных можно сделать API), программу лояльности. Второй, не менее важный ключ к успеху – добиться, чтобы размещенные товары быстро продавались. Частные продавцы, как правило, дают объявление на сайте, где больше вероятность продать и ждут звонков, а размещают объявление на всех подобных сайтах обычно профессионалы, у которых не в одном экземпляре эта запчасть в наличии.

2.6. Для кнопок «показать телефон», «разместить объявление» и других (по которым имеет смысл собирать статистику) настроить передачу данных для срабатывания целей по JavaScript-событиям в счетчиках Метрика и Analytics:

<https://yandex.ru/support/metrica/general/goal-js-event.html>

<https://developers.google.com/analytics/devguides/collection/analyticsjs/events>