Порядок на сайте ЖК: 15 проверок за 15 минут

Платный трафик дорожает, верх выдачи держат агрегаторы, ипотека дорогая. Бюджета, которым можно закрыть всё это, больше не будет — и это не повод ждать лучших времён.

Сайт, который у вас уже есть, поиск показывает бесплатно. Переделывать его заново не нужно — достаточно убрать то, что мешает на пути клиента. Ниже пятнадцать проверок, которые можно пройти самому, без доступов и без программ.

01 На странице есть главный заголовок (h1)

Как проверить: открыть страницу, нажать Ctrl+U, найти h1. Заголовка нет вовсе — или их несколько: поиску непонятно, о чём страница.

02 Заполнено описание страницы — и цифры в нём сходятся с текстом

Как проверить: в коде найти description, сравнить числа с текстом. Описания нет — в выдаче случайный кусок страницы.

03 Цена указана в самой странице, а не только на экране

Как проверить: поиск по «₽», «руб», «млн». Цена, подгруженная скриптом, для поиска и ИИ-ассистентов не существует — они возьмут её у агрегатора.

04 Каталог квартир открыт для поиска

Как проверить: открыть адрес каталога с /robots.txt. Строка Disallow: / — каталог закрыт целиком: квартиры с ценами есть, поиск их не видит.

05 Поиск знает ваш сайт целиком, а не три страницы

Как проверить: набрать в Яндексе site: и адрес сайта. Вместо сотни страниц — единицы.

06 Есть служебная разметка для поиска (микроразметка)

Как проверить: в коде поиск по ld+json; ноль вхождений — разметки нет. Без неё поиск не знает ни цены, ни наличия квартир, ни срока сдачи.

07 У фотографий заполнены подписи (alt)

Как проверить: в коде поиск по alt. У большинства фото подписей нет.

08 Ссылки внизу страницы и в подвале работают

Как проверить: прокликать карточки внизу и подвал. Часть ведёт на страницу ошибки — человек уходит, роботы поисковиков такое не любят.

09 Ссылка в мессенджере выглядит нормально

Как проверить: отправить ссылку на сайт себе в Telegram. Вместо картинки — серая заглушка: превью задано относительным адресом.

10 Кнопка делает то, что на ней написано

Как проверить: нажать кнопки в ключевых блоках — сроки сдачи, документы, планировки. Человек хочет увидеть срок, а открывается форма звонка: он не получил то, за чем пришёл, и на поведенческие факторы это влияет плохо.

Чего этот чек-лист не делает. Он показывает то, что лежит на поверхности, и не заменяет разбор: причины «почему заявок мало» могут быть глубже — в аналитике, в отделе продаж, в смыслах страниц. Часть проверок без специалиста не пройти, и это нормально.

ДАЛЬШЕ

Проверки 11–15

11 **Неправильный адрес выглядит понятно**

Как проверить: дописать к адресу сайта любой набор букв. Вместо страницы «не найдено» открывается главная — для человека странно, а роботы поисковиков такое не любят.

12 **У каждой формы есть согласие и ссылка на политику**

Как проверить: пройти по всем формам, а не только по той, что на первом экране. У части форм галочки согласия нет.

13 **На странице проекта указан застройщик и ссылка на наш.дом.рф**

Как проверить: поиск по слову «ООО» на странице ЖК. Юрлицо часто есть только в политике конфиденциальности.

14 **В блоке про ипотеку и акции есть кредитор, полная стоимость кредита и предупреждения**

Как проверить: прочитать блок про ипотеку на странице ЖК. «Ипотека 3,5%», «рассрочка 0%» без банка и оговорок — самая частая формулировка, за которую приходит претензия.

15 **Главная страница не весит как тридцать фотографий в полном размере**

Как проверить: открыть PageSpeed Insights и посмотреть не балл, а строку «Размер страницы». 10–14 мегабайт — в несколько раз больше разумного; балл при этом может быть зелёным.

ГРАНИЦЫ

Что остаётся за этими пятнадцатью минутами

- **Аналитика.** Сколько людей приходит, откуда, что они делают на сайте — без счётчиков и целей этого не видно.
- **Отдел продаж.** Если человек оставил заявку вечером, а ему перезвонили утром, он уже написал соседнему застройщику. Сайт тут ни при чём.
- **Смыслы.** Правильные ли это страницы, тот ли оффер, те ли аргументы для человека, который выбирает квартиру.
- **Структура под спрос.** Каких страниц не хватает, чтобы приходить по запросам, которые люди реально вводят, и получать тех, кто выбирает между вами и соседним ЖК. Для бизнеса это выгода (часто гораздо выгоднее платного трафика) и самая большая работа.

Сайт — единственное, что целиком в зоне ответственности директора по маркетингу и при этом видно снаружи любому. Разбираться в технике не обязательно, но проверяется это за минуту — и вопрос, который рано или поздно зададут, звучит не «почему так вышло», а «кто за это отвечал».

Дальше. Если после проверок понятно, что чинить, а рук нет — покажите нам: за два дня разберём сайт, аналитику и обращения и скажем, что править первым, что вторым, а что не трогать вовсе.