



# СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ .....	5
1. Правильный домен. В начале было слово .....	7
2. CMS: сердце вашего сайта .....	11
3. Четкое УТП. В чем вы лучший? .....	16
4. Внутренний SWOT-анализ. Все новое – хорошо забытое старое ...	20
5. Фишкинг. Игорь Манн и его подход .....	25
6. Анализ конкурентов. Аудит их сайтов .....	28
7. Главная страница: четко, понятно и по делу. Клиент не будет разгадывать ребусы .....	31
8. Стигматы. О чем будут помнить после посещения? .....	36
9. Отзывы на сайте. Создаем репутацию .....	40
10. Отзывы в интернете. Закрепляем репутацию .....	44
11. Плохие отзывы в интернете. Восстанавливаем репутацию .....	47
12. Цены нужны. «Написал в личку» – не вариант .....	50
13. Мы ведем переговоры с террористами. Или как договориться о цене .....	53
14. Кредит. Брать в долг – не грех .....	57
15. Как мы работаем. Простая схема работы повышает конверсию до 20% .....	61
16. Король говорит! Руководитель – лучший «продажник» .....	64
17. Наша команда: героев нужно знать в лицо .....	68
18. Калькулятор стоимости. Как не продаться за тридцать сребренников .....	74
19. Правильный прайс. Никто не соблюдает простых истин .....	80
20. Заведите видеоблог. Экспертность XXI века .....	84
21. SEO-текст. Будь уникальным .....	89
22. Перезвоним Вам за 30 секунд. Скорость решает .....	92
23. Landing page: реши проблему Клиента без кликов .....	96

## СОДЕРЖАНИЕ

24. Начинка важна: внутренние страницы тоже продают .....	100
25. Аналитика. Как знать, что происходит на сайте .....	104
26. Много городов. Будьте вездесущим .....	108
27. Мобильная версия, или без чего сайту не жить .....	112
28. SSL-сертификат. Береги себя и своего Клиента .....	116
29. GooglePageSpeed: скорость имеет значение .....	120
30. Допродажа. Не хотите пирожок? .....	124
31. Бонусы. Будьте Дедом Морозом не только на Новый год .....	128
32. Мультибренд. У бизнеса может быть несколько личностей .....	131
33. Интеграция CRM. Сделать так, чтобы всем было удобно .....	134
34. Как понять, какой канал работает лучше? .....	139
35. Как выбрать SEO-студию? .....	144
36. Как выбрать подрядчиков по контексту? .....	148
37. Пиксель! А еще Ретаргетинг! .....	152
38. Соцсети – второй сайт .....	155
39. Агрегаторы важны, агрегаторы нужны .....	158
40. Товар лицом .....	162
41. Лид-магнит .....	166
42. Виджет – портал в социальную сеть .....	169
43. Форма обратной связи с SMS-уведомлением .....	173
44. Заказ без регистрации .....	177
45. Кто следующий? Не теряйте Клиентов .....	180
46. В бой! .....	184
ГЛОССАРИЙ .....	186

## ПРЕДИСЛОВИЕ

Здравствуйте, дорогие читатели! Вы держите в руках мою книгу, значит, что-то в ней вас заинтересовало, и, поверьте, не зря. Но прежде, чем начать полезное чтение, давайте познакомимся. Думаю, вы заслуживаете знать, что эта книга написана компетентным лицом, а не просто от «нечего делать». Меня зовут Владимир Кривов. Я основатель ряда маркетинговых компаний:

«РостСайт» – 4 года, продвижение сайтов;  
«Хищники Маркетинга» – 2 года, креативные интернет-решения;  
«Слушая ветер» – 10 лет, комплексный интернет-маркетинг.

Выпускаю глянцевого издания:

«TogliattyJournal» – журнал о бизнесе в городе Тольятти;  
«ZAVISTЬ» – журнал о светской жизни.

За 10 лет работы через мою компанию прошло порядка тысячи сайтов. Мы работаем по всей России и расширяемся с каждым годом.

Я был на всех должностях, поднимался с самых низов и знаю свою сферу довольно хорошо, особенно ее внутреннюю кухню. А это очень важно для любого руководителя.

И я, как никто другой, понимаю, что сейчас на информационном рынке очень много «псевдоучителей». Их имена можно встретить на полках книжных магазинов, они снимают видео и даже берут большие деньги за свои курсы, которые по итогу не несут никакой полезной информации. Эти специалисты оперируют множеством терминов и теорий, но ничего конкретного и практического не дают. Как по мне, это не очень правильно.

Поэтому я решил не ждать полезного контента и написал его сам! Эта книга вобрала в себя весь мой опыт в бизнесе, поэтому она несет практическую пользу почти для каждого, кто пытается продвигаться в интернет-пространстве и по максимуму сделать свой сайт продающим и вовлекающим. А без этого сейчас, увы или к счастью, никуда. Какой бы сферой вы ни занимались.

Это издание призвано помочь маркетологам улучшить свои знания и понять, что работает, а что нет.

Собственники бизнеса научатся правильно тратить деньги и повысят эффективность работы. Начинающие бизнесмены смогут избежать множества ошибок на пути к своей цели.

Книга устроена по простому принципу, который я позаимствовал у Игоря Манна — одного из самых известных маркетеров России:

- 1) Способ
- 2) Пример
- 3) Что почитать
- 4) Стоимость и сроки выполнения

В данной книге не будет «воды». Я просто изложил основные рабочие инструменты. Каждый из которых может повысить конверсию сайта.

Нажимайте на красную кнопку и выпускайте ракету по слабым сторонам вашего интернет-маркетинга.

# 1

## ПРАВИЛЬНЫЙ ДОМЕН. В НАЧАЛЕ БЫЛО СЛОВО

«Я назову компанию "Яблоко", если  
к 5 часам вы не предложите лучшего!».

**Стив Джобс**

Как лодку назовешь, так она и поплывет. Это касается и домена. Сайт начинается не с дизайна и даже не с логотипа, а с имени. Ведь это первое, что увидит посетитель. Из имени сложится определенное впечатление о компании. Это важный элемент бизнеса. Поэтому стоит задуматься: легко ли запоминается ваш домен? Повышает ли он узнаваемость бренда? Правильное доменное имя — это уже почти половина успеха.

**Доменное имя** — это уникальный адрес вашего сайта, место его размещения в интернете, чтобы ваши пользователи попадали именно туда, куда хотят.

**О главном:** Домен — это постоянная инвестиция. Вы приобретаете его в пользование на год и потом ежегодно продлеваете. Поэтому важно, чтобы в какой-то момент не вы работали на имя, а имя работало на вас. Раскрученные домены могут стоить целое состояние. Самые дорогие из них продаются за 17 миллионов долларов. Поэтому вам есть к чему стремиться.

*Вот несколько правил для хорошего домена:*

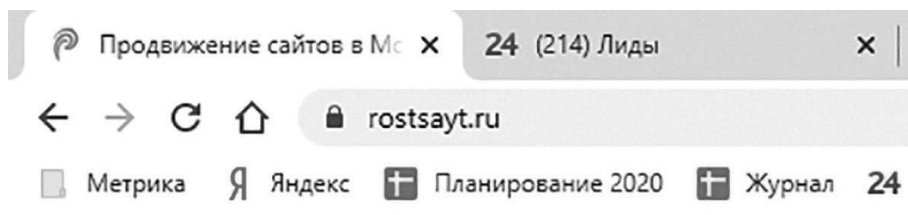
- 1)** Имя должно быть максимально короткое. От 3 до 10 букв. Краткое имя легче запомнить и быстрее произнести по телефону. Почта будет выглядеть солидно и не станет похожа на



В качестве примера: существует такое мнение, что Стив Джобс, который был не принят на работу в Atari, хотел, чтобы название новоучрежденной компании стояло выше в телефонном справочнике. Так и появилось наименование Apple. Желание быть лучше и выше всех сыграло свою роль

вереницу букв. Также вашим сотрудникам будет легче ввести коммуникацию «вашапочта@вашсайт.ru».

- 2) Не должно быть букв, которые сложно произносить по телефону: «S как доллар», «Y как игрик» и т. д. Ваш работник должен без труда продиктовать имя.
- 3) Если планируете развиваться по РФ, то не делайте приставку с регионом «вашсайт63.рф» или «вашсайтмск.рф».
- 4) Если планируете выходить на международный уровень, и это серьезный план, то купите имя в зоне «.com».
- 5) Выкупите все доменные зоны и сделайте редирект (автоматический переход) на основной сайт в зависимости от целевой аудитории. Работаете по РФ – зона «.ru». По миру – «.com».
- 6) Зону РФ выкупите для рекламы. Ее легко диктовать и использовать в рекламе. Но редирект с зоны «.рф» лучше делать на «.ru» или «.com» зону. Статистика показывает, что «.рф» хуже откликается на SEO продвижение.



- 7) Если делаете конкретную услугу в конкретном городе и расширения направлений не планируется, то сделайте домен, содержащий ключевую услугу в конкретном городе, например, «Пластиковые-окна-москва.рф». Практика показывает, что такие домены выходят в ТОП очень быстро.

### ЧЕМ ВАМ ПОМОЖЕТ ПРАВИЛЬНЫЙ ДОМЕН?

- 1) Влияет на SEO-продвижение. Название бренда или ключевые слова в доменном имени влияют на рейтинг сайта в поисковой выдаче. Помните, что, когда ваш домен заработает репутацию в поисковой системе, поменять его будет уже проблематично. Поэтому лучше продумать название сразу, без права на ошибку.
- 2) Конкурентность. Вы можете заявить о себе всему миру или сосредоточиться в конкретном регионе или стране.
- 3) Профессионализм и уникальность. Простой и оригинальный домен обязательно запомнится и привлечет новых Клиентов.

**ВАЖНО:** Пример неправильной экономии — это выбор домена третьего уровня. Например, «site.ucoz.ru». Они самые дешевые, но такие домены нежелательны, так как они усложняют задачу поиска сайта. Не волнуйтесь, короткий и простой домен обязательно окупит свою стоимость. Кроме того, домены третьего уровня сложнее в SEO-продвижении.



**Что делать:** сайт + правильный домен = продвижение и узнаваемость.

**Сколько стоит:** от 300 рублей и выше.

**Что почитать:** «Нейминг. Как игра в слова становится бизнесом»<sup>1</sup>  
Алекса Фрэнкеля.

**Регулярность:** один раз.

**Цель:** придумать оригинальное доменное имя для вашего сайта.

---

<sup>1</sup> Алекс Фрэнкель. Нейминг. Как игра в слова становится бизнесом. М.: Добрая книга, 2006.

# 2

## CMS: СЕРДЦЕ ВАШЕГО САЙТА

«Иногда просто принять решение — половина победы».

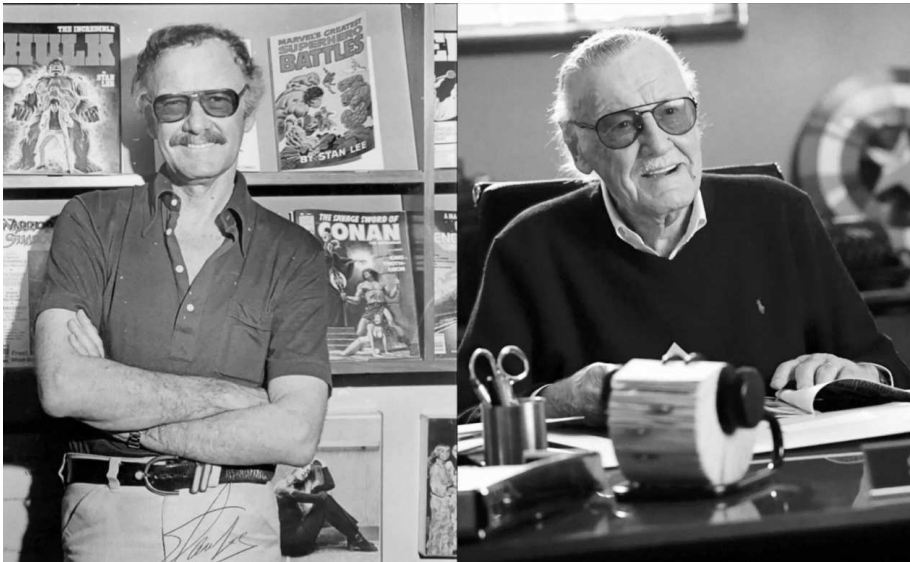
Клиника (Scrubs)

Доктор Джон «ДжейДи (J.D.)» Дориан

В настоящее время необходима постоянная работа над сайтом. Это раньше они были статичными и их правили вручную и очень редко. Сейчас же от вас требуется готовность быстро реагировать на технологические изменения и максимально оперативно внедрять их. Для этого и создана CMS-система. Она дает право (даже не обладающим навыками программирования) сотрудникам самостоятельно работать над редактированием и изменением сайта. Вы ведь хотите сделать свою жизнь проще? Данная глава как раз про это.

**О главном:** Существует много платформ для сайтов. У каждой свои особенности. Главное — CMS должна быть популярной (чтобы правки на ней мог сделать любой программист), быть недорогой и иметь маркетплейс (для удобной покупки дополнительных расширений). Преимущества CMS в том, что ее просто и удобно использовать, она имеет широкий функционал (постоянно дополняется и расширяется) и документацию.

CMS (Content Management System) — система управления контентом сайта. Эта компьютерная программа или информационная система нужна, чтобы создавать и публиковать записи, размещать виджеты, менять дизайн, редактировать различные элементы, добавлять функционал и т. д.



Перемены, которые начал Стэн Ли, сильно повлияли на мир комиксов. Изначально все силы были брошены на Супермена, но Стэн обогатил супергероику, создав десятки самобытных персонажей. Каждый может найти своего героя. Именно вариативность обеспечила MARVEL такую популярность

Выбор подходящей CMS зависит от задач, которые решает ваш сайт. Я за 8–10 лет работы определил оптимальные для каждой.

**1. Тест ниши, скромный бюджет или его отсутствие, планируете контекстную рекламу:**

- 1) Tilda – готовый интернет-конструктор, можно собрать сайт за пару часов.
- 2) WIX – аналогичный конструктор.

**Плюсы:** нет затрат на разработку, сайт можно сверстать за 30 минут. Интуитивно понятный интерфейс.

**Минусы:** сложно делать SEO-продвижение, дорогие в ежегодном продлении: до 10 000 рублей в год.

Рекомендуется продвижение посредством контекстной рекламы, как правило данным сайтом хорошо тестировать нишу, а после увеличения бюджета на маркетинг можно заказать сайт на более сложной платформе.

**2. Бизнес уверенно работает, нужно затмить конкурентов, есть бюджет от 50 000 рублей, планируете SEO-продвижение и контекстную рекламу:**

- 1) WordPress – используется везде – это наиболее популярная CMS, более половины пользователей предпочитают именно ее. Стоимость правок, если наймете программиста, минимальна. Интегрируется со всем, идеальна для старта бизнеса.
- 2) Joomla! – красивая, яркая и современная система. Мы используем именно ее в «РостСайте». Стоимость правок также минимальна. Простой процесс установки для неопытных пользователей.

Если вы рассматриваете свой бизнес, как серьезную инвестицию, то сделайте хороший дизайн и перейдите на бесплатную CMS. Моя рекомендация Joomla! или WordPress – это популярные системы для любых типов сайтов.

**Плюсы:** хорошо делать SEO. В отличие от сайтов-конструкторов нет лишних массивов кода.

**Минусы:** разработка сайта ведется профессиональными программистами, сайт стоит 50 000 – 100 000 рублей.

**3. Бизнес масштабируется, затмевает конкурентов, есть интернет-магазин, в котором планируется синхронизация с 1С базой, планируете развиваться по городам и нужна поддоменная структура. В штате есть маркетолог, есть бюджет от 150 000 рублей, планируете SEO-продвижение и контекстную рекламу:**

1С-Битрикс – удобно использовать для работы крупных проектов, в которых требуется стабильность и высокий уровень защиты. Платформа оптимизирована под Рунет. Практически неограниченная масштабируемость, спокойно можете добавлять новые города. Имеется маркетплейс с приложениями и готовыми сайтами, Ваш маркетолог сможет недорого подключать множество готовых модулей. Использование 1С-Битрикс подразумевает наличие серьезного бюджета. Платить придется специалистам, которые будут следить за работоспособностью системы.

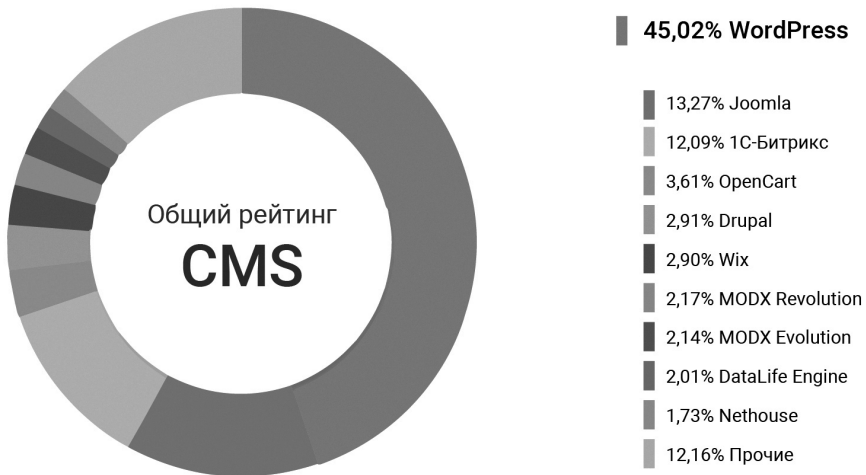
Если ваш сайт вырос, на нем представлено много товаров, которые надо синхронизировать с 1С или требуется подключить маркетинговые приложения, то рекомендую 1С-Битрикс. Платформа российская. Но стоимость подойдет только для фирм, уверенно стоящих на ногах: от 150 000 – 500 000 рублей.

**Плюсы:** есть маркетплейс, магазин с кучей полезностей для сайта, от маркетинга до сложных элементов (стоимость небольшая).

**Минусы:** дорого.

**ВАЖНО:** Бесплатность CMS вовсе не означает низкое качество кода или наличие ограничений в использовании. Чаще всего бесплатные CMS во многом выигрывают у своих коммерческих товарищей благодаря своей общедоступности. Над этими системами трудятся не только профессиональные разработчики, но и сотни добровольцев.

## Общий рейтинг CMS



**Что делать:** сайт + CMS = удобство и простота использования.

**Сколько стоит:** бесплатно и до 500 000 рублей (в зависимости от компании).

**Сроки выполнения:** неделя.

**Что почитать:** «Осваиваем популярные системы управления сайтом»<sup>1</sup> Сергея Горнакова, «1С-Битрикс. Постройте профессиональный сайт сами!»<sup>2</sup> Роберта Басырова, «Создаем свой сайт на WordPress: быстро, легко и бесплатно»<sup>3</sup> Андрея Грачева.

**Регулярность:** один раз.

**Цель:** определить CMS-систему на сайт.

---

<sup>1</sup> Сергей Горнаков. Осваиваем популярные системы управления сайтом. М.: ДМК Пресс, 2009.

<sup>2</sup> Роберт Басыров. 1С-Битрикс. Постройте профессиональный сайт сами! СПб.: ПИТЕР, 2009.

<sup>3</sup> Андрей Грачев. Создаем свой сайт на WordPress: быстро, легко и бесплатно. СПб.: ПИТЕР, 2013.