

BURNBIZ / ПРАКТИЧЕСКИЙ ЧЕК-ЛИСТ

30 точек роста вашего бизнеса

Самодиагностика сайта, локального поиска и конверсии. Без универсальных рецептов: каждый пункт помогает увидеть конкретную проблему и назначить следующее действие.

Приоритет: Калининград • Применимо по всей России

Валерий Квашин • BurnBiz • 2026

Как работать с чек-листом

Не ставьте балл сайту «в целом». Для каждого пункта отметьте один из трёх статусов: готово, нужно проверить, нужно исправить. В колонке рядом запишите факт или ссылку, на которой основана оценка.

СТАТУС	КОГДА СТАВИТЬ
Готово	Есть проверяемое подтверждение: страница, настройка, отчёт или пройденный сценарий.
Проверить	Решение есть, но вы не проверяли его на реальном устройстве, в панели вебмастера или аналитики.
Исправить	Пункта нет, он работает некорректно или противоречит другим данным.

Начните не с самого заметного недостатка, а с того, что мешает заявке или индексации. Оптимальный итог проверки - три задачи на ближайшие 30 дней, а не список из тридцати срочных переделок.

РАЗДЕЛ 01

Предложение и доверие

Проверьте, понимает ли новый посетитель с первого экрана, чем вы полезны, кому подходите и почему вам можно доверять.

01. Смысл первого экрана

За 5 секунд незнакомый человек должен назвать вашу услугу, город и главное отличие.

Действие: Уберите общий слоган. Напишите: что делаете, для кого, где и какой следующий шаг.

02. Конкретное отличие

Фразы «качество», «индивидуальный подход» и «команда профессионалов» не помогают выбрать.

Действие: Замените их проверяемым фактом: сроком, специализацией, технологией, форматом работы или гарантией процесса.

03. Один главный призыв

Несколько равноправных кнопок заставляют посетителя выбирать интерфейс, а не услугу.

Действие: Для каждой страницы назначьте одно основное действие; звонок и мессенджер оставьте дополнительными.

04. Цена или ориентир

Полное отсутствие стоимости отталкивает людей, которым важно понять порядок бюджета.

Действие: Покажите цену «от», диапазон, типовые пакеты или честно объясните, от чего зависит расчёт.

05. Доказательства рядом с обещанием

Отзывы в отдельном разделе не всегда подтверждают конкретное утверждение страницы.

Действие: Рядом с сильным обещанием поставьте кейс, фото результата, цифру с контекстом или короткий отзыв.

РАЗДЕЛ 02

Структура и путь к заявке

Хорошая структура отвечает на вопросы в естественном порядке и не заставляет человека искать важное в меню.

06. Страница под каждую важную услугу

Одна страница «Услуги» плохо отвечает на разные намерения и ограничивает поисковую видимость.

Действие: Создайте отдельные посадочные для направлений с самостоятельным спросом, условиями и примерами.

07. Сценарий от вопроса к действию

Блоки часто расположены по привычке: о компании, преимущества, галерея, контакты.

Действие: Запишите вопросы клиента до покупки и выстройте страницу в том порядке, в котором они возникают.

08. Короткая форма

Каждое необязательное поле снижает вероятность отправки, особенно с телефона.

Действие: Оставьте данные, без которых нельзя начать разговор. Остальное уточните после первого контакта.

09. Повтор призыва в нужных местах

Одна кнопка в начале страницы не помогает посетителю, который принял решение после кейсов или условий.

Действие: Повторите то же целевое действие после ключевых доказательств и в конце страницы.

10. Страница после отправки

Сообщение «успешно» не объясняет, что произойдёт и когда ждать ответ.

Действие: Покажите следующий шаг, срок ответа и запасной способ связи; зафиксируйте событие в аналитике.

РАЗДЕЛ 03

Мобильная версия и скорость

Большая часть локального трафика приходит с телефона. Проверяйте не уменьшенную версию макета, а реальный сценарий пальцем.



11. Первый экран без обрезки

Заголовок, кнопка и важный контекст должны помещаться без странных переносов и перекрытий.

Действие: Откройте сайт на узком экране 360 px и проверьте крупный шрифт браузера, а не только эмулятор.



12. Зоны нажатия

Мелкие ссылки и близко стоящие элементы вызывают ошибки и раздражение.

Действие: Сделайте интерактивные зоны не меньше 44 px и оставьте между ними заметный промежуток.



13. Вес первого экрана

Тяжёлое видео или исходная фотография задерживают главный текст и кнопку.

Действие: Сожмите изображения, используйте современные форматы и не загружайте ниже экрана заранее.



14. Стабильность макета

Прыгающий контент приводит к случайным нажатиям и создаёт ощущение некачественного сайта.

Действие: Задайте размеры изображениям и резервируйте место под динамические элементы.



15. Реальное устройство и медленная сеть

Быстрый офисный интернет скрывает проблемы, которые видит клиент в дороге.

Действие: Пройдите заявку на обычном телефоне с ограничением сети и устраните блокирующие задержки.

РАЗДЕЛ 04

Техническое и локальное SEO

Для Калининграда важны не повторы города в каждом абзаце, а согласованные страницы, карточки компании и технически чистый сайт.



16. Индексация важных страниц

Страница может существовать, но быть закрыта robots, canonical или метатегом.

Действие: Проверьте URL в Яндекс Вебмастере и Google Search Console, а не только через поиск по названию.



17. Уникальные title и description

Одинаковые метаданные мешают поиску различать услуги и снижают понятность сниппета.

Действие: Для каждой посадочной напишите собственный title с услугой и географией, description - с пользой и условиями.



18. Единые контакты и адрес

Разные написания адреса на сайте, картах и каталогах создают противоречивые локальные сигналы.

Действие: Приведите название, адрес и режим работы к одному формату; обновите площадки после любого изменения.



19. Карточки на картах

Пустая карточка не отвечает на вопросы и редко превращает просмотр в маршрут или обращение.

Действие: Заполните категории, услуги, описание, фото, часы и ссылку на подходящую посадочную страницу.



20. Редиректы при обновлении сайта

Удалённые старые URL теряют ссылки и накопленные сигналы, а посетители получают 404.

Действие: До запуска составьте таблицу «старый URL - новый URL» и настройте постоянные 301-редиректы.

РАЗДЕЛ 05

GEO и содержательность

AI-поиск лучше понимает материалы, в которых ясно названы сущности, есть факты, авторство и прямые ответы. Это дополняет обычное SEO.



21. Ответ в начале смыслового блока

Длинное вступление затрудняет извлечение полезной мысли и для человека, и для системы.

Действие: После подзаголовка дайте короткий прямой ответ, затем объяснение, условия и пример.



22. Проверяемые факты

Необоснованные проценты и «лучший в городе» снижают доверие и не дают источника для цитирования.

Действие: Используйте даты, условия, методику расчёта, реальные кейсы и ссылки на первоисточники.



23. Автор и ответственность

Безымянный текст сложнее оценить, особенно в профессиональной или чувствительной теме.

Действие: Укажите автора, опыт, роль в проекте и дату обновления материала.



24. Понятные сущности

По контексту должно быть ясно, кто вы, какую услугу оказываете и в каком регионе.

Действие: Согласуйте формулировки в заголовке, описании, контактах, карточках и структурированных данных.



25. Материал, который решает задачу

Текст, написанный только под частотность, быстро становится одинаковым с десятками конкурентов.

Действие: Добавьте таблицу выбора, порядок действий, ограничения, локальные детали или собственные наблюдения.

РАЗДЕЛ 06

Аналитика и рост конверсии

Рост начинается не с нового дизайна, а с корректного измерения пути: источник, страница, действие, качество обращения и результат.



26. Цели на реальные действия

Просмотр страницы не равен заявке, а клик по кнопке ещё не означает отправку формы.

Действие: Настройте отдельные события на успешную отправку, переход в удобный канал связи, звонок и построение маршрута.



27. Источник сохраняется до заявки

Без UTM и исходной страницы невозможно понять, какое продвижение привело обращение.

Действие: Передавайте источник, кампанию и посадочную вместе с заявкой или сохраняйте в системе учёта.



28. Качество, а не только количество лидов

Дешёвые обращения могут не подходить по задаче, бюджету или региону.

Действие: Раз в месяц связывайте заявки с итогом: целевая, нецелевая, продажа, причина отказа.



29. Одна гипотеза за раз

Одновременная замена текста, цены и формы не показывает, что повлияло на результат.

Действие: Формулируйте изменение, ожидаемый эффект, метрику и срок проверки до запуска.



30. План на 30 дней

Большой аудит бесполезен, если после него нет очередности и ответственного.

Действие: Выберите три задачи: критическая ошибка, быстрый выигрыш и фундаментальная доработка. Назначьте дату проверки.

Ваши три приоритета на 30 дней

Перенесите сюда только те задачи, которые реально можно выполнить и проверить. Для каждой назначьте результат, ответственного и дату.

№	ЗАДАЧА	КАК ПРОВЕРИМ	ДАТА
1			
2			
3			

Нужен разбор со стороны?

Оставьте ссылку на сайт и кратко опишите задачу через форму на burnbiz.ru. Я посмотрю контекст и предложу следующий шаг, который имеет смысл именно для вашего бизнеса.

burnbiz.ru • Калининград, ул. Карла Маркса, 10