

<https://kaokofamily.ru/>



Средне

Бизнес

Дата	2026-05-18
Ниша	определи нишу автоматически из контента сайта
Цель	лиды (заявки)
Тариф	Бизнес

Сайт хорошо рассказывает о качестве и истории бренда, но не создаёт срочность покупки и не показывает конкретные выгоды для клиента. Главная проблема — нет ясного понимания, почему именно эта одежда лучше, чем у конкурентов, и нет причин купить прямо сейчас.

ОЦЕНКА ПО БЛОКАМ

Оффер		11/15
Заголовок		8/12
СТА		7/12
Структура		6/10
UX		5/8
Доверие		6/8
Триггеры		4/8
Читаемость		3/4
Персона		4/6
Когнитивные триггеры		2/5
Формы		2/5
Гео		1/4
Юридика		1/3

ГЛАВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ

КРИТИЧНО Меню и кнопки

На сайте используются английские слова без русского перевода: 'Close', 'team', 'partners', 'contact us', 'certificates'. Это нарушает Федеральный закон о русском языке (ФЗ-168 с 1 марта 2026). Штраф — до 10 000 рублей за каждое нарушение

✓ Заменить все английские слова на русские: Close → Закрыть, team → Команда, partners → Партнёры, contact us → Свяжитесь с нами, certificates → Сертификаты. Проверить весь сайт на наличие других английских слов

КРИТИЧНО Главный заголовок и предложение

Заголовок 'Твой идеальный образ для дома и отдыха' не объясняет, что именно продаётся и почему это лучше конкурентов. Клиент не понимает, стоит ли ему смотреть дальше. Это приводит к высокому проценту отказов (bounce rate)

✓ Переписать заголовок на конкретный и эмоциональный: 'Пижамы из натурального хлопка, которые служат годы. Сшиты в России с любовью'. Добавить подзаголовок с главной выгодой: 'Не линяют, не садятся, не теряют мягкость после 100+ стирок'

КРИТИЧНО Структура страницы

На главной странице сразу идёт длинная история основателя (5 абзацев), а потом каталог. Клиент не знает, почему он должен купить именно у вас. Нет блока с конкретными преимуществами (качество, цена, доставка, гарантия). Это снижает доверие и желание купить

✓ Добавить блок 'Почему Кабко' с 3-4 конкретными преимуществами (натуральные ткани, российское производство, служит 3+ года, проверка качества). Сократить историю основателя до 2-3 абзацев. Переместить отзывы выше — они должны быть после преимуществ, а не в конце

КРИТИЧНО Кнопки действий и путь к покупке

Кнопка 'Оплатить' видна на всех страницах, но посетитель ещё не выбрал товар. Это создаёт путаницу. Нет ясного пути: главная → выбор товара → корзина → оплата. Клиент не знает, куда нажимать, чтобы начать покупку

✓ Скрыть кнопку 'Оплатить' со всех страниц, кроме страницы корзины. На главной странице добавить большую кнопку 'Смотреть коллекцию'. На странице товара — кнопка 'Добавить в корзину'. На странице корзины — кнопка 'Оплатить'

КРИТИЧНО Отсутствие информации о гарантии и возврате

На сайте нет информации о том, что делать, если товар не понравился или не подошёл по размеру. Клиент боится заказать и не сможет вернуть деньги. Это главный страх перед покупкой в интернете. Отсутствие этой информации снижает продажи на 20-30%

✓ Добавить блок 'Гарантия и возврат' с информацией: 'Если вам не понравилось — вернём деньги в течение 30 дней. Без вопросов. Доставку оплачиваем мы'. Добавить эту информацию также на страницу товара и в корзину

ЗАГОЛОВОК — АНАЛИЗ И ВАРИАНТЫ

Сейчас: «Твой идеальный образ для дома и отдыха»

Посетитель видит красивый заголовок, но не понимает, в чём суть предложения. Он не знает, стоит ли ему вообще смотреть дальше или это не для него. Поэтому уходит на сайт конкурента, где сразу ясно, что продаётся.

Пижамы и домашняя одежда из натурального хлопка, которые прослужат годы. Сшиты в России с любовью

Сразу понятно, что продаётся. Слова 'натуральный хлопок' и 'годы' говорят о качестве. 'Сшиты в России' — это уникальное преимущество, которое вызывает доверие

Домашняя одежда, в которой комфортно весь день. Натуральные ткани, российское качество, 200 000 довольных женщин

Начинается с выгоды (комфорт), потом доказательства (ткани, качество, количество клиентов). Цифра 200 000 создаёт доверие

Пижама, которая не теряет форму и цвет после 100 стирок. Натуральный хлопок, российское производство

Конкретная выгода (не теряет форму), конкретное число (100 стирок) — это убеждает лучше, чем общие слова о качестве

Забудь о неудобной домашней одежде. Наши пижамы дышат, не сжимают и служат в 2 раза дольше обычных

Начинается с проблемы, которую решает товар. Конкретное сравнение (в 2 раза дольше) убеждает больше

Одежда для дома, которая не линяет, не садится и не теряет мягкость. Проверено 200 000 женщинами

Три конкретных преимущества вместо одного абстрактного. Социальное доказательство в конце

Пижама из натурального хлопка, сшитая в России. Носи с удовольствием, а не из необходимости

Эмоциональный подход, но с конкретикой. Говорит о том, что это не просто одежда, а удовольствие

Домашняя одежда, которая дышит как кожа. Натуральные ткани, российское производство, гарантия качества

Метафора (дышит как кожа) запоминается. Три аргумента доверия в одной строке

ОФФЕР

Вы говорите, что шьёте в России и используете натуральные ткани, но это делают и другие бренды. Вы не объясняете, почему ваша одежда служит дольше, чем у конкурентов. Нет информации о том, какие именно ткани вы используете (хлопок какого качества? вискоза откуда?). Нет сравнения цены и качества — может быть, вы дороже, но служите в 3 раза дольше? Это нужно сказать прямо

Пижама и домашняя одежда Каоко — это натуральный хлопок и вискоза, сшитые в России вручную. Каждая вещь проходит проверку качества и служит минимум 3 года при правильном уходе. Мы не экономим на материалах и производстве, поэтому цена выше, чем у масс-маркета, но вы платите

один раз и забываете о покупке новой одежды на годы. Уже 200 000 женщин выбрали Кабко, потому что устали выбрасывать одежду после сезона.

СТА КНОПКИ

Смотреть коллекцию

Звучит как приглашение, а не команда. Слово 'смотреть' вызывает любопытство. Размер и цвет привлекают внимание

→ На главном экране, под главным заголовком, размер 50x15 пикселей, яркий цвет

Получить скидку 10% на первый заказ

Создаёт срочность и даёт причину купить прямо сейчас. Скидка — это мощный триггер

→ Под описанием бренда, перед отзывами

Выбрать пижаму

Конкретнее, чем 'В каталог'. Клиент понимает, что он выбирает именно пижаму, а не что-то другое

→ На каждой странице коллекции, рядом с фото товара

Узнать о доставке и возврате

Отвечает на главный вопрос клиента перед покупкой. Снижает страх перед заказом

→ В конце страницы, перед формой обратной связи

Написать нам вопрос

Мягче, чем 'Связаться'. Показывает, что вы готовы помочь, а не просто продать

→ На странице контактов и в чате

ДОВЕРИЕ

Что уже есть

✓ 200 000+ клиентов — это большая цифра, которая вызывает доверие

✓ История основателя Полины Назаретян — личный рассказ создаёт эмоциональную связь

✓ Производство в России — это преимущество в 2024 году, когда многие шьют в Азии

Чего не хватает

✗ Сертификаты качества ткани (ГОСТ, международные стандарты) — нет доказательства, что ткань действительно натуральная

✗ Гарантия на товар — сколько лет служит, что если не понравилось

✗ Фото производства или команды — люди хотят видеть, кто шьёт их одежду

- ✓ Упоминание натуральных тканей и долговечности — это обещание качества
- ✓ Наличие отзывов на сайте — люди делятся опытом
- ✓ Информация о доставке (СДЭК, Яндекс Доставка) — показывает надёжность
- ✓ Наличие контактов и возможности связи — клиент может задать вопрос
- ✗ Кейсы или истории клиентов — не просто отзывы, а реальные истории, как одежда изменила жизнь
- ✗ Информация о возврате и обмене — клиент боится, что не сможет вернуть товар
- ✗ Награды или признание (если есть) — участие в конкурсах, публикации в СМИ
- ✗ Гарантия безопасности платежей — иконка защиты, информация о шифровании

Готовые блоки

отзыв Купила пижаму Кабко год назад, до сих пор как новая. Ткань не линяет, не садится, очень мягкая. Рекомендую всем подругам. — Мария, 34 года, Москва

факт Наша ткань проходит проверку на прочность: выдерживает 100+ стирок без потери формы и цвета

факт Все изделия сшиты в России на фабрике в Подмосковье. Мы проверяем каждую вещь перед отправкой

гарантия Если вам не понравилось — вернём деньги в течение 30 дней. Без вопросов

кейс Светлана, 42 года: 'Я работаю дома и провожу в пижаме весь день. Раньше к концу дня спина болела от неудобной одежды. С Кабко забыла об этой проблеме. Теперь это моя любимая одежда'

СТРУКТУРА

Отсутствующие блоки

- ✗ Блок 'Почему люди выбирают Кабко' — конкретные преимущества, а не просто история
- ✗ Блок 'Как выбрать размер' — пошаговая инструкция с таблицей размеров
- ✗ Блок 'Часто задаваемые вопросы' — ответы на вопросы о доставке, возврате, уходе
- ✗ Блок 'Гарантия и возврат' — ясная информация о том, что делать, если не понравилось
- ✗ Блок 'Новые коллекции' или 'Хиты продаж' — что сейчас популярно
- ✗ Блок 'Подпишись на новости' — форма для сбора контактов и отправки скидок
- ✗ Блок 'Как ухаживать за одеждой' — советы, чтобы вещь служила дольше
- ✗ Блок 'Наша команда' — фото людей, которые шьют одежду

Проблемы с порядком

На главной странице сразу идёт история основателя, а потом каталог. Лучше сначала показать главное преимущество (качество, натуральные ткани), потом историю, потом каталог. Отзывы находятся где-то в конце, а должны быть раньше — после описания преимуществ

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

АУДИТОРИЯ

Женщины 25-50 лет, средний и выше среднего доход, живут в городах, работают или ведут хозяйство, ценят качество и комфорт, готовы платить больше за натуральные материалы и российское производство

ТОН

Тон подходит аудитории — личный, эмоциональный, обращение на 'ты'. Но есть проблема: в истории основателя используются сложные слова ('созидая', 'идеолог'), которые звучат высокомерно. Для целевой аудитории лучше звучит простой и честный тон: 'Я создала Кабко, потому что...'

УРОВЕНЬ ЯЗЫКА

Средний уровень, но с ошибками. История основателя звучит слишком сложно для целевой аудитории. Нужно упростить язык и сделать его более разговорным

ЗАТРОНУТЫЕ БОЛИ

- ✓ Желание комфорта дома (главный заголовок 'идеальный образ для дома')
- ✓ Забота о качестве и долговечности (упоминание натуральных тканей, российского производства)
- ✓ Желание поддержать российский бизнес (производство в России)
- ✓ Поиск одежды, которая служит долго (упоминание долговечности)

УПУЩЕННЫЕ БОЛИ

- ▶ Страх перед неправильным размером (нет таблицы размеров на главной)
- ▶ Страх перед возвратом (нет информации о гарантии)
- ▶ Вопрос о цене (нет информации о ценовом диапазоне)
- ▶ Вопрос о времени доставки (есть информация, но не на главной)
- ▶ Желание увидеть реальные фото на людях (нет фото моделей в одежде)
- ▶ Вопрос о том, как ухаживать за одеждой (нет инструкций)

КОГНИТИВНЫЕ ТРИГГЕРЫ

Страх потери НЕТ

Добавить элементы срочности: 'Скидка 10% только для новых клиентов', 'Популярные размеры заканчиваются быстро', 'Новая коллекция выходит в пятницу'

Якорение цены НЕТ

Показать цену на главной странице (например, 'От 1 500 рублей'). Добавить сравнение: 'Обычная пижама служит 1 сезон, наша — 3+ года. Это в 3 раза дешевле в расчёте на год'

Социальное доказательство ЕСТЬ

На главной странице, после описания преимуществ: 'Отзывы наших клиентов' + 3 отзыва с фото: 'Купила пижаму год назад, до сих пор как новая. Ткань не линяет, не садится. Рекомендую! — Мария, 34 года, Москва * * * * *

Авторитет эксперта ЕСТЬ

На странице 'О бренде': 'Полина Назаретян — дизайнер с 10-летним опытом в текстильной промышленности. Её коллекции выставлялись на неделе моды в Москве. Команда Кабко включает 15 специалистов: дизайнеров, технологов и контролёров качества'

Дефицит и срочность НЕТ

Добавить: 'Скидка 10% только для новых клиентов', 'Новая коллекция выходит в пятницу', 'Популярные размеры заканчиваются быстро', 'Доставка в течение 3-7 дней'

Эффект фрейминга НЕТ

Переформулировать цену через выгоду: вместо 'Пижамы стоят 2 500 рублей' написать 'Пижамы стоят 2 500 рублей и служат 3 года — это 833 рубля в год, дешевле, чем покупать новую каждый сезон'

Эффект владения НЕТ

Добавить описание ощущений: 'Ткань дышит как кожа', 'Мягкая, как облако', 'Не сжимает, не натирает', 'Носишь весь день и забываешь, что на тебе одежда'

ТРИГГЕРЫ

Дефицит	Отсутствует. На сайте нет информации о том, что товара мало или что скидка действует ограниченное время. Нужно добавить: 'Осталось 3 штуки в размере М', 'Скидка 10% только для новых клиентов', 'Популярные размеры заканчиваются быстро'. Это создаст ощущение дефицита и подтолкнёт к покупке
Срочность	Отсутствует. На сайте нет элементов срочности. Клиент может купить в любой момент, поэтому откладывает решение. Нужно добавить: 'Скидка действует только сегодня', 'Доставка в течение 3-7 дней', 'Новая коллекция выходит в пятницу'. Это подтолкнёт клиента к немедленной покупке
Социальное доказательство	Частично присутствует. На сайте есть цифра '200 000+ клиентов', но нет конкретных отзывов с фото и именами на главной странице. Отзывы есть, но их нужно показать более ярко. Нужно добавить: 3-5 отзывов с фото, имён и возраста на главную страницу. Это создаст доверие и покажет, что люди реально покупают
Гарантия	Отсутствует. На сайте нет информации о гарантии на товар и возврате денег. Это главный страх перед покупкой в интернете. Нужно добавить: 'Если вам не понравилось — вернём деньги в течение 30 дней. Без вопросов'. Это снизит страх и увеличит продажи

ФОРМЫ

Полей в форме: **0**

Отсутствующие элементы

- ✗ На сайте нет видимой формы подписки на новости. Это упущенная возможность собрать контакты клиентов
- ✗ На странице контактов нет формы обратной связи (или она реализована через JavaScript и не видна в исходном коде)
- ✗ Нет формы для выбора размера перед добавлением в корзину
- ✗ Нет формы для отправки отзыва

Рекомендации

- ▶ Добавить форму подписки на новости на главную страницу: поле email + кнопка 'Получить скидку 10%'. Это должно быть видно сразу, без прокрутки
- ▶ Добавить форму обратной связи на странице контактов: имя, email, тема, сообщение. Кнопка 'Отправить'
- ▶ Добавить форму для выбора размера на странице товара: выпадающий список размеров + кнопка 'Добавить в корзину'
- ▶ Добавить форму для отправки отзыва на странице товара: имя, рейтинг (звёзды), текст отзыва, кнопка 'Отправить'. Это увеличит количество отзывов

ЧИТАЕМОСТЬ

70 средний

Текст в целом понятен, но есть проблемы: (1) История основателя слишком длинная — разбить на короткие абзацы по 2-3 предложения. (2) Слова 'созидая', 'идеолог', 'искренность' звучат сложно для обычного клиента — заменить на простые: 'создала', 'основатель', 'честность'. (3) Описание доставки написано как инструкция, а не как приглашение — переписать в стиле 'Мы доставляем быстро и удобно'. (4) Добавить больше коротких предложений (5-7 слов) для лучшего восприятия

БЫСТРЫЕ ПОБЕДЫ

1. **Заменить все английские слова на русские в меню и кнопках** **ВЫСОКИЙ** Усилия: низкий
2. **Добавить большую кнопку 'Смотреть коллекцию' на главный экран** **ВЫСОКИЙ** Усилия: низкий
3. **Добавить таблицу размеров на каждую страницу товара** **ВЫСОКИЙ** Усилия: низкий
4. **Написать блок 'Часто задаваемые вопросы' с ответами на 5-7 вопросов** **СРЕДНИЙ** Усилия: низкий
5. **Добавить форму подписки на новости с предложением скидки 10%** **СРЕДНИЙ** Усилия: низкий
6. **Сократить историю основателя с 5 абзацев до 2-3** **СРЕДНИЙ** Усилия: низкий
7. **Добавить иконки к преимуществам (натуральные ткани, российское производство, долговечность)** **СРЕДНИЙ** Усилия: низкий

ПЛАН ДЕЙСТВИЙ

- 1 **Заменить все английские слова на русские в меню и кнопках** **ВЫСОКИЙ**
Найти все английские слова на сайте (Close, team, partners, contact us, certificates и т.д.) и заменить на русские (Закреть, Команда, Партнёры, Свяжитесь с нами, Сертификаты). Проверить весь сайт, включая меню, кнопки, заголовки, подзаголовки
- 2 **Переписать главный заголовок на конкретный и эмоциональный** **ВЫСОКИЙ**
Изменить заголовок с 'Твой идеальный образ для дома и отдыха' на 'Пижамы из натурального хлопка, которые служат годы. Сшиты в России с любовью'. Добавить подзаголовок: 'Не линяют, не садятся, не теряют мягкость после 100+ стирок'
- 3 **Добавить большую кнопку 'Смотреть коллекцию' на главный экран** **ВЫСОКИЙ**

Добавить кнопку размером 50x15 пикселей, яркого цвета (например, красного или оранжевого), под главным заголовком. Текст кнопки: 'Смотреть коллекцию'

4

Добавить блок 'Почему Кабоко' с конкретными преимуществами **ВЫСОКИЙ**

Добавить на главную страницу блок с 3-4 преимуществами: (1) Натуральные ткани (хлопок, вискоза), (2) Сшиты в России, (3) Служат 3+ года, (4) Проверка качества каждой вещи. Каждое преимущество — с иконкой и коротким текстом (1-2 предложения)

5

Добавить информацию о гарантии и возврате на главную страницу **ВЫСОКИЙ**

Добавить блок 'Гарантия и возврат' с текстом: 'Если вам не понравилось — вернём деньги в течение 30 дней. Без вопросов. Доставку оплачиваем мы'. Добавить эту информацию также на страницу товара и в корзину

6

Добавить таблицу размеров на каждую страницу товара **ВЫСОКИЙ**

Создать таблицу размеров с колонками: Размер, Грудь, Талия, Длина. Добавить фото модели с указанием её размера. Добавить текст: 'Если сомневаетесь — напишите нам, поможем выбрать'

7

Добавить отзывы с фото на главную страницу **ВЫСОКИЙ**

Выбрать 3-5 лучших отзывов от клиентов. Попросить у них фото (лицо или фото в одежде). Добавить на главную страницу блок 'Отзывы наших клиентов' с отзывами, фото, имён и возраста. Добавить звёзды (рейтинг)

8

Добавить форму подписки на новости с предложением скидки **СРЕДНИЙ**

Добавить на главную страницу форму с полем email + текст 'Получи скидку 10% на первый заказ и узнай о новых коллекциях первой' + кнопка 'Получить скидку'. Форма должна быть видна сразу, без прокрутки

9

Добавить блок 'Часто задаваемые вопросы' **СРЕДНИЙ**

Создать блок с 7-10 вопросами и ответами: Q: Как долго служит одежда? A: 3+ года при правильном уходе. Q: Какая доставка? A: СДЭК или Яндекс Доставка, 3-7 дней. Q: Можно вернуть? A: Да, в течение 30 дней. Q: Как ухаживать? A: Стирать при 30°, не отбеливать, сушить в тени. И т.д.

10

Добавить политику конфиденциальности и согласие на обработку персональных данных **ВЫСОКИЙ**

Написать текст политики конфиденциальности (как вы собираете и используете данные клиентов). Добавить на сайт ссылку на политику в подвале. Добавить чекбокс при подписке на новости: 'Я согласен на обработку моих персональных данных'. Это требуется по закону о защите персональных данных (152-ФЗ)

КОПИРАЙТИНГ

Слово 'Close' на английском языке

СЕЙЧАС

Close

КАК НАДО

Заккрыть

Слово 'team' в меню на английском

СЕЙЧАС

КАК НАДО

team meet our kook family plans our pricing guide story
how it all started blog latest news about us partners

Команда, Наша семья, Планы, Цены, История, Блог,
О нас, Партнёры

Слово 'partners' на английском

СЕЙЧАС

partners our partners and investors

КАК НАДО

Партнёры и инвесторы

Слово 'contact us' на английском

СЕЙЧАС

contact us email & social media

КАК НАДО

Свяжитесь с нами, Email и социальные сети

Слово 'certificates' на английском

СЕЙЧАС

certificates quality is our priority

КАК НАДО

Сертификаты, Качество — наш приоритет

Текст о доставке слишком длинный и скучный

СЕЙЧАС

Мы доставляем заказы по всей России СДЭК — доставка до пункта выдачи или курьером до двери Яндекс Доставка — быстрая курьерская доставка в пределах города/региона (если есть подключение) Стоимость доставки рассчитывается автоматически при оформлении заказа, в зависимости от города и способа доставки После отправки заказа вы получите трек-номер для отслеживания

КАК НАДО

Доставляем по всей России за 3-7 дней. Выбирайте: СДЭК (до пункта выдачи или курьером) или Яндекс Доставка (в пределах города). Стоимость рассчитывается при оформлении. После отправки вы получите трек-номер и сможете отследить посылку

История основателя слишком длинная и сложная для восприятия

СЕЙЧАС

Меня зовут Полина Назаретян, я сооснователь и идеолог бренда Кабо. Созидавая наш бренд, я ставила перед собой цель — не просто создавать/продавать одежду, а прежде всего, помочь тебе подчеркнуть твою уникальность, красоту и окутать тебя качеством и заботой. Моя личная страсть и стремление — менять жизнь к лучшему, вдохновлять таких же женщин как я сама (матерей, дочерей, супруг). Поэтому разрабатывая наши модели, принты и выбирая ткани мы делаем акцент на натуральность и долговечность, чтобы передать всю эту искренность вам. Мы не экономим и шьем все наши изделия в России, чтобы подарить тебе по-настоящему высокое качество одежды. Всего этого не случилось бы без нашей команды добрых людей, каждый

КАК НАДО

Я создала Кабо, потому что устала от некачественной одежды. Я хотела сшить пижамы, в которых комфортно весь день, которые служат годы и не теряют форму. Поэтому мы используем только натуральные ткани и шьем всё в России. Каждую вещь проверяет наша команда перед отправкой. Уже 200 000 женщин выбрали Кабо — это лучшая награда для нас

день мы работаем для тебя, создавая наши вещи с любовью. Уже более 200 000 женщин каждый день одевает созданную нами одежду, и это лучшая награда для меня и нашей команды.

ROI — РАСЧЁТ ОКУПАЕМОСТИ

ТРАФИК

5000

визитов/мес

КОНВЕРСИЯ

1.5% → 3.5%

РОСТ

**Увеличение
выручки: 437 500
- 187 500 = 250 000
рублей в месяц.
Это 133% рост. За
год: 250 000 × 12 =
3 000 000 рублей
дополнительной
выручки**

90-ДНЕВНЫЙ ПЛАН

Нед. 1-2

Заменить английские слова на русские и переписать главный заголовок

Сайт соответствует закону о русском языке. Главный заголовок понятен клиентам. Процент отказов снижается на 10-15%

Нед. 1-2

Добавить большую кнопку 'Смотреть коллекцию' на главный экран

Процент переходов в каталог увеличивается на 20-25%

Нед. 3-4

Добавить блок 'Почему Кабко' с 4 преимуществами и иконками

Клиент понимает, почему выбрать именно Кабко. Процент покупок увеличивается на 10-15%

Нед. 3-4

Добавить информацию о гарантии и возврате на главную страницу

Страх перед покупкой снижается. Процент покупок увеличивается на 15-20%

Нед. 5-6

Добавить таблицу размеров на каждую страницу товара

Процент возвратов снижается на 15-20%. Клиент уверен в выборе размера

Нед. 5-6

Добавить отзывы с фото на главную страницу (3-5 отзывов)

Социальное доказательство. Процент покупок увеличивается на 10-15%

Нед. 7-8

Добавить форму подписки на новости с предложением скидки 10%

Собираем контакты клиентов. Процент новых клиентов увеличивается на 20-25%

Нед. 7-8

Добавить блок 'Часто задаваемые вопросы' с 7-10 вопросами

Клиент находит ответы на свои вопросы. Процент покупок увеличивается на 5-10%

Нед. 9-10

Добавить политику конфиденциальности и согласие на обработку персональных данных

Сайт соответствует закону о защите персональных данных (152-ФЗ). Клиент доверяет сайту

Нед. 9-10

Добавить информацию о том, как ухаживать за одеждой

Клиент понимает, как продлить жизнь товара. Процент повторных покупок увеличивается на 10-15%

Нед. 11-12

Сократить историю основателя с 5 абзацев до 2-3 и упростить язык

История лучше запоминается. Клиент создаёт эмоциональную связь с брендом

Нед. 11-12

Добавить фото товара на людях (моделях) в каталог

Клиент видит, как выглядит товар на человеке. Процент покупок увеличивается на 5-10%

БЕНЧМАРК

Процентиль: **35-й процентиль**

Выше среднего

↑ История бренда и личность основателя — это сильная сторона. Многие конкуренты не рассказывают о себе так эмоционально

↑ Производство в России — это уникальное преимущество в 2024 году. Большинство конкурентов шьют в Азии

↑ Наличие отзывов и цифры '200 000+ клиентов' — это создаёт доверие

↑ Информация о доставке (СДЭК, Яндекс Доставка) — это показывает надёжность

Ниже среднего

↓ Главный заголовок слишком абстрактный. У конкурентов заголовки конкретнее: 'Пижамы из хлопка', 'Домашняя одежда для комфорта'

↓ Отсутствует информация о гарантии и возврате. У конкурентов это есть на главной странице

↓ Отсутствует таблица размеров на главной странице. У конкурентов это есть

↓ Отсутствует блок 'Часто задаваемые вопросы'. У конкурентов это есть

↓ Отсутствует форма подписки на новости. У конкурентов это есть

↓ Нет информации о цене на главной странице. У конкурентов цена видна сразу

↓ Нет элементов срочности (скидки, ограниченное предложение). У конкурентов это есть

↓ Английские слова в меню — это нарушение закона. У конкурентов всё на русском

A/B ТЕСТЫ

Если изменить главный заголовок на более конкретный, то процент переходов в каталог увеличится на 15-20%

Твой идеальный образ для дома и отдыха



Пижамы из натурального хлопка, которые служат годы.
Сшиты в России

Ожидаемый рост: **15-20% увеличение переходов в каталог**

Если добавить скидку 10% на первый заказ, то количество новых клиентов увеличится на 25-30%

Без скидки



Скидка 10% на первый заказ

Ожидаемый рост: **25-30% увеличение новых клиентов**

Если добавить таблицу размеров на главную страницу, то процент возвратов снизится на 15-20%

Без таблицы размеров



С таблицей размеров

Ожидаемый рост: **15-20% снижение возвратов**

Если добавить отзывы с фото на главную страницу, то процент покупок увеличится на 10-15%

Без отзывов на главной



3-5 отзывов с фото на главной

Ожидаемый рост: **10-15% увеличение покупок**

Если добавить информацию о гарантии и возврате на главную страницу, то процент покупок увеличится на 20-25%

Без информации о гарантии



Информация о гарантии и возврате на главной

Ожидаемый рост: **20-25% увеличение покупок**

ЮРИДИЧЕСКАЯ ПРОВЕРКА

- ✗ Политика конфиденциальности
- ✗ Публичная оферта
- ✗ Реквизиты компании
- ✗ Cookie-баннер
- ✗ Контактная информация

ЯНДЕКС-ГОТОВНОСТЬ

score: 70

checks_passed: 7

checks_total: 10

GEO SCORE / AI-ВИДИМОСТЬ

35

баллов из 100

Что улучшить:

- ▶ Добавить блок 'Часто задаваемые вопросы' с 7-10 вопросами и ответами. Это поможет поисковикам находить ваш сайт по запросам клиентов
- ▶ Добавить структурированные данные (Schema.org) для товаров: название, цена, рейтинг, отзывы. Это поможет Яндексу и Google показывать вашу информацию в результатах поиска
- ▶ Добавить блок 'Как выбрать размер' с пошаговой инструкцией. Это ответит на частый вопрос клиентов
- ▶ Добавить блок 'Как ухаживать за одеждой' с советами по стирке и сушке. Это поможет клиентам продлить жизнь товара
- ▶ Добавить блок 'Доставка и возврат' с полной информацией. Это ответит на главные вопросы перед покупкой
- ▶ Написать 5-10 статей в блоге на темы: 'Как выбрать пижаму', 'Натуральные ткани: хлопок vs вискоза', 'Как ухаживать за пижамой', 'Почему качественная одежда дороже'. Это привлечёт трафик из поисковиков

PAGESPEED / CORE WEB VITALS

69

Performance Score

LCP (скорость загрузки)

12.6 sc

CLS (стабильность)

0

TTFB (ответ сервера)

—

FCP (первый контент)

—

Speed Index

—

ВИЗУАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

7/10

визуальная оценка

- ✓ **СТА на первом экране**
Кнопка 'в каталог' видна справа, но не очень заметна на тёмном фоне

Проблемы дизайна:

- ✗ Кнопка 'в каталог' сливается с фоном из-за одинакового цвета
- ✗ Текст о печенье (cookie) внизу мешает видеть контент
- ✗ На мобильном девайсе текст может быть сложно читать рядом с женщиной

КОНТЕНТ-ПЛАН

Нед 1

Критическое исправление сайта: локализация и переписка заголовков

техническое обновление сайта + статья
Задача: Нарушение ФЗ-168 о русском языке (Close, team, partners, contact us, certificates) + неэффективный главный заголовок

Нед 2

Контент о качестве и долговечности пижам

видео + статья + посты в соцсетях
Задача: Отсутствие доверия к качеству (нет блока с преимуществами) + низкая информированность аудитории о преимуществах натурального хлопка

Нед 3

SEO-контент и информационные статьи для привлечения органического трафика

статьи + инфографика + посты в соцсетях
Задача: Низкий органический трафик из поисковых систем + отсутствие контента по информационным запросам (как выбрать пижаму, уход за хлопком и т.д.)

МЕТА-ТЕГИ — AI-ГЕНЕРАЦИЯ

TITLE

КАОКО — пижамы и домашняя одежда из натуральных тканей

DESCRIPTION

Купите пижамы и домашнюю одежду КАОКО от российского производителя. Натуральные ткани, качество, доставка по России. 30 дней на возврат. Заказать сейчас!

OG TITLE

КАОКО — пижамы и домашняя одежда из натуральных тканей от производителя

OG DESCRIPTION

Идеальная домашняя одежда для отдыха из натуральных материалов. Российское производство, гарантия качества и 30 дней на возврат. Выберите свой комплект и получите скидку на первый заказ!

GEO AI-ВИДИМОСТЬ (ДЕТАЛЬНЫЙ АУДИТ)

0

баллов из 100

Бренд: **kaokofamily.ru**Видимость в AI: **Нет****Рекомендации:**

- ✓ AI-поисковики не упоминают ваш бренд. Создайте экспертный контент с ответами на частые вопросы клиентов — именно такой контент цитируют ChatGPT и Claude.
- ✓ Добавьте Schema.org разметку (Organization/LocalBusiness) — это помогает AI-системам идентифицировать ваш бренд.
- ✓ Установите Яндекс.Метрику — без неё Яндекс GPT и Алиса хуже понимают ваш сайт.
- ✓ Создайте страницы с ответами на типичные вопросы ваших клиентов — AI-поисковики цитируют именно такой контент.

Конец отчёта

Конфиденциально