

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ НА РЕДИЗАЙН И ПЕРЕРАБОТКУ СТРУКТУРЫ САЙТА saltpink.ru

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ САЙТА

Потенциальные покупатели розовой соли и натурального крымского мыла, проживающие в Санкт-Петербурге:

- **Вегетарианцы.** Эта группа потребителей не может пользоваться косметикой из магазинов. В ней есть животные жиры, а также ее тестируют, проводя негуманные опыты над животными. *Вегетарианцев можно таргетировать по социальным сетям в таких пабликах, как «Натуральная косметика», «Натуральное мыло», «Вегетарианство» и т. д.*
- **Масульмане.** Эта группа потребителей тоже не может пользоваться магазинной косметикой из-за того, что в большей части мыла используются свиные жиры. *Масульман можно таргетировать по социальным сетям в различных масульманских пабликах и в обычных пабликах натуральной косметики, сортируя по религиозному признаку.*
- **Мужчины и женщины, которые практикуют аюрведу, йогу и медитацию.** Эта группа потребителей тоже ориентируется исключительно на натуральную косметику, которую не тестируют на животных. *Можно таргетировать в социальных сетях по пабликам «Аюрведа», «Йога», «Медитация» и т. д.*
- **Мужчины и женщины любой возрастной категории, которые покупают натуральную косметику в подарок.** Эта группа потребителей может купить косметический набор в подарок коллегам, друзьям или родственникам, приурочив это к праздничной дате. *Можно запускать таргетированную рекламу исключительно по подарочным наборам к таким крупным праздникам, как 8 марта и Новый год.*
- **Подростки до 18 лет.** Эта группа потребителей обычно обладает небольшим количеством финансовых средств и на праздники может покупать мамам и бабушкам косметические наборы, которые имеют небольшую стоимость. *Можно запускать таргетированную рекламу исключительно по подарочным наборам к таким крупным праздникам, как 8 марта и Новый год.*

Постоянные покупатели розовой соли и натурального крымского мыла, проживающие в Санкт-Петербурге:

- Люди, которые уже совершили покупку на сайте saltpink.ru *(можно делать ретаргетинг с сайта и таргетировать на группу в контакте. Ретаргетинг — если человек хотя бы раз зашел на сайт, то его потом будет преследовать реклама с новым товаром или акциями. Таргетинг — показ рекламных баннеров с социальной сети в контакте для участников группы «Крымская соль»);*

Время современных людей стоит дорого. Поэтому, большинство людей зайдут на сайт <http://saltpink.ru> только для того, чтобы в пару кликов купить необходимый товар, получив о нем краткую, но исчерпывающую информацию.

<http://saltpink.ru/> — Стартовая страница сайта
Отсутствует страница (нужно сделать) — Акции
Отсутствует страница (нужно сделать) — Способы доставки
<http://saltpink.ru/index.php/kupit/category/view/3> — Интернет-магазин
<http://saltpink.ru/index.php/kupit-v-roznitsu> — Точки продаж
<http://saltpink.ru/index.php/kontakty> — Контакты
Отсутствует страница (нужно сделать) — «живые» отзывы
<http://saltpink.ru/index.php/article> — Блог

Необходимо, чтобы потенциальные клиенты, которые заходят на сайт на эти страницы по коммерческим ключевым запросам смогли сразу оценить надежность сайта по внешнему виду и найти всю интересующую информацию по продукту. Все эти страницы должны отвечать на три вопроса:

1. Что продается на этом сайте?
2. Сколько стоит товар?
3. Как купить предлагаемый товар прямо сейчас?

Важно! Клиент должен иметь возможность оперативно купить товар с любой страницы сайта в три клика. Оформление покупки должно быть максимально простым и занимать не более 1-2 минут.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ САЙТА saltpink.ru

- Продажа товара;
- Привлечение новых потенциальных клиентов;
- Информирование постоянных клиентов;
- Просветительская деятельность;
- Формирование бренда.

ТИП САЙТА

Интернет-магазин с удобным и интуитивно понятным интерфейсом. Предполагается, что все основные разделы сайта будут в сжатом виде транслироваться, как анонс на стартовую страницу. Цветовая гамма: бело-розовая. Минималистичный табличный дизайн. CMS: WordPress. Одна языковая версия. На сайте должна быть продумана легкая система регистрации и оплаты банковскими картами.

СТРАТЕГИЯ ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ САЙТА

- Продумать максимально понятную структуру;
- Посредством подробного описания каждого товара в магазине, предоставить пользователю исчерпывающую информацию о том, что его интересует;
- Предоставить пользователем максимальное количество связи с представителями бренда (номера мобильных телефонов, электронная почта, онлайн-консультант, Viber, социальные сети и другое);

- Организовать структуру сайта так, чтобы любую интересующую пользователя информацию он мог найти с главной страницы в три клика.

ФУНКЦИОНАЛ САЙТА

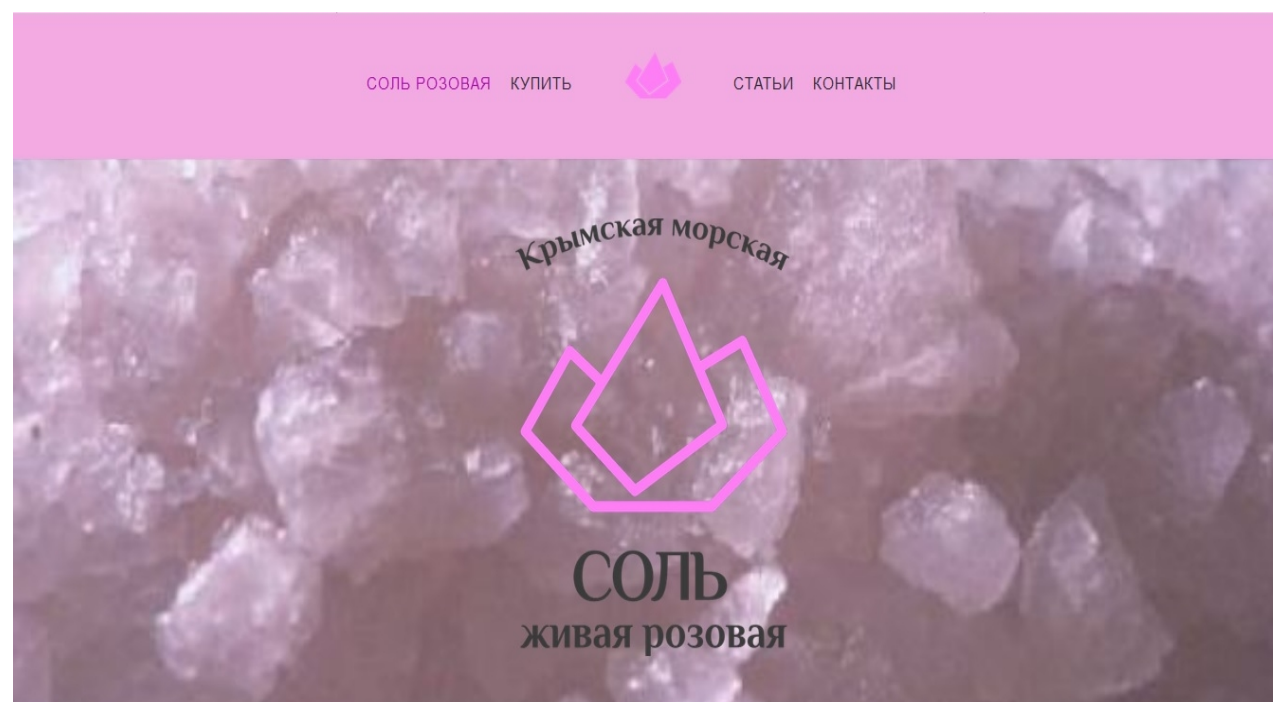
Для сайта необходимо:

- Внедрить полноценный интернет-магазин (многофункциональные карточки товаров, корзина, онлайн-оплата банковской картой, удобная система регистрации покупателей);
- Презентационный видеоролик для стартовой страницы сайта или ролик из телепередачи;
- Рекламный блок для акционных баннеров на стартовой и внутренних страницах сайта;
- Блок с видеотзывами покупателей;
- Социальные виджеты на каждой странице сайта;
- Качественные фотографии для каждого товара;
- Фотографии того, как выглядит вход в каждую точку, где продается соль и фотографии соли и мыла на витринах в этих точках, чтобы людям было проще сориентироваться. Обязательно карту со схемой проезда по каждой точке;
- Подборка уникальных и качественных статей по теме. Например: «Зачем вегетарианцам натуральное крымское мыло?».

СТРУКТУРА САЙТА saltpink.ru

СТАРТОВАЯ СТРАНИЦА

Сейчас на главной странице сайта большую часть экрана занимает картинка, которая не несет для клиента никакой смысловой или информационно нагрузки:

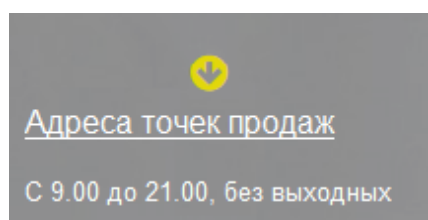


При этом, такая заставка занимает почти весь экран. Шапку сайта необходимо переработать.

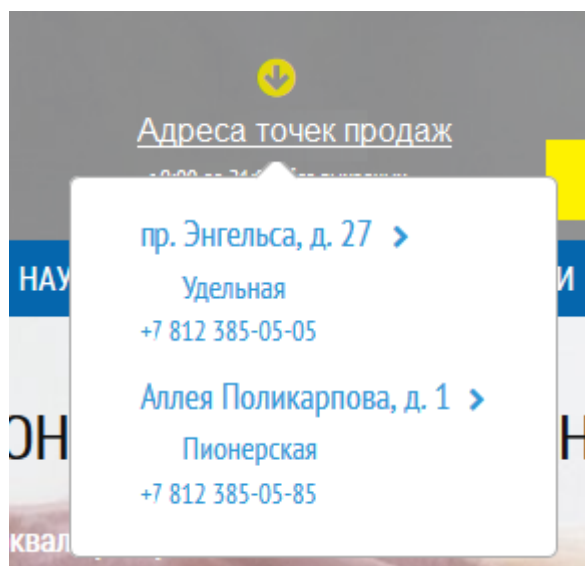
В левом углу шапки должен располагаться логотип. По центру шапки надпись «Ответим на любые вопросы», а ниже две кнопки «Заказать обратный звонок» и «Задать вопрос онлайн». В правом углу шапки будут располагаться:

1. Часы работы компании
2. Адрес компании
3. Кликабельные номера телефонов, чтобы в ситуации, когда клиент заходит на сайт с мобильного телефона у него была возможность сразу же сделать звонок.
4. Кнопки со ссылками на социальные сети бренда (instagram, vk.com, facebook.com)
5. Адреса точек продаж, где можно приобрести соль и мыло.

Адреса точек продаж могут выглядеть так:



При клике на адреса список раскрывается:



При клике на конкретный адрес, клиент попадает на страничку точки продаж с фотографиями, описанием и схемой проезда к ней.

Кнопка заказать звонок при раскрытии включает в себя минимальное количество полей, которые должен заполнить клиент. Никто не любит оставлять о себе много информации или долго заполнять форму.

Поля для кнопки «Заказать обратный звонок»:

1. Заголовок «Заказать звонок»

2. Подзаголовок «ответим на любые вопросы!»
3. Поле: номер телефона клиента
4. Поле: Имя клиента
5. Политика конфиденциальности мелким шрифтом
6. Кнопка отправить

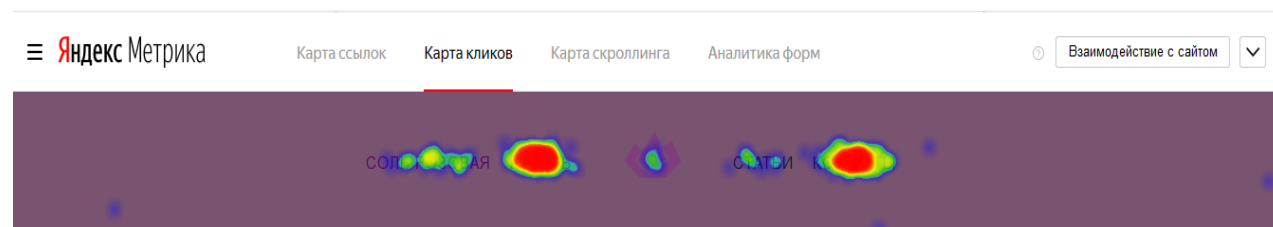
Поле с номером телефона включает в себя маску +7. Важно, чтобы в поле можно было ввести только цифры. При введении букв, поле должно подсвечиваться красным цветом и не давать отправлять сообщение. То же самое должно происходить с полем имени. Только буквы. После заполнения формы и отправки сообщения клиенту может выскакивать надпись в стиле: «Спасибо! В ближайшее время наш менеджер свяжется с вами».

Кнопка «Задать вопрос» при раскрытии будет выглядеть так:

1. Заголовок «Задать вопрос»
2. Поле: номер телефона клиента
3. Поле: Имя клиента
4. Поле: Задайте ваш вопрос
5. Политика конфиденциальности мелким шрифтом
6. Кнопка отправить

БЛОК «Меню»

Карта кликов показала, что за прошедший год наиболее активными у пользователей были кнопки «купить» и «контакты».



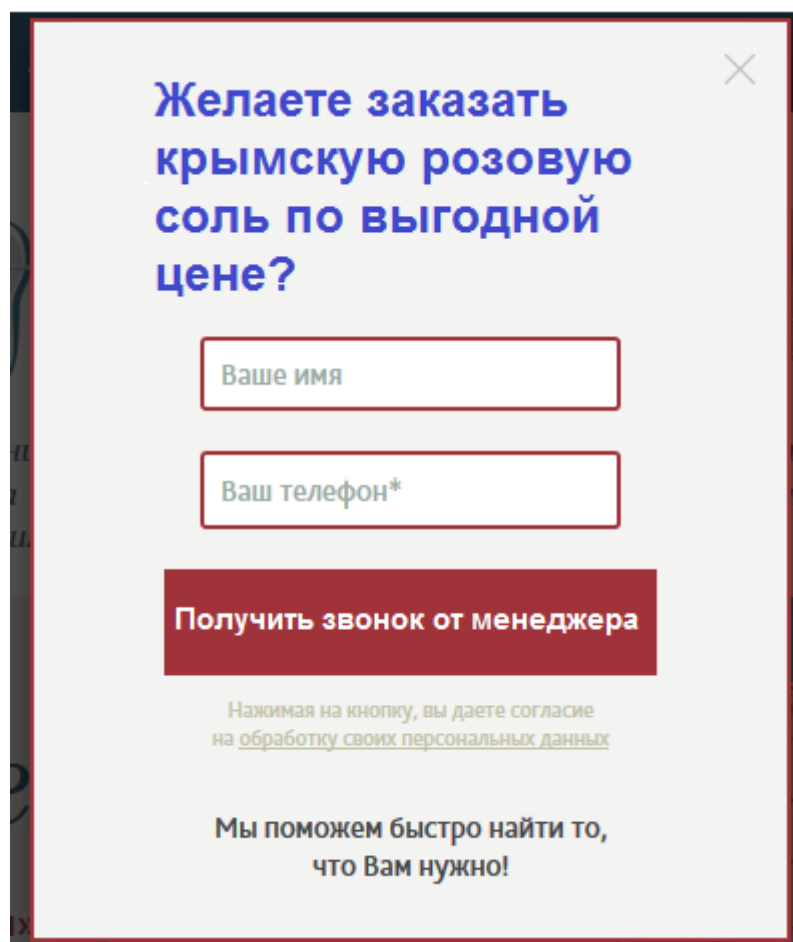
Соответственно, эти кнопки мы ставим в самое начало меню. Последовательность будет такая:

- ▲ Интернет-магазин
- ▲ Акции
- ▲ Способы доставки
- ▲ Точки продаж
- ▲ Контакты
- ▲ Отзывы
- ▲ Статьи

Кнопка «Акции» - должна быть выделена в меню **красным цветом** и мигать.

БЛОК «Всплывающая форма»

Через минуту нахождения на сайте, клиенту должна выскакивать подобная рекламная форма, способствуя тому, чтобы он вошел в контакт с менеджерами сайта и оставил свой номер телефона.



Желаете заказать крымскую розовую соль по выгодной цене?

Ваше имя

Ваш телефон*

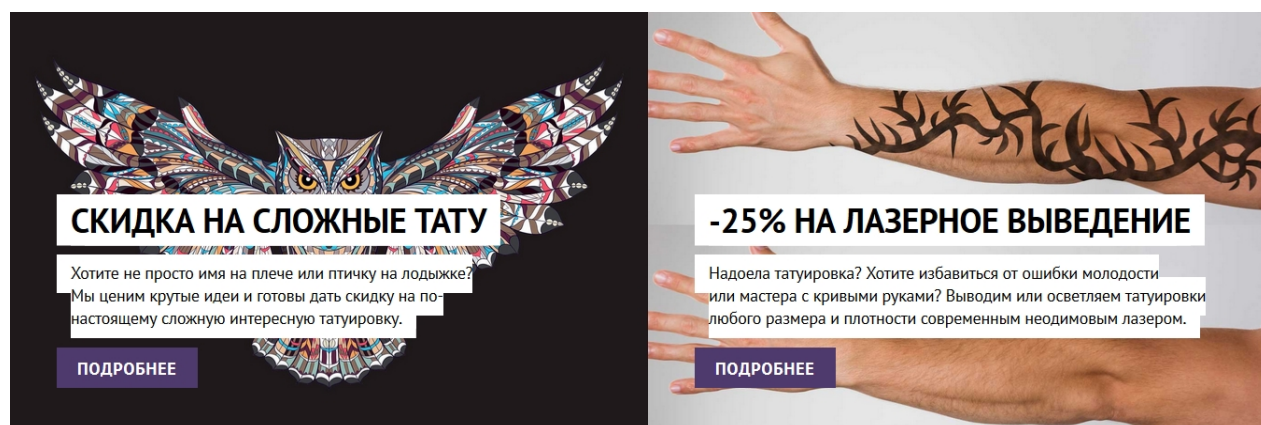
Получить звонок от менеджера

Нажимая на кнопку, вы даете согласие на обработку своих персональных данных

Мы поможем быстро найти то, что Вам нужно!

БЛОК «Акции»

Сразу под меню делаем акционные слайды в таком стиле, но под крымскую соль и крымское мыло. С соответствующими иллюстрациями.



Две акции и их описания должны быть представлены перед разработкой сайта.

При клике на кнопку «подробнее» будут открываться странички с описаниями самих акций. Структура внутренних страниц акций будет описана в разделе «Акции».

Хорошо, если акции будут рассчитаны на целевую аудиторию (см. первую страницу плана). Например: «Скидки на подарочные наборы к Новому году!», «Скидки на

подарочные наборы для пенсионеров», «Скидки на подарочные наборы для студентов», «Скидки на оптовые продажи» и т.д.

БЛОК «Интернет-магазин»

Нужно разместить шесть блоков с картинками. При нажатии на нужную картинку клиент попадает в нужный раздел интернет-магазина.

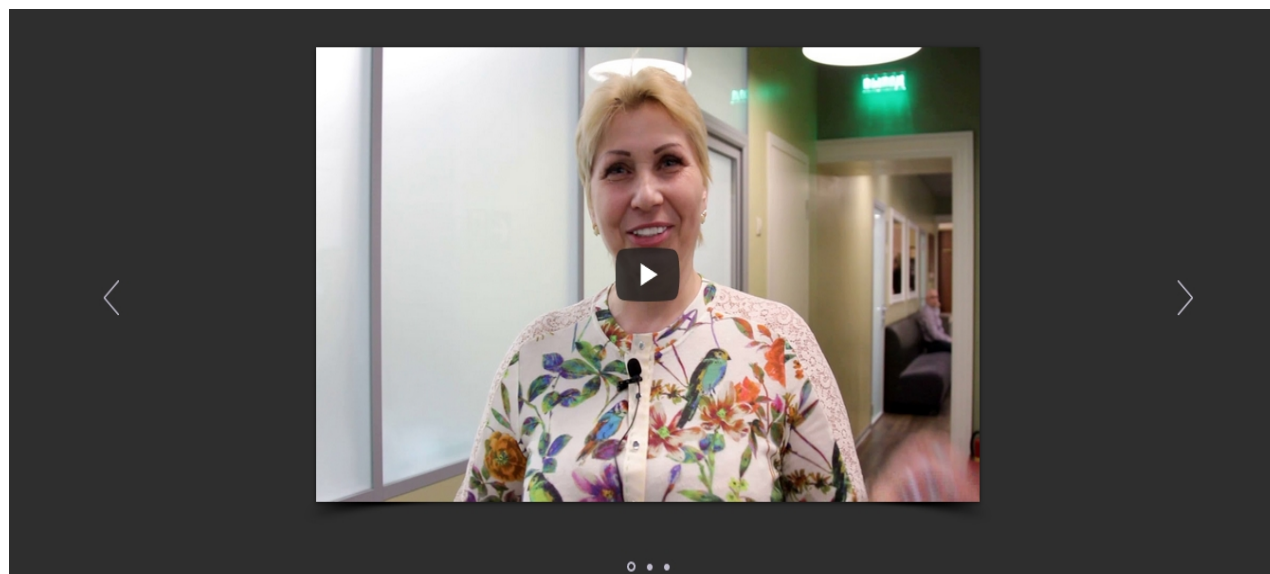
		
Крымская розовая соль	Крымское мыло и скрабы	Подарочные наборы
		
Джутовые мочалки	Масло для волос и афродизиаки	Гидролат

Реальные картинки для каталога будут предоставлены перед началом разработки сайта.

Внутренняя структура интернет-магазина будет описана далее в разделе «Интернет-магазин».

БЛОК «Видеоотзывы»

Этот блок на главной странице сайта будет сделан в виде слайда, который можно листать и смотреть различные отзывы от живых людей. Если пока нет видеоотзывов, то можно разместить видеоролик о компании.



Видеоролик и живые отзывы будут предоставлены перед началом разработки сайта.

БЛОК «SEO-текст»

Здесь будет идти текст об интернет-магазине «Крымская розовая соль», который будет способствовать продвижению бренда с поисковой системе по топовым ключевым словам.

Текст будет предоставлен перед началом разработки сайта.

БЛОК «Подвал сайта»

Сохраняем строчку «Купить в магазинах города», которая при клике на нее будет вести на обновленную страницу с точками продаж.

Сохраняем ссылки: «договор-оферта», «реквизиты», «порядок оплаты банковской картой».

Ниже остается в неизменном виде самый низ подвала с контактами, телефонами и адресом. Только нужно всё это оформить более компактно. Слишком много воздуха между блоками сейчас.

Счетчик остается, но его показатели необходимо скрыть от посетителей и сделать доступными только для администраторов и владельцев сайта.

РАЗДЕЛ МЕНЮ «Интернет-магазин»

БЛОК «Акционный слайдер»

Каждая страница сайта, кроме страниц «Акции», «Контакты» и «Отзывы» начинаются с акционного слайдера. Обе акции, которые анонсированы на главной странице будут анонсироваться и на каждой странице сайта. Под слайдером будет

идти следующий текст: Здесь вы сможете купить только натуральную крымскую косметику по самым выгодным ценам. Ниже под текстом кнопка «Заказать обратный звонок», которая при раскрытии имеет всего два поля, которые необходимо заполнить:

1. Поле: номер телефона клиента
2. Поле: Имя клиента
3. Политика конфиденциальности мелким шрифтом
4. Кнопка отправить

БЛОК «Заголовок»

Интернет-магазин натуральных крымских товаров

БЛОК «Иконки с товарами»

		
Крымская розовая соль	Крымское мыло и скрабы	Подарочные наборы
		
Джутовые мочалки	Масло для волос и афродизиаки	Гидролат

Реальные картинки для каталога будут предоставлены перед началом разработки сайта.

1. При нажатии на иконку «крымская розовая соль» открывается страница с карточками товаров, которые сейчас размещены здесь - <http://saltpink.ru/index.php/kupit/category/view/1>

Нужно изменить последовательность размещения карточек товаров на странице. Сделать несколько подзаголовков на странице и под ними разместить товар:

Соль морская крымская розовая

<http://saltpink.ru/index.php/kupit/product/view/1/2>

<http://saltpink.ru/index.php/kupit/product/view/1/5>

<http://saltpink.ru/index.php/kupit/product/view/1/60>

Соль морская крымская розовая для ванны

<http://saltpink.ru/index.php/kupit/product/view/1/61>

Пищевая морская крымская розовая соль

<http://saltpink.ru/index.php/kupit/product/view/1/80>

<http://saltpink.ru/index.php/kupit/product/view/1/79>

Соленцы из крымской морской соли

<http://saltpink.ru/index.php/kupit/product/view/1/62>

Соляные кирпичи из крымской розовой соли

<http://saltpink.ru/index.php/kupit/product/view/1/81>

Морская крымская соль техническая

<http://saltpink.ru/index.php/kupit/product/view/1/78>

2. При нажатии на иконку «крымское мыло» открывается страница с карточками товаров, которые сейчас размещены здесь —

<http://saltpink.ru/index.php/kupit/category/view/2>

Нужно изменить последовательность размещения карточек товаров на странице. Сделать несколько подзаголовков на странице и под ними разместить товар:

Крымское натуральное мыло

<http://saltpink.ru/index.php/kupit/product/view/2/93>

<http://saltpink.ru/index.php/kupit/product/view/2/94>

<http://saltpink.ru/index.php/kupit/product/view/2/75>

<http://saltpink.ru/index.php/kupit/product/view/2/74>

<http://saltpink.ru/index.php/kupit/product/view/2/73>

<http://saltpink.ru/index.php/kupit/product/view/2/65>

<http://saltpink.ru/index.php/kupit/product/view/2/66>

<http://saltpink.ru/index.php/kupit/product/view/2/72>

<http://saltpink.ru/index.php/kupit/product/view/2/64>

<http://saltpink.ru/index.php/kupit/product/view/2/67>

<http://saltpink.ru/index.php/kupit/product/view/2/68>

Скраб для волос

<http://saltpink.ru/index.php/kupit/product/view/2/82>

<http://saltpink.ru/index.php/kupit/product/view/2/83>

<http://saltpink.ru/index.php/kupit/product/view/2/63>

3. При нажатии на иконку «Подарочные наборы» открывается страница с карточками товаров, которые сейчас размещены здесь —

<http://saltpink.ru/index.php/kupit/category/view/3>

Список товаров для рубрики:

<http://saltpink.ru/index.php/kupit/product/view/3/76>
<http://saltpink.ru/index.php/kupit/product/view/3/77>

4. При нажатии на иконку «Джутовые мочалки» открывается страница с карточками товаров, которые сейчас размещены здесь —
<http://saltpink.ru/index.php/kupit/category/view/2>

Список товаров для рубрики:

<http://saltpink.ru/index.php/kupit/product/view/2/92>
<http://saltpink.ru/index.php/kupit/product/view/2/69>
<http://saltpink.ru/index.php/kupit/product/view/2/71>
<http://saltpink.ru/index.php/kupit/product/view/2/70>

5. При нажатии на иконку «Масло для волос и афродизиаки» открывается страница с карточками товаров, которые сейчас размещены здесь —
<http://saltpink.ru/index.php/kupit/category/view/2>

Последовательность размещения товаров с подзаголовками:

Масло для волос:

<http://saltpink.ru/index.php/kupit/product/view/2/84>
<http://saltpink.ru/index.php/kupit/product/view/2/85>

Афродизиаки

<http://saltpink.ru/index.php/kupit/product/view/2/88>
<http://saltpink.ru/index.php/kupit/product/view/2/87>
<http://saltpink.ru/index.php/kupit/product/view/2/89>

6. При нажатии на иконку «Гидролаты» открывается страница с карточками товаров, которые сейчас размещены здесь —
<http://saltpink.ru/index.php/kupit/category/view/2>

Список товаров для рубрики:

<http://saltpink.ru/index.php/kupit/product/view/2/90>
<http://saltpink.ru/index.php/kupit/product/view/2/91>
<http://saltpink.ru/index.php/kupit/product/view/2/86>

Фото товаров и их описания будут предоставлены перед началом разработки сайта.

Предварительный вид карточки товара включает в себя:

1. Заголовок с названием товара
2. Маленькая иконка товара (при наведении курсора на нее она должна увеличиваться)
3. Цена
4. Предварительное описание товара в один абзац.
5. Кнопка «Купить» и «Подробнее»
6. Возможность поделиться превью карточки товара в социальной сети.

При клике на «Подробнее» клиент переходит в более подробную карточку товара. При нажатии на кнопку «Купить» должен осуществляться переход в корзину для

дальнейшего оформление покупки с возможностью оплатить товар банковской картой.

В самом низу каждой страницы такого типа должна быть форма «Заказать обратный звонок»:

ЗАКАЗАТЬ ОБРАТНЫЙ ЗВОНОК

 Имя	 Телефон	ОТПРАВИТЬ
---	---	------------------

Нажимая кнопку Отправить, вы соглашаетесь с [Политикой конфиденциальности](#)

Под формой на каждой странице такого типа должно оставаться место для SEO-текста с заголовком.

Внешний вид полной карточки товара:

Если находясь на предварительной карточке товара клиент кликает на надпись «подробнее», то он попадает на полноценную карточку товара.

Её внешний вид включает:

1. Название товара
2. Фото товара в виде слайдера из 3-4 картинок.
3. Максимально полное описание товара
4. Стоимость товара
5. Возможность поделиться товаром в социальной сети

Все фотографии и описания товаров будут предоставлены перед началом разработки сайта.

БЛОК «Подвал сайта»

Смотреть описание на страницах выше.

РАЗДЕЛ МЕНЮ «Акции»

БЛОК «Заголовок»

Акции на покупку натуральных крымских товаров с доставкой

БЛОК «SEO-текст»

Регулярно предлагаем выгодные акции и скидки на покупку крымской розовой соли по самым выгодным ценам. Следите за новостями!

БЛОК «Анонсы акций»

Красиво оформить превью акций в виде фотографий и заголовков. Это могут быть квадратики или кружки. При наведении курсора на иконку акции на ней будет появляться текст с предварительным описанием. При клике на акцию, открывается развернутая страница с полным её описанием, фотоколлажем и кнопкой «заказать обратный звонок».

Тексты акций (не менее 5-6 штук) будут предоставлены перед началом разработки сайта.

Примерный внешний вид блока и расположение иконок:



БЛОК «Заказать обратный звонок»

Смотреть описание на страницах выше.

БЛОК «Подвал сайта»

Смотреть описание на страницах выше.

РАЗДЕЛ МЕНЮ «Способы доставки»

БЛОК «Акционный слайдер»

Смотреть описание на страницах выше.

БЛОК «Заголовок»

Способы доставки крымской розовой соли

БЛОК «Текст о способах доставки»

Текст будет предоставлен перед началом разработки сайта.

БЛОК «Заказать обратный звонок»

Смотреть описание на страницах выше.

БЛОК «Подвал сайта»

Смотреть описание на страницах выше.

РАЗДЕЛ МЕНЮ «Точки продаж»

БЛОК «Акционный слайдер»

Смотреть описание на страницах выше.

БЛОК «Заголовок»

Купить крымскую соль в Санкт-Петербурге можно по следующим адресам:

БЛОК «Точки продаж»

Точки продаж идут в виде картинки-превью с каждой точки продаж, а под ней адрес.

Список адресов сейчас находится тут: <http://saltpink.ru/index.php/kupit-v-roznitsu>

В сети аптек "Фиалка":

Аптека 14 Морская наб., д. 39/3

Аптека Чкаловский пр. д. 60

Аптека ул. Киришская 4

Аптека 19 Ленинский пр., д. 104

Аптека 2 Ленинский пр., д. 88

Аптека 7 Богатырский пр., д. 28

Аптека 8 Комендантский пр., д. 34/1

Аптека 10 Аллея Поликарпова, д. 2

Аптека Королева д. 61

Аптека 9 Науки пр., д. 19/2

Аптека Московский д. 208

Аптека 4 Дунайский пр., д. 34/16

Аптека 17 пр. Ветеранов, 109/1

Аптека 6 Энгельса пр., д. 126/1

Аптека 16 Асафьева ул., д. 3

Аптека Чудновского д. 19

Аптека Наставников д. 19

В Магазилах города:

Универсам «Чайка», проспект Ветеранов, 147 к1.

Универсам «Таллинский», проспект Ветеранов, 89

Универсам «Невский», пр-т Большевиков , д. 6.

При клике на картинку точки продаж клиенту открывается более подробная страница. Её структура будет выглядеть так:

БЛОК «Акционный слайдер»

Смотреть описание на страницах выше.

БЛОК «Заголовок»

Адрес точки продажи

БЛОК «Фотослайдер точки продажи»

Фотослайдер из 3-4 фотографий с изображением упаковок соли на витрине, продавца и общего вида точки.

БЛОК «Карта проезда»

Карта проезда к точки продаж

БЛОК «Заказать обратный звонок»

Смотреть описание на страницах выше.

БЛОК «Подвал сайта»

Смотреть описание на страницах выше.

РАЗДЕЛ МЕНЮ «Контакты»

БЛОК «Заголовок»

Контакты

БЛОК «Адреса»

Указать адрес: Санкт-Петербург, ул.Лифляндская, д.3, а также номера телефонов +7(812) 424-43-63 (продажи) и +7(812) 424-43-63 (доставка) с картой проезда.

Ниже указать точки продаж с возможностью после клика перейти на индивидуальную страницу каждой из точек продаж.

E-mail: info@saltpink.ru

БЛОК «Заказать обратный звонок»

Смотреть описание на страницах выше.

БЛОК «Подвал сайта»

Смотреть описание на страницах выше.

РАЗДЕЛ МЕНЮ «ОТЗЫВЫ»

БЛОК «Акционный слайдер»

Смотреть описание на страницах выше.

БЛОК «Заголовок»

Отзывы о крымской розовой соли

БЛОК «SEO-текст»

В данном разделе вы можете ознакомиться с отзывами покупателей о крымской розовой соли.

Мы стремимся к тому, чтобы сохранять качество товаров на самом высоком уровне, и прислушиваемся ко всем отзывам, благодаря чему становимся еще лучше.

Чтобы оставить свой отзыв, просто заполните форму, представленную на нашем сайте. Регистрация для этого не требуется. Авторизоваться можно через социальную сеть.

БЛОК «Форма для отзыва»

ОСТАВИТЬ ОТЗЫВ

Товар

Точка продаж

Войти через:  

Войти через имя, фамилию и телефон

ИМЯ И ФАМИЛИЯ

ТЕЛЕФОН

ВАШИ ВПЕЧАТЛЕНИЯ (ТЕКСТ НЕ МЕНЕЕ 50 СИМВОЛОВ)

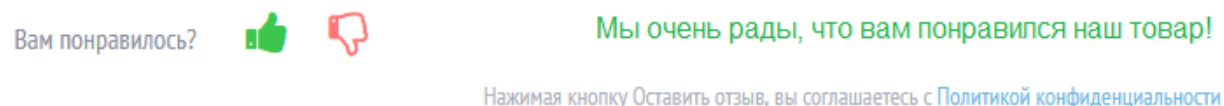
Вам понравилось?  

ОСТАВИТЬ ОТЗЫВ

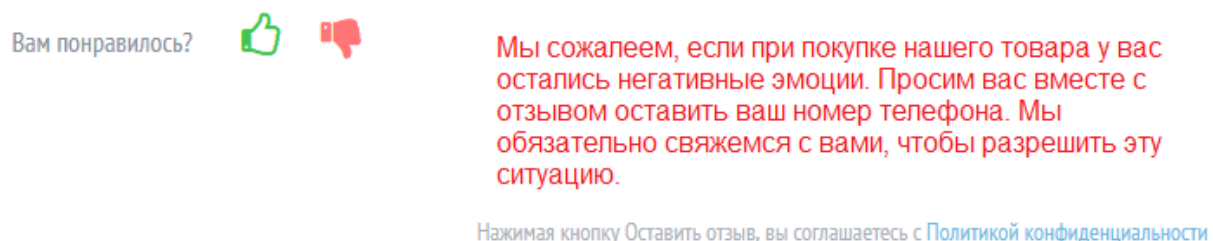
Нажимая кнопку Оставить отзыв, вы соглашаетесь с [Политикой конфиденциальности](#)

Важно, чтобы форма для отзывов предоставляла возможность клиенту выбрать конкретный товар (соль, мыло, мочалка и т.д.) и конкретную точку продаж или сайт, если это была покупка на сайте. При создании отзыва он должен отправляться на модерацию только при условии нажатия на зеленый значок или на красный (с пальцем вверх или пальцем вниз).

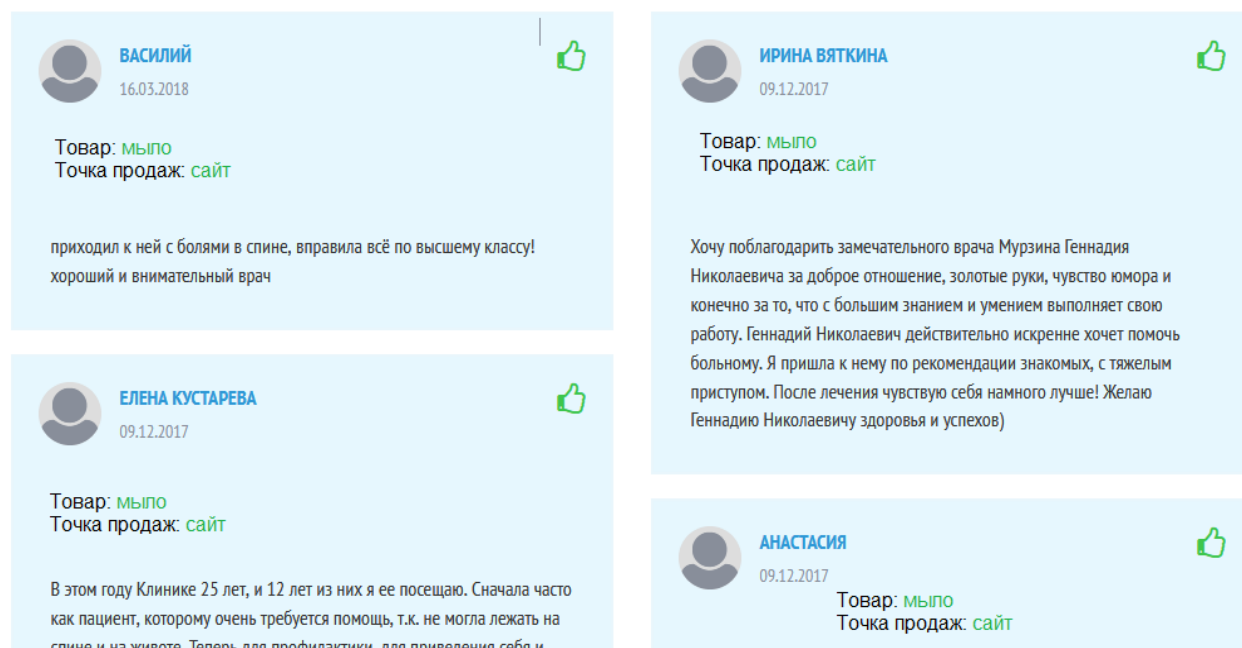
При отправке отзыва, если человек нажимает на зеленый значок, то ему высказывает надпись рядом:



В случае, если он нажимает на красный значок, то ему высказывает другая надпись:



Ниже под формой отправки отзыва в две колонки будут располагаться уже отправленные отзывы. Выглядеть они будут примерно так:



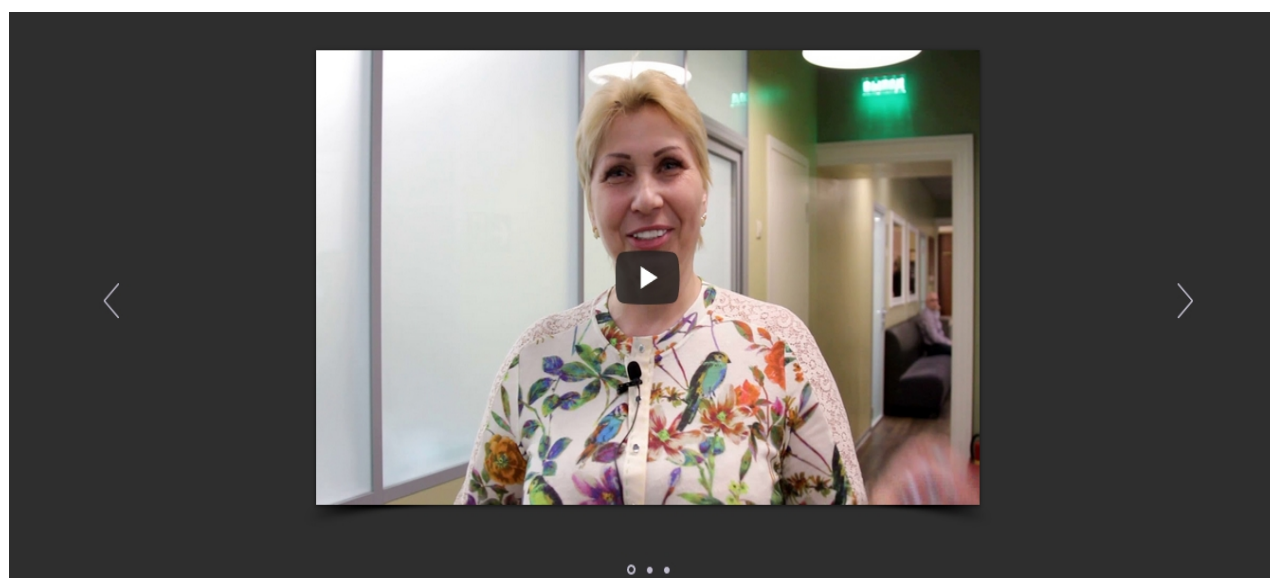
Если отзыв плохой, то рядом с ним будет красный значок с опущенным пальцем вниз.

Важно, чтобы клиент имел возможность на странице отзыва нажать в форме на зеленый палец и сразу после этого все отзывы на странице сортируются. Ему показывают ниже под формой только положительные отзывы. Если нажимает на красный значок, то ему под формой показывают только негативные отзывы.

Если клиент в форме выбирает конкретную точку или сайт, то под формой ему показывают только отзывы с этой точки продаж или только с сайта. Если выбирает конкретный товар, то ему показывают отзывы только об этом товаре.

БЛОК «Видеотзывы»

Ниже идет блок с видеотзывами. Если видеотзывов пока нет, то здесь можно разместить видеоролик с телевидения.



БЛОК «Заказать обратный звонок»

Смотреть описание на страницах выше.

БЛОК «Подвал сайта»

Смотреть описание на страницах выше.

РАЗДЕЛ МЕНЮ «Статьи»

БЛОК «Акционный слайдер»

Смотреть описание на страницах выше.

БЛОК «Заголовок»

Статьи о розовой крымской соли и натуральном мыле

БЛОК «Статьи»

Красиво оформить превью статей. Фото, заголовок, первый абзац статьи. При клике на заголовок должна открываться полноценная статья.

В статьях должна быть предусмотрена возможность встраивать видео и делиться понравившимся материалом в социальных сетях.

Первые 10 уникальных статей, написанные с ориентацией на целевую аудиторию (см. начало плана) будут предоставлены перед стартом разработки сайта.

БЛОК «Заказать обратный звонок»

Смотреть описание на страницах выше.

БЛОК «Подвал сайта»

Смотреть описание на страницах выше.

Дополнение к плану

Рекомендации:

1. После того, как «продающий» сайт будет разработан, нужно попробовать вместо контекстной рекламы дать таргетированную рекламу на целевую аудиторию, которая предлагается в начале плана, а также запустить ретаргетинг.
2. Рекомендуется разработать логотип и акционные баннеры в раздел «Акции» у профессионального дизайнера. Стоимость одного баннера — 300 рублей. Разработка логотипа - 1000 рублей.
3. Рекомендуется начать активное развитие социальных сетей по товарам из крыма. Сейчас в социальных сетях vk.com и facebook.com можно в группах создавать полноценные интернет-магазины с оплатой картой.