

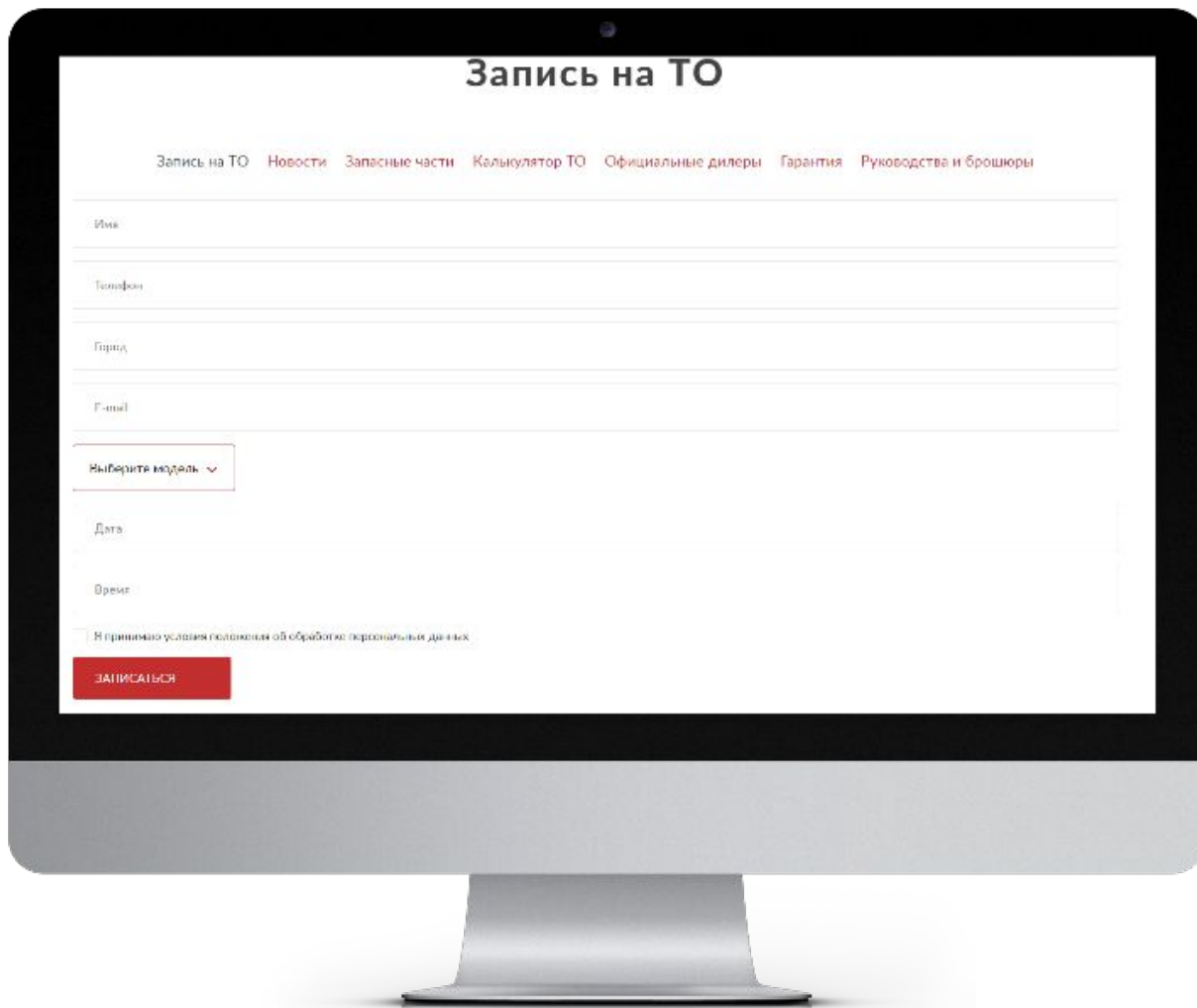
ЦЕЛИ НА САЙТЕ



На сайте есть три основных формата связи, которые считаются сервисом аналитики.
Форма «Задать вопрос» в разделе FAQ не отслеживается.

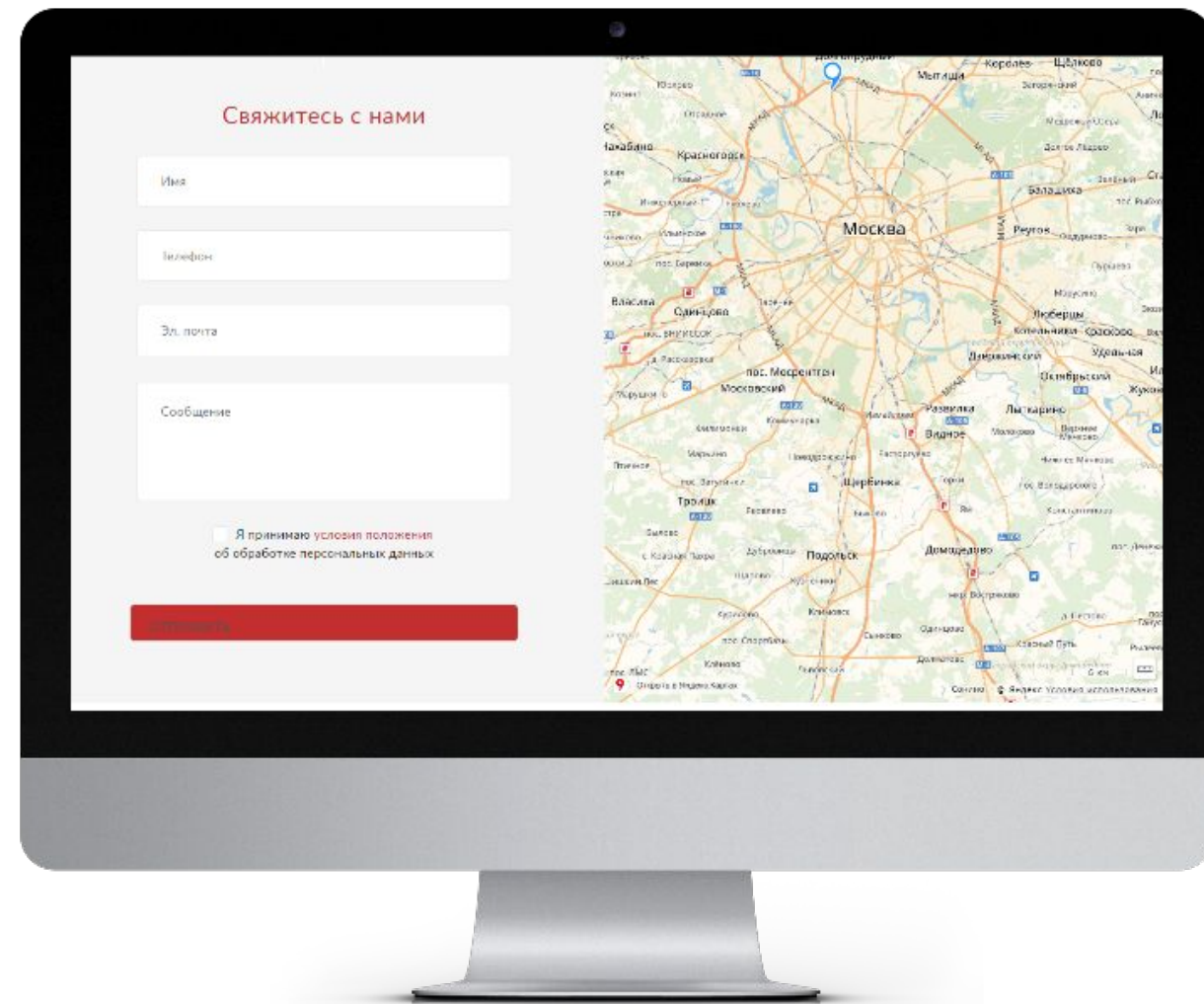
ЦЕЛИ НА САЙТЕ - ТО

- На странице «Запись на ТО»:
- А) **Слишком много полей**. Чем меньше полей нужно заполнять, тем чаще их заполняют. Оптимально – оставить 2-3.
- Б) **Ни одно поле не помечено как обязательное**
- В) **В поле «дата» нет ни шаблона заполнения, ни всплывашки «Календаря» для удобства**
- Г) Поле «Время» тоже должно быть в формате выбора, а **не “input”**.
- Д) В строке про обработку персональных данных ссылка на эти условия должна быть видна.
- Е) В поле «Выберите модель» должен быть вариант «другая».



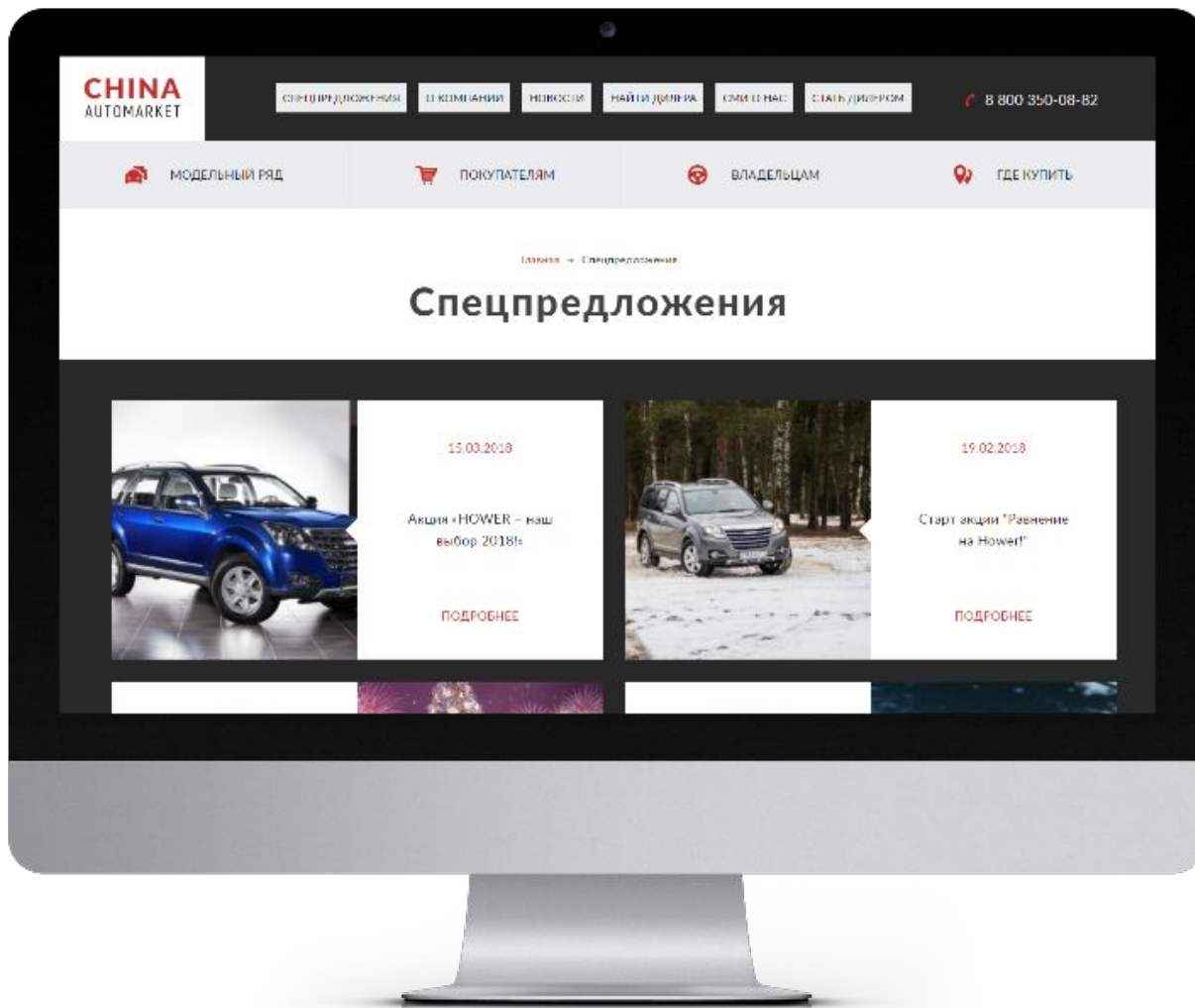
ЦЕЛИ НА САЙТЕ – ЗАЯВКА В КОНТАКТАХ

- Ни одно поле не помечено как обязательное к заполнению.
- Кнопка «отправить» плохо свёрстана: слово на кнопке теряется на фоне кнопки.



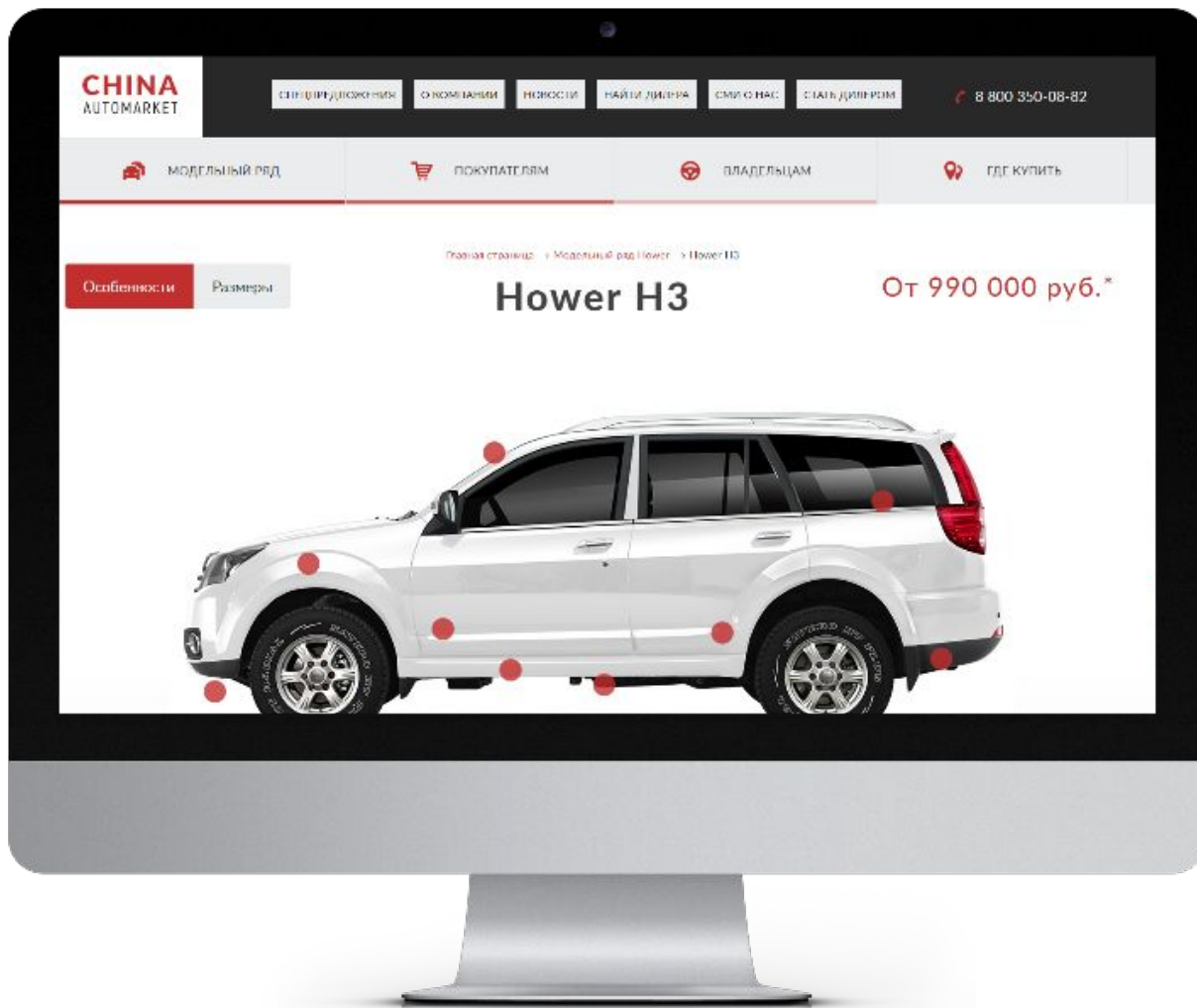
ДОСТУПНОСТЬ ФОРМ СВЯЗИ - СПЕЦПРЕДЛОЖЕНИЯ

- На странице каждого отдельно спецпредложения не предусмотрено никаких форм связи.
- Необходимо внутри каждой анонсируемой акции помещать форму связи либо форму вызова такой формы. Тип формы должен зависеть от контекста предложения. Например, «запись на тест-драйв» должна сопровождать новость о спец.цене и т.д.



ДОСТУПНОСТЬ ФОРМ СВЯЗИ – СТРАНИЦЫ АВТОМОБИЛЕЙ

- Страница, посвященная автомобилю, не содержит никаких побуждающих к контакту элементов. Кнопка записи на тест-драйв только в самом низу страницы.
- Блок «Особенности модели» содержит подразделы. Переход на любой из подразделов открывает новую страницу, но на ней **нет никакой новой информации**.
- Клик на «запись на тест-драйв» приводит на стандартную форму с запросом выбора желаемой машины. Выбор должен прокидываться автоматически (со страницы автомобиля).



ЯНДЕКС.МЕТРИКА - АНАЛИТИКА

The screenshot displays the Yandex.Metrica analytics interface. At the top, there are navigation elements like 'Группировки', 'Скры...', and 'Метрики'. Below this, a table lists various traffic sources and their performance metrics. The table is organized into columns for different metrics: 'Визиты', 'Отказы', 'Глубина просмотра', 'Время на сайте', and several conversion goals. Each row represents a traffic source, and the columns show the corresponding values for each metric. The conversion goals are: 'Достижения цели Заявка на ТО', 'Конверсия Заявка с сайта', 'Достижения цели Заявка на тест-драйв', 'Конверсия Заявка на ТО', 'Достижения цели Заявка с сайта', and 'Конверсия Заявка на тест-драйв'. The data shows that while there are significant numbers of visits and page views, the conversion rates are very low, particularly for the 'Заявка с сайта' goal.

Источники трафика	Визиты	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте	Достижения цели Заявка на ТО	Конверсия Заявка с сайта	Достижения цели Заявка на тест-драйв	Конверсия Заявка на ТО	Достижения цели Заявка с сайта	Конверсия Заявка на тест-драйв
<input type="checkbox"/> Итого и средние	17 131	14,8%	3,98	3:21	1	0,07%	12	5,84×10 ⁻³ %	12	0,07%
<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> Переходы по ссылкам на сайтах	7 292	18,6%	3,59	2:48	0	0%	3	0%	0	0,041%
<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> Переходы из поисковых систем	4 089	7,21%	5,45	4:45	0	0,17%	5	0%	7	0,12%
<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> Прямые заходы	3 413	17,7%	3,68	3:07	1	0,088%	2	0,029%	3	0,059%
<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> Внутренние переходы	1 941	9,74%	3,09	3:02	0	0,052%	1	0%	1	0,052%
<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> Переходы из социальных сетей	381	19,4%	2,91	2:26	0	0,26%	1	0%	1	0,26%
<input type="checkbox"/> Не определено	8	75%	2,63	1:15	0	0%	0	0%	0	0%
<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Переходы по рекламе	4	50%	1,25	0:32	0	0%	0	0%	0	0%
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Переходы с сохранённых страниц	3	0%	4,67	9:43	0	0%	0	0%	0	0%

Текущая ситуация по конверсиям оставляет желать лучшего. На скриншоте данные за февраль и март 2018. Конверсии по настроенным целям крайне малы, в том числе по причине неудобности и труднодоступности существующих форм заявок.