

Сайт-аудит

www.dentalmaster.ru/

Дизайн

Исходя из сайта, у лаборатории нет своего фирменного стиля, который бы визуально отличал ее от других лабораторий. Фирменный стиль – это основной элемент идентичности компании и базовый элемент позиционирования на рынке услуг. Фирменный стиль (от логотипа до набора фирменных цветов) формирует имидж компании и ее статус в глазах клиентов. На сегодняшний день на зуботехническом рынке сложилась большая конкуренция. Фирменный стиль помогает отстраниться от конкурентов и выделиться среди массы зуботехнических лабораторий.

К сожалению, сайт нельзя отнести к числу современных. Устаревшая стилистика сайта, старые визуальные решения и цветовое решение, – все это не убеждает клиента в правильности выбора лаборатории, а вызывает вопросы доверия к лаборатории.

Контент и функционал сайта

Сайт – это прежде всего контент. Содержание сайта необходимо развивать, чтобы он приносил клиентов из поисковиков Yandex и Google.

Меню состоит из 12 пунктов. Это слишком много для такого небольшого сайта. С точки зрения юзабилити или удобства пользования сайтом идеальное количество пунктов меню 7 (-/+2).

Раздел «Примеры наших работ» – всегда очень посещаемый раздел сайта зуботехнической лаборатории. насыщая этот раздел новой информацией, необходимо обязательно добавлять текстовое сопровождение к каждому из приведенных случаев.

Помимо телефона на каждой странице раздела желательно размещать полные контактные данные.

Маркетинг

Если есть сертификаты качества или другие официальные документы, говорящие о высоком уровне работ в лаборатории, размещать на сайте обязательно. Это хороший способ убеждения клиентов в правильном выборе лаборатории.

Логотипы стоматологий-клиентов или поликлиник также важно добавлять на страницы сайта. Это создаст необходимый “вес” в глазах будущих клиентов, посещающих сайт лаборатории.