

USABILITY-АУДИТ САЙТА ELEMENTODESALUD.COM.MX

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Цели и задачи исследования

Аудит призван ответить на следующие вопросы:

1. Как изменилась конверсия сайта за январь-февраль-март в связи с повышением количества входящего трафика из поисковых систем?
2. Чем вызваны изменения?
3. Что стоит предпринять, чтобы выровнять возможное снижение конверсии и не допустить ее падения в дальнейшем?
4. Каков путь пользователя по сайту? Насколько успешно он решает свою задачу на сайте?
5. Какие проблемы встречается потенциальный покупатель на пути по сайту?
6. Какие шаги стоит предпринять, чтобы устранить проблемы на пути пользователя?
7. Какие юзабилити-решения есть у более успешных конкурентов и как мы можем использовать их для улучшения сайта с целью повышения конверсии?

Счётчики и цели в них

Анализ выполнялся на основе данных из счетчиков:

- Яндекс.Метрика № <...>
- Google Analytics – <...>

Период для юзабилити – последний календарный месяц (10 марта – 9 апреля 2023 г.), период для анализа трафика – январь, февраль, март 2023 г.

В Яндекс.Метрике применен фильтр «Роботность: Только люди» для отсеивания возможных автоматических посещений. Атрибуция – последний значимый переход.

В Яндекс.Метрике при подсчете конверсий учитывались по отдельности следующие цели:

- o *Отправка формы (JavaScript-событие, идентификатор: `otpravka_formy`) – отправка основной конверсионной формы для заказа продукта;*
- o *Автоцель: отправка формы (JavaScript-событие) – автоматически настроенная Яндексом цель на отправку всех форм на сайте, не только основной.*

Данных по целям в Google Analytics, поэтому отсюда брались только вспомогательные данные по источникам трафика и поведению пользователей.



Конкуренты

Для подбора конкурентов мы учли вводную информацию от менеджера проекта и анализировали топ поисковой выдачи Google по запросам вида:

- общим – *medicamentos, vitaminas y suplementos en México, Chile, Colombia, Costa Rica* и других целевых регионах;
- частным – о конкретных продуктах, таких как *dialine, re qardio, hydroserum, mycodermin, veniselle* и др.

Прямые конкуренты, предоставленные менеджером проекта:

<https://mexicosalud.com/>

<http://planetadelasalud.com.mx/>

<http://somosmass99.com.mx/>

<https://www.fromlab.com/>

<https://construye-t.org.mx/>

<https://gastarmeior.mx/>

<http://elbotiquin.mx/>

Нерямые конкуренты – крупные торговые площадки и маркетплейсы Латинской Америки, которые во многом определяют пользовательский опыт целевой аудитории:

- Mercado Libre - <https://www.mercadolibre.com.ar/>
- Amazon - <https://www.amazon.com.mx/>
- Falabella - <https://www.falabella.com/>

Фундаментальные принципы юзабилити

На основании чего делались выводы в исследовании:

1. На основании фундаментальных принципов юзабилити, обобщенных мировыми исследовательскими агентствами. В частности, использовались выводы агентства Nielsen Norman Group, опубликованные им в статье Usability 101: Introduction to Usability (<https://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>).
2. На основании статистики из счетчиков Яндекс.Метрика и Google Analytics.
3. На основании более удачных примеров других участников рынка в вашей тематике.
4. На основании экспертного мнения аналитика.

Юзабилити — это показатель простоты и удобства использования сайта с точки зрения пользователя. С точки зрения владельцев сайта хорошее юзабилити означает то, что максимально возможное количество пользователей, пришедших на сайт, получают то, что хотят и они, и владелец сайта (совершают покупку).

Юзабилити оценивается по 5 качественным критериям:

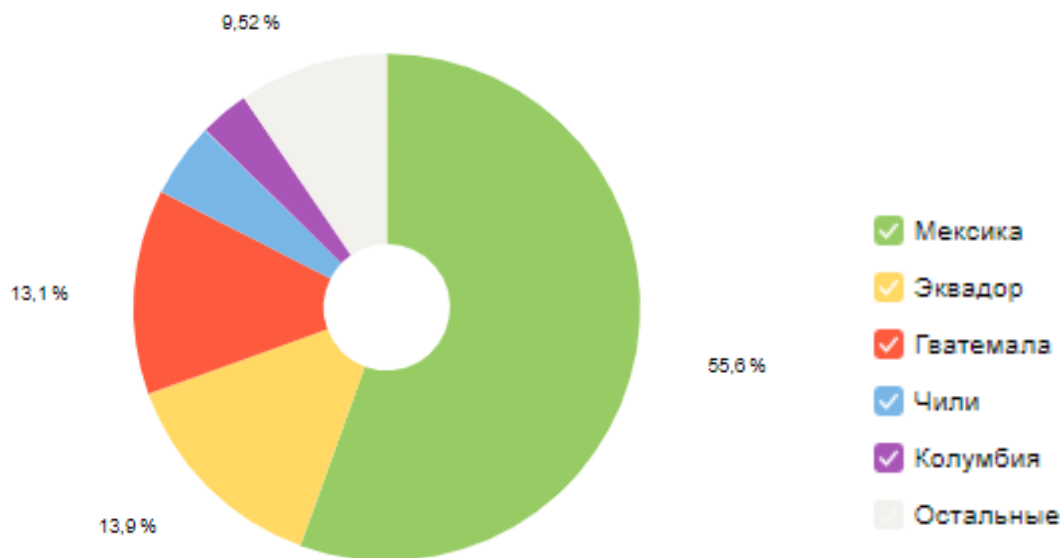
- **Легкость в изучении:** насколько легко новым посетителям сайта совершать элементарные действия, т.е. не мешает ли им навигация, всплывающие окна, особенности расположения контента и прочее;
- **Эффективность:** насколько быстро пользователь может ориентироваться на сайте и совершать необходимые и ему, и владельцу сайта действия (получить информацию, принять решение и совершить покупку);
- **Запоминаемость:** насколько легко пользователь может ориентироваться на сайте после того, как он вернется на него через некоторое время;
- **Ошибки:** как много ошибок совершают пользователи и как долго они разбираются, как надо было поступить, чтобы достигнуть цели;
- **Удовлетворенность:** уровень удовольствия от пользования сайтом. На него влияет множество аспектов, от визуального исполнения до удобного расположения привычных элементов и блоков.

Все проблемы юзабилити сайта, отмеченные в аудите ниже, нарушают одно или несколько указанных выше базовых правил, поэтому нуждаются в решении.

ПОРТРЕТ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

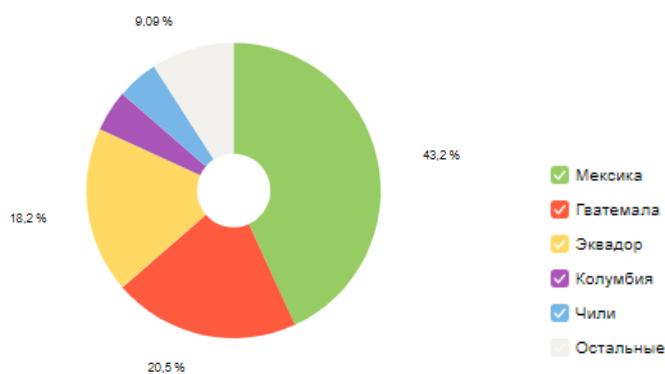
Чтобы понять потребности и особенности поведения аудитории на сайте, мы изучили ее характеристики и составили предполагаемый портрет типичного потребителя, отправляющего заявки с сайта (цель «Автоцель: отправка формы» – все формы на сайте).

География проживания – в большей степени Мексика (56% от всех целевых визитов за квартал с 10.01.2023 по 09.04.2023), на втором и третьем месте с 13,9% и 13,1% – Эквадор и Гватемала. 9,5% целевых визитов совершены только их столичного Федерального округа Мексики, из прочих штатов – в 2 и более раз меньше.

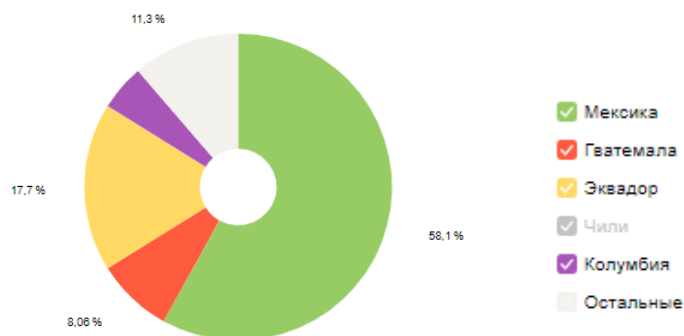


Примечательно, что процентное соотношение регионов, из которых были совершены целевые визиты, сильно менялось за прошедшие месяцы.

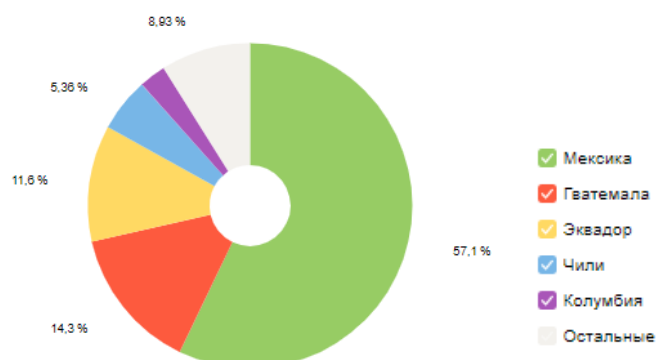
Январь – доля Мексики существенно меньше, чем сейчас. Доля Гватемалы и Эквадора больше.



Февраль – доля Мексики резко возросла, Эквадора практически не изменилась, а Гватемалы резко сократилась. Именно в этом месяце мы фиксируем наивысшую конверсию на сайте. Подробнее об этом – в блоке «Анализ изменения трафика и конверсии».

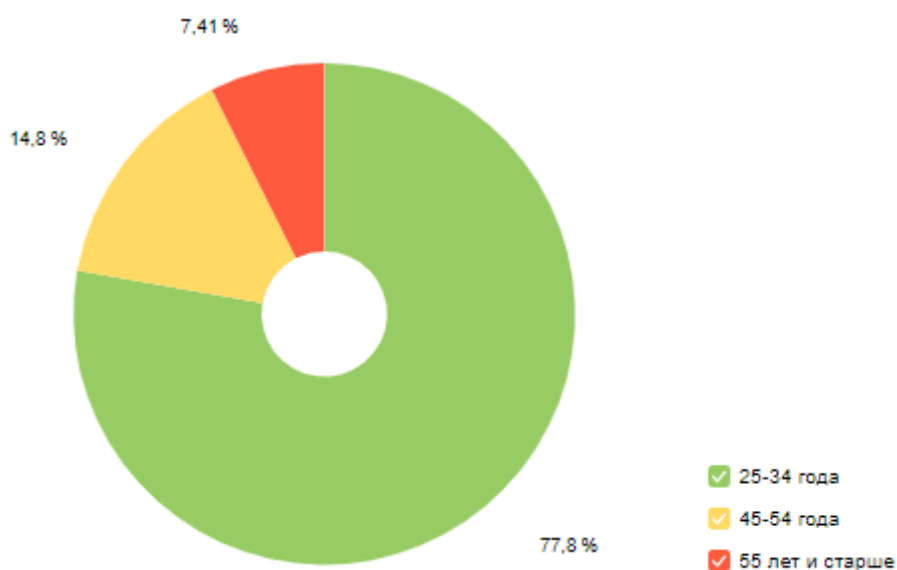


Март – доля Мексики практически не изменилась, Гватемалы существенно выросла, а Эквадора сократилась. В этом месяце наблюдается небольшое снижение конверсии на сайте. Тем не менее, она выше, чем в январе. Подробнее об этом – в блоке «Анализ изменения трафика и конверсии».

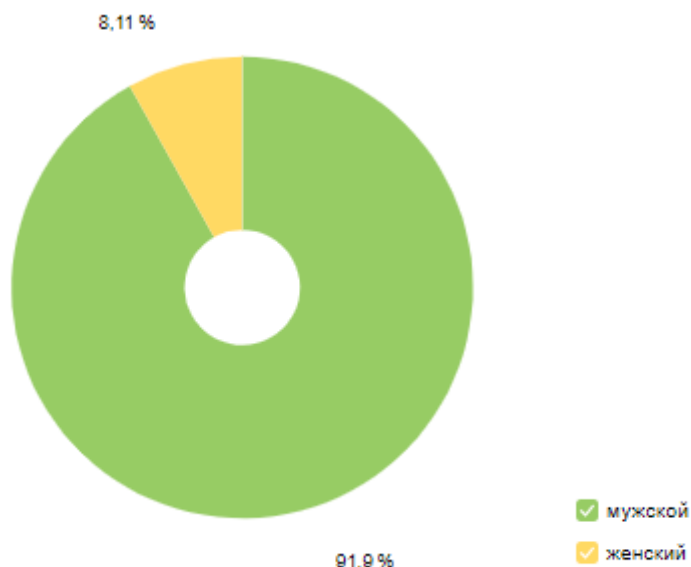


Изменения географического состава целевой аудитории могут быть одной из причин колебания конверсии за последни квартал.

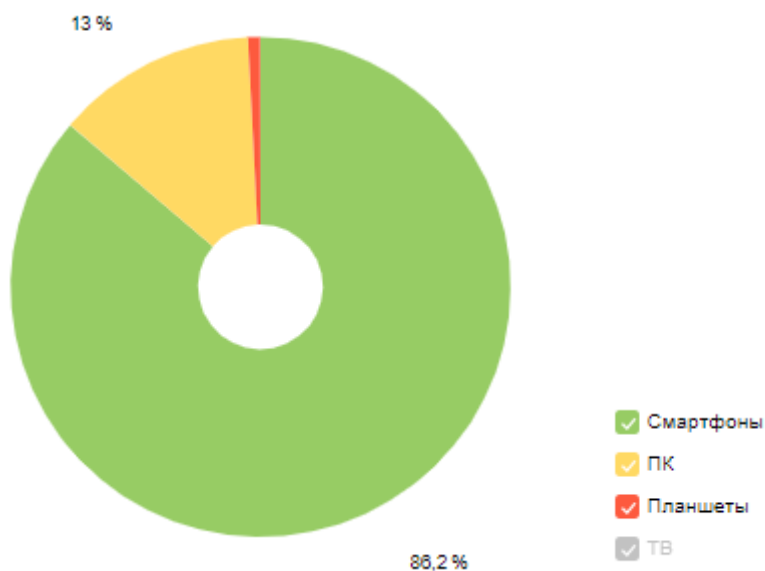
Возраст целевой аудитории, по данным за квартал, – преимущественно 25-34 года (78% целевых визитов), на втором месте 45-54 года с долей 15%. Доля юзеров в возрасте 55 лет и старше незначительна – 7,4%.



Пол – преобладают мужчины (92% целевых визитов).



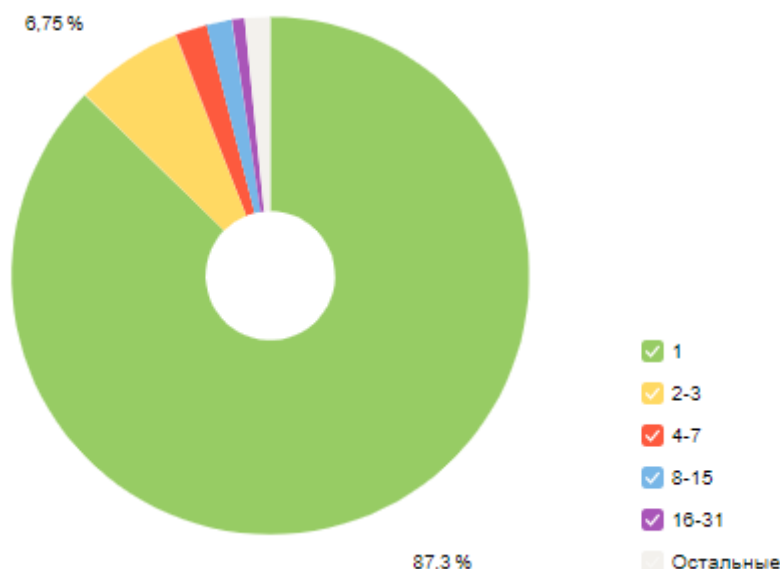
Устройства – смартфоны в 86% случаев.



Структура интересов – пять категорий примерно в равных долях:

- Строительство, обустройство и ремонт – 22% (особый интерес, согласно аффини-индексу, - лакокрасочные материалы, мебель для кухни);
- Развлечения и досуг – 22% (особый интерес – компьютерные игры, музеи, рестораны);
- Отдых и путешествия – 19,5%;
- Транспорт – 19,5%;
- Финансы – 17,1% (особый интерес – недвижимость, бизнес, современные платежные технологии);

Количество визитов на сайт в 87% случаев составляет 1 день, в 6,8% - 2-3 дня, то есть люди принимают решение о заказе сразу же, как только посетили сайт и изучили его. Это накладывает повышенную ответственность касательно юзабилити сайта и его информативности. Пользователь должен сразу же получать все необходимые для покупки данные и мотивацию.



Периодичность визитов составляет в 41% случаев 0 дней, то есть эти люди отправляют заявку при первом посещении. В 19% случаев покупатели возвращаются через 4-7 дней и еще в 19% через 8-15 дней, чтобы совершить следующую заявку. Возможно, это связано с характером самого продукта:

- пользователи успевают его опробовать и сформировать положительное впечатление;
- он может израсходоваться за этот период, и необходимо делать повторный заказ.

Наиболее популярны у аудитории за квартал были следующие страницы (в порядке убывания популярности):

Биадит (сахарный диабет) - <https://elementodesalud.com.mx/mexico/diabetes/biadit-pastillas/>

Диалайн (сахарный диабет) - <https://elementodesalud.com.mx/mexico/diabetes/dialine/>

Гидросерум (возрастные и иные проблемы кожи) - <https://elementodesalud.com.mx/ecuador/antiarrugas-ecuador/hydroserum-2/>

Ре Кардио (артериальное давление) - <https://elementodesalud.com.mx/mexico/hipertension/re-qardio/>

Ревитапрост (простатит) - <https://elementodesalud.com.mx/mexico/prostatitis/revitaprost/>

Леверен (проблемы печени и желчевыводящих протоков) - <https://elementodesalud.com.mx/mexico/restauracion-del-higado/leveren/>

Диалайн (сахарный диабет) - <https://elementodesalud.com.mx/ecuador/diabetes-en-ecuador/dialine-2/>

Альфамен (проблемы с потенцией) - <https://elementodesalud.com.mx/mexico/potencia/alfaman/>

Венисель (варикоз) - <https://elementodesalud.com.mx/mexico/varices/veniselle/>

Кератинорм (проблемы с волосами) - <https://elementodesalud.com.mx/mexico/alopecia/keratinorm/>

Микодермин (грибковые инфекции) - <https://elementodesalud.com.mx/ecuador/hongos-en-los-pies-ecuador/mycodermin/>

Матча Сури (лишний вес) - <https://elementodesalud.com.mx/mexico/perdida-de-peso/matcha-suri/>

Статистические данные позволяют сделать вывод, что типичный представитель ЦА – это молодой мужчина около 30 лет, который либо сам имеет одну из перечисленных выше проблем, либо ищет препарат для своего старшего родственника, например, мамы или отца. Сам он ведет активный образ жизни и зарабатывает, что позволяет ему приобретать и обустраивать жилье, а также развлекаться. Он может иметь личный автомобиль и путешествовать по своей стране и близлежащим регионам. Возможно, он ведет бизнес или планирует его начать, чтобы удовлетворять свои потребности. Скорее всего, типичный представитель ЦА пока не имеет семьи и детей, так как подобный интерес никак у него никак не выражен. Не имеет он и интересов, характерных для обеспеченных людей, что позволяет сделать вывод, что пока уровень его дохода нельзя назвать высоким. Тем не менее, для приобретения продуктов, представленных на сайте, необходимо располагать доходом как минимум выше среднего, т.е. порядка 600 USD/мес в Мексике, Эквадоре и близлежащих странах.

Что важно для покупателя при первом контакте с компанией:

- понятное описание продукта – какой эффект дает, каков режим приема и т.д. Это косвенно подтверждают популярные запросы вроде «для чего нужен ре кардио» и пр.
- доступность продукта в стране покупателя
- наличие информации о цене, доступная цена. Это косвенно подтверждают популярные запросы со словами «сколько стоит», «цена» и пр.
- понятное описание условий заказа – что нужно сделать, чтобы получить товар как можно быстрее и без проблем

Возможные страхи покупателя:

- продукт не окажет ожидаемого эффекта
- продукт окажется слишком дорогим, а соотношение «цена-качество» неудовлетворительным
- продукт нельзя купить в стране пребывания покупателя
- долгая или дорогая доставка

Что для него важно при повторных покупках:

- эффективность продукта, положительное влияние на решение проблем покупателя
- простой и понятный интерфейс сайта
- доступность и наглядность основной информации о товаре – действие, состав, цена, порядок приема, эффекты;
- простая и быстрая процедура заказа
- быстрая и простая доставка

Сайт, на который попадает представитель ЦА, должен отвечать его потребностям, закрывать страхи и отвечать на типовые вопросы. Мы рассмотрим, так ли это сейчас и какие сложности в этом есть, в блоках «Путь покупателя» и «Проблемы на пользовательском пути».

АНАЛИЗ ИЗМЕНЕНИЙ ТРАФИКА И КОНВЕРСИИ

Динамика конверсии

Ниже приведены данные по трафику, конверсии и поведенческим показателям (отказы, глубина просмотра, время на сайте) за январь, февраль и март.

Январь

Цель «Отправка формы» (только конверсионная форма для заказа товара)

Источник	Визиты	Целевые визиты	Конверсия в целевые визиты	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
Переходы из поисковых систем						
Прямые заходы						
Переходы по ссылкам на сайтах						
Переходы из рекомендательных систем						
Внутренние переходы						
Не определено						
Итого и средние						

Цель «Автоцель: отправка формы» (все формы на сайте)

Источник	Визиты	Целевые визиты	Конверсия в целевые визиты	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
Переходы из поисковых систем						
Прямые заходы						
Переходы по ссылкам на сайтах						
Переходы из рекомендательных систем						
Внутренние переходы						
Не определено						
Итого и средние						

В переходах из поисковых систем мы видим довольно заметную разницу в целевых визитах и конверсии. Причиной, по всей вероятности, является разница в том, как работают формы.

У цели «Отправка формы» - только 1 форма:



У цели «Автоцель: отправка формы» может быть много триггеров:

- клик по кнопке (теги a, button, div и input);
- клик по номеру телефона (наличие tel в ссылках);
- клик по email (наличие mailto:<адрес> в ссылках.);
- отправка формы (распознавание по наличию на сайте элемента form и некоторых параметров формы: идентификатора (id), имени (name) или пути к DOM-элементу);
- переход по ссылке в мессенджер (распознавание по наличию URL мессенджера в ссылках);
- совершение поиска по сайту (распознавание адреса по наличию q, text, query или search параметров).

Сложность здесь в том, что автоцель тоже может быть показательной и говорить о получении лидов. Например, она учитывает отставку формы из раздела «Контакты», которая может закончиться продажей:



Поэтому мы рекомендуем тоже настроить на нее событие и отслеживать его.

Февраль

Цель «Отправка формы» (только конверсионная форма для заказа товара)

Источник	Визиты	Целевые визиты	Конверсия в целевые визиты	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
Переходы из поисковых систем						
Прямые заходы						
Переходы по ссылкам на сайтах						
Переходы из рекомендательных систем						
Внутренние переходы						
Не определено						
Переходы из социальных сетей						
Итого и средние						

Цель «Автоцель: отправка формы» (все формы на сайте)

Источник	Визиты	Целевые визиты	Конверсия в целевые визиты	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
Переходы из поисковых систем						
Прямые заходы						
Переходы по ссылкам на сайтах						
Переходы из рекомендательных систем						
Внутренние переходы						
Не определено						
Переходы из социальных сетей						
Итого и средние						

В феврале разница еще более заметна, присоединяются заявки из других каналов, помимо органики.

Март

Цель «Отправка формы» (только конверсионная форма для заказа товара)

Источник	Визиты	Целевые визиты	Конверсия в целевые визиты	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
Переходы из поисковых систем						
Прямые заходы						
Переходы по ссылкам на сайтах						
Переходы из рекомендательных систем						
Внутренние переходы						
Не определено						
Переходы из мессенджеров						
Переходы из социальных сетей						
Итого и средние						

Цель «Автоцель: отправка формы» (все формы на сайте)

Источник	Визиты	Целевые визиты	Конверсия в целевые визиты	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
Переходы из поисковых систем						
Прямые заходы						
Переходы по ссылкам на сайтах						
Переходы из рекомендательных систем						
Внутренние переходы						
Не определено						
Переходы из мессенджеров						
Переходы из социальных сетей						
Итого и средние						

Динамика конверсии поискового трафика за 3 месяца следующая:

- Цель «Отправка формы» - <...>% - <...> - <...>%

В целом эти показатели конверсии являются нормальными для сайта подобной тематики и уровня. Падение в марте может быть связано как с изменением географии целевых визитов (мы рассказывали о ней выше), так и с изменением структуры и качества поискового трафика.

- Цель «Автоцель: отправка формы» - <...>% - <...>% - <...>%

Здесь динамика более драматичная. К сожалению, сказать, что именно повлияло на снижение, сложно, так как мы точно не знаем, что именно Метрика считает здесь целевыми действиями.

Возможные причины изменений конверсии

Поисковый трафик в марте существенно вырос:



При этом конверсия снизилась по обоим исследуемым целям.

Анализ по страницам, обеспечивающим конверсию, показывает, что сильнее всего конверсия по цели «Автоцель: отправка формы» просела на следующих страницах:

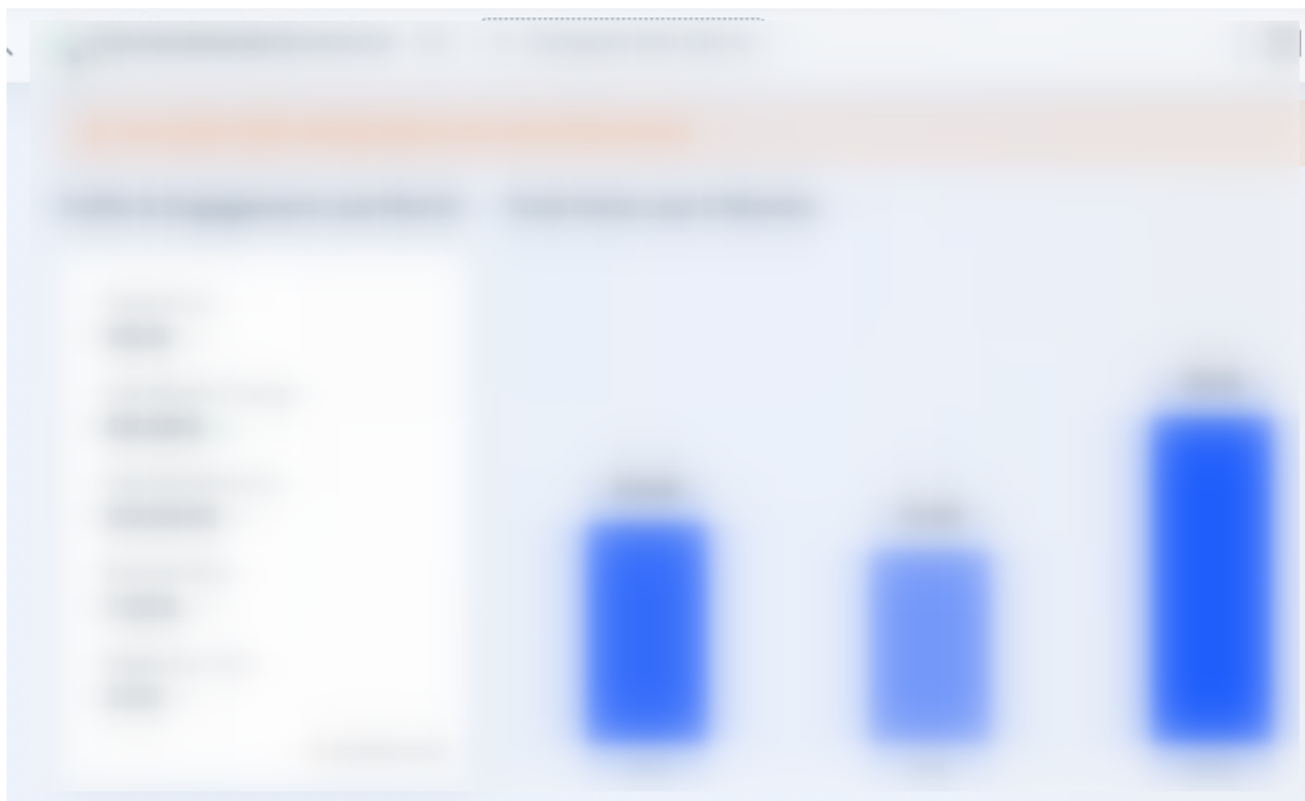


- Товара в течение какого-то времени не было в наличии
- Недавно повысилась цена на товары
- Недавно изменился трафик на эти страницы по конкретным запросам (например, если стало больше трафика со словом «цена», то рост отказов логичен: человек узнает цену в первые пару секунд и уходит).

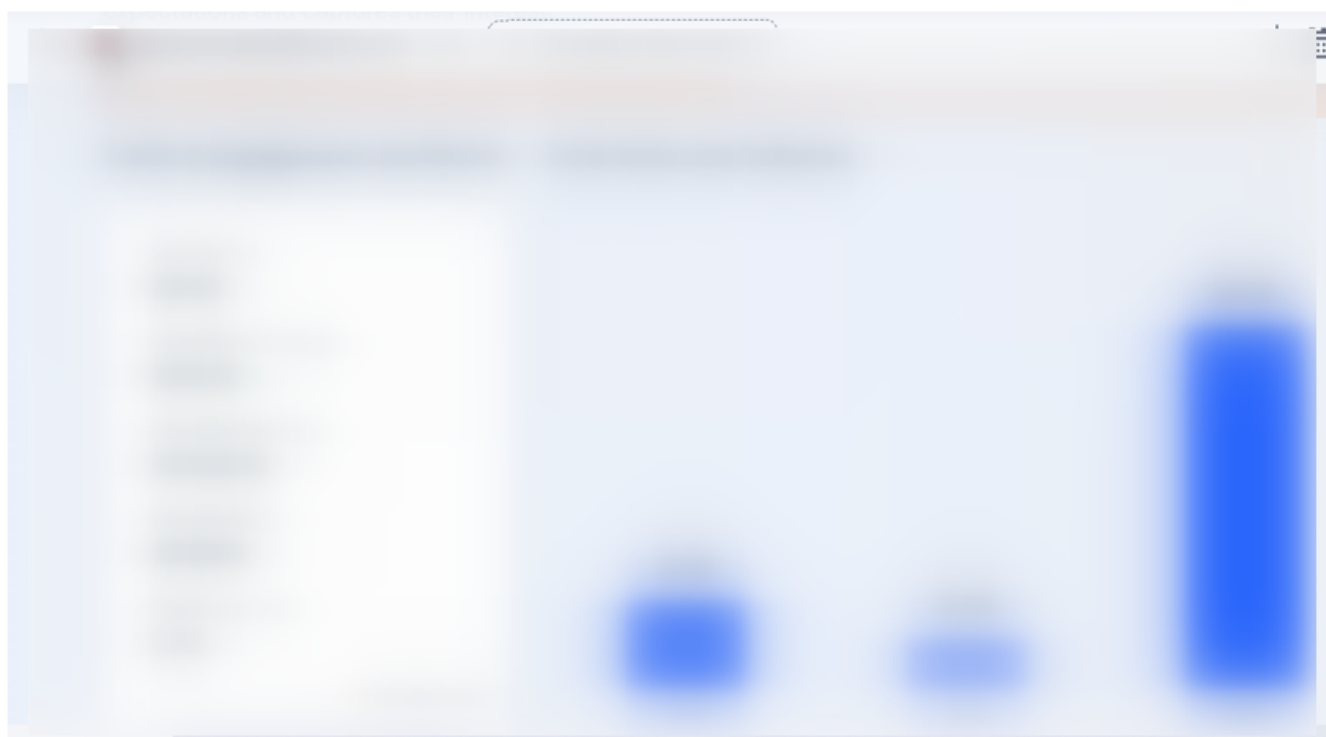
Сравнение с конкурентами

Если сравнивать исследуемый сайт с конкурентами, мы видим, что крупные игроки привлекают в 8-10 раз больше трафика в месяц.

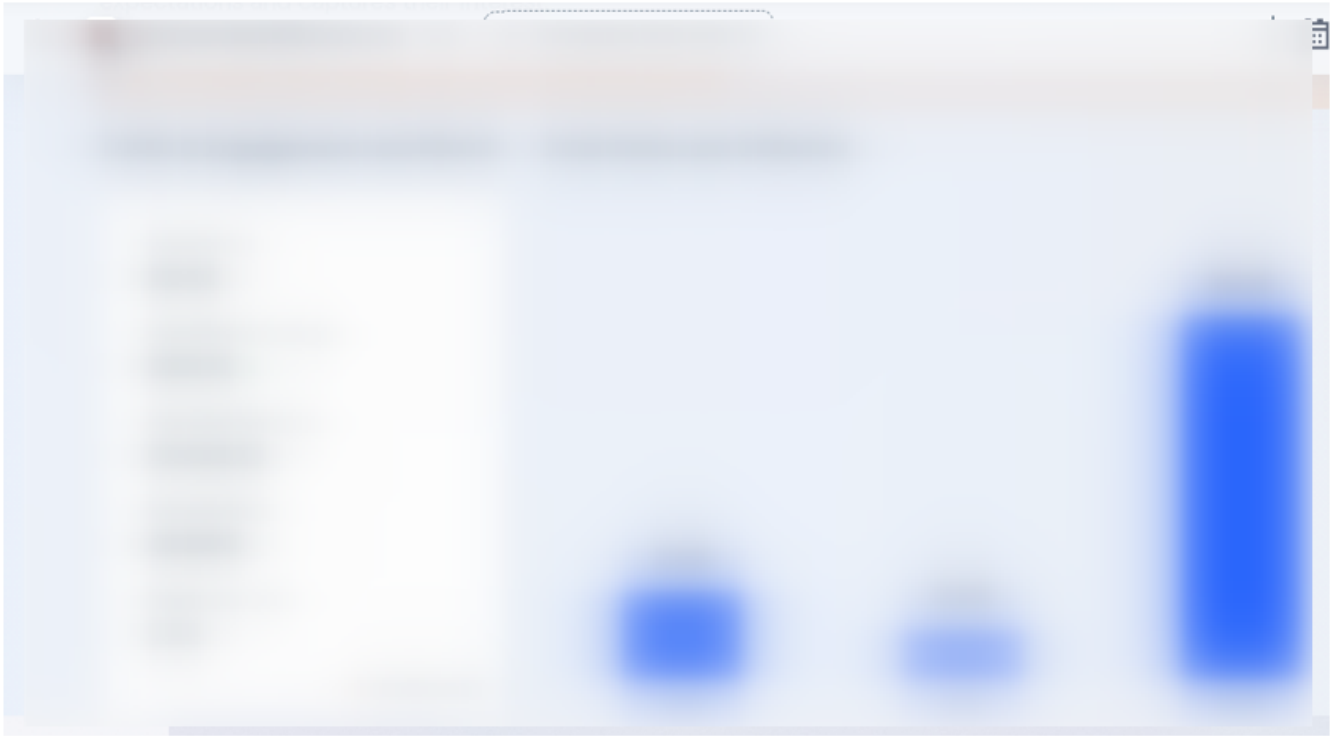
Например, данные по сайту <http://site6.com/>:



Данные по <http://site5.com/>



По <http://site10.com/>

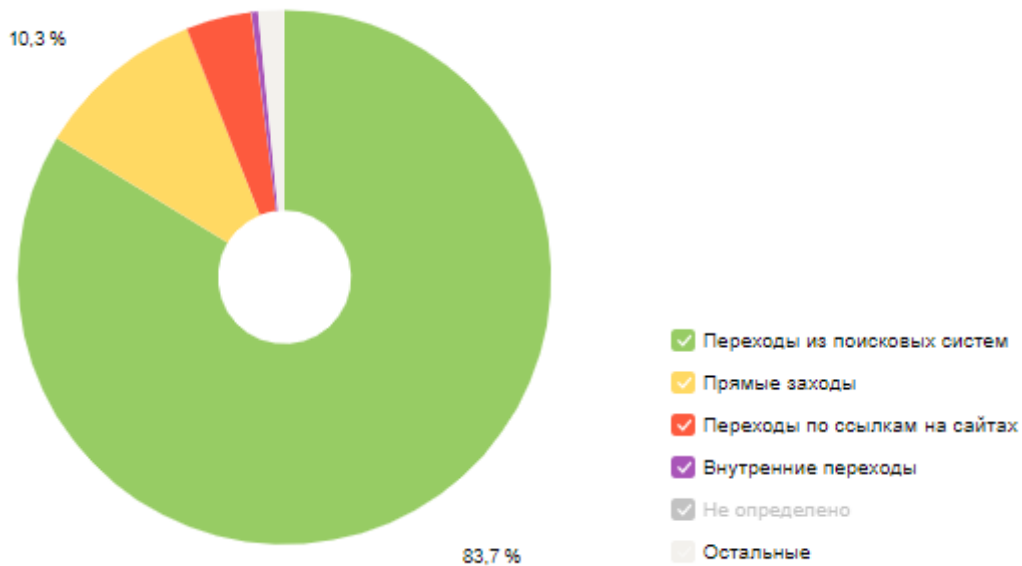


Мы фиксируем порядка 5 000 – 6 000 визитов в месяц на сайт site.com. Сравнивать исследуемый сайт с этими игроками по общему количеству лидов некорректно.

ПУТЬ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ

По данным из Яндекс.Метрики за последний квартал, покупатели приходили из следующих каналов:

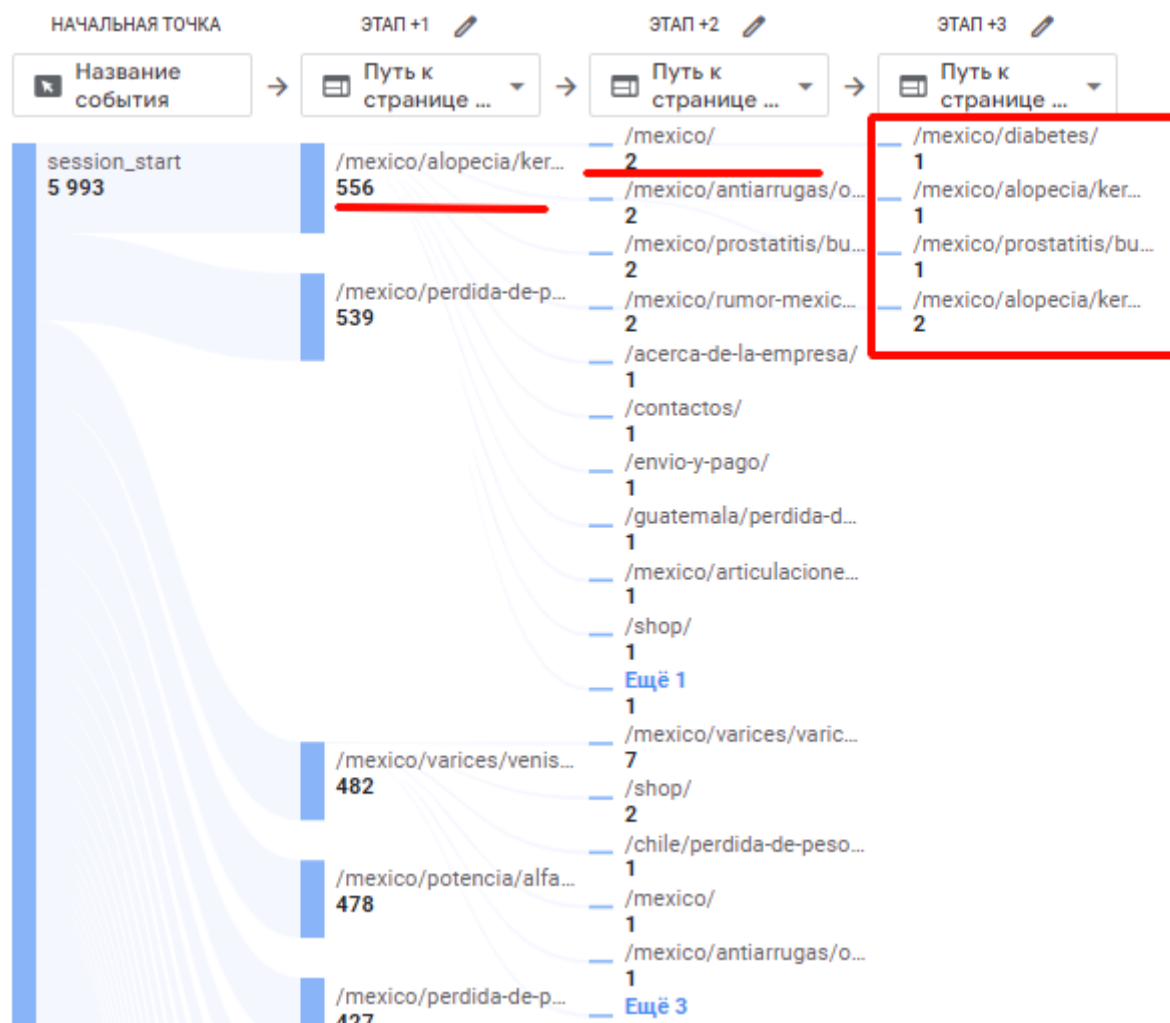
- Из поисковых систем (преимущественно Google)
- По прямым переходам
- По ссылкам на сайтах



Первой страницей входя являются карточки конкретных продуктов.

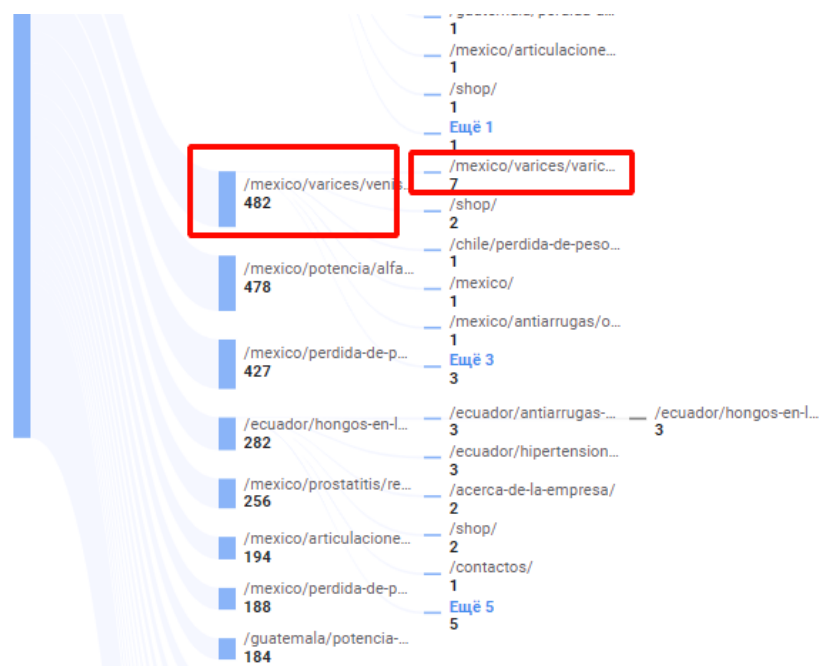
По данным из GA за последний квартал, посетители сайта ходят по нему следующими путями.

Вариант 1: Карточка товара – Каталог страны (например, <https://elementodesalud.com.mx/mexico/>) – Другой подраздел – Другие карточки



Иногда в середину пути добавляется переход в общий каталог <https://elementodesalud.com.mx/shop/>.

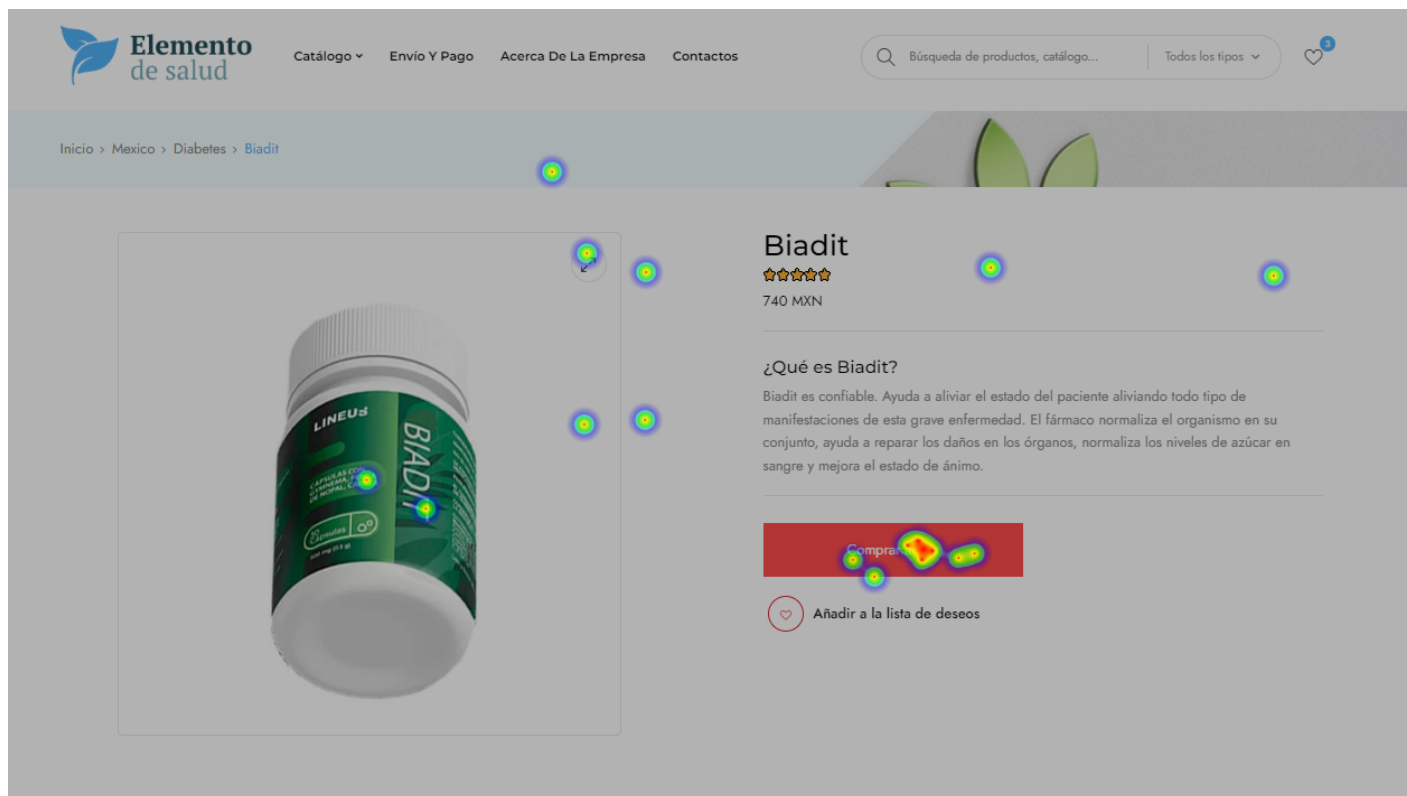
Вариант 2: Карточка товара – Другая карточка товара из того же или другого подраздела



Вариант 3: Карточка товара – Товарный подраздел – Другая карточка

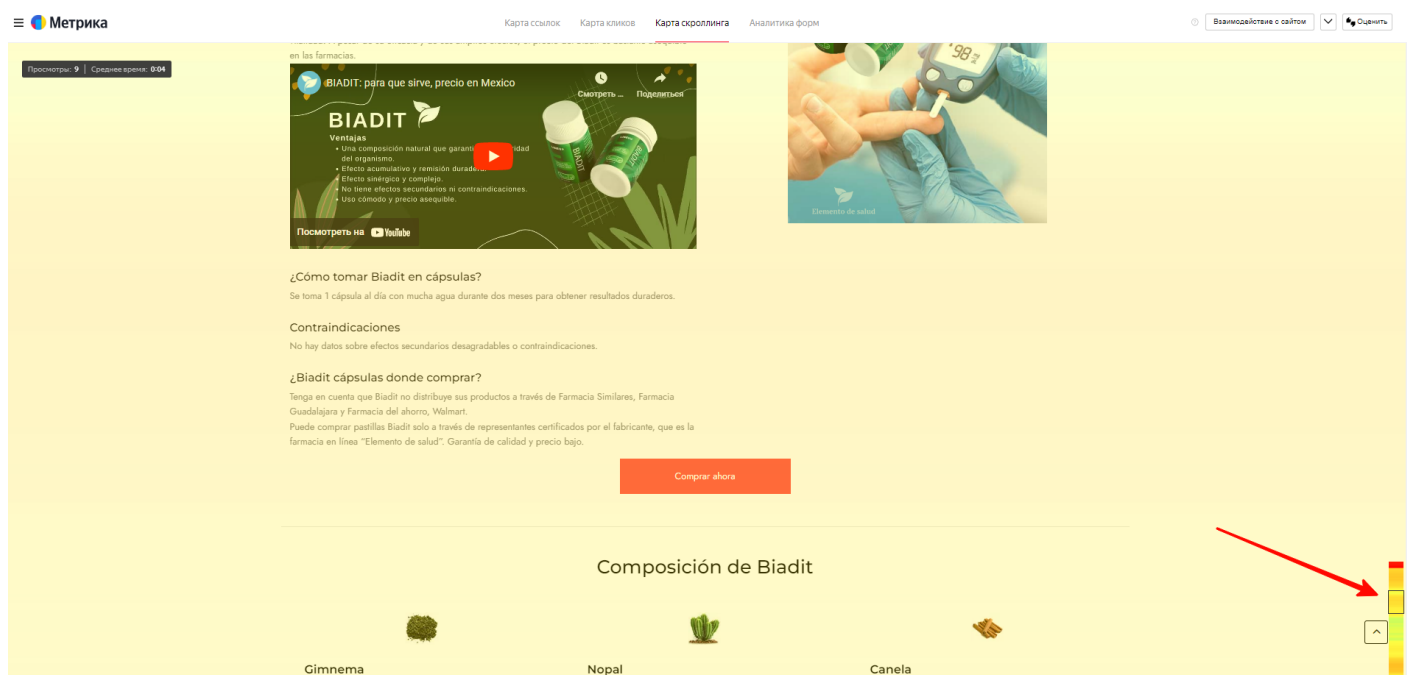
Таким образом, движение происходит в основном между карточками и листингами товаров. Пользователи не очень охотно кликают на страницы доставки и оплаты, хотя несколько десятков переходов зафиксировано.

На карточках товаров больше всего пользователи кликают на фото товара, кнопку «Купить сейчас», а также внимательно читают текстовое описание.

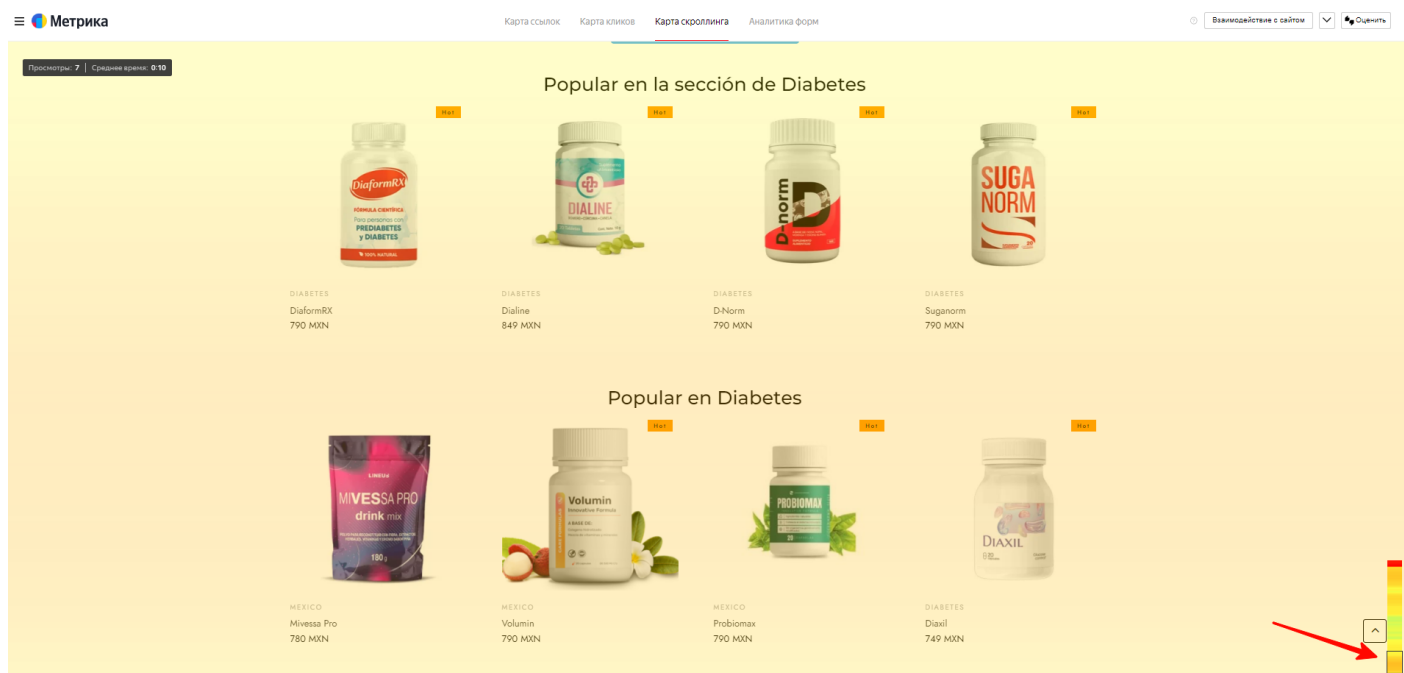


Особенно часто останавливаются на первом экране, блоке под фото товара (содержащем основную информацию про состав, применение) и на блоке с другими товарами.

Пример того, что читают детальное описание под фото:



Пример того, что внимательно изучают другие товары:



Всё это говорит о том, что:

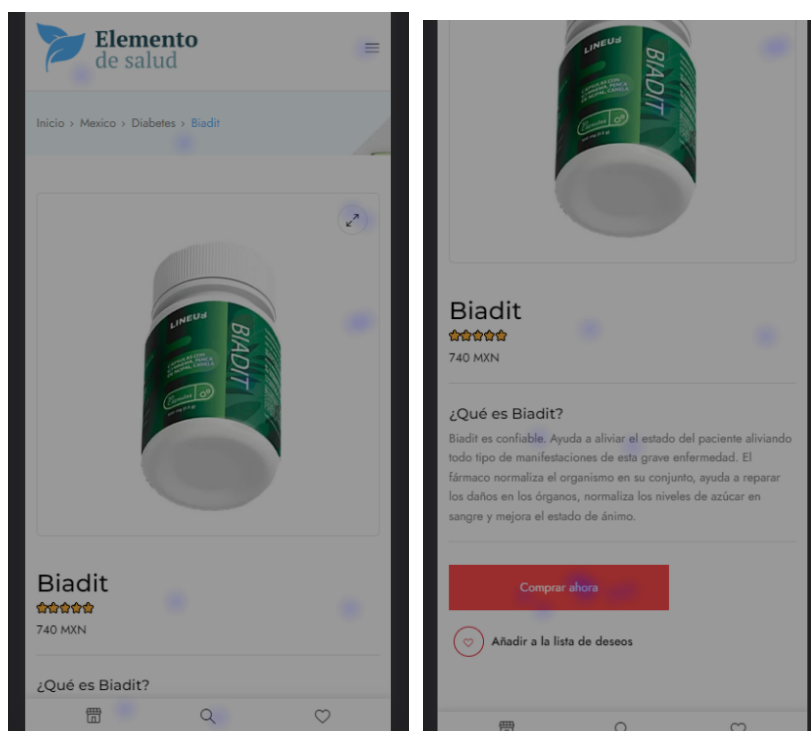
1. **На сайт приходит целевая аудитория** – она уже в целом знает о товарах, имеет намерение их купить, она в них заинтересована и изучает не только сам товар, но и возможные альтернативы. Она также не против дополнить свой заказ другим продуктом, который может ей подойти, если увидит в нем пользу.
2. **Аудитории нужна подробная информация** – несмотря на намерение, люди хотят узнать больше о товаре и убедиться в правильности выбора, получить дополнительную мотивацию для заказа.

Однако на сайте созданы не все условия, чтобы превращаться как можно большее число посетителей в покупателей. Рассмотрим препятствия и точки роста в следующем блоке.

ПРОБЛЕМЫ НА ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКОМ ПУТИ

На карточке товара

1. На первом экране явно мало информации о товаре. Описание слишком общее, не содержит конкретики и расплывчатое. Часто пользователям не хватает фотографий – они кликают по фото, желая увидеть больше, но фото часто только одно.



Многие конкуренты используют иной подход – больше фото, описание состава и эффекта как можно ближе к началу страницы, визуализированные блоки с описанием действия и преимуществ продукта.

Пример <https://www.somosmass99.com.mx/>:

Pérdida de peso

Salud, Belleza Productos

Matcha Suri para que sirve: para bajar de peso, opiniones, donde lo venden, precio en México

marzo 24, 2023 Amara Nuno



★★★★☆ 3.8/5 - (220 votos)

Sitio oficial	MatchaSuri.com.mx
Composición del producto	1. Extracto de té verde matcha 2. Taurina 3. Extracto de ácido cítrico
El efecto	Acelera el metabolismo Proporciona energía Descompone la grasa subcutánea
Posibles riesgos	El medicamento no tiene efectos secundarios en el cuerpo.
Contenido del paquete	100 g
Dosis diaria	7g
Contraindicaciones	No detectado

Buscar ...

Buscar

Entradas recientes

- » Biollica revisión – remedio para bajar de peso, para que sirve, donde comprar en México
- » Ocuvin Forte para que sirve: opiniones, donde lo venden, precio en México
- » Revitaprost para que sirve: cápsulas para la prostatitis, opiniones, donde lo venden, precio en México
- » Probiomax para que sirve: cápsulas para parásitos, opiniones, donde lo venden, precio en México
- » Maximizer gel: México, Guadalajara, Dónde comprar, Para qué sirve, Opiniones
- » El Matador para que sirve: opiniones, donde lo venden, precio en Colombia
- » Volumin para que sirve: cápsulas para mejorar la audición, opiniones, donde lo venden, precio en México
- » Foot Trooper para que sirve: para hongos, funciona, donde lo venden, precio
- » Diamin para que sirve: para la diabetes, opiniones, dónde comprar, precio en México
- » Grinlait para que sirve: para bajar de peso, efectos secundarios, donde comprar, precio

Comentarios recientes

Пример <http://gt.teccarv.com/> - лендинг, посвященный конкретному продукту:

por infarto o ictus!





Normaliza la presión durante las primeras 6 horas mediante un bioflavonoid



Recupera la tonicidad y flexibilidad de los vasos sanguíneos con solo 1 ciclo de tratamiento



Seguro a cualquier edad y eficaz en los casos de la hipertensión en las fases 1, 2, 3

Cantidad de mercancías en el almacén más cercano a Usted está limitada:

48 CAJAS

Precio normal: **538 GTQ**

Precio con el descuento: **269 GTQ**

Bajo el control del servicio antimonopolio

País

Guatemala

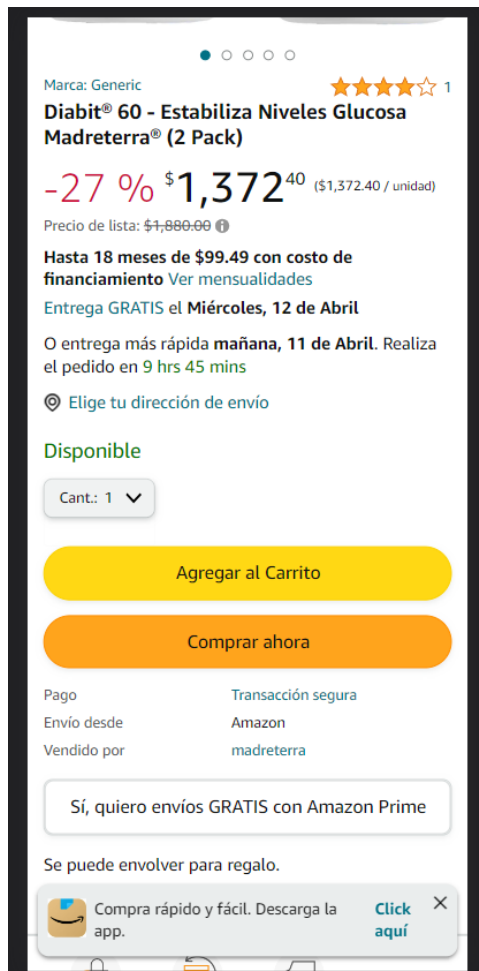
Introduzca su nombre

Introduzca su número de teléfono

Hacer el pedido

Кроме того, маркетплейсы используют тот же принцип по максимуму, размещая на первом экране всю самую важную информацию: ссылки на условия оплаты, доставки, возврата, дата доставки, характеристики, много вариантов фото. Они также сразу начинают мотивировать пользователя совершить заказ сегодня – например, быстрой доставкой.

Пример www.amazon.com.mx:



[Volver a resultados](#)



Pasa el mouse encima de la imagen para aplicar zoom



Diabit® 60 - Estabiliza Niveles Glucosa Madreterra® (2 Pack)

Marca: Generic
★★★★★ 1 calificación

-27 % \$1,372⁴⁰ (\$1,372.40 / unidad)

Precio de lista: \$1,880.00

Hasta 18 meses de \$99.49 con costo de financiamiento Ver mensualidades



Pagos y Seguridad



Política de devoluciones



Envío por Amazon

Marca: Generic
Formato: Cápsula blanda
Tipo de dieta: Paleo
Sabor: Sin sabor
Beneficios del producto: Beneficios
Ingredientes: Herbal
[Ver más](#)

Con la app de Amazon Compras, ahorrate el viaje a la tienda



\$1,372⁴⁰ (\$1,372.40 / unidad)

Entrega GRATIS el Miércoles, 12 de Abril

O entrega más rápida hoy. Realiza el pedido en 4 hrs 41 mins

Elige tu dirección de envío

Disponibles

Cantidad: 1

[Agregar al Carrito](#)

[Comprar ahora](#)

Transacción segura

Envío desde Amazon
Vendido por madreterra

☐ Sí, quiero envíos GRATIS y rápidos con Amazon Prime

☐ Agregar opciones de regalo

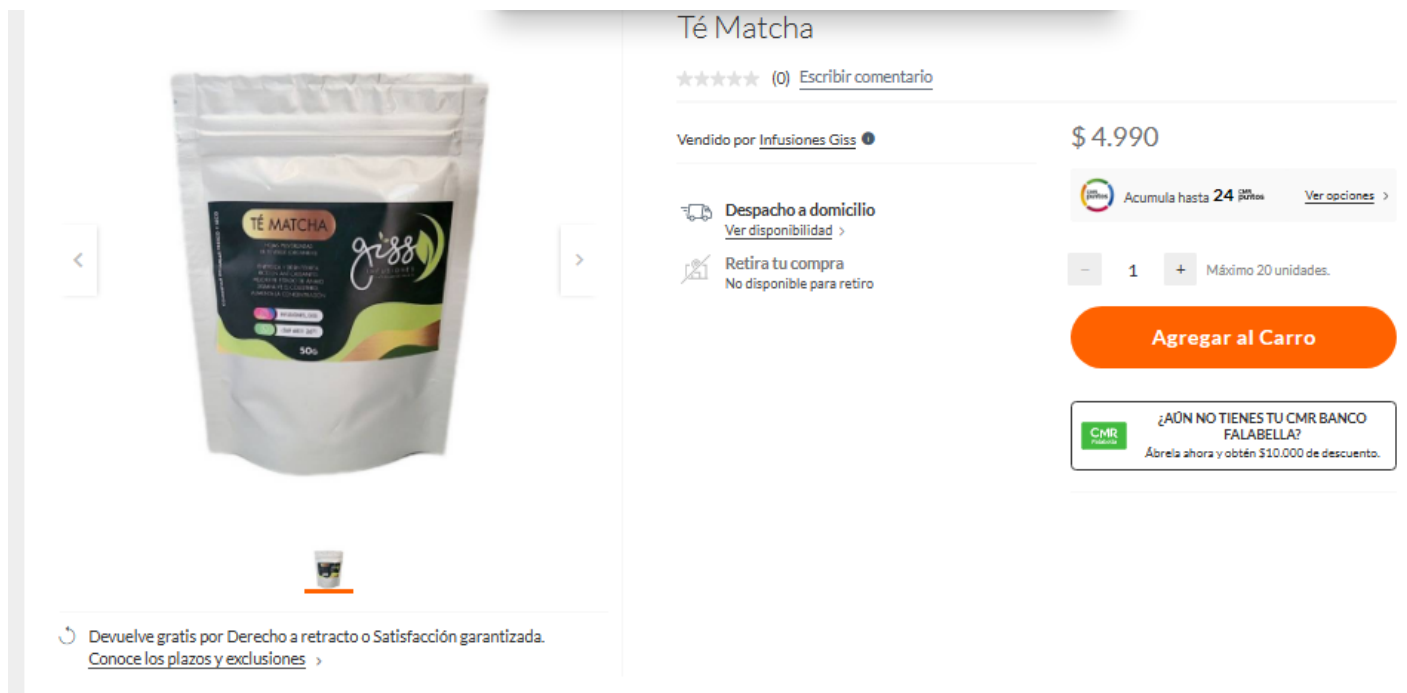
[Agregar a la Wish List](#)

¿Tienes uno para vender?

[Vender en Amazon](#)

Cómpralo con

Пример <https://www.falabella.com/>:



Té Matcha

★★★★★ (0) [Escribir comentario](#)

Vendido por **Infusiones Giss**

\$ 4.990

Despacho a domicilio
[Ver disponibilidad >](#)

Retira tu compra
No disponible para retiro

Acumula hasta **24** puntos [Ver opciones >](#)

1 Máximo 20 unidades.

Agregar al Carro

¿AÚN NO TIENES TU CMR BANCO FALABELLA?
Ábrela ahora y obtén \$10.000 de descuento.

Devuelve gratis por Derecho a retracto o Satisfacción garantizada.
[Conoce los plazos y exclusiones >](#)

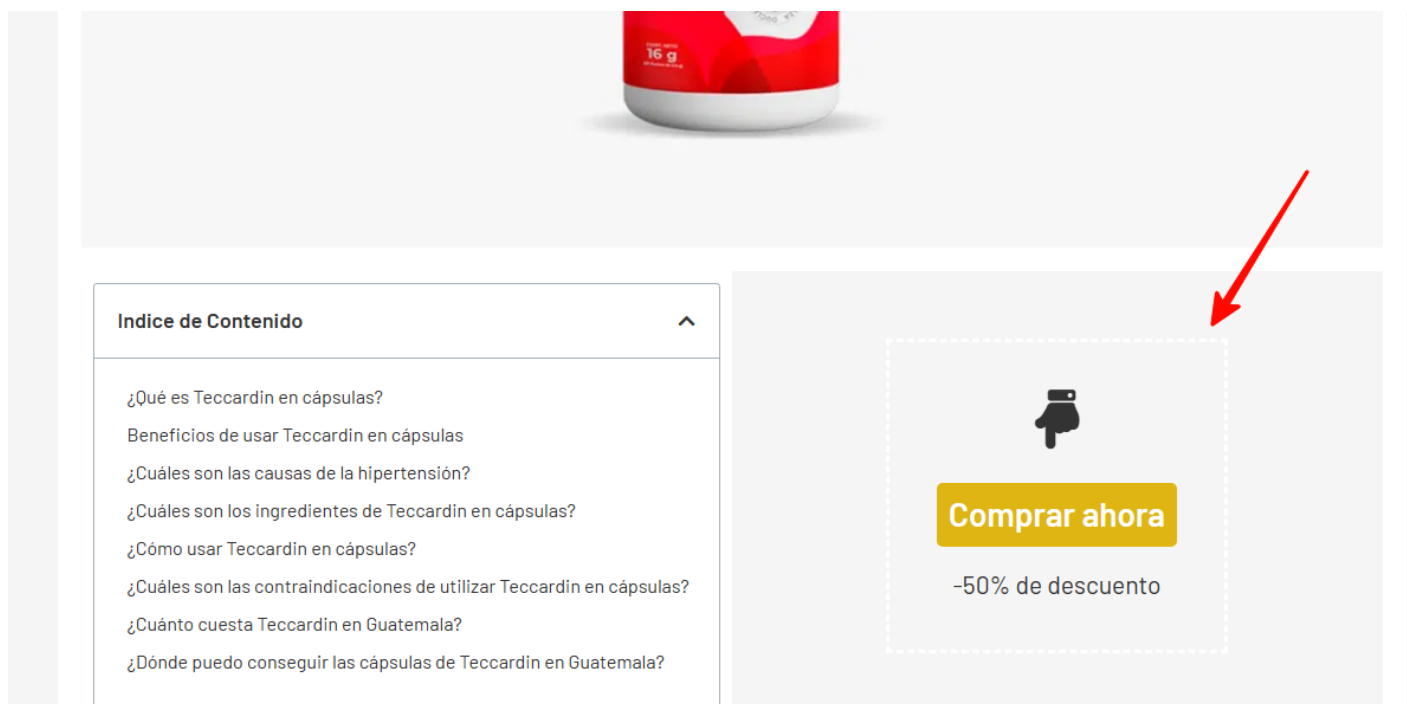
Especificaciones	
Condiciones de la garantía	3 meses
Registro sanitario	1606294025
Detalle de la condición	nuevo
Garantía del proveedor	3 meses

Información del Producto	
INGREDIENTES: Hojas pulverizadas de Té verde (orgánico)	
El matcha que proviene de las hojas pulverizadas del té verde, es una potente bebida 10 veces más poderosa que el té verde normal. El té matcha ofrece muchos beneficios, por este motivo se ha convertido en la infusión preferida de muchas personas. Incluso ha llegado a convertirse en el emblemático sustituto del café.	

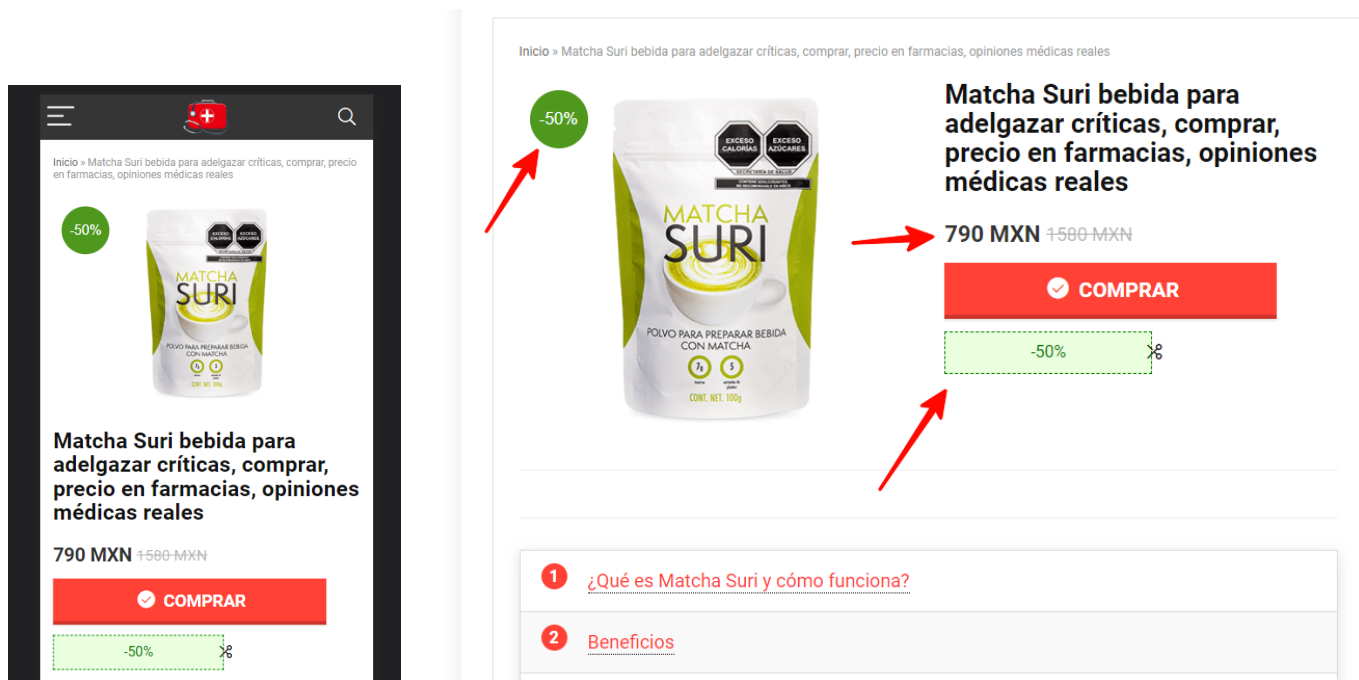
Interесный момент: конкуренты не используют красный цвет для конверсионных элементов. Они применяют **оранжевый, желтый, синий, зеленый**. Красный - в целом неудачное решение для кнопок, так как он ассоциируется с опасностью, предупреждением и запретом.

2. Прямые конкуренты также используют мощную мотивацию для покупки – информацию о скидке при заказе сегодня.

Пример <https://gastarmejor.mx/>:



Пример <https://elbotiquin.mx/matcha-suri/>:



3. Поскольку сайт ориентирован сразу на несколько стран, пользователю может быть непонятно, доступен ли продукт в его стране. Упоминание страны есть только в URL и хлебных крошках, но нет на самой странице.

Конкурент www.fromlab.com добавляет вхождения и в название товара, и в текст. Пользователь будет точно уверен, что товар предлагается в его стране:



Biadit – pastillas para la diabetes en Mexico (el medicamento es un suplemento alimenticio)

Averiguar el precio

Dr. Bernardo Bravo Troncoso

CATEGORY: MEXICO

El problema de la diabetes se ha hecho común los últimos años no solamente en México, sino también en otros países del mundo.

Las consecuencias de la diabetes pueden ser graves. Es una de las causas principales de las muertes tanto entre los hombres como entre las mujeres. Por lo tanto, no hay que aplazar el tratamiento. Una vez que note los primeros síntomas de la diabetes, consulte al médico y empiece a seguir sus recomendaciones.

Entre todos los productos en el mercado de México contra la diabetes podemos destacar **Biadit** en forma de cápsulas que ayuda a regular los niveles de azúcar en la sangre.

Por ello, en el artículo le compartiremos información sobre dichas cápsulas, sus pros y contras, composición,

Еще пример <https://mexicosalud.com/>:

MEXICO, PERDER PESO

Matcha Slim – para que
sirve una bebida, precio
de té en Mexico
(medicamento
MatchaSlim,
suplemento alimenticio,
ingredientes naturales)



Averiguar el precio

enero 20, 2023

By Alessa Flores



У одного из конкурентов (<https://www.fromlab.com/>) мы встретили интересное решение – всплывающее окно с мотивирующим предложением о подарке при немедленном заказе:

• Gymnema: es uno de los componentes importantes, puesto que ayuda a lograr el equilibrio de carbohidratos en el organismo; intensifica la asimilación y producción de la insulina; acelera los procesos metabólicos, lo que facilita al sistema digestivo la asimilación de los nutrientes; contribuye a la salud cardiovascular;

• Cromo: también ayuda a regular el metabolismo;

• Nopal: reduce el colesterol y contribuye a la salud arterial;

• Uva: tiene un efecto antioxidante;

• Celulosa microcristalina: favorece el proceso de la pérdida de peso.

La mejor oferta de Biadit

¡Conoce más sobre nuestro producto!

¡Consigue un regalo especial, solo para ti!

AVERIGUAR EL PRECIO

Перевод:

Лучшее предложение

Узнайте больше о нашем продукте! Получите специальный подарок, только для вас!

По клику открывается обычная форма заказа:

es uno de los componentes importantes, puesto que ayuda a lograr el equilibrio de carbo

me

sis

e o

mi

mi

luc

e o

u

nic

e la perdida de peso.



La mejor oferta de Biadit

Nombre

E-mail

+52(XXX) XXX-XXXX

CONSIGUE UN DESCUENTO

4. На странице товара нет информации о том, как быстро поступит товар и каким способом его можно получить.
5. На страницах товара есть блоки рейтинга и отзывов, но они выглядят неправдоподобно: у всех товаров 5 звезд, а отзывы представляют собой просто фиксированный блок текста без фото и возможности написания своего отзыва.

Reseñas de Diaxil

Luisa Ruiz

Hace mucho tiempo que sufría de diabetes y había probado muchos medicamentos, pero solo este me dio una mejora notable. El nivel de azúcar se volvió estable, me siento mejor y más enérgica.

Manuel Vargas

¡Este medicamento realmente funciona! Tenía un nivel problemático de azúcar en sangre, pero después de algunas semanas de uso, ha disminuido significativamente. ¡Lo recomiendo a todos los que sufren de diabetes!

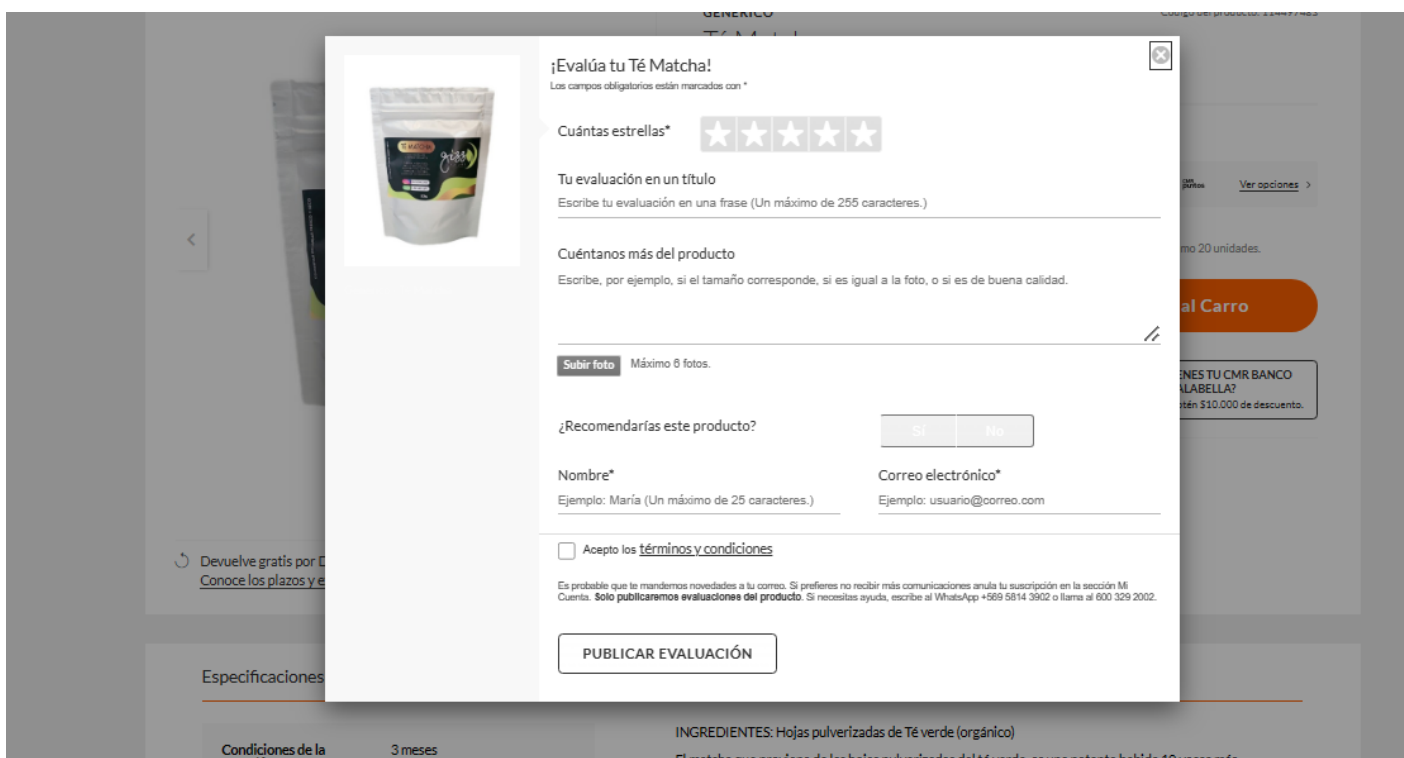
Natalia Flores

El medicamento me ayudó a manejar la diabetes y recuperar mi salud. Me siento mucho mejor, el nivel de azúcar se ha estabilizado y mis dolores y síntomas están desapareciendo gradualmente. ¡Gracias!

У конкурентов встречается более правдоподобное представление: рейтинг, похожий на реальный, с указанием количества голосов, возможность поставить звезду для любого желающего. Пример <https://www.somosmass99.com.mx/matcha-suri/>:



На площадке <https://www.falabella.com/> есть возможность написать подробный отзыв и поставить оценку. Отправка отзыва сопровождается сбором контактов, что может давать дополнительные возможности для продаж – email-рассылки.



6. На ряде карточек товара отсутствует конверсионная форма по причине того, что товара нет в наличии.

Пример - <https://elementodesalud.com.mx/mexico/agrandar-el-busto/wow-bust/>:

Hacer un pedido en el sitio web

Espere la llamada del operador

Pague el paquete al recibirlo

Ordene Wow Bust



Wow Bust 879 MXN

Lamentablemente este artículo no está en stock en este momento, pero puede elegir entre los siguientes artículos.

(*) DESCARGO DE RESPONSABILIDAD

Popular en la sección de Agrandar el busto

Перевод:

К сожалению, этого товара сейчас нет в наличии, но вы можете выбрать из следующих товаров.

Это неудачное решение по следующим причинам:

- о том, что товар нельзя заказать, нужно говорить сразу на каталожной странице и на первом экране карточки товара, чтобы юзер не тратил время;
- отсутствие формы у товара, которого нет в наличии, может вызвать негатив и уход с сайта. Желательно оставлять контакт для связи или похожую форму «Сообщить о поступлении».

На каталожных страницах

1. Фильтры слева дублируются: все блоки касаются только проблемы, которую решает препарат (назначение). Это делает комфортный подбор препаратов по параметрам практически невозможным.

Пример со страницы <https://elementodesalud.com.mx/mexico/>:

< Todas las categorías

Mexico (75)

- ▶ Agrandar el busto (1)
- ▶ Agrandar el pene (1)
- ▶ Antiarrugas (5)
- ▶ Articulaciones (8)
- ▶ Cistitis (3)
- ▶ Hipertensión (7)
- ▶ Hongos en los pies (2)
- ▶ Parásitos (4)
- ▶ Pérdida de cabello (1)
- ▶ Pérdida de peso (15)
- ▶ Potencia (5)
- ▶ Prostatitis (7)
- ▶ Restauración del hígado (2)
- ▶ Rumor (1)
- ▶ Varices (2)
- ▶ Visión (3)
- ▶ Alcoholismo (1)
- ▶ Diabetes (7)

TIPO DE ENFERMEDAD

- ☐ Agrandar el busto
- ☐ Alcoholismo
- ☐ Antiarrugas

Show 12 ▼



MEXICO
Alcotox
849 MXN



MEXICO
Alfa Lover Plus
749 MXN





Hot

Другими важными параметрами является цена, формат продукта (капли, капсулы, порошок и пр.), количество продукта (сколько капсул), вес продукта, производитель, основные компоненты состава. Частично они встречаются у конкурентов и на маркетплейсах.

Например, <https://planetadelasalud.com.mx/Diabetes>:

Formato del suplemento

☐ Cápsulas

Пример <https://www.falabella.com/>:

Marca

☐ ABEJA DORADA☐ ADAGIO TEAS☐ AGUILA ROJA☐ AHMAD TEA☐ AIELLO

Пример <https://listado.mercadolibre.com.ar/>:

Marca

Natier (1.144)

Natural Whey Suplementos (912)

Solaray (488)

Vitamin Way (444)

Geonat (364)

Laboratorios Pharmamerican (320)

Bronson (256)

Swanson (228)

Puritan's Pride (216)

[Mostrar más](#)

Formato del suplemento

Cápsulas (5.592)

Polvo (4.324)

Comprimidos (3.052)

Líquido (840)

Tabletas (836)

Cápsulas blandas (652)

Gomitas (340)

Cápsulas Vegetales (228)

Cápsulas vegetales (200)

[Mostrar más](#)

Peso neto

60 g o menos (3.588)

60 a 200 g (6.732)

200 a 240 g (3.576)

240 g o más (4.408)

Mínimo

—

Máximo



2. Верстка в каталогах слишком широкая, не имеет четких границ между мини-карточками и не помогает сфокусировать взгляд на главном. Иногда неясно, к какой именно карточке относится стикер или описание, которое выровнено по левому краю. Такая верстка создает блуждание взгляда пользователя по фотографиям и мешает восприятию прочей важной информации.



MEXICO
Alcotox
849 MXN



Hot

MEXICO
Alfa Lover Plus
749 MXN



Hot

MEXICO
Alfaman
890 MXN



Hot

DIABETES
Biadit
740 MXN



Hot

ARTICULACIONES
Bioforce
890 MXN



Hot

MEXICO
Biolica
890 MXN

- В каталогах нет коротких описаний товаров и конверсионных кнопок, даже «Подробнее». Описание позволит сориентироваться тем пользователям, которые изначально пришли на страницу каталога по общему запросу или которые вышли в каталог с карточки, чтобы посмотреть весь ассортимент. Кнопки ассоциируются у пользователей с тем, что товар в наличии и доступен для просмотра.

Пример <https://planetadelasalud.com.mx/> (есть короткие и емкие описания, кнопки «Подробнее», которые выглядят привлекательно и дружелюбно):



DIALINE
Capsulas para la diabetes
Un producto popular en México
849 MXN

Detallado



DIALINE
Capsulas para la diabetes
Un producto popular en Bolivia
269 BOB

Detallado



DIALINE
Capsulas para la diabetes
Un producto popular en Peru
149 PEN

Detallado



BIADIT
Capsulas para la diabetes
Un producto popular en México
740 MXN

Detallado

Пример <https://www.fromlab.com/mexico/>:

Productos del catálogo

 Idealica – gotas adelgazantes en Mexico (el medicamento es un suplemento alimenticio)	 Keto light – suplemento dietetico para bajar de peso en Mexico (el medicamento es un suplemento alimenticio)	 Diamin – cápsulas contra la diabetes en Mexico (el medicamento es un suplemento alimenticio)	 Biotrin – gel para la recuperación de músculos y articulaciones en Mexico (el medicamento es un suplemento alimenticio)
---	--	---	---

- В каталогах нет никаких мотивирующих к покупке элементов, таких как стикеры со скидкой, спецпредложением, новинкой. Стикер «Hot» слишком маленький, не привлекает внимания и не ассоциируется со своим значением.

На странице с контактами

Одна из особенностей этой страницы в том, что здесь есть форма сбора контактов, которая может быть полезная для привлечения покупателей и дальнейшей работы с ними. Здесь можно, например, задать вопрос компании.

 **Horario de apertura**

Aceptamos pedidos durante todo el día

Contactos

+525988908098

elementodesalud@gmail.com

Déjanos un mensaje

Nombre

Correo electrónico

Su mensaje

ENVIAR MENSAJE

На странице нет адреса компании, который может дополнительно сформировать доверие у потенциальных покупателей и сказать им, что компания реальна и в случае чего туда можно обратиться.

Пример <https://mexicosalud.com/contactos/>:

📍 Centro Comercial Manacar ubicado en Av. Insurgentes 1457, esq. Río Mixcoac., Mexico, 03290

☎ +52 55 84217774

@ info@mexicosalud.com

Contáctenos

Nombre*

Email*

Escribe tu mensaje aquí...

Enviar Mensaje

Estamos en el mapa



У конкурента <https://www.somosmass99.com.mx/sobre-nosotros/> и некоторых других на сайте присутствует упоминание команды, например, команды авторов-медиков:

Comentario o mensaje

Enviar

Nuestro equipo

Irati Soto – webmaster y autor del recurso somosmass99.com.mx.



Valentino Domingo – andrólogo con 40 años de experiencia.

La fecha de entrada: 30.12.2022



Amara Nuno – nutricionista con 9 años de experiencia.

La fecha de entrada: 09.01.2023



Danilo Acevedo – cardiólogo, 35 años de experiencia.

La fecha de entrada: 08.02.2023



Danita Benavante – endocrinóloga con 23 años de experiencia.

La fecha de entrada: 08.02.2023

precio en:

- » Maximize
Dónde con
- » El Matad
lo venden,
- » Volumen p
mejorar la
venden, p
- » Foot Troo
funciona,
- » Diamin p
opiniones,
México
- » Grinlait p
efectos se

Comentar

- » Irati Soto
sirve, de h
Guadalaja
- » Irati Soto
para la dis
necesitan
- » Irati Soto
cápsulas p
donde lo v
- » Irati Soto
cápsulas p
donde lo v
- » J Merced
que sirve:

Упоминание команды – хорошее решение. Оно в целом повышает доверие к компании и сайту.

Страницу «Контакты» можно улучшить, чтобы дополнительно мотивировать пользователей оставлять данные.

Например:

- Рассказать, в каких случаях и для чего можно к нам обратиться;
- Написать, кто из сотрудников отвечает сообщения (например, менеджер по коммуникации), указать его имя и приложить фото, чтобы повысить доверие;
- Рассказать, какие дополнительные преимущества можно получить, оставив нам свои контакты. Например, получать актуальную рассылку со скидками или эксклюзивными новинками, если таковая имеется.

На странице доставки и оплаты

По-видимому, для пользователей в исследуемом регионе не так важны подробные условия доставки и оплаты товара, как для европейцев. Все исследуемые сайты дают минимальную информацию – примерный срок доставки в днях и оплата картой при получении.

Тем не менее, можно сделать эту информацию более подробной и наглядной, расписав детальнее:

- Чьими силами выполняется доставка (транспортная компания, собственные курьеры, курьерская служба и т.д.)
- Выполняется ли доставка во все районы или есть те, куда привезти товар невозможно;
- Как отследить доставку или у кого уточнить статус;
- Что делать, если срок доставки был сорван.

Кроме того, можно указать способы оплаты – они есть на сайте в футере. Среди доступных способов – не только оплата картой, но и PayPal и электронный кошелек Skrill. Эта информация будет полезна покупателям:



ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДОВАННЫЕ ДОРАБОТКИ ПО ИТОГАМ АУДИТА

Выводы и рекомендации по трафику

Снижение конверсии, по всей видимости, напрямую связано с естественным изменением структуры запросов и изменением видимости продвигаемых страниц в поисковиках.

Для улучшения ситуации по конверсии рекомендуем:

1. Сбалансировать количество информационных и коммерческих запросов. По возможности не наращивать количество запросов со словами вроде «для чего нужен» и подобными на продвигаемые страницы либо перенаправить их на контентные страницы – статьи или FAQ.
2. Если вы намерены продолжать работу с запросами со словом «цена», то рекомендуем обосновать цены на продвигаемых страницах или сделать их более привлекательными, например за счет:
 - Визуализации полезных свойств продуктов в рамках 1-2 экрана;
 - Сделать небольшую реальную скидку (желательно) или просто оформить цену в виде скидки, как это делают некоторые конкуренты.
3. Уделить больше внимания запросам со словами *купить, заказать, доставка* как наиболее целевым и конверсионным.
4. Оптимизировать скорость загрузки всех продвигаемых страниц на смартфонах, это критически важно.
5. Проверить, не было ли периодов отсутствия товаров в наличии, не повышались ли цены на товары.

Доработки для карточек товара

1. Рекомендуем сменить цвет кнопок покупки с красного на яркий синий или зеленый.
2. Добавить на карточки фотографии товара, чтобы их было как минимум 3 в подборке. Это повысит доверие к сайту и товарам, поможет снизить отказы и повысить время, проведенное на сайте.
3. Добавить на первый экран еще как минимум 3 блока информации: об основных эффектах товара, об условиях заказа, о способах оплаты.

Сделать это можно в виде визуализированных блоков с иконками, расположенными под кнопкой покупки.



Пример текста для эффектов:

- ✓ Уменьшает артериальное давление
- ✓ Укрепляет иммунитет
- ✓ Устраняет головную боль
- ✓ Укрепляет сердечную мышцу

Пример текста для доставки:

- Отправка товара в день заказа
- Курьерская доставка за 3-5 дней
- Безопасная оплата онлайн или при получении

Способы оплаты взять из футера:



4. Добавить на наиболее важные товары дополнительный фактор, обосновывающий цену или мотивирующий к покупке – скидку, подарок.

Скидку можно выполнить в формат стикера и зачеркнутой старой цены:



Желательно сделать хотя бы минимальную настоящую скидку (например, 3-5%). Это уже будет мощной мотивацией купить у нас, а не у конкурентов, так как уровень цен примерно одинаковый.

Возможный формат подарка – всплывающее окно:

При этом сам подарок можно не называть сразу, а обговорить уже при звонке.

5. Оптимизировать все названия товара – не просто «Биадит» или «Ре Кардио», как сейчас, а построить по схеме:

Название препарата – Назначение – Формат (капсулы, порошок и пр.) - Дополнительные ключевые слова (опционально) – Страна

Например:

Ре Кардио – средство для укрепления сосудов в капсулах: состав, назначение, купить с доставкой в Мексике

БАД в капсулах Кардиотон: для чего нужен, описание, отзывы, покупка в Эквадоре

Множество конкурентов применяют такие решение. Оно поможет пользователям сразу понять, не читая весь текст о препарате, получат ли они здесь нужную информацию.

Colombia

Foot Trooper para que sirve: spray de hongos, opiniones, donde lo venden, precio en Colombia

enero 8, 2023 Irati Soto



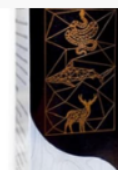
Idealica – gotas adelgazantes en Mexico (el medicamento es un suplemento alimenticio)



Keto light – suplemento dietetico para bajar de peso en Mexico (el medicamento es un suplemento alimenticio)



Diamin – cápsulas contra la diabetes en Mexico (el medicamento es un suplemento alimenticio)



Biotrin – gel para la recuperación de músculos y articulaciones en Mexico (el medicamento es un suplemento alimenticio)

6. Визуально выделить цену товара. Сейчас она «приклеена» под названием товара и не выделяется. Рекомендуем сделать ее больше по размеру, разместить по центру и оформить привлекательным голубым или зеленым цветом.
7. Проверить все тексты на карточках на предмет наличия упоминаний страны, в которой доступен заказ. В каждом тексте желательно разместить минимум 1 упоминание страны на 1-м экране, а также не менее 5-8 упоминаний в основном тексте на странице.
8. Сделать отзывы на всех страницах более правдоподобными:
 - Добавить фотографии в кружках
 - Добавить даты отзывов
 - Добавить форму для оставления отзыва о товаре (если у компании есть возможность модерировать поступающие отзывы). Форма также может помочь собирать дополнительные лиды – контакты тех, кто еще не заказывал у нас, а просто решил оставить отзыв.
9. Не удалять форму со страницы, если товара нет в наличии. Добавить перед формой заметное оповещение:

К сожалению, этого товара сейчас нет в наличии. Но мы можем подобрать для вас аналог или сообщить о поступлении товара. Оставьте ваши данные, и мы свяжемся с вами в течение 1 дня.

Кнопку в форме при этом можно заменить на:

- «Сообщить о поступлении»
 - Или «Подобрать аналог»
10. Добавить больше конкретики в блок текста «Три простых шага к покупке»: указать возможные способы оплаты, указать срок, когда с покупателем свяжутся, указать способ доставки

(транспортная компания, курьер, сотрудник магазина и т.д.), указать средний срок доставки в днях.

Доработки для каталожных страниц

1. Удалить дублирующий фильтр по проблемам со здоровьем.
2. Добавить другие важные фильтры:
 - Цена (в формате слайдера с верхней и нижней границами цены)
 - формат продукта (капли, капсулы, твердые таблетки, мазь, порошок)
 - количество продукта (сколько капсул)
 - вес продукта (в граммах или миллиграммах)
 - производитель
 - основные действующие вещества состава
3. Поправить верстку в каталогах:
 - Добавить более четкие границы для отдельных карточек, например, с помощью тени.
 - Увеличить разнообразие стикеров. Помимо «Hot» рекомендуем добавить – «Новинка» (для новых поступлений), «Скидка» (для всех товаров со сниженной ценой).
 - Изменить дизайн стикеров (например, стикера «Hot»). Они должны быть больше, ярче и заметнее. Желательно использовать круглую форму и следующие цвета:

Скидка – красный

Новинка – зеленый

Hot – ярко-оранжевый или желтый

- Разместить весь текст, который находится под фото, по центру.
- Цену выделить полужирным и зеленым либо голубым цветом.
- Добавить кнопку «Подробнее», переводящую на карточку товара.
- Добавить либо измененное название товара (см.рекомендации для карточки) вместо текущего короткого, либо подтягивать под короткое название краткое описание товара, как у конкурента:



DIAFORMRX

Capsulas para la diabetes

Un producto popular en Chile

\$29.900

Detallado

DIALINE

Capsulas para la diabetes

Un producto popular en Guatemala

269 GTQ

Detallado

Доработки служебных страниц

1. На странице «Контакты» добавить адрес компании и карту ее местонахождения.
2. По возможности добавить фото и краткое описание команды, которая обрабатывает заказы покупателей, с фото.

Например:

- Алехандро Руис (фото) – менеджер по работе с клиентами
- Серхио Бартолло (фото) – руководитель отдела обслуживания клиентов
- Анна Чавес (фото) – руководитель отдела доставки

Такое представление информации поможет сформировать доверие у потенциальных покупателей и сказать им, что компания реальна и в случае чего туда можно обратиться.

3. Страницу «Контакты» можно улучшить, чтобы дополнительно мотивировать пользователей оставлять данные.
 - Рассказать, в каких случаях и для чего можно к нам обратиться.

Например:

Если у вас возникнут вопросы по доставке, оплате или возврату товара, оставьте нам сообщение в форме ниже

- Рассказать, какие дополнительные преимущества можно получить, оставив нам свои контакты.

Например:

*хотите получать актуальную рассылку со скидками или эксклюзивными новинками магазина?
Оставьте ваши контакты в форме ниже.*

4. На странице доставки и оплаты рекомендуется сделать информацию более подробной и наглядной, расписав детальнее:
 - Чьими силами выполняется доставка (транспортная компания, собственные курьеры, курьерская служба и т.д.)
 - Выполняется ли доставка во все районы или есть те, куда привезти товар невозможно;
 - Как отследить доставку или у кого уточнить статус;
 - Что делать, если срок доставки был сорван.

Кроме того, можно указать способы оплаты – они есть на сайте в футере. Среди доступных способов – не только оплата картой, но и PayPal и электронный кошелек Skrill:



