

Доколко сайтът ви печели клиенти

Клиент А · Монтаж на климатици

анонимизиран сайт · София

52/100

OVERALL SCORE

2/5

MATURITY · EMERGING

Висок

ПОТЕНЦИАЛ ЗА РАСТЕЖ

ПОДГОТВЕН ЗА

Клиент А (пилотен одит, анонимизиран)

ДАТА НА АНАЛИЗА

25 юли 2026

МЕТОДОЛОГИЯ

Website Growth Methodology v0.3 · human-led, AI-assisted

ОБХВАТ

8 ключови страници · Desktop 1440x900 · Mobile 390x844 · 3 конкурента

Резюме за собственика

Сайтът ви е технически стабилен, бърз и с най-прозрачния ценоразпис сред гледаните конкуренти. В същото време той е анонимен и пасивен: не казва кой сте, не показва доказателства и не предлага нито едно действие. Резултатът е сайт, който информира, но вероятно изпуска запитвания, които вече е заслужил.

52_{/100}

OVERALL SCORE

Средно от 7-те индекса.
Числото само по себе си не е присъда: вижте кое го дърпа надолу.

28

ДОВЕРИЕ · НАЙ-СЛАБО

Няма фирмени данни, отзиви, обекти, екип, гаранция.

83

ТЕХНИКА · НАЙ-СИЛНО

Бърз, стабилен сайт без счупени връзки.

Петте приоритета

- 1 Начален екран, който продава**
Заглавие какво правите и къде + бутон „Заявете оглед/оферта“. Сега първият екран е рекламен слайдер на производителя.
- 2 Пакет доверие**
Юридически данни, адрес и район, работно време, реални снимки, кратко „За нас“. Сега сайтът е анонимен.
- 3 Гаранция и крайни цени**
Обявете гаранция за монтажа и показвайте цените с ДДС. Сега цената изненадва с +20% накрая.
- 4 Път до действие**
Бутон след всеки ценоразпис и услуга + мобилен бутон за обаждане. Сега няма нито един бутон за действие.
- 5 Доказателства**
Съберете 6-10 отзиви и публикувайте 8-12 реализирани монтажа. Конкурентите вече го правят.

Накратко

КАКВО ПРАВИТЕ ДОБРЕ

- Пълен публичен ценоразпис за монтаж, демонтаж и профилактика: най-детайлният сред гледаните конкуренти.
- Богат, реално полезен FAQ (най-силното съдържание на сайта).
- Бърз, стабилен и подреден сайт без технически проблеми.

КАКВО ВИ СПИРА

- Никъде не пише кой стои зад сайта: няма фирма, адрес, екип, отзиви, обекти или гаранция за монтажа.
- Няма нито един бутон за действие: посетителят трябва сам да реши да ви потърси.
- Първият екран е продуктов банер, който не казва какво правите.

КАКВО БИХМЕ НАПРАВИЛИ ПЪРВО

- Ново начало на страницата: какво правите, къде, с бутон за оферта.
- Блок с фирмени данни, гаранция за монтажа и крайни цени с ДДС.
- Мобилен бутон за обаждане + действие след всяка услуга.

КАКВО ПРАВЯТ КОНКУРЕНТИТЕ ПО-ДОБРЕ

- Конкурент Б: ясно послание ясно послание с услуга и град + два бутона + юлска промоция.
- Конкурент А: „5 години пълна гаранция“ на първия екран + реализирани обекти + Viber.
- Конкурент В: „За нас“, референции, лизинг и Facebook присъствие.

КАКВО МОЖЕ ДА ПОСТИГНЕТЕ

- По-ясно първо впечатление и по-малко изгубени посетители в първите секунди.
- По-силно доверие преди обаждане: посетителят знае кой идва в дома му.
- По-лесна и по-честа следваща стъпка: видимо действие на всяка страница.

Обща картина · 7 индекса

Всеки индекс е 0–100 и се изчислява от оценени критерии с доказателства (80 оценени критерия от общо 83). Индексите не се осредняват в главата на читателя: гледайте профила, не средното.

Яснота и позициониране

CLARITY INDEX

47

Услугите са описани отлично, но сайтът никъде не казва кой сте, какво правите и защо да изберат вас.

Доверие

TRUST INDEX

28

Най-слабата област: няма фирмени данни, отзиви, обекти, екип или гаранция за монтажа.

Потребителско преживяване

USER EXPERIENCE INDEX

70

Чист, бърз и подреден сайт; мобилното преживяване страда от скрит телефон и голям cookie банер.

Съдържание

CONTENT INDEX

60

Конкретно и полезно съдържание (ценоразписи, богат FAQ), което обаче не води доникъде.

Готовност за запитвания

CONVERSION READINESS INDEX

43

Няма нито един бутон за действие на целия сайт; пътят до запитване разчита посетителят сам да се сети.

Техническо качество

TECHNICAL QUALITY INDEX

83

Най-силната област: бърз, стабилен, без счупени връзки, коректен SSL.

Конкурентна позиция

COMPETITIVE POSITION INDEX

34

Тримата гледани конкуренти комуникират послание, гаранции и обекти; вие имате по-добри цени и FAQ, но не го показвате.

Три проверки не са изпълнени, за да не се изпращат реални запитвания към работещ бизнес: потвърждение след изпращане на форма, поведение при грешка, други браузъри. Те не участват в индексите.

Потенциал за растеж · Висок

Голяма част от пропуските са съдържателни, а не технически: поправими са за дни, не за месеци.

Защо потенциалът е висок

- **Пропуските са концентрирани в съдържание и доверие**, не в технологията: 7 от 14-те препоръки са изпълними за дни (Quick Wins).
- **Конкурентите също имат дупки**: никой в групата не държи позицията „крайна цена, всичко включено, гаранция, доказателства“. Тя е свободна.
- **Имате неизползвани активи**: най-детайлният ценоразпис и най-полезният FAQ в групата стоят непозиционирани.
- **Сезонът работи за вас**: търсенето на монтаж е в пика си, всяко подобрене се усеща по-бързо.

Слаб сайт с високи бариери има нисък потенциал. Вашият случай е обратният: добра основа, ниски бариери, свободна позиция.

Конкурентен контекст

Сравнение при еднакви условия: едни и същи страници, едно и също устройство (desktop 1440x900), един и същи ден (25.07.2026). Целта не е класация, а да се види какво очаква клиентът, който сравнява 3-4 сайта преди да се обади.

Клиент А: продуктов слайдер, без послание и действие

Конкурент Б: услуга+град, 2 бутона, юлска промоция

Конкурент А: 5 г. гаранция, обекти, Viber

Конкурент В: За нас, референции, лизинг

Наблюдаемо	Клиент А	Конкурент А	Конкурент Б	Конкурент В
Ясно послание какво/къде на първия екран	Не	Частично	Да	Частично
Бутон за действие на първия екран	Не	Да	Да (2)	Частично
Видимо комуникирана гаранция	Не	Да (5 г.)	Не се вижда	Не се вижда
Реализирани обекти / референции	Не	Да	Не се вижда	Да
Страница „За нас“	Не	Да	Не се вижда	Да
Публични цени за услуги	Да (най-детайлни)	Да	Да	Да
Чат канал / социално присъствие	Не	Viber	Не се вижда	Facebook
Сезонна промоция	Не	Не се вижда	Да (Юли -100€)	Промо секция

Не получавате само таблица: всяко „Не“ в колоната ви е обяснено в главите по-долу, с това какво да направите и колко усилие струва.

Посетителят разпознава мигновено, че това е сайт за климатици, а страниците на услугите обясняват отлично какво включва всяка цена. Но на нито едно място сайтът не казва кой сте, за кого работите, къде и защо да изберат точно вас. Първият екран е зает от рекламен слайдер на производителя.

КАКВО РАБОТИ

- Отлични страници на услугите: обхват, включено в цената, доплащания (CL-002: 4/5).
- Конкретен език без празни лозунги (CL-008: 4/5).

CL-001 • Hero Value Proposition 1/5

Quick Win · Влияние 5 · Усилие 2 · Confidence High

Наблюдение. Първият екран на началната страница е продуктов слайдер (банер на производителя), а заглавието на страницата е „Актуални предложения“. Никъде на първия екран не се казва какво прави фирмата, къде и за кого.

Какво означава. Нов посетител, дошъл от търсене за монтаж, трябва сам да се ориентира дали е на правилното място. Това може да увеличи дела на посетителите, които се връщат назад към резултатите и избират по-ясен конкурент.

Препоръка. Ново hero: „Климатици с монтаж в София: крайни цени, без изненади“ + подзаглавие с основната полза + бутони „Заявете оглед/оферта“ и „Вижте цените за монтаж“. Слайдерът остава под това.

Първи екран на сайта на клиента (desktop 1440x900, 25.07.2026): банер на производител вместо послание.

CL-005 • Differentiation 1/5

Strategic · Влияние 4 · Усилие 2 · Confidence High

Наблюдение. Сайтът има реално отличие: най-прозрачния ценоразпис в групата (какво включва цената, какво се доплаща). Никъде обаче това не е формулирано като причина да изберат вас.

Какво означава. Предимството, което вече имате, не работи за вас: посетителят го открива само ако сам сравни четири сайта.

Препоръка. Позиционираща линия навсякъде: „Всичко включено в цената: доставка, монтаж, гаранция. Без скрити доплащания.“

Най-слабата и най-важната за поправяне област. Монтажът на климатик означава непознат човек в дома на клиента: а сайтът не казва нито кой е този човек, нито коя фирма стои зад него. Конкурентите вече комуникират гаранции, обекти и екип.

КАКВО РАБОТИ

- Пълен публичен ценоразпис (TR-008: 4/5): рядкост на това ниво на детайл.
- Без противоречия в данните между страниците (TR-011: 4/5).

TR-001 / TR-002 • Легитимност и контакти

0/5

Quick Win · Влияние 4 · Усилие 1 · Confidence High

Наблюдение. Никъде на сайта няма юридическо име, ЕИК, адрес, район на обслужване или работно време. Контактите са само телефон и имейл, при това имейл на abv.bg, а не на собствения домейн.

Какво означава. За услуга в дома липсата на всякаква идентичност е директна причина за отпадане: няма как посетителят да провери с кого си има работа. Имейлът на публичен домейн допълнително сваля усещането за установена фирма.

Препоръка. Блок в footer-а и на „Контакти“: юридическо име, ЕИК, адрес/район, работно време + имейл office@сайта на клиента.

Страница „Контакти“: телефон, имейл на abv.bg и форма. Без адрес, без работно време, без фирмени данни.

TR-003 / TR-004 • Отзиви и обекти

0/5

Strategic · Влияние 4 · Усилие 3 · Confidence High

Наблюдение. На сайта няма нито един клиентски отзив и нито един реализиран обект. От гледаните конкуренти Конкурент А има секция „Реализирани обекти“, а Конкурент В: „Референции“.

Какво означава. Посетителят няма нито едно чуждо мнение, на което да стъпи. При равни други условия изборът вероятно отива при конкурента с доказателства.

Препоръка. Съберете 6–10 конкретни отзива (име + квартал + какво е монтирано) и публикувайте 8–12 снимки от реални монтаж с по едно изречение контекст. Поддържайте и Google Business профила.

TR-009 • Гаранция за монтажа 1/5

Quick Win • Влияние 4 • Усилие 1 • Confidence High

Наблюдение. Единственото споменаване на гаранция е „гаранционната карта“ на уреда. Гаранция за самия монтаж не е обявена никъде. Конкурент А извежда „5 години пълна гаранция“ на първия си екран.

Какво означава. Клиентът поема риска на монтажа наум: точно страхът „ако протече след месец, кой идва?“ остава без отговор, а конкурент отговаря на видно място.

Препоръка. Обявете писмена гаранция за монтажа (напр. 2 години) до всяка цена, в hero-то и в FAQ.

TR-008 • Цени „без ДДС“ 4/5

Quick Win • Влияние 4 • Усилие 1 • Confidence High

Наблюдение. Ценоразписът е отличен по пълнота, но всички суми са обявени „без ДДС“: видимата цена 360 лв реално е 432 лв.

Какво означава. Изненадата от +20% идва в най-лошия момент: при офертата или плащането. Това може да подкопае точно предимството, което ценовата прозрачност изгражда.

Препоръка. Показвайте крайни цени с ДДС (или двете, с крайната като водеща) + ред „Крайна цена, без скрити доплащания“.

Ценоразпис за монтаж: детайлен и ясен, но „Всички цени са без ДДС!“.

Сайтът няма нито един бутон за действие. Телефонът стои пасивно в горния десен ъгъл (на desktop), формата живее само на „Контакти“, а страниците на услугите свършват с ценоразпис и тишина. На мобилен телефонът дори не се вижда на първия екран.

КАКВО РАБОТИ

- Лека форма без излишни полета (CV-005: 4/5).
- BTU ценовите нива и FAQ реално помагат за избор (CV-011: 3/5).

CV-001 / CV-002 • Основно действие 1/5

Quick Win · Влияние 5 · Усилие 2 · Confidence High

Наблюдение. На целия сайт няма дефинирано основно действие: нито „Заявете монтаж“, нито „Поискайте оферта“, нито „Запазете оглед“. Пътищата са пасивни: телефон в header-а и форма на „Контакти“.

Какво означава. Целият интерес, който ценоразписът и съдържанието създават, остава без изход. Посетителят трябва сам да измисли следващата стъпка: част от хората просто не го правят.

Препоръка. Едно основно действие за сайта („Заявете оглед/оферта“), повторено в hero-то, след всеки ценоразпис и в края на всяка услуга.

Страницата „Монтаж“ в цялост: ценоразпис и условия, но нито един бутон за действие по целия път.

CV-007 • Мобилен контакт 2/5

Quick Win · Влияние 4 · Усилие 2 · Confidence High

Наблюдение. На мобилен първият екран съдържа само лого, хамбургер меню и слайдера. Телефонът, най-логичното действие за тази услуга, не се вижда без ровене.

Какво означава. Голяма част от търсенията за монтаж стават от телефон в момент на нужда. Всяка допълнителна стъпка до обаждането може да струва запитвания.

Препоръка. Постоянен мобилен бутон „Обади се“ (tap-to-call) + телефон в мобилния header.

Мобилен изглед (390x844): без телефон и без действие на първия екран.

Наблюдение. Формата за контакт е с генеричен бутон „ИЗПРАТИ“ и не казва какво следва: кой ще се обади, кога, какво да очаква клиентът.

Какво означава. Неизвестността след натискане е малка, но реална бариера: формата иска доверие, без да дава нищо насреща.

Препоръка. Бутон „Изпратете запитване“ + ред „Отговаряме до X часа в работни дни“ + кратко „какво следва“ в 3 стъпки.

Технически чисто и подредено преживяване: ясна навигация, четим текст, бързо зареждане, логични breadcrumbs. Двата реални проблема са мобилни: скритият телефон и cookie банер, който покрива около 40% от първия екран.

КАКВО РАБОТИ

- Ясна навигация с очаквани етикети; всичко е до 2 клика (IA-001/002/005: 4/5).
- Четим текст, сканируеми ценоразписи, консистентен шаблон (UX-002/006/014: 4/5).

UX-012 · Прекъсвания на мобилен

2/5

Quick Win · Влияние 3 · Усилие 1 · Confidence High

Наблюдение. Cookie банерът на мобилен покрива около 40% от първия екран и стои върху съдържанието, докато не бъде затворен.

Какво означава. Първото впечатление на мобилен е банер върху банер: посланието (когато го има) остава на трето място.

Препоръка. Едноредов, нисък cookie бар в долния край; без припокриване на основното съдържание.

Мобилен първи екран: cookie банерът измества съдържанието.

Съдържанието е конкретно и полезно: подробни описания на услугите, реален FAQ от 3300+ думи, действащ блог. Пропускът е, че то не продава: няма доказателства до твърденията и нито една страница не води към действие.

КАКВО РАБОТИ

- FAQ секцията е най-силното съдържание на сайта: истински въпроси с полезни отговори (СТ-005: 4/5).
- Конкретика навсякъде: BTU, суми, списъци какво включва цената (СТ-003: 4/5).

СТ-010 / СТ-007 • Съдържание без изход 2/5

Quick Win · Влияние 3 · Усилие 2 · Confidence High

Наблюдение. FAQ и блогът не водят наникъде: няма връзка „Готови ли сте? Заявете оглед“, няма доказателства (снимки, отзиви) до важните твърдения.

Какво означава. Съдържанието върши информационната си работа, но точката на решение остава без мост към запитване.

Препоръка. Мек СТА блок в края на FAQ и блог статиите + „Как протича поръчката“ в 4 стъпки на страниците на услугите.

Най-силната област на сайта: валиден SSL с коректни пренасочвания, 0 счупени връзки от 40 проверени, бърз сървър (0.2-0.35 s отговор), работещ responsive, sitemap и robots. Дребните пропуски са SEO-хигиенни.

КАКВО РАБОТИ

- Стабилна, бърза и поддържана техническа основа (TQ-002/003: 5/5).
- Двойните цени (лв/EUR) показват, че сайтът се обновява активно.

TQ-008 · Индексируемост 3/5

Easy · Влияние 2 · Усилие 2 · Confidence High

Наблюдение. Meta descriptions има само на началната страница; услугите и категориите са без тях. 2 от 5 изображения на началната са без alt текст.

Какво означава. В резултатите от търсене страниците ви се представят с автоматично избран текст: пропусната възможност да продадете клика.

Препоръка. Meta description за всяка услуга и категория (с цена и район в текста) + alt текстове.

Сравнение при еднакви условия (desktop 1440x900, 25.07.2026) с Конкурент А, Конкурент Б и Конкурент В: и тримата комуникират неща, които вие нямате: послание, гаранция, обекти, „За нас“. Вашите две реални предимства (най-детайлният ценоразпис и най-добрият FAQ) не са позиционирани никъде.

КАКВО РАБОТИ

- Най-детайлните сервизни страници и FAQ в групата (CP-003: 4/5).

CP-004 • Свободната позиция 1/5

Strategic · Влияние 4 · Усилие 2 · Confidence Medium

Наблюдение. В групата никой не държи изцяло позицията „крайна цена с ДДС, всичко включено, писмена гаранция за монтажа, реални обекти“. Вие сте най-близо откъм ценова прозрачност, но не я комуникирате.

Какво означава. Позицията е свободна и защитима: първият, който я заяви и докаже, я притежава в очите на сравняващия клиент.

Препоръка. Изградете посланието на сайта около „без изненади“: крайни цени, всичко включено, гаранция, реални монтаж.

Приоритетен план

Подрегбата е по влияние спрямо усилие: първо това, което движи най-много срещу най-малко работа. Quick Wins отговарят на въпроса „Какво да направя още тази седмица?“

Quick Wins • 1–7 дни

- Ново hero послание + бутони за действие (REC-001)
- Блок с фирмени данни, адрес, работно време (REC-002)
- Обявена гаранция за монтажа (REC-003)
- Крайни цени с ДДС (REC-004)
- СТА след всеки ценоразпис (REC-005)
- Имейл на собствен домейн (REC-010)
- Текст и очаквания на формата (REC-012)

Кратък срок • 2–4 седмици

- Мобилен tap-to-call бутон + еднорегов cookie бар (REC-006)
- Секция „За нас“ с екун и опит (REC-009)
- „Как протича поръчката“ в 4 стъпки (REC-011)
- Meta descriptions + alt текстовете (REC-013)

Среден срок • 1–2 месеца

- Секция „Реализирани монтаж“ с 8–12 обекта (REC-007)
- 6–10 отзива на сайта + Google профил (REC-008)

Дългосрочно

- Позициониране „без изненади“ в цялата комуникация (REC-014)
- Повторен одит след изпълнението: измерване на промяната

Какво може да очаквате

Не обещаваме конкретен брой запитвания: никой почтен анализ не може. Ето какво е реалистично да очаквате при изпълнение на приоритетите:

- По-малко объркване в първите секунди: посетителят веднага разбира какво предлагате и къде.
- По-силно доверие преди обаждане: клиентът знае коя фирма и какви хора идват в дома му.
- По-лесна следваща стъпка: видимо действие на всяка страница, включително на телефон.
- По-малко изненади около цената: крайни суми, обявена гаранция, ясни условия.
- По-силна позиция при сравнение: свободната позиция „без изненади“ става ваша.

Повторен одит след 60-90 дни измерва промяната по същите критерии и показва какво е постигнато и какво остава.

План за действие

Приоритет	Действие	Отговорник	Статус
Висок	Ново hero: послание + бутон „Заявете оглед/оферта“	Copywriter / Developer	☐
Висок	Фирмени данни, адрес, работно време в footer и „Контакти“	Собственик / Developer	☐
Висок	Гаранция за монтажа: обявена до цените и в hero	Собственик	☐
Висок	Крайни цени с ДДС в ценоразписите	Developer	☐
Висок	Бутон за действие след всеки ценоразпис и услуга	Developer	☐
Среден	Мобилен бутон за обаждане + нисък cookie бар	Developer	☐
Среден	Секция „За нас“: кой идва у вас, от кога, снимка	Собственик / Copywriter	☐
Среден	Реализирани монтаж: 8-12 снимки с контекст	Собственик / Developer	☐
Среден	Отзиви: събиране и публикуване (6-10)	Собственик	☐
Нисък	Meta descriptions и alt текстовете	Developer / SEO specialist	☐

За този доклад

МЕТОДОЛОГИЯ	Website Growth Methodology v0.3: наблюдение → доказателство → извод → препоръка → оценка → приоритет. 80 оценени критерия в 8 категории (от 83 в каталога; 3 не могат да се тестват етично без възлагане).
МОДЕЛ НА РАБОТА	Human-led, AI-assisted: софтуерът събира и подготвя данните, човек валидира доказателствата и носи отговорност за изводите.
ОБХВАТ	8 ключови страници на сайта на клиента + 3 конкурента, desktop 1440x900 и mobile 390x844, 25.07.2026. Всички наблюдения са с прикачени доказателства (screenshots, извлечени текстове, технически проверки).
ОГРАНИЧЕНИЯ	Демонстрационен одит без възлагане: няма бизнес контекст от собственика и достъп до статистика, затова контекстно-зависимите изводи са маркирани с по-ниска увереност. Формата не е изпращана реално; потвърждението след изпращане, поведението при грешка и други браузъри не са проверявани.
ГАРАНЦИИ	Докладът не обещава бизнес резултати. Описва наблюдаеми факти, вероятни ефекти и конкретни действия.
КОНТАКТ	Camodivi · camodivi.com · hello@camodivi.com