

35 проверок продающего сайта отеля

Пройдите путь гостя с телефона и компьютера. Отмечайте только те пункты, которые действительно работают сейчас, а не запланированы на будущее.

Главная страница и навигация

- ☐ За первые секунды понятно, что это за объект и где он находится.
- ☐ На первом экране видны бронирование, телефон или другой главный следующий шаг.
- ☐ Главная ведет к ключевым сценариям: номерам, акциям, услугам и программам.
- ☐ Меню понятно человеку, который впервые видит сайт.
- ☐ Важные разделы не спрятаны внутри общего пункта «Услуги».
- ☐ Сайт не пытается разместить всю информацию на одной длинной странице.
- ☐ Из любой важной страницы можно перейти к бронированию или контакту.

Если главная выглядит красиво, но не помогает выбрать следующий шаг, начните с маршрутов гостя, а не с редизайна.

НОМЕРНОЙ ФОНД И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Номера, цены, акции и услуги

- ☐ Категории номеров легко сравнить между собой.
- ☐ Для каждого номера указаны площадь, вместимость, кровати и оснащение.
- ☐ Фотографии актуальны, не повторяются и показывают реальное пространство.
- ☐ На странице номера есть кнопка бронирования выбранной категории.
- ☐ Гость видит цену или понятный путь к актуальным тарифам.
- ☐ Условия размещения детей и дополнительных гостей описаны понятно.
- ☐ Акция объясняет даты, состав предложения, выгоду и ограничения.
- ☐ Переход из акции ведет к соответствующему тарифу или заявке.
- ☐ Ключевые услуги имеют отдельные страницы с условиями и действием.
- ☐ Для прибыльных сценариев созданы отдельные страницы: семья, свадьба, SPA, конференции или лечение.

Проверьте, может ли гость принять решение без звонка ради базовой информации.

Бронирование и мобильная версия

- ☐ Форма поиска дат или кнопка бронирования заметна на всех продающих страницах.
- ☐ Выбранный номер или акция сохраняются после перехода в модуль.
- ☐ Итоговая цена и условия оплаты появляются до последнего шага.
- ☐ Условия отмены легко найти и понять.
- ☐ При отсутствии мест сайт предлагает альтернативные даты, номера или контакт.
- ☐ С телефона удобно выбрать даты, посмотреть фото и заполнить форму.
- ☐ Чат, cookie-баннер и всплывающие окна не перекрывают важные действия.
- ☐ Телефон и мессенджеры открываются по нажатию.
- ☐ Страницы быстро открываются на мобильном интернете.

Полностью пройдите бронирование на обычном смартфоне. Места, где приходится угадывать, записывайте как задачи.

Данные, аналитика и приоритеты

- ☐ Адрес, телефоны, время заезда и данные на картах совпадают.
- ☐ На сайте есть понятный маршрут, парковка и важные ориентиры.
- ☐ Отзывы и фотографии соответствуют реальному продукту.
- ☐ Настроены события на формы, звонки, мессенджеры и переходы в модуль.
- ☐ Отдельно фиксируются завершённые бронирования и их сумма, если это возможно.
- ☐ Можно сравнить эффективность страниц и источников трафика.
- ☐ У каждой коммерческой страницы есть понятная роль и целевое действие.
- ☐ Команда знает, кто отвечает за актуальность сайта и обработку заявок.
- ☐ Задачи разделены на быстрые правки, новые страницы и технические работы.

Три первых приоритета

1. Быстрая правка

2. Новая страница

3. Аналитика

Ответственный и срок
