



# Производитель детского и спортивного оборудования ГК «Забава»

## Задача

Отсутствие притока новых клиентов и роста продаж при расширении производства стало главной проблемой Группы Компаний «Забава». Требовалось организовать качественное и эффективное привлечение клиентов из Интернета.

## Инструменты решения

[Создание сайтов](#)      [Продвижение молодых сайтов](#)

[zabava-sport.ru](http://zabava-sport.ru)

Группа Компаний «Забава» – один из ведущих производителей детского и спортивного оборудования. Компания более 10 лет функционирует на российском торгово-производственном рынке, работает в основном в Центральных регионах России. Собственное производство находится в Московской и Брянской областях.



Главной миссией «Забавы» является улучшение ситуации с организацией детского досуга – производство и поставка на рынок России обучающего и развивающего детского оборудования высокого качества с максимальным уровнем безопасности. Большое внимание

уделяется устройству уличных спортивных площадок для активных видов спорта – волейбола, баскетбола, футбола. Ключевым отличием Группы Компаний от конкурентов помимо качества и безопасности оборудования является разнообразие форм и привлекательный внешний вид конструкций. Примеры выполненных проектов можно посмотреть [на сайте Группы Компаний](#).

## Задачи и проблемы

*«Мы начинали бизнес в Москве, затем вышли в регионы. К 2014 году построили более 40 площадок, 90% из них – в столице и области. Клиентов привлекали путем рекламирования продукции с помощью каталогов, буклетов и презентаций. 40% продаж приносил нам сайт и продвижение в Интернете. С учетом расширения производства возникла острая проблема нехватки новых клиентов, не было роста продаж. Мы понимали, что наш сайт и его продвижение нуждаются в доработке, и искали более организованного подрядчика. Мониторинг рынка и просмотр результатов привел нас к сотрудничеству с интернет-агентством Веб-Центр».*



**Алексей Красников,**  
генеральный директор ГК «Забава»

Отсутствие притока новых клиентов и роста продаж при расширении производства стало главной проблемой Группы Компаний. Требовалось организовать качественное и эффективное привлечение клиентов из Интернета. Данную задачу должно было решить интернет-агентство «Веб-Центр».

## Решение задач

*«Когда мы начали продумывать, как решить задачи клиента, стало понятно, что сам сайт значительно устарел в технологическом плане. Он был не адаптивным,*

*текущая CMS не позволяла значительно повысить показатели SEO-продвижения. Высокая конкуренция на рынке и сезонный спрос усложняли удержание позиций компании в поисковых системах, особенно в пики сезонности. Мы предложили полностью переделать сайт для качественного продвижения в Москве».*



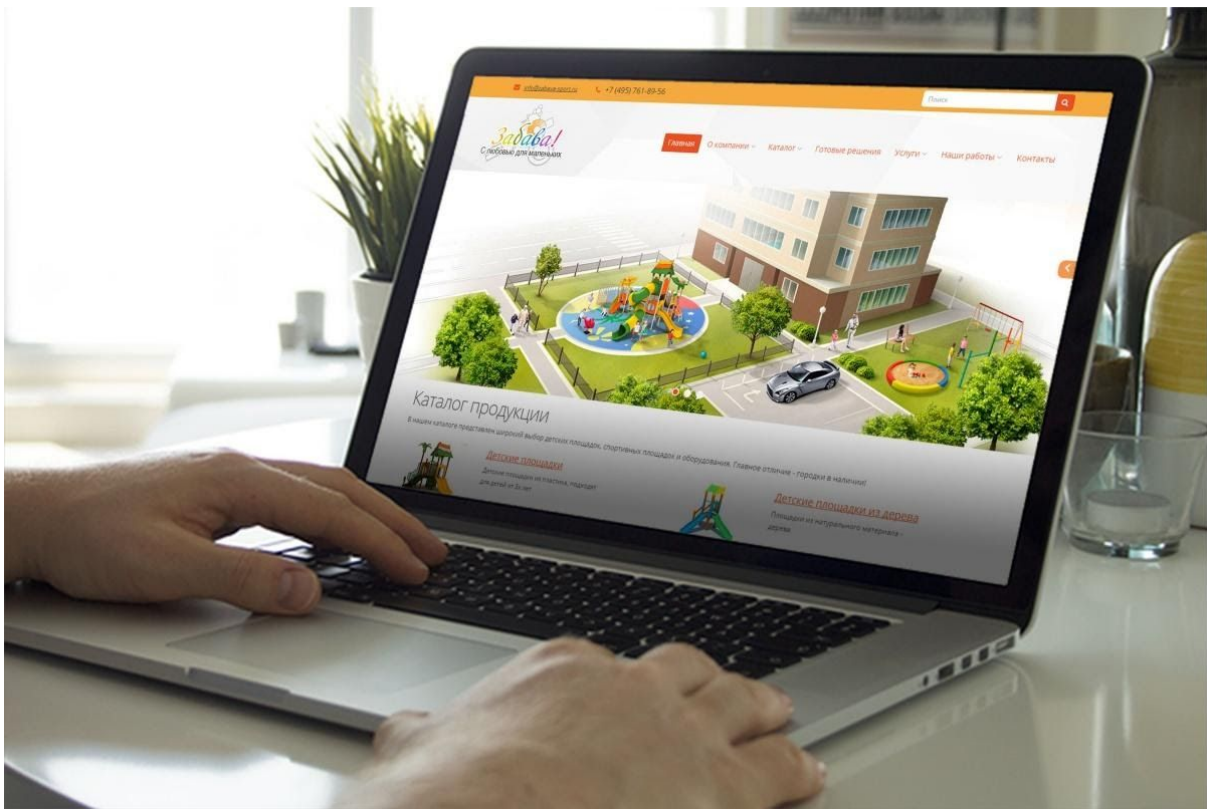
**Роман Плотников,**  
директор интернет-агентства «Веб-Центр»

## **Этап 1. Новый сайт**

Руководство ГК «Забава» приняло решение о разработке нового функционального сайта для привлечения целевой интернет-аудитории (владельцев частных домов, застройщиков жилых кварталов, управляющих компаний). Через месяц сайт [zabava-sport.ru](http://zabava-sport.ru) был доступен для посетителей.

### **Особенности нового сайта:**

- Реализован адаптивный дизайн.
- Полноценный каталог с возможностью быстрой обратной связи.
- Раздел с готовыми проектами детских площадок.
- Информация о выполненных проектах с фотографиями.
- Созданы разделы сайта с контентом для качественного SEO-продвижения.



## Этап 2. SEO-продвижение

SEO-отделом интернет-агентства были выполнены все этапы работ по продвижению. Сначала был проведен анализ данных и подготовка сайта:

- проверка возраста домена, внешних ссылок, наложенных санкций, анализ контентного содержания,
- проверка конкурентов, сравнение семантических ядер,
- распределение продвигаемых запросов и определение посадочных страниц,
- техническая проверка для ускорения индексации,
- формирование метаданных по проекту, «правильного» сниппета,
- и т.д.

Далее на основе анализа было подготовлено техническое задание и план проработки посадочных страниц (контент-план). Затем в сайт были внесены изменения в соответствии с техническим заданием:

- прописаны уникальные метаданные на все страницы сайта, теги Title, H1, атрибуты изображений, произведена оптимизация заголовков,
- настроены файлы «robots» и «sitemap»

- проведена работа с Яндекс.Вебмастер,
- написаны тексты для посадочных страниц,
- проведены работы над коммерческими и поведенческими факторами,
- оптимизирована навигация сайта и т.д.

После основных работ несколько раз в месяц проводится анализ результатов, диагностика проблем, непрерывно идет работа по улучшению позиций сайта в выдаче.

## Этап 3. Повышение конверсии сайта

Повышение конверсии и продающих свойств сайта – непрерывный процесс, который состоит из 3 этапов. Для всех сайтов, которые находятся в «Веб-Центре» на поддержке, в том числе для zabava-sport.ru, проводятся следующие работы:

1. Анализ данных и ключевых показателей эффективности работы сайта (технический анализ, эвристический анализ, юзабилити-анализ, веб-аналитика).
2. Выдвижение обоснованных гипотез для повышения конверсии и A/B-тестирований.
3. Исправление ошибок, доработки и эксперименты по повышению конверсии.

## Результаты

### Стабильный рост поискового трафика, низкий показатель отказов

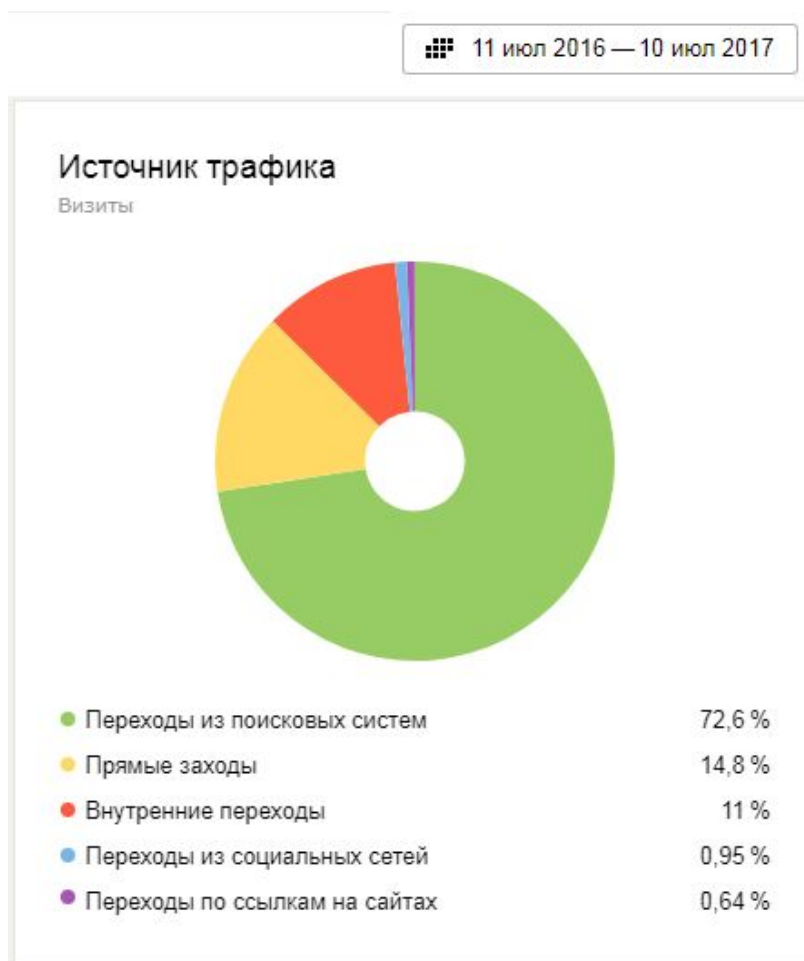
С 2014 по 2017 год Яндекс.Метрика показывает стабильный рост трафика с учетом сезонности:



Ниже данные по поисковому трафику за май, за последние 4 года:

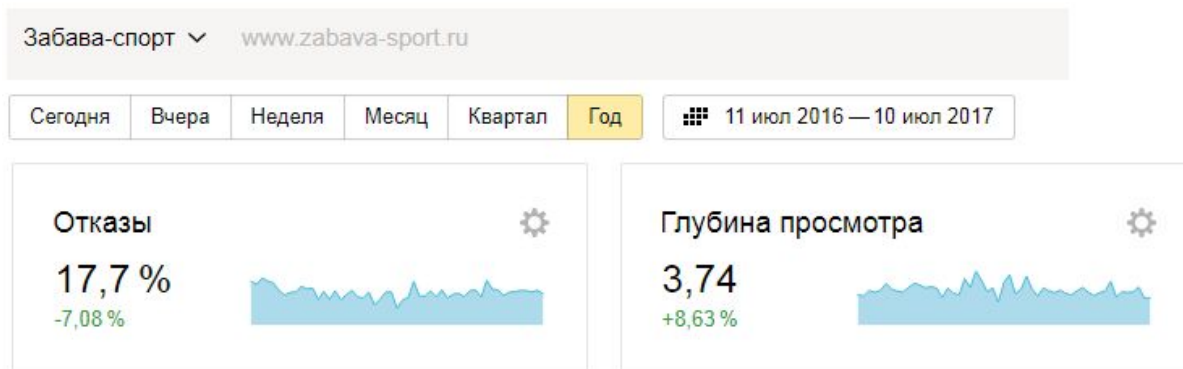


Доля поискового трафика за последний год составляет 72,6%:





Показатель отказов на сайте уменьшается каждый год, а глубина просмотров растет:

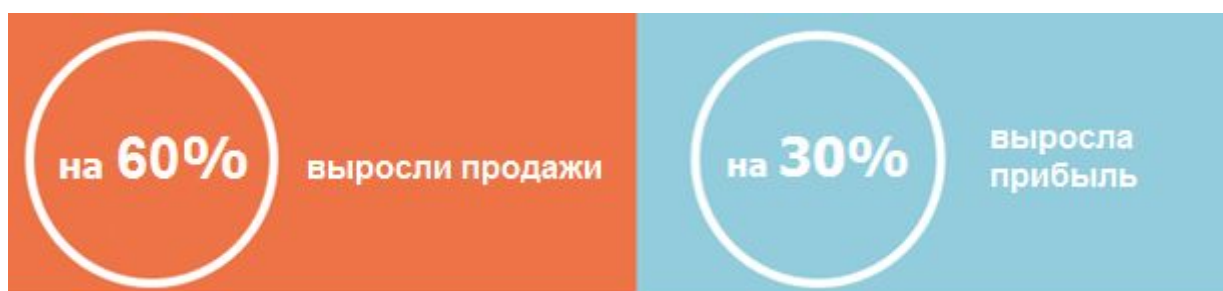


**Рост продаж на 60%, валовой прибыли – на 30%, доли рынка – на 3,5%**

*«Можно твердо сказать, что продажи растут в соответствии с показателями аналитики сайта как в Москве, так и в других регионах Центральной России. С 2014 по 2017 годы продажи выросли на 60%, валовая прибыль – на 30%, мы увеличили долю рынка на 3,5%. Прирост объемов работ составил 250%. Кроме того, на 40% выросло производство в регионах».*



**Алексей Красников,**  
генеральный директор ГК «Забава»



*«Самой важной задачей на ближайшие 5 лет я считаю улучшение качества и автоматизации производства, расширение ассортимента и внедрение нового современного оборудования. Мы довольны сотрудничеством с*

*интернет-агентством Веб-Центр, компания соответствует нам по духу – нам важно, чтобы подрядчики, как и мы, не стояли на месте, улучшали эффективность своей работы, внедряли инновации и расширяли ассортимент услуг».*



**Алексей Красников,**  
генеральный директор ГК «Забава»