

Чек-лист подготовки к разработке сайта: экономия времени, нервов и бюджета

Главный принцип: Чем лучше вы подготовитесь до начала общения с подрядчиками, тем точнее будут оценки, прозрачнее процесс и меньше неожиданных расходов.

Этап 1: Стратегия и цели (Отвечаем на вопрос «ЗАЧЕМ?»)

Потратьте время здесь, чтобы сэкономить в 10 раз больше на этапе разработки.

Определите главную цель сайта:

- Что должен делать пользователь на сайте? (Купить, заказать звонок, подписаться, узнать информацию).
- Какой ключевой показатель успеха (KPI)? (Рост продаж на X%, количество заявок в день, снижение нагрузки на менеджеров).

Изучите конкурентов и референсы:

- Найдите 3-5 сайтов конкурентов. Что вам нравится/не нравится в них?
- Найдите 2-3 сайта из любой сферы, которые вам визуально и по удобству нравятся. Это поможет донести ваши вкусы до дизайнера.

Определите целевую аудиторию (ЦА):

- Кто ваши клиенты? (Возраст, пол, интересы, боли).
 - Где они ищут ваши услуги/товары? (Соцсети, Google, рекомендации).
-

Этап 2: Бюджет и сроки (Отвечаем на вопрос «СКОЛЬКО?»)

Определите бюджет (реалистично):

1. **Исследуйте рынок:** Узнайте средние цены в вашем регионе. Сайт-визитка, корпоративный сайт, интернет-магазин — стоимость различается в разы.
2. **Приоритеты:** Готовы платить за скорость и опыт? Ищите профессионалов. Нужен максимально бюджетный вариант? Рассмотрите конструкторы (например, Tilda) или молодых фрилансеров (но будьте готовы к рискам).
3. **Заложите «подушку безопасности»:** Добавьте 15-20% к предполагаемой сумме на непредвиденные доработки и изменения в процессе. Важно: если задание

точное, то непредвиденных расходов не будет. Например, у нас в договоре фиксируется точное ТЗ и сумма.

4. **Не забывайте о будущем:** В бюджет заложите ежегодные расходы на хостинг, домен, поддержку и обновления

Подумайте о сроках:

- Срочно = дорого. Реалистичные сроки на создание среднего сайта — 1.5-3 месяца с момента утверждения ТЗ.
-

Этап 3: Контент и материалы (Отвечаем на вопрос «ЧТО?»)

СОБИРАЙТЕ ЭТО САМИ. Это ваша зона ответственности и главный источник задержек.

Тексты:

- Готовый текст для всех страниц (главная, о компании, услуги/каталог, контакты). Не «придумайте что-нибудь», а конкретный текст.
- Уникальные торговые предложения (УТП).
- Придумайте структуру меню (например: Главная, Услуги, Портфолио, О нас, Блог, Контакты).

Изображения и медиа:

- Логотип в векторном формате (AI, EPS, SVG) и растровом (PNG).
- Фотографии товаров, команды, офиса в **высоком качестве**. Не с телефона в WhatsApp.
- Бренд-бук (если есть) или хотя бы фирменные цвета и шрифты.
- Видео для сайта (если планируете).

Вся остальная информация:

- Контактные данные (телефоны, email, адрес, график работы, ссылки на соцсети).
 - Реквизиты компании для раздела «Контакты» или «Оплата».
 - Примеры работ (фото + описание) для портфолио.
-

Этап 4: Технические вопросы и функционал (Отвечаем на вопрос «КАК?»)

Составьте список обязательных функций (техническое задание в зачатке):

- **Базовое:** Форма обратной связи, карта проезда, админ-панель для самостоятельного редактирования текстов.
- **Дополнительное:** Онлайн-запись, корзина и оплата, личный кабинет, интеграция с CRM (например, Bitrix24, amoCRM), email-рассылка, мультиязычность.
- **Важно:** Разделите функции на «Must have» (без этого сайт не работает) и «Nice to have» (можно добавить потом).

Подумайте об интеграциях:

- С какими сервисами должен работать сайт? (Платежные системы, службы доставки, 1С, соцсети).

Как избежать типичных ошибок (и сэкономить деньги)

Ошибка	Последствие	Как избежать
«Начнем делать, а там видно будет»	Бесконечные правки, рост бюджета в 2-3 раза, сорванные сроки.	Не начинать без ТЗ. Техническое задание — ваш главный договор с подрядчиком. Оно должно описывать ВСЕ страницы, функционал и сроки.
Самому делать дизайн или копировать чужой	Неконкурентный, неудобный или юридически проблемный сайт.	Доверьтесь профессионалу. Ваша задача — объяснить задачу и аудиторию, задача дизайнера — найти решение.
Экономить на контенте (тексты/фото)	Красивый, но пустой или безликий сайт, который не продает.	Инвестируйте в копирайтера и фотографа. Хороший контент важнее «сверкающих» анимаций.
Выбирать подрядчика только по цене	Риск получить неработающий сайт, проблемы с поддержкой, «исчезновение» исполнителя.	Смотрите портфолио, читайте отзывы, общайтесь лично. Доверие и понимание важнее скидки в 10%.

Ошибка	Последствие	Как избежать
Забыть про мобильные устройства	Потеря более 50% трафика и клиентов.	Обязательно обсуждайте адаптивную верстку (корректное отображение на смартфонах и планшетах).
Не думать о продвижении (SEO)	Сайт есть, но его никто не находит в Яндекс/Google.	Заложите базовую SEO-оптимизацию (техническая часть, метатеги) в ТЗ с самого начала. Дешевле, чем переделывать.
Не тестировать перед запуском	Ошибки, «кривые» формы, неработающие кнопки — потеря первых и самых важных клиентов.	Требуйте этап тестирования. Проверяйте сайт сами на разных устройствах и браузерах.