

АУДИТ · ОБРАЗЕЦ СТРУКТУРЫ

Аудит: что мешает и в каком порядке чинить

Частная клиника, Прага. Структура и выводы — из реального аудита; цифры и детали изменены, клиника обезличена.

ШАГ 2

Аудит

4 000 Kč · 5 рабочих дней

Площадки

Конкуренты

В настройку

Google, Firmy.cz, Mapy.com

три ближайших
засчитывается

00 · ЗАДАЧА

Что клиника хочет узнать из аудита

Карточку смотрят тысячи людей в месяц, но непонятно, что в ней мешает и с чего начать. Аудит проводим только в режиме просмотра — в карточке ничего не меняем.

ВОПРОС КЛИНИКИ	РАЗДЕЛ	КАК ОТВЕЧАЕМ
Что срочно?	01	Четыре главные проблемы — две закрыть за неделю
Что делать и в каком порядке?	02	Рекомендации по приоритету с недель выполнения
Совпадают ли наши данные везде?	03	Название, адрес, телефон, e-mail и часы на 10 площадках
Как работает карточка и что ищут люди?	04–05	Поля карточки, статистика за 5 месяцев, группы запросов
Кто рядом и чем они сильнее?	06	Три ближайших конкурента и SWOT
Как это выглядит по неделям?	07	План на 4 недели, черновики текстов, что не проверено

01 · РЕЗЮМЕ

Четыре главные проблемы

- !

Часы в карточке — «круглосуточно, 7 дней», а приём — 4 дня в неделю до 17:00
Пациент может приехать к закрытой двери. То же «24/7» повторено в описании и соцсетях. Закрыть за неделю.
- !

Название и юрлицо разные на всех площадках
В Google — фамилия врача плюс ключевые слова, это против правил Google. На сайте и в каталогах — название фирмы, в реестре — физлицо. Закрыть за неделю.
- ?

Услуги и описание не работают на запросы
Раздел услуг пуст, описание на английском с эмодзи, а 3/4 поисковых показов — по чешским запросам.
- ?

На сайтах клиники три разных телефона
В реестрах и каталогах — личная почта вместо почты клиники.

02 · РЕКОМЕНДАЦИИ

Что делать — по приоритету

#	ЧТО	ПОЧЕМУ	НЕДЕЛЯ
1	Исправить часы	Карточка показывает «открыто», когда закрыто. Для онлайн-записи есть отдельное поле	1
2	Одно название и одно юрлицо	Нарушение правил Google и разнобой на площадках. Выбор — за клиникой и бухгалтером	1
3	Один телефон на сайтах	Сейчас три номера; оставить тот, что в карточке	1
4	Заполнить услуги	Раздел пуст; 12 позиций с ценами из прайса сайта	2
5	Описание на чешском	Без эмодзи и превосходных степеней, с районом и языками	2
6	Категории и праздничные часы	Одна категория; ближайший праздник покажет «открыто»	2
7	Ответы на отзывы и сбор новых	Ответов нет; просьба об отзыве — из системы записи, всем пациентам	3
8	Фото и публикации	Мало интерьера, есть фото с текстом поверх; публикаций нет	3
9	Данные на площадках и разметка сайта	Реестр, каталоги, система записи, соцсети — по эталону	4

03 · ДАННЫЕ НА ПЛОЩАДКАХ

Совпадают ли название, адрес, телефон

Эталон — данные с основного сайта. ✓ совпадает · X расходится · — нет на площадке.

ПЛОЩАДКА	НАЗВАНИЕ	АДРЕС	ТЕЛЕФОН	E-MAIL	ЧАСЫ
Google	X	✓	✓	—	X
Основной сайт	✓	✓	✓	✓	✓
Второй сайт	✓	✓	X три	X	✓
Firmy.cz / Mapy.com	X	✓	✓	✓	нет
Медицинские каталоги (3)	1 из 3	2 из 3	✓	личная	нет
Государственный реестр	X	✓	—	личная	—
Система записи	X	X	—	—	✓
Instagram, Facebook	X	✓	—	—	24/7

Адрес совпадает почти везде. Расходятся название, телефоны на втором сайте, почта в реестре и каталогах и часы — их «24/7» повторяют соцсети и реклама.

04 · КАРТОЧКА

Поля и статистика за 5 месяцев

27 800

просмотров карточки, май-сентябрь

80 %

просмотров — поиск с телефона

84 %

действий — переходы на сайт

0,6 %

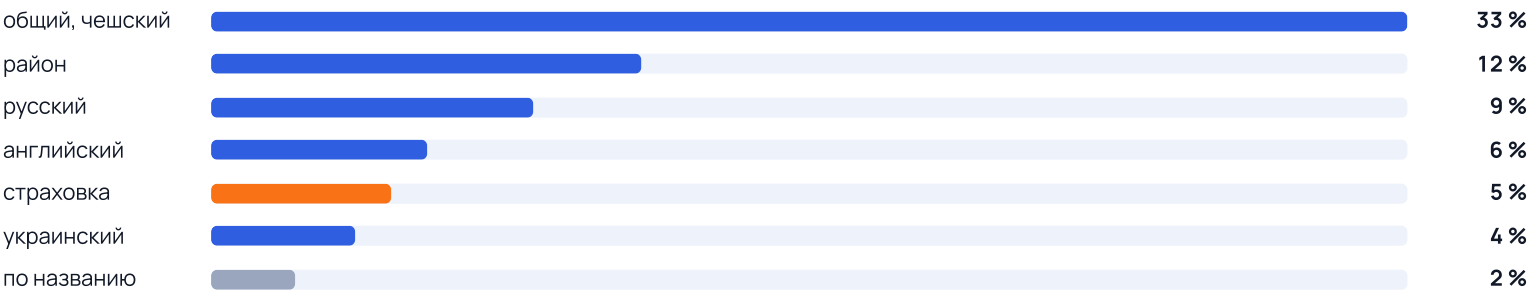
просмотров заканчиваются звонком

ПОЛЕ	СЕЙЧАС	ОЦЕНКА
Название	фамилия врача + ключевые слова	исправить
Категории	одна основная, дополнительных нет	дополнить
Часы	круглосуточно, 7 дней; праздники не заданы	исправить
Описание	на английском, с эмодзи и «24/7/365»	переписать
Услуги	пусто	заполнить
Запись	технический адрес сервиса записи, без меток	заменить
Фото	≈ 13, в основном здание; интерьера и команды почти нет	дополнить
Отзывы	4,8 · 340 отзывов · на последние три ответа нет	отвечать
Публикации	нет	начать
Атрибуты	оплата, парковка, «по записи» — заполнены	в порядке

Вывод: из карточки люди идут в основном на сайт, а не звонят. Поэтому первый экран сайта, языки и ссылка на запись влияют на результат сильнее, чем телефон в карточке.

05 · ЗАПРОСЫ

Что ищут люди, которые видят карточку



Основной объём — общий чешский запрос. Конкуренция там жёстче всего, поэтому важны категории, услуги и отзывы.

Про страховку спрашивают чаще, чем про цену. Если клиника работает без договоров со страховыми — прямо написать об оплате напрямую, чтобы не было разочарованных визитов.

По названию ищут мало, и в половине случаев — со словом «отзывы». Пациент проверяет репутацию перед записью.

06 · КОНКУРЕНТЫ

Три ближайших — и чем они сильнее

	ГДЕ	РЕЙТИНГ	ОТЗЫВОВ	ЧАСЫ	ОТВЕТЫ НА ОТЗЫВЫ
Вы	—	4,8	340	4 дня, до 17:00	нет
A	то же здание	4,1	45	с 7:00	есть
B	≈ 1 км	4,7	130	до 20:00	есть, короткие
C — лидер языкового сегмента	другой район	4,9	1 400	пн–сб 8–20	подробные

Сильные стороны и возможности

Рейтинг и число отзывов выше, чем у ближайших соседей. Приём на трёх языках, 30–45 минут на пациента. Чешский поиск и языковой сегмент можно забрать описанием, услугами и отзывами.

Слабые стороны и угрозы

Соседи открыты дольше и отвечают на отзывы. У лидера сегмента приём дешевле. По тому же адресу есть вторая карточка самой клиники — Google может счесть их дублями.

07 · ПЛАН

Четыре недели — и дальше ритм

НЕДЕЛЯ 1 Решения и часы часы, название, юрлицо, телефоны; убрать «24/7» везде	НЕДЕЛЯ 2 Наполнение описание, услуги, категории, ссылки с метками
НЕДЕЛЯ 3 Отзывы и фото ответы, просьба об отзыве из записи, 8–10 фото	НЕДЕЛЯ 4 Площадки реестр, каталоги, система записи, разметка сайта

Черновики в приложении

Описание на чешском, ≈ 600 из 750 знаков: кто и где → как принимаем → основные услуги → языки → оплата → как записаться. Без эмодзи и превосходных степеней.

Услуги — 12 позиций с ценами из прайса сайта, на чешском.

Что не проверено

Клики в чат и на запись — вкладки не открылись. Работа со страховками — клиника уточняет. Два сайта конкурентов не открылись.

Правовая оценка рекламных формулировок — не юридическая консультация.

Образец структуры. Выводы и порядок — из реального аудита; все цифры, число площадок и детали конкурентов изменены, специализация и название скрыты.