

# Куда двигаться дальше

Медведев Н.Н.

# Ресурсы

- - сайт компании МиП
- - сайт компании Б52
- - сайт компании Бурвод

# Цели

- - выделить тематические направления каждого ресурса в отдельную адаптивную страницу Landing-page
- - на каждой странице явно просто сформулировать назначение и стоимость услуги, придерживаться рекомендаций «Don't make me think»
- - Форму обратной связи детализировать до максимума и привязать к порталу
- - формируемые обращения превращать в ЛИД и запускать соответствующий бизнес-процесс обработки запроса
- - дать контекст на каждую услугу
- - вести анализ работы рекламы по регионам

# Приоритеты, на ком тестируем

- Приоритетной делаем компанию «Мальчиков и партнёры»
- Все силы туда, добиваемся отлаженной работы на портале по заявкам и обращениям.
- Далее на Б-52 и бурвод.

# Что потом?

- В процессе отработки технологии лидогенерации формируем коммерческое предложение для аналогичных компаний.
- Добавляем к предложению свое облачное хранилище с абонентской платой за свободное место.