

15 неща, които трябва да провериш в сайта си

Как твоят сайт да НЕ губи
клиенти?

Ръководство от Creativiso



Експертен чеклист за собственици на бизнес —
независимо дали имаш сайт или планираш такъв

Съдържание

Въведение	1
Как да използваш чеклиста:	2
Резултатът:	2
Първо впечатление	3
1. Липса на ясно послание какво предлагаш	4
2. Липса на ясен призив за действие	7
Техническа основа	11
3. Бавно зареждане	12
За техничари:	15
4. Проблеми с мобилната версия	15
Ако нещата са твърде технически:	18
5. Липса на SSL сертификат	19
Ако имаш проблеми:	22
За e-commerce сайтове:	22
6. Липса на GDPR съгласие за бисквитки	23
Важни правила за текста:	26
ВНИМАНИЕ:	26
Навигация и структура	27
7. Несъобразена структура на менюто	28
Специални съвети:	31
Честа грешка:	31
8. Липса на контактна информация на видно място	32
Специални съвети по видове бизнес:	35
Важно:	36

9. Големи блокове нечетим текст, лошо подравняване, прекалено дълги редове	36
Примери за подобрене:	40
Специални съвети по видове съдържание:	40
SEO и търсене	42
10. Липса на SEO заглавия и мета описания	43
Дизайн и брандинг	49
11. Липса на брандинг и последователност в дизайна	50
12. Проблеми с достъпността — контраст, размер на шрифтове, навигация с клавиатура	57
Доверие	65
13. Липса на информация „За нас”	66
14. Лоша оптимизация на изображенията	74
15. Липса на социални доказателства	80
Следващи стъпки	91
Искаш професионален сайт без главоболията?	92



Въведение

След над 20 години създаване на сайтове, знаем точно какво прави разликата между сайт, който работи, и сайт, който просто заема място в интернет.

Creativiso Xpress не е просто платформа — това е резултат от дългогодишен опит, страст към детайла и истинско партньорство с всеки клиент. Вярваме, че успехът на всеки бизнес започва с перфектното онлайн лице и затова нашата мисия е да помагаме на малките бизнеси да постигнат максимални резултати в дигиталното пространство.

Ние не предлагаме просто техническо решение, а цялостна стратегия, базирана на индивидуален подход, внимание към детайла и стремеж към дългосрочни отношения. Всеки сайт, създаден с Creativiso Xpress, е изграден така, че да бъде достъпен, бърз, красив и лесен за управление — независимо от опита на собственика.

Този чеклист съдържа 15-те най-критични неща, които виждаме, че липсват в 90% от сайтовете. Добрата новина? Повечето от тях можеш да оправиш за под час. Ако имаш нужда от партньор, който да се грижи за твоя успех онлайн — ние сме тук за теб.

Как да използваш чеклиста:

- Отвори своя сайт в браузъра
- Мини през всяка точка и отбележи какво липсва
- Започни с най-лесните за оправяне
- Ако нещо ти звучи твърде техническо — просто ни пиши, ще ти помогнем

Резултатът:

Сайт, който прави добро първо впечатление и наистина работи за твоя бизнес.

Първо впечатление



1. Липса на ясно послание какво предлагаш

Посетителите решават за 3 секунди дали да останат в сайта ти. Ако не разберат веднага какво предлагаш, си отиват.

✓ Как да проверя?

Тестът на 5-те секунди:

- ☐ Покажи началната страница на приятел или колега, който не познава бизнеса ти. Дай му да погледне 5 секунди, след което затвори страницата и го попитай: „Какво предлага този сайт?” Ако не може да отговори ясно, посланието ти не е достатъчно ясно.

Защо е важно?

Проучванията показват, че потребителите решават за 3–5 секунди дали да останат в сайт или да си тръгнат.

Обяснение как помагаш:

- ☐ Има ли под главното заглавие подзаглавие или кратък параграф, който обяснява конкретно как решаваш проблема на клиентите? Например: „Помагаме на малките магазини да удвоят продажбите си чрез професионален онлайн магазин” вместо общо „Предлагаме уеб услуги”.

Защо е важно?

Хората искат да знаят не само какво правиш, а как точно ще им помогнеш.

Ясна целева аудитория:

- Може ли посетителят веднага да разбере дали сайтът е за него? Написано ли е „за малки магазини“, „за психолози в София“ или подобно конкретно описание?

Защо е важно?

Когато хората виждат, че сайтът е специално за тях, се чувстват по-уверени, че ще получат релевантна помощ.

Конкретен резултат или полза:

- Споменава ли се ясно какъв резултат ще получат клиентите? Например: „Намали стреса си за 30 дни“ или „Готов сайт за 7 дни“ вместо общи обещания като „качествени услуги“.

Защо е важно?

Конкретните резултати създават доверие и помагат на хората да си представят как ще изглежда успехът.

✓ Как да оправя?

Стъпка 1: Създай силно основно заглавие

- Замени общи фрази като „Добре дошли“ или „Начало“ с конкретно описание на услугата
- Добри примери: „Психологическа помощ за справяне с тревожност“, „Изработваме качествени мебели по поръчка“, „Счетоводни услуги за малки фирми в София“

- Лоши примери: „Добре дошли в нашия сайт”, „Качествени услуги”, „Професионални решения”

Стъпка 2: Добави подзаглавие с конкретна полза

- Под главното заглавие напиши как точно помагаш: „За 8 седмици ще научиш техники за управление на стреса, които използват хиляди хора”
- Включи времева рамка, конкретен резултат или статистика, ако имаш

Стъпка 3: Уточни целевата аудитория

- Добави фраза като „за”, „подходящо за” или „специално за”: „за собственици на малки магазини”, „за хора над 30 години с проблеми със съня”, „за хора над 40 години с проблеми със сърцето”
- Това веднага показва дали сайтът е релевантен за посетителя

Стъпка 4: Тествай и подобрявай

- Попитай 3-5 приятели да погледнат страницата за 5 секунди
- Ако не могат да обяснят какво предлагаш, промени заглавието и тествай отново
- Повтаряй докато 8 от 10 души не разберат веднага какво правиш

Как Creativiso Xpress решава този проблем?

При изработката на всеки сайт винаги добавяме него секция с ясно, подходящо заглавие и описателен текст, който обяснява какво предлага бизнесът. Това правим независимо от типа на сайта — било то за услуги, продукти или корпоративен сайт. Разбира се, освен ако клиентът изрично не поиска друго решение.

2. Липса на ясен призив за действие

Ако посетителите не знаят какъв следващ ход да предприемат, няма да направят нищо. Губиш потенциални клиенти всеки ден.

✓ Как да проверя?**Основен призив към действие:**

- ☐ Влез в началната страница и погледни него секцията (първото, което се вижда). Има ли ясно видим бутон, който казва точно какво да направят посетителите? Бутонът трябва да се откроява визуално с цвят, размер или позиция.

Защо е важно?

70% от малките бизнес сайтове нямат ясен призив към действие, което означава, че губят потенциални клиенти всеки ден.

Конкретност на действието:

Ясно ли е какво точно ще се случи след натискане на бутона?

- ☐ Например „Изтегли безплатния чеклист от 15 страници“, „Виж всичките ни 47 проекта“, „Запази 20-минутна консултация“. Избягвай общи фрази като „Научи повече“ или „Започни сега“.

Защо е важно?

Конкретните обещания увеличават кликванията с до 40%, защото хората знаят точно какво ще получат.

Вторичен избор:

Освен основното действие, има ли „по-мека“ алтернатива за хора,

- ☐ които още не са готови да се ангажират? Например „Виж примерни цени“, „Прочети историите на клиенти“, „Изтегли безплатен ресурс“.

Защо е важно?

Не всички посетители са готови да купят веднага — вторичният призив ги задържа в сайта и ги води към бъдещо превръщане в клиенти.

Лесни алтернативи за контакт:

- ☐ Има ли видими телефон, имейл или чат бутон за хора, които предпочитат директен контакт?

Защо е важно?

Някои хора просто искат да говорят с истински човек преди да вземат решение.

✓ Как да оправя?**Стъпка 1: Създай основен призив към действие**

- Избери ЕДНО главно действие, което искаш посетителите да направят: запазване на час, поръчка, регистрация, изтегляне и т.н.
- Направи бутон с конкретен текст: „Запази безплатна консултация“, „Поръчай за 24 часа“, „Изтегли примерни проекти“
- Постави го на най-видното място в hero секцията
- Направи го различен цвят от останалите елементи на страницата

Стъпка 2: Добави конкретика

- Вместо „Свържи се“ → „Получи оферта за 2 часа“
- Вместо „Започни“ → „Започни 7-дневна безплатна пробна версия“
- Вместо „Научи повече“ → „Виж как работи за 3 минути (видео)“

Стъпка 3: Създай вторичен избор

- За консервативни посетители добави алтернатива: „Виж примерни цени”, „Прочети FAQ”, „Изтегли бизнес кейс”
- Направи го по-малък или по-дискретен от основния бутон
- Постави го близо до основния призив

Стъпка 4: Добави алтернативни контакти

- В горната част постави телефон
- Ако имаш чат, добави малка иконка в долния ъгъл
- Увери се, че са видими, но не се конкурират с основния призив

Стъпка 5: Тествай ефективността

- Следи с Google Analytics кои бутони се натискат най-много
- Тествай различни версии на текста за 1-2 седмици
- Попитай клиенти какво ги е накарало да се свържат с теб

Как Creativiso Xpress решава този проблем?

Когато изработваме сайт за клиентите ни, винаги се стараем да поставим подходящ основен призив за действие в hero секцията. Бутонът е ясно видим, с контрастен цвят и конкретен текст, който насърчава потенциалните клиенти да предприемат следващата стъпка.

Техническа ОСНОВА



3. Бавно зареждане

Хората очакват сайтът да се зареди за под 3 секунди. След това просто си отиват — особено на мобилни устройства.

✓ Как да проверя?

Google PageSpeed Insights тест:

- ☐ Отиди на pagespeed.web.dev, въведи адреса на сайта си и натисни „Analyze”. Виж оценката за мобилен и десктоп — трябва да е поне 70+ за добра скорост. Обърни внимание на препоръките в червено и жълто.

Защо е важно?

Google използва скоростта като фактор за класиране в търсенето, а 53% от хората напускат сайт, който се зарежда над 3 секунди.

Реален мобилен тест:

- ☐ Изключи Wi-Fi на телефона си, включи само мобилния интернет и опитай да заредиш сайта си. Зарежда ли се за под 5 секунди? Чувстваш ли го като бавен?

Защо е важно?

Инструментите *ometimes* не показват реалното усещане — твоето собствено впечатление е най-важното.

Проверка на изображенията:

- Отвори сайта си, натисни F12 → Network → Img и презареди страницата. Виж размера на снимките — има ли файлове над 500KB? Използваш ли модерни формати като AVIF вместо старите JPG или PNG?

Защо е важно?

Неоптимизираните снимки са причина №1 за бавни сайтове.

Тест за кеширане:

- Зареди страницата два пъти подред — втория път трябва да е значително по-бърз. Ако не е, кеширането не работи правилно.

Защо е важно?

Кеширането прави повторните посещения мигновени и подобрява потребителското преживяване.

✓ Как да оправя?

Стъпка 1: Оптимизирай изображенията (най-важното)

- Свали всички снимки от сайта си
- Компресирай ги с безплатен инструмент като [TinyPNG.com](https://tinypng.com), [Squoosh.app](https://squoosh.app) или [Compressor.io](https://compressor.io)
- Цел: Всяка снимка под 200KB, най-големите под 500KB
- За нови снимки: винаги ги оптимизирай преди качване

Стъпка 2: Премахни ненужното

- Провери кои плъгини използваш — махни всички, които не са абсолютно необходими
- Премахни стари снимки, които не използваш
- Ако имаш много шрифтове, остави само 1-2

Стъпка 3: Включи кеширането

- Ако си на друга платформа: попитай хостинг доставчика си как да включиш кеширане
- Тествай след настройката — втората заявка трябва да е много по-бърза

Стъпка 4: Провери хостинга

- Ако сайтът все още е бавен, проблемът може да е хостинга
- Избягвай най-евтините варианти — обикновено са най-бавни

Стъпка 5: Измери подобрението

- Тествай отново с PageSpeed Insights
- Цел: оценка 75+ на мобилен, 90+ на десктоп
- Ако не достигаш тези цифри, обърни се към специалист

За техничари:

Провери Core Web Vitals (LCP, FID, CLS), активирай Gzip компресия, използвай lazy loading за изображения, минимизирай CSS и JS файлове.

Постоянно оптимизираме платформата за максимална скорост на зареждане. Автоматично преоразмеряваме всички изображения и ги конвертираме в най-съвременни формати като AVIF, което значително намалява размера им. Избягваме използването на прекалено много стилове и скриптове, така че целият сайт да остане максимално „лек“ и бърз. Използваме комплексна сървърна архитектура, за стабилната и бърза работа на сайтовете, а не споделен хостинг.

4. Проблеми с мобилната версия

Над 60% от хората влизат в сайтове през телефона си. Ако сайтът ти не изглежда добре на мобилен, губиш повечето от потенциалните си клиенти.

✓ Как да проверя?

Тест за четливост на текста:

- ☐ Отвори сайта си на телефон без да увеличаваш (zoom). Четлив ли е текстът комфортно? Можеш ли да прочетеш заглавията и параграфите без да се взираш?

Защо е важно?

61% от хората посещават сайтове от мобилен телефон, и ако текстът не се чете лесно, веднага си отиват.

Тест за лесно натискане:

- ☐ Опитай да натиснеш всички бутони и връзки на телефона си. Лесно ли се натискат с палец или трябва да се прицелваш? Има ли достатъчно място около тях?

Защо е важно?

Малките, труднодостъпни бутони водят до фрустрация и изоставени покупки.

Проверка на менюто:

- ☐ Натисни иконката за меню (обикновено 3 хоризонтални линии). Отваря ли се лесно? Можеш ли да достигнеш всички секции? Затваря ли се лесно след избор?

Защо е важно?

Ако менюто не работи на мобилен, посетителите не могат да намерят това, което търсят.

Тест на всички елементи:

- ☐ Премини през целия сайт на телефона си. Снимките зареждат ли се правилно и в правилен размер? Видеата работят ли? Формулярите могат ли да се попълват лесно?

Защо е важно?

Дори един „счупен“ елемент на мобилен екран може да спре клиент от покупка или контакт.

✓ Как да оправя?**Стъпка 1: Провери и поправи текста**

- Основният текст трябва да е поне 16px размер на мобилни
- Заглавията трябва да са достатъчно големи за лесно четене
- Редовете не трябва да са твърде дълги — максимум 50-60 символа на ред
- Ако текстът е твърде малък, увеличи размера на шрифта

Стъпка 2: Оптимизирай бутоните

- Всеки бутон трябва да е поне 44px височина и ширина
- Остави поне 8px свободно пространство около бутоните
- Направи ги с ясен цвят, който се откроява от фона
- Тествай ги с палец — трябва да се натискат с първия опит

Стъпка 3: Поправи менюто

- Убеди се, че има ясна иконка за меню (обикновено ≡)
- Менюто трябва да заема поне 80% от екрана когато е отворено

- Всеки елемент от менюто трябва да е достатъчно голям за лесно натискане
- Добави X или „Затвори” бутон за затваряне на менюто

Стъпка 4: Оптимизирай изображенията

- Всички снимки трябва да се мащабират автоматично към ширината на екрана
- Не трябва да има хоризонтален скрол заради големи изображения
- Провери дали не се показват твърде малки или размазани

Стъпка 5: Тествай формулярите

- Всяко поле за въвеждане трябва да е лесно за избор и попълване
- При фокус върху поле, екранът не трябва да „скача” или да променя оформлението
- Бутонът за изпращане трябва да е достатъчно голям

Ако нещата са твърде технически:

- Кажу на уеб дизайнера си, че искаш адаптивен дизайн (responsive design)
- Покажи му този чеклист и обясни какво не работи
- Помоли го да тества на истински телефони, не само на компютъра

Важно: Винаги тествай на истински телефони, не само на компютър с малък прозорец!

Платформата е 100% оптимизирана за мобилни устройства. Всички елементи се адаптират автоматично към различните размери на екраните, а текстът и бутоните са винаги с подходящ размер за лесно четене и натискане на всяко мобилно устройство.

5. Липса на SSL сертификат

Важно!

Защо е важно: Без SSL сертификат браузърите показват сайта ти като „несигурен“, а Google го наказва в резултатите от търсене. Изглеждаш непрофесионално.

✓ Как да проверя?

Проверка на адресната лента:

- Погледни адресната лента на браузъра когато си в сайта. Започва ли с „https://“ (не „http://“) и има ли зелена иконка на катинар вляво от адреса? Ако виждаш червен знак или предупреждение „Not Secure“, нямаш SSL.

Защо е важно?

Google наказва сайтове без SSL в търсенето, а 84% от хората напускат сайт, който браузърът маркира като „несигурен“.

Тест на Всички страници:

- ☐ Провери не само началната страница, а и поне 3-4 други важни страници (За нас, Услуги, Контакти). Всички ли показват <https://> и катинарчето?

Защо е важно?

Понякога само част от сайта е незащитена, което създава смесица от сигурни и несигурни страници.

Предупреждения за несигурност:

- ☐ Отвори сайта в нов прозорец в инкогнито режим. Появяват ли се предупреждения като „Връзката ви не е поверителна” или „Този сайт не е защитен”?

Защо е важно?

Ако има такива предупреждения, хората просто няма да влязат в сайта ти.

Проверка за смесено съдържание:

- ☐ Натисни F12, отиди на Console таба и презареди страницата. Има ли грешки за „Смесено съдържание” или „Несигурно съдържание”? Това означава, че имаш HTTP елементи в HTTPS страница.

Защо е важно?

Смесеното съдържание може да направи сайта да изглежда „частично сигурен” или да „счупи” някои функционалности.

✓ Как да оправя?

Стъпка 1: Провери какъв SSL имаш

- Отиди в адресната лента и кликни на катинарчето (ако има)
- Ако няма катинарче или пише „Не е защитено“, нямаш SSL изобщо
- Ако пише „Връзката е защитена“, имаш SSL, но може да имаш други проблеми

Стъпка 2: Поискай SSL от хостинг доставчика

- Свържи се с техническата поддръжка на хостинг фирмата
- Кажу им: „Искам да активирам SSL сертификат за домейна ми“
- Повечето модерни хостинг услуги го предлагат БЕЗПЛАТНО

Стъпка 3: Активирай пренасочването

- След като имаш SSL, попитай хостинг доставчика да активира „принудително SSL пренасочване“! Това автоматично пренасочва `http://` към `https://`
- Или се свържи с хостинг доставчика си за помощ с SSL настройката

Стъпка 4: Провери вътрешните връзки

- Влез в сайта си и провери дали всички връзки към други страници започват с `https://`

- Ако намериш <http://> връзки, промени ги на <https://>
- Внимавай особено при връзки към снимки, видеа или файлове

Стъпка 5: Тествай всичко отново

- Провери всички важни страници
- Убеди се, че всяка показва зеления катинар
- Тествай формуляри, ако имаш — трябва да работят нормално

Ако имаш проблеми:

- Понякога активирането отнема до 24 часа
- Ако хостинг доставчикът иска пари за SSL, смени доставчика — наистина трябва да е безплатно
- Ако използваш стара хостинг фирма, може да е време за промяна

За e-commerce сайтове:

SSL е ЗАДЪЛЖИТЕЛЕН — без него не можеш да приемаш плащания онлайн. Никога не въвеждайте лични данни в сайт без SSL!

Платформата автоматично подновява SSL сертификатите на сайтовете на всички клиенти без никакви допълнителни разходи. Това означава, че сайтът винаги ще се показва като сигурен в браузърите, без да се налага клиентите да се притесняват за технически детайли или изтичащи сертификати. Всички необходими пренасочвания също са автоматизирани.

6. Липса на GDPR съгласие за бисквитки

Защо е важно: GDPR е закон в ЕС и България. Ако събираш данни от посетители без правилно съгласие, рискуваш глоби до 20 милиона евро. Важно е това съгласие да отговаря и на изискванията на Google Consent Mode 2, така че рекламите ти в Google да работят безпроблемно.

✓ Как да проверя?

Тест за GDPR банер:

- ☐ Влез в сайта си в инкогнито режим (за да симулираш нов посетител). Появява ли се банер или изкачащ прозорец за бисквитки в първите секунди? Ако не се появява нищо, нямаш GDPR защита.

Защо е важно?

GDPR е ЗАКОН в ЕС и България. Глобите могат да достигнат до 20 милиона евро или 4% от годишния оборот.

Проверка за избор:

- ☐ Когато се появи банерът, има ли опции като „Приеми всички“, „Приеми необходимите“, „Персонализирай настройките“? Или има само бутон „ОК“ или „Приеми“?

Защо е важно?

Простото „Приеми“ БЕЗ възможност за избор нарушава GDPR и може да доведе до глоби.

Тест на реалното действие:

- ☐ След като направиш избор в банера, влез в Google Analytics (ако имаш). Ако си отказал аналитичните бисквитки, но все пак се записват посещенията ти, банерът е само за показ и НЕ работи реално.

Защо е важно?

Много банери са само визуални и не спират реално бисквитките — това е сериозно нарушение.

Проверка за политика за поверителност:

- ☐ Има ли линк от банера към подробна политика за поверителност? Тя трябва да обяснява какви данни събираш, как ги използваш и как могат да се изтрият.

Защо е важно?

GDPR изисква прозрачност — хората трябва да знаят какво правиш с данните им.

✓ Как да оправя?

Стъпка 1: Инсталирай правилен GDPR плъгин

- За различни платформи: Cookiebot, OneTrust или подобни GDPR решения
- Избягвай безплатни плъгини, които само показват банер без да спират бисквитките

Стъпка 2: Настрой правилните категории

- **Необходими:** Винаги разрешени — за работата на сайта
- **Аналитични:** Google Analytics, Facebook Pixel и подобни
- **Маркетингови:** Реклами, ремаркетинг, социални мрежи
- **Персонализация:** Запомняне на предпочитания, чатботове

Стъпка 3: Създай политика за поверителност

- Използвай генератор като iubenda.com или се посъветвай с юрист
- Включи: какви данни събираш, защо, колко време ги пазиш, как могат да се изтрият
- Добави линк към нея в банера и във footer-а на сайта

Стъпка 4: Интегрирай сайта с Google Consent Mode v2

- Настрой сайта да работи с Google Consent Mode v2
- Това е ЗАДЪЛЖИТЕЛНО от март 2024 за Google Ads в ЕС
- Ако не го направиш, Google Ads може да спре рекламите ти или да не достигнат до достатъчно хора

Стъпка 5: Тествай внимателно

- Тествай в инкогнито режим
- Откажи всички бисквитки и провери дали Analytics спира да записва

- Провери дали банерът се появява отново след изчистване на браузъра

Важни правила за текста:

- Използвай ясен български език, не правен жаргон
- Обясни ползите за потребителя, не само техническите детайли
- Дай възможност за лесна промяна на решението по-късно

ВНИМАНИЕ:

Това не е правен съвет! За критични бизнеси задължително се консултирай с юрист, специализиран в GDPR. Различните бизнеси имат различни изисквания.

В платформата има въведено GDPR-съвместимо съгласие за бисквитки, което реално „уважава“ избора на потребителя, а не само показва съобщение. Системата спира или разрешава реалното проследяване според избора на посетителя. Съгласието е напълно съвместимо и с изискванията на Google Consent Mode v2. Работим и с партньорски юридически кантори, които могат да изготвят необходимите документи.

Навигация и структура



7. Несъобразена структура на менюто

Менюто е като пътеводителя на сайта ти. Ако хората не могат бързо да намерят това, което търсят, просто отиват при конкуренцията.

✓ Как да проверя?

Тест за яснот на менюто:

- ☐ Погледни главното меню на сайта си. За 3 секунди можеш ли да кажеш къде да кликнеш за: услугите ти, цените и как да се свържат с теб? Ако се колебаеш или търсиш, менюто не е достатъчно ясно.

Защо е важно?

76% от посетителите напускат сайт, ако не могат да намерят бързо това, което търсят.

Брое на елементите:

- ☐ Преброй основните раздели в менюто. Има ли повече от 7? Правилото е „7±2” — хората могат лесно да обработят максимум 7-9 елемента наведнъж.

Защо е важно?

Твърде много опции предизвикват „анализ парализ” (анг. analysis paralysis) — хората не могат да изберат и просто си отиват.

Тест за разбираемост на названията:

- ☐ Покажи менюто на приятел, който не знае бизнеса ти. Разбира ли веднага какво се крие зад всяко название? Например „Експертиза” е неясно, а „Наши услуги” е ясно.

Защо е важно?

Креативните названия объркват хората — те търсят познати думи като „Услуги”, „Цени”, „Контакти”.

Мобилен тест на менюто:

- ☐ Отвори сайта на телефон. Менюто лесно ли се отваря? Всички елементи достъпни ли са? Затваря ли се само когато избереш секция?

Защо е важно?

Повече от 60% от хората използват мобилни устройства — ако менюто не работи там, губиш мнозинството от посетителите.

✓ Как да оправя?

Стъпка 1: Създай логическа структура

- Използвай стандартния ред: **Начало → За нас → Услуги, Продукти → Портфолио, Проекти → Цени → Контакти**
- Това е реда, по който хората естествено мислят когато търсят услуга

- Ако имаш блог или продукти, сложи ги между „Услуги” и „Цени”

Стъпка 2: Опрости названията

- **Добри примери:** „Услуги”, „За нас”, „Цени”, „Контакти”, „Портфолио”
- **Лоши примери:** „Експертиза”, „Решения”, „Офериране”, „Свързване”
- **Правило:** Ако баба ти не разбира названието, го промени

Стъпка 3: Намали броя елементи

- Ако имаш повече от 7 основни раздела, групирай ги
- Например: „Услуги” може да включва всички различни услуги като подменю
- Или премести по-малко важните неща във footer-а

Стъпка 4: Организирай подменютата (ако са нужни)

- Максимум 2 нива дълбочина (Услуги → Уеб дизайн → ☒ Не прави трето ниво)
- В подменюто сложи максимум 5-6 елемента
- Всеки елемент трябва да се чете лесно, без да се налага зумиране

Стъпка 5: Оптимизирай за мобилен

- Убеди се, че иконката за меню (≡) е ясно видима

- Всеки елемент от менюто трябва да е поне 44px висок за лесно натискане
- Добави „Затвори” бутон или X за затваряне на менюто
- Тествай на истински телефон, не само на компютъра

Стъпка 6: Добави визуални подсказки

- Използвай различен цвят или подчертаване за активната страница
- Препоръчително е подменюто да се отваря при натискане, а не при преминаване с мишката
- Ако имаш подменю, добави малка стрелка до елементите, за да видимо кои са те

Специални съвети:

- **За e-commerce:** Добави бутон „Количка”, който е винаги видим
- **За блогове:** Добави „Търсене” функция

Честа грешка:

Не слагай твърде много неща в менюто! По-добре е да имаш прост, ясен навигационен панел и да сложиш допълнителните връзки във footer-а или в съдържанието на страниците.

Когато създаваме сайтове за клиентите ни, винаги съобразяваме елементите в менюто, така че да са в оптимален брой и да съдържат

най-важното. Менюто е 100% оптимизирано за мобилни устройства и следва най-добрите практики за потребителско преживяване.

8. Липса на контактна информация на видно място

Хората искат да знаят как да се свържат с теб. Ако трябва да търсят твоя телефон или имейл, много от тях просто няма да се опитат.

✓ Как да проверя?

Тест за видимост на контактите:

- ☐ Влез в началната страница и погледни за 5 секунди. Виждаш ли веднага телефон, имейл или адрес БЕЗ да търсиш или скролваш? Ако не ги виждаш в първите секунди, те не са достатъчно видими.

Защо е важно?

44% от потенциалните клиенти напускат сайт, ако не могат бързо да намерят как да се свържат с бизнеса.

Проверка в header и footer:

- ☐ Има ли поне телефон в горната част на страницата (header) или пълна контактна информация в долната част (footer)? Това трябва да се вижда на всяка страница, не само на „Контакти“.

Защо е важно?

Хората решават импулсивно да се обадят — ако не виждат телефон веднага, моментът минава.

Тест за карта и локация:

- ☐ Ако имаш физически офис или магазин, има ли интерактивна карта с точната локация? Не само адрес, а истинска карта от Google Maps?

Защо е важно?

86% от хората проверяват локацията на бизнеса преди посещение — без карта губиш локални клиенти.

Проверка за работно време:

- ☐ Ясно ли е посочено кога работиш? Включени ли са всички дни от седмицата, почивни дни, обедна почивка?

Защо е важно?

Неяснотата относно работното време води до пропуснати обаждания и фрустрирани клиенти.

✓ Как да оправя?

Стъпка 1: Добави контакти в header-a

- В най-горната част на сайта добави поне телефон
- Направи го кликваем (tel: линк) за мобилни потребители
- Формат: „+359 XX XXX XXXX” или „087 XXX XXXX”
- Добави малка иконка на телефон за визуален акцент

Стъпка 2: Създай пълен footer с контакти

- Адрес (пълен, с пощенски код)
- Телефон за връзка
- Имейл за контакт
- Работно време за всеки ден
- Линкове към социални мрежи (ако имаш)

Стъпка 3: Направи отделна страница „Контакти”

- Всички контактни данни на едно място
- Интерактивна Google Maps карта с точната локация
- Формуляр за контакт като алтернатива на имейл и телефон
- Снимки на офиса или магазина (ако е подходящо)
- Инструкции за паркиране, обществен транспорт

Стъпка 4: Оптимизирай за мобилни потребители

- Направи телефона кликаем (автоматично набира)
- Направи имейла кликаем (отваря имейл приложението)
- Направи адреса кликаем (отваря навигация)
- Добави WhatsApp бутон, ако използваш

Стъпка 5: Добави контактна информация на стратегически места

- В края на всяка важна страница
- До призивите за действие („Свържи се с нас за оферта”)

- В менюто (бутон „Контакти” или телефон)
- При описанието на услугите

Стъпка 6: Настрой Google My Business

- Създай или обнови профила си в Google My Business
- Синхронизирай информацията между сайта и Google
- Добави същия телефон, адрес, работно време
- Това помага на хората да те намерят в Google търсене

Специални съвети по видове бизнес:

За услуги (психолози, адвокати, консултанти):

- Телефон и имейл са най-важни
- Добави часове за консултации
- Опция за онлайн срещи

За ресторанти или кафенета:

- Телефон за резервации
- Пълно работно време (включително кухнята)
- Опция за доставка и поръчки

За магазини:

- Адрес с подробни инструкции

- Телефон на магазина
- Различни работни часове за различни дни

За онлайн бизнеси:

- Имейл за поддръжка
- Чат функция (ако е възможно)
- Телефон за спешни случаи

Важно:

Проверявай редовно дали контактната информация е актуална. Сменен телефон или адрес може да ти струва клиенти!

На всеки сайт, създаден с платформата Creativiso Xpress, автоматично се поставя пълна контактна информация в най-долната част на сайта (footer), както и ясно видим телефон за връзка в най-горната част (header). Това гарантира, че потенциалните клиенти винаги могат лесно да намерят начин за контакт.

9. Големи блокове нечетим текст, лошо подравняване, прекалено дълги редове

Хората четат онлайн различно — сканират, не четат дума по дума. Големи блокове текст ги плашат и те си отиват, без да прочетат нищо. Лошото форматиране намалява четимостта с до 40%.

✓ Как да проверя?

Тест за размер на параграфите:

- ☐ Отвори началната си страница и преброй редовете в най-дългия параграф. Има ли повече от 4-5 реда? Ако да, текстът е твърде дълъг за онлайн четене.

Защо е важно?

Проучванията показват, че хората четат само 20% от текста на уеб страница — големите блокове ги отказват напълно.

Проверка на подравняването:

- ☐ Текстът подравнен ли е в центъра (center) или двустранно (justified)? И двете варианта са лоши за четене онлайн. Правилното е подравняване вляво.

Защо е важно?

Центрираният текст е труден за следене с очи, а justified създава неравномерни празнини между думите.

Измерване на дължината на редовете:

- ☐ Отвори страница с много текст. Преброй символите в един ред (включително интервалите). Има ли повече от 60-70 символа? Това е твърде дълго за удобно четене.

Защо е важно?

Дълги редове карат очите да правят твърде дълги движения, което уморява и намалява разбирането.

Проверка за списъци и структура:

Виждаш ли на страниците си номерирани или неномерирани списъци (булети), подзаглавия, удебелен текст за акценти? Ако всичко е в един формат, четенето е тежко.

Защо е важно?

Визуалната йерархия помага на мозъка да обработва информацията по-лесно и да запомня важното.

✓ Как да оправя?

Стъпка 1: Раздели дългите параграфи

- Правило: Максимум 3-4 изречения на параграф
- След всяка завършена тема направи нво параграф
- Ако обясняваш сложна тема, раздели я на логически части
- Добавяй празни редове между параграфите за визуална почивка

Стъпка 2: Промени подравняването

- Винаги използвай подравняване вляво (left-align)
- Никога не центрирай дълги текстове

- Избягвай justified (двустранно) подравняване
- Заглавията могат да бъдат центрирани, но не и основният текст

Стъпка 3: Контролирай дължината на редовете

- Настрой ширината на текстовете колони на максимум 65 символа
- Използвай CSS max-width: 65ch или подобно. Това е един от начините.
- На мобилни устройства това се регулира автоматично
- При много широки екрани раздели съдържанието на колони

Стъпка 4: Добави структура и визуална йерархия

- Използвай подзаглавия (H2, H3) на всеки 2-3 параграфа
- Прави списъци с булети (•) или номера (1, 2, 3)
- Акцентирайте важни фрази с **удебеляване** или *курсив*
- Добавяй кавички или цветни блокчета за важни цитати

Стъпка 5: Използвай „празно пространство“

- Не се страхувай от празните области — те помагат за фокус
- Добавяй допълнително разстояние между секциите
- Използвай margins и padding щедро
- Мисли за страницата като за „въздушна“, не претъпкана

Стъпка 6: Добави визуални елементи

- Разчупи дългите текстове със снимки или графики
- Използвай иконки до важни точки
- Добавяй цветни блокчета за съвети или предупреждения
- Насочете вниманието на важна информация в отделни кутии

Примери за подобрение:

Преди (лошо):

След (добро):

Специални съвети по видове съдържание:

За блог статии:

- Добавяй подзаглавия на всеки 200-300 думи
- Започвай с кратко резюме от 2-3 реда
- Завършвай със заключение и следващи стъпки

За описание на услуги:

- Започни с ползите, не с характеристиките
- Използвай номерирани списъци за процеси
- Добави препоръки между секциите

За търговски страници:

- Направи най-важната информация под 50 думи
- Използвай булети (•) за предимства
- Добави визуални елементи на всеки 100-150 думи

Важно правило: Ако текстът ти не може да се прочете удобно на мобилен телефон, той е твърде сложен и за компютър!

Платформата разполага с разнообразие от правилно форматиран секции, в които текстът винаги е ясен и четим. Доста често „разбиваме” и преформатираме текстовете на клиентите ни, така че да са по-четими, с подходящи параграфи, заглавия и визуална йерархия.

SEO и търсене



10. Липса на SEO заглавия и мета описания

Защо е важно: Това е първото нещо, което хората виждат за сайта ти в Google. Без тях изглеждаш непрофесионално и губиш възможности да те намерят, а 93% от онлайн преживяванията започва с търсачка.

✓ Как да проверя?

Проверка на title таговете:

- ☐ Погледни таба на браузъра когато си на различни страници от сайта си. Има ли описателно заглавие или само пише „Начало”, „Неозаглавен” или името на компанията? Всяко заглавие уникално ли е?

Защо е важно?

Title тагът е най-важният SEO елемент — той се показва като синия линк в Google резултатите.

Инсталиране на SEO инструмент:

- ☐ Добави безплатното разширение „SEO Meta in 1 Click” в Chrome или Firefox. Отвори всяка страница от сайта си и провери какво показва инструментът за Title, Description и други мета данни.

Защо е важно?

Този инструмент показва точно какво „вижда” Google когато сканира сайта ти.

Онлайн SEO проверка:

- ☐ Използвай <https://seositecheckup.com/> или <https://www.seobility.net/en/seocheck/> — въведи URL-а си и провери резултатите за мета данни. Има ли червени предупреждения?

Защо е важно?

Тези инструменти дават цялостен поглед върху SEO статуса и показват какво трябва да поправиш първо.

Тест за уникалност:

- ☐ Провери дали всяка страница (Начало, За нас, Услуги, Контакти) има различно заглавие и описание.

Защо е важно?

Еднаквите мета данни объркват Google и търсещите, което намалява шансовете ти да бъдеш намерен.

✓ Как да оправя?

Стъпка 1: Създай уникални title тагове за всяка страница

Формула за добър title:

[Основна ключова дума] + [Локация (ако е локален бизнес)] + [Бранд име]

Примери по видове страници:

Начална страница:

- **Добър:** „Психотерапевт София — Помощ при тревожност и депресия | Д-р Иван Иванов”
- **Лош:** „Добре дошли в нашия сайт”

Услуги:

- **Добър:** „Уеб дизайн и създаване на сайтове Пловдив | Creativiso”
- **Лош:** „Нашите услуги”

За нас:

- **Добър:** „За нас — 15 години опит в дигитален маркетинг | [Име на фирмата]”
- **Лош:** „За нас”

Стъпка 2: Напиши ефективни мета описания

Правила за мета описанията:

- Дължина: 150-160 символа (включително интервали)
- Включи основната ключова дума в първите 120 символа
- Добави призив за действие
- Обясни уникалната стойност

Примери за мета описания:

За психотерапевт: „Професионална психотерапия в София за тревожност, депресия и стрес. 10+ години опит. Първата консултация е безплатна. Запази час ☎ 0888 123 456”

За ресторант: „Автентична българска кухня в сърцето на София. Домашно приготвена храна, уютна атмосфера. Резервации: 02 123 456. Отворено всеки ден 11:00-23:00”

За адвокат: „Адвокатски услуги в Пловдив — семейно, трудово, наказателно право. 15+ години опит. Безплатна консултация. Обади се сега: 032 123 456”

Стъпка 3: Техническо внедряване

- HTML сайтове: Добади в <head> секцията на всяка страница:

Стъпка 4: Оптимизиране за ключови думи

Намери правилните ключови думи:

1. Мисли как клиентите ти търсят в Google
2. Използвай Google Keyword Planner (безплатен)
3. Виж какво предлагат конкурентите ти в техните title тагове
4. Включи локация, ако си локален бизнес

Добри ключови думи примери:

- “зъболекар София център”
- “адвокат семейно право Пловдив”
- “фризьор дамски прически Варна”
- “счетоводни услуги малки фирми”

Стъпка 5: Тестване и мониторинг

1. **Проверка с Google:** Търси „site:твоятдомейн.com” в Google и виж как се показват страниците ти
2. **Search Console:** Регистрирай сайта в Google Search Console за да видиш как Google индексира страниците ти
3. **Проследяване на позиции:** Следи дали страниците ти се класират по-добре след промените (дава резултат след 2-4 седмици)

Стъпка 6: Избягвай честите грешки

Как НЕ се прави:

- Keyword stuffing (нарупване на ключови думи)
- Еднакви title тагове за различни страници
- Прекалено дълги или къси описания
- Обещания, които не можеш да изпълниш

Как се прави:

- Уникален и описателен title за всяка страница

- Естествен език в описанията
- Включи телефон или призив за действие в описанието
- Обнови редовно според промените в бизнеса

Заклучение: Добрите SEO мета данни са като добрата витрина — привличат правилните хора и им дават основание да влязат. Без тях дори най-хубавият сайт остава невидим в Google.

Платформата има специални полета за мета заглавия и мета описания на всяка страница, като автоматично дава съвети за оптималната им дължина. Това гарантира, че всеки сайт е правилно оптимизиран за търсачките още от самото начало. Тя отговаря на всички технически изисквания за едно добро класиране в търсачките.

Дизайн и брандинг



11. Липса на брандинг и последователност в дизайна

Защо е важно: Непоследователният дизайн прави сайта ти да изглежда аматьорски и намалява доверието. Хората несъзнателно свързват добрия дизайн с качествена услуга. Силният брандинг те прави по-запомнящ се. 38% от хората спират да използват сайт, ако съдържанието или дизайнът не са привлекателни.

✓ Как да проверя?

Тест за цвetoва консистентност:

- ☐ Отвори 3-4 различни страници от сайта си. Използват ли се еднакви цвetoве за заглавия, връзки, бутони? Или всяка страница изглежда различно?

Защо е важно?

Непоследователните цвetoве карат посетителите да се чувстват объркани и намаляват доверието с 40%.

Проверка на логото:

- ☐ Има ли логото ти на всяка страница? Винаги ли е на същото място? Кликаемо ли е и води ли към началната страница?

Защо е важно?

Логото е най-важният елемент за разпознаване — без него хората не си спомнят кой си.

Консистентност на бутоните:

- ☐ Погледни всички бутони в сайта (Контакт, Купи, Научи повече и т.н.). Еднакъв ли е цветът, размерът, формата? Реагират ли еднакво при натискане или преминаване с мишката?

Защо е важно?

Различните стилове на бутони объркват потребителите и намаляват конверсиите.

Проверка на шрифтовете:

- ☐ Използват ли се максимум 2-3 различни шрифта в целия сайт? Или всяка секция има различен шрифт?

Защо е важно?

Твърде много шрифтове създават визуален хаос и правят сайта труден за четене.

✓ Как да оправя?

Стъпка 1: Създай цветова палитра

Избери 3-5 основни цвята:

- **Основен цвят:** За най-важните елементи
- **Вторичен цвят:** За бутони и акценти
- **Неутрален цвят:** За текст (обикновено тъмносив)
- **Фонов цвят:** Бял или много светъл

- **Акцентен цвят:** За предупреждения или специални елементи

Къде да намериш вдъхновение:

- coolers.co — генерира автоматично цветови палитри
- Погледни логото си — извлечи цветовете от него
- Виж сайтовете на конкурентите в твоята област
- Adobe Color — професионални цветови комбинации

Примери на добри цветови схеми:

- **Медицински услуги:** Син + бял + светлосив
- **Ресторант:** Червен + златист + кремав
- **Адвокатски услуги:** Тъмносин + златист + сив
- **IT услуги:** Син + оранжев + тъмносив

Стъпка 2: Избери и приложи шрифтове

Правило за шрифтовете:

- **Заглавия:** 1 шрифт (може да е по-декоративен)
- **Основен текст:** 1 шрифт (винаги четим)
- **Акценти:** Максимум 1 допълнителен шрифт

Добри комбинации:

- **Професионален:** Roboto (текст) + Montserrat (заглавия)

- **Еlegantен:** Georgia (текст) + Playfair Display (заглавия)
- **Модерен:** Open Sans (текст) + Lato (заглавия)
- **Традиционен:** Times New Roman (текст) + Arial (заглавия)

Къде да намериш безплатни шрифтове:

- Google Fonts: fonts.google.com (препоръчително)
- DaFont (внимавай — не всички са за комерсиални цели)

Стъпка 3: Стандартизирай елементите

Бутони — създай единен стил:

- Еднакъв цвят за всички основни бутони
- Еднакви размери (напр. 44px височина минимум)
- Еднакво закръгляне на ъглите
- Еднакви hover ефекти
- Еднакъв шрифт и размер на текста

Заглавия — направи йерархия:

- H1: Най-голям (използвай само веднъж на документ)
- H2: Средни подзаглавия
- H3: По-малки подзаглавия
- Еднакви отстояния между заглавията

Снимки — унифицирай размерите:

- Еднакви пропорции (напр. всички 16:9 или 4:3)
- Еднакъв стил на обработка (филтри, наситеност)
- Еднакви заобляния на ъглите, ако използваш

Стъпка 4: Позиционирай логото правилно

Място на логото:

- Обикновено горе в ляво (стандартно очакване от страна на посетителите)
- Видимо на всяка страница
- Кликаемо — води към началната страница
- Не твърде голямо (не повече от 15% от header-a)

Версии на логото:

- Главна версия — пълноцветна за бял фон
- Инвертирана версия — за тъмни фонове
- Монохромна версия — за специални случаи
- Малка иконка — за favicon

Стъпка 5: Създай Style Guide документ

Документирай стандартите си:

Ако можеш да си го позволиш, най-добре наеми опитен дизайнер, който да ти помогне с тази задача!

Стъпка 6: Приложи последователно

Премини през всяка страница и провери:

- Всички заглавия използват правилния шрифт и размер
- Всички бутони са в правилните цветове
- Цветовете са консистентни навсякъде
- Логото е на правилното място
- Разстоянията са еднакви

Инструменти за помощ:

- **Разширения на браузъра:** ColorPick Eyedropper за проверка на цветове
- **Инструменти за проектиране:** Canva или Figma за създаване на стилъв наръчник

Стъпка 7: Тествай с истински потребители

Въпроси за задаване:

- „Изглежда ли сайтът професионален?”
- „Лесно ли е да се ориентираш?”
- „Запомни ли се логото и брандът?”
- „Чувстваш ли се сигурен да правиш покупка или заявка?”

Честни грешки и как да ги избегнеш:

Грешка: Използване на твърде много цвят

Решение: Ограничи се до 3-4 основни цвята

Грешка: Различни стилове на всяка страница

Решение: Създай „шаблон” и го използвай навсякъде

Грешка: Логото е твърде малко или не се вижда

Решение: Направи го поне 150px широко на десктоп

Грешка: Бутоните изглеждат като обикновен текст

Решение: Направи ги с контрастен цвят и ясни граници

Крайният резултат: Сайт, който изглежда професионално, вдъхва доверие и кара хората да се чувстват сигурни да работят с теб.

Платформата е специално изградена така, че всяка страница и секция да следват един и същи професионален стил и визуална последователност. Умишлено в текстовите полета има ограничени опции за форматиране, за да може крайният резултат винаги да е съобразен със

заложените глобално стилове на сайта и да следва последователно изискванията на брандинга, без риск от нарушаване на дизайна.

12. Проблеми с достъпността — контраст, размер на шрифтове, навигация с клавиатура

Защо е важно: Над 15% от хората имат някаква форма на увреждане. Ако сайтът ти не е достъпен, губиш клиенти и може да нарушиш някои закони за достъпност. Google също предпочита достъпни сайтове. Достъпните сайтове имат 28% по-висока степен на конверсия.

✓ Как да проверя?

Тест за контраст на цветовете:

- ☐ Отвори <https://webaim.org/resources/contrastchecker/> и провери контраста между текста и фона в различни части на сайта си. Съотношението трябва да е поне 4.5:1 за нормален текст и 3:1 за големи заглавия.

Защо е важно?

Слабият контраст прави сайта нечетим за хора със зрителни проблеми и в условия на ярка светлина.

Проверка на размера на шрифтовете:

- ☐ Основният текст в сайта ти по-голям ли е от 16px? Заглавията достатъчно ли са големи за лесно четене?

Защо е важно?

Малките шрифтове карат хората да напрягат очи или да зумират, което е неприятно и ги кара да напуснат.

Тест за навигация с клавиатура:

- Остави мишката и опитай да се движиш из сайта си само с клавиатурата — Tab за напред, Shift+Tab за назад, Enter за кликане. Стигаш ли до всички бутони и връзки?

Защо е важно?

Хора с моторни увреждания разчитат на клавиатурата — ако не могат да навигират, не могат да използват сайта ти.

Проверка на alt (алтернативните) текстовете на снимките:

- Отвори developer tools (F12) и провери дали всички изображения имат alt атрибут с описателен текст.

Защо е важно?

Хора с нарушено зрение използват screen readers, които четат alt текстовете на глас за да „видят“ снимките.

✓ Как да оправя?

Стъпка 1: Оправи цветовия контраст

Минимални изисквания за контраст:

- Нормален текст: 4.5:1 съотношение
- Големи заглавия (18px+ bold или 24px+): 3:1 съотношение
- Важни елементи (бутони, икони): 3:1 съотношение

Как да тестваш контраста:

1. Отиди на <https://webaim.org/resources/contrastchecker/>
2. Въведи цвета на текста и цвета на фона
3. Инструментът ще покаже дали минаваш изискванията
4. Ако не минаваш, експериментирай с по-тъмни или светли варианти

Чести проблемни комбинации:

- ✗ Сив текст (#999999) на бял фон
- ✗ Жълт текст на бял фон
- ✗ Светлосин текст на бял фон
- ✓ Тъмносив (#333333) на бял фон
- ✓ Бял текст на тъмносин фон

Стъпка 2: Увеличи размерите на шрифтовете

Препоръчани минимални размери:

- Основен текст: 16px (никога под 14px)
- Вторичен текст: 14px минимум
- Заглавия H1: 32px или по-големи
- Заглавия H2: 24px или по-големи
- Заглавия H3: 20px или по-големи

Как да промениш размерите:

- **HTML и CSS:** Промени font-size свойствата
- **Уебсайт билдъри:** Обикновено има плъзгач за размер на шрифта

Стъпка 3: Направи сайта навигируем с клавиатура

Основни принципи:

1. Всички интерактивни елементи достъпни с Tab
2. Логичен ред на навигация (от ляво надясно, и от горе надолу)
3. Видим focus indicator (когато елемент е селектиран)
4. Enter активира бутони и връзки
5. Escape затваря рорир прозорците

Как да тестваш:

1. Започни от началото на страницата

2. Натискай Tab многократно
3. Следи дали фокус индикаторът (обикновено рамка) се движи логично
4. Провери дали стигааш до всички бутони, връзки, форми
5. Тествай дали Enter активира елементите

Често пропускани елементи:

- Падащи менюта
- Скрити мобилни менюта
- Контактни формуляри
- Изскачащи прозорци
- Галерии със снимки (карусели)

Стъпка 4: Добави alt текстове към изображенията

Какво да пишеш в alt текстовете:

За информативни снимки:

- **Добре:** alt="Д-р Иван Иванов консултира пациент в кабинета си"
- **Лошо:** alt="снимка1.jpg" или alt="доктор"

За декоративни снимки:

- Използвай alt="" (празно) за чисто декоративни изображения
- Не пиши alt="декоративна снимка"

За продуктови снимки:

- **Добре:** alt="Черно кожено яке с цип, размер М"
- **Лошо:** alt="продукт"

За логота:

- **Добре:** alt="Creativiso — Уеб дизайн и създаване на сайтове"
- **Лошо:** alt="лого"

Стъпка 5: Структурирай съдържанието правилно

Използвай heading tags правилно:

- H1 — само едно на страница, за основното заглавие
- H2 — за главни секции
- H3 — за подсекции на H2
- Не прескачай нива (от H1 директно на H3)

Добър пример на структура:

Стъпка 6: Направи формите достъпни

Label-и за всички полета:

Error messages:

- Ясни съобщения за грешки
- Обяснение как да се поправят
- Цветово кодиране + текст (не само цвят)

Стъпка 7: Тествай с истински инструменти

Безплатни инструменти за тестване:

- **WAVE:** wave.webaim.org — анализира цялата страница
- **axe DevTools:** Браузърско разширение за Chrome и Firefox
- **Lighthouse:** Вграден в Chrome DevTools
- **Screen reader test:** Onuma NVDA (безплатен) за Windows

Автоматизирани тестове:

1. Отвори страницата си
2. F12 → Lighthouse → Accessibility
3. Виж резултатите и препоръките
4. Оправи проблемите един по един

Стъпка 8: Създай декларация за достъпност

Добави страница или секция за достъпност:

- Обясни какви мерки си взел
- Дај начин за връзка ако има проблеми
- Покажи, че се грижиш за всички потребители

Пример за текст:

„Ние се стремим сайтът ни да бъде достъпен за всички хора, независимо от техническите им умения и възможности. Ако имате труднос-

ти с използването на някоя част от сайта, моля свържете се с нас на support@creativiso.bg.”

Бонус съвети:

За мобилни устройства:

- Бутоните поне 44px x 44px (лесни за натискане)
- Достатъчно разстояние между кликаемите елементи
- Zoom функционалност работи правилно

За хора с епилепсия:

- Избягвай мигащи елементи
- Ако имаш анимации, добави опция за спиране

За далтонисти:

- Не разчитай само на цвят за важна информация
- Използвай и икони или текст покрай цветовете

Резултатът: Сайт, който всички могат да използват, което означава повече клиенти и по-добра репутация.

В Creativiso залагаме изключително много на достъпността на всички сайтове. Самата платформа е изградена от основата си по начин, който покрива всички необходими изисквания за достъпност — правилен цветови контраст, подходящи размери на шрифтовете, навигация с клавиатура и съвместимост с екранни четци. Освен това, съзнателно избягваме използването на излишни анимации или елементи, които биха нарушили удобното използване на сайта за хора с различни увреждания.

Доверие



13. Липса на информация „За нас”

Защо е важно: Хората искат да знаят с кого работят. Без информация за теб и твоя екип, изглеждаш ненадеждно. Особено важно е за услуги, където личното доверие е ключово. 73% от потребителите четат „За нас” страницата преди да направят покупка.

✓ Как да проверя?

Проверка за съществуване на страницата:

- ☐ Има ли отделна страница „За нас”, „За мен” или „Нашият екип” в менюто? Ако няма, това е червен флаг за повечето посетители.

Защо е важно?

Липсата на „За нас” страница кара хората да се чувстват несигурно — не знаят с кого работят. Дори, за някои, сайтът може да изглежда съмнителен.

Анализ на съдържанието:

- ☐ Разказваш ли истинската си история — как си започнал, защо правиш това, какъв е опитът ти? Или има само общи фрази като „Ние сме професионална компания”?

Защо е важно?

Автентичните истории създават емоционална връзка и доверие — хората купуват от хора, не от компании.

Проверка за визуални елементи:

- ☐ Има ли професионални снимки на теб или екипа ти? Или страницата е само текст? Снимките изглеждат ли автентични или са стокови изображения?

Защо е важно?

Истинските снимки увеличават доверието с 40% — хората искат да видят с кого ще работят.

Тест за убедителност:

- ☐ След четене на страницата, ясно ли е защо клиентите трябва да те изберат теб, а не конкуренцията? Има ли конкретни квалификации, резултати, уникални качества?

Защо е важно?

Без ясни причини за избор, хората просто отиват при първия, който ги убеди.

✓ Как да оправя?

Стъпка 1: Структурирай съдържанието правилно**Основни елементи на добра „За нас” страница:**

1. **Заглавие:** Кратко и лично (“За мен”, “Нашата история”, “Кой съм аз”)
2. **Въведение:** 1-2 изречения за това какво правиш

3. **Историята ти:** Как си започнал, защо си избрал тази сфера
4. **Квалификации и опит:** Конкретни постижения и сертификати
5. **Личните ти ценности:** Какво е важно за теб в работата
6. **Как помагаш на клиентите:** Какви резултати постигаш
7. **Призив за действие:** Как да се свържат с теб

Стъпка 2: Напиши автентична история

Добър пример за начало:

„Преди 8 години бях във финансов отдел на голяма корпорация и мразех работата си. Всяка вечер се прибирах изтощен, без да чувствам, че правя нещо значимо. Затова реших да се пренасоча към психотерапията...”

Лош пример:

„Ние сме водеща компания в областта на психотерапевтичните услуги с многогодишен опит и висок професионализъм.”

Ключови елементи на добрата история:

- Започни с предизвикателство или проблем
- Обясни как си стигнал до сегашната професия
- Сподели какво те мотивира всеки ден
- Включи лични детайли (разумно количество)
- Покажи уязвимост — това те прави човечен

Стъпка 3: Включи професионални квалификации

Какво да споменеш:

За услуги:

- Образование и сертификати
- Години опит (бъди конкретен)
- Брой клиенти, с които си работил
- Специализации или ниши
- Членства в професионални организации

За продукти и онлайн търговци:

- Как са създадени продуктите
- Качеството на материалите
- Производственият процес
- Награди или признания

Примери за ефективно споделяне на квалификации:

Добре: „Завърших психология в СУ през 2015 г. и от тогава съм работил с над 300 клиенти. Специализирам се в тревожни разстройства и съм сертифициран в когнитивно-поведенческата терапия от Европейската асоциация на...”

Лошо: „Висококвалифициран специалист с богат опит.”

Стъпка 4: Добави професионални снимки

Типове снимки за включване:

Портретна снимка:

- Професионална, но приятелска
- Направи очен контакт с камерата
- Усмехни се естествено
- Облечи се подходящо за твоята сфера

Снимки от работа:

- В офиса или работното място
- По време на консултация (с разрешение)
- С екипа ти (ако имаш)
- На професионални събития

Среда:

- Покажи работното си място
- Офиса или студиото
- Инструментите и оборудването, което използваш

Стъпка 5: Сподели ценностите и мисията си

Отговори на въпросите:

- Какво е най-важното в работата ти?
- Как искаш клиентите ти да се чувстват?

- Какво те прави различен от другите?
- Каква промяна искаш да направиш в света?

Пример:

„Вярвам, че всеки заслужава да се чувства чуван и разбран. Затова в терапевтичната ми практика акцентът е върху създаването на безопасно пространство, където можеш да бъдеш напълно автентичен...”

Стъпка 6: Включи социални доказателства**Добави в “За нас” страницата:**

- Кратки отзиви от клиенти
- Статистики за резултатите ти
- Известни клиенти и партньори (с разрешение)
- Медийни споменавания или интервюта
- Награди или признания

Стъпка 7: Направи страницата лична, но професионална**Сподели лични детайли, които те правят по-човечен:****Добри примери:**

- „Свободното си време прекарвам в планината с кучето си Макс”

- „Баща съм на две деца и знам колко трудно е да балансираш работа и семейство”
- „В университета исках да стана актьор, но животът ме отведе към психологията”

Лоши примери:

- Твърде много лична информация
- Политически или религиозни възгледи
- Семейни проблеми или здравословни детайли
- Финансова информация

Стъпка 8: Завърши с ясен призив за действие

Добри завършеци:

„Готов съм да ти помогна да преодолееш тревожността и да живееш пълноценния живот, който заслужаваш. Запази безплатна консултация и нека да обсъдим как мога да те подкрепя.”

Технически съвети:

За SEO:

- Включи ключови думи естествено в текста
- Използвай H2 или H3 заглавия за структура
- Добави alt текстове към снимките
- Направи URL-а прост: /za-nas или /about

За четимост:

- Раздели текста на секции
- Използвай булети за квалификации
- Добави разстояние между параграфите
- Подчертай важните постижения

Специални съвети по индустрии:

Здравеопазване и терапия:

- Акцент върху емпатията и разбирането
- Споделяне на подход към лечение
- Професионални сертификати

Творчески услуги:

- Покажи стила и личността си
- Включи примери от работата си
- Разкажи творческия процес

Консултантски услуги:

- Фокус върху резултатите
- Конкретни case studies
- Бизнес постижения

Резултатът: Страница, която създава доверие, показва експертиза и кара хората да искат да работят с теб.

Предлагаме примерна структура за съдържанието на сайта, която насочва каква информация е добре да съдържат основните страници. Тя е налична в персоналната папка на всеки клиент още преди да ни изпрати съдържанието си, което му помага да подготви всичко необходимо за създаване на ефективна „За нас“ страница.

14. Лоша оптимизация на изображенията

Защо е важно: Големите неоптимизирани изображения забавят сайта ти, докарват допълнителни разходи за трафик и правят лошо впечатление. Размазани или деформирани снимки изглеждат непрофесионално. Изображенията съставляват 60% от размера на повечето уебсайтове.

✓ Как да проверя?

Тест за скорост на зареждане:

- ☐ Отвори сайта си в incognito режим и следи колко време отнемат снимките да се заредят. Ако някоя отнема повече от 2-3 секунди, е твърде голяма.

Защо е важно?

40% от хората напускат сайт, ако се зарежда повече от 3 секунди — големите снимки са главната причина.

Проверка на качеството:

- ☐ Снимките изглеждат ли ясни и остри или са размазани и пикселирани? Пропорциите правилни ли са или някои изглеждат разтеглени?

Защо е важно?

Лошо качество на снимките намалява доверието към бизнеса с 35% — хората свързват качеството на снимките с качеството на услугите.

Анализ с PageSpeed Insights:

- ☐ Отиди на <https://pagespeed.web.dev/>, въведи URL-а си и провери секцията „Възможности“. Има ли предупреждения за „Правилно оразмерете изображенията“ или „Формати от следващо поколение“?

Защо е важно?

Google използва скоростта като фактор за класиране — бавните снимки влияят негативно на SEO.

Проверка на мобилни устройства:

- ☐ Отвори сайта на телефон — снимките зареждат ли се бързо или има дълго чакане? Изглеждат ли добре или са твърде големи или малки?

Защо е важно?

70% от хората използват мобилни устройства — ако снимките не са оптимизирани за мобилни, губиш мнозинството от посетителите.

✓ Как да оправя?

Стъпка 1: Избери правилните формати за изображения

Различни формати за различни цели:

JPEG (.jpg):

- **Най-добър за:** Снимки, портрети, пейзажи

- **Предимства:** Малки файлове, добро качество
- **Недостатъци:** Загуба на качество при компресия
- **Кога да използваш:** Всички реални снимки

PNG (.png):

- **Най-добър за:** Логота, икони, текст върху изображения
- **Предимства:** Прозрачен фон, без загуба на качество
- **Недостатъци:** По-големи файлове
- **Кога да използваш:** Когато нуждаеш от прозрачност

AVIF (.avif):

- **Най-добър за:** Всичко (най-модерен формат)
- **Предимства:** 50-70% по-малки файлове от JPEG
- **Недостатъци:** Не се поддържа от стари браузъри
- **Кога да използваш:** Винаги, с JPEG fallback

SVG (.svg):

- **Най-добър за:** Прости илюстрации, икони, логота
- **Предимства:** Много малки файлове, скалируеми
- **Недостатъци:** Не подходящ за сложни снимки
- **Кога да използваш:** Лога и прости графики

Стъпка 2: Оптимизирай размерите на изображенията

Определи правилните размери:

За различни употреби:

- **Банер или hero снимка:** 1920x1080px максимум
- **Портретни снимки:** 800x600px максимум
- **Продуктови снимки:** 600x600px максимум
- **Блог изображения:** 800x400px максимум
- **Логоа:** 300x150px максимум (освен ако не е svg)

Правило: Никога не качвай снимка по-голяма от това, както ще се показва на сайта. Ако снимката се показва 400px широка, не качвай файл от 2000px.

Стъпка 3: Компресирай изображенията

Безплатни онлайн инструменти:

TinyPNG (tinypng.com):

- Поддържа JPEG и PNG
- Автоматична компресия до 70%
- Прост drag & drop интерфейс
- До 20 файла наведнъж безплатно

Squoosh (squoosh.app):

- Google инструмент

- Сравнява различни формати
- Позволява ръчно настройване
- Поддържа AVIF и WebP конверсия

ImageOptim (за Mac):

- Desktop приложение
- Batch обработка
- Автоматично премахва метаданни

Онлайн алтернативи:

- Compressor.io
- Kraken.io
- ShortPixel

Стъпка 4: Внедри правилни размери в кода

За HTML и CSS: Използвай responsive images:

Стъпка 5: Имплементирай lazy loading

Какво е lazy loading: Снимките се зареждат само когато потребителят скролва до тях, вместо всички наведнъж.

Как да го включиш:

HTML5 (модерни браузъри):

JavaScript решения:

Единствено, ако искаш да поддържаш по-стари браузъри. Повечето съвременни вече поддържат стандартния HTML5 вариант по-горе.

- LazySizes
- Intersection Observer API

Име на файловете:

- **Добре:** „team-photo-2024.jpg”
- **Лошо:** „IMG_0001.jpg”
- Използвай тирета вместо интервали
- Включи ключови думи за SEO

Стъпка 8: Тествай и проследявай

Редовни проверки:

1. **PageSpeed Insights** месечно
2. **GTmetrix** за детайлен анализ
3. **Pingdom** за monitoring
4. Тестване на различни устройства

Ключови метрики за следене:

- **LCP (Largest Contentful Paint):** Под 2.5 секунди
- **Total page size:** Под 3MB идеално
- **Number of requests:** По-малко е по-добре

Честите грешки и как да ги избегнеш:

Грешка: Качване на снимки направо от камерата или телефона

Решение: Винаги компресирай и преоразмери преди качване

Грешка: Използване на PNG за всички снимки

Решение: PNG само за логота и графики с прозрачност

Грешка: Една голяма снимка за всички устройства

Решение: Различни размери за десктоп, таблет или телефон

Грешка: Липса на alt текстове

Решение: Винаги добавяй описателни alt текстове

Резултатът: Бърз сайт с красиви, професионални снимки, който се зарежда светкавично на всяко устройство.

Платформата автоматично преоразмерява всички изображения в няколко различни размера, така че винаги да се зарежда най-подходящият размер според устройството на потребителя. След това ги компресираме интелигентно без видима загуба на качеството, така че да са възможно най-малки на размер за максимална скорост. Освен това автоматично конвертираме изображенията в най-съвременни формати като AVIF, което допълнително намалява размера им.

15. Липса на социални доказателства

Защо е важно: Хората се доверяват повече на мнението на други хора, отколкото на твоите обещания. Без отзиви, сертификати или други доказателства за качеството ти, изглеждаш непроверен. 92% от хората четат отзиви преди покупка, а 88% се доверяват на онлайн отзивите колкото на лични препоръки.

✓ Как да проверя?

Проверка за отзиви от клиенти:

- ☐ Има ли в сайта ти секция с отзиви или препоръки? Споменати ли са истински имена на клиенти и конкретни резултати? Или има само общи фрази като „много доволни клиенти“?

Защо е важно?

Конкретните отзиви с истински имена увеличават доверието с 70% — хората искат да знаят, че други са имали добър опит.

Анализ на доказателства за експертиза:

- ☐ Показваш ли сертификати, дипломи, членства в професионални организации или награди? Споменати ли са медии, в които си бил интервюиран?

Защо е важно?

Външно признание от трети страни е много по-убедително от собствените ти твърдения.

Проверка за клиентска база:

- ☐ Споменаваш ли известни клиенти, партньори или проекти (с разрешение)? Има ли логота на компании, с които си работил?

Защо е важно?

Асоциацията с познати имена автоматично повишава доверието към теб.

Тест за конкретни данни:

- ☐ Споделяш ли измерими резултати — брой клиенти, години опит, процент успех, проекти? Или само казваш „богат опит“ без числа?

Защо е важно?

Конкретните числа са по-убедителни от общи твърдения и показват прозрачност.

✓ Как да оправя?

Стъпка 1: Събери и организирай клиентски отзиви

Как да получиш отзиви:

1. Попитай директно доволените клиенти:

- „Можеш ли да напишеш кратък отзив за работата ни?“
- Дай конкретни въпроси за насочване
- Предложи да им изпратиш чернови, които да одобрят

2. Използвай Google Reviews:

- Изпрати линк към Google My Business профила си
- Попитай клиентите да оставят отзив
- Отговаряй на всички отзиви професионално

3. Създай прост формуляр:

- Изпрати го след завършен проект

- Включи опция за използване в маркетинга
- Направи го кратък и лесен за попълване

Структура на добър отзив:

Пример за ефективен отзив: „Работата с [Име] беше изключителна. Преди да се свържа с него, сайтът ми имаше само 2-3 посетителя дневно. След 3 месеца работа върху SEO, сега получавам 50+ запитвания месечно. Особено впечатлен съм от [конкретен детайл]. Определено ще препоръчам услугите му.”

- Иван Петров, собственик на автосервиз „Петров ЕООД”

Какво прави този отзив ефективен:

- Конкретни числа (от 2-3 до 50+ посетители)
- Ясен времеви период (3 месеца)
- Специфичен резултат (повече запитвания)
- Истинско име и позиция
- Емоционален език (впечатлен, определено)

Стъпка 2: Изгради галерия със социални доказателства

Типове доказателства за включване:

Професионални сертификати:

- Дипломи от университети
- Професионални курсове и сертификати
- Членства в асоциации

- Лицензи (ако се изискват)

Медийни споменавания:

- Статии в медии
- Интервюта в радио или телевизия
- Блог постове като гост автор
- Подкаст участия

Партньорства и клиенти:

- Логота на големи клиенти (с разрешение)
- Препоръки от партньори
- Казуси от успешни проекти
- Преди и след снимки (ако е подходящо)

Стъпка 3: Създай завладяващи статистики

Какви числа да споделиш:

За услуги:

- Години опит
- Брой клиенти или проекти
- Процент удовлетворени клиенти
- Среден резултат (увеличение на продажби, трафик и т.н.)

За продукти:

- Брой продадени единици
- Брой доволни клиенти

- Възвращаемост на продукта
- Рейтинг от отзиви

Примери за ефективно представяне:

Добре:

- „500+ доволни клиента за последните 5 години”
- „97% от клиентите ни препоръчват на приятели”
- „Средно увеличение на трафика с 300% за 6 месеца”

Лошо:

- „Много доволни клиенти”
- „Отлични резултати”
- „Високо качество”

Стъпка 4: Оптимизирай представянето

Визуално оформление на отзивите:

Основни елементи:

- Снимка на клиента (ако е възможно)
- Име и позиция, компания
- Звездички за рейтинг
- Кратък, но конкретен текст
- Дата на отзива

Къде да ги разположиш:

- Отделна страница „Отзиви“
- В начална страница под услугите
- До всяка услуга поотделно
- В footer менюто (долното меню на сайта)
- В Контактната форма

Стъпка 5: Включи маркери за доверие и сертификати

Видове маркери за показване:

Маркери за сигурност:

- SSL сертификат
- Съответствие с GDPR

Маркери за плащане:

- Visa и MasterCard логa
- PayPal Verified
- Stripe партньорство
- Банкови партньорства

Други маркери:

- Google Partner
- Facebook Business Partner
- Сертификати от курсове
- Професионални асоциации

Стъпка 6: Създай казуси

Структура на добро представяне на казуса:

1. **Предизвикателството:** Какъв проблем е имал клиентът
2. **Решението:** Какво конкретно си направил
3. **Резултатите:** Измерими подобрения
4. **Клиентския отзив:** Какво казва клиентът

Примерна структура за добро представяне на казуса:

„Как увеличихме продажбите на пекарна „Славейков” с 250% за 4 месеца”

Предизвикателство: Пекарната имаше само местни клиенти и продажбите спадаха...

Решение: Създадохме онлайн магазин с доставка и...

Резултати:

- Увеличение на продажбите с 250%
- 150+ нови онлайн клиенти
- Разширяване в 3 нови района

Клиентски отзив: „Не можех да си представя такъв успех...”

Стъпка 7: Използвай социални мрежи като доказателство

Интегрирай социалните си профили:

LinkedIn:

- Покажи броя си последователи
- Препоръки от клиенти и колеги
- Поставяне с ангажимент

Google My Business:

- Вгради рейтинга и отзивите
- Покажи броя отзиви
- Отговаряй на всички отзиви

Стъпка 8: Направи социалните доказателства интерактивни

Добавки за по-голям ефект:

Видео отзиви:

- Кратки видео отзиви (30-60 секунди)
- По-лични и убедителни от текстови отзиви
- Споделяй ги в социални мрежи също

Стъпка 9: Избягвай честите грешки

НЕ прави:

✗ Фалшиви отзиви: Лесно се разкриват и унищожават доверието

✗ **Прекалено общи отзиви:** „Страхотна работа!” не убеждава никого

✗ **Остарели доказателства:** Сертификат от 2010 г. не впечатлява в 2024 г.

✗ **ТВърде много badges:** Претоварване с непознати лога

ПРАВИ:

✓ **Истински, конкретни отзиви** с измерими резултати

✓ **Редовно обновявай** доказателствата

✓ **Качество над количество** — по-добре 3 силни отзива от 10 слаби

✓ **Разнообразие** — различни типове клиенти и проекти

Стъпка 10: Измервай ефекта

Проследявай метриките:

- Броя посетители преди и след добавяне на отзиви
- Време на страницата с препоръките
- Кликове върху контактната форма от страници с отзиви

Заклучение: Социалните доказателства са като магнит за нови клиенти. Колкото повече имаш, толкова по-лесно е да убедиш хората, че си правилният избор. Но помни — качеството винаги е по-важно от количеството.

В предлаганата от нас структура за съдържание и в бонусните материали даваме подробна информация на клиентите кои са най-важните елементи в сайта за изграждане на доверие. Това включва насоки за

ефективни отзиви от клиенти, показване на сертификати и постижения, както и създаване на убедителни case studies, така че сайтът да буди максимално доверие у потребителите.

Следващи стъпки

Браво! Минал си през всички 15 точки. Сега имаш ясна картина къде стои сайтът ти.

Как да приоритизираш:

1. **Започни с лесното** — контактна информация, основно съдържание
2. **Премини към техническото** — SSL, скорост, мобилна версия
3. **Довърши с фините детайли** — SEO, достъпност, социални доказателства

Реалистични очаквания: Няма да оправиш всичко наведнъж. Дори 5-6 точки ще направят огромна разлика. Важното е да започнеш.

Нужна помощ? Ако някои от тези неща ти звучат твърде технически или просто нямаш време — нормално е. За това съществуват хора като нас.

Искаш професионален сайт без главоболията?

Ако този чеклист ти показва колко важно е да имаш правилен сайт, но се чувстваш претоварен от техническите детайли — не си сам. Повечето собственици на бизнес предпочитат да се фокусират върху това, което правят най-добре, вместо да се борят със сайтове.

Creativiso Xpress е създаден точно за теб — от екип с над 15 години опит, който разбира, че всеки бизнес заслужава индивидуално отношение:

- ✓ **Професионален сайт за 7 дни** — не месеци
- ✓ **Всички 15 точки от този чеклист** — автоматично включени
- ✓ **Техническа поддръжка и хостинг** — от нас са
- ✓ **Цена като за хостинг, резултат като от агенция**
- ✓ **Индивидуална подкрепа** на всяка стъпка

► **Свържи се с нас за повече детайли!**

Или просто се обади на **087 876 77 88** и кажи „видях чеклиста“.



2025