

12 точок. де малий бізнес **втрачає** клієнтів онлайн

Робочий чек-лист. Пройти можна за вечір, більшість пунктів коштують нуль грошей.

Це не теорія з курсу. Це те, що я бачу в кожному другому бізнесі, який до мене приходить — у Данії й не тільки. Клієнт уже шукає тебе. Питання лише в тому, на якому кроці він іде до когось іншого.

Проходь згори вниз. Біля кожного пункту є перевірка на дві хвилини — роби її одразу, не відкладаючи. Якщо пункт зелений, іди далі. Якщо ні — там же написано, що робити.

Постав собі чесну оцінку по кожній точці: ✓ працює · ~ наполовину · X немає. Порахуй хрестики. Сім і більше — ти втрачаєш більшість тих, хто тебе вже шукав.



01 з 12 **Тебе немає на Google Картах**

ЯК ЦЕ ВИГЛЯДАЄ ЗБОКУ

Людина шукає «[твоя послуга] + місто», бачить конкурентів у картках згори, тебе — ніде.

ПЕРЕВІР ЗА 2 ХВИЛИНИ

Відкрий google.com у режимі інкогніто й вбий назву свого бізнесу. Потім — послугу та місто. Бачиш себе в перших трьох картках?

ЩО ЗРОБИТИ

Заведи Google Business Profile і підтверди його листівкою або відео. Це безкоштовно і дає найбільший приріст дзвінків серед усього, що є в цьому списку.

0 kr • 30 хв + 2 тижні на підтвердження



02 з 12 **Картка є, але порожня**

ЯК ЦЕ ВИГЛЯДАЄ ЗБОКУ

Категорія не та, годин роботи немає, фото — одне й розмите. Google показує таку картку нижче.

ПЕРЕВІР ЗА 2 ХВИЛИНИ

Відкрий свою картку й порахуй: категорія, години, телефон, сайт, район обслуговування, опис, 10+ фото. Скільки з семи заповнено?

ЩО ЗРОБИТИ

Заповни все. Фото — не стокові: робоче місце, результат роботи, ти сам. Google віддає перевагу карткам, які оновлюються.

0 kr • 1 година



03 з 12 **Нема відгуків — або вони без відповіді**

ЯК ЦЕ ВИГЛЯДАЄ ЗБОКУ

Нуль відгуків читається як «нуль клієнтів». Відгук без відповіді — як «власнику байдуже».

ПЕРЕВІР ЗА 2 ХВИЛИНИ

Скільки в тебе відгуків і на скільки з них ти відповів? На негативні теж?

ЩО ЗРОБИТИ

Попроси десятох задоволених клієнтів — особисто, з прямим посиланням. Відповідай на кожен відгук, у тому числі поганих: майбутній клієнт читає саме твою відповідь, а не скаргу.

0 kr • 15 хв на тиждень постійно



04 з 12 **Сайт відкривається довше трьох секунд**

ЯК ЦЕ ВИГЛЯДАЄ ЗБОКУ

Половина людей з телефона йде раніше, ніж побачить перший екран. Ти платиш за рекламу, яка не доходить.

ПЕРЕВІР ЗА 2 ХВИЛИНИ

pagespeed.web.dev, вставити адресу, дивитись мобільну вкладку. LCP більше 2,5 секунди — червона зона.

ЩО ЗРОБИТИ

Найчастіші винуватці: важкі фото без стиснення, десятків плагінів, шрифти з чужого домену, слайдер на головній. Прибери слайдер, стисни фото, вимкни те, чим не користуєшся.

0–2 000 kr • залежно від того, наскільки все запущено



05 з 12 **З телефона сайтом користуватись незручно**

ЯК ЦЕ ВИГЛЯДАЄ ЗБОКУ

Текст дрібний, кнопки не потрапляють під палець, меню ховається, форма не влізла в екран.

ПЕРЕВІР ЗА 2 ХВИЛИНИ

Відкрий свій сайт на своєму ж телефоні й спробуй зробити те, чого ти хочеш від клієнта — записатись, замовити, подзвонити. Скільки дотиків це зайняло?

ЩО ЗРОБИТИ

Більше трьох дотиків до цілі — вже забагато. Головна кнопка має бути на першому екрані й не зникати при прокрутці.

0 kr на перевірку • далі залежить



06 з 12 **За п'ять секунд незрозуміло, що ти продаєш**

ЯК ЦЕ ВИГЛЯДАЄ ЗБОКУ

На першому екрані «Ласкаво просимо» і красива картинка. Що саме, для кого і скільки коштує — десь нижче або ніде.

ПЕРЕВІР ЗА 2 ХВИЛИНИ

Покажи першого екрана людині, яка не знає твого бізнесу. Спитай: що тут продають і кому? Не вгадала за п'ять секунд — переписуй.

ЩО ЗРОБИТИ

Формула без прикрас: що ти робиш + для кого + у якому місті + що зробити далі. «Збираємо меблі в Копенгагені за фіксовану ціну. Порахувати вартість».

0 kr • півгодини і чесність



07 з 12 **Ніде немає ціни, навіть приблизної**

ЯК ЦЕ ВИГЛЯДАЄ ЗБОКУ

«Ціна за запитом» читається як «дорого» або «залежить від того, наскільки ви багаті». Більшість просто не напише.

ПЕРЕВІР ЗА 2 ХВИЛИНИ

Чи може людина дізнатись хоча б порядок суми, не спілкуючись із тобою?

ЩО ЗРОБИТИ

Дай вилку, приклади типових робіт із сумами або калькулятор. Ціна відсіює тих, хто все одно не купив би — і твій час звільняється для решти.

0 kr • але потребує рішення



08 з 12 **Зв'язатися можна тільки через форму**

ЯК ЦЕ ВИГЛЯДАЄ ЗБОКУ

Людина хоче написати в месенджер, а має заповнювати поля й чекати. Вона просто закриває вкладку.

ПЕРЕВІР ЗА 2 ХВИЛИНИ

Порахуй канали на сайті: телефон, який набирається одним дотиком, месенджер, пошта, форма. Менше трьох — мало.

ЩО ЗРОБИТИ

Додай те, чим твоя аудиторія реально користується. У Данії це часто телефон і пошта, в українській спільноті — Telegram і WhatsApp. Постав кнопки так, щоб вони були видно на телефоні.

0 kr • година



09 з 12 **Поза робочим часом ніхто не відповідає**

ЯК ЦЕ ВИГЛЯДАЄ ЗБОКУ

Більшість звернень приходить увечері й у вихідні. Відповідь у понеділок о десятій — це вже інший підрядник.

ПЕРЕВІР ЗА 2 ХВИЛИНИ

Подивись у пошті або телефоні, о котрій годині приходять запити. Скільки з них отримало відповідь того ж дня?

ЩО ЗРОБИТИ

Мінімум — автовідповідь, яка чесно каже, коли буде відповідь, і дає щось корисне вже зараз. Максимум — простий бот або AI-помічник, який відповідає на типові питання і збирає контакт.

0 kr на автовідповідь • бот — від кількох тисяч



10 з 12 **Немає онлайн-запису**

ЯК ЦЕ ВИГЛЯДАЄ ЗБОКУ

Щоб записатись, треба подзвонити. Частина людей не любить дзвонити взагалі — і це не мала частина.

ПЕРЕВІР ЗА 2 ХВИЛИНИ

Чи може клієнт обрати час і записатись сам, без тебе, о десятій вечора?

ЩО ЗРОБИТИ

Постав будь-яку систему онлайн-запису й дай посилання в картці Google, у профілі й на сайті. Вона працює тоді, коли ти спиш.

0–300 kr на місяць



11 з 12 **Немає доказів, що ти справді вмієш**

ЯК ЦЕ ВИГЛЯДАЄ ЗБОКУ

Тексти про «індивідуальний підхід» і «якість» є, а фото робіт, кейсів і «було/стало» немає.

ПЕРЕВІР ЗА 2 ХВИЛИНИ

Знайди на своєму сайті три конкретні докази: фото твоєї роботи, історію клієнта з цифрою, відгук з іменем. Знайшов?

ЩО ЗРОБИТИ

Фотографуй кожну роботу, навіть на телефон. Один кейс на місяць — це дванадцять на рік. Цифра в кейсі важить більше за будь-який епітет.

0 kr • дисципліна



12 з 12 Клієнт пішов — і ти більше нічого не робиш

ЯК ЦЕ ВИГЛЯДАЄ ЗБОКУ

Людина подивилась, не написала, пішла назавжди. Нового доводиться купувати за гроші знову.

ПЕРЕВІР ЗА 2 ХВИЛИНИ

Чи є в тебе хоч один спосіб повернути людину: список розсилки, канал, ретаргетинг, нагадування постійним клієнтам?

ЩО ЗРОБИТИ

Почни з найпростішого — збирай пошту в обмін на щось корисне і пиши раз на місяць. Другий за простотою крок — нагадування тим, хто вже купував: їм продати вдесятеро дешевше, ніж новим.

0 kg на старті

Порахував хрестики?

0-2 x	У тебе все добре. Займись 12-ю точкою — повторними клієнтами, там найбільше грошей.
3-6 x	Типова ситуація. Візьми три найдешевші пункти зі списку й закрій їх цього тижня — результат буде видно за місяць.
7+ x	Ти платиш за рекламу й нетворкінг, а потім втрачаєш людей на порозі. Почни з пунктів 1, 2, 6 — вони безкоштовні й дають найбільше.