



МАРКЕТИНГОВЫЙ КОНСАЛТИНГ
И АУТСОРСИНГ

АУДИТ САЙТА

АННА ЛАРИНА,

ПРОЕКТ-МЕНЕДЖЕР МГ «ТЕКАРТ»

01 ДЛѦ ЧЕГО НУЖЕН АУДИТ САЙТА

2/44

НА СТАРТЕ ПРОЕКТА

КАК ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ЭТАП РАЗРАБОТКИ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ

01 для чего нужен аудит сайта

3/44

ЕСТЬ ПРОБЛЕМА, НУЖНО ВЫЯВИТЬ ЕЕ ПРИЧИНЫ
И УСТРАНИТЬ

ПРИМЕРЫ ТАКИХ ЗАДАЧ:

- *сайт не входит в ТОП выдачи поисковых систем по запросам семантического ядра;*
- *низкие показатели конверсии сайта;*
- *низкие показатели качества аудитории;*
- *жалобы клиентов на неудобство сайта;*
- *расходы на рекламу и продвижение больше не дают эффекта;*
- *сайт не соответствует позиционированию продукта;*
- *поиск путей ухода в воронках продаж*
и т.д.

01 для чего нужен аудит сайта

4/44

ПРОБЛЕМЫ КАК ТАКОВОЙ НЕТ, НО ХОЧЕТСЯ
УЛУЧШИТЬ ИМЕЮЩИЕСЯ РЕЗУЛЬТАТЫ

ПРИМЕРЫ ТАКИХ ЗАДАЧ:

- поиск новых путей развития сайта;
- увеличение числа первичных обращений;
- увеличение числа повторных продаж;
- увеличение среднего чека заказа

и т.д.

02 СТАРТ РАБОТ

5/44

БРИФИНГ КЛИЕНТА. СБОР ИНФОРМАЦИИ

- *изучение продукта: его позиционирование, сильные и слабые стороны, жизненный цикл;*
- *определение целевой аудитории;*
- *изучение бизнес-процессов компании;*
- *текущие источники обращений;*
- *система логирования обращений;*
- *аудит текущих маркетинговых активностей;*
- *информация о конкурентах.*

02 СТАРТ РАБОТ

6/44

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТРЕБУЮЩИХСЯ ВИДОВ АУДИТА

- *технический аудит;*
- *юзабилити аудит;*
- *аудит конкурентов;*
- *аудит поискового продвижения;*
- *аудит маркетинговой активности;*
- *аудит рекламных кампаний;*
- *аудит мнений пользователей;*
- *аудит отдела продаж;*
- *маркетинговое исследование*
и т.д.

03 ТЕХНИЧЕСКИЙ АУДИТ. ПЛАН АУДИТА

7/44

1. АНАЛИЗ ИНДЕКСАЦИИ САЙТА

1.1. Адреса страниц

- статические
- ЧПУ

1.2. Дубликаты страниц

- дубликатов в индексе быть не должно

1.3. Заголовки откликов сервера

- отклик 200 для существующих страниц,
404 для несуществующих

1.4. Служебные файлы

- robots.txt
- sitemap.xml

1.5. Внутренняя ссылочная топология

- с главной страницы доступны все остальные разделы
- разделы сайта логично связаны друг с другом
- нет битых ссылок

03 ТЕХНИЧЕСКИЙ АУДИТ. ПЛАН АУДИТА

8/44

2. АНАЛИЗ СТРАНИЧНЫХ ФАКТОРОВ

2.1. Текстовый контент сайта

- тексты должны быть уникальными
- тексты должны быть грамотными и без опечаток
- зарегистрированы в Я.Вебмастере перед размещением

2.2. Оформление текста

- абзацы
- иллюстрации
- тег *strong* для выделения шрифта
- иерархия заголовков

2.3. Служебные теги

- `<title>`, `<description>`, `<keywords>`
- микроразметка *Shema.org*

2.4. Изображения

- `<alt>`, `<title>`

03 ТЕХНИЧЕСКИЙ АУДИТ. ПЛАН АУДИТА

9/44

2. АНАЛИЗ СТРАНИЧНЫХ ФАКТОРОВ

2.5. Потенциально опасная информация

- см. Вебмастер Яндекс и Google

2.6. Исходящие ссылки

- закрывать в `rel="nofollow"`
- должны открываться в новом окне

03 ТЕХНИЧЕСКИЙ АУДИТ. ПЛАН АУДИТА

10/44

3. ВНЕШНИЕ ПОКАЗАТЕЛИ

3.1. Сниппеты

- быстрые ссылки
- адрес, телефон
- цена
- регион
- favicon

3.2. Внешние ссылки

- количество
- качество

03 ТЕХНИЧЕСКИЙ АУДИТ. ПЛАН АУДИТА

11/44

4. АНАЛИЗ ТЕХНИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ СО СТОРОНЫ СЕРВЕРА

4.1. Скорость загрузки сайта

- 0,3-0,8 секунд

4.2. Перебои в работе сайта

03 ТЕХНИЧЕСКИЙ АУДИТ. ИНСТРУМЕНТАРИЙ

12/44

КОЛИЧЕСТВО СТРАНИЦ В ИНДЕКСЕ: *в поисковой строке site:sitename.ru*

ПРОВЕРКА ОТКЛИКА СЕРВЕРА: *<http://www.bertal.ru/>*

СОСТАВЛЕНИЕ SITEMAP.XML: *<http://help.yandex.ru/webmaster/?id=1007070>*

СОСТАВЛЕНИЕ ROBOTS.TXT: *<http://help.yandex.ru/webmaster/controlling-robot/robots-txt.xml>*

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ SCHEMA.ORG: *<http://help.yandex.ru/webmaster/schema-org/what-is-schema-org.xml>*

ПРОВЕРКА УНИКАЛЬНОСТИ ТЕКСТА: *<http://text.ru>*

ПРОВЕРКА СКОРОСТИ ЗАГРУЗКИ СТРАНИЦ:

<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>, Firebug (интегрируется с браузером Firefox)

СТАТИСТИКА АПТАЙМА: *HostTracker, Яндекс.Метрика*

ПОИСК БИТЫХ ССЫЛОК И ДР.: *Xenu Link Sleuth*

13/44



03 ТЕХНИЧЕСКИЙ АУДИТ. ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ

14/44

- *плохой хостинг: долгое время загрузки;*
- *отсутствие страницы 404 ошибки;*
- *неверно формирующиеся и не ЧПУ-урлы страниц;*
- *проблемы в метатегах: одинаковые на всех страницах или неинформативные title, незаполненные description;*
- *некорректное формирование «хлебных крошек»;*

03 ТЕХНИЧЕСКИЙ АУДИТ. ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ

15/44

■ *дубликаты страниц и некорректные отклики сервера*

пробелы и многоточия:

<http://www.mysite.ru/klinika-na-ul-kosmonavta-volkova/>

<http://www.mysite.ru/sm-klinika-na-ul-kosmonavta-volkova%20/>

страницы со слешем и без него:

<http://www.mysite.ru/brands/revitajal>

<http://www.mysite.ru/brands/revitajal/>

любой набор символов:

<http://www.mysite.ru/news/1294/>

<http://www.mysite.ru/news/00001294/>

главная страница доступна по двум адресам:

<http://www.mysite.ru/>

<http://www.mysite.ru/index.htm>

страницы, содержащие в адресах символы «-»

http://www.mysite.ru/activities/kosmetologija_premium-klassa/

http://www.mysite.ru/activities/kosmetologija_premium_klassa/

при выходе на одну и ту же страницу разными

путями адрес формируется по-разному:

<http://www.mysite.ru/ills/allergolog-immunolog/allergicheskiy-konyunktivit/> *[u](http://www.mysite.ru/ills/allergolog-immunolog/allergicheskiy-konyunktivit/u)*

<http://www.mysite.ru/diseases/allergy/allergicheskiy-konyunktivit/>

добавление к концу урла «?» с любым набором символов:

<http://www.mysite.ru/rezume/fedotova/>

http://www.mysite.ru/rezume/fedotova/?sphrase_id=41887

03 ТЕХНИЧЕСКИЙ АУДИТ. ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ

16/44

- *большое число битых ссылок;*
- *исходящие ссылки на сомнительные ресурсы не закрыты nofollow;*
- *отсутствие alt у изображений;*
- *неуникальные тексты на сайте.*

03 ТЕХНИЧЕСКИЙ АУДИТ. СОВЕТЫ

17/44

- Проверьте, корректно ли формируется выдача по брендовым запросам — это может указать на наличие **фильтров**.
- Проверьте, как видит сайт поисковая система — смотрите **сохраненную копию**.
- Проверьте, выглядят ли **сниппеты** привлекательно для пользователей.
- Используйте **ЧПУ-услы** страниц.
- Убедитесь, что сайту поисковой системой присвоен верный **регион**.
- Используйте **микроразметку**.
- Если адреса сайта — статические и есть поиск по сайту или проводится реклама, добавьте в **robotx.txt** строку **Disallow: /*?**

03 ТЕХНИЧЕСКИЙ АУДИТ. СОВЕТЫ

18/44

- Удалите/исправьте **битые ссылки** на страницах сайта.
- Пропишите уникальные **метатеги**.
- Создавайте **уникальный контент**.
- Размещайте на сайте **отзывы**.

*ВАЖНО: исправьте все найденные проблемы **как можно быстрее**.*

4 USABILITY АУДИТ. ПЛАН АУДИТА

19/44

1. АНАЛИЗ ДИЗАЙНА

- 1.1. Цветовая гамма
- 1.2. Главная страница
- 1.3. Внутренние страницы
- 1.4. Favicon



04 USABILITY АУДИТ. ПЛАН АУДИТА

20/44

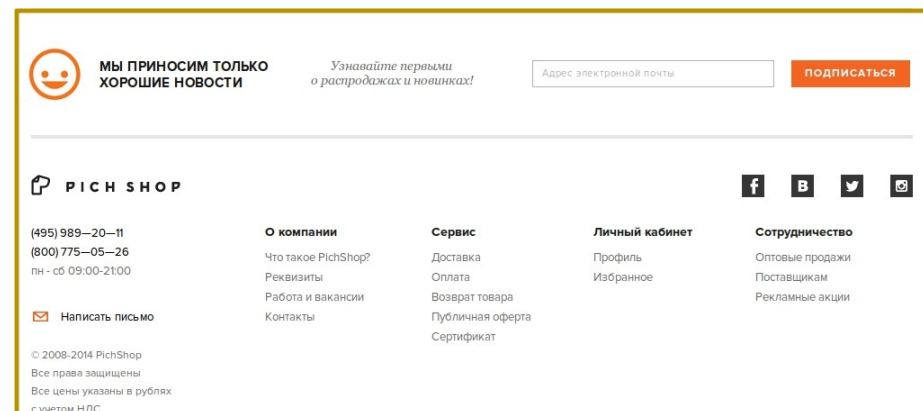
2. АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ И СОДЕРЖИМОГО

2.1. Структура

2.2. Страничные элементы

2.3. Содержание основных разделов

2.4. Страница «404 Not Found»



4 USABILITY АУДИТ. ПЛАН АУДИТА

21/44

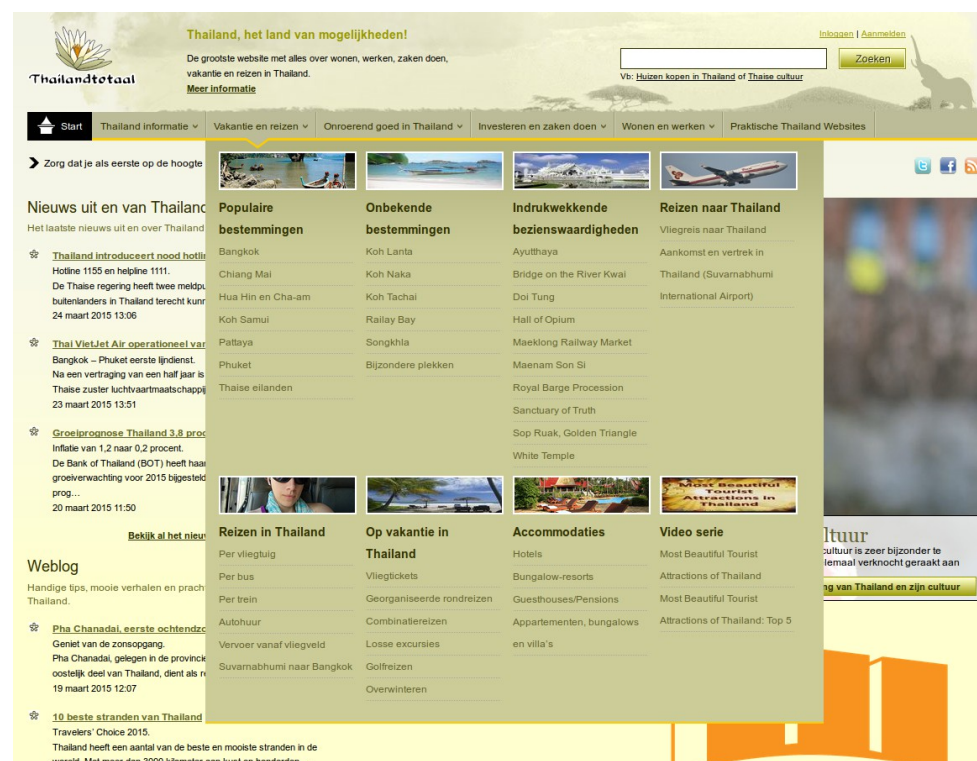
3. АНАЛИЗ НАВИГАЦИИ

3.1. Меню

3.2. «Хлебные крошки»

3.3. Карта сайта

3.4. Внутренняя перелинковка



04 USABILITY АУДИТ.

ПЛАН АУДИТА

22/44

4. АНАЛИЗ СЕРВИСОВ И ФОРМ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ

4.1. Поиск

4.2. Формы обратной связи

4.3. Прочие сервисы

Цена

От 928 до 2437 ₺

400 1 450 2 500

Бренды

☐ POLARIS ☐ Boulle ☐ Lasko

Мощность

От 15 до 55 Вт

15 35 55

Функции

☐ Поворот
☐ Наклон

Найти Очистить фильтр

Показать все характеристики

при наличии

Задать вопрос консультанту онлайн

Антон
vega-volt.ru

Здравствуйте, если у вас появились вопросы, я с удовольствием Вам помогу!

Введите сообщение

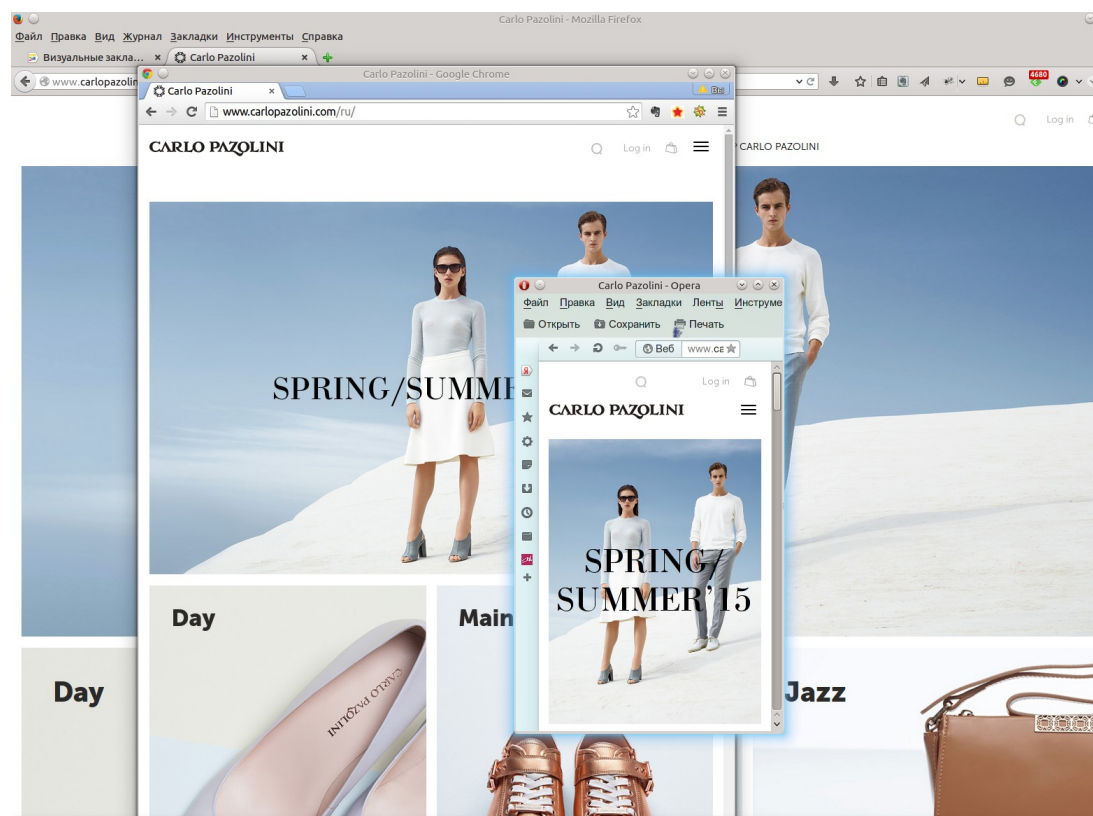
Нет, спасибо! Отправить

Сервис предоставлен LiveTex

04 USABILITY АУДИТ. ПЛАН АУДИТА

23/44

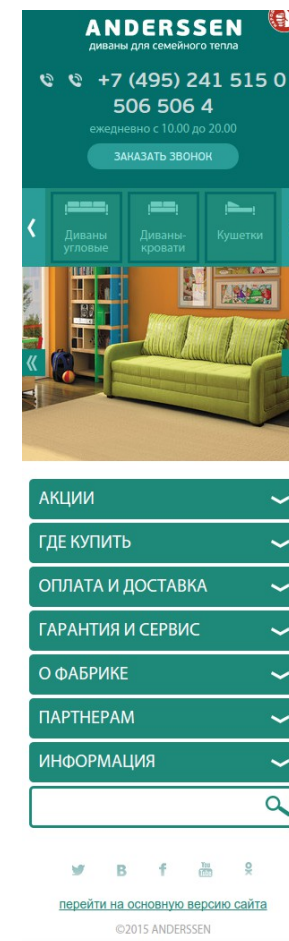
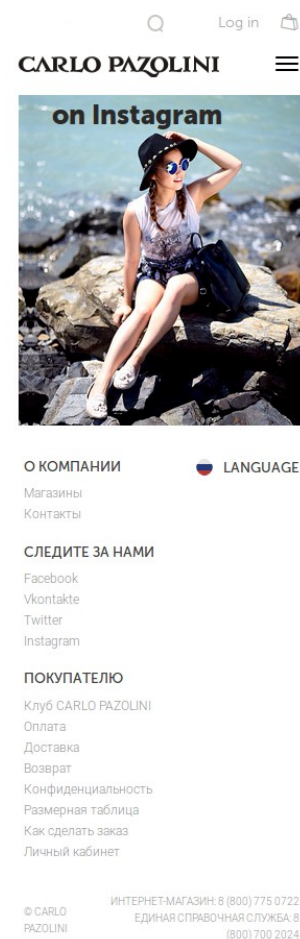
5. КОРРЕКТНОСТЬ ОТОБРАЖЕНИЯ В БРАУЗЕРАХ



04 USABILITY АУДИТ. ПЛАН АУДИТА

6. АДАПТИРОВАННОСТЬ ДЛЯ МОБИЛЬНЫХ УСТРОЙСТВ

24/44



04 USABILITY АУДИТ. ИНСТРУМЕНТАРИЙ

25/44

ЯНДЕКС.МЕТРИКА: социально-демографические данные, аналитика форм, карта путей по сайту

GOOGLE.ANALYTICS: социально-демографические данные, показатели качества трафика, достижение целей, поиск по сайту

ПРОВЕРКА ТЕКСТА НА ГРАМОТНОСТЬ И УНИКАЛЬНОСТЬ: <http://text.ru/>,
<http://advego.ru/plagiatus/>

ПРОВЕРКА ОРФОГРАФИИ: <http://webmaster.yandex.ru/spellcheck.xml>

РАЗРАБОТКА ПРОТОТИПОВ СТРАНИЦ: <https://moqups.com/>, <http://mockflow.com/>

ОТОБРАЖЕНИЕ САЙТА ПРИ РАЗНЫХ РАЗРЕШЕНИЯХ: <http://quirktools.com/screenfly/>

ПРОВЕРКА УДОБСТВА ПРОСМОТРА НА МОБИЛЬНЫХ УСТРОЙСТВАХ:
<https://www.google.com/webmasters/tools/mobile-friendly/>

4 USABILITY АУДИТ. РЕЗУЛЬТАТ

26/44



Маркетинговый консалтинг и аутсорсинг
Портфолио: www.techart.ru

раздел/на страницу остаются активными. Например, если пользователь уже находится в разделе «Бренды» <http://www.martines.ru/catalog/brands/>, ссылка на эту страницу в горизонтальном меню все равно остается активной. Такая перелинковка является избыточной. Никакой пользы посетителю лишняя перелинковка страницы не приносит, поэтому от подобных ссылок нужно отказаться. Так же, говоря про избыточную перелинковку, можно отметить страницу <http://www.martines.ru/destinations/parafitoterapiya/>, где в тексте стоит ссылка на эту же самую страницу.

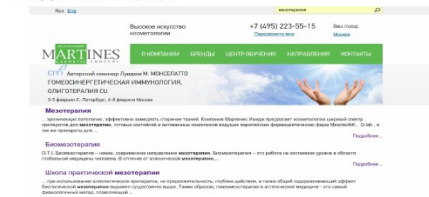
Рекомендации

1. Выделить контрастным цветом в горизонтальном верхнем и нижнем меню текущий раздел, где находится пользователь;
2. Реализовать корректное отображение «хлебных крошек» на всех страницах сайта;
3. Создать и разместить в футере ссылку на карту сайта;
4. Реализовать корректную внутреннюю перелинковку;
5. Сделать неактивными ссылки на уже открытые страницы.

4. Анализ сервисов и форм обратной связи

4.1. Поиск по сайту

На данный момент на сайте <http://www.martines.ru/> существует функционал поиска по сайту, что является несомненным плюсом ресурса, поскольку делает работу с ним пользователей более удобной. Данный сервис работает правильно и на корректный запрос выдает соответствующую информацию. В случае некорректного запроса сервис поиска не выдает никакой информации. Рекомендуется в данном случае показывать пользователям сообщение о том, что информации на сайте отсутствует.



Январь 2015 | Комплексный интернет-маркетинг www.martines.ru
Проект-менеджер: Ларина Ана, +7 (495) 790-7591 доб. 132

29

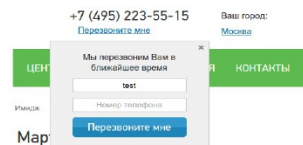


Маркетинговый консалтинг и аутсорсинг
Портфолио: www.techart.ru

4.2. Форма обратной связи.

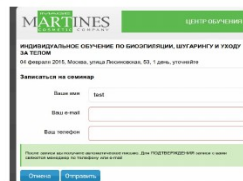
На текущем сайте <http://www.martines.ru> существует четыре формы обратной связи, что также является плюсом и облегчает процедуру взаимодействия аудитории сайта с представителями компании. Данные формы работают не совсем корректно: при вводе даже некорректных данных происходит отправка сообщения. Поэтому для увеличения удобства их использования некоторые формы требуют небольших доработок.

Форма «Перезвоните мне» имеет всего 2 поля, причем поля не помечены как обязательные для заполнения. Если пользователь ввел только имя, но не указал телефон, форма все равно отправляется.



Рекомендуется пометить все обязательные поля *, а под формой дать соответствующий комментарий. Такое количество полей является комфортным для заполнения, поэтому сохранять их не нужно. При неверном заполнении полей форма должна выдавать сообщения об ошибках, а при корректном — должна происходить отправка сообщения и вывод соответствующей информации.

Форма записи на мероприятие «Заняться» имеет так же минимальное количество полей. Поля, обязательные для заполнения, так же не отмечены. В случае заполнения только одного поля, форма не отправляется.



Январь 2015 | Комплексный интернет-маркетинг www.martines.ru
Проект-менеджер: Ларина Ана, +7 (495) 790-7591 доб. 132

30

ОТЧЕТНОСТЬ:

- *описание текущей ситуации;*
- *обоснование, почему показатели признаны неудовлетворительными;*
- *подробные рекомендации по доработкам.*

ГЛОБАЛЬНО:

- *улучшение удобства сайта;*
- *рост конверсии;*
- *достижение поставленных целей.*

04 USABILITY АУДИТ. ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ

27/44

- *Проблема главной страницы: не соответствует позиционированию компании, содержит неактуальные устаревшие элементы.*
- *Ненаглядное представление контактных данных.*
- *Незаметная корзина.*
- *Некорректно работает форма поиска по сайту.*
- *Отсутствуют качественные изображения.*
- *Текст на страницах не отформатирован.*

04 USABILITY АУДИТ.

ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ

28/44

■ Проблема форм обратной связи:

- утомительные проверки на валидность;
- не отправляются;
- отправляются неизвестно куда, но не менеджерам клиента

Кейс: ошибки заполнения обязательного поля формы

Заявка на просмотр

Имя: *

Телефон: *

E-mail: *

Время просмотра:

Заявка на просмотр коттеджа Коттедж, Яхрома, Дмитровское шоссе, Бараново, 47 км от МКАД (id 9518)
<http://my-homes.ru/realty/9518>

☐ Прошу срочно связаться со мной

Отправить →



04 USABILITY АУДИТ. СОВЕТЫ

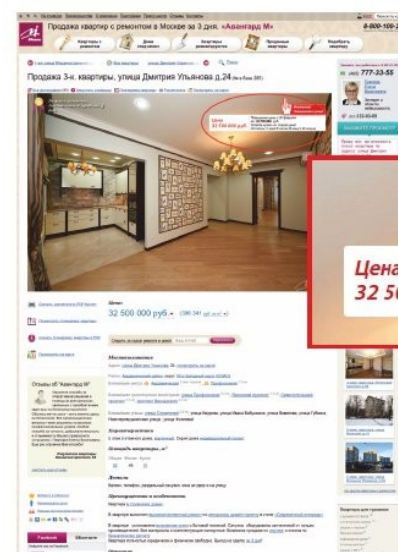
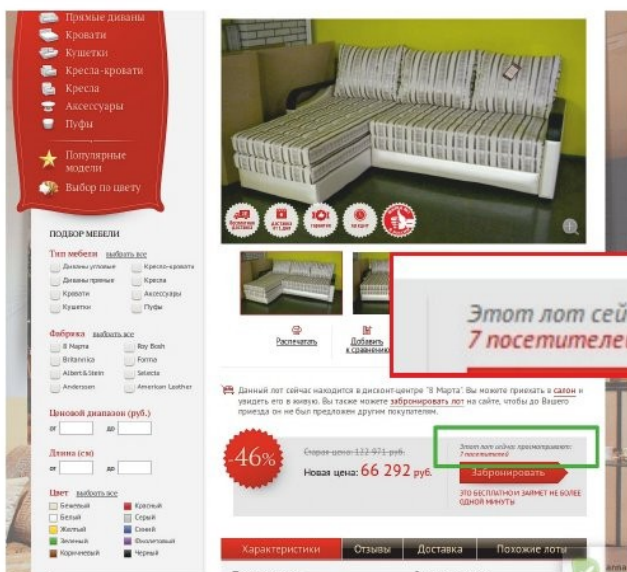
29/44

- *Используйте «**фиксированные**» шапки для сайтов.*
- *Размещайте **современные формы обратной связи**.*
- *Размещайте **контакты в шапке сайта**.*
- *Размещайте **корзину в шапке сайта**, в правом верхнем углу.*
- ***Сокращайте** до минимума **число полей** при оформлении заказа/регистрации пользователя.*

4 USABILITY АУДИТ. 4 СОВЕТЫ

30/44

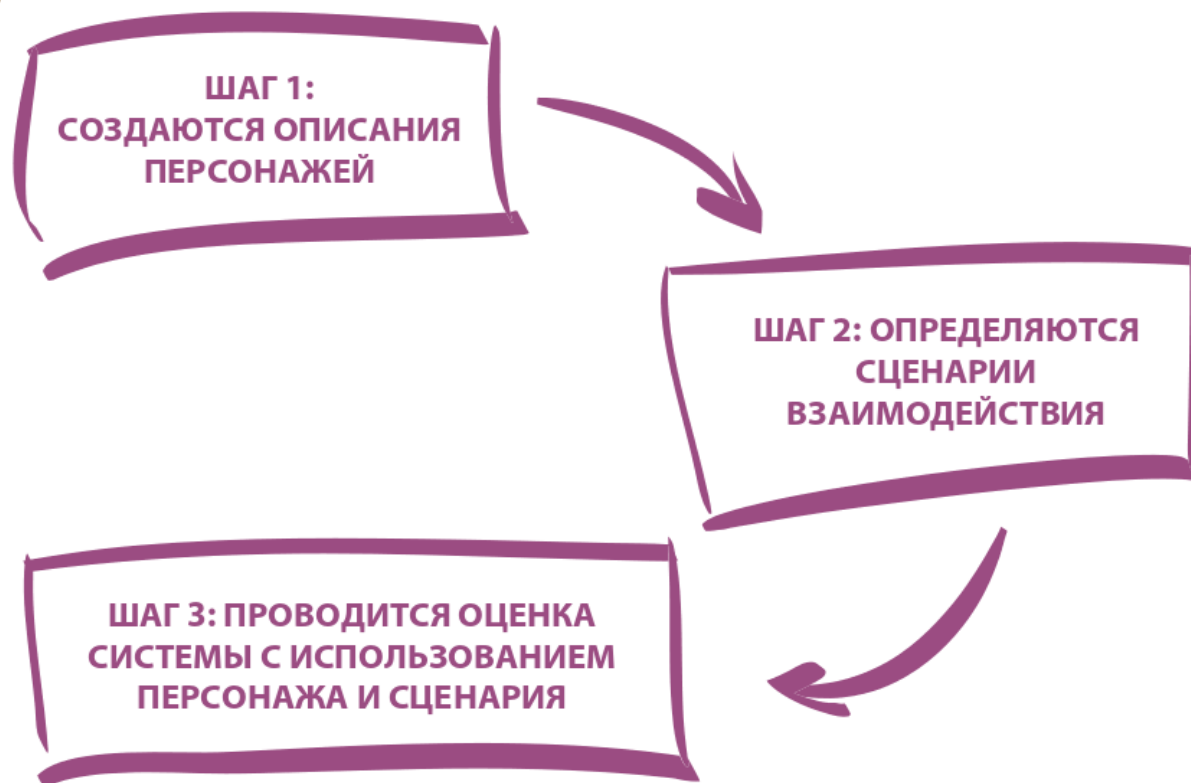
- Размещайте *продающие* триггеры.



04 USABILITY АУДИТ. СОВЕТЫ

31/44

- Используйте **метод пользовательских сценариев** для тестирования юзабилити.



4 USABILITY АУДИТ. 4 СОВЕТЫ

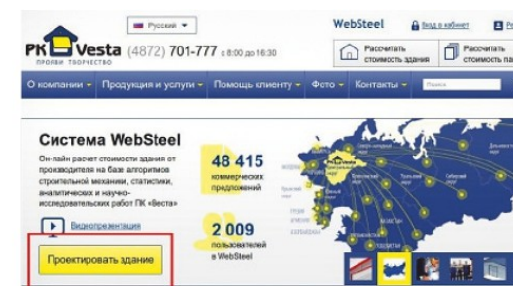
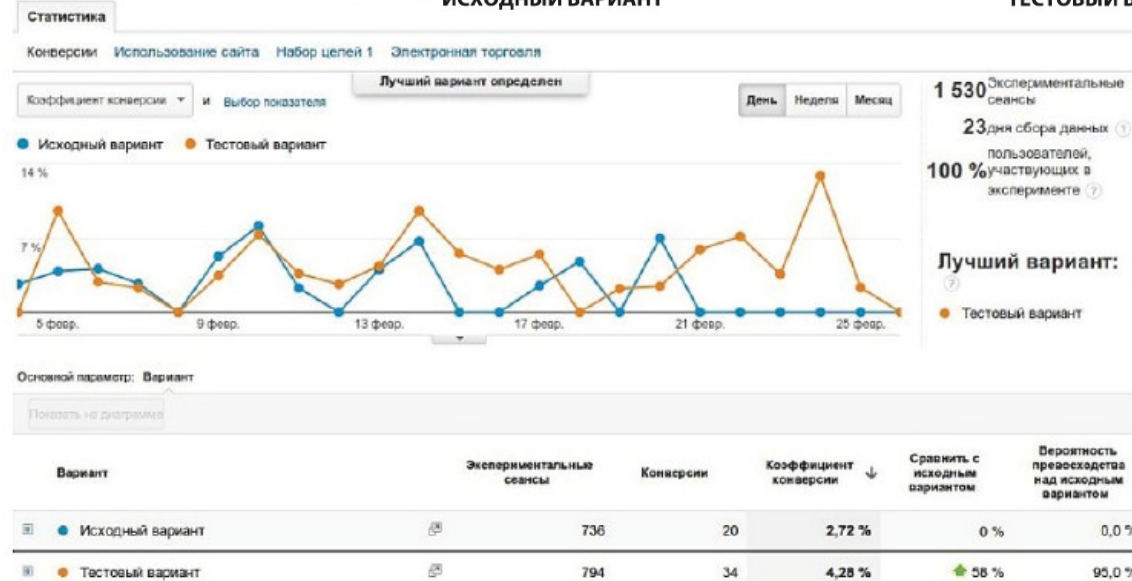
32/44

- Проводите A/B-тестирования.

РЕЗУЛЬТАТЫ:

РОСТ КОНВЕРСИИ НА **58%**

ИСХОДНЫЙ ВАРИАНТ



PK Vesta — это международная промышленная IT-компания, предлагающая

ТЕСТОВЫЙ ВАРИАНТ

05 АУДИТ СЕМАНТИЧЕСКОГО ЯДРА.

ПЛАН АУДИТА

33/44

- 1. Проверка частотности запросов*
- 2. Определение релевантной страницы и положения сайта в выдачах ПС*
- 3. Оценка эффективности целевых страниц*
- 4. Аудит контента*
- 5. Анализ конверсии по ключевым фразам*
- 6. Расширение семантики сайта*

05 АУДИТ СЕМАНТИЧЕСКОГО ЯДРА. ИНСТРУМЕНТАРИЙ

34/44

ПОДБОР ЗАПРОСОВ:

<https://wordstat.yandex.ru/>,

поисковые подсказки,

<https://adwords.google.ru/KeywordPlanner>

ПОИСКОВЫЕ ФРАЗЫ-ИСТОЧНИКИ ПЕРЕХОДОВ НА САЙТ: *Яндекс.Метрика*

ПРОВЕРКА УНИКАЛЬНОСТИ ТЕКСТОВ: *<http://text.ru/>*

05 АУДИТ СЕМАНТИЧЕСКОГО ЯДРА. РЕЗУЛЬТАТ

35/44

Общие запросы

Ключевые фразы	Частотность	Релевантная страница	Позиция Яндекс	Позиция Google
консультация врача	6128	http://www.smclinic.ru/services/consult_doctor.php	5	5
консультация врача в москве	87	http://www.smclinic.ru/services/consult_doctor.php	83	0
платный прием врачей	80	http://www.smclinic.ru/doctors/proktolog.html	19	13
получить консультацию врача	59	http://www.smclinic.ru/services/consult_doctor.php	12	9
платная консультация врача	49	http://www.smclinic.ru/services/consult_doctor.php	22	0
консультации врачей специалистов	47	http://www.smclinic.ru/services/consult_doctor.php	93	88
пройти врачей платно	31		0	0

Вызов врача на дом

Ключевые фразы	Частотность	Релевантная страница	Позиция Яндекс	Позиция Google
платный врач на дом	816	http://www.smclinic.ru/doctors/urolog.html	56	36
платный вызов врача	683	http://www.smclinic.ru/doctors/mammolog.html	48	32
вызов врача на дом платно	574	http://www.smclinic.ru/vyzov_v_racha.php	82	0
вызвать врача платного	165	http://www.smclinic.ru/vyzov_v_racha.php	45	56
вызвать врача на дом платно	133	http://www.smclinic.ru/vyzov_v_racha.php	45	0
консультация врача на дому	27	http://www.smclinic.ru/services/consult_doctor.php	1	6
платные услуги вызов врача	21	http://www.smclinic.ru/services/consult_doctor.php	96	0

ОТЧЕТНОСТЬ:

- *актуальное и полное семантическое ядро;*
- *перечень страниц и текстов для продвижения по всем видам запросов.*

ГЛОБАЛЬНО:

- *качественный, целевой поисковый трафик;*
- *рост конверсии сайта;*
- *снижение бюджетов на РК.*

05 АУДИТ СЕМАНТИЧЕСКОГО ЯДРА. ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ

36/44

- *В ядре только общие высокочастотные запросы.*
- *Релевантная страница с т.з. поисковых систем — искусственно созданная оптимизаторами страница с SEO текстом.*
- *Частотность ключевых фраз и ожидание оценивается не по региону, присвоенному сайту, а по всей России.*

05 АУДИТ СЕМАНТИЧЕСКОГО ЯДРА. СОВЕТЫ

37/44

- Максимально **расширяйте** семантическое ядро.
- Периодически **обновляйте** семантическое ядро.
- **Анализируйте** результаты и **корректируйте** продвижение.

06 АУДИТ МЕТРИК И БИЗНЕС-МЕТРИК. ПЛАН АУДИТА

1. АУДИТ ТЕКУЩИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПОСЕЩАЕМОСТИ

1.1. Динамика посещаемости с учетом сезонности спроса

1.2. Показатели качества трафика

1.3. Источники трафика и их эффективность

1.4. Социально-демографические данные

1.5. Поведение и пути пользователей

1.6. География переходов

06 АУДИТ МЕТРИК И БИЗНЕС-МЕТРИК. ПЛАН АУДИТА

2. АУДИТ КОНВЕРСИЙ

НАСТРОЕНО ЛИ:

- 2.1. Отслеживание всех видов форм на сайте*
- 2.2. Отслеживание событий и целей*
- 2.3. Отслеживание звонков с сайта*
- 2.4. Отслеживание рассылок*
- 2.5. Подсчет финансовых показателей*

06 АУДИТ МЕТРИК И БИЗНЕС-МЕТРИК. ПЛАН АУДИТА

3. АНАЛИТИКА ПРОДАЖ

3.1. Доля заказов с сайта

3.2. Продукты, которые покупаются с сайта

3.3. Количество постоянных покупателей с сайта

3.4. Величина среднего чека

3.5. Воронка продаж

06 АУДИТ МЕТРИК И БИЗНЕС-МЕТРИК. СОВЕТЫ

41/44

- *Настройте **Google.Analytics**.*
- *Ведите **CRM**.*
- ***Помечайте все виды рекламы** для корректного отслеживания уникальными метками*
- *Регулярно **анализируйте** все показатели.*

7 КАК ЧАСТО НУЖНО ПРОВОДИТЬ АУДИТ?

42/44

ОБЯЗАТЕЛЬНО:

на старте работ

ДАЛЕЕ:

в зависимости от динамики развития отрасли

8 МОЖНО ЛИ ПРОВЕСТИ АУДИТ САМОСТОЯТЕЛЬНО?

43/44

СЛОЖНО:

- *Нужен грамотно составленный чек-лист;*
- *Нужны компетенции и опыт;*
- *Нужно быть в курсе последних тенденций и нововведений;*
- *Нужны соответствующий склад ума и большой временной ресурс;*
- *Нужен доступ к ряду инструментов и сервисов;*
- *Специалисты сделают работу быстрее;*
- *Всегда хорошо получить «взгляд со стороны».*

09 СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ.
ПОЖАЛУЙСТА, ЗАДАВАЙТЕ
ВОПРОСЫ!

44/44

АННА ЛАРИНА

проект-менеджер

Маркетинговая группа «Текарт»

www.techart.ru