

Исследование Prodactor: идеальный сайт салона красоты

Оглавление

Исследование Prodactor: идеальный сайт салона красоты.....	1
О документе.....	2
Раздел 1. Страницы сайта.....	3
1.1. Обобщённый список страниц.....	3
1.2. Категории страниц по частоте встречаемости.....	4
Раздел 2. Шапка сайта.....	5
2.1. Ссылки в шапке.....	5
2.2. Семантические блоки в шапке.....	5
2.3. Идеальная шапка (объединённый вывод).....	6
Раздел 3. Футер сайта.....	6
3.1. Ссылки в футере.....	6
3.2. Семантические блоки в футере.....	7
3.3. Идеальный футер (объединённый вывод).....	7
Раздел 4. Главная страница.....	8
4.1. Ссылки с главной страницы (без учёта шапки и футера).....	8
4.2. Семантические блоки главной страницы (без учёта шапки и футера).....	8
4.3. Визуальные блоки главной страницы.....	9
4.4. Идеальная главная страница (объединённый вывод).....	10
Раздел 5. Функциональность сайта.....	10
5.1. Обобщённый список функций.....	10
5.2. Ключевые наблюдения из сравнения со стереотипами.....	10
Раздел 6. Товары (услуги) и цены.....	11
6.1. Подробные описания услуг.....	11
6.2. Наличие цен.....	11
6.3. Характер цен.....	11
6.4. Где указаны цены.....	11
Раздел 7. Внешние ссылки.....	11
7.1. Ссылки на социальные сети.....	11
7.2. Ссылки на внешние ресурсы (кроме соцсетей).....	12
Раздел 8. Обратная связь.....	12
Раздел 9. Юридическая информация.....	12
Раздел 10. SEO-данные.....	13
10.1. Ключевые слова (семантическое ядро).....	13
10.2. Качество метатегов (title, description).....	13
10.3. Качество структуры текстов.....	13
10.4. Качество URL.....	14
10.5. Качество перелинковки и хлебные крошки.....	14
Заключение: что это значит для идеального сайта салона красоты.....	14
Обязательный минимум (страницы).....	14
Шапка.....	14
Футер.....	15
Главная страница (блоки по порядку).....	15
Функциональность (обязательно).....	15
Цены.....	15
Соцсети.....	15
Обратная связь.....	15
SEO.....	15

О документе

Этот документ — полная версия исследования, проведённого по фирменной методике Prodoctor. Мы отобрали 50 сайтов салонов красоты, которые попали на первую страницу органической выдачи Яндекса по запросу «салон красоты» в городах-миллионниках (Новосибирск, Казань, Екатеринбург, Красноярск, Нижний Новгород, Челябинск, Омск, Самара, Уфа, Ростов-на-Дону, Воронеж, Волгоград, Пермь, Краснодар). Москва и Санкт-Петербург в выборку не вошли — для этих городов могут быть свои нюансы.

Из выборки исключались сети, салоны при торговых центрах и фитнес-клубах, одностраничники и «старые» сайты, которые держатся в топе только за счёт возраста, а не за счёт качества. Остались только современные самостоятельные салоны, которые действительно конкурируют за клиента.

Каждый сайт был сохранён с помощью утилиты single-file (с параметрами полной загрузки, но без стилей, изображений и скриптов — чтобы зафиксировать структуру и текст), затем обработан через искусственный интеллект по единой описи из 10 разделов. После этого мы подсчитали частотность каждого элемента — от страниц до SEO-параметров.

В этом документе — все цифры, таблицы и выводы. Данные обезличены, названия конкретных салонов и их URL не используются. Только чистые закономерности, которые можно применять для создания или улучшения собственного сайта.

Исследование проведено в феврале-марте 2026 года по фирменной методике Prodoctor. Данные обезличены. При копировании ссылка на источник обязательна.

Раздел 1. Страницы сайта

1.1. Обобщённый список страниц

Все страницы были сгруппированы по функциональному назначению. В скобках указано количество сайтов (из 50), на которых встретилась такая страница.

Основные страницы:

- Главная — 50
- Контакты — 50
- Цены / Прайс-лист — 41
- Услуги (общий каталог) — 40
- Акции / Спецпредложения — 34
- Отзывы — 31
- Портфолио / Наши работы / Фотогалерея — 31
- Команда / Мастера / Специалисты — 30
- О нас / О салоне / О компании — 29
- Вакансии — 27
- Блог / Статьи / Новости — 27
- Политика конфиденциальности — 24
- Подарочные сертификаты — 23

Страницы направлений услуг:

- Косметология — 22
- Парикмахерские услуги / Парикмахерский зал — 22
- Ногтевой сервис / Маникюр и педикюр — 21
- Обучение / Курсы / Школа — 14

- Массаж — 14
- Депиляция / Эпиляция / Шугаринг — 13
- Брови и ресницы — 13
- Визаж / Макияж — 12
- Солярий — 11
- СПА / СПА-процедуры — 9
- Интернет-магазин / Каталог косметики — 9
- Аппаратная косметология — 8
- Инъекционная косметология — 8

Служебные и юридические страницы:

- Страница 404 — 12
- Договор оферты / Публичная оферта — 8
- Карта сайта — 3
- 3D Тур / Виртуальный тур — 3
- Программа лояльности / Бонусная система — 3
- Страница отдельного мастера / Карточка специалиста — 6
- Страница отдельного товара / Карточка товара — 2

Отдельные страницы конкретных услуг (наиболее частотные из редких):

- Окрашивание волос — 7
- Стрижки и укладки — 7
- Чистка лица — 7
- Пилинги / Химические пилинги — 7
- Массаж лица — 6
- Уход за волосами / Лечение волос — 5
- Массаж тела — 5
- Лазерная эпиляция — 5
- Наращивание ресниц — 5
- Ламинирование ресниц — 5

1.2. Категории страниц по частоте встречаемости

Обязательные страницы (встречаются на 50–100% сайтов).

Это фундамент, «джентльменский набор» любого успешного сайта салона красоты:

- Главная
- Контакты
- Цены / Прайс-лист
- Услуги (общий каталог)
- Акции / Спецпредложения
- Отзывы
- Портфолио / Наши работы
- Команда / Мастера / Специалисты
- О нас / О салоне
- Вакансии
- Блог / Статьи / Новости
- Политика конфиденциальности

Желательные страницы (встречаются на 25–50% сайтов).

Эти страницы делают сайт более экспертным, глубоким и конверсионным:

- Подарочные сертификаты
- Косметология
- Парикмахерские услуги
- Ногтевой сервис
- Обучение / Курсы / Школа
- Массаж
- Депиляция / Эпиляция / Шугаринг
- Брови и ресницы

Дополнительные страницы (встречаются на 0–24% сайтов).

Эти страницы делают сайт уникальным, но не являются обязательными:

- Страница 404,
- Визаж / Макияж,
- Солярий,
- СПА,
- Интернет-магазин,
- Аппаратная и инъекционная косметология,
- Договор оферты,
- Отдельные услуги (чистка лица, пилинги, окрашивание, стрижки и укладки),
- Страница отдельного мастера,
- 3D-тур,
- Программа лояльности и другие.

Раздел 2. Шапка сайта

2.1. Ссылки в шапке

Список страниц, на которые чаще всего ведут ссылки из шапки (упорядочено по убыванию):

1. Контакты — 28
2. Услуги — 26
3. Цены / Прайс-лист — 24
4. О нас / О салоне — 23
5. Главная — 18
6. Отзывы — 16
7. Акции / Спецпредложения — 16
8. Вакансии — 14
9. Команда / Мастера — 13
10. Фото / Портфолио — 12
11. Блог / Статьи / Новости — 10
12. Сертификаты / Подарочный сертификат — 6
13. Обучение — 5
14. Косметология — 4

Рекомендованный набор ссылок в шапке (позиции 1–10):

- Контакты,
- Услуги,
- Цены,

- О нас,
- Главная,
- Отзывы,
- Акции,
- Вакансии,
- Команда,
- Портфолио.

2.2. Семантические блоки в шапке

Список информационных блоков, которые встречаются в шапке (упорядочено по убыванию):

- Логотип — 33
- Телефон — 31
- Социальные сети — 22
- Кнопка «Записаться» — 18
- Адрес — 15
- Режим работы — 11
- Кнопка / Ссылка «Цены» — 5
- Поиск — 5
- Мессенджеры — 5
- Кнопка «бургер» — 4
- E-mail — 3

ТОП-6 блоков в шапке (позиции 1–6):

- Логотип,
- Телефон,
- Социальные сети,
- Кнопка «Записаться»,
- Адрес,
- Режим работы

Любопытное наблюдение: Социальные сети в шапке (44%) встречаются чаще, чем Адрес (30%) и Режим работы (22%).

2.3. Идеальная шапка (объединённый вывод)

Обязательный минимум:

- Логотип (бренд + ссылка на главную)
- Телефон (кликабельный, основной канал связи)
- Кнопка «Записаться» (главный элемент конверсии)
- Контакты (страница с адресом, картой)
- Услуги (навигация по каталогу услуг)
- Цены (ключевая информация для принятия решения)
- О нас (формирование доверия)

Рекомендованные блоки:

- Иконки социальных сетей (VK, Telegram, Instagram)
- Адрес
- Режим работы
- Отзывы
- Акции

- Вакансии
- Команда / Мастера
- Портфолио

Раздел 3. Футер сайта

3.1. Ссылки в футере

Список страниц, на которые чаще всего ведут ссылки из футера (упорядочено по убыванию):

- Политика конфиденциальности — 23
- Социальные сети — 19
- Услуги — 18
- Контакты — 15
- О нас / О салоне — 14
- Цены / Прайс-лист — 12
- Вакансии — 11
- Ссылка на разработчика — 11
- Карта сайта — 10
- Акции / Спецпредложения — 9
- Главная — 8
- Публичная оферта — 8

ТОП-11 ссылок в футере (позиции 1–11):

- Политика конфиденциальности,
- Социальные сети,
- Услуги,
- Контакты,
- О нас,
- Цены,
- Вакансии,
- Ссылка на разработчика,
- Карта сайта,
- Акции,
- Главная.

3.2. Семантические блоки в футере

Список информационных блоков, которые встречаются в футере (упорядочено по убыванию):

- Копирайт — 30
- Контакты (адрес, телефон, email, режим работы) — 28
- Социальные сети — 25
- Логотип — 21
- Телефон — 16
- Юридическая информация (юрлицо, ИНН, ОГРН) — 13
- Ссылка на разработчика — 12
- Адрес — 12
- Режим работы — 10
- Кнопка «Записаться» — 9
- Интерактивная карта — 9
- E-mail — 8

ТОП-4 блоков в футере (позиции 1–4):

- Копирайт,
- Контакты,
- Социальные сети,
- Логотип.

3.3. Идеальный футер (объединённый вывод)

Обязательный минимум:

- Копирайт (текст с годом и названием компании)
- Контакты (адрес, телефон, режим работы)
- Социальные сети (иконки со ссылками)
- Логотип (кликабельный, ведёт на главную)
- Политика конфиденциальности
- Телефон (кликабельный)

Рекомендованные блоки:

- Юридическая информация (юрлицо, ИНН, ОГРН)
- Ссылка на разработчика
- Ссылки на основные разделы: Услуги, О нас, Цены, Вакансии, Акции
- Карта сайта
- Интерактивная карта
- E-mail
- Кнопка «Записаться» (дублирование)

Раздел 4. Главная страница

4.1. Ссылки с главной страницы (без учёта шапки и футера)

Список ссылок, которые ведут с основной части главной страницы (упорядочено по убыванию):

- Услуги / Категории услуг — 40
- Цены / Прайс-лист — 33
- Портфолио / Наши работы / Фотогалерея — 31
- Акции / Спецпредложения — 30
- Отзывы — 29
- Команда / Мастера / Специалисты — 28
- Социальные сети — 27
- О нас / О салоне — 24
- Контакты — 23
- Записаться онлайн / Онлайн-запись — 22
- Мессенджеры — 19
- Подарочные сертификаты — 18
- Блог / Статьи / Новости — 18
- Вакансии — 16
- Яндекс.Карты / 2ГИС / Карты — 14

ТОП-15 ссылок с главной страницы (позиции 1–15):

- Услуги,
- Цены,

- Портфолио,
- Акции,
- Отзывы,
- Команда,
- Социальные сети,
- О нас,
- Контакты,
- Онлайн-запись,
- Мессенджеры,
- Подарочные сертификаты,
- Блог,
- Вакансии,
- Карты.

4.2. Семантические блоки главной страницы (без учёта шапки и футера)

Список содержательных разделов, которые встречаются на главной странице (упорядочено по убыванию):

- Услуги — 37
- О нас / О салоне — 32
- Портфолио / Наши работы — 31
- Отзывы — 30
- Команда / Мастера — 30
- Акции — 28
- Контакты — 26
- Цены — 24
- Преимущества / Почему мы — 19
- Интерьер / Атмосфера салона — 15
- Социальные сети — 14
- Слайдер / Карусель / Герой — 14
- Призыв к действию / Форма записи — 12
- Партнёры / Бренды / Используемая косметика — 12

ТОП-14 семантических блоков главной страницы (позиции 1–14):

- Услуги,
- О нас,
- Портфолио,
- Отзывы,
- Команда,
- Акции,
- Контакты,
- Цены,
- Преимущества,
- Интерьер,
- Социальные сети,
- Слайдер,
- Призыв к действию,
- Партнёры.

4.3. Визуальные блоки главной страницы

Список визуальных элементов (упорядочено по убыванию):

- Слайдер / Карусель — 28
- Галерея изображений — 26
- Интерактивная карта — 17
- Видео / Видео-фон — 12
- Кнопки с эффектами — 8
- Анимация появления элементов — 7
- Форма обратной связи / Форма записи — 6
- Баннер / Промо-блок — 5
- Карусель отзывов — 4
- Плавающая кнопка / Виджет — 4
- Табы / Вкладки — 4
- Анимированный текст / Бегущая строка — 4

ТОП-4 визуальных блока главной страницы:

- Слайдер / Карусель,
- Галерея изображений,
- Интерактивная карта,
- Видео / Видео-фон.

4.4. Идеальная главная страница (объединённый вывод)

Ключевые выводы из сравнения стереотипов с реальностью:

- «О нас» важнее, чем «Интерьер» — блок «О нас» встречается в два раза чаще.
- «Цены» важнее «Интерьера» и «Соцсетей» — клиент приходит узнавать стоимость, а не любоваться.
- «Преимущества» важнее «Интерьера» — клиенту важнее понять выгоду, чем увидеть кресла.
- Слайдер — не главный визуальный элемент — его используют не все лидеры.
- Форма записи — не в приоритете — вместо громоздких форм — заметные кнопки «Записаться».

Идеальная структура главной страницы (сверху вниз):

- Шапка — логотип, телефон, кнопка записи, навигация по ключевым разделам.
- Услуги — карточки основных направлений с кратким описанием.
- О нас — история, концепция, преимущества (3–5 предложений).
- Портфолио — сетка фотографий работ мастеров.
- Отзывы — 2–3 цитаты с фото и именами клиентов.
- Команда — фото мастеров с краткой информацией.
- Акции — текущие скидки и предложения.
- Контакты и карта — адрес, телефон, режим работы, интерактивная карта, форма связи.

Раздел 5. Функциональность сайта

5.1. Обобщённый список функций

Список функций, которые встречаются на сайтах (упорядочено по убыванию):

- Онлайн-запись — 45

- Интерактивная карта — 39
- Форма обратной связи — 32
- Онлайн-заказ / Корзина — 8
- Поиск по сайту — 8
- Фильтры товаров / услуг — 5
- Калькулятор стоимости — 3
- Личный кабинет / Вход — 3
- Сравнение товаров — 0

ТОП-3 функции (позиции 1–3):

- Онлайн-запись (90%),
- Интерактивная карта (78%),
- Форма обратной связи (64%).

5.2. Ключевые наблюдения из сравнения со стереотипами

- Личный кабинет — есть только у 6% сайтов. Клиенты не хотят регистрироваться.
- Калькулятор стоимости — у 6%. Проще написать цену «от» или вывесить готовый прайс-лист.
- Корзина — у 16%. Только для салонов, продающих косметику онлайн.
- Поиск по сайту — у 16%. При хорошей навигации не нужен.
- Онлайн-консультант (чат) — не обнаружен ни на одном сайте. Вместо него — мессенджеры.

Раздел 6. Товары (услуги) и цены

6.1. Подробные описания услуг

- Есть подробные описания на отдельных страницах — 43 сайта (86%)
- Нет подробных описаний — 7 сайтов (14%)

Вывод: Подавляющее большинство лидеров создают отдельные страницы с подробными описаниями услуг. Это важный SEO-фактор и способ донести до клиента детали процедуры.

6.2. Наличие цен

- Цены есть — 47 сайтов (94%)
- Цен нет — 3 сайта (6%)

Вывод: Прайс-лист — критически важный элемент. Отсутствие цен — главный барьер для клиента.

6.3. Характер цен

- Точные — 24 сайта (48%)
- Смешанные (точные и ориентировочные) — 12 сайтов (24%)
- Ориентировочные («от...») — 11 сайтов (22%)
- Цен нет — 3 сайта (6%)

Вывод: Половина сайтов предпочитают точные цены. Смешанный подход и ориентировочные цены используются для сложных услуг (окрашивание, косметологические процедуры).

6.4. Где указаны цены

- В отдельном прайс-листе — 41 сайт
- В карточках услуг — 34 сайта
- Большинство дублируют и там, и там

Раздел 7. Внешние ссылки

7.1. Ссылки на социальные сети

- ВКонтакте (VK) — 41 (82%)
- Instagram — 33 (66%)
- WhatsApp — 27 (54%)
- Telegram — 23 (46%)
- YouTube — 5 (10%)
- Одноклассники — 3
- Viber — 2
- Facebook — 1
- Дзен — 1

Выводы:

- VK — абсолютный лидер (82%). Основная соцсеть для салонов красоты.
- Instagram — важен, но не обязателен (66%). Несмотря на блокировки, остаётся витриной для портфолио.
- WhatsApp и Telegram — активно используются для связи (54% и 46%).
- YouTube — нишевая история (10%).
- Западные соцсети (Facebook, Twitter, Pinterest) практически исчезли.

7.2. Ссылки на внешние ресурсы (кроме соцсетей)

- Яндекс.Карты / 2ГИС / Google Maps — 19
- Сервисы онлайн-записи (YCLIENTS, Reservi и др.) — 18
- Сайты разработчиков / Студии — 14
- Платформы отзывов — 7

Раздел 8. Обратная связь

Обобщённый список видов обратной связи (упорядочено по убыванию):

- Телефон — 50 (100%)
- Мессенджеры — 28 (56%)
- Форма обратной связи — 24 (48%)
- E-mail — 23 (46%)
- Форма сбора отзывов — 9 (18%)
- Встроенный чат / Онлайн-консультант — 0 (0%)

ТОП-4:

- Телефон,
- Мессенджеры,
- Форма обратной связи,
- E-mail.

Ключевые наблюдения:

- Телефон есть на всех сайтах. Это абсолютный король обратной связи.
- Онлайн-консультант не использует никто. Вместо него — мессенджеры.
- Форма сбора отзывов встречается редко — люди привыкли оставлять отзывы на сторонних площадках.

Раздел 9. Юридическая информация

Обобщённый список юридической информации (упорядочено по убыванию):

- Политика обработки персональных данных — 34 (68%)
- Название юридического лица — 23 (46%)
- ИНН — 22 (44%)
- ОГРН / ОГРНИП — 18 (36%)
- Данные о лицензиях — 11 (22%)
- Пользовательское соглашение / Публичная оферта — 10 (20%)
- Банковские реквизиты — 4 (8%)

ТОП-4:

- Политика конфиденциальности,
- Название юридического лица,
- ИНН,
- ОГРН.

Раздел 10. SEO-данные

10.1. Ключевые слова (семантическое ядро)

Топ-10 самых частотных ключевых слов:

- волос — 47
- услуги — 42
- салон — 41
- красоты — 38
- лица — 34
- цена — 33
- маникюр — 31
- уход — 27
- стрижка — 27
- массаж — 26

Группы ключевых слов:

- Общие понятия: салон, красоты, услуги, цена, стоимость, акции
- Услуги для волос: волос, стрижка, окрашивание, укладка, восстановление
- Ногтевой сервис: маникюр, педикюр, дизайн, ногтей, покрытие, наращивание
- Косметология: лица, косметология, уход, процедуры, чистка, пилинг, лифтинг
- Брови и ресницы: бровей, ресниц, коррекция, ламинирование
- Тело, массаж, эпиляция: массаж, эпиляция, тела, депиляция, шугаринг
- Медицинская тематика: персональных, обработка, политика, здоровье, лицензии
- Люди: мастер, отзывы, специалисты

10.2. Качество метатегов (title, description)

Категория	Количество	Доля
Отлично (9–10)	16	32%
Хорошо (7–8.9)	20	40%
Требуется доработки (ниже 7)	14	28%

Вывод: 72% сайтов имеют приемлемое или хорошее качество метатегов.

10.3. Качество структуры текстов

Категория	Количество	Доля
Отлично (9–10)	8	16%
Хорошо (7–8.9)	29	58%
Требуется доработки (ниже 7)	13	26%

Вывод: 74% сайтов имеют хорошую или приемлемую структуру текстов.

10.4. Качество URL

Категория	Количество	Доля
Отлично (9–10)	18	36%
Хорошо (7–8.9)	26	52%
Требуется доработки (ниже 7)	6	12%

Вывод: 88% сайтов используют читаемые, человекопонятные URL.

10.5. Качество перелинковки и хлебные крошки

Категория	Количество	Доля
Отлично (9–10)	13	26%
Хорошо (7–8.9)	29	58%
Требуется доработки (ниже 7)	8	16%

Наличие хлебных крошек:

- Есть — 15 сайтов (30%)
- Нет — 35 сайтов (70%)

Вывод: Хлебные крошки — самый простой и эффективный инструмент навигации, который не использует большинство конкурентов (70%). Это зона роста.

Заключение: что это значит для идеального сайта салона красоты

Обязательный минимум (страницы)

- Главная,
- Контакты,
- Цены / Прайс-лист,
- Услуги (общий каталог),
- Акции,
- Отзывы,
- Портфолио,
- Команда / Мастера,
- О нас,
- Вакансии,
- Блог / Статьи / Новости,
- Политика конфиденциальности.

Шапка

- Логотип, телефон (кликабельный), кнопка «Записаться»
- Навигация: Контакты, Услуги, Цены, О нас, Отзывы, Акции, Вакансии, Команда, Портфолио
- Социальные сети, адрес, режим работы

Футер

- Копирайт, контакты, соцсети, логотип
- Политика конфиденциальности, юридическая информация (юрлицо, ИНН, ОГРН)
- Ссылка на разработчика, карта сайта
- Дублирование ключевых разделов: Услуги, О нас, Цены, Вакансии, Акции

Главная страница (блоки по порядку)

- Услуги и цены
- О нас
- Портфолио
- Отзывы
- Команда
- Акции
- Контакты и карта + форма записи

Функциональность (обязательно)

- Онлайн-запись
- Интерактивная карта
- Форма обратной связи

Цены

- Должны быть (94% лидеров), для стандартных услуг — точные

Соцсети

- ВКонтakte — обязательно
- Instagram, WhatsApp, Telegram — желательно, если есть ресурс на поддержку

Обратная связь

- Телефон — обязательно
- Мессенджеры и форма — желательно

SEO

- Уникальные title и description для каждой страницы
- ЧПУ-адреса (читаемые URL)
- Хлебные крошки (у 70% конкурентов их нет — это ваше преимущество)
- Чёткая структура заголовков H1–H3
- Семантические теги

[Ссылка на архив.](#)

Дата публикации: апрель 2026 г.