

GHID DE VERIFICARE PENTRU SITE-UL TĂU

Pentru afaceri care au deja un site

Verifici singur, în 10 minute, dacă site-ul tău îți aduce încredere și cereri sau, dimpotrivă, te încurcă.

PENTRU CINE ESTE ACEST GHID

Ghidul este pentru tine dacă ai deja un site, dar nu ești sigur că îți face treaba: transmite încredere, este clar și aduce cereri reale.

Nu ai nevoie de cunoștințe tehnice. Fiecare punct este formulat simplu și îți spune ce să verifici și de ce contează.

După ce completezi acest ghid, vei ști mai clar dacă site-ul tău te ajută sau te încurcă.

CUM ÎL FOLOSEȘTI

Parcurge fiecare punct și bifează DA sau NU. La final, numeri răspunsurile cu NU. Fiecare NU poate indica un blocaj care te face să pierzi vizitatori sau cereri.

Coloana „Impact” îți arată unde să intervii prima dată:

- RIDICAT — afectează direct câți clienți te contactează.
- MEDIU — afectează cât de ușor te găsesc oamenii.
- SCĂZUT — îmbunătățire de calitate, o faci când ai timp.

TEST RAPID — 5 ÎNTREBĂRI ÎN 2 MINUTE

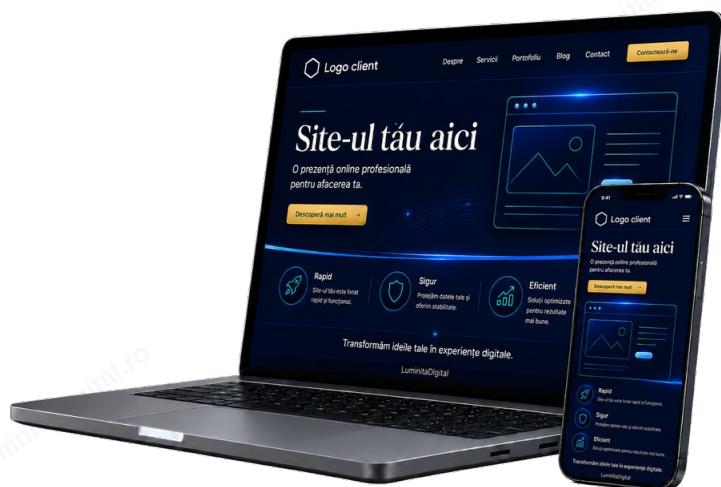
Înainte de checklistul complet, răspunde sincer la astea cinci. Dacă răspunzi „nu” la oricare, ai deja un motiv clar de îmbunătățire.

#	Criteriu	DA	NU	Impact
1	Un străin înțelege în 5 secunde ce oferi? <i>Deschide site-ul și numără. În primele secunde reiese clar ce faci și pentru cine?</i> Dacă trebuie să caute, majoritatea pleacă.	☐ DA	☐ NU	RIDICAT
2	Găsești butonul de contact fără să derulezi? <i>Pe prima parte a paginii, pe telefon, vezi cum te poate contacta cineva?</i> Contactul ascuns costă cereri.	☐ DA	☐ NU	RIDICAT
3	Site-ul arată bine pe telefon? <i>Deschide-l pe mobil. Textul este lizibil, butoanele ușor de apăsate, nimic nu iese din ecran?</i> Cei mai mulți vizitatori vin de pe telefon.	☐ DA	☐ NU	RIDICAT
4	Există recenzii sau exemple reale de lucru? <i>Vede vizitatorul o dovadă că alți oameni au lucrat cu tine și au fost mulțumiți?</i> Dovada convinge mai mult decât orice text.	☐ DA	☐ NU	RIDICAT
5	Se încarcă repede? <i>Apare conținutul aproape imediat, sau aștepti câteva secunde bune?</i> Un site lent pierde vizitatorul înainte să citească.	☐ DA	☐ NU	MEDIU

CLARITATE — vizitatorul înțelege rapid?

Un site clar îl ghidează pe om spre acțiune fără efort. Dacă trebuie să caute ce oferi sau cum te contactează, îl pierzi.

#	Criteriu	DA	NU	Impact
1	Mesajul principal este clar din prima <i>Titlul de sus spune ce faci și pentru cine, nu doar numele firmei?</i> Titlul trebuie să comunice valoarea, nu să fie un logo scris.	☐ DA	☐ NU	RIDICAT
2	Serviciile sunt descrise clar și concret <i>Reiese exact ce oferi, pentru cine și ce rezultat obține clientul?</i> „Servicii de calitate” nu spune nimic. Fii specific.	☐ DA	☐ NU	RIDICAT
3	Există un singur buton principal clar <i>Este evident ce vrei să faci vizitatorul: să sune, să scrie, să rezerve?</i> Prea multe butoane = confuzie = inacțiune.	☐ DA	☐ NU	RIDICAT
4	Navigarea este simplă <i>Meniul are puține opțiuni? Găsești ușor serviciile și contactul?</i> Navigare complicată = frustrare = abandon.	☐ DA	☐ NU	MEDIU



ÎNCREDERE — de ce să te aleagă pe tine?

Clientul nu te cunoaște. Semnalele de încredere îl conving că ești serios, real și că merită să te contacteze.

#	Criteriu	DA	NU	Impact
1	Există recenzii reale pe site <i>Sunt afișate păreri de la clienți reali, cu nume?</i> Recenziile sunt cel mai puternic element de convingere.	☐ DA	☐ NU	RIDICAT
2	Există exemple de lucrări sau poze înainte/după <i>Vede clientul concret ce ai livrat pentru alții?</i> Dovada vizuală convinge mai mult decât textul.	☐ DA	☐ NU	RIDICAT
3	Există o pagină „Despre” care spune cine ești <i>Poate afla clientul cine ești, ce experiență ai, de ce să te aleagă?</i> Oamenii cumpără de la oameni.	☐ DA	☐ NU	MEDIU
4	Datele afacerii sunt vizibile (adresă, oraș, contact) <i>Sunt afișate clar date despre afacere?</i> Datele clare cresc încrederea. În funcție de activitate, pot exista și obligații legale specifice.	☐ DA	☐ NU	MEDIU

MOBIL ȘI VITEZĂ — experiența pe telefon

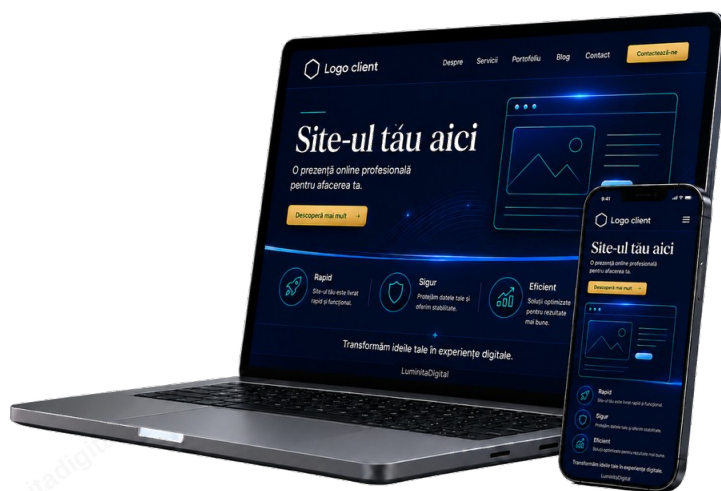
Pentru afacerile locale, experiența pe telefon este esențială: Google folosește versiunea mobilă a site-ului pentru indexare și clasare. Un site care nu se adaptează bine pe telefon pierde vizibilitate și clienți.

#	Criteriu	DA	NU	Impact
1	Site-ul se adaptează bine pe telefon <i>Pe mobil: textul este lizibil fără zoom, elementele se potrivesc pe ecran?</i> Un site care nu se adaptează bine pe telefon este greu de folosit și poate afecta experiența utilizatorului.	☐ DA	☐ NU	RIDICAT
2	Butoanele sunt mari și ușor de apăsat pe mobil <i>Butoanele sunt suficient de mari? Linkurile nu sunt înghesuite?</i> Butoane mici = frustrare = abandon.	☐ DA	☐ NU	MEDIU
3	Există buton de WhatsApp sau apel direct pe mobil <i>Pe telefon, un singur tap deschide WhatsApp sau formează numărul?</i> Clientul de pe mobil vrea să acționeze cu un tap, nu să copieze numărul.	☐ DA	☐ NU	RIDICAT
4	Site-ul se încarcă repede <i>Apare conținutul aproape imediat? Verifică și pe internet mobil, nu doar pe WiFi.</i> Un site lent crește riscul ca vizitatorul să plece înainte să citească.	☐ DA	☐ NU	MEDIU

CONTACT ȘI CONVERSIE — îl duci spre acțiune?

Conversia înseamnă transformarea vizitatorului în client. Aici verifici dacă site-ul îl ghidează activ spre contact sau rezervare.

#	Criteriu	DA	NU	Impact
1	Datele de contact se văd fără derulare <i>Numărul de telefon sau butonul de contact apare sus, fără scroll?</i> Contactul ascuns costă clienți.	☐ DA	☐ NU	RIDICAT
2	Formularul de contact funcționează <i>Ai trimis un mesaj test? L-ai primit pe email?</i> Un formular defect = pierzi clienți fără să știi.	☐ DA	☐ NU	RIDICAT
3	CTA-ul se vede și pe mobil fără derulare <i>Butonul principal de contact apare pe ecranul telefonului imediat?</i> CTA invizibil pe mobil = mai puține cereri.	☐ DA	☐ NU	RIDICAT
4	Există un motiv clar să acționeze acum <i>Site-ul transmite ceva care motivează acțiunea?</i> <i>Ofertă, garanție, disponibilitate?</i> Fără un motiv clar, vizitatorul amână și uită.	☐ DA	☐ NU	MEDIU



SEO LOCAL MINIM — te găsesc oamenii din zonă?

Aceste puncte determină dacă afacerea ta apare când cineva caută servicii ca ale tale, în zona ta. Google evaluează rezultatele locale după relevanță, distanță și proeminență.

#	Criteriu	DA	NU	Impact
1	Site-ul menționează orașul sau zona pe care o deservești <i>Textele conțin numele orașului sau cartierului în care activezi?</i> Fără referințe geografice clare, Google înțelege mai greu pentru ce zonă este relevantă afacerea ta.	☐ DA	☐ NU	RIDICAT
2	Ai un profil Google Business conectat la site <i>Ai un profil Google verificat care trimite spre site?</i> Google Business este foarte important pentru vizibilitatea locală.	☐ DA	☐ NU	RIDICAT
3	Site-ul folosește HTTPS (lacăt în browser) <i>Adresa începe cu https:// și nu apare avertisment de securitate?</i> Fără HTTPS, browserele avertizează vizitatorul că site-ul este nesigur.	☐ DA	☐ NU	RIDICAT
4	Fiecare pagină are titlu și descriere proprie <i>În rezultatele Google, fiecare pagină are titlu și descriere relevante?</i> Titlul și descrierea influențează câți oameni dau click din Google.	☐ DA	☐ NU	MEDIU

SCORUL TĂU

Numără toate bifele DA din ghid (sunt 25 de puncte în total):

20-25 DA — Site solid. Menține și monitorizează.

13-19 DA — Bază bună, dar există puncte slabe care pot reduce numărul cererilor.

Sub 13 DA — Site-ul are probleme importante care pot reduce încrederea și cererile.

Prioritizează simplu:

1. Rezolvă întâi toate punctele cu impact RIDICAT bifate cu NU.
2. Treci apoi la cele cu impact MEDIU.
3. Cele cu impact SCĂZUT le rezolvi când ai timp.

CUM TE POT AJUTA MAI DEPARTE

Nu trebuie să reparați singur toate punctele bifate cu NU. Rolul meu este să te ajut să transformi site-ul într-un instrument clar, profesionist și ușor de folosit pentru clienți.

Concret, pot prelua eu:

- verific structura site-ului tău și îți spun ce blochează încrederea;
- îmbunătățesc claritatea mesajului și a serviciilor;
- optimizez secțiunile importante pentru contact și conversie;
- reconstruiesc site-ul, dacă cel actual nu te mai ajută.

Despre LuminițaDigital

Sunt Luminița și ajut afacerile locale să își prezinte serviciile online prin site-uri clare, profesioniste și ușor de folosit. Pun accent pe structură, încredere și pași simpli pentru client.

AI COMPLETAT GHIDUL?

Scrie-mi pe WhatsApp și trimite-mi:

- linkul site-ului tău
- scorul tău (câte DA ai bifat)
- cele mai importante 3 puncte bifate cu NU

Îți spun ce merită reparat prima dată.

Vrei doar idei? Folosește ghidul ca listă de verificare. Vrei să reparați site-ul? Trimite-mi rezultatul și discutăm concret.

Nu trebuie să reparați totul singur.

Scopul ghidului este să vezi clar ce merită îmbunătățit prima dată. Restul îl putem rezolva împreună, pas cu pas.

