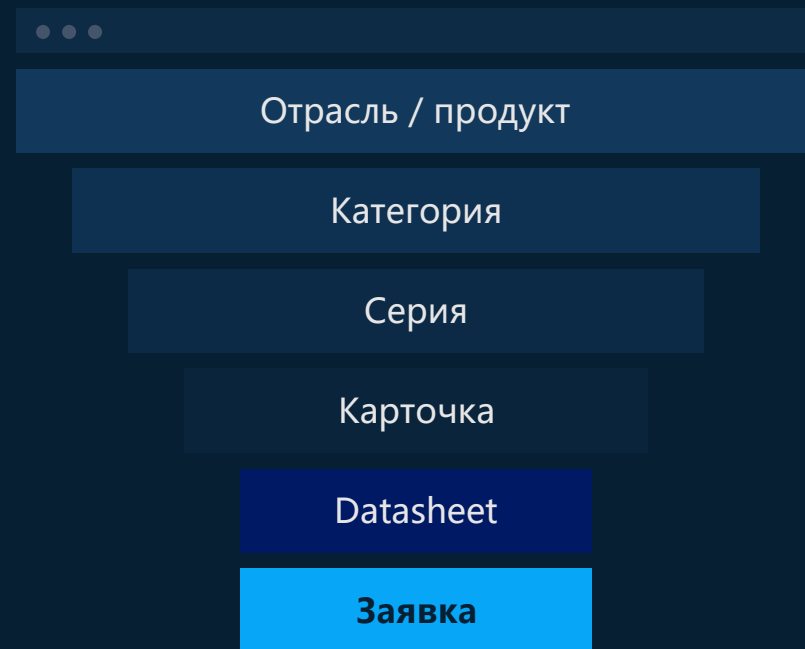


Путь клиента voestalpine Böhler Welding

Разбор сайта voestalpine.com/welding и наша модель воронки заявок

Аналитический материал для внутреннего обсуждения

Октябрь 2026 · 4 главы · 21 страница



У voestalpine воронка заканчивается на документе. Мы достраиваем её до заявки.

Четыре главы: как устроен сайт, куда идёт клиент, чем мы сильнее, что объединяем

Содержание

Разбор построен по четырём вопросам: как устроен сайт voestalpine, как по нему идёт посетитель, чем наш путь отличается от него и что из чужого опыта стоит взять.

Источник: voestalpine.com/welding/global-en

Сравнение: прототип нашего сайта, октябрь 2026

-
- | | |
|----|--|
| 01 | Общая концепция voestalpine.com
Как устроен сайт и на чём стоит его логика · страницы 4–8 |
| 02 | Путь клиента voestalpine.com
Маршрут посетителя, воронка и точки потери интереса · страницы 9–12 |
| 03 | Чем лучше или хуже наш путь
Построчное сравнение двух воронок и честный баланс · страницы 13–16 |
| 04 | Как сделать ещё удобнее
Что берём у voestalpine, что сохраняем своё, приоритеты · страницы 17–21 |
-

Путь voestalpine обрывается там, где сделка уже близко

Контекст

voestalpine Böhler Welding — глобальная витрина компетенций: более 2 000 продуктов, 4 000 дистрибьюторов, три бренда и сто лет истории. Вход на сайт — через продукт или отрасль, а выход всегда один: «найдите дистрибьютора».

Осложнение

Путь обрывается в самой дорогой точке. На карточке продукта нет цены, нет корзины и нет формы запроса — только файл с характеристиками и ссылка на внешнего дистрибьютора. Инженер, готовый покупать, уходит искать контакт.

Решение

Мы не копируем витрину, а достраиваем её до заявки: код позиции, сигнал по складу, подборщик и форма запроса с файлом — на каждой карточке. Берём их отраслевую навигацию и доказательную базу, сохраняем свою механику захвата.

01

Общая концепция voestalpine.com

КАК УСТРОЕН САЙТ И НА ЧЁМ СТОИТ ЕГО ЛОГИКА

2 000 продуктов и 4 000 посредников: масштаб, который мешает сделке

2 000+

продуктов в портфеле

4 000

дистрибьюторов по миру

2 500

сотрудников

3

бренда: Böhler, UTP, Fontargen

47

категорий в фасетном поиске

15

отраслевых решений



Масштаб — главный аргумент сайта и причина, почему он не доводит до сделки: между брендом и покупателем стоят 4 000 посредников, и сайт передаёт конверсию им.

Пять разделов верхнего уровня, конверсия — в самом низу

Products

каталог

Consumables · Welding Equipment · PPE & Accessories · Welding Automation · Accessories & Tools

Solutions

отрасли

Industry Solutions: Mobility · Oil & Gas · Power Generation · Heavy Fabrication · Mining · Chemical · Steel · Tooling — всего 15 отраслей

Support

инструменты

Download Center · JOIN!Online · Welding Calculator · weldNet Configurator · Welding Academy · Application Technology Centers

Company

доверие

About Us · References · Quality & Certifications · Research & Development · News & Events · Career

Contact

конверсия

Contact Us · Locations · Distributor Finder

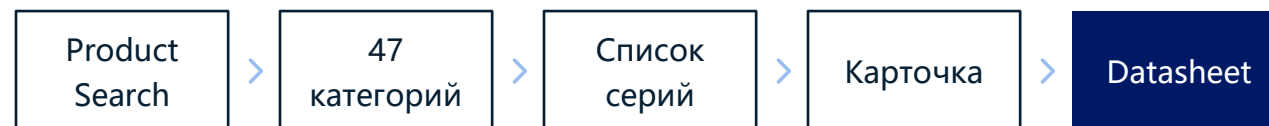
Сайт — матрица «продукт × отрасль»

Товарный и отраслевой входы ведут в одну карточку и не связаны между собой.

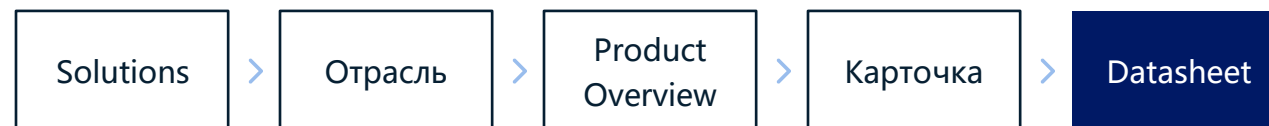
Раздел Contact вынесен в конец навигации. Из карточки продукта путь к нему не ведёт — только ссылка на внешнего дистрибьютора.

Две несвязанные системы навигации: иерархия и фасетный поиск на 47 категорий

Путь 1 • инженер знает артикул



Путь 2 • инженер знает отрасль



- Оба маршрута сходятся в одной точке — файл с характеристиками. Дальше сайт уводит на внешний сайт дистрибьютора.
- ✗

Два входа — один тупик

Инженер с артикулом идёт через фасетный поиск: 47 категорий, но ни одна не ведёт к запросу цены.

Инженер с отраслью идёт через Solutions: 15 отраслей, но отраслевая страница — это рассказ и набор плиток, а не подбор под задачу.

Сайт отвечает на вопрос «что мы умеем», а не «как это купить»

Что сайт делает

Показывает портфель: 2 000+ продуктов

Рассказывает про 15 отраслей

Даёт datasheet и руководства на 11 языках

Подтверждает качество сертификатами



Чего на сайте нет

Цены — ни на одной карточке

Срока поставки и наличия на складе

Формы запроса и обратного звонка

Корзины и оформления заказа

- 🎯 Единственное целевое действие на карточке — «Find a distributor»: интерес уходит на чужой сайт, и бренд не получает ни лида, ни данных о спросе.
- 🔒 Единственная транзакционная точка — портал JOIN!Online — закрыт для покупателей и доступен только партнёрам-дистрибьюторам.
- ✅ Для глобального холдинга это осознанная модель: сайт продаёт бренд, а продают 4 000 партнёров. Для нас она неприменима — партнёрской сети нет, а цель — 15 заявок в месяц.

02

Путь клиента voestalpine.com

МАРШРУТ ПОСЕТИТЕЛЯ, ВОРОНКА И ТОЧКИ ПОТЕРИ

Шесть шагов воронки — и ни одной точки захвата

Вход: промо-баннер и поиск

01 Трафик приходит — но интент ещё не определён

Продукт или отрасль

02 Развилка: товарный вход или отраслевой

Категория и список серий

03 Нет фильтра по наличию, сроку и региону

Карточка серии

04 Нет цены, нет срока — сравнить не с чем

Страница продукта

05 Нет формы запроса и обратного звонка

Datasheet

06 Интерес уходит на внешний сайт дистрибьютора



Точка захвата лида отсутствует на всех шести шагах. Сайт оптимизирован под охват и узнаваемость, а не под конверсию.

Маршрут инженера: семь кликов до datasheet и ноль — до КП

01	Поисковый запрос приводит на отраслевой лендинг (Mobility / Railway)	клик 1
02	Блок Product Overview на отраслевой странице	клик 2
03	Раздел Welding Consumables	клик 3
04	Категория Solid Wires	клик 4
05	Список серий внутри категории	клик 5
06	Страница продукта: Data Sheet, Applications, Documents, аксессуары	клик 6
07	Find a distributor — переход на внешний сайт партнёра	клик 7

 Семь шагов и ноль точек захвата: ни формы, ни кода позиции для повторного заказа, ни сигнала по наличию. У нас тот же маршрут проходится за три шага — и на каждом есть кнопка «В заявку».

Пять разрывов, и четыре из них — не про контент

Где путь рвётся

Разрывы возникают не потому, что на сайте мало информации.

Наоборот: контента больше, чем у нас. Рвётся там, где посетитель готов действовать, а действия не предусмотрено.

Четыре разрыва из пяти закрываются механикой, а не редактурой: формой, кодом позиции и сигналом по складу.



Нет целевого действия на карточке

Datasheet скачать можно, заявку оставить — негде



Цена и срок не показаны

Призыв «свяжитесь с нами» стоит без формы контакта рядом



Конверсия передана посреднику

Бренд не получает ни лида, ни данных о спросе



Нет сквозного кода позиции

Повторный заказ начинается с поиска заново



Нет регионального контекста

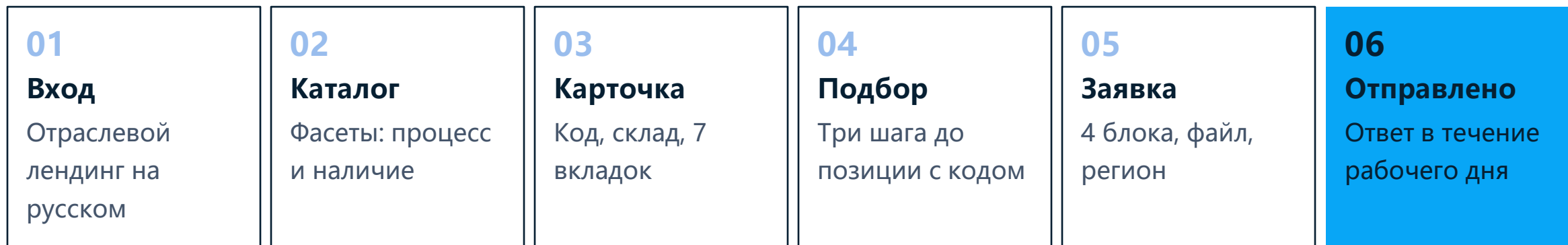
11 языков интерфейса, но нет склада, сертификации, валюты и офиса в РФ

03

Чем лучше или хуже наш путь

СРАВНЕНИЕ ДВУХ ВОРОНОК И ЧЕСТНЫЙ БАЛАНС

Наш путь: шесть шагов и одна заявка на выходе



Позиции, выбранные на разных шагах, собираются в одну заявку — с кодами, фасовками и документацией.

Что мы даём на каждом шаге

- ✓ Код позиции для повторного заказа
- ✓ Сигнал «со склада» или расчётный срок
- ✓ Кнопка «В заявку» на каждом экране

Что это даёт бизнесу

- ✓ Ни один экран не остаётся тупиком
- ✓ Лид фиксируется в момент интереса
- ✓ Заявка приходит структурированной

Сравнение по одиннадцати параметрам: мы сильнее в конверсии, слабее в доверии

Параметр	voestalpine.com	Наш сайт
Вход в каталог	Отрасль и продукт	Отрасль и процесс
Глубина до карточки	4–5 кликов	2–3 клика
Код позиции	Нет	Есть, сквозной
Цена	Не показана	По запросу, по фасовке
Наличие и срок	Не показаны	«Со склада» или срок
Документация	Datasheet, 11 языков	+ НАКС, паспорт партии
Точка захвата лида	Нет на карточке	На каждой карточке
Подбор решения	Конфигуратор оборудования	Подбор материала
Отраслевые страницы	15 отраслей, глобально	Курируем под РФ
Локализация	Язык интерфейса	ГОСТ / НАКС, склад РФ
Доказательства	100 лет, кейсы	Пока нет



По прозрачности и захвату лида мы опережаем глобальный сайт, но уступаем ему в объёме доказательств — а в проектном B2B сделку закрывает именно доверие.

Сильные и слабые места: конверсия против доверия

Где мы сильнее

- ✓ Захват лида на каждой карточке: документ и заявка рядом
- ✓ Прозрачность: код позиции, наличие, срок, цена по запросу
- ✓ Одна заявка из нескольких позиций вместо переписки
- ✓ Локальные доказательства: ГОСТ, НАКС, ЕАС, склад в РФ

Где мы слабее

- ! Объём контента: 2 000+ продуктов против наших 14 позиций
- ! Отраслевые материалы: 15 проработанных отраслей и сценариев
- ! Инженерные инструменты: калькуляторы, конфигураторы, портал партнёров
- ! Бренд и кейсы: сто лет истории и ссылки на реализованные проекты



Мы выигрываем в конверсии и проигрываем в доверии. В проектом B2B решение принимает доверие — значит, доказательства придётся добирать осознанно, а не надеяться на одну механику.

04

Как сделать ещё удобнее

ОБЪЕДИНЁННАЯ МОДЕЛЬ И ПРИОРИТЕТЫ ВНЕДРЕНИЯ

Что берём у voestalpine и что сохраняем своё

Берём у voestalpine

Отраслевые страницы как точки входа — курируем 8–10 отраслей под РФ

Блок Product Overview на каждой отраслевой странице

Единый центр загрузок: datasheet, руководства, сертификаты

Инженерные инструменты: калькулятор расхода и конфигуратор

Доказательства масштаба и кейсы вместо общих слов

Сохраняем своё

Код позиции на каждой единице продукции

Сигнал по наличию на складе и расчётный срок

Кнопка «В заявку» и подборщик материала

Форма запроса с загрузкой ТЗ и чертежа

Локальные сертификаты: ГОСТ, НАКС, ЕАС

Обмен, а не копирование

У voestalpine сильна первая половина пути: как найти нужное и как убедиться в качестве. Слаба вторая: что делать, когда человек уже готов.

У нас наоборот: вторая половина выстроена, а первой — доказательной — пока почти нет.

Поэтому мы не копируем чужой сайт, а закрываем их сильной половиной нашу слабую — и наоборот.

Объединённая модель: каждый их этап усилен нашей точкой захвата

01 Вход Отраслевой лендинг RU + Product Overview	02 Каталог Фасеты: отрасль, процесс, наличие	03 Карточка Код, наличие, вкладки, аналоги	04 Подбор Материал в 3 шага + конфигуратор	05 Заявка RFQ, файл, обратный звонок	06 Nurture Academy, кейсы, письма
--	---	---	--	---	--

Слой доказательств

Цифры масштаба, реализованные проекты, сертификаты — на каждом этапе, а не в разделе «О компании»

Слой документации

Единый центр загрузок: datasheet, руководства, ГОСТ, НАКС, паспорт качества на партию

Слой обучения

Семинары, вебинары и видеоматериалы — повод вернуться на сайт до покупки



Их навигация и доказательства плюс наша механика захвата: шесть этапов, три слоя доверия, ни одного тупика.

Приоритеты: три волны от заявок к удержанию

Влияние на
заявки —
высокое

Волна 1 • сейчас

Отраслевые лендинги, 8–10
штук

Блок доказательств на карточке
Единый центр загрузок

Волна 2 • следом

Калькулятор расхода и
конфигуратор

Кросс-референс по маркам и
аналогам

Локальные кейсы и проекты в
РФ

По ходу

Тексты отраслевых страниц
Метаданные и SEO-разметка

Волна 3 • позже

Формат Welding Academy:
вебинары, видео

Партнёрская программа для
дилеров

Порядок важнее объёма

Волна 1 напрямую работает на цель
15 заявок в месяц: отраслевые
лендинги дают целевой трафик,
доказательства на карточке —
доверие, центр загрузок —
удержание.

Волны 2 и 3 работают вдолгую: на
повторные обращения и на средний
чек.

Влияние —
ниже

Усилие — низкое

Усилие — высокое

Мы не копируем витрину — мы достраиваем её до заявки

Берём силу их навигации и доказательной базы: отраслевые страницы, единый центр документов, инструменты, обучение.

Сохраняем свою конверсионную механику: код позиции, наличие, подборщик и форма запроса с файлом.

→ Предлагаю утвердить волну 1 и запустить отраслевые лендинги вместе с блоком доказательств на карточке.

Навигация и доверие voestalpine

Наша механика захвата



Сайт, который доводит до КП