

Разработка сайта для часового ломбарда «Мануфактура»

Создали строгий статусный сайт, который вызывает доверие у владельцев дорогих часов и быстро ведёт к заявке на онлайн-оценку.

лендинг

премиум-ниша

онлайн-оценка

доверие

Клиент

Мануфактура

Ниша

часовой ломбард

Опыт клиента

18 лет

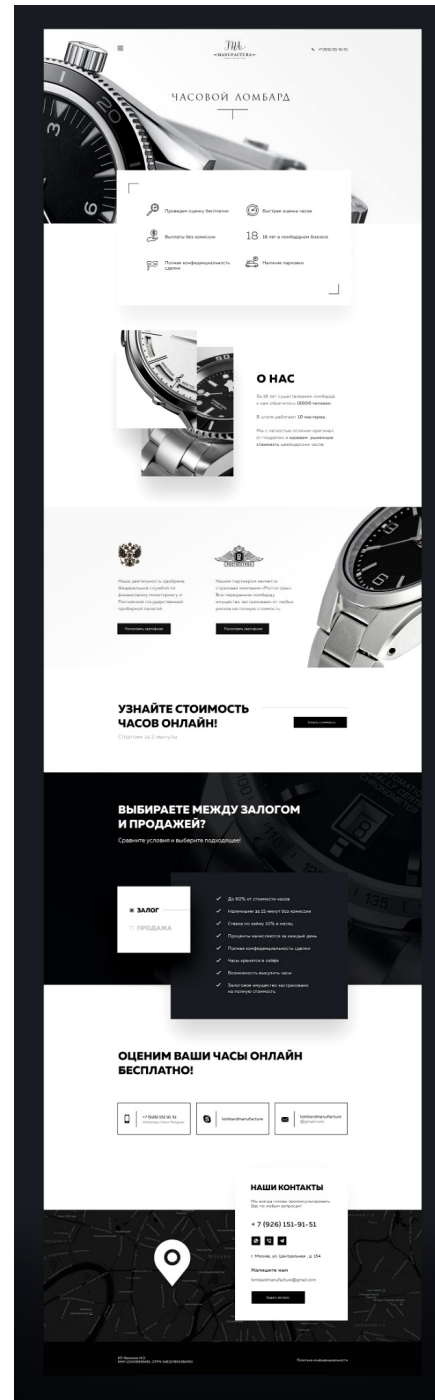
Обращения

15 000+

Сайт в строгой чёрно-белой премиальной эстетике

Что видно по макету

- крупные фотографии часов;
- много воздуха и минимализм;
- блоки доверия;
- чёткие СТА;
- сценарии: залог и продажа;
- контакты и карта.



Задача сайта

Не просто показать бренд, а снять недоверие и привести клиента к заявке на оценку часов.

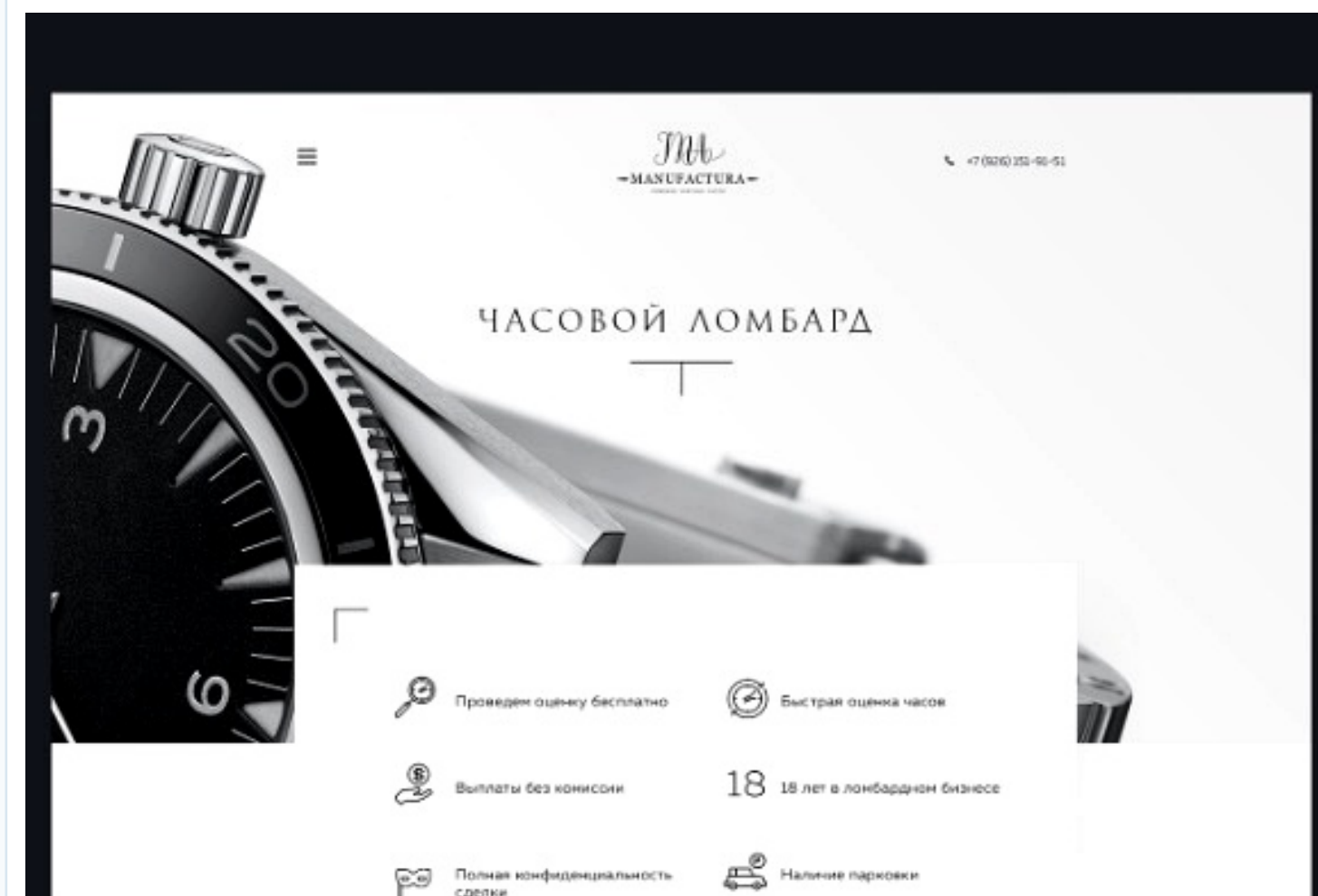
Часовой ломбард - ниша с высоким уровнем недоверия

Что важно клиенту

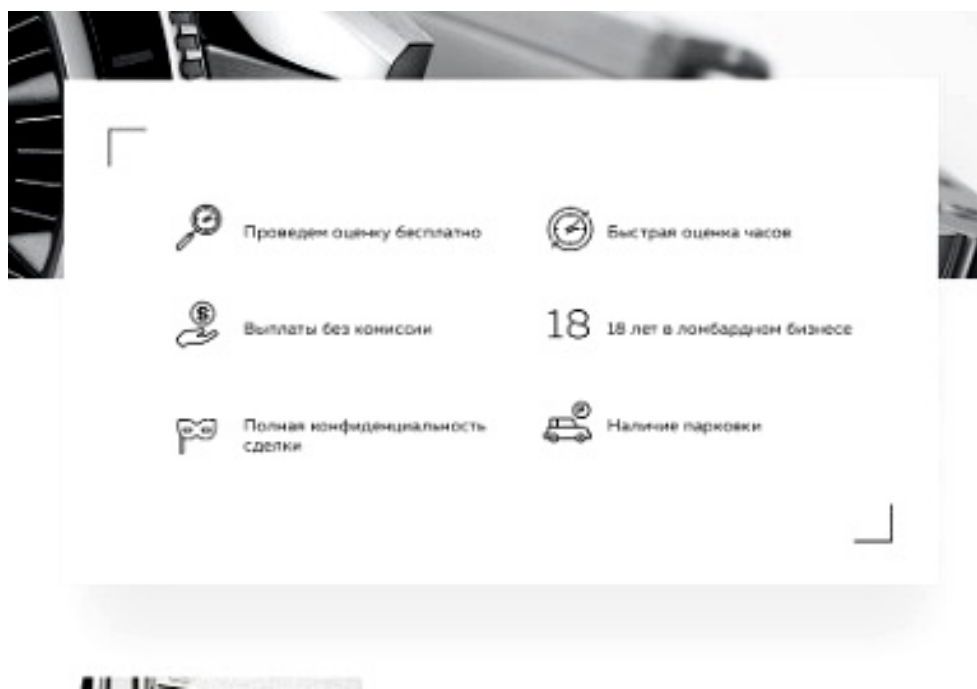
- можно ли доверять компании;
- как быстро проходит оценка;
- какие условия залога и продажи;
- будет ли сделка конфиденциальной;
- есть ли подтверждение официальности.

Главная задача

Создать сайт, который выглядит статусно, объясняет условия и помогает быстро оставить заявку на онлайн-оценку.



Сразу вынесли преимущества, которые закрывают страхи клиента



01

Бесплатная оценка

снимает барьер первого обращения

02

Быстрая оценка

показывает, что процесс не затянут

03

Выплаты без комиссии

понятная финансовая выгода

04

Конфиденциальность

важно для дорогих сделок

05

18 лет опыта

усиливает доверие к компании

06

Парковка

снимает бытовой барьер визита

Премиальная подача: чёрно-белая палитра, часы, воздух и чистая типографика

Что сделали в дизайне

- выбрали строгую чёрно-белую палитру;
- использовали крупные фотографии премиальных часов;
- сохранили много воздуха между блоками;
- сделали акцент на аккуратной типографике;
- разделили информацию на логичные смысловые секции.



Усилили доверие через опыт, факты и документы

Опыт компании

18 лет

Обращений

15 000+

Мастеров

10

Почему это важно

Для финансовой и ломбардной ниши недостаточно красивого визуала. Пользователь должен видеть официальный статус, опыт и подтверждение надёжности.



О НАС

За 18 лет существования ломбарда к нам обратилось 15000 человек.

В штате работают 10 мастеров.

Мы с легкостью отличим оригинал от подделки и назовем рыночную стоимость швейцарских часов

Встроили сильный СТА: «Узнайте стоимость часов онлайн»

**УЗНАЙТЕ СТОИМОСТЬ
ЧАСОВ ОНЛАЙН!**

Ответим за 2 минуты

Узнать стоимость

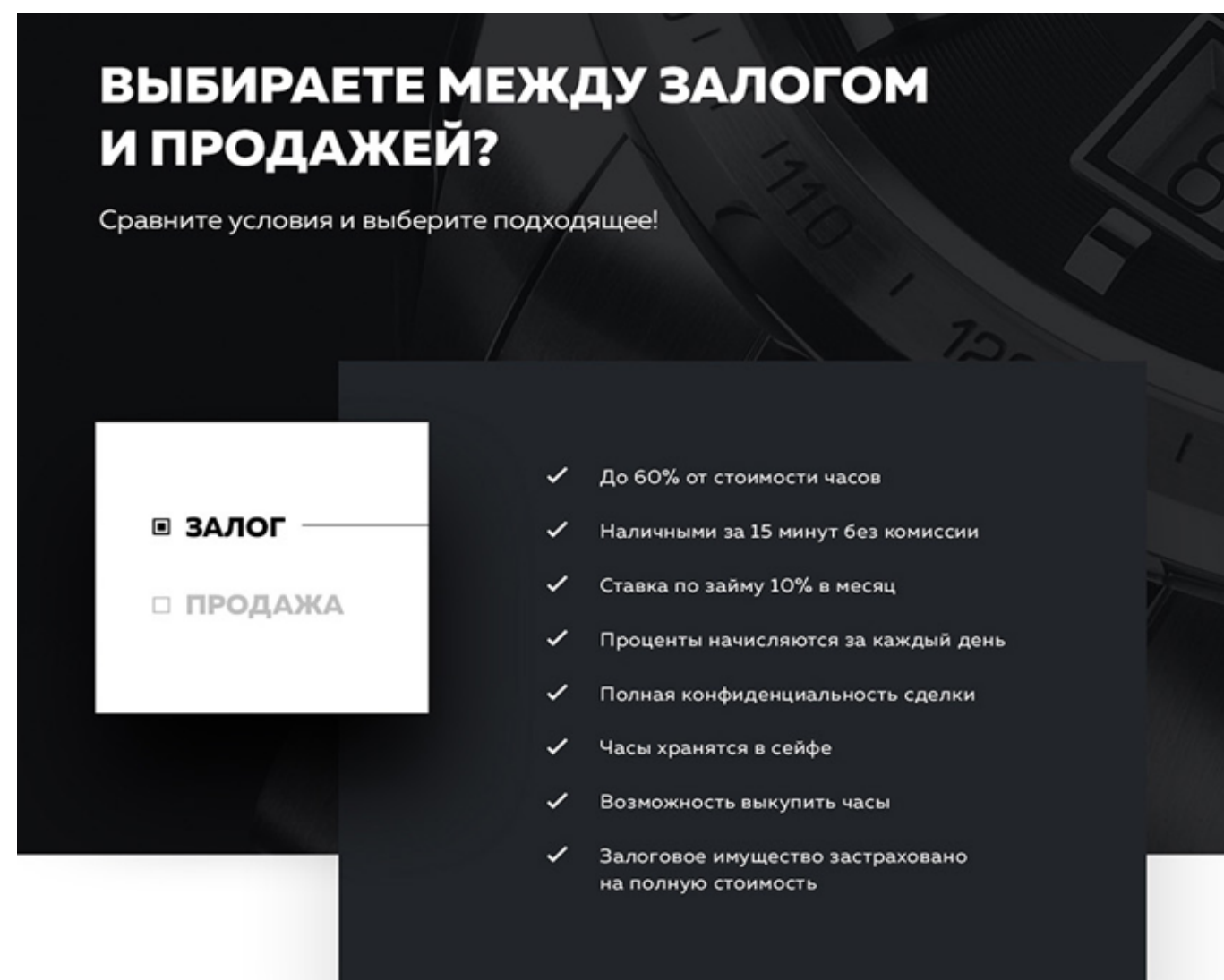
Логика сайта



Структура ведёт пользователя от первого доверия к пониманию условий и быстрой онлайн-оценке часов.

Пользователь может перейти к оценке быстро, не изучая весь сайт и не тратя время на лишние шаги.

Разделили два сценария: залог или продажа



Условия показали конкретно

- до 60% от стоимости часов;
- наличные за 15 минут без комиссии;
- ставка по займу 10% в месяц;
- проценты начисляются за каждый день;
- часы хранятся в сейфе;
- залоговые часы застрахованы на полную стоимость.

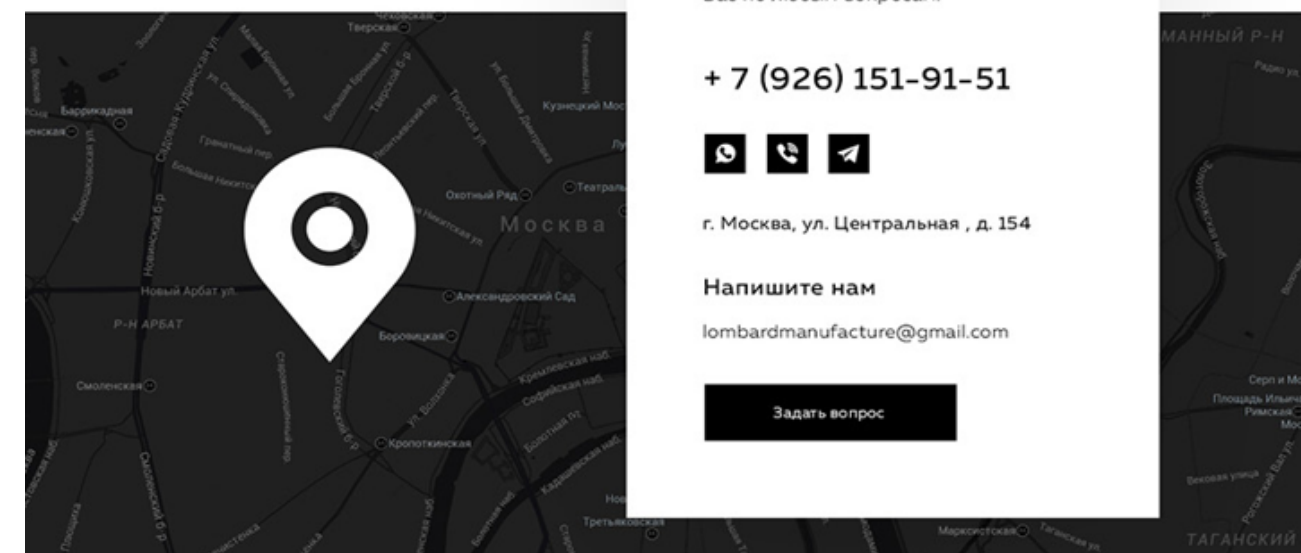
Такой блок снимает неопределённость и помогает клиенту выбрать подходящий вариант.

В финале разместили все способы связи и карту

Что добавили

- телефон для быстрой связи;
- мессенджеры;
- e-mail;
- адрес;
- карту и блок контактов;
- финальный СТА для вопроса или оценки.

Контактный блок закрывает последний барьер: пользователь понимает, куда приехать, как написать и как начать оценку.



Сайт стал инструментом заявок, а не просто визиткой

01

Статусный визуал

сайт выглядит дорого и соответствует премиальной нише

02

Понятные условия

пользователь видит разницу между залогом и продажей

03

Доверие

опыт, документы, факты и конфиденциальность вынесены явно

04

Онлайн-оценка

СТА ведёт пользователя к целевому действию

05

Готовность к рекламе

структура подходит для трафика и сбора заявок

06

Полный контактный путь

телефон, мессенджеры, e-mail, адрес и карта

Создали digital-инструмент для оценки премиальных часов

Логика сайта построена так: доверие - опыт - условия - заявка. Пользователь не теряется в информации, а постепенно получает ответы на главные вопросы и переходит к онлайн-оценке.

Что получил клиент

- статусный сайт для премиальной ниши;
- структуру, которая закрывает недоверие;
- акцент на опыте 18 лет и 15 000+ обращений;
- понятный путь до онлайн-оценки;
- базу для рекламы и сбора заявок.

Главный вывод

В нише дорогих часов продаёт не только красота сайта, а доверие, официальность и прозрачный сценарий обращения.

Креативный поток - создаём сайты, которые выглядят статусно и ведут пользователя к заявке.