

Страница профиля мастера массажа: лучшие практики UI/UX

Введение. Страница профиля мастера массажа в сервисном маркетплейсе должна служить «витриной» специалиста, где клиент сразу получает всю ключевую информацию – перечень услуг, цены, отзывы, расписание и способы связи. Опираясь на решения лидеров (Avito, OZON, Wildberries, Яндекс Услуги, Thumbtack, Booksy и др.), сформируем оптимальную структуру профиля. Особое внимание уделим доверию и безопасности (верификации, отзывы), удобству быстрого выбора (четкая структура, фильтры по полу мастера и виду массажа) и возможности мгновенно записаться онлайн. Ниже представлены рекомендации по секциям страницы, примеры удачных элементов интерфейса, структура размещения блоков, сценарии взаимодействия пользователя и таблица целей основных элементов.

Лучшие элементы каждого раздела профиля

Пример профиля мастера на Яндекс.Услугах: (1) шапка с фото, именем, статусом онлайн и контактами; (2) список услуг с описанием и ценами; (3) блок отзывов; справа – рейтинг, кнопка для отзыва, значок проверки паспорта и карта региона.

Раздел «Услуги»

- Перечень услуг с ценами и описанием. В разделе должна быть наглядно представлена каждая услуга, которую предлагает мастер: название вида массажа, краткое описание (например, особенности или польза процедуры), длительность сеанса и цена. Лучше оформлять список услуг в виде карточек или строк с четкой структурой пользователи маркетплейсов привыкают к понятной подаче, как на товарных страницах OZON/ Wildberries (где название и цена товара сразу бросаются в глаза). В Booksy, например, профиль мастера включает список предлагаемых услуг, и клиент может сразу выбрать нужную услугу. Это упрощает сравнение и выбор нужного массажа.
- **Категории и фильтрация.** Если мастер предлагает разные типы массажа (классический, спортивный, релакс, и пр.), имеет смысл группировать услуги по категориям или отмечать тегами. Это не только помогает пользователю ориентироваться, но и позволяет внедрить фильтр по виду массажа. Быстрые фильтры по типу услуги широко используются лидерами (в Booksy клиент может искать по категории услуг), что ускоряет подбор нужного варианта.
- Визуальные элементы. Хорошей практикой будет добавить иконки или миниатюры к каждому виду массажа (например, расслабляющая фигура для релакс-массажа, мускулатура для спортивного и т.д.) графические подсказки улучшают восприятие. Кроме того, портфолио/фотогалерея может дополнять раздел услуг: например, фотографии кабинета, сертификатов мастера или процесса (в разумных пределах) помогут клиенту оценить обстановку и профессионализм. Воокѕу рекомендует добавлять минимум 3 фото работ в профиль, которые отображаются рядом с перечнем услуг. Для массажа это могут быть фото массажного кабинета, стола, оборудования, дипломов все, что повышает доверие.

• Прозрачность условий. Укажите сразу все детали оказания услуги: выезд на дом или прием в кабинете, возможен ли выбор пола мастера (если у команды несколько сотрудников), нужны ли особые условия (например, подготовленное место). Например, Яндекс. Услуги в профиле мастера показывают место работы или возможность выезда. Такие сведения лучше разместить рядом с описанием услуг или в разделе «О себе», чтобы избежать дополнительных вопросов.

Раздел «Отзывы»

- Рейтинг и количество отзывов в шапке. Сразу под именем мастера должен отображаться средний рейтинг (обычно в виде ★★★★★) и число отзывов это первый индикатор доверия для клиента. Клиенты привыкли, что на маркетплейсах (OZON, Wildberries) рейтинг товара/продавца виден рядом с названием; аналогично на профиле мастера это помогает мгновенно оценить репутацию. Например, Avito внедрило систему двусторонних отзывов, так как по их мнению отзывы взаимно укрепляют доверие между исполнителями и клиентами.
- Список отзывов с возможностью сортировки. Все отзывы клиентов следует вынести в отдельный блок. Лучшие практики показывают, что удобно отображать сначала общую оценку, а ниже индивидуальные отзывы. Каждый отзыв обычно содержит имя клиента (или его аватар), дату, оценку и текст комментария. Полезно предусмотреть сортировку или фильтр например, по наиболее свежим или по оценке (5 ** 4 ** и т.д.), как это реализовано в отзывах покупателей на товарных платформах. Также хороший тон показывать ответ мастера на отзывы (если платформа позволяет отвечать), что демонстрирует открытость и обслуживание.
- Достоверность и подробности. UX-исследования показывают, что пользователи ценят подробные отзывы. Поэтому поощряйте клиентов оставлять развернутые комментарии. Виджет оценки может включать помимо общей звезды отдельные критерии (качество массажа, пунктуальность, вежливость и пр.), если это уместно так профиль станет информативнее. Платформы вроде Thumbtack автоматически собирают и отображают отзывы клиентов на профиле, иногда даже с фото, что повышает доверие.
- Кнопка «Оставить отзыв». Для пользователей, которые уже получили услугу, на странице профиля должна быть заметная кнопка или ссылка «Оставить отзыв». На Яндекс.Услугах, например, в профиле есть приглашение: «Вы сотрудничали с этим исполнителем? Оставьте отзыв». Это побуждает к фидбэку и показывает новым посетителям, что сервис прозрачный.

Раздел «Расписание» (доступность мастера)

- **Календарь и часы работы.** Если реализована функция онлайн-бронирования, раздел расписания ключевой. Лучшая практика показывать интерактивный календарь с отмеченными доступными датами и временем, или хотя бы список ближайших свободных слотов. Клиент должен сразу видеть, когда можно записаться. Например, сервисы вроде Booksy дают клиентам возможность **увидеть актуальное расписание мастера в реальном времени** и выбрать удобное время. Это устраняет лишние звонки и переписки пользователь сам бронирует подходящий слот 24/7.
- **График работы.** Помимо конкретных слотов, укажите общие часы работы мастера по дням недели. Например: Пн–Пт 10:00–20:00, Сб 12:00–18:00, Вс выходной. Это важно, если

пользователь планирует на будущее. Платформы типа Яндекс.Услуг не всегда имеют встроенный календарь, но позволяют мастеру указать время, когда он готов принимать заказы.

- Статус онлайн/офлайн. Дополнительный UX-элемент отображение, в сети ли мастер в данный момент. Яндекс.Услуги, к примеру, показывают зеленую точку и надпись, если исполнитель сейчас на сервисе. Для клиента это сигнал: можно рассчитывать на быстрый ответ. Если мастер не онлайн, иногда указывают время последнего визита или "обычно отвечает в течение часа" такие подсказки повышают уверенность, что запрос не останется без внимания.
- Гибкость записи. Для улучшения опыта можно реализовать функцию запроса брони даже на занятое время (на случай отмен и изменений) например, Waitlist или лист ожидания, как это предлагает Booksy. Но это опционально. Главное пользователь должен легко понимать, как записаться и когда свободно окно.

Раздел «Контакты и связь»

- СТА-кнопка «Записаться» или «Связаться». На каждой стадии просмотра профиля должна быть доступна понятная точка входа для действия. Самый важный элемент это кнопка для начала записи или связи. Обычно используют яркую кнопку с текстом «Записаться онлайн» либо «Связаться с мастером». У Thumbtack профиль мастера позиционируется как «витрина», и он должен быть максимально информативным и легким для навигации, с понятным призывом к действию 1 2. Разместите такую кнопку вверху страницы (рядом с именем/рейтингом) и дублируйте внизу после описания услуг, чтобы не пришлось прокручивать назад.
- Встроенный чат и звонок. Лучшие маркетплейсы услуг предлагают безопасные встроенные коммуникации. Например, Avito и Яндекс.Услуги позволяют написать сообщение в чате или позвонить через приложение, не раскрывая номера телефона напрямую это вопрос безопасности. В профиле стоит отобразить иконку чата («Написать») и/или телефон (может быть отображен частично до начала общения). Быстрый контакт важен для тех клиентов, у кого остались вопросы перед бронированием. Укажите рядом ожидаемое время ответа ("Отвечает в течение 15 минут").
- Адрес и карта. Если мастер принимает в определенном месте (салон, кабинет или выезд в конкретном городе), профиль должен содержать блок с геолокацией. Яндекс.Услуги, например, в правой колонке профиля показывают карту с указанным населенным пунктом или районом работы мастера. На мобильных устройствах карта может открываться по клику, чтобы не перегружать экран. Это помогает клиенту сразу понять логистику далеко ли ехать или входит ли его район в зону выезда мастера.
- Дополнительные контакты. По возможности, предоставьте ссылки на мессенджеры или соцсети (WhatsApp, Telegram, Instagram портфолио). Но оформляйте их лаконичными иконками. Также можно добавить кнопку «Поделиться профилем» для клиентов, которые хотят отправить ссылку знакомым эта мелочь улучшает распространение сервиса.

Верификация, доверие и безопасность

• Значки доверия. Для сферы массажа (как и любых услуг с выездом и личным контактом) крайне важно показать надежность исполнителя. Профиль должен содержать отметки о

пройденных проверках: подтвержденный документ (паспорт), лицензия массажиста, сертификаты, фоновые проверки. Яндекс.Услуги, к примеру, помечают профили значком «проверен паспорт», а Thumbtack дает **бейдж «Background Check»** и подтверждение профессиональных лицензий. Отобразите эти значки рядом с именем или в разделе контактов. Текстовая подсказка при наведении/тапе должна пояснять, что именно подтверждено (например: «Документы проверены сервисом»).

- Опыт и квалификация. Упомяните стаж работы, образование (если профиль позволяет описание "О себе"). Например: "Опыт 5 лет. Сертифицированный специалист по лечебному массажу". Такие сведения лучше разместить в верхней части профиля или в разделе услуг. Они адресуют сразу и деликатность, и профессионализм клиент будет уверен, что мастер обучен и уважительно выполняет работу.
- Пол мастера. Поскольку для клиентов часто важна эта информация, профиль должен явно отражать пол мастера (или возможность выбора пола, если это клиника с несколькими сотрудниками). Например, сервис Zeel прямо спрашивает предпочтительный пол терапевта при бронировании, чтобы обеспечить комфорт клиента 3. В нашем профиле можно рядом с именем или фото указать «Мастер: женщина/мужчина» или использовать соответствующий значок. Также имеет смысл дать фильтр по полу на этапе поиска тогда клиент попадет сразу к подходящим мастерам 4. Прозрачное указание пола исполнителя повышает чувство безопасности и комфорта у пользователя.
- Политики безопасности. Стоит где-то на странице (внизу мелким текстом или всплывающей подсказкой) напомнить гарантии платформы: например, «Все мастера прошли проверку, ваши платежи защищены, сервис контролирует качество». Такие сообщения используют зарубежные платформы: Zeel акцентирует, что все терапевты лицензированы и проверены, а безопасность клиентов приоритет 5. Для UX важно не перегружать, но даже короткая пометка увеличит доверие, особенно у нового пользователя, просматривающего профиль.

Адаптация под мобильные устройства

- Мобильный-first дизайн. Большая часть клиентов будет просматривать и бронировать массаж с телефона, поэтому профиль необходимо оптимизировать под небольшой экран. Используйте вертикальную структуру блоков: фото и имя сверху, под ними услуги, отзывы и т.д. На мобильной версии Avito, OZON и других лидеров все ключевые элементы (цена, кнопка покупки) вынесены наверх и закреплены. Аналогично, на странице мастера кнопку «Записаться» можно сделать плавающей в нижней части экрана при скролле, чтобы она всегда была под рукой.
- Читабельность и скролл. Текст должен быть крупным и контрастным, важно избегать длинных абзацев разбивайте описание услуг и отзывов на короткие блоки (по 2-3 строки) для легкого чтения на мобильном. Отзывы можно сворачивать (например, показывать только первые 2 строки с кнопкой «Развернуть»), чтобы лента не казалась бесконечной. Большинство приложений (Яндекс Услуги, Booksy и др.) применяют ленточный принцип: длинная прокрутка, но с четкими заголовками разделов, чтобы пользователь мог быстро проскочить к нужной информации.
- **Простая навигация.** Рассмотрите внедрение **таба или якорного меню** в верхней части профиля на мобильном: например, вкладки «О мастере | Услуги | Отзывы | Расписание». При тапе на них страница бы прокручивалась к соответствующему блоку. Wildberries и

Ozon на мобильных веб-страницах товаров часто скрывают часть информации по вкладкам (описание, характеристики, отзывы) чтобы не перегружать сразу весь экран. Такой подход можно адаптировать и здесь: по умолчанию, например, открыт раздел услуг, а отзывы и прочее – во вкладках. Главное – обеспечить легкость доступа ко всем разделам без чрезмерного скролла.

• **Быстродействие и легкость.** На мобильных устройствах критична скорость загрузки профиля. Оптимизируйте изображения (фото мастера, портфолио) по размеру. Интерфейсных украшений должно быть минимум – упор на полезность. Пользователь на смартфоне зачастую спешит; по опыту сервисов, если за 5–7 секунд он не увидит нужную информацию или кнопку, он может закрыть страницу. Поэтому все ключевые UI-элементы (имя, рейтинг, цена, «записаться») должны быть сразу видимы на первом экране мобильного.

Рекомендации по структуре и размещению блоков

С учетом вышеописанных лучших практик можно предложить следующую структуру страницы профиля мастера массажа:

- Шапка профиля: крупная фотография мастера (или логотип, если это салон), имя и фамилия (либо название бизнеса), отметки верификации (иконки рядом с именем например, паспорт проверен), средний рейтинг ★4.9 (на основе п отзывов) и кратко: категория массажа/специализация, город. Здесь же основная СТА-кнопка «Записаться онлайн». На этом же видном месте можно указать статус (например, «Online» если мастер на связи сейчас).
- Блок «О мастере» (по желанию): 1–2 предложения, характеризующие мастера: опыт, подход, образование. Например: "Сертифицированный массажист с медицинским образованием, 5 лет практики. Специализируюсь на оздоровительном и спортивном массаже." Этот блок помогает установить личный контакт и закрывает вопрос деликатности пользователь видит, что мастер профессионал.
- Раздел «Услуги»: список всех массажных услуг. Каждая отдельный подсекционный элемент: название цена длительность описание, плюс кнопка «Записаться» или стрелка для выбора времени. Если услуг много, целесообразно сгруппировать по типам (например, "Классические массажи", "Терапевтические массажи" и т.д.) для облегчения восприятия. Раздел услуг основной контент, он должен быть расположен сразу после шапки (или после краткого описания).
- Раздел «Отзывы»: сразу после услуг идут отзывы клиентов. Начать стоит с общей оценки: например, вывести крупно 4.9/5 и рядом "на основе 37 отзывов". Далее список отзывов, отсортированных от новых к старым. Каждый отзыв в отдельной карточке: имя клиента, дата, звездочки и текст. Если отзывов очень много, можно показывать ~3–5 с возможностью нажать «Показать еще». Отзывы важнейший блок доверия, поэтому их место сразу после услуг, чтобы пользователь, ознакомившись с предложением, тут же увидел социальное подтверждение качества.
- Раздел «Расписание» (или «Доступные время»): после отзывов либо сбоку (в десктоп версии) следует блок бронирования. В веб-версии для десктопа можно реализовать двухколоночный дизайн: слева основная информация (услуги, отзывы), а справа узкая

колонка с виджетами – например, **календарь** или выпадающий список дат. В мобильной версии этот блок будет просто следующим по порядку: заголовок «Запись на прием» и виджет выбора даты/времени. Если система сложная, можно вместо виджета сделать кнопку «Выбрать дату», открывающую календарь в модальном окне. Основное – чтобы этот раздел был очевиден. Многие пользователи, прочитав отзывы, захотят сразу же записаться, поэтому логично расположить расписание сразу после отзывов.

- Раздел «Контакты»: завершающий блок. Здесь перечисляются способы связи: телефон (если разрешен к показу), кнопка «Написать в чат», возможно, е-mail или мессенджеры. Тут же можно указать адрес или зону выезда. Например: "Принимаю: г. Москва, ул. Ленина... Выезжаю на дом по Москве и области." Ниже интерактивная карта или ссылка «Показать на карте». Также можно повторить здесь значки верификации и безопасности: " Личность подтверждена. Имеется мед. образование." Контакты логично размещать внизу страницы, потому что к моменту их просмотра пользователь уже ознакомился с услугами и, вероятно, готов связаться.
- Блок "Похожие специалисты" (опционально): как в Яндекс.Услугах, можно под контактами вывести подборку других мастеров массажа в этом регионе с похожим рейтингом/ценами. Это удерживает пользователя, если данный профиль его чем-то не устроил он может сразу перейти к альтернативам. Однако вывод конкурентов на странице мастера спорный момент (некоторые исполнители могут быть недовольны). Если платформа ориентирована на максимальный выбор для клиента, такой блок стоит включить внизу с нейтральным заголовком вроде "Другие массажисты, которые вам могут подойти". Если же акцент на индивидуальном продвижении мастеров, этот блок можно опустить.

Кроме основных разделов, в структуре могут присутствовать мелкие элементы: например, кнопка «В Избранное» (сердечко, чтобы пользователь мог сохранить мастера в список), индикатор ценовой категории (некоторые сервисы ставят значок \$, \$\$, \$\$\$ – уместно, если нужно показать дороговизну относительно рынка). Важна и понятная верстка: заголовки разделов выделяются крупнее, есть разделительные линии или отступы между блоками, чтобы взгляд мгновенно считывал структуру. Логика расположения блоков описанная выше основана на типичном **UX-пути клиента**: сначала предложение (услуги), затем доказательства качества (отзывы), далее действие (бронь) и, в случае вопросов, контакты. Такая последовательность поддерживается рекомендациями Thumbtack, где профиль должен быть **информационным, удобным и привлекательным** для клиента ².

Сценарии взаимодействия пользователя (UX)

Рассмотрим, как пользователь будет взаимодействовать с страницей профиля мастера массажа, и как UI/UX элементы поддерживают его цель – быстро и безопасно выбрать специалиста и записаться.

• 1. Поиск и первый взгляд. Пользователь фильтрует в каталоге по нужным параметрам – например, массаж, город, пол мастера: женский (опция, обеспечивающая комфорт, как реализовано в Zeel 3), тип массажа: расслабляющий. Он видит список анкет, выбирает по превью (имени, фото, рейтингу) и кликает профиль. Открыв страницу, в первые же секунды он видит фото и имя мастера, подтверждение квалификации (значки, опыт) и средний рейтинг. Это формирует положительное первое впечатление и ощущение

надежности. Благодаря заметной кнопке «Записаться» вверху, пользователь понимает, что можно сразу перейти к делу.

- 2. Изучение услуг и цен. Прокрутив чуть ниже, клиент просматривает список услуг. Например, видит "Классический массаж 60 мин, 3000 ₽", "Антистрессовый массаж 90 мин, 4500 ₽" и т.д. Краткие описания помогают ему уточнить, подходит ли услуга (например, указано "включает проработку спины и шеи, ароматерапия по желанию"). Если цены и предложения соответствуют ожиданиям, пользователь уже склоняется к выбору этого мастера. Если ему нужен конкретный вид (скажем, спортивный массаж), он найдёт его в списке или воспользуется встроенным фильтром/поиском по странице (некоторые UX-решения позволяют фильтровать услуги внутри профиля, хотя чаще пользователь фильтрует на уровне каталога).
- 3. Проверка отзывов (установление доверия). Приняв решение, пользователь все же, как правило, пролистает отзывы, чтобы убедиться в качестве. Он видит, например, что из 37 отзывов большинство положительные: клиенты отмечают профессионализм, вежливость, результат. Один из отзывов гласит: "Отличный мастер, боль в спине ушла после курса из 5 сеансов, рекомендую!". Наличие пары нейтральных или средних оценок с ответами мастера (например, мастер извиняется и предлагает скидку) лишь усиливает доверие, т.к. демонстрирует живое общение и отсутствие скрывания негатива. Пользователь может специально поискать ключевые слова (например, "чистоплотность", "комфорт") поэтому хорошо, если отзывы разнообразны и касаются разных аспектов сервиса. Увидев убедительную картину, пользователь готов действовать.
- 4. Бронирование онлайн. Пользователь нажимает кнопку «Записаться» напротив выбранной услуги (или в верхней части профиля). Появляется диалог выбора даты и времени: например, календарь на ближайшие дни с свободными слотами выделенными зеленым. Клиент выбирает удобный день, видит доступные часы (например, 14:00 или 16:00 еще свободны) эти слоты подтягиваются из расписания, которым мастер заранее заполнил свой профиль. Выбрав время, пользователь нажимает подтвердить бронирование. Если платформа реализует мгновенное бронирование (как Booksy, без ручного подтверждения мастера), то визит сразу добавляется в систему, клиент получает уведомление. Если требуется подтверждение мастера, статус записи может быть «ожидает подтверждения» об этом пользователя информирует всплывающее сообщение (например: "Мастер подтвердит вашу запись в течение 15 минут"). Такой сценарий реализован во многих сервисах: клиент бронирует, а мастер получает запрос и подтверждает/предлагает другое время.
- 5. Альтернативный сценарий задать вопрос. Бывает, у клиента остались вопросы: например, хочет уточнить, делает ли мастер массаж в выходные или может ли провести сеанс у него на дому. Для этого на профиле есть кнопка «Написать». Пользователь нажимает ее, открывается чат (прямо на странице или в приложении). Он пишет вопрос: "Добрый день, выезжаете ли вы в район X? И можно ли у вас заказать курс из 5 сеансов со скидкой?". Благодаря пометке "Online" на профиле, пользователь ожидает быстрый ответ. Мастер, получив сообщение, отвечает через пару минут. Этот чат защищен платформой, контактные данные пока скрыты это обеспечивает приватность. Получив ответы (да, выезд возможен, и да, при предоплате 5 сеансов скидка 10%), клиент принимает решение записаться. Он возвращается к выбору времени и завершает бронирование. В этом сценарии важна интеграция коммуникации: пользователь бесшовно переходит от просмотра к диалогу и обратно, что делает опыт положительным.

- 6. Мобильный путь. Если представить те же шаги на мобильном приложении: пользователь листает список мастеров, тапает на понравившийся профиль. Интерфейс мобильного приложения Booksy, например, построен таким образом, что портфолио, отзывы и услуги прокручиваются на одной странице, а кнопка записи всегда на экране. Пользователь быстро скроллит услуги (свайпы), может пролистать фотогалерею (увеличивая фото сертификатов или интерьера это успокаивает и создаёт ощущение безопасности). Затем он тапает «Отзывы», просматривает пару самых свежих (более глубокое чтение требует тапнуть "Показать все"). Довольный увиденным, он жмет «Записаться», выбирает дату в простом интуитивном календаре (который может выглядеть как список дней с свободными окнами). Мобильный UX здесь заточен на минимум действий: в идеале, от открытия профиля до подтверждения записи не более 3-4 тапов.
- 7. После обслуживания оставление отзыва. Наконец, после того как сеанс массажа состоялся, пользователь получает уведомление от сервиса с просьбой оценить мастера. Он может вернуться на профиль (например, через раздел "Мои заказы/визиты") и там нажать «Оставить отзыв». Интерфейс оставления отзыва должен быть прост: выставить рейтинг звездами и написать комментарий. Это также часть UX сценария сделать так, чтобы довольный (или недовольный) клиент не игнорировал возможность фидбэка. На странице профиля наличие свежих отзывов крайне важно для постоянного притока новых клиентов, поэтому UX-дизайн может, например, показать счетчик или прогресс заполненности профиля, мотивируя мастера собирать отзывы (эта механика применяется на сервисах для исполнителей).

Во всех этих сценариях прослеживаются ключевые UX-требования: **быстрый доступ к информации**, **минимум усилий для пользователя** при совершении целевого действия (записи), а также **чувство доверия и безопасности** на каждом шаге. Если хотя бы один из этих аспектов страдает (например, непонятно как записаться, или профиль выглядит подозрительно скудно), велика вероятность, что пользователь покинет страницу и выберет другого мастера или сервис. Поэтому дизайн профиля должен балансировать информативность (полнота данных) и удобство (структура, навигация, понятные кнопки), учитывая специфику ниши массажа – личный контакт и деликатность услуги.

Элементы страницы и их цели

Элемент страницы	Цель/задача (для пользователя и бизнеса)
Фото мастера (аватар/ обложка)	Личное фото создает доверие, "очеловечивает" профиль. Клиент видит, к кому он придет (важно для ощущения безопасности и деликатности). Для бизнеса качественное фото повышает кликабельность профиля.
Имя и специализация	Идентификация мастера (имя) + ключевая компетенция. Помогает пользователю убедиться, что он выбрал нужного специалиста (например, "Иван Иванов – массажист-терапевт"). Формирует бренд специалиста внутри платформы.
Значки верификации (паспорт, лицензия, «Тор Pro» и т.п.)	Гарантии надежности от платформы. Повышают доверие: пользователь знает, что мастер проверен на подлинность личности и квалификации. Бизнес таким образом демонстрирует безопасность сервиса.

Элемент страницы	Цель/задача (для пользователя и бизнеса)
Рейтинг (звезды) и количество отзывов	Быстрый индикатор качества. Пользователь за секунду оценивает уровень сервиса (например, 4.9 из 5) и популярность мастера (сколько отзывов). Это влияет на решение продолжить просмотр профиля. Для платформы высокие рейтинги стимулируют конкуренцию и качество.
Краткое описание / "О себе"	Небольшой текст, где мастер представляется, отмечает опыт, подход. Цель – установить эмоциональную связь, выделить мастера среди других (например, уникальные техники, индивидуальный подход). Пользователь получает чувство, что это живой человек с экспертностью.
Список услуг с ценами	Основной контент: показывает, что именно предлагает мастер и за сколько. Пользователь сравнивает с другими предложениями, подбирает нужный вид массажа. Прозрачность цен и услуг ускоряет принятие решения (не нужно уточнять отдельно).
Описание услуг (детали)	Раскрывает содержание каждой услуги (например, какие зоны массируются, какие техники используются). Цель – ответить на возможные вопросы клиента сразу на странице, снять неопределенность. Это особенно важно для деликатных услуг: клиенту важно знать, чего ожидать.
Длительность сеанса (в перечне услуг)	Информирует о продолжительности каждой услуги. Пользователь учитывает это при планировании времени. Для бизнеса это способ упростить выбор (некоторые клиенты, например, ищут только 30-минутные сеансы из-за нехватки времени).
Кнопка «Записаться онлайн»	Главный призыв к действию (СТА). Позволяет клиенту мгновенно инициировать заказ услуги прямо со страницы. Увеличивает конверсию профиля в реальную запись. Для UX – экономия времени (не нужно звонить отдельно).
Календарь / виджет расписания	Интерфейс для выбора даты и времени. Цель – наглядно показать доступные слоты и позволить бронирование в 1-2 клика. Повышает удобство: клиент подстраивает визит под свой график без лишних коммуникаций. Платформе это дает автоматизацию процесса записи.
Статус онлайн / скорость ответа	Указание, на месте ли мастер сейчас и как быстро отвечает. Пользователь чувствует, что его запрос не останется без внимания. Для мастера "Online" статус повышает шанс, что ему напишут, а платформа таким образом стимулирует активность специалистов.
Блок отзывов клиентов	Социальное доказательство качества услуг. Помогает пользователю сделать окончательный выбор на основе опыта других: повышает доверие или предупреждает о рисках. Для бизнеса отзывы – контент, который привлекает новых пользователей и улучшает SEO внутреннего поиска (по ключевым словам).

Элемент страницы	Цель/задача (для пользователя и бизнеса)
Индивидуальные отзывы с оценками	Каждый отзыв подробно информирует о реальном опыте: что понравилось, был ли эффект. Цель – ответить на возможные опасения новых клиентов (например, «было ли комфортно?», «не было ли опозданий?»). Негативные отзывы тоже важны: демонстрируют прозрачность и возможность улучшения.
Кнопка/ссылка «Оставить отзыв»	Призыв к действию для прошедших клиентов. Цель – собрать больше отзывов (соответственно, повысить доверие будущих клиентов). Для UX должно быть легко: платформа может после оказания услуги сама перенаправить на форму отзыва.
Контактные данные (телефон, чат)	Дают пользователю канал связи для уточнения деталей или особых запросов. Цель – убрать препятствия: если человек не готов сразу бронировать, он может сначала поговорить с мастером, что повышает вероятность сделки. Бизнес при этом контролирует коммуникацию внутри платформы (сохранность клиентов).
Кнопка «Написать сообщение»	Позволяет начать диалог в встроенном чате. Цель – предоставить безопасный и удобный способ задать вопрос, не раскрывая личных контактов преждевременно. Для UX это снижает напряжение: можно спросить о волнующем (особенно важно в массажных услугах – клиент может обсуждать состояние здоровья, предпочтения).
Адрес / зона обслуживания + карта	Информирует, где именно оказываются услуги. Пользователь сразу поймет, подходит ли локация (например, близко ли от дома) или организует ли мастер выезд к нему. Карта интерактивно дает представление о районе. Для мастера это фильтр от неподходящих заказов (люди из других городов не будут зря обращаться).
Пол мастера (информация)	Явное указание гендера мастера (либо команды). Цель – удовлетворить личные предпочтения и требования клиента по деликатным соображениям. Многие клиенты на массаже предпочитают конкретный пол специалиста – профиль сразу дает эту информацию, экономя время обеих сторон.
Портфолио/ фотогалерея	Дополнительные фото (кабинета, оборудования, сертификатов, возможно процесса работы в нейтральной форме). Цель – визуально подтвердить профессионализм и условия. Например, чистый уютный кабинет на фото снимает беспокойство о санитарии и атмосфере. Это усиливает доверие и повышает вероятность бронирования.
Похожие специалисты (блок)	Рекомендуемые альтернативы. Цель – удержать пользователя на сервисе, даже если данный мастер его чем-то не устроил (цены, график). Пользователь получает удобный переход к другим профилям массажа в один клик, вместо того чтобы возвращаться к общему поиску. Для платформы это повышает общий процент успешных подборов услуги.

Заключение: Собранные рекомендации и примеры показывают, что успешная страница профиля мастера массажа сочетает информативность (полный перечень услуг, цен, отзывов, расписания) с UX-простотой (логичная структура, заметные СТА, мобильная оптимизация). Опыт лидеров рынка подтверждает важность доверия: необходимо продемонстрировать квалификацию мастера и обеспечить прозрачность через отзывы и проверки. Одновременно нужно дать пользователю возможность без лишних препятствий записаться на сеанс прямо со страницы – будь то на сайте или со смартфона. Следуя лучшим практикам Avito, Яндекс Услуг, Thumbtack, Booksy и др., новый дизайн профиля мастера массажа позволит клиентам быстро и уверенно сделать выбор, что в итоге повышает конверсию и удовлетворенность всех участников сервиса.

Источники и примеры: Реализация структуры и элементов профиля опирается на анализ интерфейсов актуальных сервисов. Например, профили исполнителей на **Яндекс.Услугах** содержат три основных блока: личные данные и контакты, список услуг с описанием и ценами, а также раздел с отзывами. Справа вынесены рейтинг, приглашение оставить отзыв, отметка о проверке документов и карта региона, что повышает доверие. В зарубежных сервисах, таких как **Воокзу**, профиль специалиста фактически заменяет сайт – там клиент может просмотреть портфолио фото, перечень услуг, **узнать доступность по расписанию и сразу забронировать онлайн**. Платформы типа **Thumbtack** рассматривают профиль как витрину бизнеса, советуя сделать его максимально информативным, удобным и привлекательным ². Особое внимание уделяется безопасности: **Thumbtack и Zeel проверяют лицензии и проводят бэкграунд-чек** специалистов, отображая соответствующие значки на страницах ⁵, а **Avito** и **Яндекс** внедряют систему отзывов и двухсторонних рейтингов для укрепления доверия. Эти подходы задают стандарт, которому стоит следовать при разработке страницы профиля мастера массажа, адаптируя под конкретные нужды и ожидания аудитории.

1 Here's a guide to your Thumbtack profile.

https://help.thumbtack.com/article/profile-guide

2 How to use Thumbtack to Generate More Business - Luminwise https://luminwise.com/how-to-use-thumbtack-to-generate-more-business/

3 4 5 Zeel In-Home Massage Therapist - Apps on Google Play https://play.google.com/store/apps/details?id=com.zeel.consumer&hl=en_US