

ТЗ ПО СОЗДАНИЮ МАКЕТА САЙТА ПАРИКМАХЕРСКОЙ «КУДРЯШКИ»

1. Цель и концепция

Макет демонстрирует лендинг-сайт сети салонов, специализирующихся на кудрявых и волнистых волосах, с онлайн-записью на услуги и разделом «Магазин» профессиональной косметики. Ключевые сообщения бренда: «Сеть салонов для кудрявых волос и особая косметика».

2. Информационная архитектура и разделы

Верхнее меню (повторяется на всех ключевых экранах): Содержит кнопки для переключения между страницами. Кнопка «О нас» ведёт на главную страницу, не является кнопкой только на самой странице «О нас». Кнопка «Услуги» ведёт на главную страницу, не является кнопкой только на самой странице «Услуги». Кнопка «Магазин» ведёт на главную страницу, не является кнопкой только на самой странице «Магазин». Кнопка «Контакты» ведёт на главную страницу, не является кнопкой только на самой странице «Контакты». На странице «записаться» верхнее меню отсутствует для того, чтобы пользователь случайно не переключился на другую страницу, чтобы не пришлось записываться заново. При переключении между страницами кнопка с названием самой страницы, на которой находится пользователь, становится полужирной. Это нужно для того, чтобы было понятно, что пользователь на этой странице.

2.1 Главная:

- Логотип/нейминг «Кудряшки – парикмахерская».
- Верхнее меню
- Подпись заголовка: «Сеть салонов для кудрявых волос и особая косметика».

- Кнопка «записаться».
- Информация «О нас» с фото/иллюстрацией.

2.1.1 Логотип и фирменный стиль

В самом верху страницы находится верхнее меню. Чуть ниже расположен логотип Логотип выполнен шрифтом Bubblez Graffiti, под логотипом размещён дополнительный элемент — подпись «парикмахерская», набранная простым и читаемым шрифтом, создающим контраст с ярким логотипом.

Композиционно логотип занимает центральное положение и задаёт визуальный ритм всей страницы. Он служит якорем для восприятия бренда и используется во всех остальных разделах сайта в сокращённой форме — без подзаголовка.

2.1.2 Заголовок и подзаголовок

Ниже логотипа располагается главный текстовый блок: заголовок и подпись-заявление бренда. Заголовок представляет собой короткую фразу: «Сеть салонов для кудрявых волос и особая косметика».

Он выполняет роль основного слогана и одновременно описывает суть деятельности компании. Подзаголовок объясняет, что «Кудряшки» — первая в Санкт-Петербурге сеть салонов, ориентированная исключительно на обладателей кудрявых и волнистых волос, а также предлагает профессиональную косметику без сульфатов и силиконов.

Текст размещён в центре экрана и оформлен крупным шрифтом, обеспечивающим лёгкость восприятия. Цвет текста контрастирует с фоном, что усиливает читаемость.

2.1.3 Кнопка «Записаться»

Под подзаголовком размещена крупная **кнопка «Записаться»**, являющаяся главным элементом страницы.

При клике пользователь переходит к виджету онлайн-записи, где можно выбрать услугу, мастера и удобную дату. Расположение кнопки на первом экране обеспечивает быстрое взаимодействие с сайтом без необходимости прокрутки страницы.

2.1.4 Иллюстрация и текстовый блок

Рядом расположены текст, из которого можно узнать основную информацию о бренде и фото, изображающее женщину с естественными кудрями. Это ключевой визуальный элемент, который задаёт настроение бренда — естественная красота, уход и уверенность в себе.

2.2 Услуги:

- Список карточек с названиями и ценами (например, «Стрижка – 3000 ₽», «Укладка – 2500 ₽», «Окрашивание – 6000 ₽», «Увлажнение паром – 1500 ₽», «Стрижка чёлки – 1000 ₽», «СПА для волос – 5500 ₽»).
- Кнопка «записаться».

Страница «Услуги» предназначена для представления перечня основных процедур, предлагаемых салоном «Кудряшки». Её структура построена максимально просто и визуально удобно — чтобы пользователь мог быстро ознакомиться с видами услуг и их стоимостью, а также сразу перейти к записи.

2.2.1 Верхнее меню

В верхней части страницы располагается навигационное меню, идентичное тому, что используется на главной странице. Меню содержит четыре кнопки: «О нас», «Услуги», «Магазин» и «Контакты».

Активная страница выделена визуально: кнопка «Услуги» имеет более тёмный фон, подчёркивающий, что пользователь находится именно в этом разделе. Остальные пункты меню остаются кликабельными и ведут на соответствующие страницы.

Меню выполняет навигационную функцию и остаётся на своём месте при прокрутке, обеспечивая удобный доступ ко всем разделам сайта.

2.2.2 Заголовок страницы

Под меню размещён крупный заголовок «УСЛУГИ», выполненный фирменным декоративным шрифтом, аналогичным логотипу на главной странице. Шрифт контрастирует с фоном и делает акцент на названии раздела.

Заголовок расположен по центру и заключён в выделенную область (рамку или блок), что помогает визуально отделить его от остального контента страницы. Это основной ориентир для пользователя, показывающий, где он находится.

2.2.3 Основной контент — карточки услуг

Ниже заголовка размещён каталог карточек услуг, представленных в виде сетки 3×2 (три карточки в первом ряду и три — во втором).

Каждая карточка имеет одинаковый размер и структуру.

Карточки состоят из двух элементов:

Изображение или иллюстрация (в макете обозначено серыми прямоугольниками).

Название услуги и цена, размещённые под изображением.

Список услуг, представленных на странице:

Стрижка — 3000 ₽

Укладка — 2500 ₽

Окрашивание — 6000 ₽

Увлажнение паром — 1500 ₽

Стрижка чёлки — 1000 ₽

СПА для волос — 5500 ₽

Каждое название и цена набраны простым читаемым шрифтом без лишнего декора. Текст выровнен по центру под карточкой.

Размещение услуг в два ряда позволяет показать весь перечень сразу, без необходимости прокручивать страницу, что удобно для пользователя.

2.2.4 Кнопка «Записаться»

В нижней части страницы размещён основной интерактивный элемент — большая круглая кнопка с надписью «записаться».

Кнопка выполнена в контрастном тёмном цвете, благодаря чему сразу привлекает внимание и становится логическим завершением страницы. Её расположение подчёркивает призыв к действию — пользователь, ознакомившись с услугами и ценами, может мгновенно перейти к записи.

Размер кнопки крупнее остальных элементов страницы, что повышает вероятность клика. В мобильной версии предполагается, что она фиксируется внизу экрана, чтобы быть всегда доступной при прокрутке.

2.3. Страница «Магазин»

– Каталог с наименованиями и краткими атрибутами: «Кондиционер (нежирный)», «Гель для укладки», «Крем для укладки», «Пена для укладки», «Несмываемый кондиционер», «Кондиционер (жирный)», «Шампунь без силиконов»; цены (напр., 1050 ₽, 1700 ₽, 1800 ₽, 1300 ₽ и т. п.).

Страница «Магазин» предназначена для представления ассортимента профессиональной косметики, используемой в салоне «Кудряшки» и доступной для самостоятельного приобретения клиентами. Её структура повторяет логику страницы «Услуги».

2.3.1 Верхнее меню

В верхней части страницы расположено навигационное меню, аналогичное меню на остальных страницах. Оно содержит четыре кнопки: «О нас», «Услуги», «Магазин», «Контакты».

Текущая активная страница выделена визуально — кнопка «Магазин» имеет тёмный фон или жирное начертание. Это помогает пользователю понимать, в каком разделе сайта он находится. Остальные кнопки остаются кликабельными и ведут на соответствующие страницы.

2.3.2 Заголовок страницы

Под меню расположен крупный заголовок «МАГАЗИН», выполненный тем же фирменным декоративным шрифтом, который используется для названия разделов на других страницах.
Заголовок визуально центрирован, заключён в отдельную область, благодаря чему чётко выделяется на фоне основного контента.

2.3.3 Основной контент — каталог товаров

Главная часть страницы представлена в виде сетки карточек товаров. Визуально она организована в два ряда: первый состоит из четырёх карточек, второй — из ещё четырёх. Все карточки имеют одинаковый размер и структуру.

Каждая карточка содержит:

Изображение товара (в макете обозначено серым прямоугольником);

Название косметического средства;

Цену в рублях, расположенную непосредственно под названием.

Ассортимент представлен следующим образом:

Кондиционер нежирный — 1050 ₽

Кондиционер жирный — 1050 ₽

Шампунь — 1000 ₽

Шампунь без силиконов — 1000 ₽

Гель для укладки — 1700 ₽

Крем для укладки — 1800 ₽

Пена для укладки — 1300 ₽

Несмываемый кондиционер — 1700 ₽

Названия выполнены простым шрифтом без декоративных элементов для удобства чтения, а цены выделены чуть более тёмным оттенком. Текст выровнен по центру.

2.3.4 Кнопка «Записаться»

В нижней части страницы размещена крупная круглая кнопка «записаться», аналогичная по форме и цвету той, что используется на странице «Услуги».

Она служит для перехода к форме онлайн-записи и подчёркивает основную цель сайта — не только показать ассортимент косметики, но и мотивировать посетителя записаться на приём в салон.

2.4 Страница «Контакты»

– Соцканалы: ВК, WhatsApp, Telegram (формулировки «Свяжитесь с нами...»).

- Адрес: Санкт-Петербург, Садовая 46.
- Телефон: +7 952 249 77 03.
- E-mail: kudry@gmail.com.

Страница «Контакты» предназначена для предоставления пользователю всей необходимой информации для связи с салоном «Кудряшки». Её цель — сделать коммуникацию быстрой и удобной, независимо от выбранного способа: мессенджеры, социальные сети, телефон или электронная почта.

2.4.1 Верхнее меню

В верхней части страницы расположено навигационное меню, идентичное тем, что присутствуют на других страницах. В меню находятся кнопки: «О нас», «Услуги», «Магазин», «Контакты». Активная страница выделена визуально — кнопка «Контакты» имеет более тёмный фон, чем остальные, что указывает пользователю на текущее местоположение на сайте. Остальные пункты меню остаются кликабельными и ведут на соответствующие разделы.

2.4.2 Заголовок страницы

Под меню расположен крупный заголовок «КОНТАКТЫ», выполненный фирменным декоративным шрифтом, аналогичным заголовкам других разделов («Услуги», «Магазин»).

2.4.3 Блоки с кнопками для связи

Основной визуальный элемент страницы — три кнопки для связи через популярные платформы. Они расположены вертикально по центру, создавая ощущение симметрии и порядка.

Список кнопок:

«Свяжитесь с нами в ВК»

«Свяжитесь с нами в WhatsApp»

«Свяжитесь с нами в Telegram»

Каждая кнопка предназначена для перехода по соответствующей ссылке — в социальную сеть или мессенджер. Цветовое оформление одинаковое, что подчёркивает равную важность всех каналов связи. Кнопки располагаются в верхней половине страницы и занимают центральное место в визуальной иерархии, направляя внимание пользователя именно на контактные возможности.

2 . 4 . 4 И н ф о р м а ц и о н н ы й б л о к с к о н т а к т н ы м и д а н и й м и

Под кнопками расположен информационный блок, разделённый на три равные части. Каждая часть содержит заголовок и соответствующие данные.

Три столбца выровнены по горизонтали и равномерно распределены по ширине страницы.

Структура следующая:

Адрес

Под заголовком «Адрес» размещён серый прямоугольник, в котором указано местоположение салона:

Санкт-Петербург, Садовая 46

Телефон

Второй столбец содержит заголовок «Телефон» и контактный номер:

+7 952 249 77 03

Этот номер оформлен как активная ссылка для мгновенного набора при просмотре с мобильных устройств.

E-mail

Третий столбец посвящён электронной почте. Под заголовком «E-mail» размещён адрес:

kudry@gmail.com

Все три блока имеют одинаковое оформление: заголовок выполнен чуть крупнее и контрастнее, чем текст внутри, а фон под контактной информацией выделен светло-серым оттенком.

2.4.5 Функциональное назначение страницы

Страница «Контакты» завершает структуру сайта и выполняет ключевую функцию — обеспечивает простое и понятное взаимодействие пользователя с салоном. Здесь сосредоточены все каналы связи: мессенджеры, социальные сети, телефон и электронная почта.

2.5 Страница «Записаться»

Страница «Записаться» является одной из самых функциональных частей сайта «Кудряшки». Она предназначена для онлайн-записи клиентов на услуги салона, объединяя в одном месте все необходимые шаги: ввод контактных данных, выбор услуги, мастера и даты. Структура страницы построена по принципу логической последовательности — от личной информации к выбору процедуры и времени.

2.5.1 Верхнее меню

В верхней части страницы располагается навигационное меню, как и на других страницах сайта. В меню присутствуют разделы: «О нас», «Услуги», «Магазин», «Контакты».

Активной является вкладка «Контакты», которая выделена более тёмным фоном (возможно, в макете это визуальная заглушка — на реальном сайте здесь будет подсветка «Записаться»). Остальные элементы меню остаются доступными для перехода.

Меню закреплено в верхней части экрана, благодаря чему пользователь может при необходимости быстро вернуться на любую другую страницу сайта.

2.5.2 Заголовок страницы

Под меню расположен крупный заголовок «ЗАПИСАТЬСЯ», выполненный фирменным декоративным шрифтом, аналогичным стилю заголовков остальных страниц («Услуги», «Магазин», «Контакты»). Заголовок размещён по центру и выделен контрастом к фону. Он сразу обозначает основную цель страницы — онлайн-запись на приём в салон.

2.5.3 Поля для ввода данных пользователя

Следующий блок состоит из двух текстовых полей для ввода персональных данных:

Поле «Как к вам обращаться?» — предназначено для ввода имени пользователя.

Поле «Укажите свой номер телефона» — используется для ввода контактного номера, по которому сотрудники салона смогут подтвердить запись.

Оба поля оформлены в виде горизонтальных прямоугольников с мягкими закруглёнными углами. Оба поля выровнены по центру страницы и имеют одинаковую ширину.

2.5.4 Раздел «Выберите услугу»

Ниже располагается блок с заголовком «Выберите услугу». В нём представлены шесть круглых карточек, каждая из которых обозначает конкретную услугу. Под каждой карточкой указано название и стоимость. Список услуг полностью повторяет перечень со страницы «Услуги»:

Стрижка — 3000 ₽

Укладка — 2500 ₽

Окрашивание — 6000 ₽

Увлажнение паром — 1500 ₽

Стрижка чёлки — 1000 ₽

СПА для волос — 5500 ₽

Перед каждой карточкой находится элемент выбора, позволяющий отметить нужную услугу. В макете одна услуга («Укладка 2500 ₽») выделена активным состоянием — это показывает, как выглядит выбранный пункт. Карточки расположены в два ряда по три, что сохраняет визуальный баланс и аккуратную сетку.

2.5.5 Раздел «Выберите мастера»

Следом размещён блок «Выберите мастера».

Здесь представлены четыре карточки мастеров, каждая из которых содержит квадрат с фото и имя специалиста под ним.

Список мастеров:

Мария

Диана

Павел

Иван

Первая карточка («Мария») обведена контуром, что обозначает активный выбор. Такой приём помогает пользователю визуально понимать, какой мастер выбран в данный момент.

Карточки расположены горизонтально и равномерно распределены по ширине страницы.

2.5.6 Календарь выбора даты

Под блоком мастеров располагается календарь, оформленный в виде стандартной сетки с днями недели.

В верхней части календаря указаны месяц и год:

Октябрь 2025

Ниже приведена таблица с днями недели — Пн, Вт, Ср, Чт, Пт, Сб, Вс — и числами месяца. Вся структура выстроена по сетке 7×6 , что соответствует стандартному календарному виду.

Пользователь может выбрать удобную дату для записи, кликнув по нужному числу. Визуально выбранный день может подсвечиваться другим цветом или рамкой.

Календарь расположен слева, что обеспечивает логическую последовательность: пользователь сначала выбирает мастера, а затем дату.

2.5.7 Кнопка подтверждения «Записаться»

В нижней части страницы находится крупная круглая кнопка «записаться».

Она выделена насыщенным тёмным цветом и размещена по центру страницы. Кнопка завершает весь процесс записи, объединяя все действия пользователя (ввод данных, выбор услуги, мастера и даты).

Форма кнопки повторяет фирменный стиль сайта — округлые контуры, лаконичный дизайн, отсутствие лишнего текста.

2.6 Футер

Фон футера выполнен в тёмно-сером цвете, который контрастирует со светлыми основными блоками страниц. Это помогает визуально выделить нижнюю часть сайта и обозначить завершение контента.

Текст размещён в одну горизонтальную линию, выровнен по нижнему краю страницы и набран простым без засечек шрифтом нейтрального оттенка.

В футере отсутствуют декоративные элементы, линии или иконки — структура минималистична и подчёркивает аккуратность и современный стиль сайта.

2 . 6 . 1 С о д е р ж и м о е ф у т е р а

Футер содержит три основных блока информации, расположенных в одну строку и распределённых по ширине страницы. Благодаря такому расположению данные воспринимаются легко и не перегружают пространство.

Слева — адрес компании:

Санкт-Петербург, Садовая 46

Адрес представлен в две строки, выровнен по левому краю. Формат записи лаконичный, без лишних уточнений, что соответствует стилю всего сайта.

В центре — электронная почта:

kudry@gmail.com

Этот элемент расположен строго по центру футера и служит контактным каналом для обратной связи. Адрес набран тем же шрифтом, что и остальной текст, и может быть интерактивным (гиперссылка, открывающая почтовое приложение при клике).

Справа — номер телефона:

+7 952 249 77 03

Номер оформлен в стандартном международном формате, что делает его легко читаемым. При просмотре сайта с мобильного устройства предполагается возможность прямого вызова при нажатии на номер.

3. Нижняя строка — авторское право

Под основными контактами, в левой части футера, размещена небольшая строка с отметкой авторского права:

Кудряшки © 2025

Эта надпись указывает на актуальный год создания сайта и закрепляет за брендом право собственности на контент. Она оформлена меньшим шрифтом, чем контактная информация, и отделена от верхнего блока небольшим отступом, что создаёт визуальную лёгкость и структурированность.

2.6.2 Структура и выравнивание

Все элементы футера — адрес, e-mail, телефон и копирайт — выстроены по горизонтали с равными интервалами. Благодаря этому композиция выглядит сбалансированной и устойчивой.

Трёхколоночная структура делает блок визуально симметричным:

слева — физическое местоположение салона,

в центре — средство связи по электронной почте,

справа — номер телефона для мгновенного контакта.

3. Пользовательские сценарии

Записаться на услугу: с главной или из карточки услуги → выбрать услугу → выбрать мастера → календарь → ввести имя/телефон → подтвердить.

Посмотреть цены: перейти в раздел «Услуги», увидеть сетку цен; при клике – запись.

Купить косметику/изучить ассортимент: перейти в «Магазин», просмотреть карточки и цены (e-commerce шаги в макете не показаны, но предусмотрена витрина).

Связаться с салоном: использовать соцкнопки/телефон/e-mail, уточнить адрес.

4. Целевая аудитория сайта «Кудряшки»

Целевая аудитория сайта — это молодые люди с кудрявыми и волнистыми волосами, заинтересованные в профессиональном уходе за своей природной текстурой и готовые инвестировать в качественные услуги и косметику. Эти пользователи осознанно относятся к внешности, следят за состоянием волос и предпочитают индивидуальный подход, которого не могут получить в обычных салонах.

4.1 Основные характеристики аудитории

Возраст:

Основная группа — от 20 до 30 лет.

Среди клиентов есть как молодые девушки и парни (студенты, начинающие специалисты), так и молодые взрослые, уже состоявшиеся в профессии и имеющие стабильный доход.

Пол:

Преимущественно женщины, но аудитория гендерно разнообразна — среди клиентов также встречаются мужчины, осознанно ухаживающие за своими волосами и предпочитающие профессиональные процедуры.

Доход:

Средний и выше среднего уровень дохода.

Посещение салона воспринимается как часть личного ухода и самовыражения, поэтому аудитория готова платить за качественный сервис, комфорт и натуральную косметику.

Для них важно не столько сэкономить, сколько получить гарантированный результат и персональный подход.

Образ жизни:

Активные, социально открытые, ведут городской образ жизни.

Часто работают в креативных, технологичных или коммуникационных сферах, где внешний вид и индивидуальность имеют значение.

Посещают кафе, выставки, мероприятия, пользуются современными онлайн-сервисами и соцсетями.

Заботятся о себе, выбирают экологичные и этичные бренды.

4.2 Психологические особенности

Самоосознание и принятие своей внешности.

Многие обладатели кудрей раньше сталкивались с непониманием или неудачными стрижками в обычных салонах. Поэтому они ценят специалистов, которые действительно понимают структуру кудрявых волос и умеют подчеркнуть их естественную красоту.

Доверие к экспертам.

Аудитория ищет профессионалов, способных подобрать уход индивидуально. Им важно, чтобы мастер объяснил, как ухаживать за волосами дома, какие средства использовать и как правильно укладывать кудри.

Чувствительность к атмосфере бренда.

Клиенты обращают внимание не только на результат, но и на эмоциональное

впечатление — уют, стиль, заботу, эстетику. Поэтому сайт и сам салон должны создавать ощущение комфорта, тепла и уверенности.

Ценность качества.

Эта аудитория выбирает качество, а не количество: реже ходит в салоны, но отдаёт предпочтение тем, кто работает с профессиональной косметикой и современными техниками ухода за кудрями.

4.3 Мотивация и потребности

Получить профессиональную стрижку и уход, учитывающие тип кудрей (2А–4С).

Найти мастеров, которые действительно специализируются на кудрявых волосах.

Узнать, как ухаживать за волосами самостоятельно и какие средства подходят именно им.

Приобрести качественную косметику без сульфатов и силиконов, одобренную мастерами.

Получить удовольствие от процесса — комфортную атмосферу, доверительное общение, уверенность в результате.

4.4 Цифровое поведение аудитории

Активно пользуются социальными сетями (Instagram*, VK, Telegram).

Записываются онлайн через сайт или мессенджеры.

Часто читают отзывы и ориентируются на рекомендации блогеров или знакомых.

Делятся фотографиями после стрижки, упоминая салон в соцсетях, тем самым продвигая бренд органически.

5. Основная палитра

5.1 Фоновые цвета

Используются для создания базовой структуры страниц, не отвлекают внимание от контента.

- Светло-бежевый / молочный — #F8F5F2
Мягкий тёплый оттенок, создающий ощущение чистоты и естественности. Подходит для основного фона всех страниц.
- Серо-белый (теплый нейтральный) — #EAЕ7Е2
Вторичный фоновый цвет, используется в карточках, формах и блоках для визуального разделения контента.
- Белый — #FFFFFF
Для выделения внутренних элементов (тексты, формы, кнопки на тёмных блоках). Обеспечивает визуальную «воздушность».

5.2. Основной текстовый цвет

- Тёмно-графитовый — #3A3A3A
Основной цвет текста, мягкий и комфортный для чтения. Подходит для описаний, инструкций и информационных блоков.
- Серый средней насыщенности — #6B6B6B
Используется для второстепенных подписей, подсказок в формах, дат и неакцентного текста.

5.3 Акцентная палитра

- Пыльно-розовый (брендовый акцент) — #DFA5A1
Тёплый, спокойный оттенок, ассоциируется с женственностью, уходом и комфортом. Подходит для кнопок «Записаться», выделения ссылок и активных элементов меню.

Вариации:

- Hover (при наведении): #C68985
- Active (при клике): #B4746E
- Лавандово-серый (приглушенный фиолетовый) — #C7B9D5
Используется для декоративных элементов, рамок, иконок и подсветки активных вкладок. Добавляет лёгкий оттенок уюта и современности.

- Тёмный шоколадно-коричневый — #4A3C3A
Для шапки, футера и крупных надписей (например, логотипа). Создаёт контраст и подчёркивает фирменный стиль.

5.4 Дополнительные цвета

- Песочно-персиковый — #E8C7A1
Для мягких декоративных элементов, подложек под карточки или фонов за фото.
Добавляет «солнечное» ощущение без перенасыщения.
- Оливково-серый — #B7B0A3
Используется ограниченно — например, для разделительных линий или теней. Помогает добавить глубину и естественность.
- Мягкий розово-бежевый — #F3D9D1
Подходит для подсветки выбранных элементов.

5.5 Визуальные ассоциации и восприятие палитры

Эта палитра создаёт атмосферу натуральности, уюта и доверия.

Она подчёркивает философию бренда «Кудряшки»: мягкий уход, природная красота и индивидуальный подход.

Тёплые тона (пыльно-розовый, персиковый, бежевый) — ассоциируются с заботой и уютом.

Холодноватые акценты (лавандовый, серый) — добавляют современность и балансируют теплоту.

Нейтральная база делает интерфейс чистым и понятным, оставляя акцент на контенте (услугах, фото, кнопках записи).