

新媒体着陆页

|  |  |
| --- | --- |
| 学 号： | CNM |
| 姓 名： |  |
| 平台昵称： |  |
| 评 分： |  |

二〇一 年 月 日

版权声明

任何收存和接触本作业各种版本的学员，未经本作业文作者同意，不得将本作业转借他人，亦不得随意复制、抄录、拍照或以任何方式传播。否则，引起有碍作者著作权之问题，将可能承担法律责任。

这是份项目配套文件，你可以跟着课程的节奏不断完善这份项目文件，到课程的最后你将会收获一个完完整整由你自己做出的网站。

1. 产品概述

一个产品从最初的创意到启动，需要经过了多次验证、修改、调整，你要比用户更加了解你的产品，才能更好地解决用户痛点问题，现在请回顾下你最终要做的产品，用户人群。

1. 产品名称：
2. 产品一句话简介：
3. 产品的目标用户：
4. 产品解决的痛点问题
5. 产品解决的痛点问题：
6. 着陆页文案组件

着陆页是营销的场景，你需要确保在这个场景中的文案是具备说服力的。

1. 价值定位（VP）：

1. 行动呼唤（CTA）：
2. 产品特征（PF）：
3. 信用背书（C&A）：
4. 用户评价（SP）：
5. 风险保障（RR）：
6. 常见问题（FAQ）：
7. 终极呼唤（UCTA）：
8. 着陆页原型图
9. 着陆页原型图（可是图片或者图床链接）：
10. 着陆页整体
11. 着陆页网址链接：
12. 着陆页设计图（可是图片或者图床链接）：

Tips：[如何截取整个网页截图？](https://bpteach.kf5.com/hc/kb/article/1091924/)