

המדריך האידיאלי
ליצירת מבנה מקצועי
לדף נחיתה
(עושים סדר בבלאגן !)

danielrozenblat.co.il

המדריך כולל 4 שלבים עיקריים

תוכן העניינים

1. חקר עצמי

2. תפיסת תשומת לב

ראשונית

3. המבנה הבסיסי

של דף נחיתה

4. עיצוב (פונטים

וצבעים)



חקר עצמי

להבין מה אתה פותר ללקוח

לבנות אתר שנראה טוב זה חשוב מאוד וזה אחד מארבעת השלבים בדרך לדף נחיתה איכותי וממוקד , אבל המטרה שלך היא קודם כל להבין מה המלל שיהיה באתר

המלל שיהיה באתר צריך להציג את העסק שלך בצורה שתגרום לאנשים להבין במה אתה עוסק , למי אתה פונה , מה אתה פותר ולמה אנשים צריכים לבחור בך ולא בשאר המתחרים

אז לפני שאנחנו בכלל נכנסים לאיך מרכיבים דף נחיתה ומה נמצא בו , נתחיל בלהבין מה אנחנו רוצים להציג לגולשים - הלקוחות הפוטנציאליים שלנו ואיזו בעיה אנחנו פותרים להם

קחו דף ועט וענו על השאלות הבאות



שאלות לפיצוח השיווקית שלך

1. מי קהל היעד שלי ? תרדו לרזולוציות הכי נמוכות שאתם יכולים (גברים/נשים , מבוגרים/צעירים , עצמאים/ שכירים ...)

2. מה הבעיה העיקרית שקהל היעד שלי סובל ממנה? איך אני פותר אותה? ומה התוצאה הסופית של הפתרון ? (לדוגמא – מאמן כושר – פותר בעיה של מחוייבות / חוסר מוטיבציה והצלחה להתמיד באימונים , הוא פותר אותה על ידי אימונים אישיים , הרכבת אימון וליווי אישי באימונים והתוצאה היא מחוייבות וחיטוב של המתאמן) בנוסף תציין לפחות עוד 2 בעיות נוספות

3. תציין 5 הישגים שהגעת אליהם מהרגע שפתחת את העסק (חברות גדולות/אנשים מוכרים שעבדת איתם , כמות לקוחות שעברו אצלך , תוצאות/סכומי כסף שתלמידים או לקוחות שלך הרוויחו

4. תציין 5 יתרונות מקצועיים שיש לך בתחום (לדוגמא – בונה אתרים בקוד – יצא מיחידה טכנולוגי מובחרת בצבא , יועץ עסקי – הוביל 2 עסקים שלו אישית למצב שהם מכניסים לו 6 ספרות בחודש ...) רופא אלטרנטיבי – עבר הכשרה מיוחדת ביפן....

5. תחשוב על הבידול העיקרי בתחום שיש לך על שאר המתחרים שלך (לדוגמא – אני אישית בונה דפי נחיתה בקוד מ-0 לעומת רוב המתחרים שלי שבונים בוורדפרס בעזרת שבלונות)

תפיסת תשומת הלב

ענית על חמשת השאלות הקודמות ? מעולה , אני מתאר לעצמי שכבר לאחר 5-10 דקות של הקדשת מחשבה והעלאת הדברים על הנייר למדת והבנת דבר חדש או שניים שיעזרו לך מאוד בהמשך

תשומת הלב של הגולש הוא הדבר שהכי מעניין אותנו בהתחלה, כי בעידן של היום כשגולש נחשף אליך בפעם הראשונה ברשת אם לא תהיה מספיק מעניין או ממוקד במסר שלך הגולש יברח תוך שלוש שניות , לכן אתה צריך למצוא דרך לסקרן את הגולש הרלוונטי עבורך ממש במסך הראשון שהוא רואה כדי לגרום לו לגלול למטה להבין מי אתה ולהשאיר אצלך פרטים!

איך עושים את זה ?

נתחיל בבעיה העיקרית שהמוצר שלך פותר , היא חייבת להופיע במשפט נקח לדוגמא תזונאי – הבעיה העיקרית של הלקוחות שלו היא משקל עודף נמשיך עם שאר הבעיות שמתלוות לה והן חוסר שליטה על כמות האכילה ועל מה שהם אוכלים, ונקח את הפתרון שהשירות שלו נותן והוא

ירידה במשקל

מכל אלה נרכיב את המשפט הראשון !



בדיוק ככה! (לדוגמא תזונאי)

בעיה

שומן עודף / לא מצליחים להוריד במשקל

מה מתלווה לבעיה

אוכלים הרבה / אוכלים לא בריא

המוצר

תפריט תזונה בריאה מותאם אישית

התוצאה מהשימוש במוצר

הורדה במשקל, אורח חיים בריא יותר

משפט אפשרי

לאכול הרבה ועדיין להוריד במשקל

בעזרת תפריט אישי משנה חיים



דוגמא נוספת (לדוגמא עורך דין פלילי)

בעיה

הסתבכות בפלילים

מה מתלווה לבעיה

מעצר / דוח ...

המוצר

ייצוג אישי

התוצאה מהשימוש במוצר

הנמכת העונש הצפוי/ביטול העונש הצפוי לגמרי

משפט אפשרי

הפעם החוק יהיה לטובתך

הסתבכת בפלילים ? לא עוד



טיפ בונוס

חפשו “ כאבים ” / נקודות רגישות של הלקוחות שלכם
והשתמשו בהם ליצירת המשפט הראשוני

לדוגמא
(תזונאי)

”ממחר דיאטה נמשך כבר חצי שנה?”

לדוגמא
(יועץ עסקי)

”מתוך 10 עסקים שנפתחים 9 נסגרים בשנה הראשונה

“ נמאס להלחם על כל לקוח בשיניים?”

מבנה בסיסי של דף נחיתה

אחרי שהצלחנו להבין איך לסקרן את הלקוחות
הפוטנציאלים שלנו , הגיע הזמן להבין איך דף נחיתה
אמור להראות

אני מחלק דף נחיתה ל 4 חלקים

1. הכרות

2. מסלולים/חבילות/כישורים

3. למה אני

4. השארת פרטים (טופס)



הכרות

כוללת 3 אלמנטים

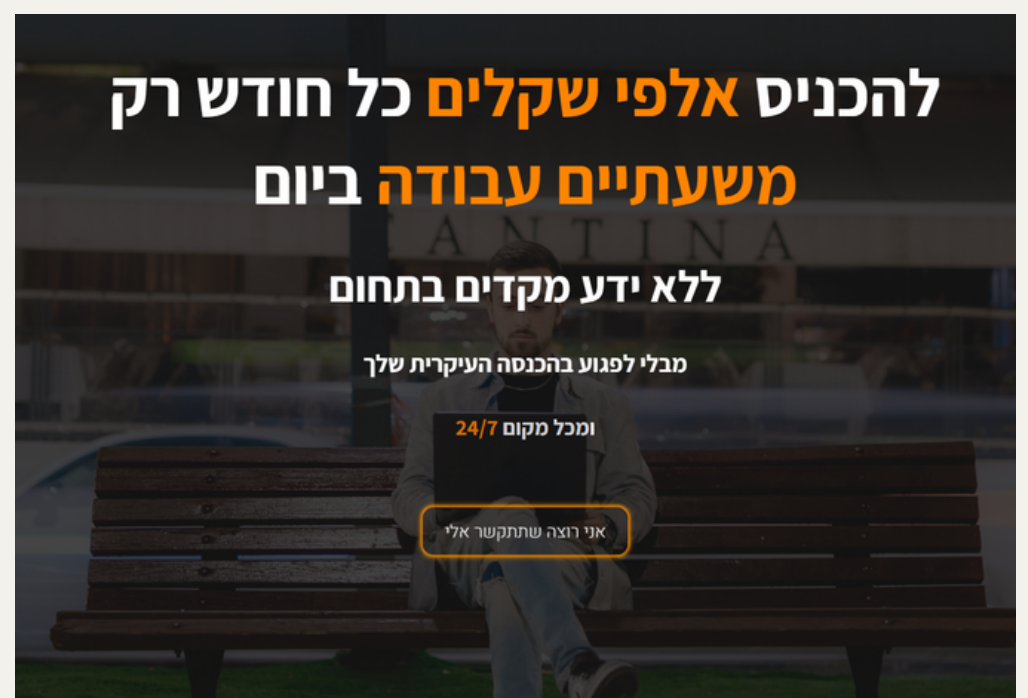
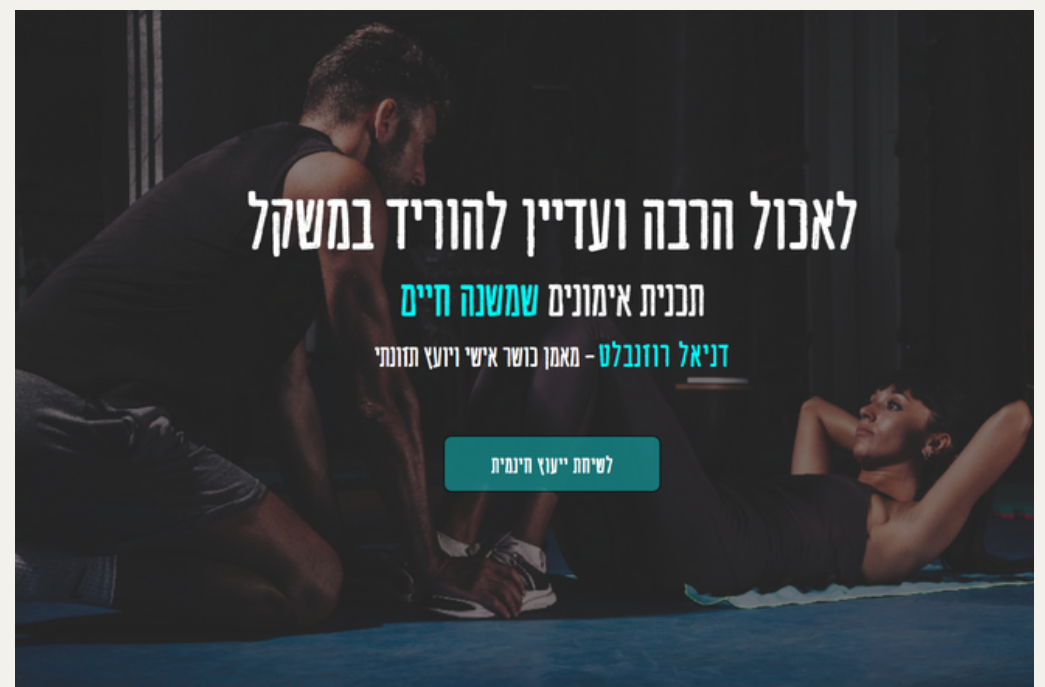
הנעה לפעולה
(תלויה במטרה)

סלוגן

לוגו / תמונה / תמונות
של המוצר ברקע



דוגמאות למסך הכרות



מסלולים / חבילות / כישורים

אחרי שתפסנו את הגולש וגרמנו לו לרדת למטה ,
מאני טיים ! הגיע הזמן להציג להם מה אנחנו
מציעים ואיך השירות שלנו מתבצע

כל עסק עובד בשיטה שונה ולכן כל עסק יציג את
עצמו אחרת בשלב הזה

לדוגמא עסק שכולל ליווי אישי יציג את מסלולי
ההכשרה שלו

עסק שמתמחה במקצוע מסויים (לדוגמא רפואה
אלטרנטיבית , עריכת דין ...) יציג את הכישורים
והייחודיות שלו

עסק שמשלב את שניהם (לדוגמא מאמן כושר שמרכיב תפריטים
לחיטוב ומסה... /ייעוץ עסקי שמציע מסלולים שונים..) יציג קודם את
הכישורים שמייחדים אותו ואז את המסלולים שהוא מספק ואת תהליך
העבודה איתו

אחרי שהצגנו מה אנחנו מציעים והלקוח הבין איך התהליך עובד איתנו

זמן לספר לו מי אנחנו

ההצגה של עצמנו תהיה קצרה ממוקדמת ורלוונטית למידע שהלקוח
ירצה לשמוע מאיתנו

מידע רלוונטי

במה את/ה הכי מתמחה

איפה צברת את הידע שלך

שנות נסיון

מידע לא רלוונטי

תחביבים נוספים

גיל ומקום מגורים

סטטוס משפחתי

כל מידע שלא קשור לעסק שלך

למה אני

לא משנה במה אתה עוסק , אתה לא יכול להתכחש שיש לך מתחרים ,
אתה לא היחיד שעוסק בתחום שלך ותמיד תהיה לך תחרות , יצטרפו
מתחרים שיותר מעודכנים / מקצועיים ממך ויצטרפו חלק שיותר זולים
ממך , לכן כשהגולש מתעניין בבעיה שאתה יכול לפתור לו , אתה
צריך לגרום לו להבין שהבחירה בך היא הנכונה ! זמן להציג את
הבידול משאר המתחרים שלך בצורה הכי מסקרנת שאפשר

לדוגמא

רופא שמתעסק ברפואה אלטרנטיבית והבידול שלו הוא שהוא עבר
הכשרה בחו"ל יכתוב
"אצלנו לא מתפשרים על הבריאות שלך"

(תמונה מההשכרה שעבר)

טסתי עד ליפן להשכרה בת X זמן כדי ללמוד את סוגי הטיפולים
שיש להם להציע ולעזור לכמה שיותר סובלים מכאבי גב תחתון

בנוסף

זה הזמן לציין את שאר העובדות שבהן אתה
גובר על המתחרים שלך

לדוגמא - עבדת עם חברה מאוד גדולה בתחום , טיפלת בלקוח מאוד
מוכר, כמות גבוהה של לקוחות עברו דרכך ויצאו מרוצים...

תוסיף מיד לאחר מכן כמות של לקוחות ממליצים - גם לקוחות רגילים
פחות מוכרים - עדיף בסרטונים / לשלב תמונה ומלל

זה הזמן לגרום ללקוח לרצות להשאיר פרטים
דווקא אצלך !

בנוס מהיר

אם תציג את כל המידע שהצגתי כאן , גם בצורה המעניינת ביותר, המסקרנת ביותר ומעוצבת בצורה מושכת את העין, הלקוח יתעניין , אבל..

הגולשים היום מחפשים
שיעשו להם את החיים קלים
לכן

הנעה לפעולה היא חובה !!!

הוספת כפתורים מניעים לפעולה שמובילים לטופס של השארת הפרטים היא חובה ! שימו לב שהמלל בתוך הכפתור הוא מניע לפעולה , ושימו לב לא להגזים עם כמות הכפתורים במבנה (מומלץ לשים מתחת לכל חלק במבנה כפתור)

השארת פרטים

אם הגולש הגיע עד לכאן , עשית עבודה טובה!
סקרנת אותו , גרמת לו להכיר אותך ולהבין מה אתה מציע
כדי לפתור לו את הבעיה , הסברת לו במה אתה שונה
מהמתחרים שלך והוא עדיין מעוניין לשמוע עוד , הגיע
הזמן להשאיר לו טופס להשארת פרטים, ולהגיד לו מה הוא
מקבל ב"תמורה" לפרטים שהוא משאיר אצלך , לדוגמא -
שיחת ייעוץ חינמית , מתנה חינמית (כמו זו), ושלל דוגמאות
הקשורות למקצוע שלך

אני אישית בטופס מוסיף "סגירה" לסלוגן הראשוני וזו שדות
בטופס

לדוגמא - תזונאי " הגיע הזמן לנצח את עצמנו" /
" הגיע הזמן באמת להתחיל ממחר דיאטה"

בטופס עצמו אני מעדיף לקבל - שם מלא , מספר טלפון ומייל
יש כאלו שיעדיפו גם סיבת פנייה , לדעתי חבל על ה"זמן"
שאתה מבזבז ללקוח - תבררו את זה בשיחה

עיצוב

אחרי שהבנת מה הולך להיות כתוב בדף ובאיזה סדר , אתה חייב לעצב אותו בצורה הכי נגישה ללקוח ובצורה שהכי תואמת לעסק שלך ! מה הכוונה?

צבעים תואמים

פונטים קריאים ומכירתיים

UI (user interface)

מכירתי

UX (user experience)

נגיש לגולש

תבררו על מה שאתם לא מבינים מכאן בגוגל ותקחו לדף שלכם מה שאתם רואים לנכון

עשיתם את זה !

אם הגעתם עד לכאן סימן שאכפת לכם מהעסק שלכם, אתם רוצים לקחת שליטה על בניית דף נחיתה לעסק שלכם ולעשות זאת בצורה הטובה ביותר !

אני אשמח מאוד לשמוע שהצלחתי להעביר ולהנחיל בתפיסה העסקית שלך משהו ולחדש לך עוד דברים על עצמך, על העסק שלך ועל התחום שלי - בניית דפי נחיתה

כל הלקוחות שלי עוברים את התהליך הזה ותהליכים נוספים של חידוד המסרים, הנעה ממוקדת לפעולה ותיאום הציפיות לפרוייקט שלהם ביחד איתי בפגישה אישית !

אם אתם מחפשים איש מקצוע שיגרום לפניית אליך להיות ממוקדות יותר, ואיכותיות יותר מאנשים שבאמת צריכים את המוצר שלכם תרימו אלי שיחה ונדבר !

054-942-4033