

РИНАТ КОРОЛЕВ

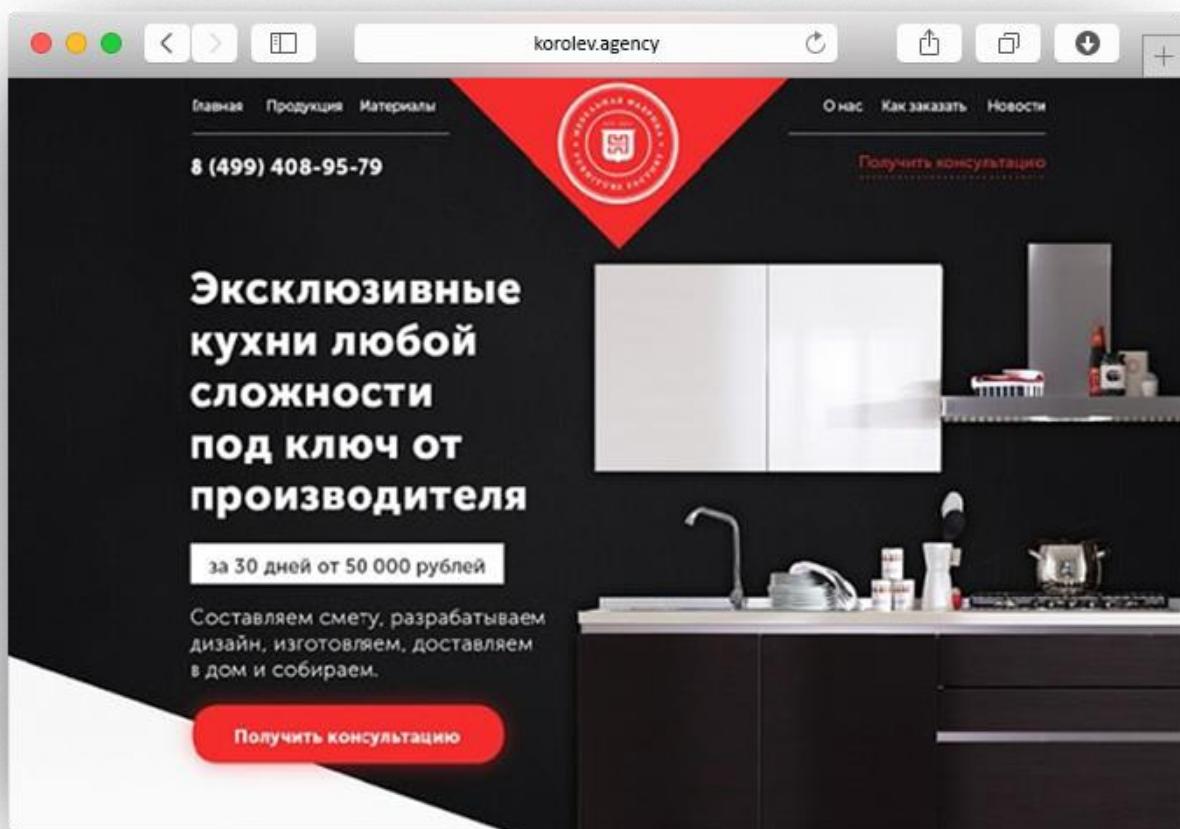


СПУСТЬ

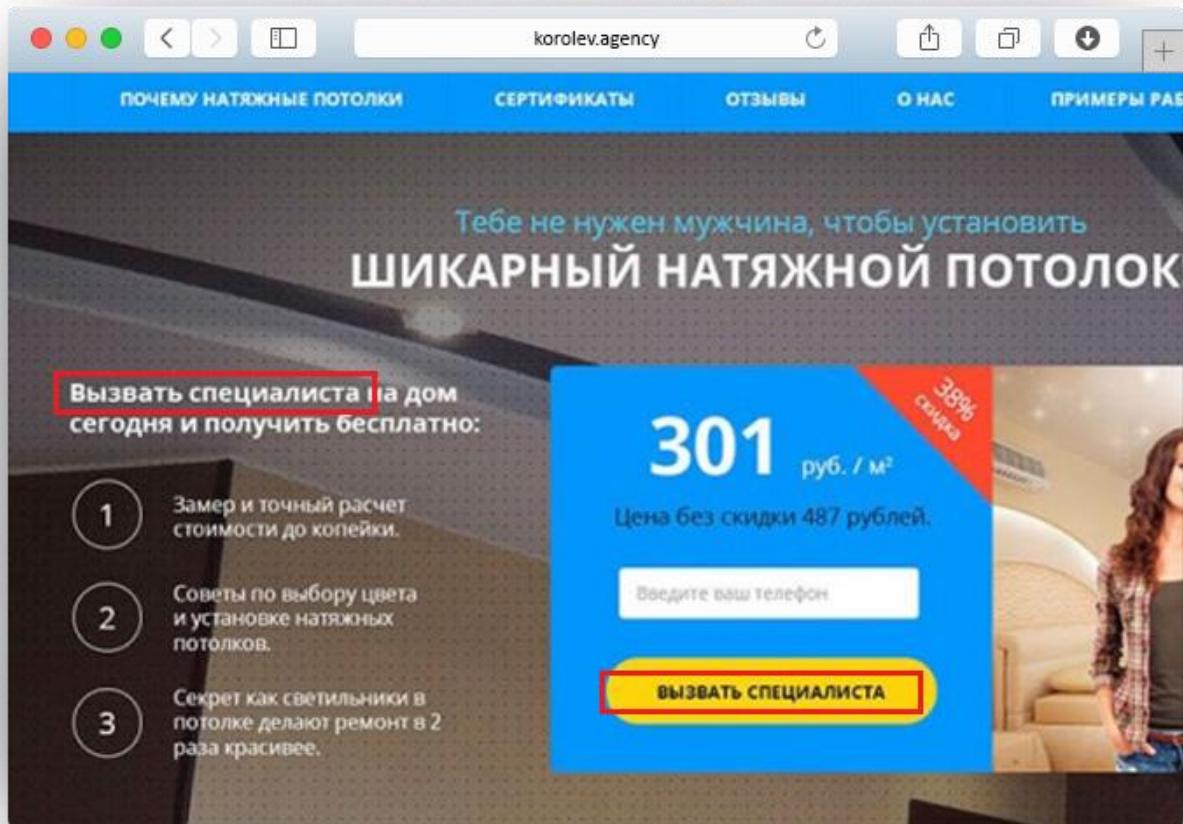
ПОВЫСИТЬ КОНВЕРСИЮ

LANDING PAGE

1. Продающий оффер – качественно предложение для клиента это залог успеха. Проработайте его, укажите выгоды для клиента, что бы в первые секунды он четко понимал, почему стоит работать с вами.

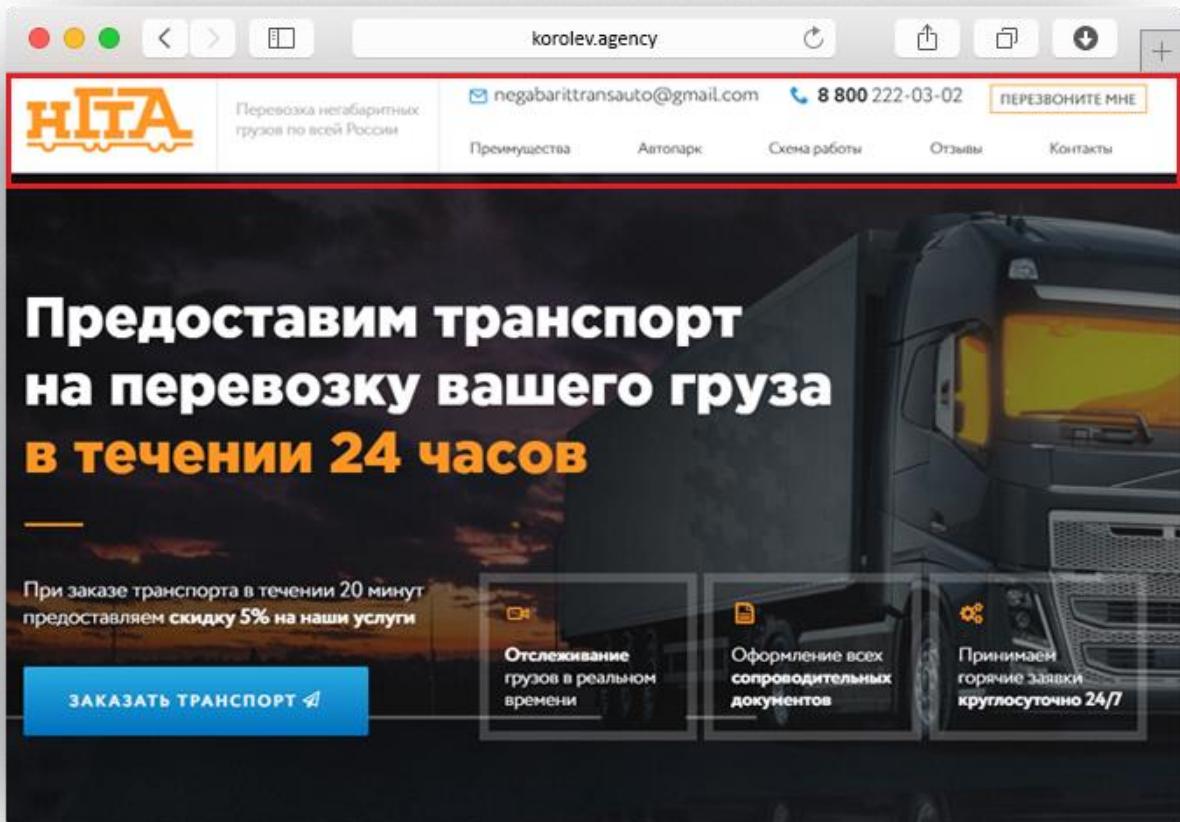


2. Есть понятный призыв к действию – указывайте четкий призыв к действию, «заполните данные», «получите скидку» и т.д.



Т.Д.

3. Понятное навигационное меню – где указаны, логотип, дескриптор, кнопки на основные блоки вашего сайта и быстро перебрасывают в выбранный блок.

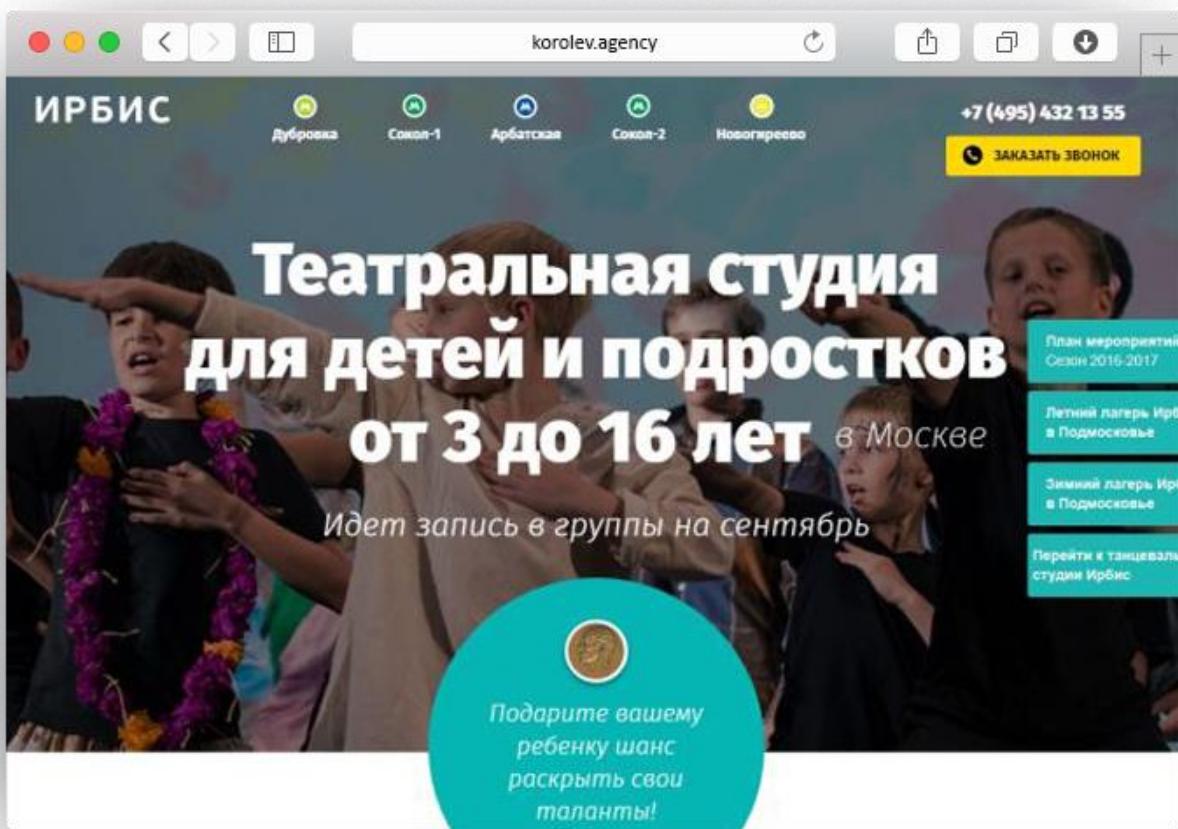


4. Указаны контакты в шапке – четко указаны контактные данные необходимые для быстрой связи с вами.

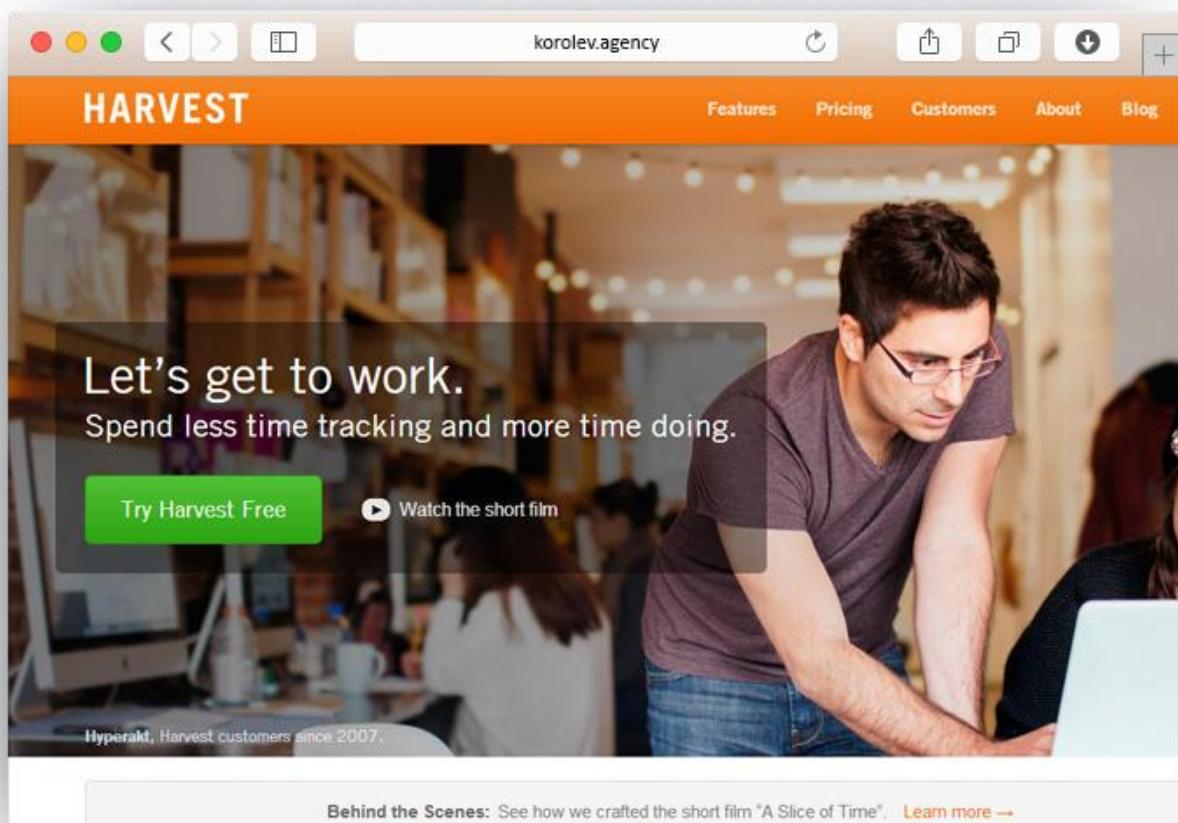
5. Есть маркированные списки преимуществ – выделены основные буллеты, не более 5 с преимуществами вашей компании.



6. **Качественное, релевантное фоновое изображение** – ставьте изображения сочетающиеся с вашей тематикой. В идеале ставить фото вашей компании – офис, команда или видео процесса работы.

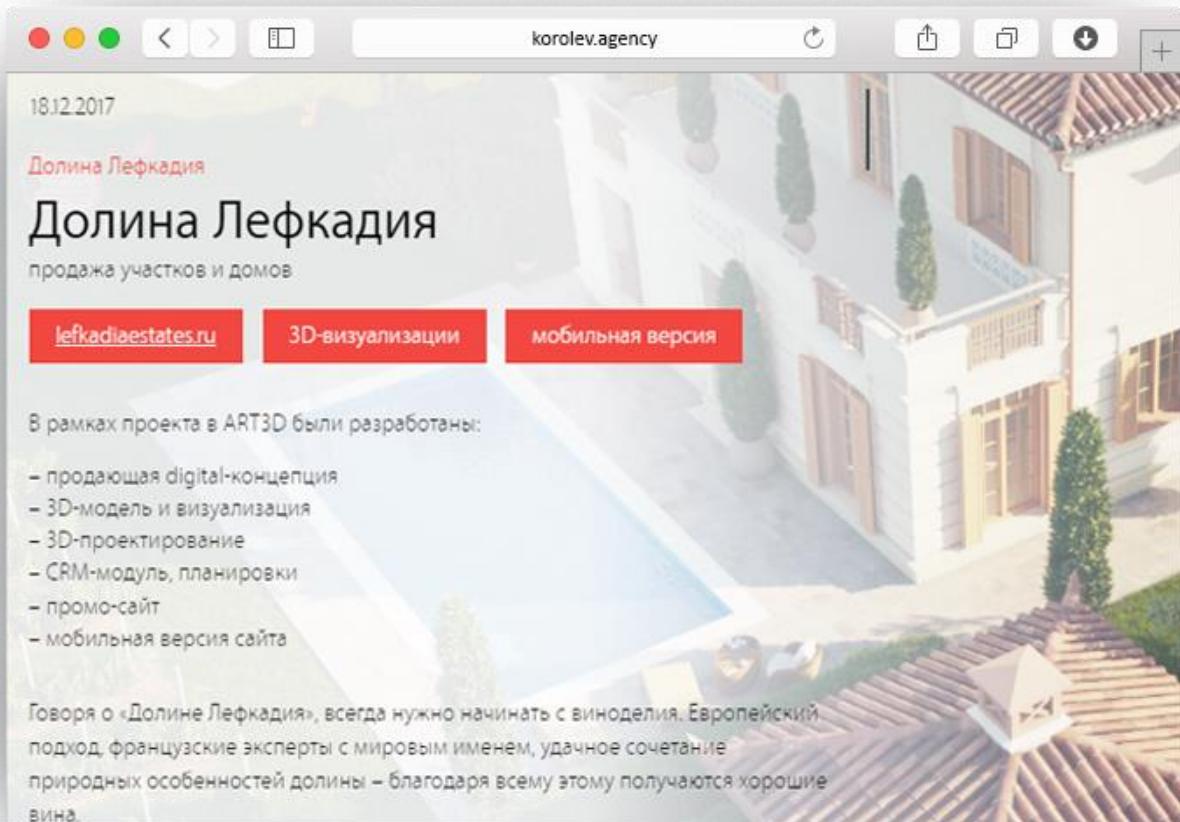


7. **Кнопка призыва к действию другого цвета** (выделяется на общем фоне) – делайте кнопку контрастной, не путать с кислотной. Она должна выделяться и не теряться на общем фоне. Хорошо подойдут красный, синий, оранжевый, зеленый.

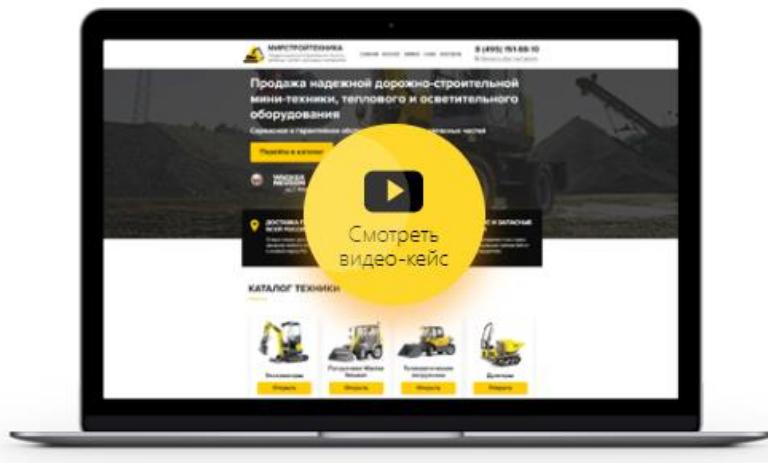


8. **Указаны отзывы о вас** (желательно видеоотзывы) – размещайте реальные отзывы никаких самописных текстов. Лучше работают видеоотзывы, они вызывают большее доверие.

9. Портфолио с описаниями – не нужно размещать просто фото с выполненными проектами, опишите процесс работы, клиентов, задачи.



10. Кейсы – опишите успешные проекты, в которых ваша работа стала прибыльной для клиентах . Тут решают цифры, делайте упор на них.



19 млн.
доход

17 706
кликов

241
заявка

7-8 руб.
цена клика

Как с помощью лендинга продать дорожную технику на 19 млн. руб.

Сайт по продаже дорожно-строительной техники

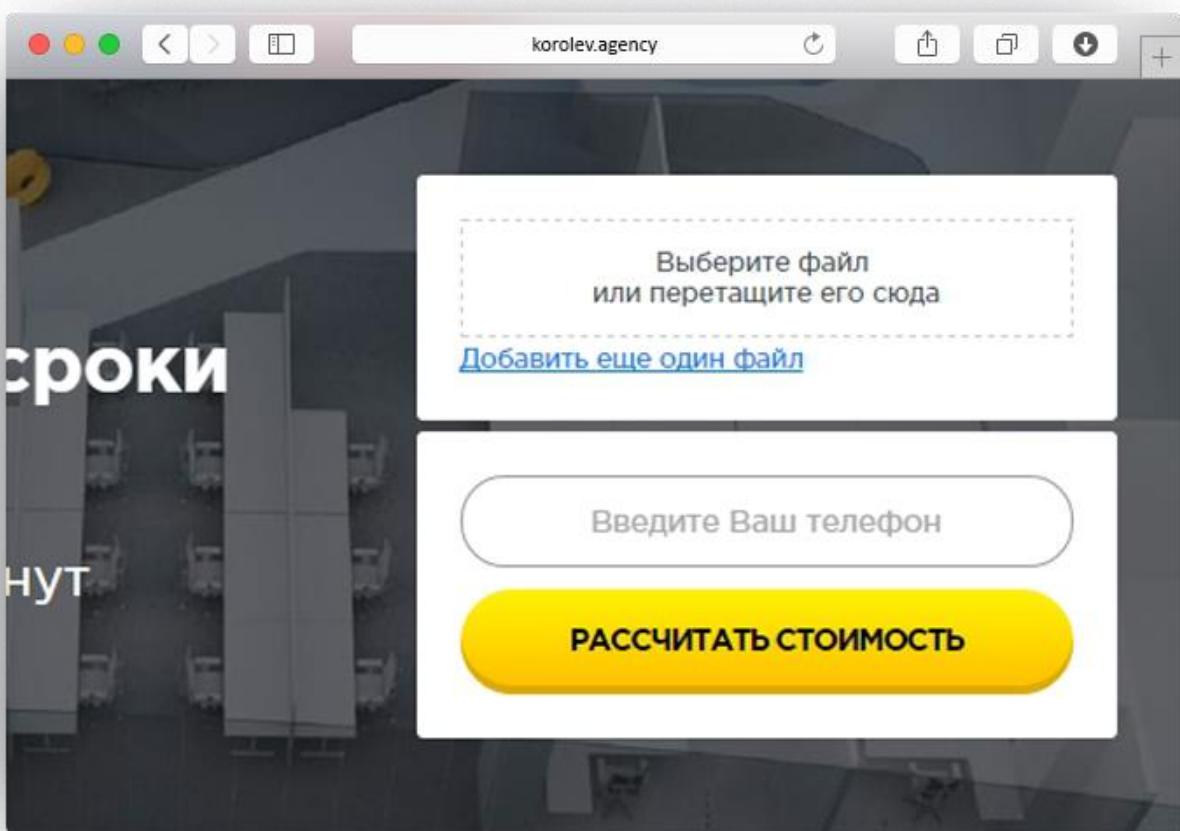
[→ мирстратехника.рф/lp](http://мирстратехника.рф/lp)

Результат

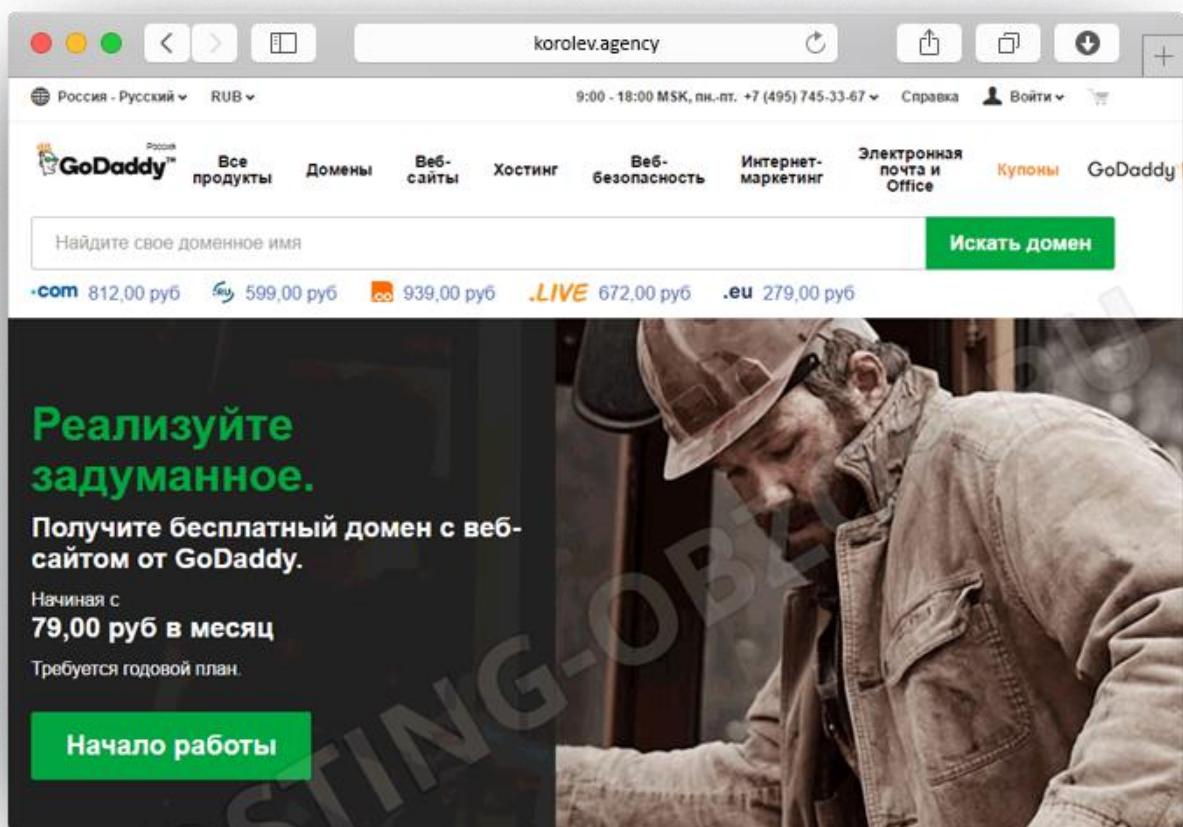
На сегодняшний день с помощью заявок с лендинга реализовано 6 единиц техники и 8 единиц навесного оборудования на сумму 19 млн.руб.

Источник рекламы	Яндекс Директ
Кликов (переходов на сайт)	17 706
Заявок через формы	241
Средняя стоимость клика	7-8 руб.
Потрачено на рекламу	128 000 руб.
Получено заявок на сумму	19 000 000 руб.

11. **Цветовая гамма сочетается и не превышает 3 цветов** – делайте все в одном стиле, не нужно устраивать маскарад. Не более 3х цветов, которые сочетаются друг с другом.
12. **Оптимизируйте форму заявки** – сократите количество полей, удалите все что вам не нужно. Оставьте те поля, которые необходимы для связи с клиентом.

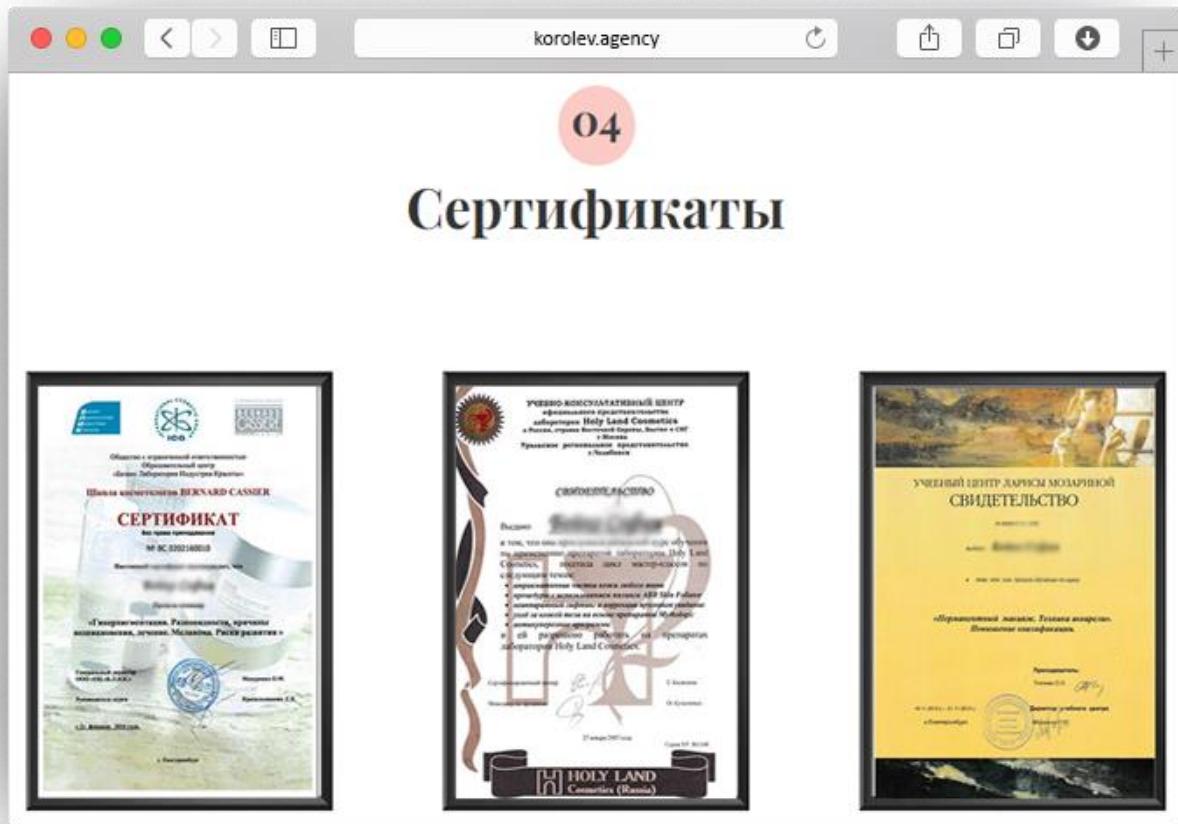


13. **Бесплатный тест-драйв** – дайте бесплатную полезность, за которую можно получить контакты клиента.



14. **Мобильная оптимизация** – адаптируйте сайт под мобильные устройства.

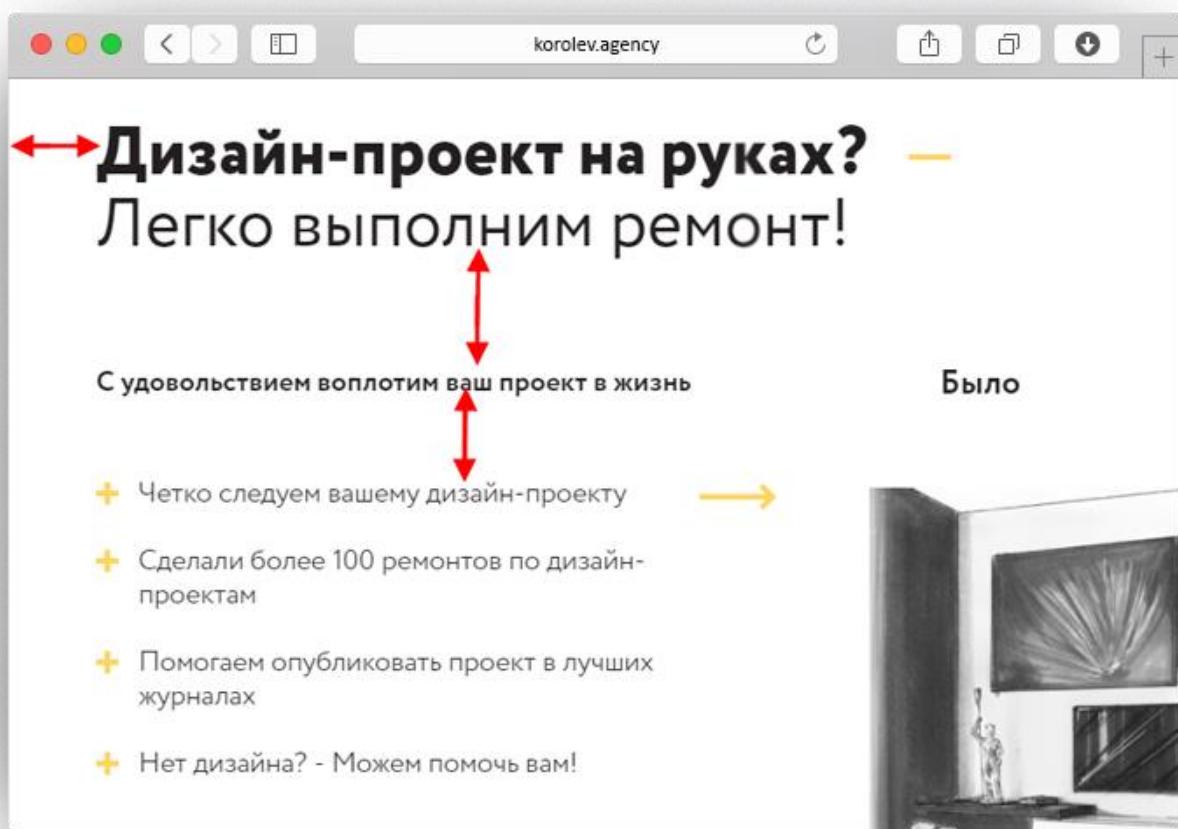
15. Указывайте сертификаты, дипломы – сделайте скан всех важных дипломов и сертификатов, которые важны для закрытия возражений клиента.



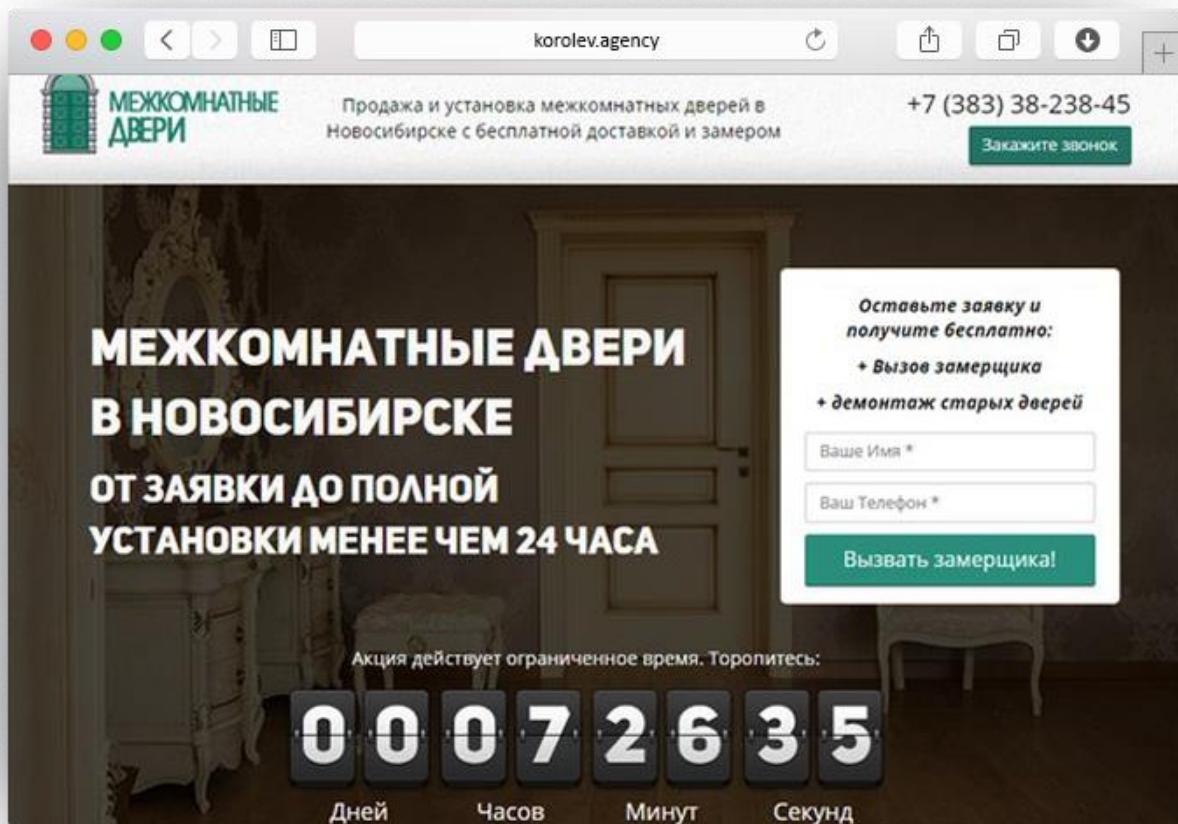
16. В ваших текстах вы хвалите не себя, а указываете пользу для клиента – проверьте текста, что бы они были ориентированы на выгоды для ваших клиентов, а не на вас.

17. Сокращайте текст, оставляйте суть – убирайте всю воду и большую часть текста, если есть необходимая информация, добавьте его во всплывающее окно и если клиенту будет интересно, он сам откроет и прочитает.

18. **Добавьте воздуха вашим элементам** – увеличьте расстояние между элементами, не нужно грузить все друг на друга, информация с воздухом будет восприниматься намного легче.

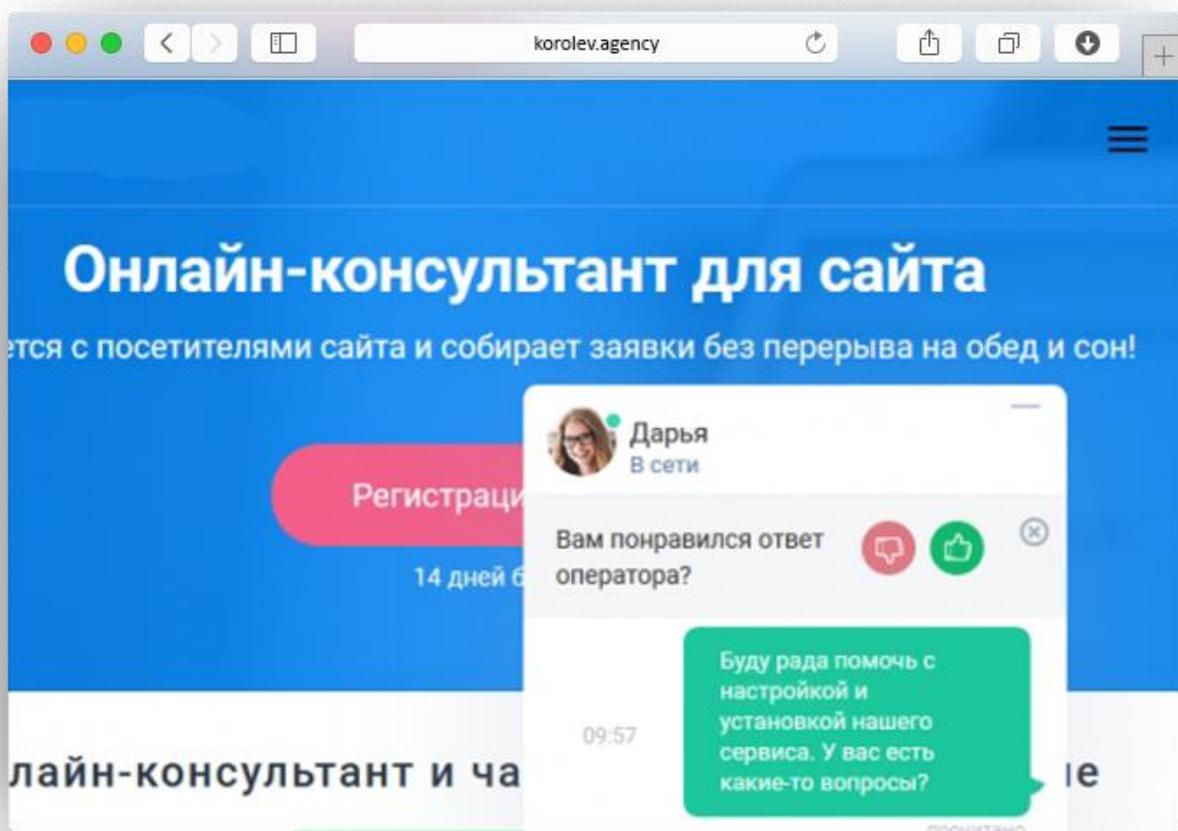


19. **Указывайте ограничение, если есть акция – делайте ограничения во времени, таймер или количеством товара.**



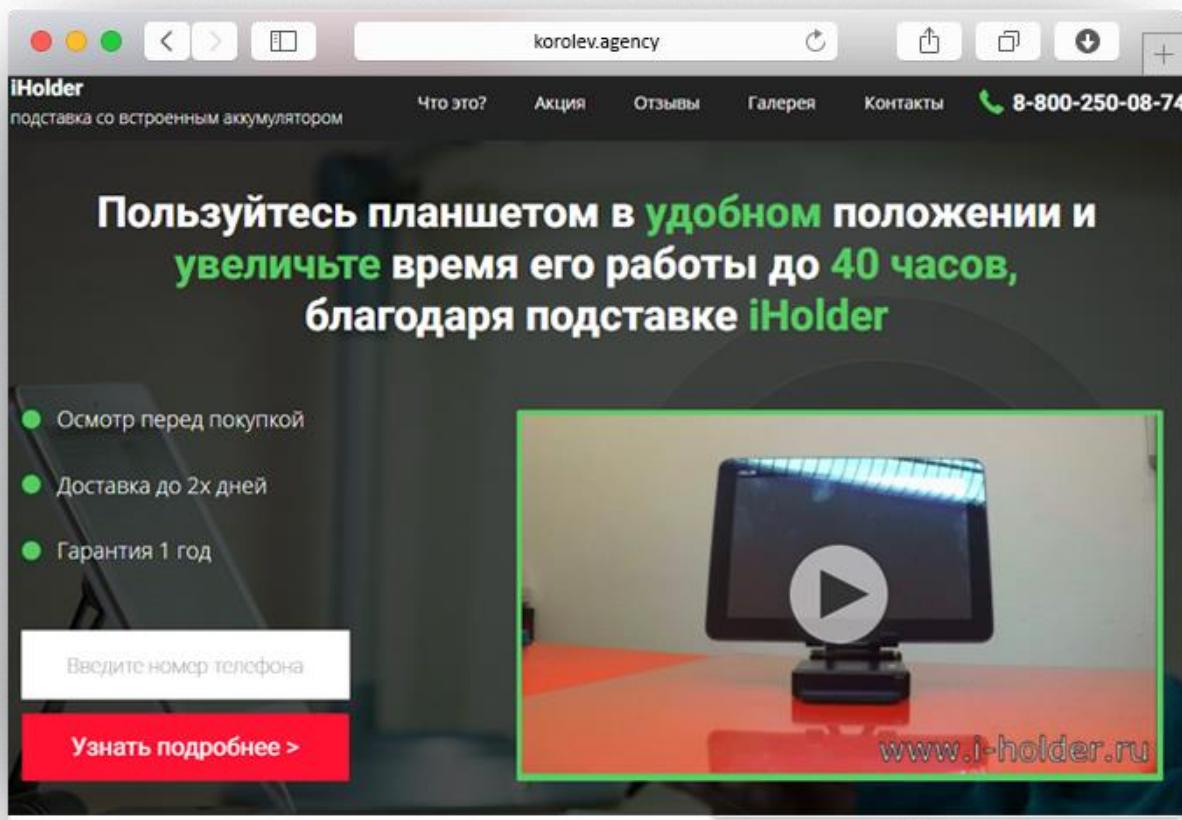
20. **Уберите пустые слова:** «индивидуальный подход», «дешевые цены», «взаимовыгодное сотрудничество» и т.д. – таких сайтов много, поэтому лучше писать конкретные факты, если лучшие то в чем, если дешевые то на сколько.

21. **Есть онлайн-чат для быстрой связи – устанавливайте сторонние чаты, для быстрой связи с вами.**



22. **Выделяйте важные элементы, экономьте время клиента** – все важные заголовки подзаголовки выделяйте другим цветом или жирностью текста. Тем самым вы сможете вести клиента по важным триггерам, что сэкономит ему время.
23. **Говорите на языке клиента** – не пишите сложными терминами, поставьте себя на место клиента, пишите понятным человеческим языком.
24. **Используйте цифры, факты** – используйте факты о компании, важные цифры.

25. **В одном блоке используйте один призыв к действию** – не размножайте призывы к действию ,если в одном блоке вы призываете оставить заявку для получения коммерческого предложения, то не нужно в этом же блоке давать скидку.
26. **Уберите лишние элементы с сайта** – все, что не отвечает вопросу «Для чего это?» убирайте с вашего сайта.
27. **Снимите видеообращение** – разместите видео с обращением на 3-5 минут и закройте в нем все возражения и боли, покажите производство, офис, как вы работаете.



28. **Уберите сторонние ссылки** – все что может сливать трафик с сайта, убирайте, изолируйте ваш сайт по максимуму.

29. **Укажите ваши соц. сети в подвале сайта** – если будете указывать в начале, будете сливать трафик, оно вам нужно?
30. **Качественный логотип** – не пожалейте денег и сделайте качественный логотип, никто не будет работать с вами если вы неопрятны даже к себе.
31. **Если у вас товар укажите о гарантии** – пишите о сроках, условиях.
32. **Если у вас сложная услуга опишите процесс работы** – что нужно делать на каждом этапе, что бы у клиента все встало на свои места.



33. **Призыв у действия совпадает с призывом на кнопке** – если призываете скачать Каталог, то на кнопке так же пишите «Скачать каталог»
34. **Вы предлагаете один товар или услугу** – не размножайте линейку на сайте, лучше под каждый товар делать отдельный лендинг.
35. **Быстрая загрузка сайта** – загрузка должна быть в районе 3-5 секунд
36. **Увеличьте кнопку призыва к действию** – увеличьте размер кнопки, только до разумных пределов
37. **Если указываете крупных клиентов и их логотипы, вкратце опишите выполненную работу** – что сделали, когда в идеале указать отзыв
38. **Укажите адрес офиса и карту** – покажет ваш вес и ваше физическое нахождение
39. **Проверить кросбраузерность** – проверте сайт на всех браузерах, что бы все элементы отображались.
40. **Кликабельный номер телефона, почта ,вайбер, ватсап и т.д.** – при клике можно было с вами связаться без лишних движений.