

Чек-лист

проанализируйте свой лендинг
и повысьте продажи на 40%



Некоторые мелочи бессовестно крадут ваши продажи. Неудачное оформление кнопки с надписью «заказать», лишние поля в форме, неправильный оффер – кто знает, сколько недополученной прибыли вас заставляют терять эти и другие воры?

Говорят, «волшебных пилюль» для интернет-бизнеса не существует. Но вы только что скачали приятное исключение. Простой пройдитесь по списку, который вы увидите ниже, и внесите правки на своем landing page.

Я провел аудит сотен лендингов, и всегда руководствовался этим чек-листом. Он ни разу меня не подвел. Откуда список? Из опыта и практики.

1. Насколько притягательны заголовки и подзаголовки лендинга? Заставляют ли они продолжить чтение? Доносят ли они до читателя суть вашего предложения?
2. Сколько раз на вашем лендинге встречается форма заказа? В каких местах? Нужно, чтобы она находилась на первом экране, в конце и еще несколько раз по ходу текста, в отдельных блоках конверсии.
3. Сколько полей в вашей форме заказа? В идеале должно быть одно – для ввода телефонного номера.

4. Все ли формы заказа адекватно работают? Мелочь, но я нахожу такой «косяк» на сайтах своих клиентов регулярно.
5. На сколько страниц разбит лендинг? Если кнопка с надписью «заказать» перебрасывает на другую страничку – это уже плохо.
6. Есть ли на вашем лендинге ссылки на другие страницы, например, меню, которое ведет на сайт? Если есть – избавляемся.
7. Находится ли лендинг на отдельном домене? Должен быть хотя бы отдельный поддомен, на котором нет других страниц.
8. Насколько «цепляют» заголовки блоков лендинга? Они должны быть такими же продающими, как и основной заголовок.
9. Есть ли блок с отзывами клиентов?
10. Есть ли блок с гарантиями?
11. Есть ли блок «наши клиенты» и «выполненные проекты»?
12. Сколько разных продуктов продает лендинг? В идеале продукт (или услуга) должен быть один.
13. Есть ли четкая целевая аудитория, на которую рассчитан лендинг? Если он продаёт «всем подряд» - это плохо.
14. Есть ли в начале лендинга описание более целевой аудитории?
15. Соответствует ли структура лендинга логике продающей формулы AIDA? Да, от «стандартных схем» отступать можно и даже нужно, но в целом лучше них пока еще ничего не придумано.
16. Есть ли на лендинге четко прописанный офер? Насколько он притягателен для целевой аудитории?
17. Есть ли на лендинге продающая презентация продавца? Текст о том, кто продает продукт или предоставляет услугу?
18. Все ли блоки на лендинге несут определенную функцию? Нет ли лишней, бесполезной, скучной информации?
19. Не слишком ли затянутое, скучное вступление на лендинге?
20. Пробежитесь по тексту. Насколько он хорошо воспринимается, насколько в целом интересен? Похож ли на «скользкую горку» - хочется ли читать дальше или оформить заказ после очередного блока?
21. Еще раз внимательно оцените дизайн лендинга. Насколько он привлекателен?
22. Цепляют ли внимание картинки на лендинге? Вызывают ли они интерес?

23. Не перегружен ли лендинг графикой? Не грузится ли он слишком долго из-за разных «наворотов»?
24. Есть ли в шапке логотип и название компании?
25. Есть ли в шапке лендинга кнопка «задать вопрос»?
26. Есть ли на лендинге контактные данные? Как минимум, они должны быть в шапке и в конце страницы. Укажите телефон и адрес почты.
27. Если offer платный, разбит ли он на разные «пакеты»? Рекомендую три варианта: очень дешевое, «стандартное» и очень дорогое.
28. Какого цвета кнопка «Заказать» на лендинге? Конечно, это зависит от дизайна, но в целом лучше всего работает красный.
29. Какого размера кнопка «Заказать»? Не слишком ли маленькая? Однажды мы с клиентом повысили конверсию вдвое, всего лишь увеличив размер кнопки.
30. Насколько хорошо проработаны возможные возражения ЦА?
31. Насколько в целом удобно читать текст? Не приходится ли напрягать глаза из-за цвета или размера? Не приходится ли «бегать» глазами по большому экрану?
32. Есть ли продающий постскриптум в конце страницы?

Есть и другие моменты, но эти наиболее важны. Проработайте этот чек-лист, и вы обязательно увидите рост конверсии. Буду благодарен, если сообщите мне о своих успехах на e-mail sudarsat@gmail.com

Кажется, что всё просто, но на практике иногда возникают сложности, особенно если лендинг продает не совсем стандартные товары и услуги.

Если вы хотите, чтобы вашу продающую страничку проанализировал профессионал, у меня для вас есть отличное предложение.

Обычно аудит лендинга у меня стоит 4000 рублей. Вы – мой новый подписчик, а потому имеете право на грандиозную скидку.

За символическую цену – всего 900 рублей – я проанализирую вашу продающую страничку и пришлю вам подробный отчет, расскажу, что можно улучшить.

Expertmarketer: блог о копирайтинге и интернет-маркетинге <http://copy-info.ru>

Предложение, как и моё личное время, по понятным причинам ограничено. Если вам нужна консультация копирайтера-маркетолога, позвоните или напишите мне:



e-mail: sudarsat@gmail.com

телефон: +7-987-826-14-46

skype: sudarsat1985

Ваш копирайтер-маркетолог, Артем Кабанов.