

Маршрут курса

Маркетинг и упаковка

Сайтостроение

SMM

E-mail маркетинг

Правила удобства сайта

CRM

Контекстная реклама и SEO

1. Разбор ДЗ

2. Основные правила удобства сайта

Зачем?

Проект первый: Туры выходного дня и мастер-классы (психология) личные онлайн + МК с привлечением спикеров оффлайн.

У этого проекта пока задача не особо материальная. Деньги тут, как показатель качества работы.

Основная задача — имидж. Повысить узнаваемость себя, как бренда. Расширить свою аудиторию читателей в социальных сетях и как следствие, через свой личный бренд продвигать свои инфо - продукты и туры выходного дня в массы.

УТП - Проведите выходные на свежем воздухе вместе с вашим ребенком в компании с другими мамами. Разреши себе расслабиться и насладиться уникальной программой тура. Количество мест ограничено!

ЦА: Мама Катя из Новосибирска возрастом от 25 до 35 лет. Еще в декрете и не планирует из него выходить, так как роль мамы и домохозяйки в целом устраивает, Но... Дома скучно, всегда с ребенком, так как никто другой лучше нее самой с ее чадом не справится. Но так хочется куда-либо вырваться и отдохнуть. Так чтобы и ребенок был как бы при ней, но в то же время, чтобы и без нее., с кем — то опытным. Мама Катя очень хочет сменить обстановку дома на другую локацию, ну и новых подруг со схожими интересами и проблемами было бы интересно найти. Катя не до конца довольна своей жизнью, поэтому психология и различные темы про отношения, как быть счастливой женщиной и как разрешить себе быть не идеальной мамой ей очень интересны. У Кати муж, который работает и зарабатывает достаточно на содержание семьи. Далеко жену с ребенком отправлять боится, а вот рядом на выходные готов легко отпустить. Сегмент по доходу средний +. Доход на семью 100 000 и более.

Ключевой факт выбора: Продуманная программа, которая позволит отдохнуть, сменив локацию и общение — комьюнити!

КАК: Продвигать эффективнее через социальные сети, причем через факт личной экспертности и личный бренд.

Модель AIDA

Внимание:

Тур выходного дня «Мама и малыш»
Проведите яркие загородные выходные. Чистый воздух, новая компания, мастер-классы, танцы, игры и релакс. Количество мест ограничено!

Интерес:

Для мам мастер — класс на тему « я — счастливая женщина», танцевально-двигательная терапия и Спа — процедуры, качественные фотографии вашего отдыха от нашего фотографа и конечно же новые подруги.

Для детишек профессиональные воспитатели, игровая, квэсты, развивающее «рисовалки», и танцы.

3. Желание (либо фото и отзывы, либо поподробнее о программе)

Действие:

Оставь заявку и мы вам перезвоним. (или схема бронирования тура и кнопка забронировать).

Ресницы ЗКЧК

1) Задачи:

- Увеличение клиентской базы, узнаваемости, в дальнейшем внедрение доп. услуг в том числе обучения

2) Продукт:

Услуга локомотив - Наращивание ресниц

Сопутствующие услуги:

- ламинирование ресниц;
- оформление/окрашивание бровей;
- создание образа

УТП – «Хотите роскошные ресницы без вреда?»

3) ЦА:

- преимущественно девушки;
- местоположение - в центре города (в 2 мин от метро пл. Ленина)
- опыт работы 5 лет

4) Инструменты

- продвижение через вк, инст., полезные статьи в интернете про уход, про техники наращивания и моделировании взгляда с ссылкой на сайт/страницу;

- система лояльности клиентов:

- 1) скидки постоянным клиентам;

- 2) акция «приведи подругу»;

- 3) разработка дополнительных систем акций (после анализа статистики в то время где меньше записей или есть свободные часы разработать акцию « к примеру, каждый понедельник и вторник с 9 до 12 действует скидка...»

- индивидуальный подход к каждому клиенту

Модель АИДА

"Хотите роскошные ресницы без вреда?"

- В понятие " без вреда" мы вкладываем:

- Когда Ваши ресницы носят от 1 месяца без потери эстетической составляющей

- Когда нарощенные ресницы почти не вредят своим ресницам и смотрятся как свои

- Когда они сохраняют эстетику и не портятся после умывания, сна.

- Все это, наряду, с ярким и эффектным видом гарантирует работа нашего опытного специалиста на базе специальных материалов Barbara, Snake, Lovely для наращивания ресниц. Подобрал необходимый эффект мастер смоделирует взгляд и подчеркнет Ваши достоинства!

ФОТО

ОТЗЫВЫ

Модель AIDA

1. Внимание:

Услуги промоутеров!

Продвижение вашего бизнеса. Распространим вашу рекламу за 72 часа.

Пусть о Вас узнают все.

2. Интерес:

Пусть о Вас узнает весь город. Наши промоутеры уже готовы распространить вашу рекламу за 72 часа, а печатные станки заправлены краской.

Печать и распространение листовок. Экономьте время и деньги.



3. Желание: Отзывы, фотографии, скидки

4. Действие:

Звоните и наш менеджер просчитает максимально удобный вариант распространения для вас.

Боль: Устали ждать потока клиентов? В кассе недостаточно денег? Времени катастрофически не хватает на организацию РК и план-продаж не выполнен? - Пусть о Вашей компании узнают все!-услуги промоутеров, Напечатаем и Распространим вашу рекламу за 72 часа.



Агентство недвижимости
«Афина Паллада»
www.afina-pallada.ru



Задачи

- увеличение продаж услуг
- увеличение продаж на рынке новостроек
- увеличить долю компании на рынке недвижимости
- имидж (напомнить о себе, о репутации агентства, о профессионализме и надежности)

Продукт

1. Любые операции с любой недвижимостью
 - операции: продажа, покупка, аренда, ипотека, юридическое оформление и консультации
 - недвижимость: жилая (вторичка, новостройки), дома/коттеджи, земля, коммерческая, зарубежная недвижимость.
2. Товар-локомотив: продажа новостроек
3. УТП: Комиссия агентства при покупке новостройки 0%. Скидки от цен застройщиков для клиентов АН «Афина Паллада»

Целевая аудитория

Платежеспособная, 28-50 лет, м/ж

Ключевые факторы выбора компании:

- более 25 лет на рынке
- надежность
- профессионализм

«За 26 лет работы ни один клиент компании не утратил имущественные права!»

Инструменты

- SEO
- Контекстная реклама
- SMM (таргетинг)
- медийная реклама
- e-mail - маркетинг

1. внимание:

Только **НАДЕЖНЫЕ** новостройки!
Комиссия агентству 0%!

АФИНА  **ПАЛЛАДА**
АГЕНТСТВО НЕДВИЖИМОСТИ



комиссия агентству 0%

КВАРТИРЫ
в строящихся домах
в современных жилых комплексах
по цене ЗАСТРОЙЩИКОВ!

222-00-44
www.afina-pallada.ru

Надежные Новостройки! 

Строительные компании:
ООО "АКД-Мета", ООО "Глассиб", ООО "Обь-Инвест",
ЗАО "Строитель", ООО "ПроМисто", НИСК "Мета-Прибор",
ЗАО "Ситех-Жилстрой", ЗАО "ПАМП", ГК "ПТК-30",
ООО "СибЖилСтройИнвест", ИСК "Мочище",
ОАО СП "Сибкадемстрой" и другие

2. интерес:

Квартиры в строящихся домах
в современных жилых комплексах
по цене застройщиков
от 800 000 рублей!

- Квартиры во всех районах Новосибирска!
- Надежные новостройки!
- Квартиры **БОЛЬШИЕ** и маленькие,
премиум и эконом-класса!

3. желание:

Запишитесь
на индивидуальную экскурсию!

Вы получите:

1. Автомобиль для индивидуальной поездки!
2. Личный гид – квалифицированный специалист!
3. Поездка в выходной день!
4. Комиссия агентству 0%!

С нами Вам не придется ездить с группой
других покупателей в те районы и в те жилые
комплексы, которые Вам неинтересны,
и тратить свое время впустую!

4. действие:

Регистрируйтесь здесь
и узнавайте более подробную
информацию по телефону или на сайте.

Присоединяйтесь
к счастливым обладателям
нового жилья!



Проект: «Вот это Кофе»

уличный формат кофе с собой



<p>Цель:</p> <ul style="list-style-type: none">- увеличение продаж;- увеличение узнаваемости;- построение имиджа для создания сети кофеен. <p>Выйти на проходимость от 50 человек в день.</p> <p>Выйти на продажи от 50 чашек кофе в день.</p>	<p>Товар локомотив: кофе с собой</p> <p>Сопутствующие товары: печеньки, шоколад, чай, какао, вода, морсы, глинтвейн</p> <p>Планируется: термосы, кружки, футболки с фирменным логотипом.</p> <p>УТП - Сделаем для тебя вкусный кофе за 3 минуты и подарим улыбку.</p>
<p>Целевая аудитория:</p> <ul style="list-style-type: none">- молодежь от 18 до 35;- преимущественно девушки;- пешеходный трафик;- проезжий трафик;- ближайшие ТЦ и дома;- люди гуляющие в парке.	<p>Решение:</p> <ul style="list-style-type: none">- продвижение через соц.сети VK, Instagram;- разработка системы лояльности;- трафаретная надпись (логотип) на асфальте с навигацией.

Сделаем для тебя вкусный кофе за 3 минуты
и подарим улыбку!



Приходи в «Вот это Кофе»
Каждый 5-й кофе в подарок!

Ждем тебя на ул. Красный проспект, 16а (площадь Свердлова)

Проект: одностраничник probright54.ru

Зачем: увеличение количества заказов, узнаваемость бренда (производителя) Probright. Обеспечить минимальный объем заказов в месяц от 30 комплектов.

Что: продукция компании Probright (светодиодные решения для автомобилей). Товар локомотив: базовый комплект ДХО (самый дешевый и популярный), сопутствующие товары: светодиоды для подсветки госномера, модули для п/туманных фар, модули для фонарей заднего хода. УТП: можно исходить от триггера «проблемности»,

- Забываете включать фары во время движения? Надоело включать фары днем?
- Купив даже базовый комплект ДХО Probright Вы решите этот вопрос раз и навсегда!

Уникальная технология компании Probright предлагает решение для автоматического включения ДХО при запуске двигателя Вашего автомобиля. Светодиодные модули устанавливаются в секцию поворотника и реализуют работу ДХО, габаритных огней, и указателей поворота одновременно. Продукция сертифицирована и имеет гарантийный срок, в течение которого Вам будет оказана сервисная и техническая поддержка, или замена вышедшего из строя элемента системы (даже если такое и произойдет).

ЦА: автомобилисты (мужчины и женщины) 18-60 лет, работающие (с доходом от 50тыр), предприниматели, самозанятые. Владеющие автомобилем не старше 15лет. География: Урал-ДВ. Данным товаром скорее всего заинтересуются люди имеющие активную жизненную позицию, не боящиеся пробовать что-то новое, относящиеся к своему автомобилю не только как к средству передвижения.

Ключевой фактор выбора: полнота информации о товаре и его применимости, примеры установки (видео), способах оплаты, доставки (без воды, только основное, кратко и понятно, много читать мало кто любит), простота оформления заказа, быстрая обратная связь.

Методы решения: КР, РСЯ, SMM, SEO.

1. Привлечение внимания:

Хотите выделить Ваш автомобиль в потоке? Забываете включать фары во время движения? Надоело менять лампочки?

Все эти вопросы решит покупка системы ДХО Probright.

2. Интерес:

Уникальная технология компании Probright предлагает решение для автоматического включения ДХО при запуске двигателя Вашего автомобиля. Светодиодные модули устанавливаются в секцию поворотника, и реализуют работу ДХО, габаритных огней, и указателей поворота одновременно. Продукция сертифицирована и имеет гарантийный срок, в течение которого Вам будет оказана сервисная и техническая поддержка, или замена вышедшего из строя элемента системы (даже если такое и произойдет).

3. Желание: примеры установки продукции Probright на автомобили (видео).

4. Действие: закажите комплект ДХО Probright прямо сейчас и мы оплатим доставку до Вашего города, кнопка заказать. Возникли вопросы? Позвоните нам, и мы постараемся дать Вам исчерпывающие ответы, либо просто закажите звонок с сайта (кнопка заказа звонка)

Проект «Программа обучения «Профессиональный налоговый консультант»

Зачем Продажи новым клиентам, а также клиентам учебного центра как дополнительной услуги для приобретения ими новой компетенции в своей профессиональной деятельности **Кому** Специалисты с высшим/средним специальным образованием, чья трудовая деятельность связана с налогообложением. Либо для специалистов, желающих сменить вид деятельности. Мужчины и женщины. Возраст от 25 до 48 лет.

Что

Программа профессиональной

переподготовки, дающая право заниматься

новым видом деятельности. Получение

новых уникальных знаний и практик в

области налогового консультирования.

Повышает статус в трудовой деятельности. **Как** Для новых клиентов: Яндекс директ, РСЯ. Соцсети: Facebook? Для постоянных клиентов: e-mail маркетинг

*ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ НАЛОГОВЫЙ КОНСУЛЬТАНТ за 3 месяца.
Научитесь управлять налогами! Первый урок бесплатно!*



Программа обучения «Профессиональный налоговый консультант» создана и будет полезна для бухгалтеров, финансистов, юристов, аудиторов – профессионалов в своем деле, но которые хотели бы получить дополнительные знания в сфере налогов и налогового консультирования, и возможно изменить направление своей деятельности. За время обучения вы научитесь:

§ разъяснять практику применения законодательства о налогах и сборах;

§ помогать оптимизировать налогообложение юридическим и физическим лиц;

§ предотвращать ошибки, связанные с неправильным исчислением и несвоевременной уплатой налогов;

§ оказывать содействие в ведении налогового учета;

§ представлять налогоплательщика в судебных и иных органах;

§ оказывать услуги по проведению правовой экспертизы документов налогоплательщика

Вы точно добьётесь высоких результатов в своей карьере налогового консультанта, а мы вам в этом поможем, потому что:

§ у нас лучшие практикующие налоговые консультанты города с опытом преподавания, которые помогают нашим слушателям достигать реальных результатов с помощью современных методик и своих секретных технологий в области налогового консультирования

§ у нас официальное образование с выдачей лицензированных дипломов о профессиональной переподготовке и аттестата налогового консультанта

Мы являемся частью крупномасштабного Российского сообщества ИПБ России, с помощью которого вы будете расти и развиваться вместе с нами, участвуя в уникальных мастер-классах повышения квалификации налоговых консультантов

§ наши занятия умело выстроены в грамотной пропорции выдачи теоретического материала для улучшения практических результатов и занятий, направленных на решение практических кейсов по налоговому консультированию

Детали о программе обучения вы можете посмотреть [здесь](#) (переход на страницу).
Остались вопросы? Звоните по телефону ----- и наши специалисты проконсультируют вас

Записаться на бесплатный урок ([переход на регистрацию](#)) или по телефону

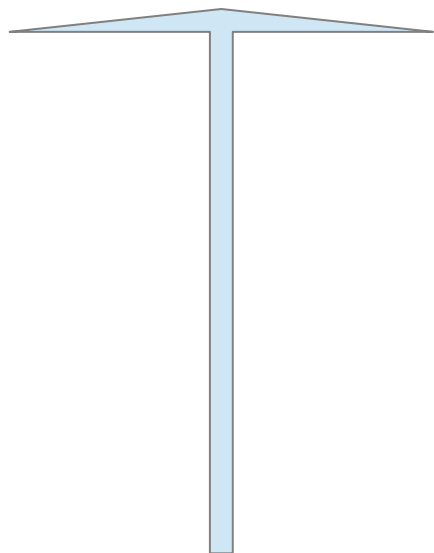
Взлеты и падения



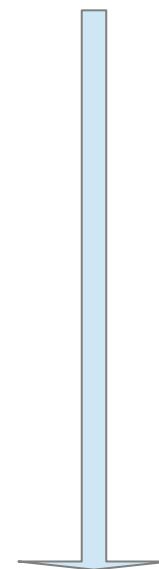
За наш опыт 6 лет и более 3000 проектов мы видели много взлетов и падений бизнесов



Оптовик и его конкурент



1,5 млн. в месяц
расходы на сайт. 10
млн. в день выручка



6 тыс. руб. жалко на
сайт



Черта



С чего начать чтобы быть впереди



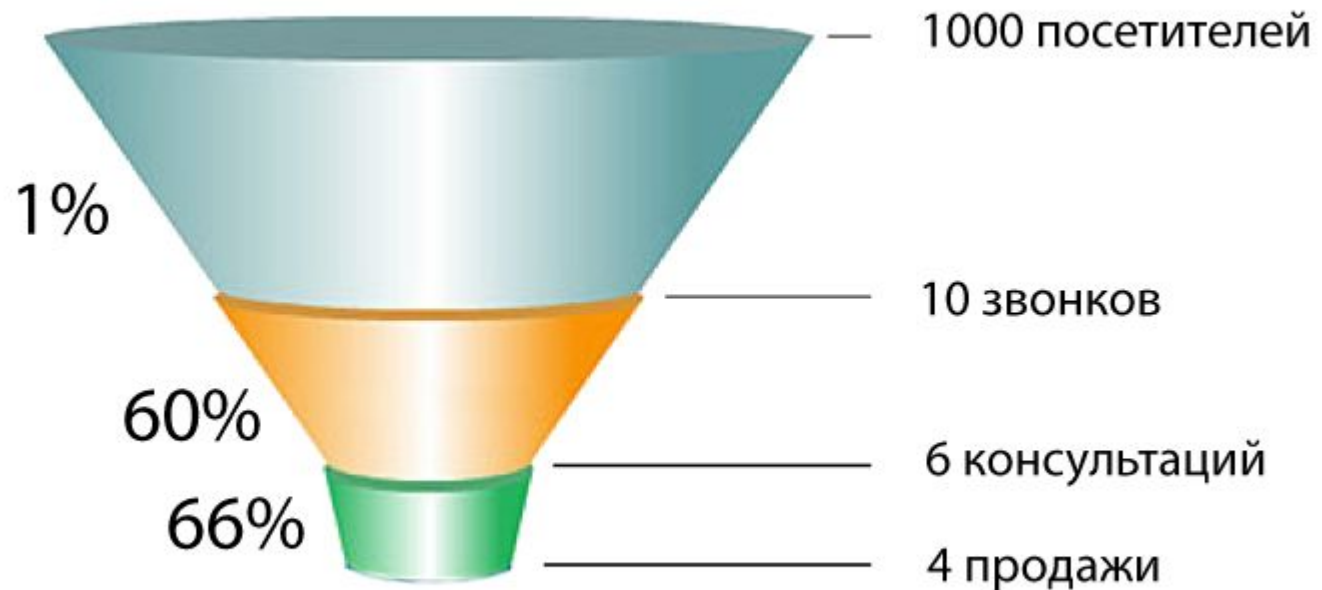
1. Создание сайта

2. Продвижение сайта

ВАЖНО: конверсия сайта



Ведь всё просто



Дальше еще расскажем как мерить эффективность каждой рекламы, Вы будете знать сколько прибыли приносит каждый рекламный инструмент





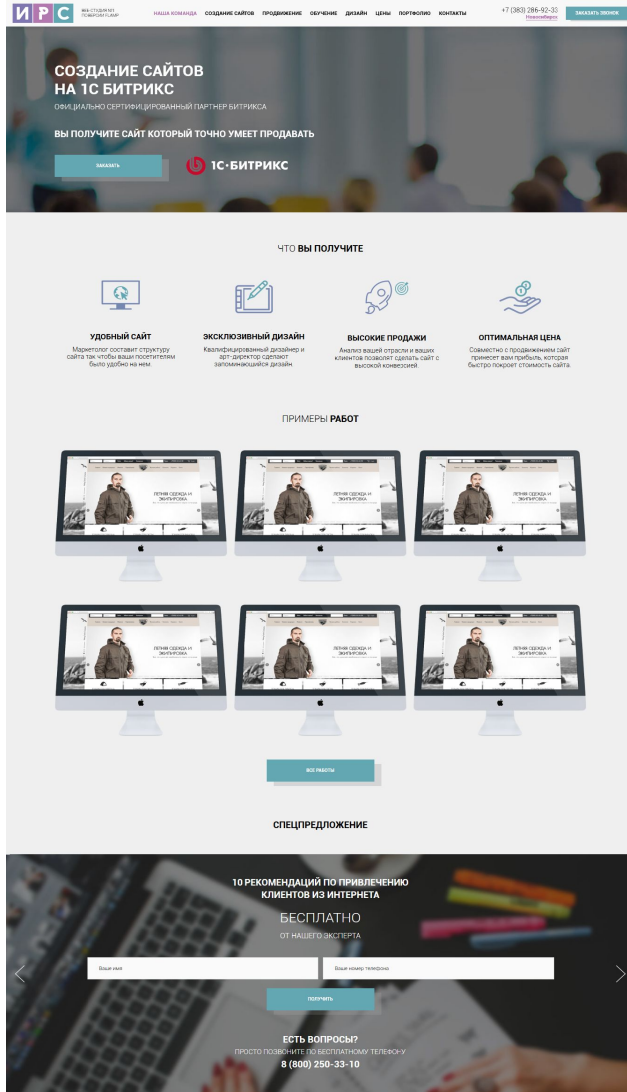
1С-БИТРИКС

ПОНЯТНЫЙ И УДОБНЫЙ САЙТ

Делаем сайт лучше чем у конкурентов

Глушков Семен
Интернет - маркетолог

Правила подачи информации на сайте



Есть основные правила, выполнение которых сделают ваш удобным и интуитивно понятным для ваших клиентов.

ДЛЯ ЧЕГО ЭТО НУЖНО?



Пример из жизни

Наш клиент: Клиника с передовыми методами
лечения

ДО:

Посещаемость 20 человек в день

Конверсия 1%

1 заказ в неделю

Средний чек на услуги 80 000 руб.

Выручка в месяц 320 тыс. руб.

ПОСЛЕ:

Посещаемость 100 человек в день

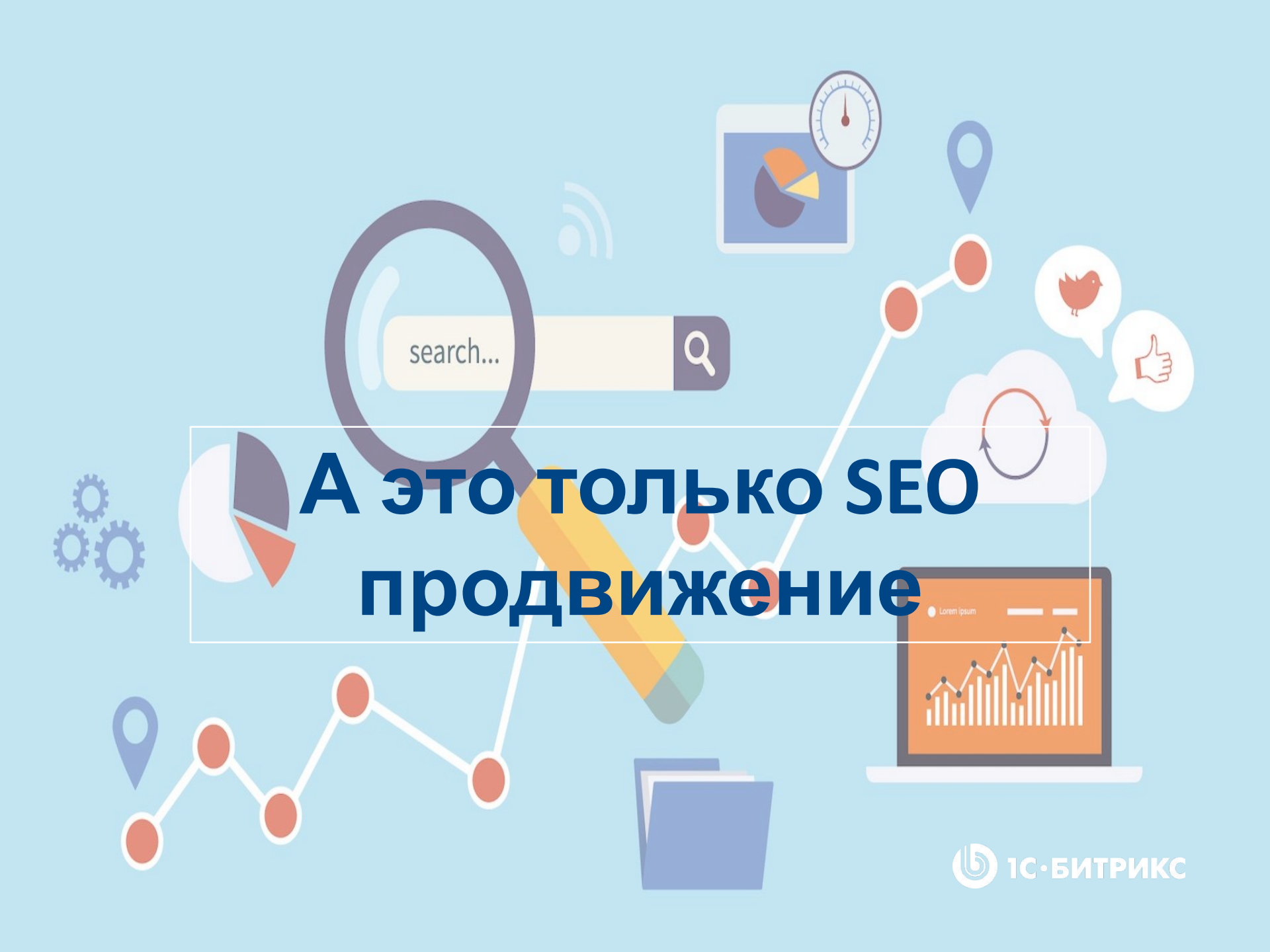
Конверсия 2%

10 заказов в неделю

Средний чек на услуги 80 000 руб.

Выручка в месяц 3 млн. 200 тыс. р.





А это только SEO продвижение

А есть еще:

КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА



Директ на поиске
Adwords на поиске
Директ РСЯ

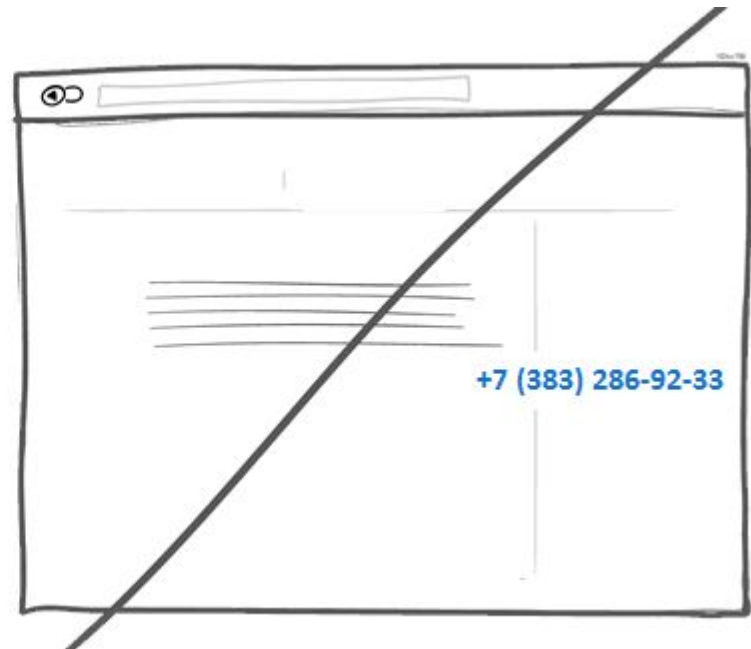
Adwords КМС
Социальные сети СТРИКС
И другое...

Правила удобства сайта



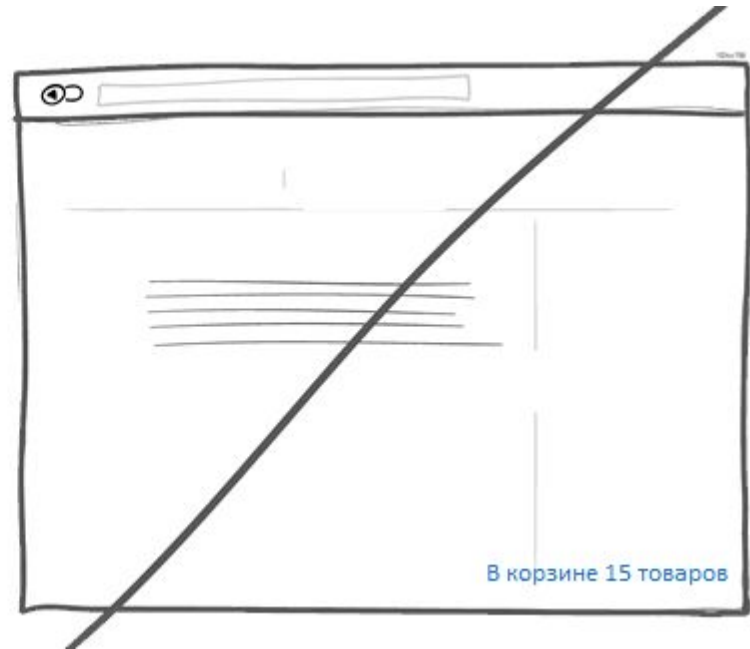
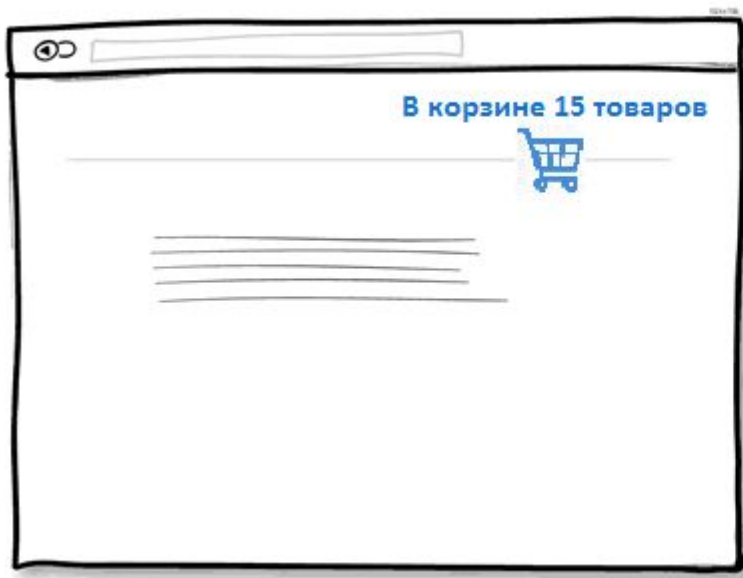
Правило № 1

Номер телефона в правом верхнем углу
сайта



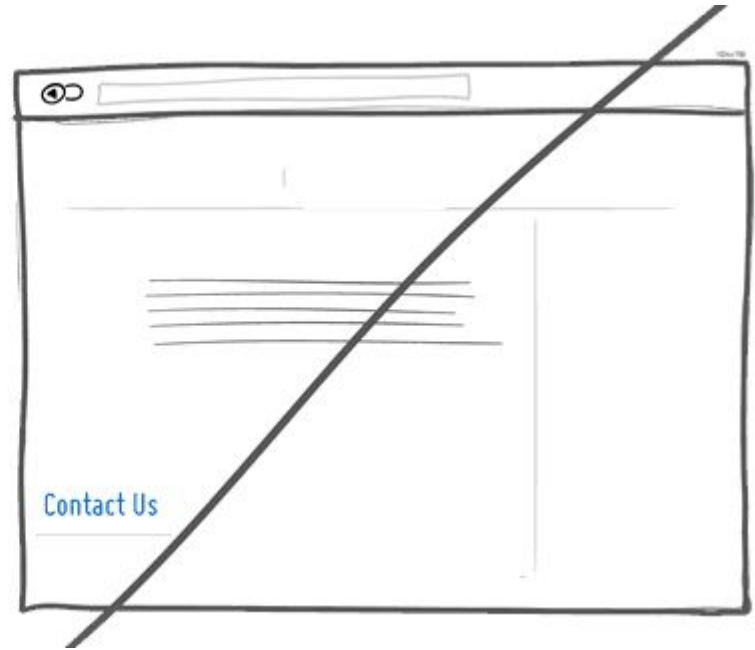
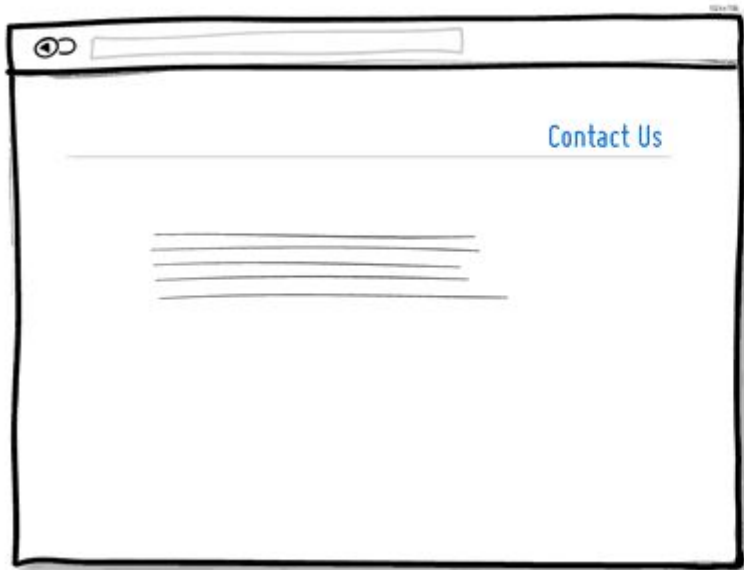
Правило № 2

Корзина в правом верхнем углу сайта



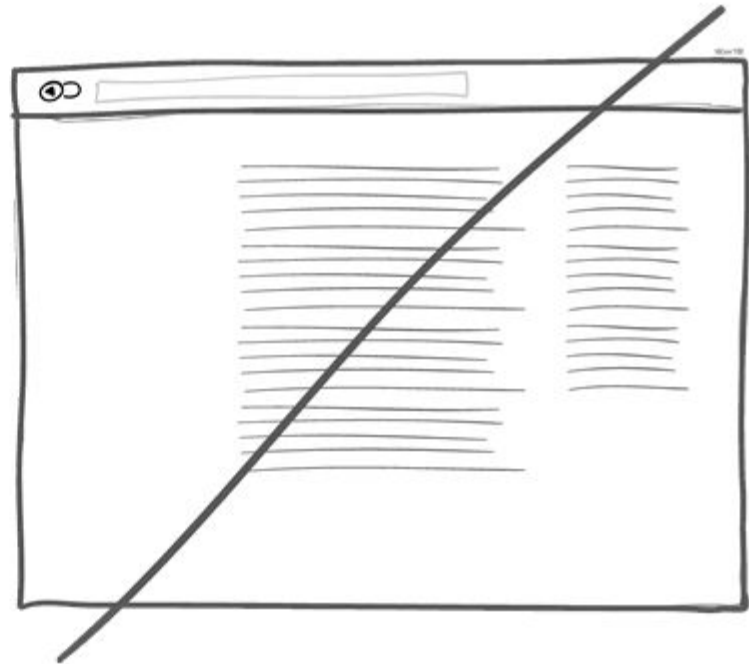
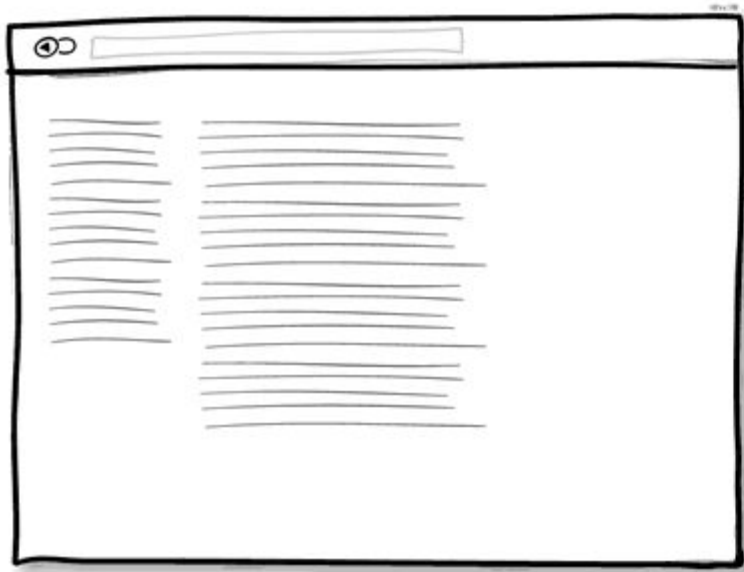
Правило № 3

Контакты крайние правые в горизонтальном меню



Правило № 4

Список услуг или товаров в меню слева



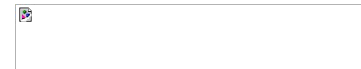
Правило № 5

**Группировка рубрик каталога товаров на 7-10
разделов**



Правило № 6 - Отзывы

Предоставьте доказательства от других людей, а не только рассказ о себе



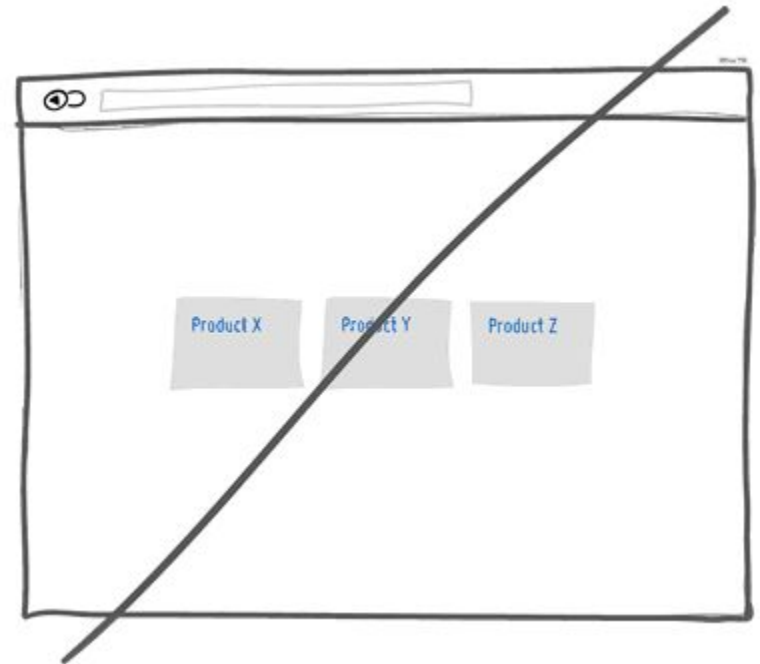
Правило № 7 — Кнопка заказа

Повторяйте призыв к основному действию



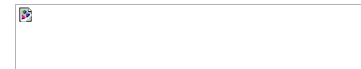
Правило № 8 - рекомендация

Рекомендации вместо нескольких равнозначных вариантов



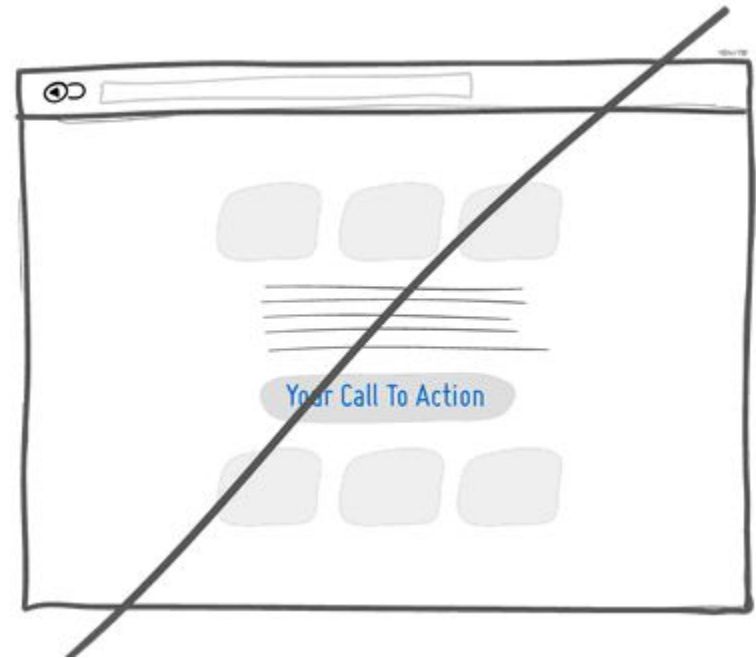
Правило № 9 — целевая аудитория

Выделяйте аудиторию сервиса, а не предлагать её всем подряд



Правило № 10 - контраст

Контраст вместо однообразия



Правило № 11

Поменьше полей для ввода



Sign Up For Our Product

Name

Email

Sign Up

A hand-drawn sketch of a web browser window. The browser's address bar is empty. The main content area contains a sign-up form titled "Sign Up For Our Product". The form consists of three input fields: "Name", "Email", and a blue "Sign Up" button.



Sign Up For Our Product

First Name

Last Name

Email

Retype Email

Favorite Color

Country of Residence

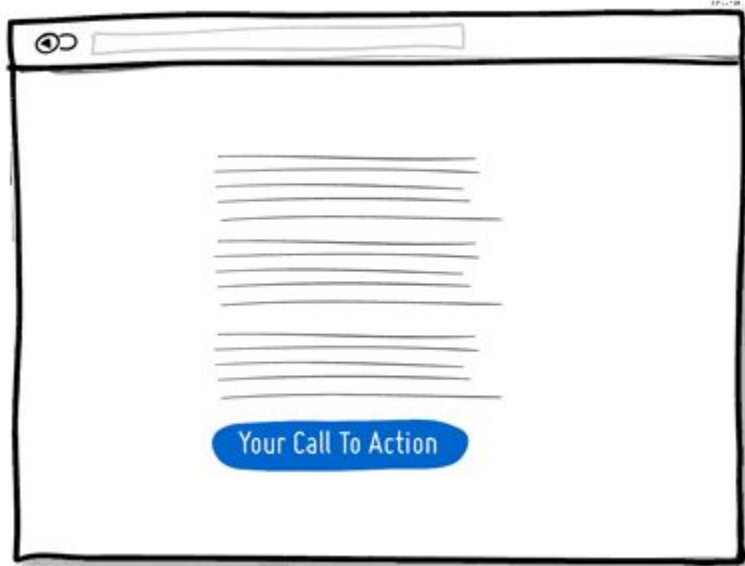
Field Added With Design By Committee

A hand-drawn sketch of a web browser window, identical in layout to the first one but with a diagonal line drawn across it from the top right to the bottom left. The form is titled "Sign Up For Our Product" and contains seven input fields: "First Name", "Last Name", "Email", "Retype Email", "Favorite Color" (with a dropdown arrow), "Country of Residence" (with a dropdown arrow), and "Field Added With Design By Committee".



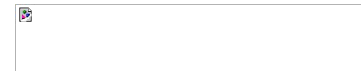
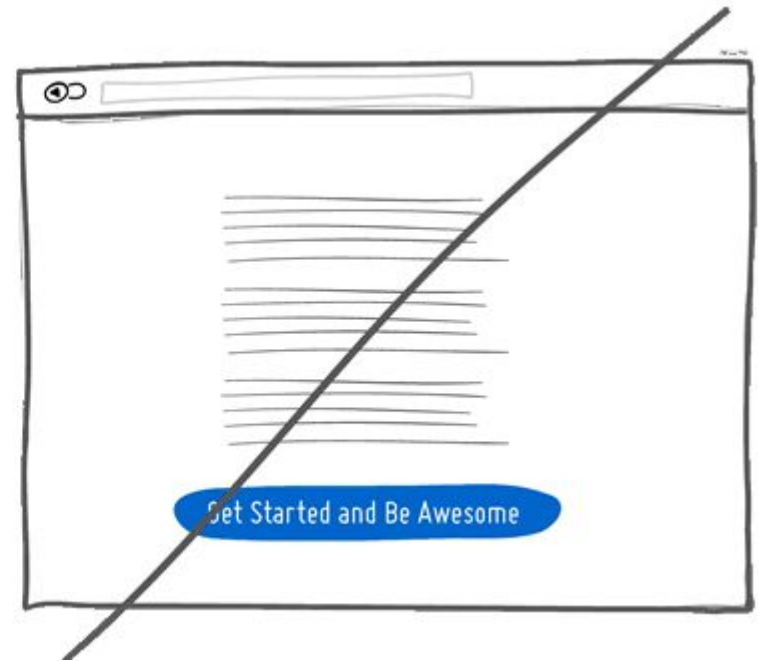
Правило № 12

Удерживайте внимание и не забрасывайте ссылками



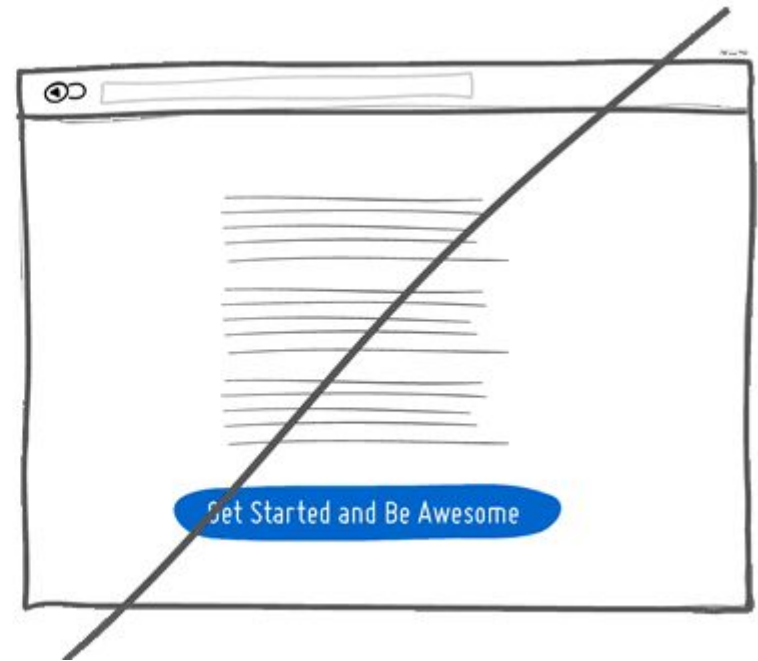
Правило № 13

Сразу показывайте поля ввода, а не прячьте их на отдельной странице



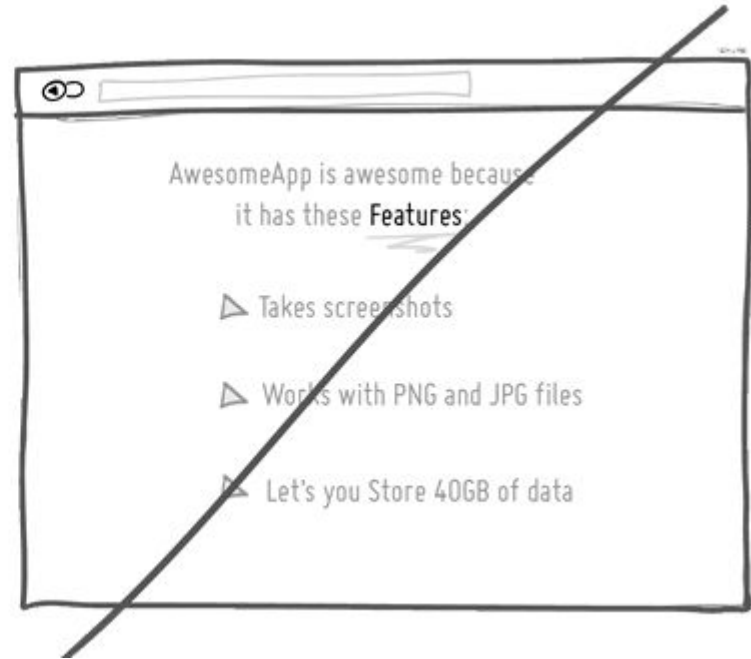
Правило № 13

Сразу показывайте поля ввода, а не прячьте их на отдельной странице



Правило № 14

Продавайте выгоду, а не функционал

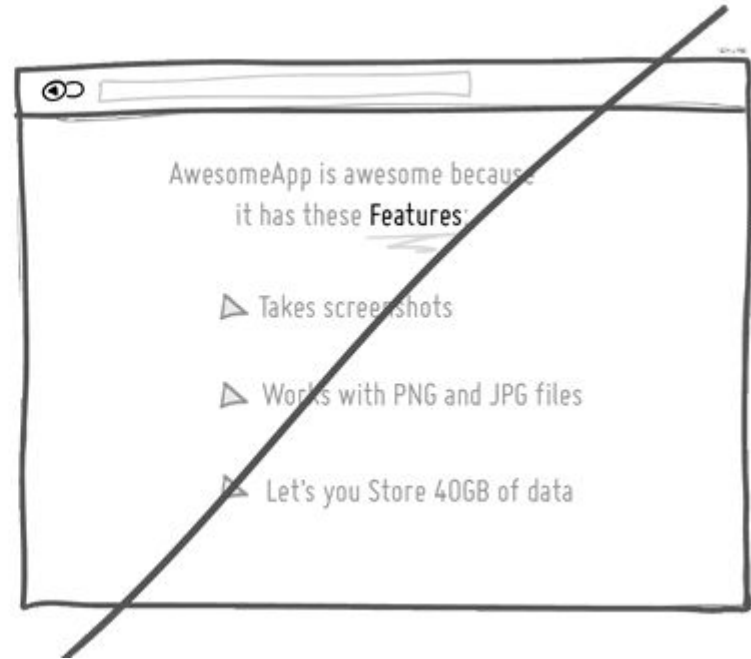


Основа маркетинга – людям нужны не возможности продукта, а выгода, которую он им приносит. Крис Гильбо в книге «Стодолларовый стартап» пишет, что людям хочется иметь больше любви, признания и свободного времени, и меньше стрессов, конфликтов, ссор и неопределённости. Показывая функционал, поясняйте и выгоду от него.



Правило № 14

Продавайте выгоду, а не функционал

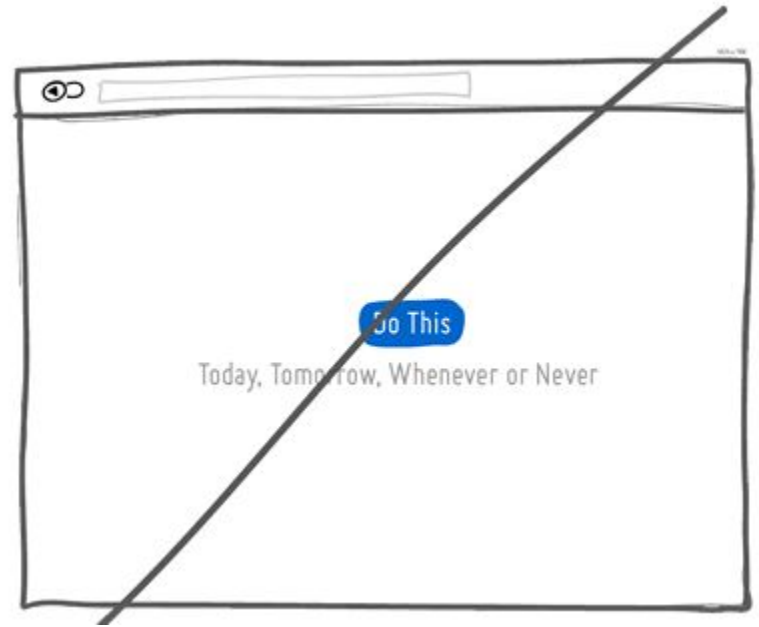


Основа маркетинга – людям нужны не возможности продукта, а выгода, которую он им приносит. Крис Гильбо в книге «Стодолларовый стартап» пишет, что людям хочется иметь больше любви, признания и свободного времени, и меньше стрессов, конфликтов, ссор и неопределённости. Показывая функционал, поясняйте и выгоду от него.



Правило № 15

Подгоняйте пользователя

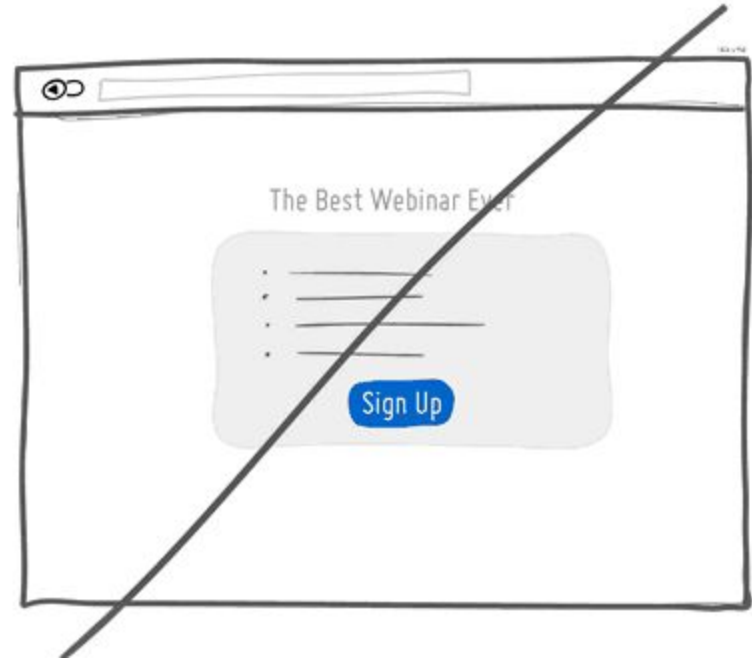
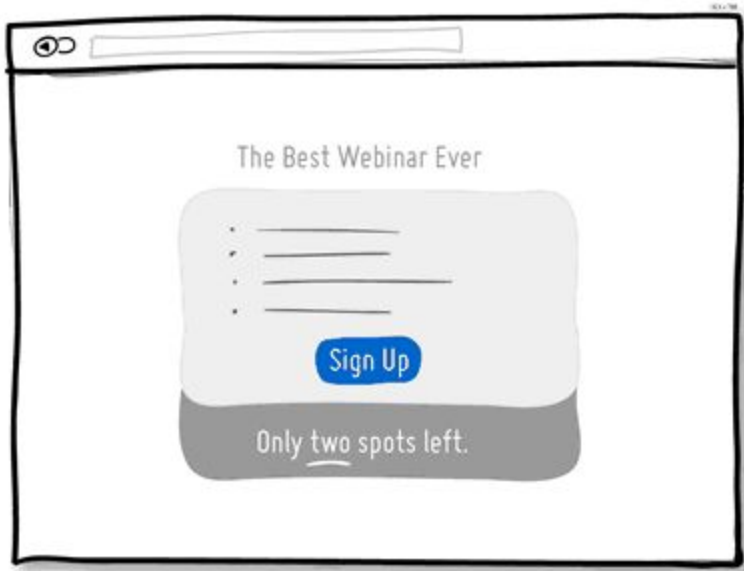


Демонстрация срочности – тактика убеждения, которая заставляет людей действовать раньше, а не позже (или вообще никогда). Часто она подразумевает некий дефицит – когда что-то, доступное сегодня, не будет доступно завтра. К тому же, она работает на устранение потерь – мы не любим терять возможности. Можно

возразить, что такая тактика является настойчивой и не очень допустимой – но всё же её можно использовать, если вы делаете это честно. Не создавайте ложное чувство спешки – если вас раскусят, это приведёт к обратным результатам.



Правило № 16

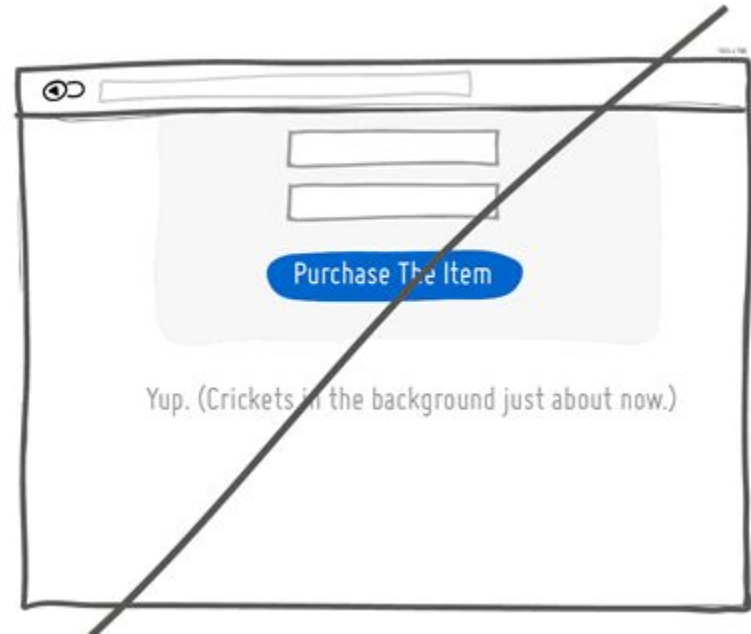


Когда чего-либо мало, мы ценим это больше. Дефицит намекает, что раньше этого было больше, сегодня этого меньше, а завтра станет ещё меньше. В дизайне интерфейсов можно воспользоваться дефицитом и показать ограниченность чего-либо. Количество билетов на вебинар, количество клиентов, которых можно обслужить за месяц, количество продуктов, которые можно произвести за определённый промежуток времени. Спрос и предложение. Меньше – значит больше.



Правило № 16

Заверяйте пользователей



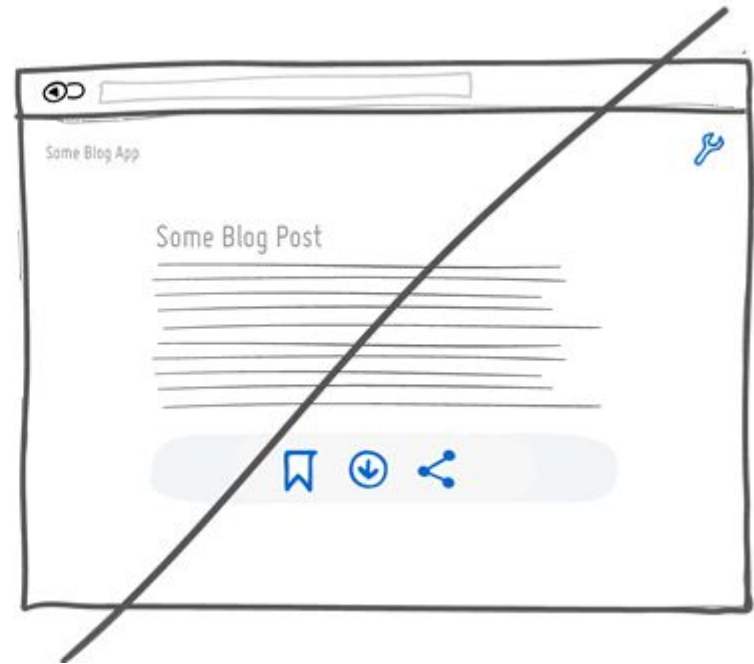
По завершению продажи успокойте пользователя, дайте ему гарантию, пообещайте удовлетворить его потребности, расскажите о безопасности платежа, подтвердите бесплатность доставки, и то, что они могут отказаться от заказа в любое время. «Всё хорошо и всё будет хорошо. Не волнуйтесь и расслабьтесь.»

Позитив – прекрасная тактика.

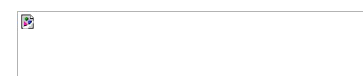


Правило № 17

Подписи к иконкам

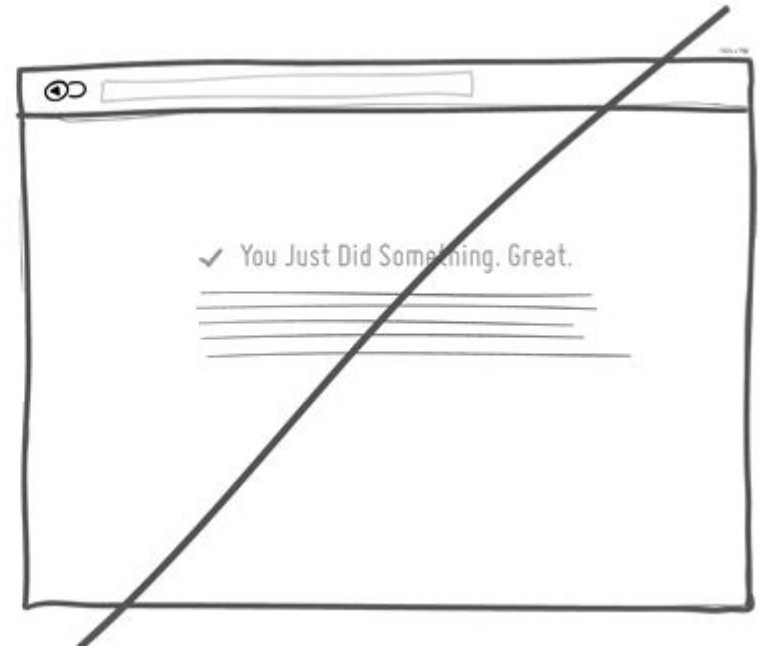


Иконки могут быть двусмысленными, и, дополнив их надписями, можно устранить неоднозначность. Например, иконка со стрелкой вниз – означает ли она возможность сдвинуть что-то вниз, уменьшить приоритет или скачать? Иконка с «х» — это удаление, отмена или закрытие? Если уж места совсем не хватает, хорошей идеей будет показывать все надписи к иконкам при наведении курсора на одну из них (а не для каждой по отдельности).



Правило № 18

Благодарите вместо простой констатации окончания сделки

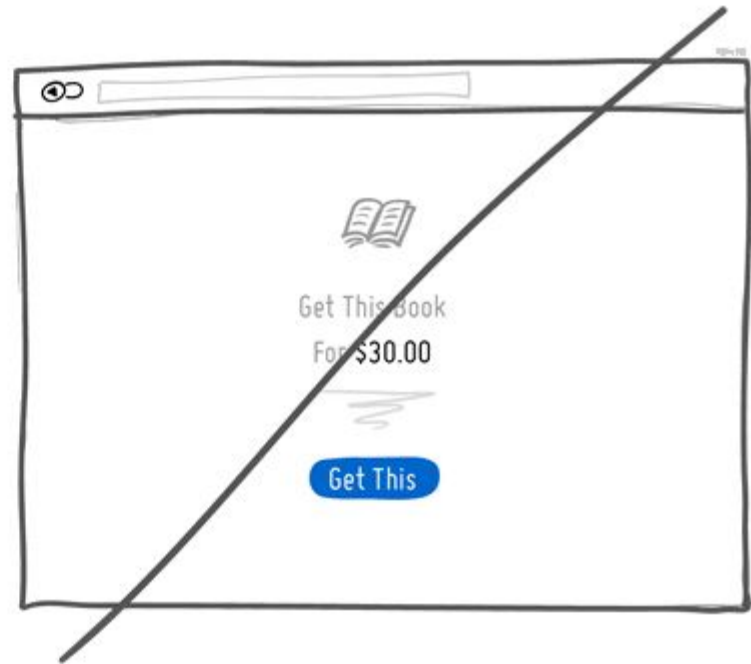


Благодарность за использование вашего сервиса показывает, что вы заботитесь о клиентах и благодарны им. Благодарность можно использовать также и в целях продолжения диалога с пользователем. Поэтому надписи «спасибо» всегда можно превратить в предложение сделать ещё один шаг и воспользоваться ещё одной возможностью. Спасибо, что прочли этот параграф



Правило № 19

Ценовые иллюзии вместо обычных цен

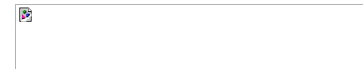


Можі

пъзуя

иррациональность мышления, покажите ваши цены так, чтобы они выглядели привлекательнее.

Используйте слова «всего», «доступный», «недорогой». Цену можно разбить на части – например, 30 копеек за страницу вместо 300 рублей за книгу, или сто рублей в день вместо 3000 в месяц. Также используйте известный трюк с ценами, заканчивающимися на «9». Показывайте меньше цифр – 300 вместо 300,00.

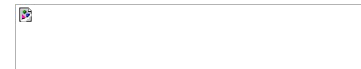


Правило № 20

КРУТЫЕ ОФФЕРЫ



Делать такие предложения от которых только дурак может отказаться. А также правильно формировать Заголовки 4U.



Правило № 21

Хлебные крошки

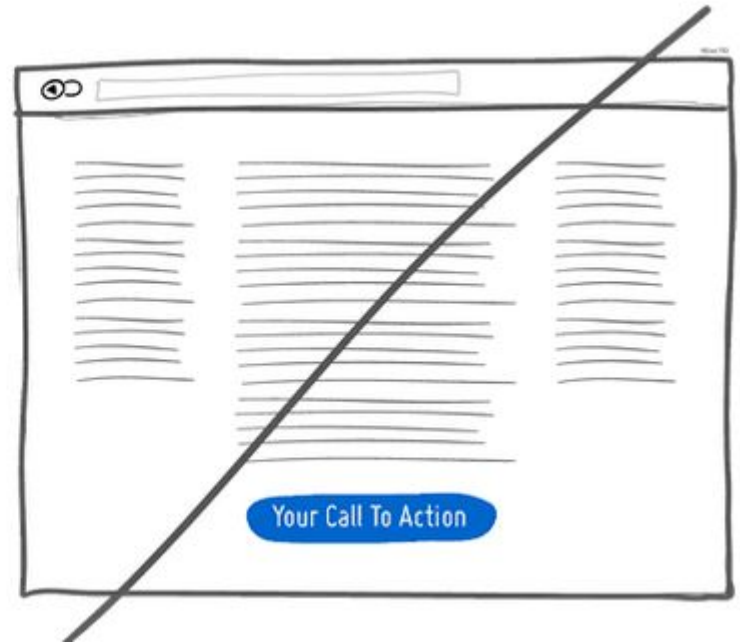
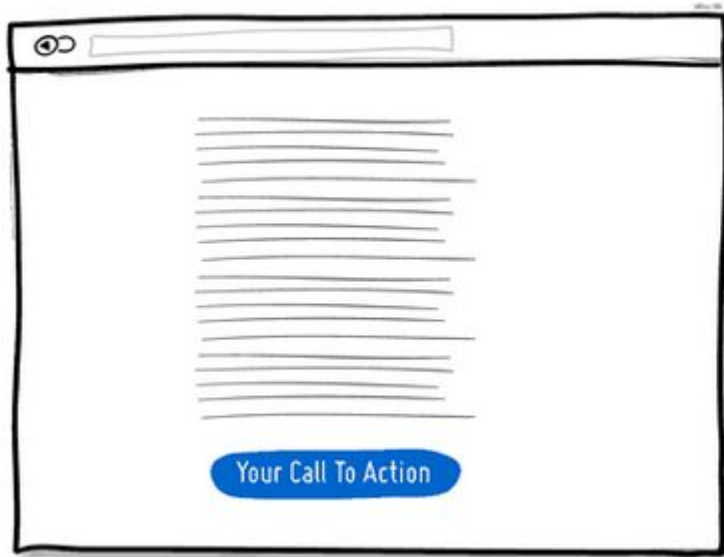
http://agatsib.ru/penyuar_art_ps_20/

http://laraltai.ru/catalog/travyanye_sbory/aromatnyy/



Правило № 22

Один столбец вместо нескольких



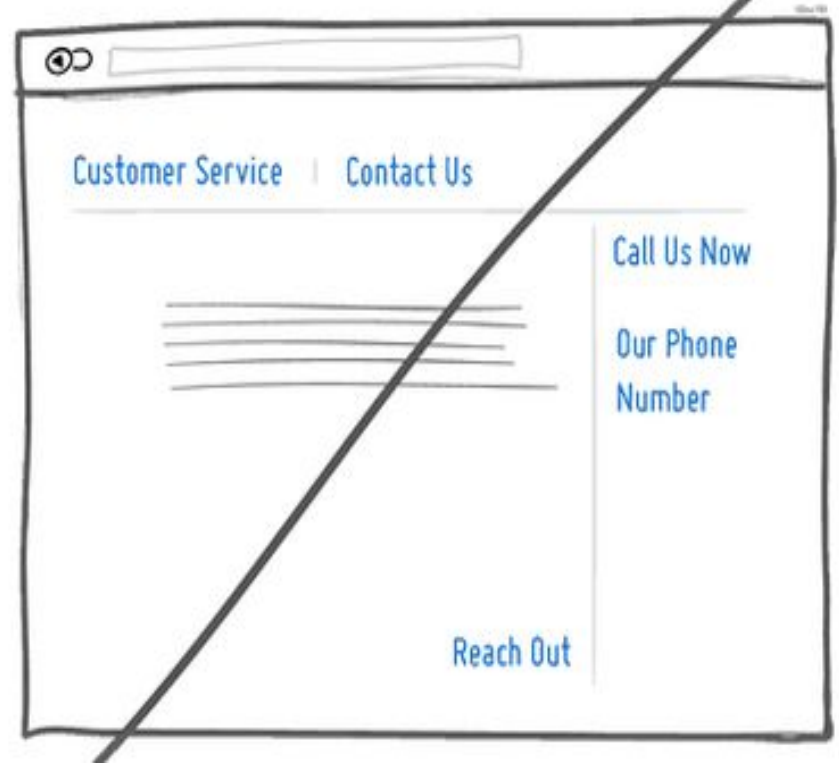
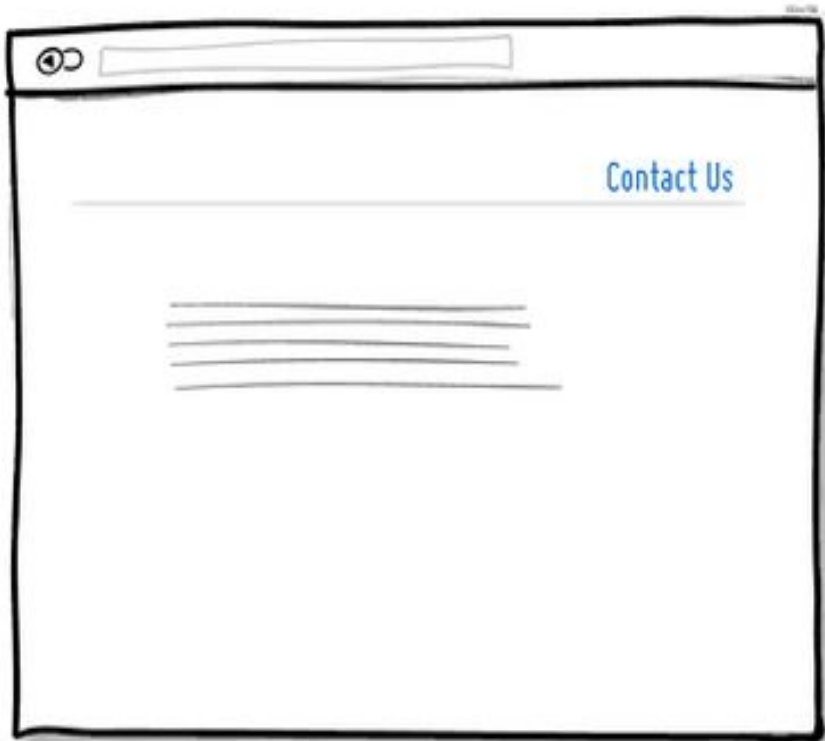
Правило № 23

Подарите что-либо вместо того, чтобы сразу пытаться продать



Правило № 23

Объединяйте схожую функциональность, а не фрагментировать UI



Правило № 23

Хорошо различимые контрастные стили вместо размытых



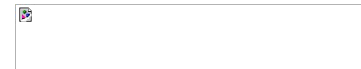
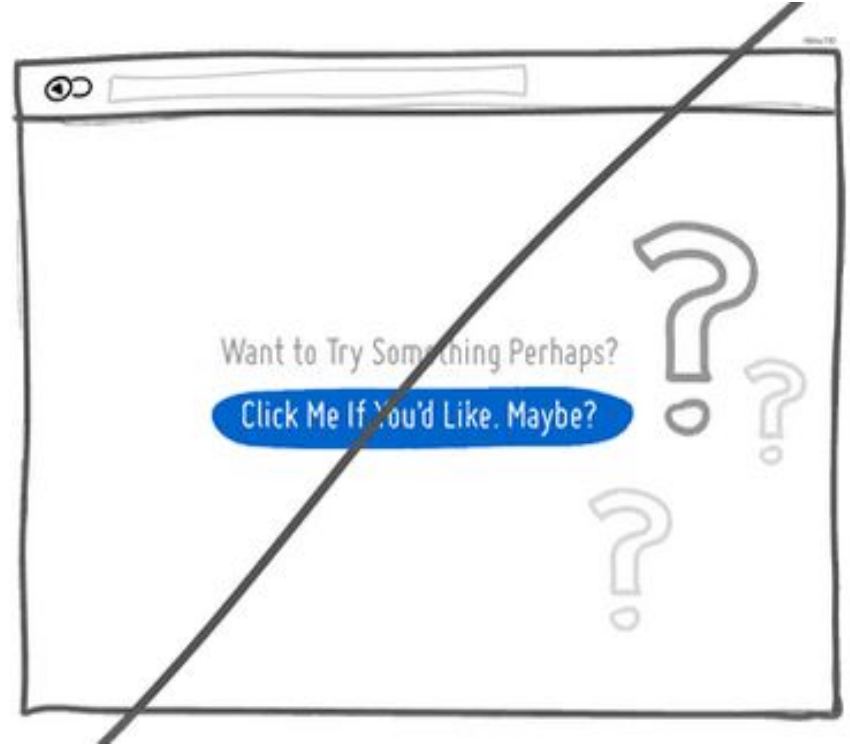
Правило № 24

Отмена действий вместо подтверждения



Правило № 25

Будьте решительными



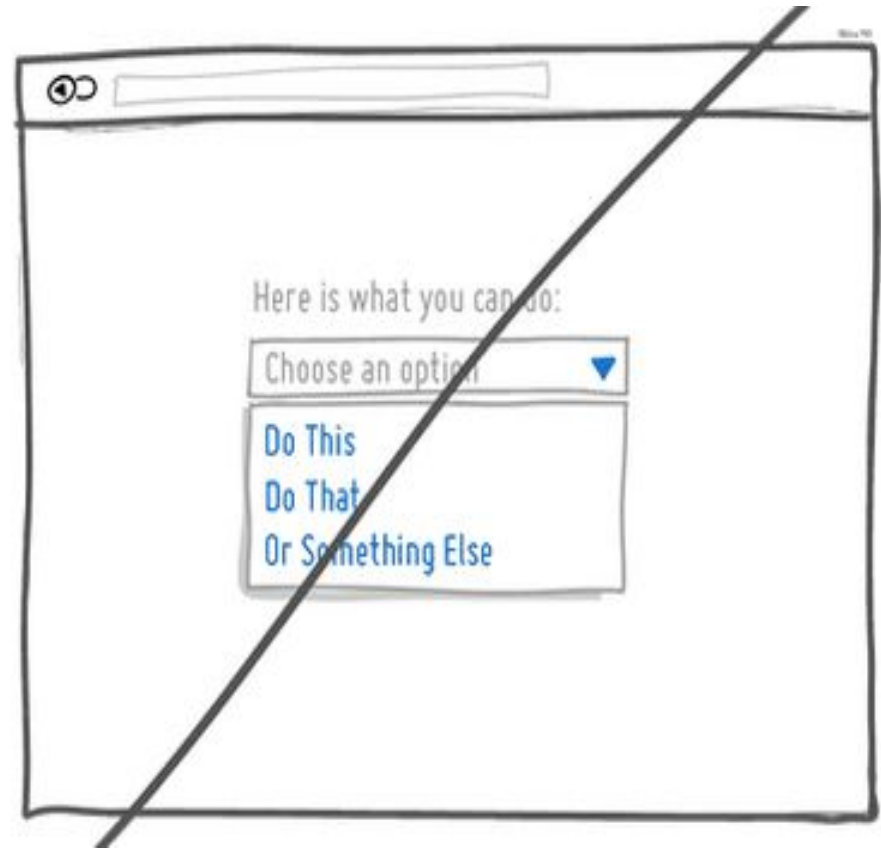
Правило № 26

Вместо общего описания – конкретика о происхождении вашего



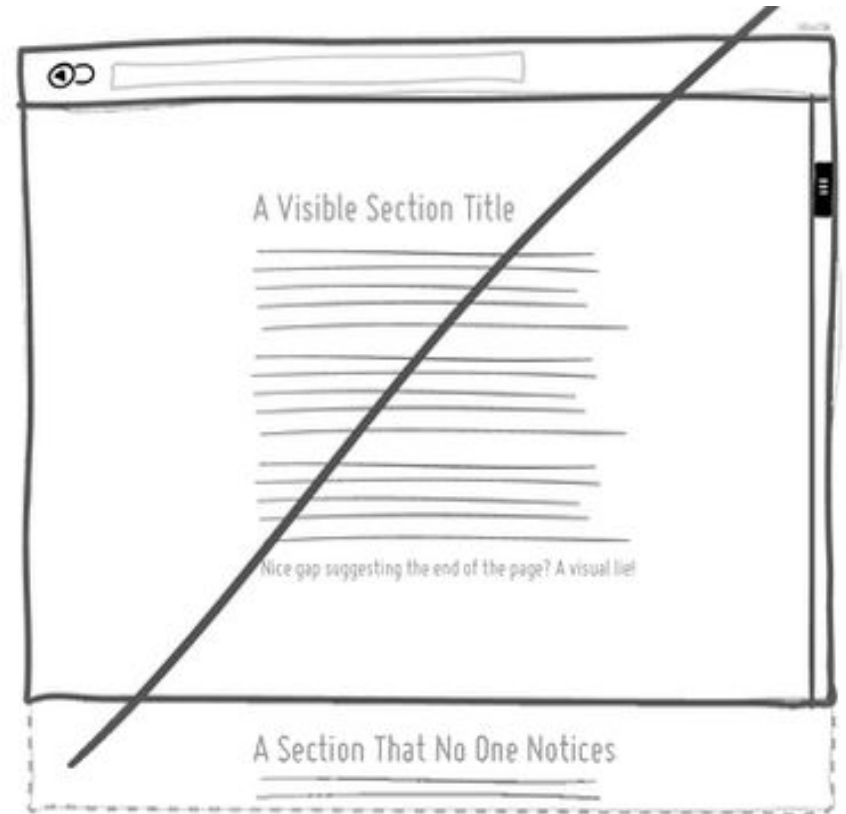
Правило № 27

Показывайте возможности, а не прячьте их



Правило № 28

Отображайте в явном виде, что материал страницы продолжается,
вместо использования ложных окончаний страницы



Правило № 29

Удерживайте внимание и не забрасывайте ссылками



Правило № 30

Кнопки с объяснениями преимуществ вместо обычных



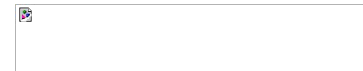
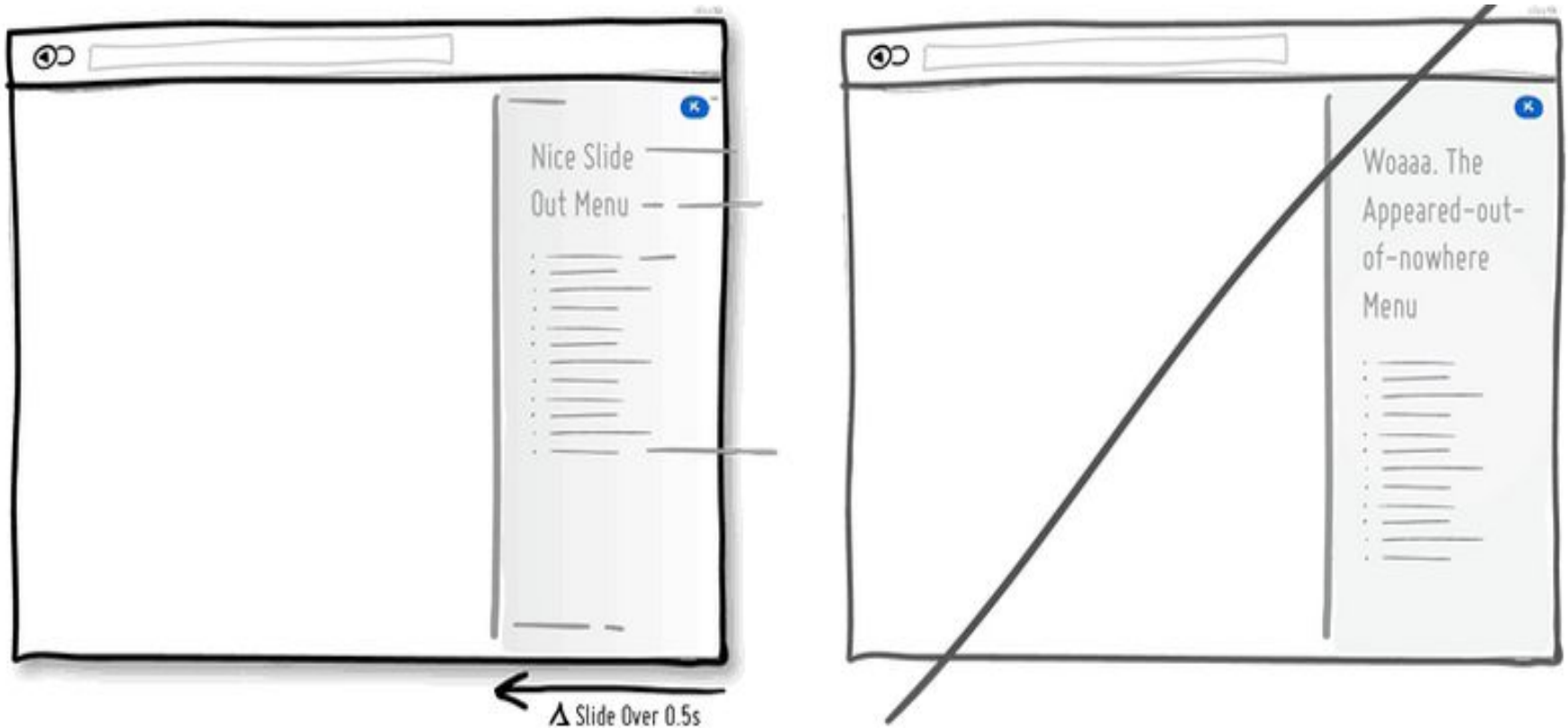
Правило № 31

Прямая манипуляция вместо меню без контекста



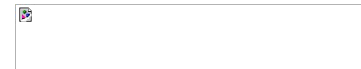
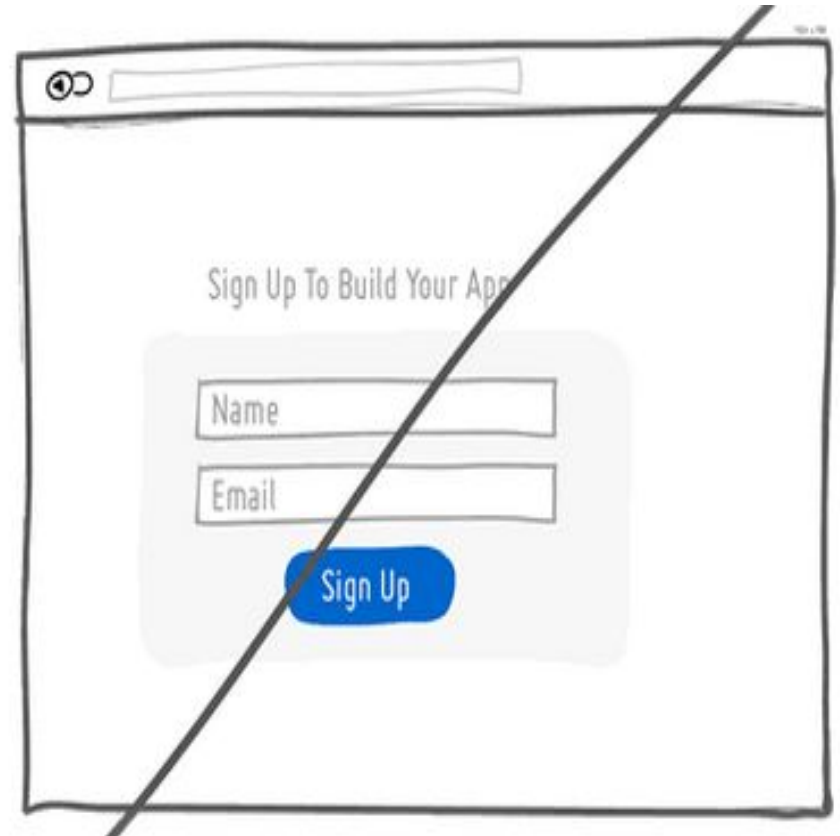
Правило № 32

Плавная анимация вместо внезапных выпрыгиваний



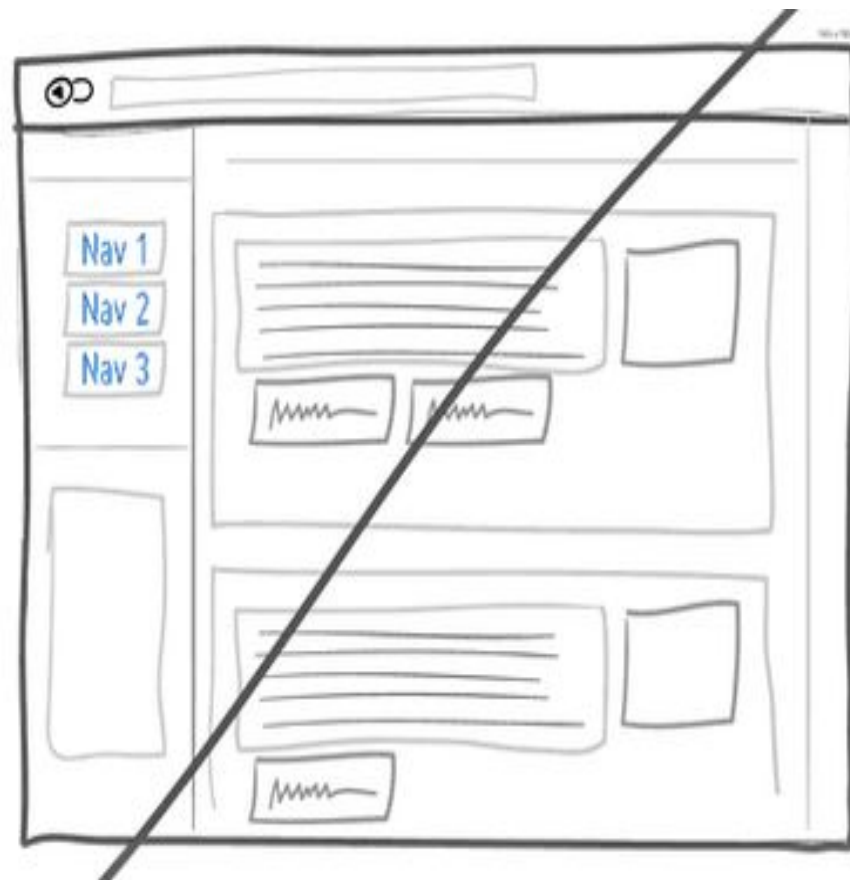
Правило № 33

Постепенное вовлечение пользователя



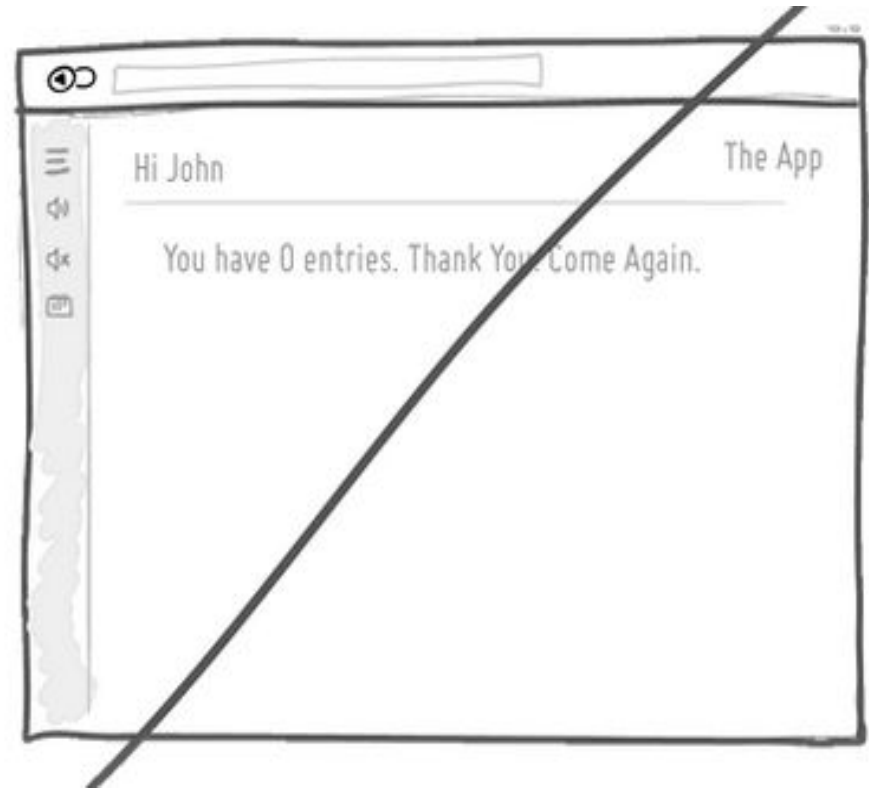
Правило № 34

Меньше рамок и границ



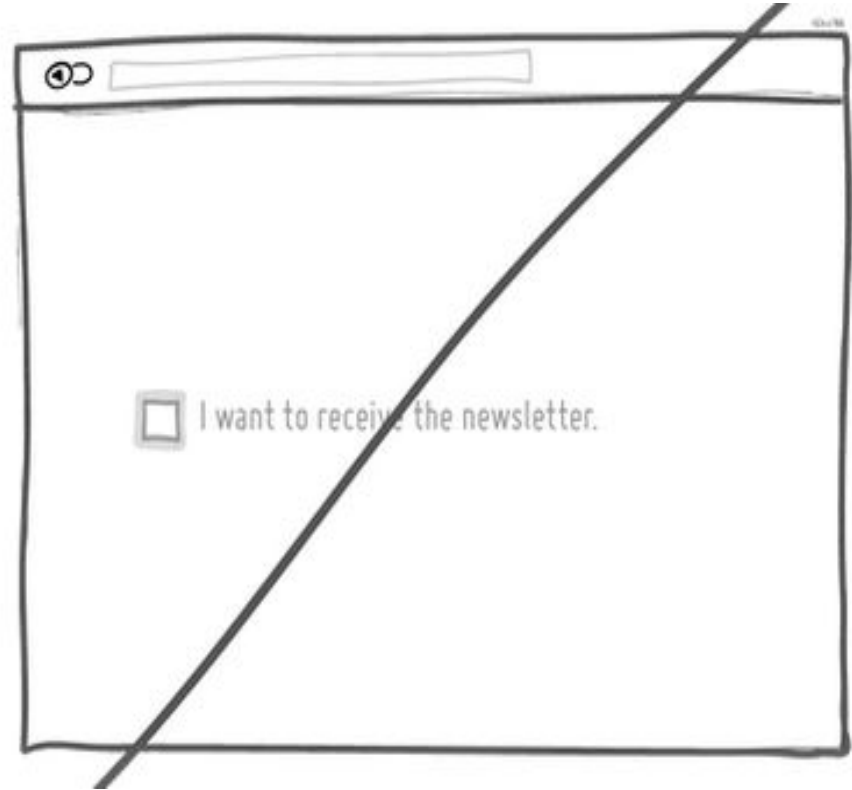
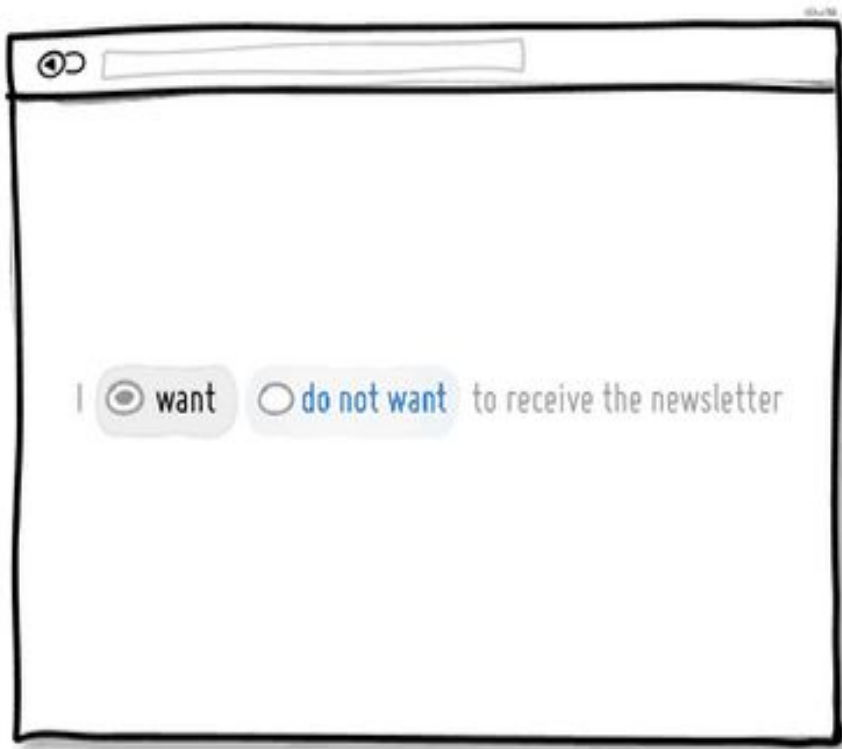
Правило № 35

Разработайте дизайн для случая, когда данных нет, а не только для тех случаев, когда данных очень много



Правило № 36

Подтверждение по умолчанию



Правило № 37

Умные элементы управления вместо лишней работы

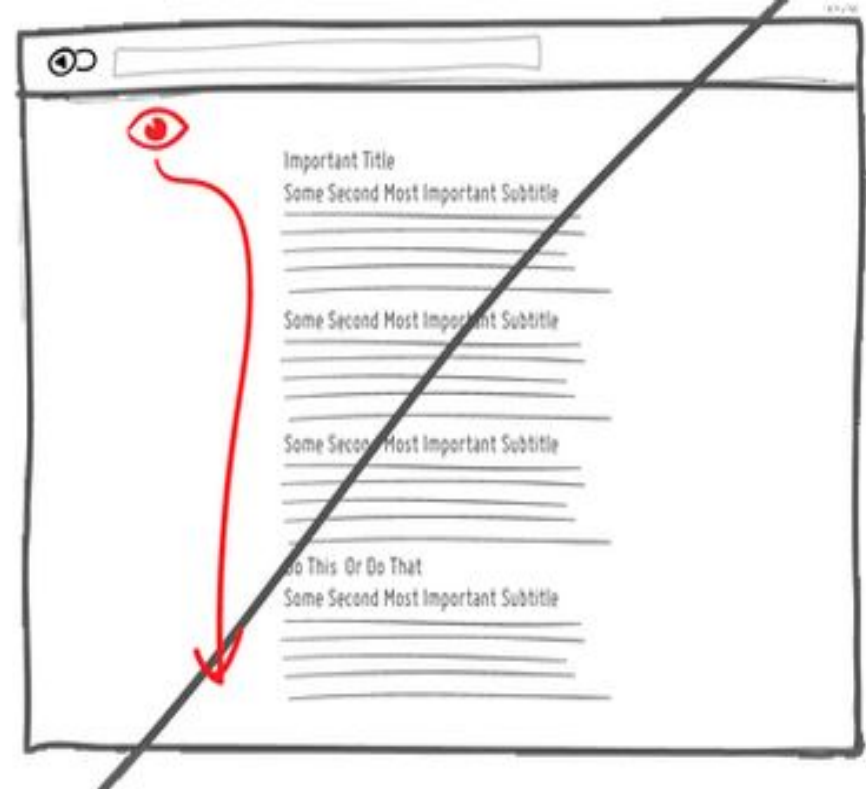
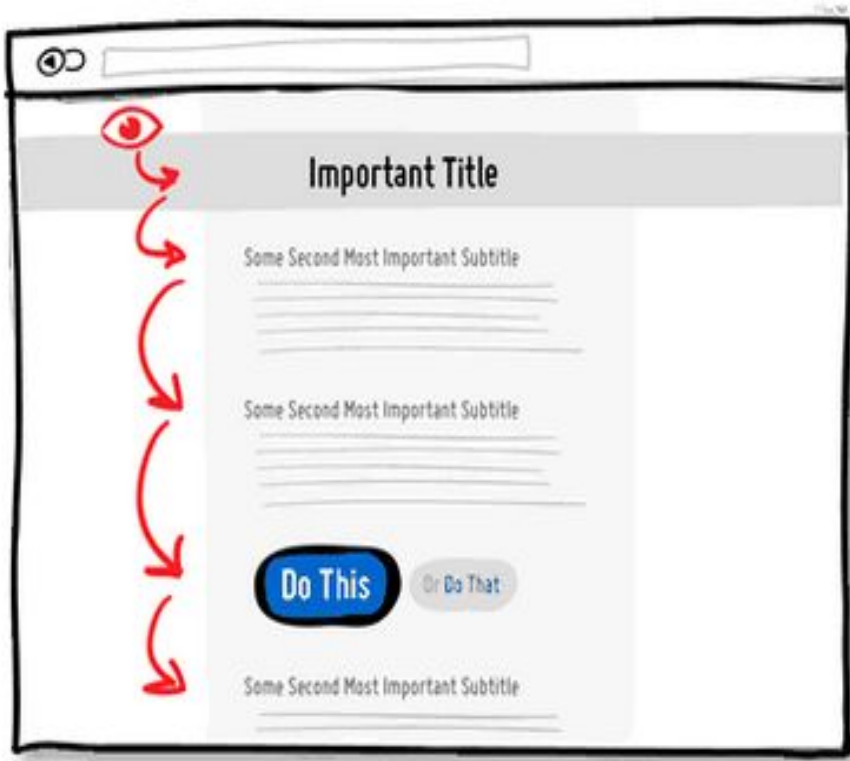
A hand-drawn sketch of a web browser window. The address bar is empty. The main content area contains a light gray rounded rectangle with the text: "We guessed a few things to save you time. Please double check them:". Below this text are three form fields, each with a checkmark to its right. The first field is labeled "Street Address" and contains the text "123 Some Avenue". The second field is labeled "State" and contains the text "Ohio" with a downward arrow. The third field is labeled "Country" and contains the text "USA" with a downward arrow.

A hand-drawn sketch of a web browser window, identical in layout to the first one but crossed out with a thick diagonal line from the top right to the bottom left. The main content area contains a light gray rounded rectangle with the text: "Please fill out the fields below:". Below this text are three empty form fields. The first is labeled "Street Address", the second is labeled "State" and contains the text "Choose" with a downward arrow, and the third is labeled "Country" and contains the text "Choose" with a downward arrow.



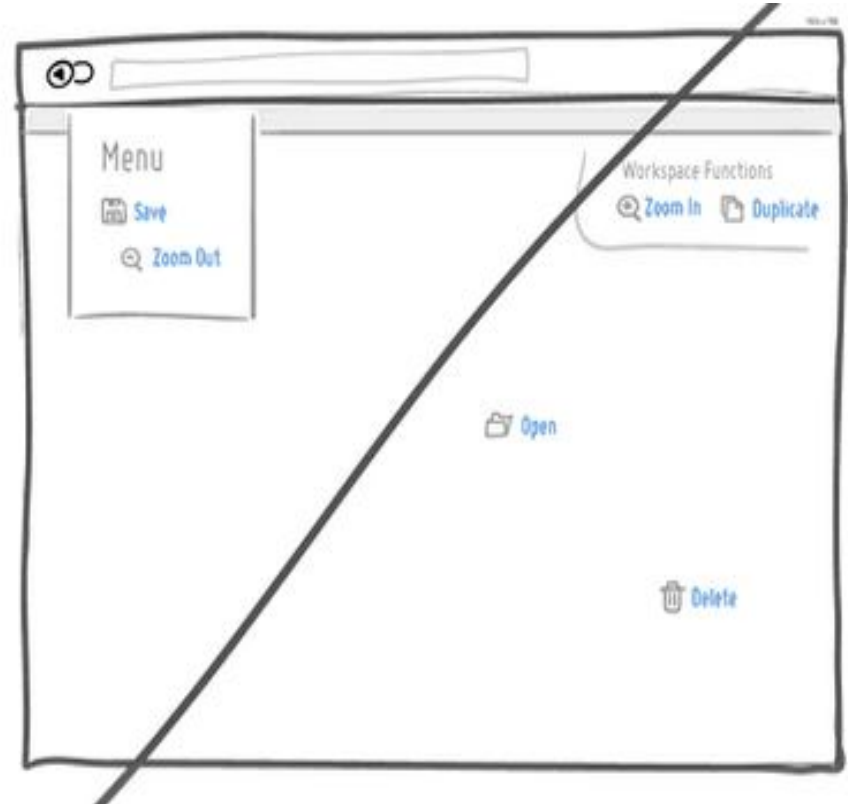
Правило № 38

Визуальная иерархия вместо однообразия



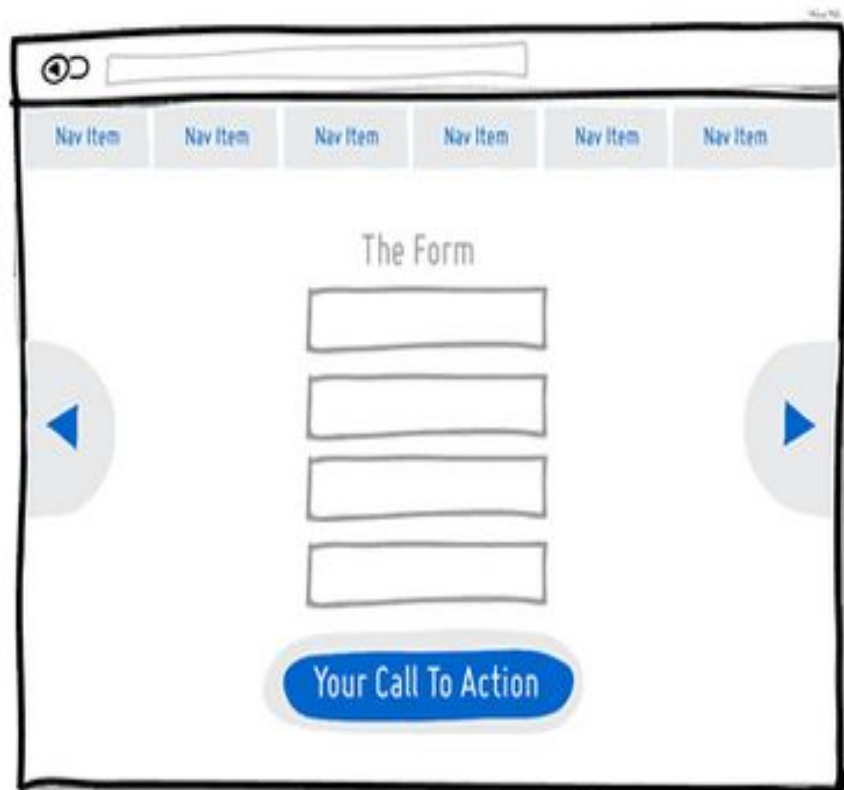
Правило № 39

Группируйте элементы по смыслу



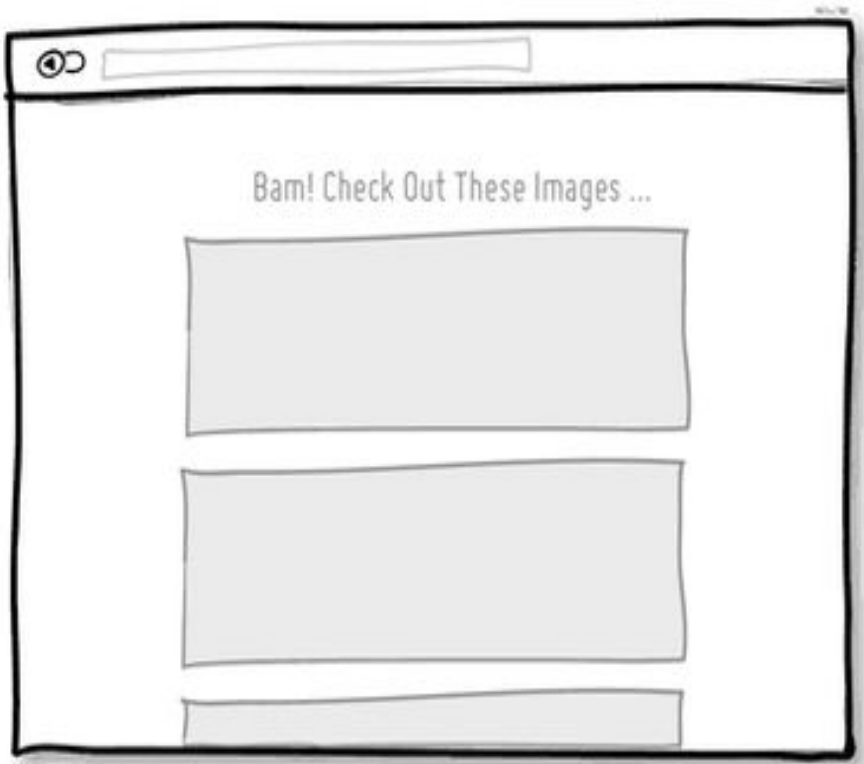
Правило № 40

Элементы большего размера



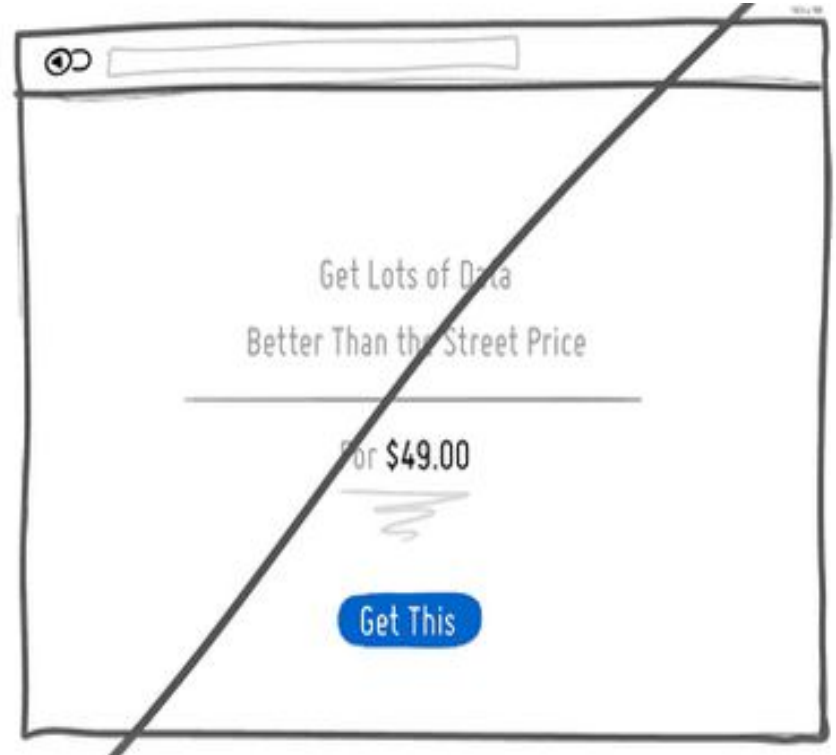
Правило № 41

Уменьшайте время загрузки



Правило № 42

Идите от больших чисел к меньшим



Правило № 43

Постепенное раскрытие действий

The Home Questionnaire

What type of home do you own?

House Apartment I sleep on the beach ✓

Great. Do you also like stargazing?

No Yes, of course

The Home Questionnaire

What type of home do you own?

House Apartment I sleep on the beach ✓

What are the exterior walls made of?

Brick Stone Hay

How many rooms do you have?

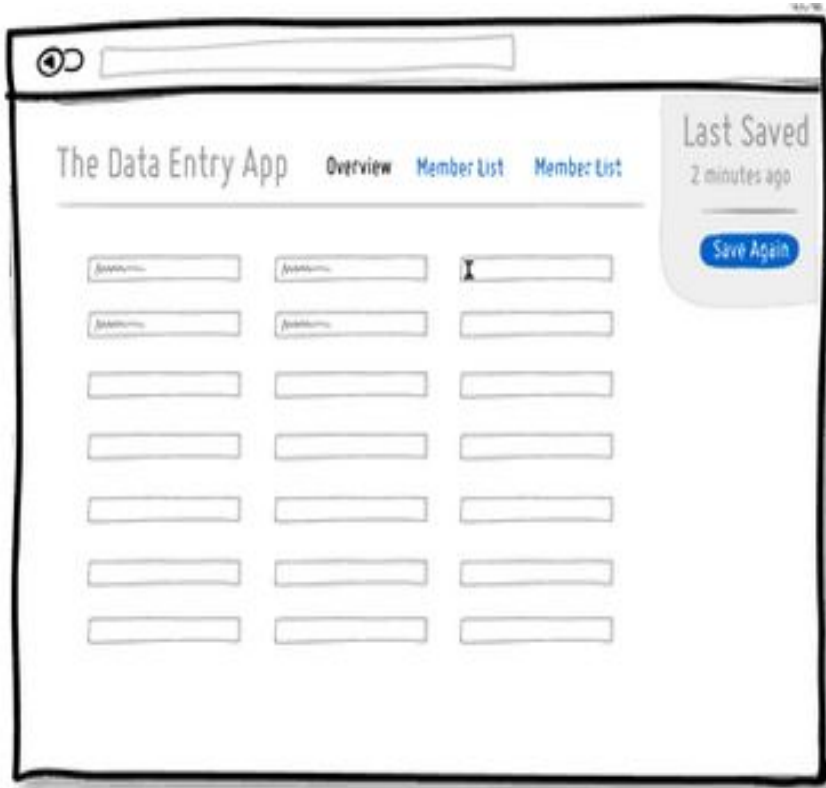
1 2 3

What is your address?



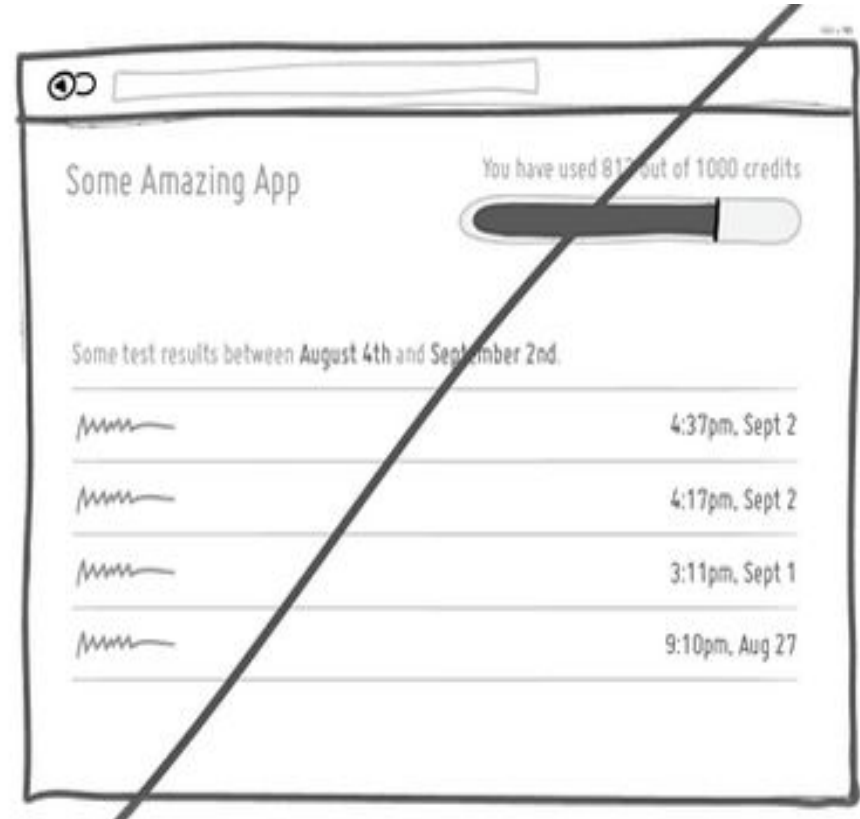
Правило № 44

Ненавязчивые запросы вместо модальных окон



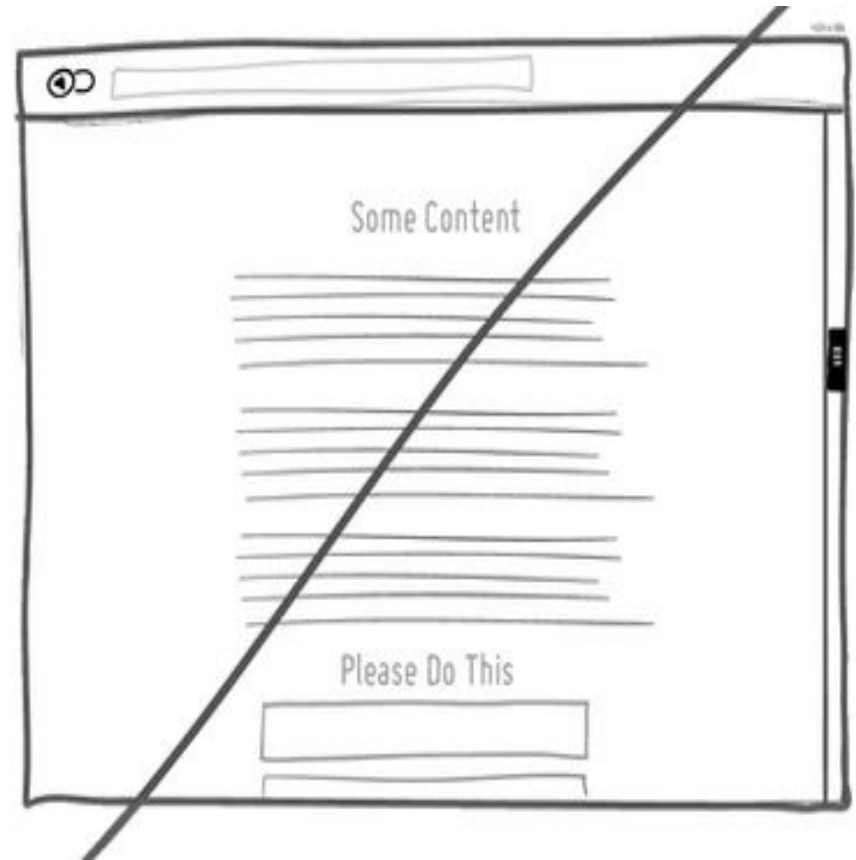
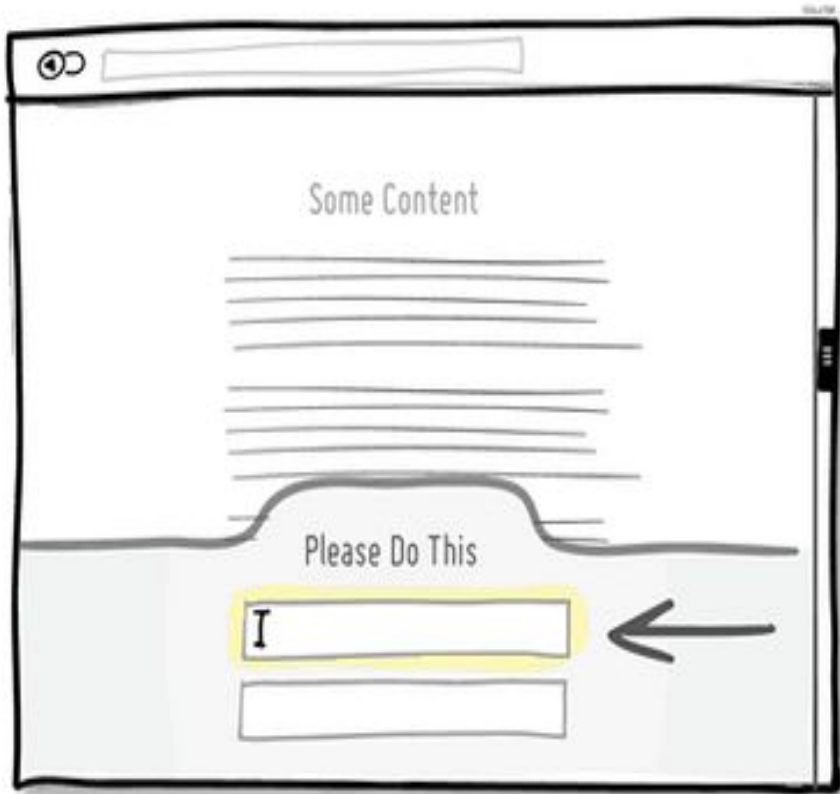
Правило № 45

Считайте всё сами, не заставляйте пользователя делать это



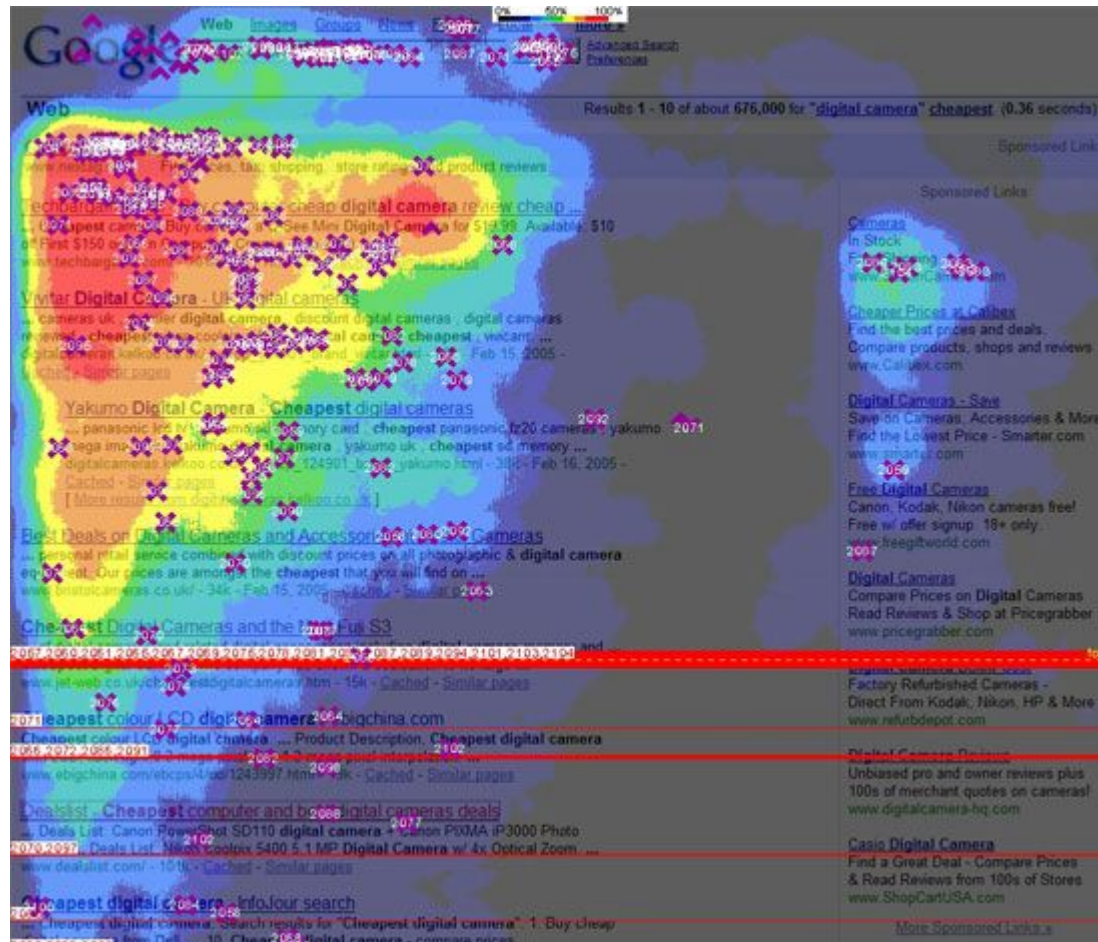
Правило № 46

Управляйте вниманием пользователя



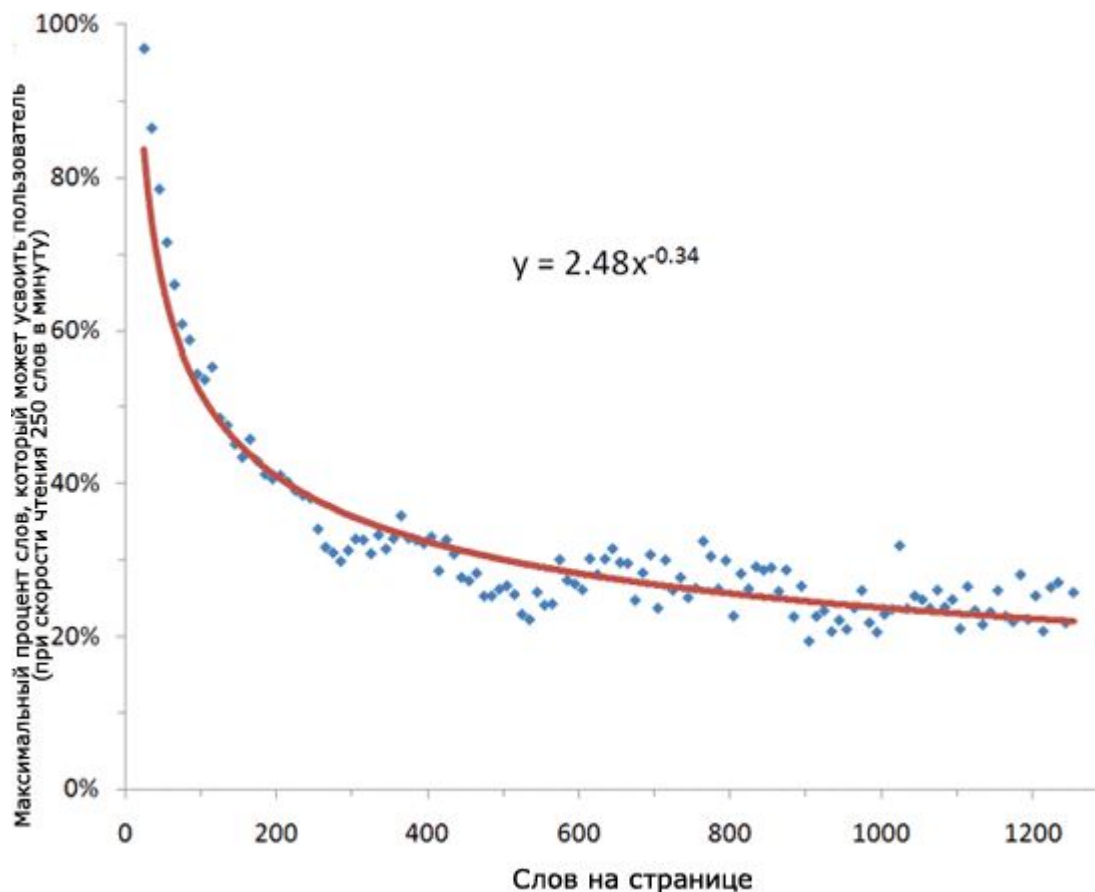
Что еще важно знать

F-образный шаблон или золотой треугольник гугл

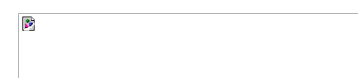


Добавьте инфографику, цены и другое.

чем больше текста, тем меньше процент прочитанного.

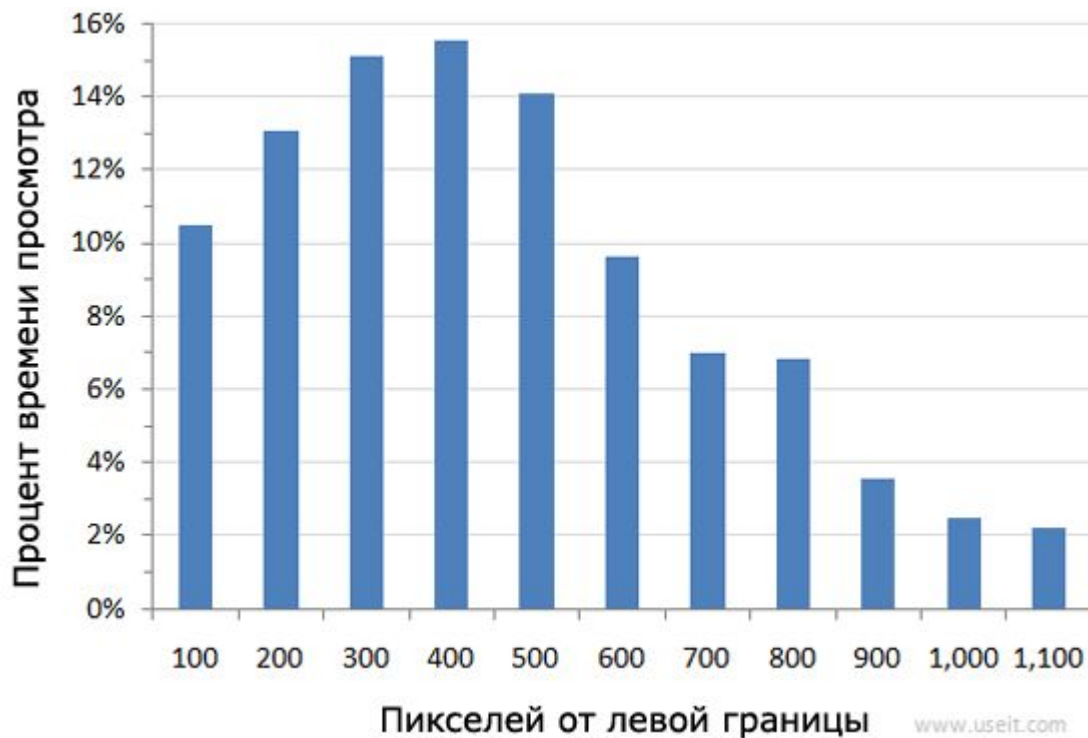


<http://медицинский-центр-новосибирск.рф/>



Размещайте важный контент слева на

письмо слева направо



Ваша главная страница не так важна, как вы

ЛУМЭТА



ВЕБ-СТУДИЯ №1
ПО ВЕРСИИ FLAMP

[НАША КОМАНДА](#) [СОЗДАНИЕ САЙТОВ](#) [ПРОДВИЖЕНИЕ](#) [ОБУЧЕНИЕ](#) [ДИЗАЙН](#) [ЦЕНЫ](#) [ПОРТФОЛИО](#) [КОНТАКТЫ](#)

+7 (383) 286-92-33
Новосибирск

[ЗАКАЗАТЬ ЗВОНОК](#)

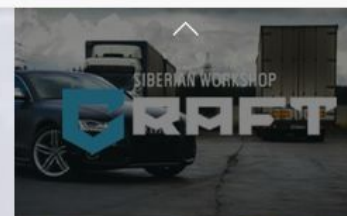
СОЗДАНИЕ САЙТА
ДЛЯ ОМСКОГО ОТДЕЛЕНИЯ **ЕДИНОЙ РОССИИ**

ПОЧЕМУ МЫ:

- №1 ПО ВЕРСИИ ФЛАМП
- ТОП10 ПО СИБИРИ
- ВСЕ СОТРУДНИКИ В ШТАТЕ
- 3000 ПРОЕКТОВ
- 6 ЛЕТ НА РЫНКЕ

[ЗАКАЗАТЬ САЙТ](#)

01 Портфолио
02 Тарифы
03 Преимущества
04 Продвижение
05 Отзывы Flamp





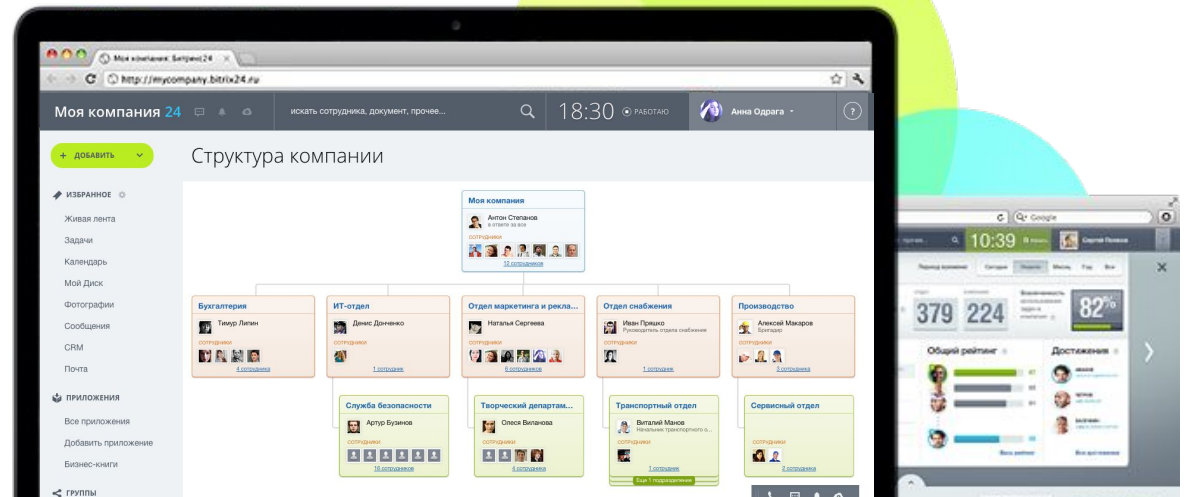
7 типовых ошибок на сайте

7 ошибок

- Неадекватное форматирование текста
- Запутанная структура сайта
- Непонятно в первые 5 секунд на сайте что предлагают здесь
- Тяжело найти контакты на сайте

Нет адаптивной версии под мобильные

- Сплошной текст, который не читают
- Нет продвижения



Какой функционал нужен именно вашему сайту



Берем информацию из московской выдачи: структуру, функции,
модули



После того как скопируете

Можете начинать изобретать свое

1. Спрашивайте потребности клиентов и корректируйте сайт
2. Изучайте метрику — карту кликов, вебвизор
3. А/Б тестирование
4. Изучайте преценденты



Анализ конкуренции в интернете

Копируйте у конкурентов не только функционал, но источники рекламы

Не зашивайте рот, расскажите на сайте о всех своих преимуществах

- 1) Сколько лет на рынке
- 2) Кто клиенты с лого
- 3) Фото команды
- 4) Сертификаты
- 5) Гарантии

И т.д.

