

Идеальная посадочная страница

Тема 6

Как должна выглядеть продающая страница?

1. Простота загрузки страницы, т.е. не перегружайте ее большим количеством графических изображений.

2. В то же время визуализация действий, которые должны предпринять посетители, очень усиливает эффект страницы захвата. В данном случае старайтесь использовать графические изображения не большого размера, чередуйте текст с графикой.

3. Использование сильных call to action. Старайтесь использовать призывы к действию с помощью кнопок, выделяйте их яркими цветами, на вашу кнопку должно «хотеться» нажать посетителю. После каждого сильного триггера используйте кнопку с призывом, посетитель страницы НЕ должен скролить страницу в поисках вашей кнопки.

**4. Уделяйте внимание дизайну.
Дизайн страницы можно сравнить
с первым впечатлением о человеке,
то, какое чувство испытает
посетитель страницы сразу же —
может коренным образом повлиять
на результат этого посещения.**

5. Правило «первых трех секунд».
Как только посетитель попадает на ваш Landing page, он сразу же должен понять, о чем идет речь — буквально в течении трех секунд. И только после этого он принимает решение, стоит ли ему находиться дальше на странице или нет. Сделайте макет своей страницы и посмотрите на нее, сможете ли вы за 3 секунды понять главное предложение? Заинтересует ли она вас?

**6. Для успешного выполнения
прошлого пункта используйте
интригу в заголовке, главные
преимущества работы с вами
должны быть на видном месте.
Помните о доступности
формулировок, все должно
быть просто и понятно.**

7. Цвета играют очень большую роль для восприятия посетителем информации. Давайте пробежимся по главным из них.

4 примера, почему лучше меньше, да лучше

Wendy's

*AVAILABLE AT ALBUQUERQUE/PASEO NM LOCATIONS ONLY

FREE
DOUBLE BEEF
DOUBLE CHEESE
New Signature Sauce

Fill in your information below and you're a few steps away from your FREE W Double Cheeseburger!

Please enter your information below.

First name:

Last name:

Email:

Mobile Number: - -

Continue »



Share to Win! 
\$100 WENDY'S GIFT CARD*

[*Terms & Conditions](#) | [Privacy Policy](#)

Структура лендинга в стиле минимализм

Посадочная страница не меняет своей главной цели — совершение пользователем целевого действия.

Поэтому кнопка, призывающая совершить действие, должна быть самым ярким визуальным элементом на сайте.

Второе по «яркости», но не по важности - это оффер, либо краткое объяснение того, как работает предлагаемый товар.

Вся суть выражена в одном, максимум двух, предложениях.

Мобильная АТС от Билайн— это **удобно и выгодно**

Вы сможете эффективно и быстро управлять входящими вызовами,
а Ваш бизнес станет мобильным. Покупать оборудование
офисной АТС Вам не потребуется.

[Оставить заявку](#)

После наш специалист, свяжется с вами и проконсультирует вас



Объяснением также может служить релевантное фото или видео. Вообще, фото и типографика выходят здесь на первый план и требуют тщательного отбора. Еще один, дополнительный, элемент — это совершение альтернативного действия (кнопка «узнать больше» вместо «купить» или «зарегистрироваться через фейсбук» для тех, кто еще не готов «заказать»).

Вот как эти ключевые элементы лендинг пейдж выглядят на практике:

Give a Gift

Manpacks
EST. 2009

Free shipping to  

Login

MANLY GOODS WHEN YOU NEED THEM.

Men's underwear, socks, razors, condoms and more.

Awesome Gear. One-click Shipments. No BS Returns.

Email Address

GET STARTED

JOIN 1000'S
OF MEN
ALREADY
SIGNED UP

or



CONNECT WITH FACEBOOK

AS SEEN ON **Forbes** **Men'sHealth** **Inc.**  *The Awesomer* **TechCrunch** **Mashable**

 Reviews

Powered by Gin & Tonics and IPAs

 Send us a message

Преимущества лендинга в стиле минимал

Вы предлагаете пользователям зарегистрироваться До того, как дать им желанную фишку. И тут не важна специфика вашего бизнеса — такой подход может использовать и интернет-магазин, и разработчик приложений, и банки.



Instagram
Fast beautiful photo sharing



Meet Instagram

It's a **fast, beautiful** and **fun** way to share your photos with friends and family.

Snap a picture, choose a filter to transform its look and feel, then post to Instagram. Share to Facebook, Twitter, and Tumblr too – it's as easy as pie. It's photo sharing, reinvented.

Oh yeah, did we mention it's free?



В идеале на странице должно быть не больше 3-4 визуальных элементов. Но на короткой подписной странице можно разместить и выгоды, и даже элементы доверия в виде логотипов крупных клиентов. Самое главное, чтобы они не отвлекали внимания от кнопки.

Еще одна особенность минилендинга — это использование фото-бэкграунда. Про то, что фото должно быть тематическим и презентовать товар или услугу, как будто они уже в руках ваших клиентов, напоминать не стоит — понятно само собой. Кстати, размер изображения играет на руку — тесты показывают, что большие картинки конвертируют лучше.

Кому подойдет лендинг в стиле минимал

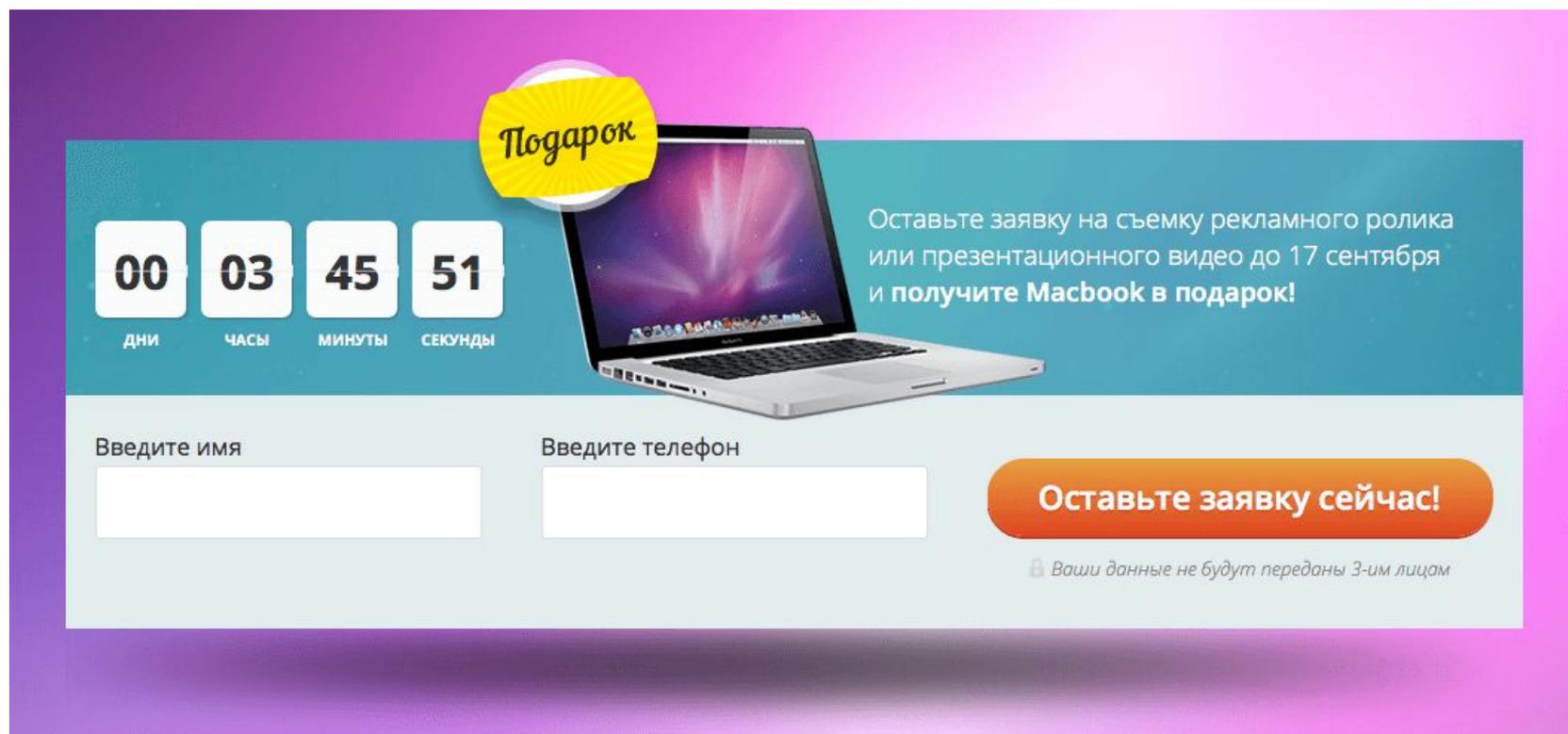
Судя по подборке фото, короткие посадочные страницы подходят лишь для известных компаний и для раскрученных брендов. Но, это не совсем так.

Минималистичный лендинг подойдет и для начинающих бизнесменов.

Но только в том случае, если вы тщательно изучили свою целевую аудиторию. Важно представить настоящие выгоды от покупки (без воды, максимум, одно предложение), которые зацепят потенциального клиента.

Либо предложить альтернативный путь («зарегистрироваться и узнать больше») для тех, кто любит почитать и выяснить все подробности перед покупкой.

Про лендинг, подарки и «Хочу!» с первого взгляда



The landing page features a teal header with a yellow starburst containing the word "Подарок" (Gift). Below this is a countdown timer showing 00 days, 03 hours, 45 minutes, and 51 seconds. To the right of the timer is an image of a silver MacBook. The main text in the teal section reads: "Оставьте заявку на съемку рекламного ролика или презентационного видео до 17 сентября и получите MacBook в подарок!". Below the teal section is a light blue area with two input fields: "Введите имя" and "Введите телефон". To the right of these fields is a large orange button that says "Оставьте заявку сейчас!". At the bottom right, there is a small lock icon and the text "Ваши данные не будут переданы 3-им лицам".

Подарок

00 03 45 51
дни часы минуты секунды

Оставьте заявку на съемку рекламного ролика или презентационного видео до 17 сентября и получите MacBook в подарок!

Введите имя

Введите телефон

Оставьте заявку сейчас!

🔒 Ваши данные не будут переданы 3-им лицам

Landing page: подарок vs скидка

Главная цель акции «подарок за покупку» — это ведет к увеличению объема продаж и повышению лояльности к новому товару или услуге.

Выбор покупателей в пользу скидки или подарка зависит от нескольких факторов: цены и частоты потребления товара, а также от уровня целевой аудитории. Самый главный минус скидки — снижается ценность товара, ведь если вы предлагаете скидку «с порога», то, скорее всего, ваш товар залежался. К тому же, товары из премиум сегмента вообще не нуждаются в скидке, либо скидка должна быть колоссальной.

Преимущества подарка

Одно из преимуществ подарка — это выгода для продавца (сделать скидку зачастую обходится дороже, чем подарить покупателю неликвидный, но качественный товар). Второй момент — даря подарки своим клиентам, вы получаете лояльных покупателей вне зависимости от цены на товар. Ведь тот, кто однажды получил хорошую скидку, всегда будет работать на понижение и с легкостью уйдет к более дешевым конкурентам. Еще один важный момент — стоимость подарка должна составлять в среднем 10% от покупки.

4 правила идеального call-to-action и кнопки на лендинге

Правильный призыв к действию и яркая кнопка разгоняют конверсию лендинга.

Как же добиться такого результата?

Ответ один: тест, тест и еще раз тест!

Искать магическую кнопку, которая заставит пользователя нажимать на нее без остановки, очень заманчивая идея. Но бесперспективная. Проблема в том, что решение, которое сработало у кого-то, может не работать у вас. Поэтому единственный способ измерить эффективность своей кнопки — провести A/B тест.

Чтобы протестировать кнопку нет необходимости нанимать целый отдел маркетологов, для этого есть удобные сервисы. Например, бесплатный SplitButton покажет вам, как клиент реагирует на различные стили, цвета и тексты на кнопке, и поможет выбрать самый удачный вариант.

Кнопка на лендинге — как оливка в мартини. Клиент либо начнет с нее знакомство с лендингом, либо ей закончит. Или не обратит на кнопку никакого внимания, если на ней чего то не хватает...

1. Используйте первое лицо

К примеру, тестовая смена призыва к действию «начать ваш бесплатный 30-дневный период» на «начать мой бесплатный 30-дневный период» увеличит конверсию достаточно сильно.

2. **Делайте кнопку простой и конкретной**

Поставьте себя на место пользователя и убедитесь, что клиент понимает, какой следующий шаг в процессе сделки. Что они должны сделать: получить прайс-лист? подписаться на рассылку? поделиться с друзьями?

Поэтому текст на кнопке не должен противоречить и соответствовать действию, которое должен совершить клиент. Сплит-тестирование показывает рост конверсий на 20%, если новый вариант кнопки отражает следующий логический шаг.

3. Добавьте социальное доказательство

Социальные доказательства нужны, чтобы расположить клиентов и показать им, что они поступают правильно. Отзывы помогают пользователям быстрее принимать решения. Логотипы компаний-клиентов показывают надежность и высокий статус вашей фирмы. Фотографии клиентов привлекают похожих персонажей.

4. Не делайте вид, что знаете, как будут действовать ваши клиенты

Пользователи всегда ведут себя непредсказуемо. Именно поэтому А/Б тест имеет такое важное значение. Например, многие маркетологи предполагают, что строка «Мы против спама» сразу под кнопкой успокаивают клиентов. Но без теста не узнать, как клиент в действительности на это отреагирует.

Любые, даже самые маленькие преобразования имеют серьезное влияние на поведение пользователей. Поэтому единственный правильный способ проверить вашу догадку — запустить сплит-тест.

Самая главная кнопка landing page

Многие считают, что достаточно сделать кнопку поярче, написать «Купите это немедленно!» — и продажи пойдут сами собой. Напрасно!

Как заставить посадочную страницу продавать

Модель №1

Четкая инструкция в повелительном наклонении «глагол + дедлайн + выгода». Это означает: «Сделай что-то, уложившись в указанные сроки, и получи выгодное предложение».

Примеры:

Закажи рекламную кампанию сейчас и получи новых клиентов через два дня. Приведи друзей в июле и получи два месяца Интернета бесплатно.

Позвони сейчас и получи бесплатный урок игры на гитаре в удобное для тебя время.

Где самое комфортное
место для загородной
жизни?



Оставьте заявку прямо сейчас и
наш специалист расскажет Вам о
самых выгодных предложениях!

ВВЕДИТЕ ИМЯ

ВВЕДИТЕ ТЕЛЕФОН

ОСТАВЬТЕ ЗАЯВКУ

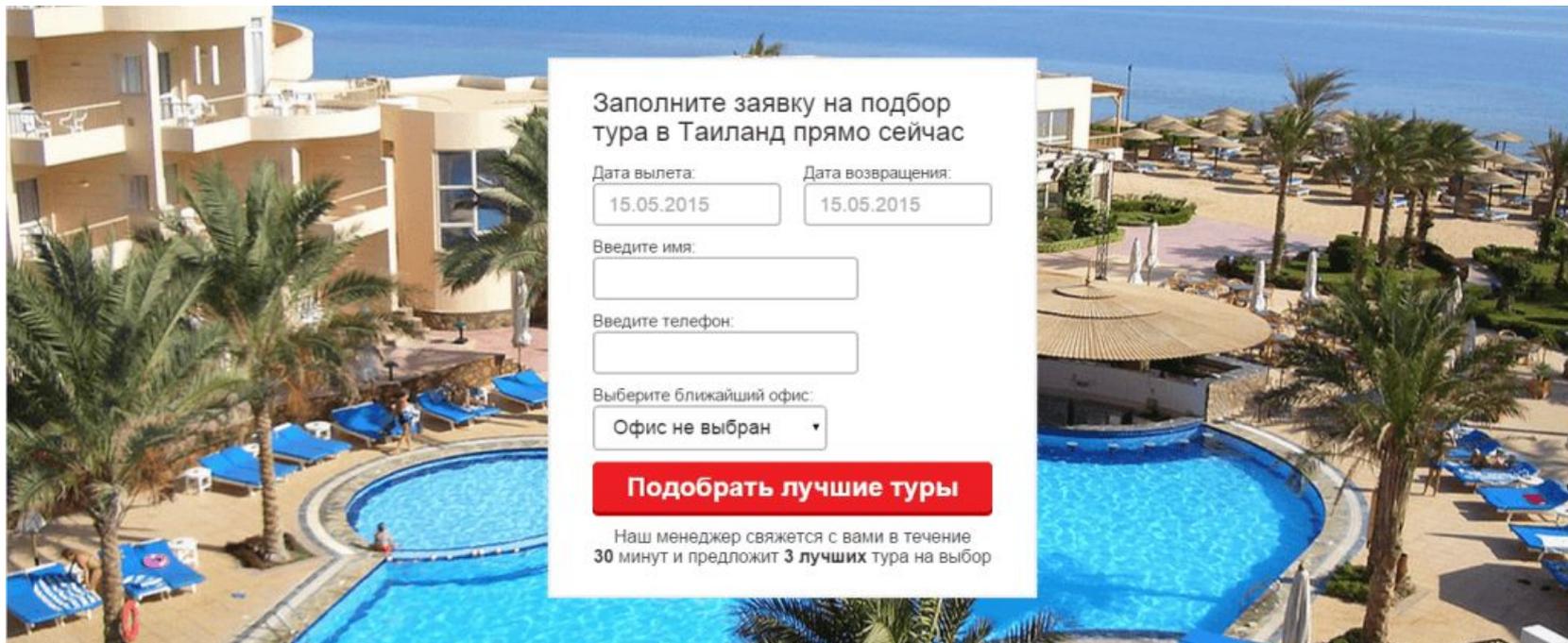
 Ваши данные не будут переданы 3-м лицам

Модель №2

**Упрощенная модель
«глагол + выгода», без дедлайна.**

Примеры:

- **Получи лучшие туры.**
- **Скачай книгу бесплатно.**
- **Запишись на бесплатный урок.**
- **Задай вопрос специалисту
и получи ответ в течение 5 минут.**



Заполните заявку на подбор тура в Таиланд прямо сейчас

Дата вылета:

15.05.2015

Дата возвращения:

15.05.2015

Введите имя:

Введите телефон:

Выберите ближайший офис:

Офис не выбран ▾

Подобрать лучшие туры

Наш менеджер свяжется с вами в течение 30 минут и предложит **3 лучших** тура на выбор

Модель №3

Модель «глагол + дедлайн»

Примеры:

- **Скачай сейчас.**
- **Установи сейчас.**
- **Успей записаться в группу до 1 сентября.**

Вы мечтали в детстве о такой игрушке?
Подарите своему ребенку
незабываемое детство!



ОСТАВЬТЕ ЗАЯВКУ

на консультацию специалиста
прямо сейчас!

Введите имя

Введите телефон

ОСТАВЬТЕ ЗАЯВКУ СЕЙЧАС!

 Ваши данные не будут
переданы 3-м лицам

Bonus, важная фишка эффективного Landing pages

При разработке эффективного призыва к действию необходимо постоянно помнить о том, что человек получит в результате заполнения заявки.

Спасибо за внимание!