

SIRMIONE LUXURY

Структурален дизайн и примери
VILLAGE

■ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ПО РЕАЛИЗАЦИИ

БИЗНЕС ЗАДАЧА

Подготовить продающий и привлекательный long read объекта недвижимости в условиях:

- Недостаточной фотореалистичности 3D-изображений и 3D-анимации;
- В условиях ограничений по срокам реализации;
- Распланировать landing таким образом, чтобы после реализации можно было обновить контент и интегрировать новые функциональные элементы без переработки структуры и дизайна.

Сайт предполагает мультиязычность: RU, IT, EN, GE



ТЕХНИЧЕСКОЕ РЕШЕНИЕ

Реализации проекта:

- Выбираем платформу CMS – Word Press (далее WP), что оправдано большим количеством доступных коммерческих тем и простотой реализации;
- Выбираем адаптивную тему (desktop, tablet, mobile) на маркетплейсе;
- Дорабатываем тему согласно проработанной структуре, разработанному дизайну и на основе прототипа (готовим дизайн-макеты, выполняем html-верстку, необходимое PHP-программирование).
- Готовим текстовые материалы, перевод, приобретаем изображения и видео (монтаж, если требуется).
- Запускаем сайт на тестовой DEV-площадке и наполняем его контентом. Выполняем опытное тестирование, выявляем и устраняем ошибки функционирования и верстки.
- Готовим сайт к проведению РК: устанавливаем коды Яндекс.Метрики, Google Analytics, pixel-коды FB, коды событий, сервисов обратного звонка, онлайн чата, “ловцов”, подменных номеров по каналам и сервиса сквозной аналитики.
- Переносим сайт на PRODUCTION-площадку и запускаем РК.

ОПИСАНИЕ ПО БЛОКАМ

Общие элементы по всем блокам лендинга и

особенности:

Используем тему для WP, имеющую адаптивное заполнение области экрана по высоте.

Т.е. каждый блок = экран окна браузера. Контент перематывается экранами вертикально вниз.

- Меню на всех разрешениях (включая десктоп) прячется в сэндвич-меню (3 полоски), чтобы не отвлекать пользователя от продающих пунктов “ворота сайта” и концепции последовательной промотки long read-а. Раскрытие сэндвич-меню – справа выезжает панель со всеми пунктами. Меню закреплено, т.е. отображается сверху, справа в одной позиции независимо от прокрутки лендинга.
- Отображаемый на сайте телефон является подменным:
 - а) по GEO (из какой страны смотрят сайт);
 - б) от рекламного канала – с какого канала пришел клиент (SMM, RTB, Контекст).
- Презентация для скачивания будет содержать телефон, звонок с которого будет идентифицироваться в CRM с тегом “Презентация-сайт-страна” (4 презентации и 4 телефона для 4-х стран).
- Блок шеринга и блок ссылок на аккаунты в социальных сетях для публикации информации о странице в социальных сетях и перехода на аккаунты “Arealago” соответственно.
- На сайте будет доступно 4 языка (RU, IT, EN, GE), выбор которых осуществляется автоматически по GEO и через меню выбора языка.

ОПИСАНИЕ ПО БЛОКАМ

Первый блок лендинга:

1 блок (экран): Фоновое видео локации (оз. Гарда, Сирмионе) + “Ворота сайта” + иконка “Скачать презентацию” и телефон.

а) Видео места позволяет подать привлекательный контент красоты места в условиях отсутствия красивого, эмоционального, вовлекающего видеоролика проекта с фотореалистичной 3D анимацией.

Видеофрагменты могут быть на первых порах приобретены в видеобанках shutterstock.com и др. за доступные деньги (65-100\$ за фрагмент), а в дальнейшем видео может быть заменено на видеосъемку с дрона, аэрофотопанораму 360° или 3D-анимацию профессиональной студии MOSGRAF или ART3D.

б) “Ворота сайта” позволяют сразу перейти (прокруткой) к “продающим” блокам: Место, Генплан, Проекты Вилл.

в) Иконка “Скачать презентацию” позволяет скачать PDF-презентацию (буклет) по проекту с внедренным видео.

Посмотреть прототип по ссылке:

Примеры

1. Эмоциональное, вовлекающее видео на сайте:
<http://riverresidences.ru/>
<https://player.vimeo.com/video/254646098>

2. 360° - аэрофотопанорамы с навигацией:
<https://www.airpano.ru/360photo/Petropavlovsk-Kamchatsky/>
<https://www.airpano.ru/360photo/kamchatka-east/>
<https://www.airpano.ru/360photo/Cinque-Terre-Italy/>
<https://www.airpano.ru/360photo/Porto-Venere-Italy/>

навигационные элементы перехода к разным точкам съемки и точки со всплывающей информацией могут быть оформлены различным образом:

3. Примеры видео, которые можно подобрать на видеобанках:

<https://www.shutterstock.com/ru/video/clip-1030782017-flying-on-drone-early-morning-aerial-view>

<https://www.shutterstock.com/ru/video/clip-33202720-aerial-view-scaliger-castle-sirmione-lake-garda>

<https://www.shutterstock.com/ru/video/clip-1041362260-view-resort-town-garda-north-italy-aerial>

<https://www.shutterstock.com/ru/video/clip-1031888780-drone-over-east-lake-garda-mountains-during>

<https://www.shutterstock.com/ru/video/clip-1034042998-aerial-shot-italian-vineyards-sunset-near-lake>

и.т.д.

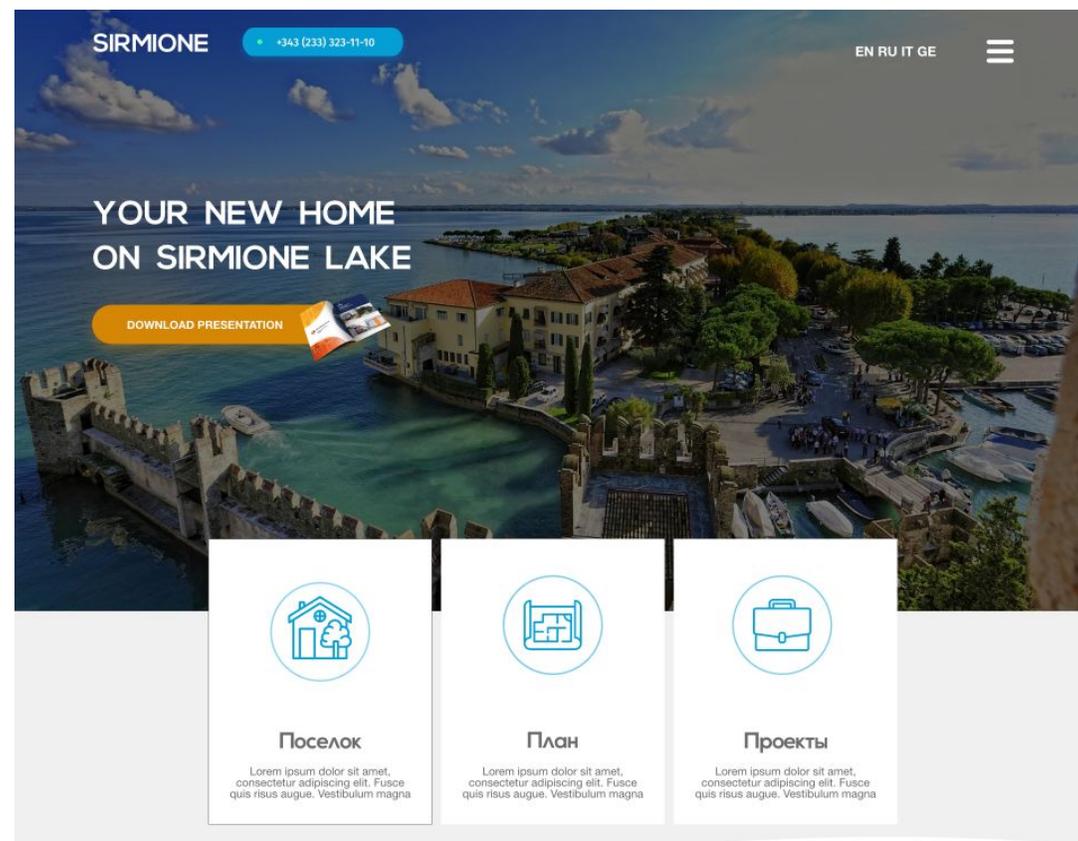
ОПИСАНИЕ ПО БЛОКАМ

Первый блок лендинга – вариант А:

1 Блок содержит:

- фоновый видео-контент;
- “ворота сайта”;
- переключатель языков;
- иконку “скачать презентацию”;
- Телефон

При клике на “скачать презентацию” всплывает рорир-окно с запросом обязательных полей (Имя, Email, Телефон), после заполнения которых презентация приходит на указанный пользователем email.



Посмотреть прототип по ссылке:

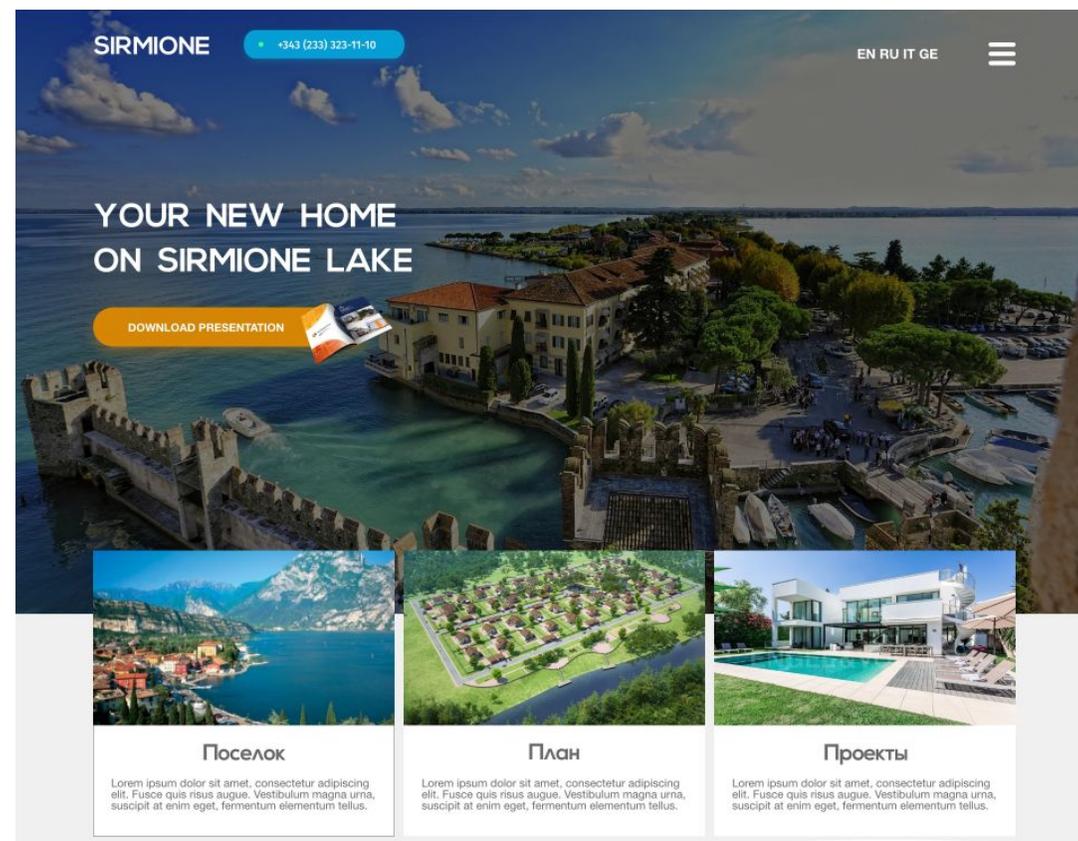
ОПИСАНИЕ ПО БЛОКАМ

Первый блок лендинга – вариант Б:

1 Блок содержит:

- фоновый видео-контент;
- “ворота сайта”;
- переключатель языков;
- иконку “скачать презентацию”;
- Телефон

При клике на “скачать презентацию” всплывает рорир-окно с запросом обязательных полей (Имя, Email, Телефон), после заполнения которых презентация приходит на указанный пользователем email.



Посмотреть прототип по ссылке:

ОПИСАНИЕ ПО БЛОКАМ

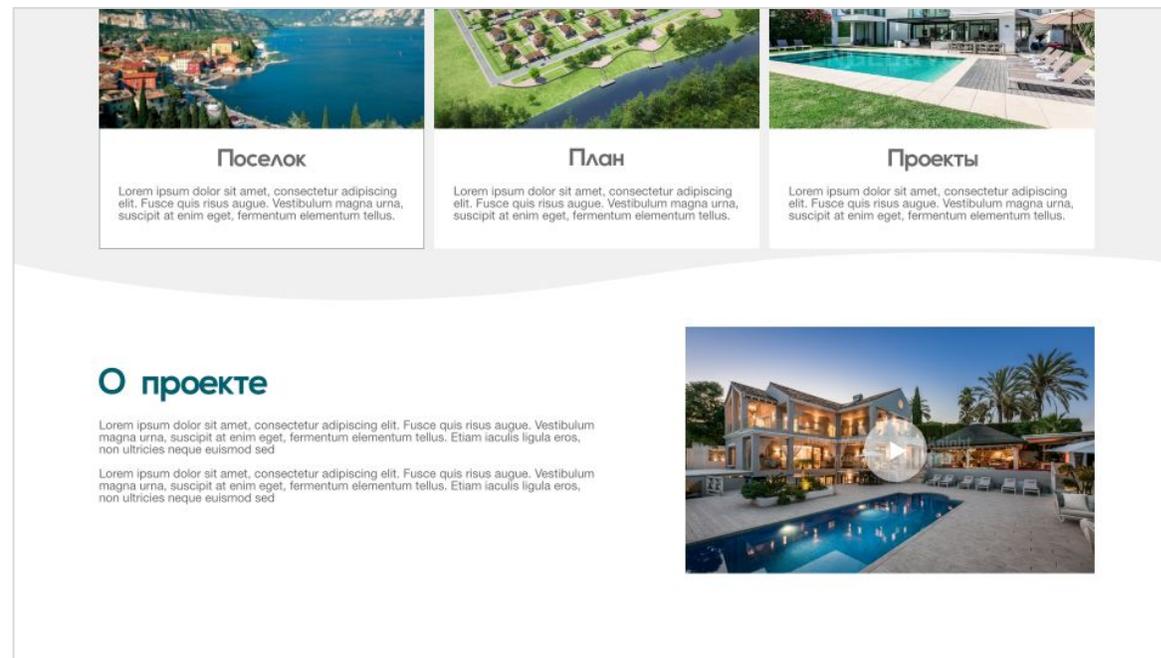
Второй блок лендинга:

В верстке long read-ов используется чередование блоков по цвету, что обеспечивает визуальное разделение “насыщенных” фонов друг от друга.

2 блок (экран) с общей информацией о проекте:

а) Общее текстовое описание проекта слева.

б) Небольшой блок с видеоплеером справа для показа 3D-анимации по проекту. По клику открывается на весь экран.



Посмотреть прототип по ссылке:

ОПИСАНИЕ ПО БЛОКАМ

Третий блок лендинга:

3 блок (экран) – информация о Sirmione и Garda:

Блок предполагается реализовать в виде фотогалереи masonry с горизонтальной прокруткой.

Красивые изображения, передающие красоту и атмосферу места. В пределах каждого экрана 1 из блоков будет текстовым.

Любое изображение может быть увеличено по клику, и во всплывающем окне помимо изображения будет демонстрироваться текстовое описание.



Посмотреть прототип по ссылке:

ОПИСАНИЕ ПО БЛОКАМ

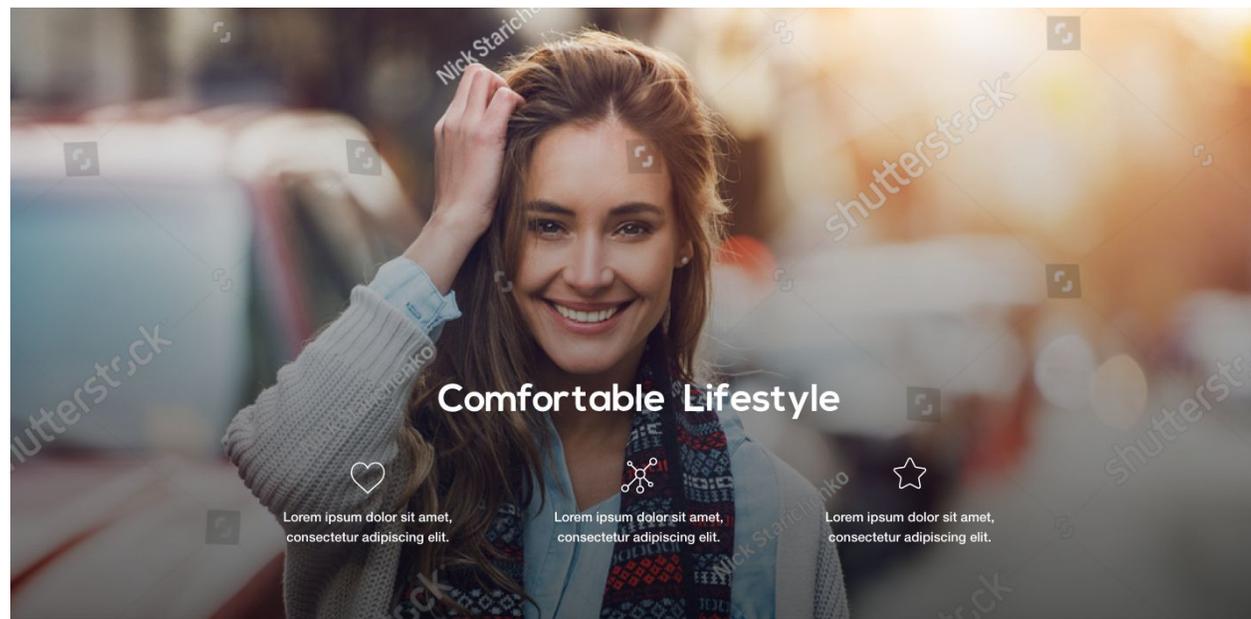
Блок За лендинга (под вопросом):

За блок (экран) – преимущества, который акцентирует внимание на важных фактах:

В данном экране демонстрируются 3 блока иконка-текст с указанием преимуществ жизни в Sirmione. Для ассоциации с собой будет присутствовать фото девушки/пары в стиле “Dolce vita” (благодушном настроении на фоне среды небольшого города Италии).

Примеры:

- Эксклюзивность новых проектов – последние участки под современное строительство!
- Открыточные виды и жизнь, наполненная вдохновением.
- Мягкий климат в течение всего года
- Высокий спрос на недвижимость среди туристов из Европы и России



Для визуального чередования контента скорее всего этот блок будет преимущественно на белом фоне, а фото справа с плавным переходом на белое.

Посмотреть прототип по ссылке:

ОПИСАНИЕ ПО БЛОКАМ

Четвертый блок лендинга:

Всплывающее окно с информацией по проектам вилл имеет одинаковый дизайн и функционал на 4-м и 5-м экранах.

4 блок (экран) – информация о виллах:

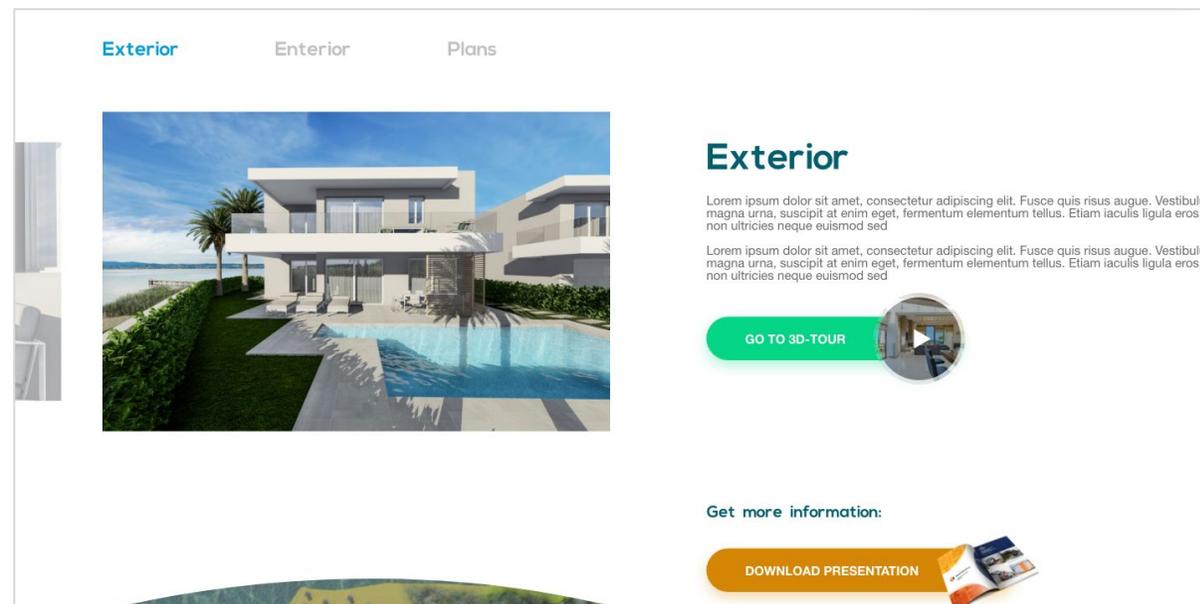
Основное функциональный элемент этого экрана – слайдер изображений экстерьеров с небольшой зоной текстового описания и автопрокруткой.

Здесь же присутствуют иконки-линки: “интерьеры”, “планы вилл”, открывающие всплывающее окно с информацией по виллам (будет рассмотрено далее), “генплан” (прокрутка к следующему блоку).

На странице также присутствуют иконки-линки: “посмотреть 3D-тур”, “скачать презентацию”.

Возможно будет полезным поставить здесь линк “стадия строительства”, показывающий в рорир-окне фотоотчет.

Посмотреть прототип по ссылке:



ОПИСАНИЕ ПО БЛОКАМ

Пятый блок лендинга:

5 блок (экран) – генплан участка застройки – иллюстрированная схема, позволяющая увидеть сверху участок застройки с расположением вилл на нем. Контуры вилл подсвечены. Красной тоном отображаются забронированные/проданные виллы, а зеленым – доступные к приобретению.

При наведении на ту или иную виллу появляется небольшая всплывающая подсказка с указанием краткой информации о вилле: статус – продана/свободна, площадь виллы, площадь участка.

По клику открывается всплывающее рорир-окно (лайтбокс) с подробной информацией о вилле (будет рассмотрено далее).



Посмотреть прототип по ссылке:

ОПИСАНИЕ ПО БЛОКАМ

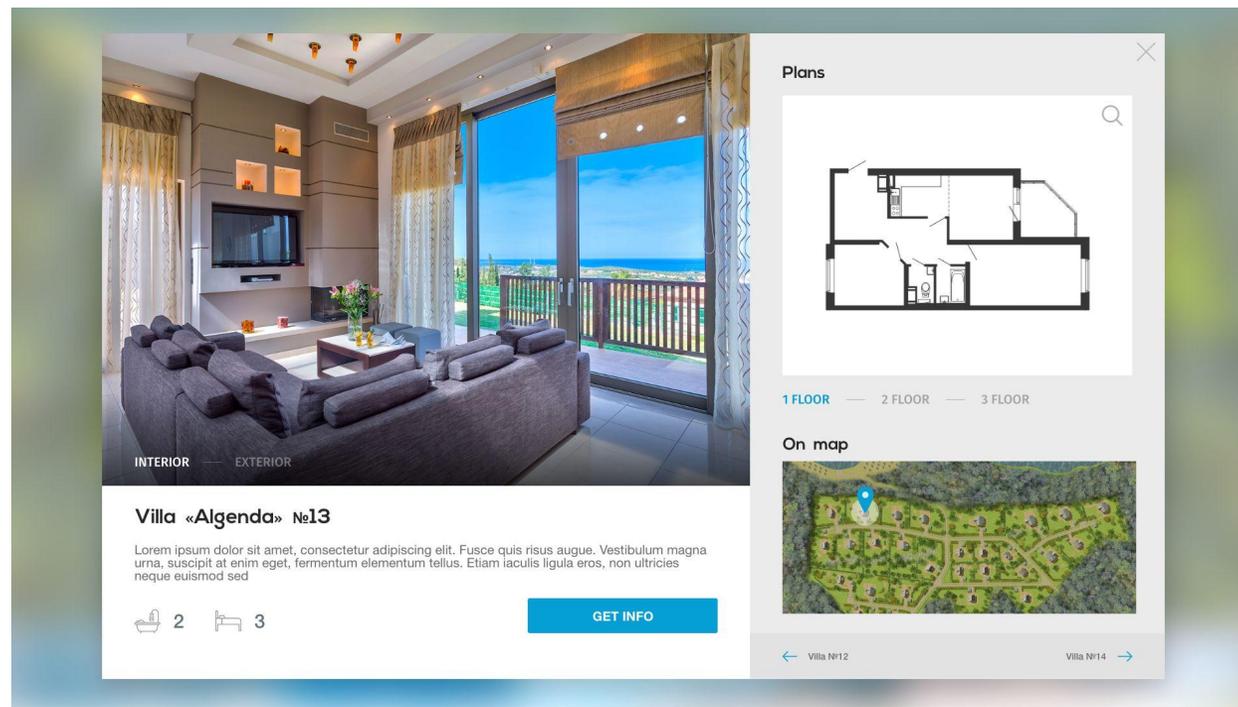
Рорир-окно четвертого и пятого блоков:

L Всплывающее окно предназначено для показа отдельных проектов вилл (вызывается из блока генплана и общего блока описания виллы).

Окно занимает почти всю область экрана. В левой части (65%) в слайдере отображаются 3d-визуализации интерьеров и экстерьеров (не основное).

В слайдере присутствуют кнопки “экстерьер”, “интерьер”, позволяющие перемотать контент к 1-му слайду по теме.

Ниже слайдера располагается блок текстового описания виллы и иконки с указанием основных характеристик – площадь виллы, площадь участка, количество спален, ванных комнат.



Посмотреть прототип по ссылке:

ОПИСАНИЕ ПО БЛОКАМ

Рорир-окно четвертого и пятого блоков:

L В правой части сверху рорир-окна отображается область демонстрации поэтажного плана и кнопки выбора этажа: 1, 2, 3.

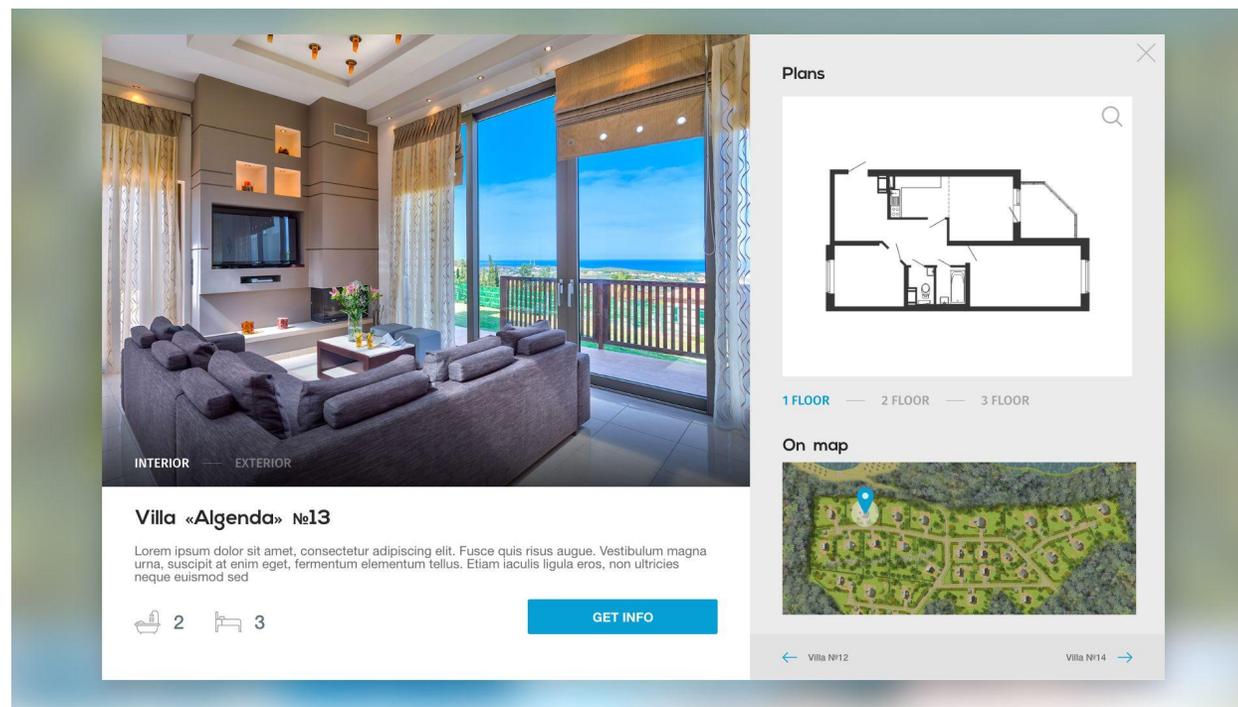
При переключении этажей перематывается и контент слайдера и наоборот – при пролистывании 3d-визуализаций в окне слайдера меняется и отображаемый план этажа справа на соответств.

Снизу отображается схематичный генплан с точкой выбранной виллы.

Присутствуют кнопки навигации: “вилла 12” (предыдущая), “вилла 14” (следующая). Таким образом можно легко переходить к описанию следующей виллы без дополнительных действий.

Если мы находимся на блоке генплана, то можно также легко и удобно закрывать окно и выбирать другую виллу на плане.

Посмотреть прототип по ссылке:



ОПИСАНИЕ ПО БЛОКАМ

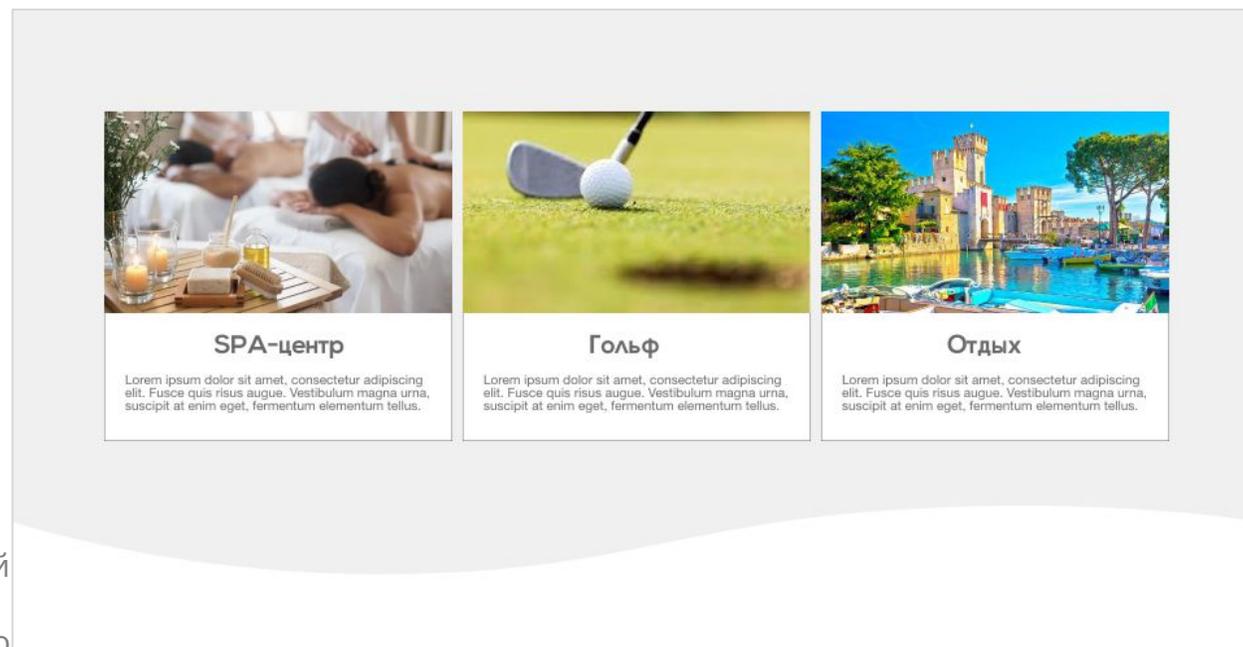
Шестой блок лендинга:

6 блок (экран) – предназначен демонстрации преимуществ жизни в локации озера Garda, которые лучше всего показать с помощью фото:

Экран будет реализован в виде слайдера-ротатора, чтобы уменьшить число слайдов и показывать сразу по 3 факта в виде блоков картинка-текст.

Примеры:

- Ломбардия – богатый центр страны и один из самых туристических регионов;
- Гарда притягивает спортсменов: здесь развиты парусный и конный спорт, маунтинбайк и гольф
- Выгодное местоположение: транспортная доступность до аэропортов и, городов-центров притяжения.



Посмотреть прототип по ссылке:

ОПИСАНИЕ ПО БЛОКАМ

Блок лендинга 6a (под вопросом):

6a блок (экран) – предназначен демонстрации 360° аэрофотопанорамы локации.

Данный контент может быть вынесен как в 1-й экран, так и демонстрироваться отдельным блоком лендинга, если первый будет содержать видеоролик о Garda или 3D-анимацию.

360° аэрофотопанорама – очень информативный, красивый и вовлекающий контент. В рамках такой панорамы возможно расставлять навигацию для перехода к просмотру с разных точек и иконки для вывода информации по важным локациям на снимках.

Примеры:

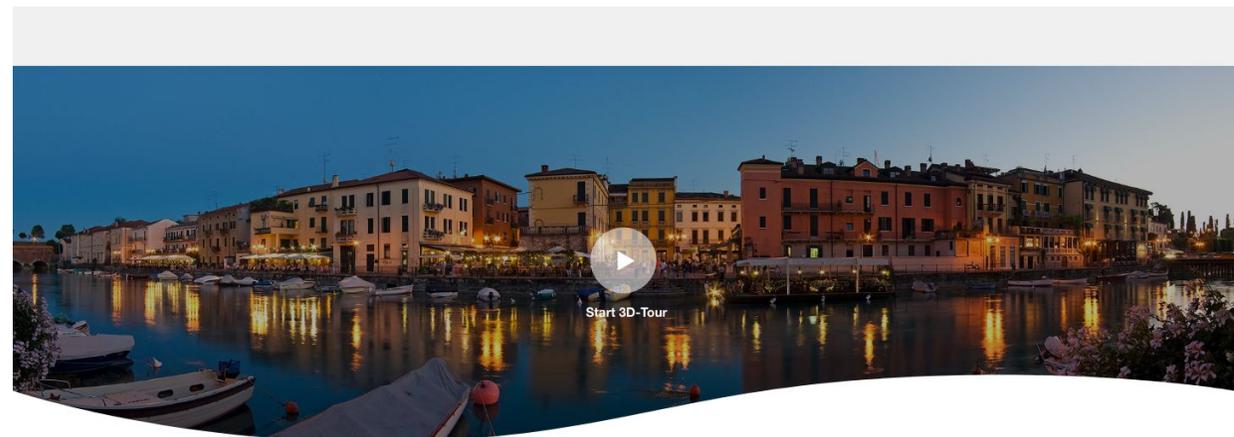
<https://www.airpano.ru/360photo/Petropavlovsk-Kamchatsky/>

<https://www.airpano.ru/360photo/kamchatka-east/>

<https://www.airpano.ru/360photo/Cinque-Terre-Italy/>

<https://www.airpano.ru/360photo/Porto-Venere-Italy/>

Посмотреть прототип по ссылке.

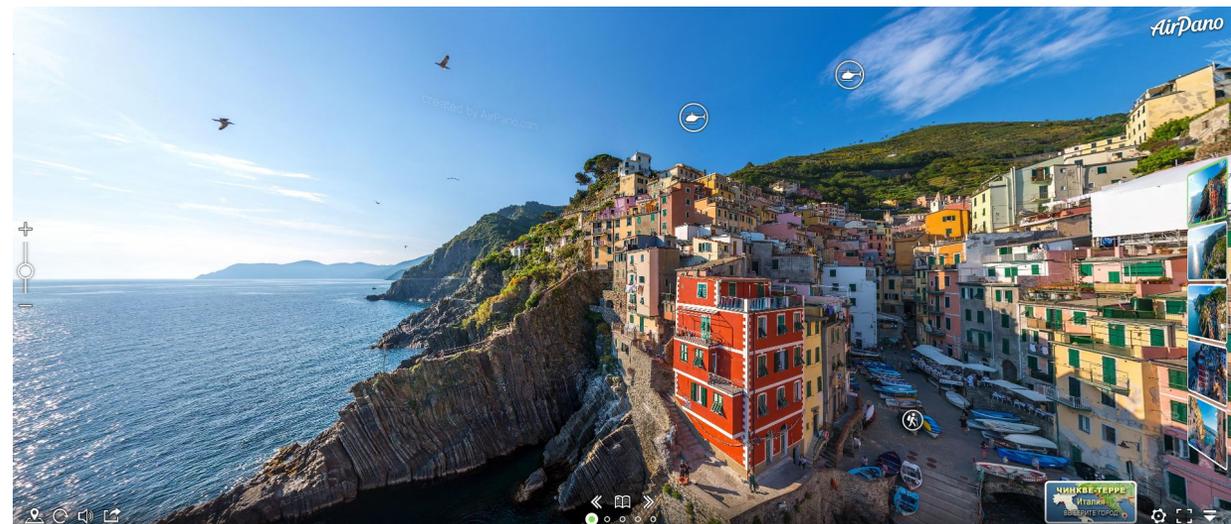


ОПИСАНИЕ ПО БЛОКАМ

Блок лендинга 6a (под вопросом):

6a В рамках данного слайда можно реализовать наложение иконки с картой Google-map, по клику на которую данный блок будет пролистываться горизонтально, показывая карту на весь экран.

Обратный переход к аэрофотопанораме 360° будет выполняться аналогичным образом.



Посмотреть прототип по ссылке:



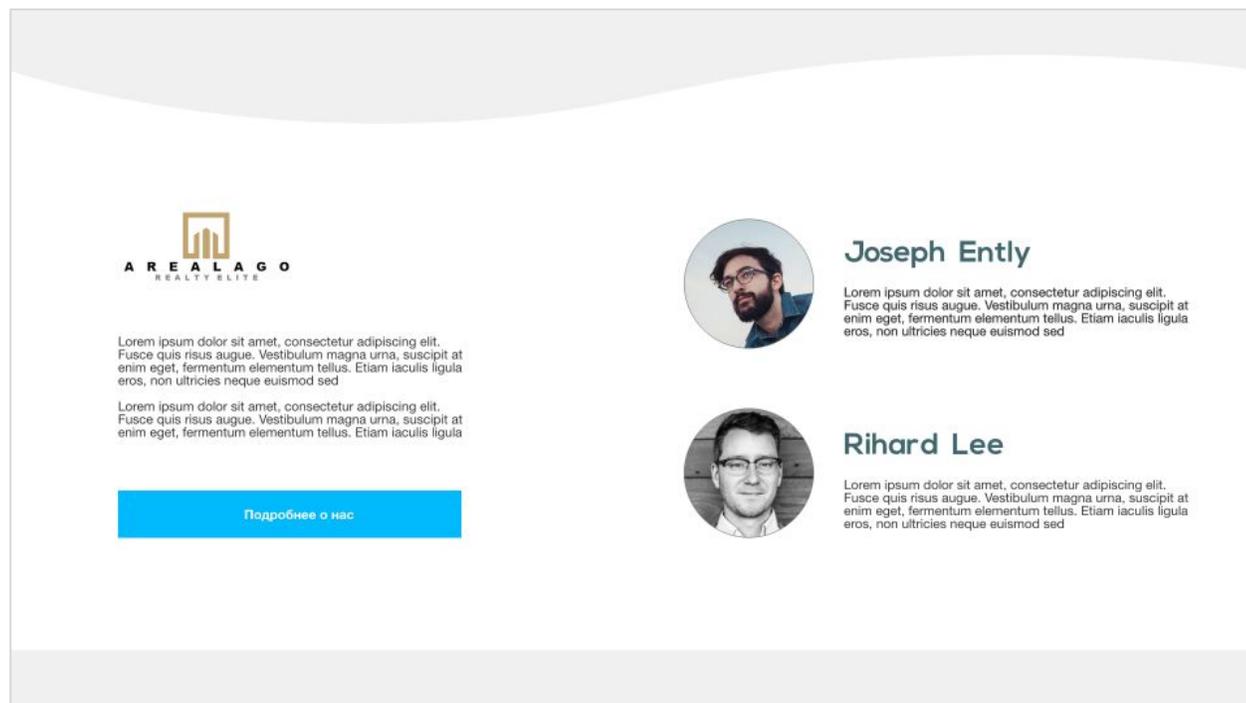
ОПИСАНИЕ ПО БЛОКАМ

Седьмой блок:

7 блок (экран) – предназначен для информирования посетителя сайта о том, кто является застройщиком.

Здесь присутствуют:

- Логотип компании;
- Краткий текст описания компании (основные преимущества);
- Кнопка перехода на сайт девелопера (в новом окне) для получения подробной информации о компании;
- Фотографии, ФИО и краткая информация о владельцах компании.



Посмотреть прототип по ссылке:

ОПИСАНИЕ ПО БЛОКАМ

Дополнительные элементы на лендинге:

7 блок контактов:

Здесь присутствуют:

- Поля формы обратной связи (Имя, Телефон, Email),
+ поле сообщения + кнопка “отправить”;
- 4 блока контактов с указанием телефонов и email-ов отделов продаж в “соответствующих странах”.

В зависимости от выбранного языка на сайте первым блоком в списке встает тот, который соответствует языку.

Запросы из формы и телефонные звонки будут фиксироваться в CRM на того менеджера, кто будет назначен ответственным за прием соответствующих обращений и помечаться необходимыми тегами.

Отдел продаж

Ваше имя

Ваше телефон

Ваше email

ОТПРАВИТЬ

Италия
+ 213 3232 323 44
sirmopne_ir@dw.it

Россия
+ 213 3232 323 44
sirmopne_ir@dw.it

Англия
+ 213 3232 323 44
sirmopne_ir@dw.it

Германия
+ 213 3232 323 44
sirmopne_ir@dw.it

Посмотреть прототип по ссылке:

ОПИСАНИЕ ПО БЛОКАМ

Элементы повышающие конверсию:

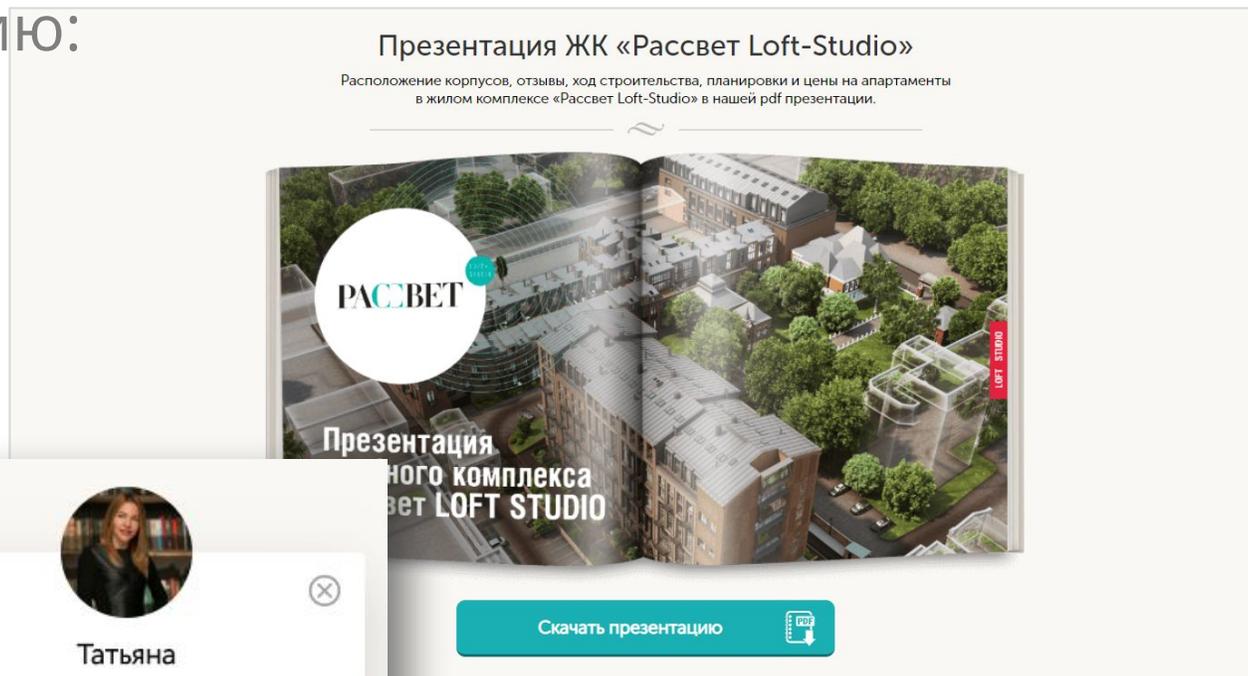
Additional элементы на странице:

Будут присутствовать:

- СТА (Call To Action) блоки, призванные инициировать обращение пользователя сайта в момент просмотра страницы и увеличить конверсию:

- узнать подробнее;
- получить консультацию;
- пообщаться с экспертом
- получить презентацию.

Блоки будут расположены в разрыве между основными блоками контента.



Посмотреть прототип по ссылке:

ОПИСАНИЕ ПО БЛОКАМ

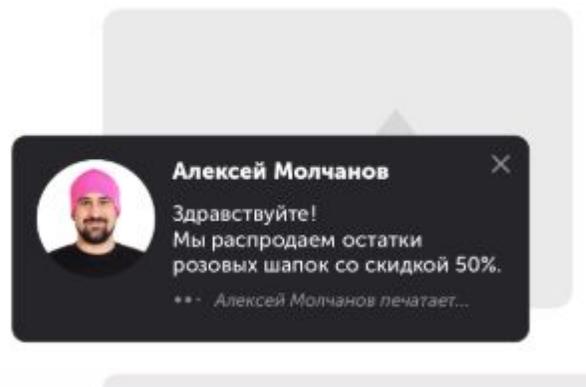
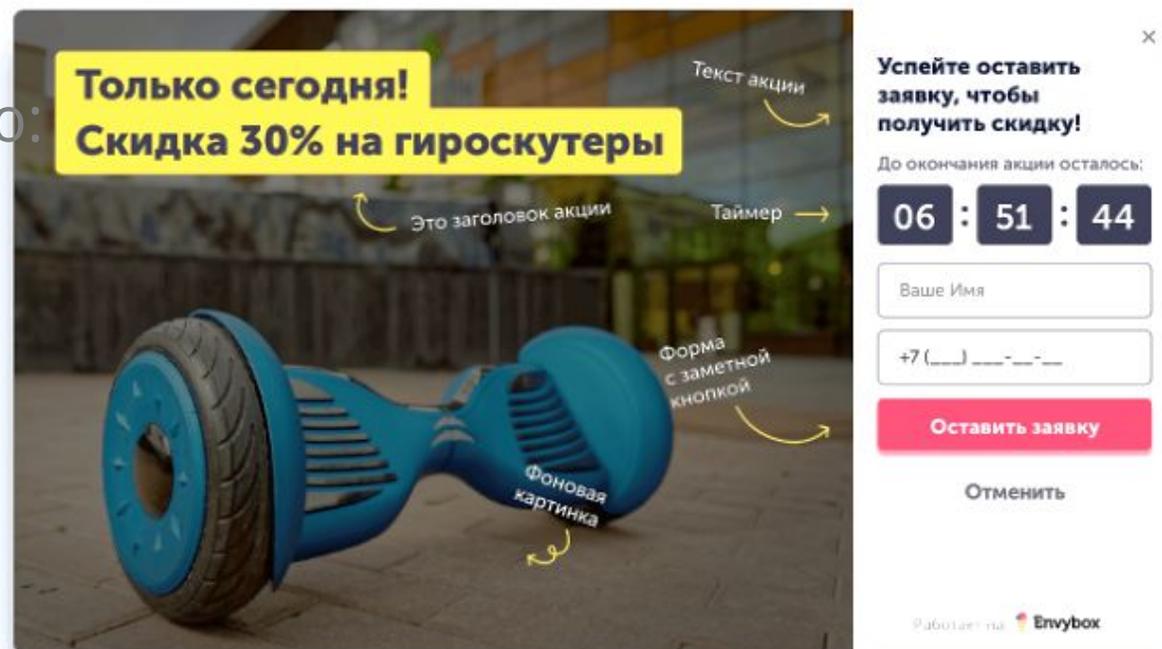
Элементы повышающие конверсию:

А

Additional элементы на странице:

- “Ловцы” – сервис всплывающих окон, призванных инициировать коммуникацию пользователя сайта с менеджером отдела продаж.

Триггерами могут быть нахождение на сайте определенное время, действия в определенном блоке, повторный заход на сайт и др.



ОПИСАНИЕ ПО БЛОКАМ

Элементы повышающие конверсию:

Additional элементы на странице:

- Обратный звонок – плавающая иконка, по клику на которой появляется рорип-окно для выбора канала коммуникации (Телефон, WhatsApp, Telegram) и окна заполнения имени и телефона (если выбран телефон).

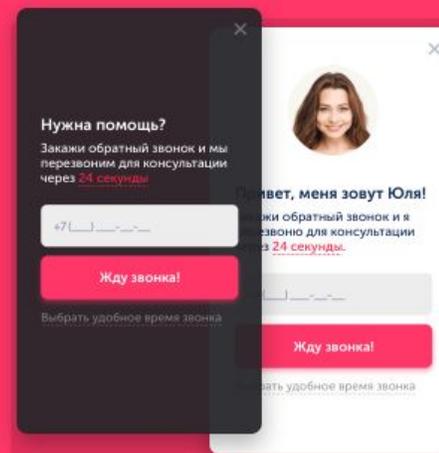
Сервис позволяет организовать расписание приема звонков тем или иным менеджером в то или иное рабочее время.

Запросы на обратный звонок в нерабочее время осуществляются системой в рабочие часы следующего дня.

Обратный звонок

Получайте в 3,8 раз больше звонков в день сразу после установки виджета на Ваш сайт, без увеличения расходов на рекламу.

Сервис окупает свой годовой тариф в первую же неделю.



Мультикнопка

Одна кнопка позволяет клиенту выбрать удобный способ для связи, скачать цифровой товар или перейти на страницу с акцией.



ОПИСАНИЕ ПО БЛОКАМ

Элементы повышающие конверсию:

А dditional функционал на странице:

- Матчинг – идентификация клиента, позволяющая определить контактные данные 10-30% посетителей сайта, даже если они не оставляли заявки и не звонили.

Далее возможно связаться с этими пользователями в рамках определенного скрипта коммуникации.



ОПИСАНИЕ ПО БЛОКАМ

Сбор лидов по всем каналам и аналитика:

C RM:

Все обращения пользователей по всем каналам, включая сайт, будут аккумулироваться в единой CRM.

На сегодняшний день мы подготовили воронку продаж в **CRM AMO** (в которой работает агентство). Здесь может быть выполнен быстрый старт продаж.

Дополнительно мы завели аккаунт и воронку в системе **Bitrix 24** на случай, если наличие итальянского языка в системе является принципиальным (если не подходит английский).

В случае выбора данной CRM потребуется около 2-х недель настройки.

Обработка и перенаправление телефонных номеров для всех стран будет осуществляться в рамках единой платформы виртуальной телефонии с интеграцией в одну CRM, что позволит осуществлять Единую аналитику по каналам и конверсиям.

Все лиды будут отмечаться тегами в зависимости от канала:

Сайт+страна, SMM+название рекл. объекта, SMM общий, Контекст+название рекл. объекта, RTB +название рекл. объекта, PDF+страна+название рекл. объекта, Полиграфия+язык+название рекл. объекта, Брендмауэр+локация.



Для формирования логики тегов по лидам, приходящим с сайта будет реализован необходимый программный код на PHP.

