

10-экранная модель продающего лендинга

Маркетинг и продажи



Спикер:
Валерий Домашенко

Валерий Домашенко

В интернет-маркетинге с 1999 года.

Создал с нуля 3 digital-агентства. Руководил разработкой и продвижением нескольких тысяч проектов, в т.ч. в ОАЭ, Дании, Франции, Германии, США, а также странах СНГ.

Приглашенный профессор по теме интернет-маркетинга в МГУ, ВШЭ, РАНХиГС и др.

Спикер в крупнейших школах интернет-маркетинга: Нетология, MAED, Деловая Среда, Coursera



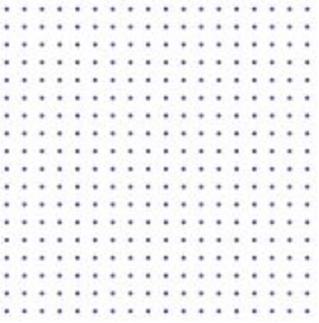
Валерий Домашенко

1. В сегменте услуг в B2B привлекли заказов на **12.000.000 рублей** за 3 месяца активной работы над проектом, с расходами в **950.000 рублей** в интернет-маркетинг
2. В интернет-магазине гаджетов **увеличили объем продаж с 2 до 40 миллионов рублей** в месяц за 3 месяца работы над проектом, при вложениях в интернет-маркетинг в размере **10% от оборота**.
3. В инвестиционной площадке за 9 недель привлекли **263 лида** на сумму заявок в **10.212.597.346 рублей** с инвестициями в нашу работу и трафик порядка 1 миллиона рублей.





Сайты и лендинги



Основные виды веб-сайтов

Можно выделить 5 ключевых типов сайтов:

1. **Одностраничный сайт**, чаще всего это лендинг или лонгрид
2. **Сайт – буклет**, и его более сложный вариант **каталог**
3. **Сайт – интернет-магазин**
4. **Сайт новостная лента – блог**
5. Сайт агрегатор различного типа контента – **информационный портал**

В бизнесе наиболее эффективны сайты 1,3,4 типов – про них мы и поговорим в основной части данного учебного курса.

Отличия лендингов от сайтов

Лендинг — Landing Page, «лендос» — это страница приземления, захвата или чаще всего — одностраничный продающий сайт.

Цель сайта — продажи и лидогенерация.

Задача лендинга — чтобы потенциальный клиент:

- увидел номер телефона и позвонил,
- сделал заказ обратного звонка,
- заполнил форму заказа
- совершил покупку в режиме реального времени, если есть возможность онлайн оплаты.

Почему лендинги так эффективны?

1. Чёткий **фокус**
 2. Отсутствие отвлекающих факторов
 3. **AIDA** или **PMPHS** и продающие триггеры
 4. **ABC**, **ODC** и **Call to action**
 5. Анализ и сплит тестирование
- 

Чёткий фокус



Лендинги создаются и проектируются таким образом, чтобы **наиболее точно соответствовать запросу**, по которому они продвигаются.

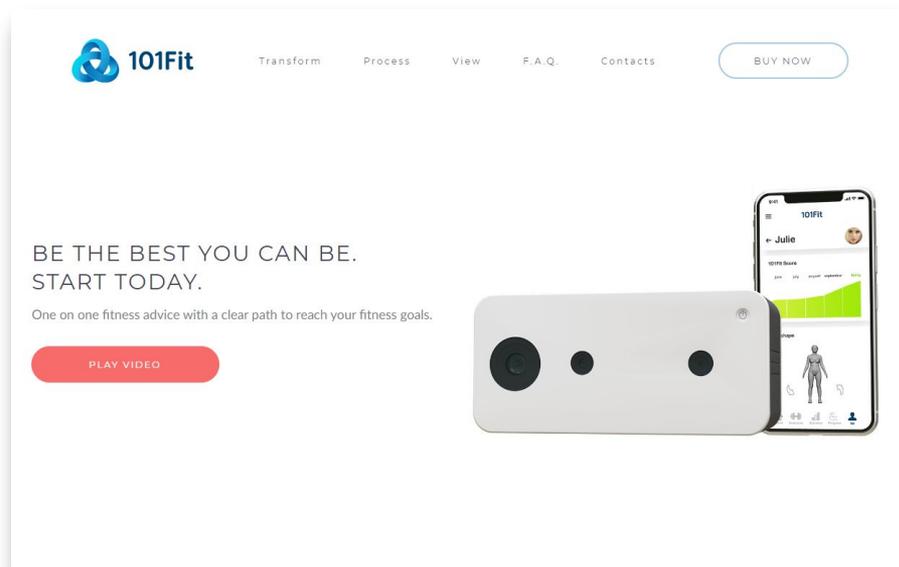
Предложение **единственного продукта узкой аудитории** делает лендинги очень эффективными: они предлагают то, что ищут, только тому, кто это ищет.

Пример - запросы: «разработка продающего сайта» или «разработка продающих сайтов под ключ недорого».

Отсутствие отвлекающих факторов

На лендинге вся информация представлена в сжатом виде, всё очень лаконично и ясно: сколько стоит, как купить и т.д.

Поэтому лендинг, всегда продвигает один продукт или услугу, либо очень схожие между собой товары.



Лонгриды vs лендинги

Лонгрид – большая статья, чаще всего подводящая клиента к покупке, либо просто информирующая о продукте/услуге – формирующая потребность.

В отличие от лендинга, лонгрид являет собой носитель информации скорее для читающей аудитории, т.е. содержит больше текста.

Мы разработали L&L — уникальный инструмент для создания лонгридов, лендингов, презентаций и интерактивных историй. Платформа L&L уже работает в 17 раз превышает спрос на персонализированные презентации. Мы делаем формат лонгридов и презентаций доступным.

Чтобы создать полноценный продукт, мы интегрируем контент, который является основой с цифровой сторителлингом, интерактивной формой и формой подачи информации. Так как в студии мы несли основную ответственность за создание и интеграцию с контентом, интерактивные презентации, у нас появились возможности персонализировать контент презентаций. Мы выбрали лучшие образцы и создали инструмент, который интегрирует контент и дизайн воедино.

Snow Fall
The New York Times

Into the Arctic
The New York Times

There is But One Game
The New York Times Magazine

Edward Snowden
The New York Times Magazine

Это название статьи: Snow Fall, The Arctic and Daniel Creek — интерактивные статьи от The New York Times, Into the Arctic — проект Google, интерактивный контент и иллюстрация проекта Google, There is But One Game — журнал Esquire, Edward Snowden — история с обложкой специального выпуска, персонализированная история и новая форма.

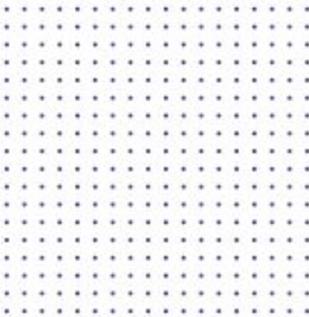
В отличие от статьи Snow Fall, The Arctic and Daniel Creek, опубликованной в 2012 году журналом The New York Times. Интерактивные истории и персонализированные презентации, разработанные этой командой на сайте компании и сайте USA, являются примером интерактивной презентации. Этот материал опубликован в журнале The New York Times, журнале Esquire, журнале Esquire и в 12 раз, в 13 раз, проинтервьюированы 16 раз, 11,000 иллюстраций, включая статьи и презентации. Интерактивные истории проекта Esquire, проект Esquire.

В 2015 году мы создали презентацию, но это была довольно сложная презентация. Были созданы презентации, были разработаны и созданы. Презентация и публикация персонализированной презентации The New York Times была на сайте The New York Times.

Презентация персонализированной формы, контент и история были интегрированы воедино. Обязательный элемент презентации — фото, видео, интерактивные карты презентации и интерактивный контент. К концу декабря 2015 года в презентации были — интерактивные персонализированные презентации.



10-экранная модель продающего лендинга



Типовой лендинг

1. **Первый экран:** заголовок + атмосферное изображение + форма захвата
2. Блок «**Цифры**»
3. Блок «**Преимущества**»
4. Блок «**Шаги**» (Как мы этого добьемся?)
5. Блок «**Цены**» (Сколько это стоит?)
6. Блок «**Команда**» (Кто мы?)
7. **Отзывы** клиентов
8. Дублируем **оффер**
9. Графическая **карта** проезда к офису
10. **Футер:** реквизиты компании + контактная информация

Нова+Дент
Персональные стоматологические клиники

Безболезненное и эффективное лечение зубов и имплантация в клиниках европейских стоматологических практик

8 (499) 877-59-65
Москва, Маршала Бирюзова, 7

Верни красоту улыбке со скидкой 20% за 1 день с помощью имплантов ведущих мировых производителей

За 30 минут консультации в подарок, вы получите:

1. Осмотр стоматолога-имплантолога и всех смежных специалистов
2. 3D компьютерная диагностика
3. Составление развернутого плана лечения / имплантации
4. Подробный рассказ о выборе имплантов, подходящих именно вам
5. Развернутые ответы на все ваши вопросы

Запишитесь на прием до 15 января и получите **6 000** рублей в подарок на услуги стоматологии

Телефон *

Имя

Записаться на осмотр

17 лет дарим вам здорово улыбки

23 796 установлено имплантов

217 стоматологов-экспертов

30 минут длительность консультации

100 лет гарантия на импланты

12 месяцев сопровождения стоматологом

Что должно быть на продающем сайте?

Лендинг лучше всего продаёт, когда он сделан в типовом наборе и последовательности блоков.

Нет единого правила, каким должен быть лендинг:

- коротким или длинным,
- должна быть кнопка на первом экране или нет, зелёная или красная

Окончательный ответ даст только один судья – покупатель, а мы поймём что ему нравится только по результатам сплит-тестирования (A/B тестирования).

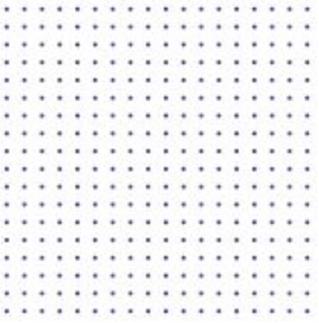
Core Product



- Запуск продаж мы будем делать именно с ЭТОГО продукта – **Core product**, а не любых других в предполагаемой линейке – ведь именно продажи в лоб лучший способ быстро проверить продукт, и принять решение о дальнейшем масштабировании или внесении изменений в модель.
- Это именно тот продукт, на котором мы хорошо масштабируемся и, по сути, это тот продукт, ради больших продаж которого мы и затеяли всю нашу воронку продаж, линейку продаж и пр.



Поэкранный разбор



80% успеха - первый экран

1. Проективная психология – восприятие страницы сайта
2. Экран визуально делится пополам по вертикали и по горизонтали.
3. Верхняя половина — эмоция. Первые 2 секунды мы воспринимаем любой контекст эмоционально.
4. Нижняя половина — рациональность.
5. Левая половина — прошлое.
6. Правая половина — будущее.
7. Исходя из этого, первый экран читается Z-образно: из левого верхнего угла в правый, потом в левый нижний, затем в правый нижний (где кнопка “Купить”)



Продающие триггеры



«Триггер» — это некий раздражитель или стимулятор определённых действий.

Среди продающих триггеров есть **2 основных типа**:

- те, которые вызывают доверие;
- те, которые стимулируют покупку прямо сейчас, некоторые из триггеров также относятся к обоим типам в той или иной мере.

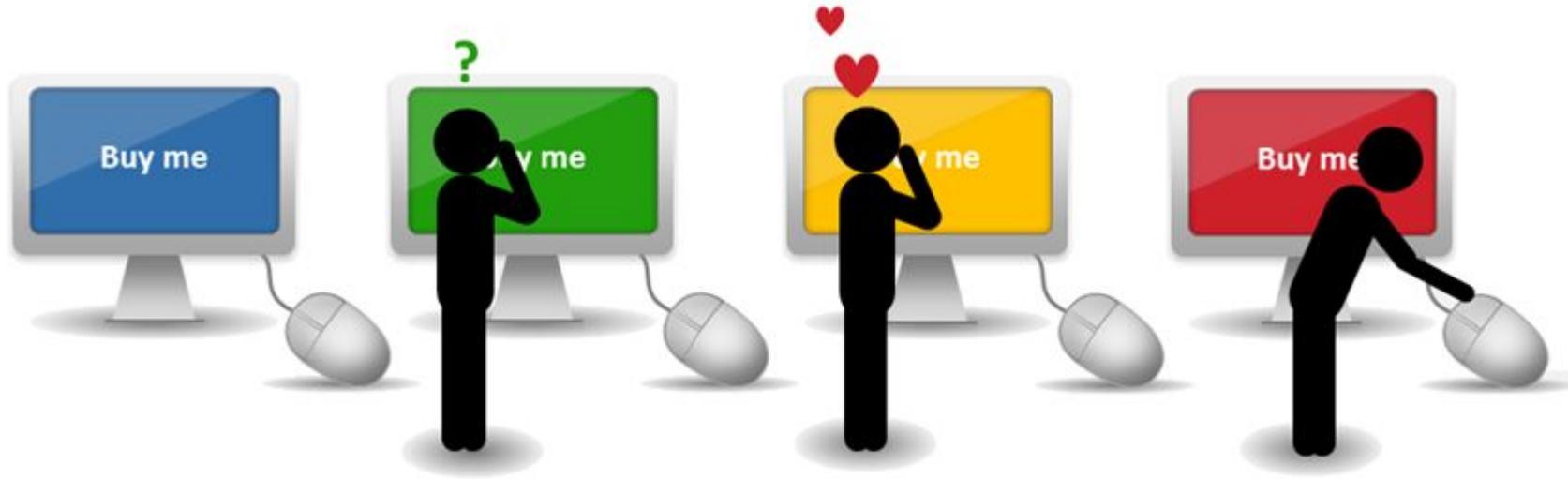
Продающие триггеры

К стимулирующим быструю покупку прямо сейчас относятся, как правило, триггеры, расположенные на первом экране:

1. Шапка лендинга
2. Дескриптор
3. Изображение
4. Продающий оффер:
 - Призыв к действию
 - Акция
 - Ограничение предложения
 - Кнопка заказа



Модели PMPHS и AIDA



Attraction

Привлечение

Interest

Интерес

Desire

Желание

Action

Действие

Модели PMPHS и AIDA

Модель «болей» PMPHS — Pain —
More Pain — Hope — Solution

- Боль \ Больше боли \ Надежда \ Решение
- Если человек не понимает риски, можно сделать “пугающий” лендинг (указать на эти риски, дать надежду и предложить решение)



Дизайн, который продает

Чтобы Ваш сайт удерживал посетителей и хорошо продавал, он должен отвечать на следующие вопросы сразу в «шапке»:

1. Пришёл. «Куда я попал?»
2. Увидел. «Что здесь дают?»
3. Купил. «Как мне это получить?»

Нова+Дент
Европейские стоматологические практики

Безболезненное и эффективное лечение зубов и имплантация в клиниках европейских стоматологических практик

8 (499) 877-59-65
Москва, Маршала Бирюзова, 7

Верни красоту улыбке со скидкой 20% за 1 день с помощью имплантов ведущих мировых производителей

Запишитесь на прием до 15 января и получите **15 000** рублей в подарок на услуги стоматологии

За 30 минут консультации в подарок, вы получите:

1. Осмотр стоматолога-имплантолога и всех смежных специалистов
2. 3D компьютерная диагностика
3. Составление развернутого плана лечения / имплантации
4. Подробный рассказ о выборе имплантов, подходящих именно вам
5. Развернутые ответы на все ваши вопросы

17 лет дарим вам здоровые улыбки

23,736 установлено имплантов

217 стоматологов-экспертов

30 минут длительность консультации

100 лет гарантия на импланты

12 месяцев сопровождения стоматологом

Телефон *

Имя

Записаться на осмотр

Шапка лендинга

Нова+Дент
Европейские стоматологические практики

Безболезненное и эффективное лечение зубов и имплантация в клиниках европейских стоматологических практик

8 (499) 877-59-65
Красногорск, Подмосковный б-р, 5



Куда я попал?

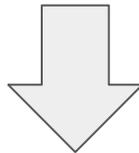


Что здесь дают?



Как мне это получить?

Дескриптор — важнейший из продающих триггеров



Нова+Дент
Европейские стоматологические практики

Безболезненное и эффективное лечение зубов и имплантация в клиниках европейских стоматологических практик

8 (499) 877-59-65
Красногорск, Подмосковный б-р, 5

Логотип

Важно понимать, что логотип должен ответить на вопросы:

1. «КУДА я попал?»
2. Что это обозначает?

ОБЯЗАТЕЛЬНО, добавьте снизу логотипа подпись: строительная компания, интернет-магазин мягкой мебели, академия интернет-продаж и пр.



КЛИНИКА ФЛЕБОЛОГИИ
И ЛАЗЕРНОЙ ХИРУРГИИ

ДОСТИЖЕНИЯ НАУКИ У ВАШИХ НОГ

Нова+Дент
Европейские стоматологические практики



Леге Артис
офтальмологическая клиника

Дескриптор

Дескриптор — первый продающий триггер.

Дескриптор работает в паре с логотипом именно в части — пришёл увидел — т.е. получил ответы на вопросы: Куда я попал и Что здесь дают? (Какую свою потребность я закрою с помощью этого сайта?)

В идеале дескриптор должен отвечать на вопросы:

- Куда попал?
- Что продают?
- Кому или Где?



**Безболезненное и эффективное
лечение зубов и имплантация в
клиниках европейских
стоматологических практик**

**Микрохирургия катаракты в Москве
в клинике врачей Лапочкиных**

**Безболезненное и эффективное
лечение варикозного расширения
вен с помощью современных
технологий**

Контакты (адрес и телефон)



Обязательно номер прямого городского телефона (если его нет, мы его регистрируем у провайдера IP-телефонии)

Адрес вашего офиса (без лишней информации, только название города, улицы и номер дома)

Если у вас ещё нет офиса, пишите адрес квартиры, коворкинга, кафе

Адрес и телефон должны быть без лишней информации и лишних знаков (без дефисов, скобок, сокращений «д.», «кв.» и тп.)

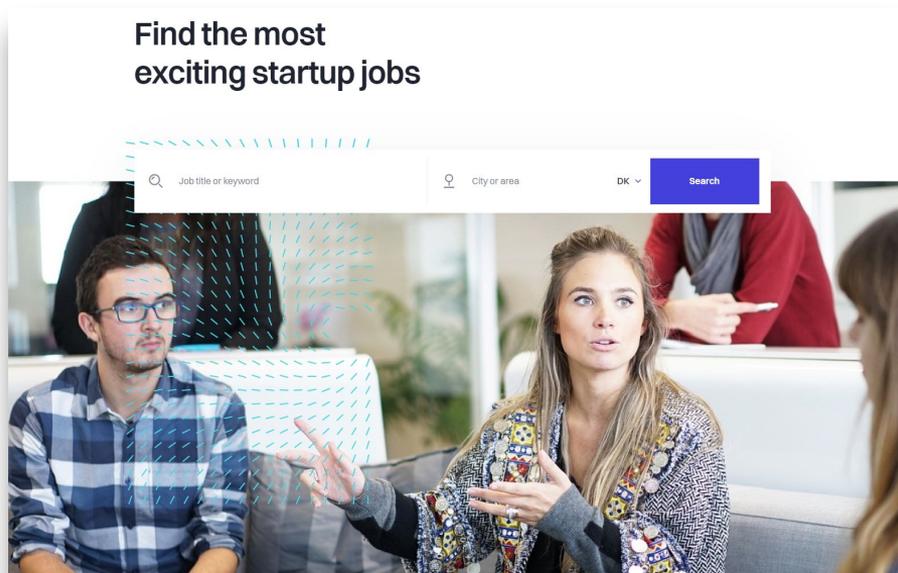
+7 495 128 94 93

Москва, Пресненская наб., 12

Имиджевое изображение

В основной части экрана, больше в верхней его половине — обязательно должно быть имиджевое изображение — это так называемая атмосферная картинка.

Изображение может быть на весь первый экран



Имиджевое изображение

1. Картинка должна соответствовать представлению потенциального клиента, только тогда он будет изучать весь лендинг.
2. Картинка должна передавать нужную эмоцию.
3. Образ на картинке должен смотреть в сторону формы захвата.
4. Фотография должна быть **качественная**.
5. Если нет своих картинок, зайдите на pixabay.com, а лучше купите хорошую картинку в фотобанке.
6. Люди на картинке должны быть, если не реальные живые клиенты, то хотя бы похожие на целевую аудиторию.

Нова+Дент
Европейские стоматологические практики

Безболезненное и эффективное лечение зубов и имплантация в клиниках европейских стоматологических практик

8 (499) 877-59-65
Москва, Маршала Бирюзова, 7

Верни красоту улыбке со скидкой 20% за 1 день с помощью имплантов ведущих мировых производителей

За 30 минут консультации в подарок, вы получите:

1. Осмотр стоматолога-имплантолога и всех смежных специалистов
2. 3D компьютерная диагностика
3. Составление завернутого плана лечения / имплантации
4. Подробный рассказ о выборе имплантов, подходящих именно вам
5. Развернутые ответы на все ваши вопросы

Запишитесь на прием до 15 января и получите **15 000** рублей в подарок на услуги стоматологии

Телефон *

Имя

Записаться на осмотр

17 лет дарим вам здоровые улыбки

23,736 установлено имплантов

217 стоматологов-экспертов

30 минут длительность консультации

100 лет гарантия на импланты

12 месяцев сопровождения стоматологом

Оффер



ОФФЕР — самый главный призыв лендинга (ключевое продающее предложение лендинга). Если дескриптор — это объяснение то, чем занимается компания вообще, то оффер — это то, что мы предлагаем купить именно сейчас именно на этом лендинге.

Оффер по модели **4U**. Она включает в себя 4 составляющие:

- **Полезность (Usefulness)** — Какую выгоду/пользу получит ваш клиент от вашего предложения? Какую проблему решит (как вариант)?
- **Ультра-специфичность (Ultraspecificity)** — насколько ваше предложение по достижению этой пользы выгоднее для клиента — очень важно именно в конкретных цифрах выразить эту мысль.
- **Срочность (Urgency)** — ну тут всплывают наши любимые приёмы из постановок цели по SMART и формулировании офферов по ODC (про это будет ниже) — первое правило тайм-менеджмента «Цель не ограниченная по времени — это мечта». Укажите точно за какой срок ваш клиент получит пользу.
- **Уникальность (Uniqueness)** — За счёт чего вы это сделаете? С помощью какой уникальной технологии/функции/еще чего-то вы это сделаете?

Зависимость конверсии в продажу от цены в оффере

			Количество консультаций	Количество назначений	Плановое количество ЭВЛК	Процент принятия лечения	
Лендинг 490							
1	30.12.2019	05.01.2020	11	6	3	50%	
2	06.01.2020	12.01.2020	17	7	2	29%	
3	13.01.2020	19.01.2020	77	41	23	56%	
4	20.01.2020	26.01.2020	16	8	5	63%	
5	27.01.2020	02.02.2020	3	3	2	67%	
			124	65	33	51%	27%
				52%			
ГИЛМОН 490							
3	13.01.2020	19.01.2020	22	12	3	25%	
4	20.01.2020	26.01.2020	32	11	3	27%	
5	27.01.2020	02.02.2020	4				
			58	23	6	26%	10%
				40%			
Лендинг 990							
2	06.01.2020	12.01.2020	47	30	24	80%	
3	13.01.2020	19.01.2020	21	12	9	75%	
4	20.01.2020	26.01.2020	82	49	25	51%	
5	27.01.2020	02.02.2020	91	64	42	66%	
5	03.02.2020	09.02.2020	34	17	13	76%	
			275	172	113	66%	41%
				63%			
Лендинг Конс. 0 руб при УЗИ за 790							
5	03.02.2020	09.02.2020	63	35	21	60%	
7	10.02.2020	16.02.2020	62	19	8	42%	
3	17.02.2020	23.02.2020	7	1	1	100%	
			132	55	30	55%	23%
				42%			
Лендинг Конс + УЗИ за 790 для всех							
7	10.02.2020	16.02.2020	19	10	5	50%	
3	17.02.2020	23.02.2020	12	5	3	60%	
			31	15	8	53%	26%
				48%			

Оффер

Примеры:

- **Повысим Ваши продажи в 3 раза за 12 недель при помощи сквозной аналитики**
- **Консультация сосудистого хирурга-флеболога + УЗИ вен ног всего за 990 рублей до 31 января**
- **Диагностика и лечение заболеваний традиционными китайскими методами. Результат уже через 3 сеанса.**

Лучший тренажер, который поможет вам научиться легко формулировать офферы по 4u:

<https://lp4u.ru/4u-zagolovki/>



Верни красоту улыбке со скидкой 20% за 1 день с помощью имплантов ведущих мировых производителей

Оффер



УДВОЙТЕ КОЛИЧЕСТВО ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ КЛИЕНТОВ ЗА 1 МИНУТУ С ПОМОЩЬЮ ПРОДАЮЩЕГО ЗАГОЛОВКА ПО ТЕХНОЛОГИИ ПУСУ (4U, 4Ю)

В первые 6-10 секунд посетитель сайта принимает решение остаться на сайте или нет

Генератор заголовков 4U, 4Ю, ПУСУ помогает создать продающий заголовок. С помощью него Вы сможете очень сильно увеличить число посетителей, которые приняли решение остаться на сайте.

Ответьте на вопросы и впишите ответы в поле рядом, затем нажмите кнопку "получить заголовок":

П - Полезность (usefulness)

Какую пользу вы предоставите Вашему клиенту, какую проблему решаете?

Например: Отбеливание зубов, Делаем дом теплее, увеличиваем конверсию сайта

У - Ультраспецифичность (ultraspecificity)

На сколько это выгоднее (лучше, быстрее, дешевле и т.п.) в деньгах, цифрах, процентах и т.п.?

Например: на 2 тона, на 10 градусов, в два раза

С - Срочность (urgency)

За какой промежуток времени клиент это получит?

Например: после двух сеансов, уже через 2 часа, за 1 день

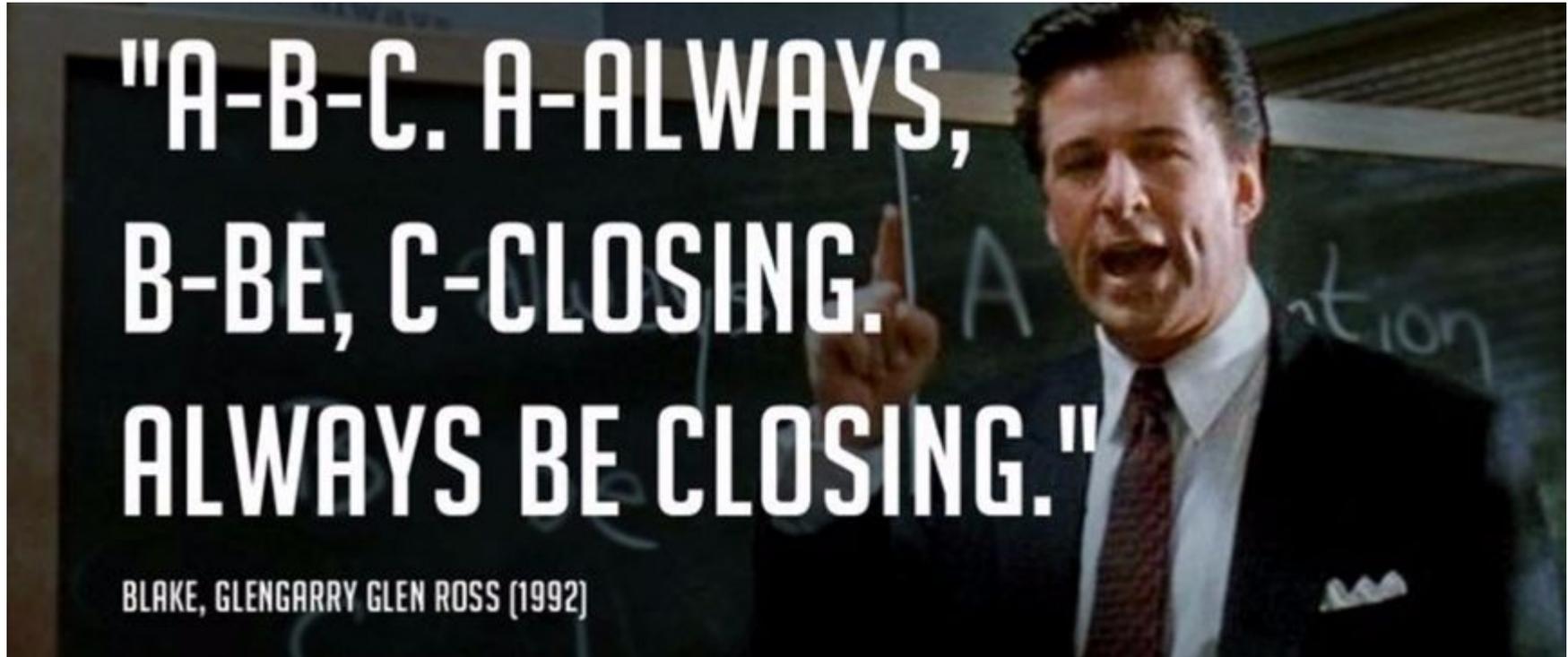
У - Уникальность (uniqueness)

С помощью чего Вы это сделаете? В чем уникальность данной выгоды по сравнению с аналогами?

Например: используя инновационную пасту ClearFix, с помощью дров повышенной энергоёмкости, с помощью заголовков ПУСУ

Получить заголовок

ABC и call to action



BLAKE, GLENGARRY GLEN ROSS (1992)

Форма захвата

1. Форма захвата всегда должна быть **справа**, ведь у людей читающих слева-направо, взгляд всегда «соскальзывает» вправо и он должен останавливаться на «конвертирующем» элементе, а не «скатываться» с него
2. Вот и сейчас: Вам сложно сосредоточиться на этом тексте, потому что Вы постоянно «стекаете» к форме!

Нова+Дент
Европейские стоматологические практики

Безболезненное и эффективное лечение зубов и имплантация в клиниках европейских стоматологических практик

8 (499) 877-59-65
Москва, Маршала Бирюзова, 7

Верни красоту улыбке со скидкой 20% за 1 день с помощью имплантов ведущих мировых производителей

Запишитесь на прием до 15 января и получите **15 000** рублей в подарок на услуги стоматологии

За 30 минут консультации в подарок, вы получите:

1. Осмотр стоматолога-имплантолога и всех смежных специалистов
2. 3D компьютерная диагностика
3. Составление развернутого плана лечения / имплантации
4. Подробный рассказ о выборе имплантов, подходящих именно вам
5. Развернутые ответы на все ваши вопросы

Телефон *

Имя

[Записаться на осмотр](#)

17 лет дарим вам здоровые улыбки

23.736 установлено имплантов

217 стоматологов-экспертов

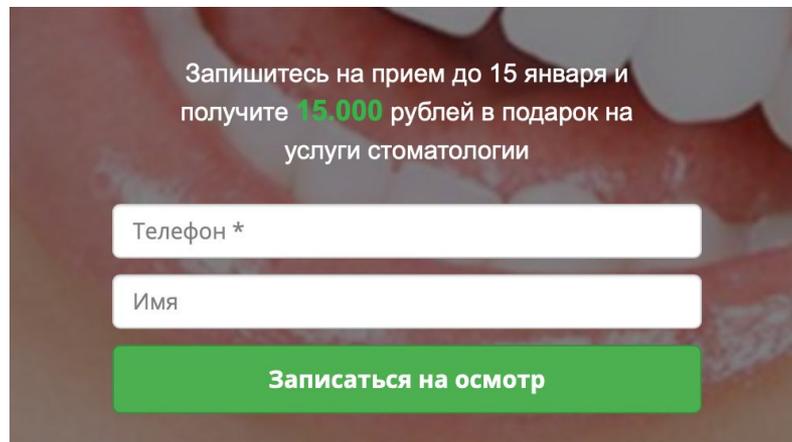
30 минут длительность консультации

100 лет гарантия на импланты

12 месяцев сопровождения стоматологом

Субоффер для формы захвата

1. Мотивируйте посетителя на заполнение формы. Чаще всего используется приём «**ODC = Offer + Deadline + Call-to-Action**», ну или его аналог «**OLC = Offer + Limited + Call-to-Action**».
2. **Оффер** нужно его усилить, чтобы человек прямо сейчас откликнулся. Чтобы отделить его от основного предложения называем его **субоффер**.
3. **Дедлайн** — ограничение предложения по времени на короткий срок — до конца месяца, лучше до конца недели. Иногда вместо дедлайна используется ограничивающий триггер «**лимит**». Если с дедлайном будет: «купи до такого-то числа и получи в подарок», то с лимитом будет «первые 7 покупателей получат в подарок».
4. **Колл-ту-экшен** — призыв к действию: сделай что-то (призыв), до такого-то (дедлайн) и получи то-то дополнительно к основной выгоде (субоффер).



Запишитесь на прием до 15 января и получите **15 000** рублей в подарок на услуги стоматологии

Телефон *

Имя

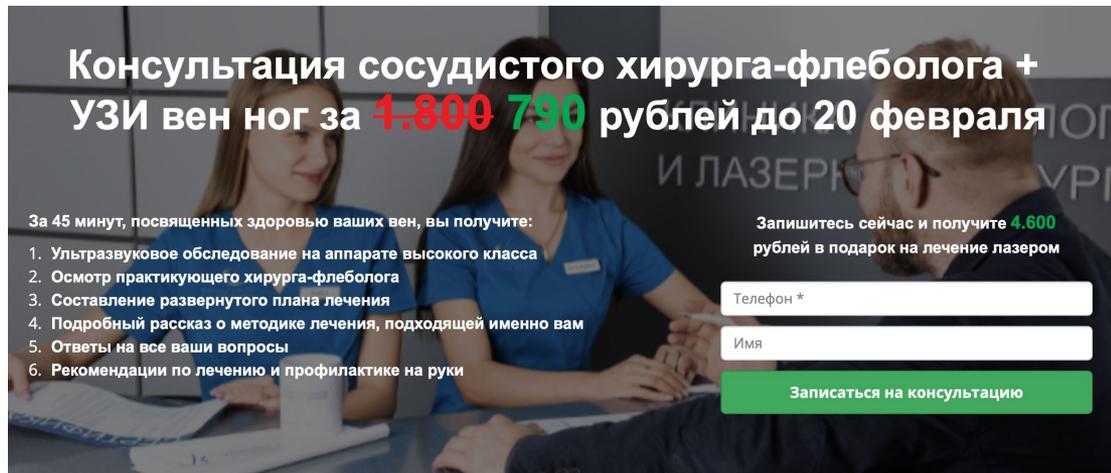
Записаться на осмотр

Субоффер для формы захвата

Желательно, чтобы субоффер усиливал предложение в правильную сторону, в некое «превосхождение ожиданий» по основной продаже, которую вы бы и так дали, чтобы сформировать хорошую удовлетворенность у клиента.

По сути надо придать ценность тому, что вы были готовы подарить итак, чтобы помочь клиенту. Для опоздавших это будет понятная мотивированная допродажа или сверх бонус за какие-либо действия в вашу сторону.

Очень хорошо, когда вы подарку присваиваете ценность сразу же



Консультация сосудистого хирурга-флеболога + УЗИ вен ног за ~~1.800~~ 790 рублей до 20 февраля

За 45 минут, посвященных здоровью ваших вен, вы получите:

1. Ультразвуковое обследование на аппарате высокого класса
2. Осмотр практикующего хирурга-флеболога
3. Составление развернутого плана лечения
4. Подробный рассказ о методике лечения, подходящей именно вам
5. Ответы на все ваши вопросы
6. Рекомендации по лечению и профилактике на руки

Запишитесь сейчас и получите **4.600** рублей в подарок на лечение лазером

Телефон *

Имя

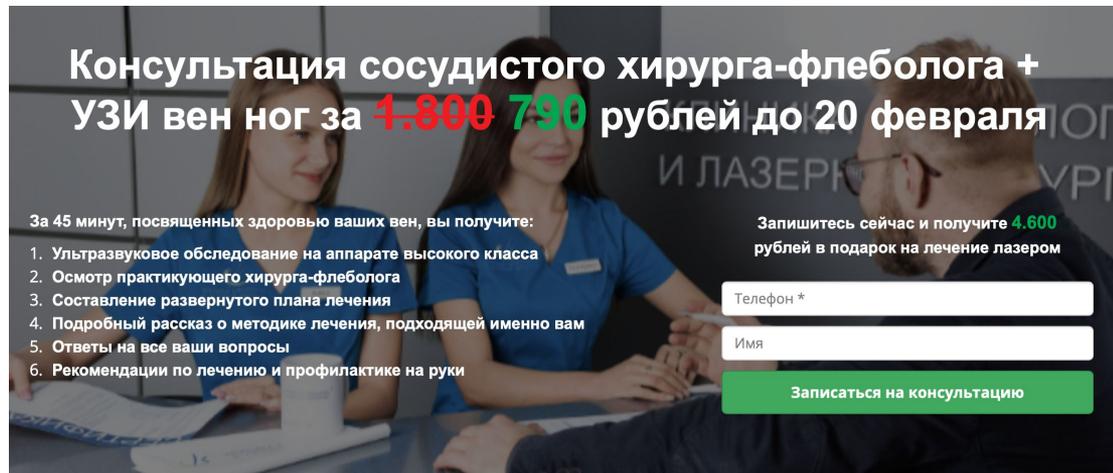
Записаться на консультацию

Статистика форм захвата

ID Контента	Красота + Опасный варикоз
Названия строк	Количество из Форма
Запись на консультацию первый экран	31
Запись на консультацию средний экран	8
Запись по тарифу	7
Запись на прием в клинику - контакты	5
Запись на консультацию нижний экран	5
Запись к Архипову	2

Правила СТА (call-to-action) кнопки

1. Кнопка должна **быть**.
2. Кнопка должна быть **одна**.
3. Кнопка должна быть **зелёная**.
4. Надпись на кнопке должна содержать текст, не столько приказывающий «ЖМИ», а сколько гарантирующий результат клиенту «Получи подарок»
5. Если на имиджевой картинке есть лицо, то взгляд желательно на кнопку



Консультация сосудистого хирурга-флеболога + УЗИ вен ног за ~~1.800~~ 790 рублей до 20 февраля

За 45 минут, посвященных здоровью ваших вен, вы получите:

1. Ультразвуковое обследование на аппарате высокого класса
2. Осмотр практикующего хирурга-флеболога
3. Составление развернутого плана лечения
4. Подробный рассказ о методике лечения, подходящей именно вам
5. Ответы на все ваши вопросы
6. Рекомендации по лечению и профилактике на руки

Запишитесь сейчас и получите **4.600** рублей в подарок на лечение лазером

Телефон *

Имя

Записаться на консультацию

Блок убеждения (social proof)

В верхней части любого изображения – **зона эмоции** – поэтому там имиджевая/атмосферная картинка – стимулирующая эмоцию заключить с нами сделку.

В нижней части изображения (плаката, экрана, щита 3x6 и пр.) обычно включается рациональная часть мозга. А что любит «рацио»? Конечно же факты, а в идеале «оцифрованные факты» — т.е. **цифры**.



10 лет лечим
заболевания
вен



25.736
счастливых
пациентов



5 сосудистых
хирургов-
флебологов



45 минут
занимает
консультация



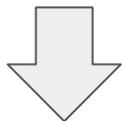
3 степени
контроля
качества



12 месяцев
бесплатного
наблюдения

Блок убеждения (social proof)

Первые 3 цифры, которые относятся к левой половине экрана и относятся к прошлому должны быть про «прошлые успехи и достижения» и здесь лучше указать цифры про опыт компании вообще и в реализации подобных проектов.



10 лет лечим
заболевания
вен



25.736
счастливых
пациентов



5 сосудистых
хирургов-
флебологов



45 минут
занимает
консультация

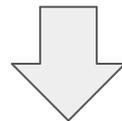


3 степени
контроля
качества



12 месяцев
бесплатного
наблюдения

Вторые 3 цифры, которые находятся в правой половине экрана, лучше всего отнести непосредственно к самому продукту/офферу: потенциальным результатам от его использования, преимуществам и пр.



Что вы получите



ПОЗАБОТЬТЕСЬ О СЕБЕ

Проверьте здоровье вен ног

Пройдите профессиональную и точную УЗИ диагностику за 45 минут. Исключите заболевания вен и любые осложнения.

БУДЬТЕ ЗДОРОВЫ

Получите план лечения

Определитесь с вариантом лечения, подходящим лично вам. Врач доступно объяснит рекомендованные процедуры и результаты, ответит на все вопросы.



ЖИВИТЕ БЕЗ БОЛИ

Устраните боль в ногах навсегда

Почувствуйте быстрое облегчение сразу после безболезненного лечения варикоза лазером за одну процедуру.

Процедура ЭВЛК рекомендуется только после обязательного УЗИ обследования вен врачом-флебологом. Подробнее: <https://nekimivaidicos.ro/treatment-options/endovenous-laser-coagulation/>

Блок 6 шагов

Как проходит консультация



1. Осмотр врачом флебологом с большим практическим опытом



2. Ультразвуковое обследование вен на аппарате экспертного класса



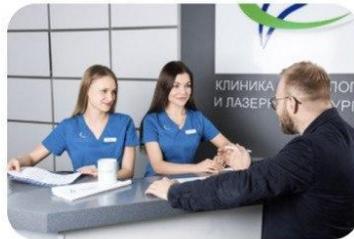
3. Подробное обсуждение рекомендованной методики лечения



4. Составление индивидуального плана лечения на базе обследования



5. Развернутые ответы на все вопросы от врача флеболога



6. Обязательная выдача заключения врача и лечебных рекомендаций в письменном виде по итогам консультации

Блок 3 цены

Пользователь получает выбор, но по статистике выбирают:

- 60% - среднюю цену,
- 25% - VIP
- 15% - эконом

Стоимость услуг

Что входит в тарифные пакеты	Консультация хирурга-флеболога	Консультация + УЗИ вен ног	Консультация главного врача
	1.000 ₹	1.800 ₹ 790 ₹	3.700 ₹
1. Консультация хирурга-флеболога	✓	✓	✓
2. Разработка индивидуального плана лечения	✓	✓	✓
3. УЗИ вен нижних конечностей на ультразвуковом аппарате высокого класса с комплексной оценкой показателей кровотока	✗	✓	✓
4. Консультация ведущего хирурга-флеболога, научного руководителя клиники, к.м.н. Борсук Д.А.	✗	✗	✓

Сколько это стоит

Полное предоперационное обследование на катаракту – 2500 рублей

Стандарт	Бизнес 	Премиум	VIP 
			
Сферическая AcrySof Natural ®	Асферическая AcrySof IQ ®	Торическая AcrySof IQ Toric ®	Мультифокальная AcrySof IQ ReSTOR ®
<ul style="list-style-type: none">✓ Факзмультисификация катаракты✓ Искусственный хрусталик✓ Анестезия✓ Месяц наблюдения✗ Исправление астигматизма	<ul style="list-style-type: none">✓ Факзмультисификация катаракты✓ Искусственный хрусталик✓ Анестезия✓ Месяц наблюдения✗ Исправление астигматизма	<ul style="list-style-type: none">✓ Факзмультисификация катаракты✓ Искусственный хрусталик✓ Анестезия✓ Месяц наблюдения✓ Исправление астигматизма	<ul style="list-style-type: none">✓ Факзмультисификация катаракты✓ Искусственный хрусталик✓ Анестезия✓ Месяц наблюдения✓ Очки для чтения не нужны!
59 500 ₹	69 500 ₹	88 500 ₹	98 500 ₹
ЗАКАЗАТЬ	ЗАКАЗАТЬ	ЗАКАЗАТЬ	ЗАКАЗАТЬ

Модель AIDA на экране “О нас”

Что это означает эта модель в применении к тексту «О компании»

- **Attraction:** Мы организовали эту компанию, чтобы сделать наших клиентов самыми счастливыми.
- **Information:** Для того, чтобы сделать наших клиентов счастливыми мы делаем раз (продаём продукт 1), делаем два (продаём продукт 2), делаем 3 (продаём продукт 3).
- **Decision:** Мы лучше всех поможем вам стать счастливыми потому что: достижение 1, достижение 2, достижение 3
- **Action:** Будем рады видеть вас среди наших клиентов и сделать Вас счастливыми.

Понятно, что данное условное «счастье», мы формулируем в категориях, в которых клиент декларирует запрос на своё «счастье-мечту» в переговорах.

“О нас”

О наших клиниках

Стоматология НоваДент

Мы работаем, чтобы вы улыбались. Красивая и здоровая улыбка - незаменимый помощник вашей жизни. Мы создали НоваДент, чтобы ваши улыбки делали вас счастливыми каждый день.

Ради ваших улыбок уже 17 лет мы работаем 24/7. Мы регулярно покупаем для вас самое современное и качественное оборудование. Все наши врачи ежегодно повышают квалификацию в ведущих международных центрах инноваций в области стоматологии.

На первом месте в нашей работе стоит счастливый и здоровый пациент. Чтобы это обеспечить, мы:

- ведем строгий контроль на всех этапах лечения;
- занимаемся постлечебной профилактикой;
- проводим ежегодное обслуживание, обеспечивающее пожизненный срок службы имплантатов.

^ Узнать больше

К каждому пациенту мы применяем индивидуальный подход с учетом персональных физиологических и возрастных особенностей.

За 17 лет мы добились следующих результатов:

- открыли 15 клиник в лучших районах Москвы и Московской области;
- в нашей команде работает более 200 ведущих врачей и экспертов в области стоматологии, более 100 из них врачи высшей категории, из них 30 кандидатов и докторов медицинских наук;
- на сегодняшний день мы установили более 23 тысяч имплантатов, и сделали счастливыми более 1 000 000 пациентов.

В 2019 году в НоваДент стартовал уникальный проект в категории Green Life.



Мы используем только Европейские стоматологические практики...

Записаться на прием

Обязательные блоки

1. Блок с отзывами клиентов
2. Блок фотографий до/после
3. Блок раскрытия экспертности
4. Блок рейтингов
5. Блок снятия страхов и возражений
6. Блок о профессиональном оборудовании
7. Блок с сертификатами, лицензиями на деятельность



Отзывы пациентов нашей клиники

Отзыв пациента Клиник... [Смотреть позже](#) [Поделиться](#)

КЛИНИКА ФЛЕБ И ЛАЗЕРНОЙ ХИРУРГИИ

Наталья, 31.03.2019

Бывают бесплатные больницы и поликлиники — там работают издерганные врачи, и сидят грустные, уставшие от ожидания пациенты. Бывают платные клиники — там работают сильные врачи, сидит вышколенный персонал с фальшивыми улыбками, а пациенты постоянно оценивают, стоит ли всё вокруг тех денег, которые они заплатят. Но, к счастью, бывает и третий вариант — платные клиники, в которых вам постараются помочь, а не обогатиться за ваш счёт. Именно таким редким и приятным исключением оказалась Клиника флебологии и лазерной хирургии города Челябинска.

[Читать отзыв](#)

Ольга, 27.10.19

Увидев на сайте клиники фото Константина Олеговича, я интуитивно решила, что мой муж должен попасть именно к этому доктору. Его внешнее обаяние покорило своей естественностью, это не маска, а отражение какой-то внутренней добродетельности, открытости и свободы (свободы от всякого негатива). Просто хорошее лицо. Оно не должно обмануть... И я не ошиблась.

[Читать отзыв](#)

Отзыв пациента Клиник... [Смотреть позже](#) [Поделиться](#)

КЛИНИКА ФЛЕБЛОГИИ И ЛАЗЕРНОЙ ХИРУРГИИ

Блок с отзывами клиентов

Лучшая рекомендация – это всегда отзыв довольного клиента.

1. Видеоотзывы
2. Тексты на фирменном бланке клиентов с подписью и печатью
3. Отзывы в соц сетях

Отзывы пациентов наших клиник

Любовь

Для меня это лучшая клиника и самые замечательные доктора, спасли мои зубы после неудачной ортодонтии. Мне погубили здоровые зубы горе-врачи из госки. Врачам клиники НоваДент, я благодарна как никому другому.

Павел

Хожу к знакомой, которая работает в этой стоматологии. Всегда без проблем лечит мои клыки. В последний раз лечил десну, никогда бы не подумал, что с ней может что то случиться, но как только она опухла и начала болеть, сразу пришел к знакомой и она меня подлечила. Не знаю как в других клиниках НоваДент, но здесь отлично лечат, особенно знакомая)

Отзыв пациентки, которой установили 4 импланта

Отзыв пациентки, которой поставили имплант 5 минут назад

Блок до/после



Блок раскрытия экспертности

Руководитель клиники

Бóрсук Денис Александрович

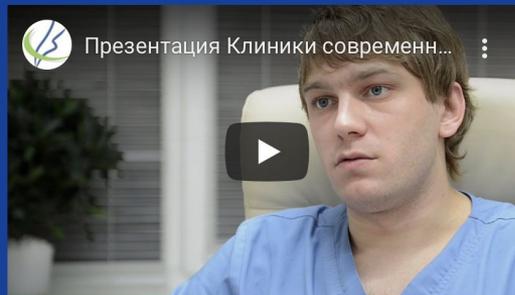
Руководитель сети клиник,
кандидат медицинских наук

Основатель и научный руководитель сети клиник – доктор Бóрсук Денис Александрович, с первого дня своей карьеры ставил только самые высокие цели.

После окончания медицинского ВУЗа, под руководством своего учителя - профессора Фокина Алексея Анатольевича, находившегося на тот момент в должности Консула от России в Европейском обществе сосудистых хирургов, защитил кандидатскую диссертацию в Институте хирургии им. А.В. Вишневского (Москва). После защиты продолжал трудиться в государственной медицине, за время работы в которой стажировался в Германии, Швеции и ряде других европейских стран.

В 2014 году Денис Александрович основал **первую Клинику флебологии**, и сразу организовал на ее базе университетскую площадку "Кафедры хирургии института дополнительного профессионального образования". Таким образом, активно занимаясь не только ежедневной практической, но и научной деятельностью, уже к 2018 году успел прочитать лекции в 15 странах по всему миру, на 5 континентах.

∨ Узнать больше



Чем отличается наша клиника от большинства других в России? Все стараются учиться за рубежом, мы же за рубежом обучаем...

Записаться на консультацию

Блок рейтингов

Народный рейтинг клиники

prodoctorov

4,6 / 5



Яндекс Карты

4,4 / 5



GIS

4,5 / 5



Flamp

4,7 / 5



Google

4,4 / 5



Med74.RU

9,5 / 10



ZON

4,2 / 5



docdoc

4,1 / 5



Доверие к компании



Я всегда **больше доверяю** компании у которой есть:

- прямой городской телефон,
- адрес физического офиса,
- конкретные фотографии сотрудников, которые работают.

Я **НЕ доверяю** компаниям у которых:

- нет телефона в контактах, или он сотовый,
- нет адреса проезда к офису,
- почта на бесплатном домене (на мейле, рамблере и пр. — для сотрудников компании это несерьёзно),
- отсутствие информации о сотрудниках,
- нет отзывов!

Часто задаваемые вопросы

Часто задаваемые вопросы

ЧЕМ ВЫ ЛЕЧИТЕ?



А ПОСЛЕ ОПЕРАЦИИ ВИДНО ЧТО-НИБУДЬ НА НОГЕ?



МОЖНО ЛИ ВЫЛЕЧИТЬСЯ ЛАЗЕРОМ?



СКОЛЬКО НУЖНО НАБЛЮДАТЬСЯ У ДОКТОРА?



КАКАЯ ОЧЕРЕДЬ НА ОПЕРАЦИЮ?



СКОЛЬКО СЕАНСОВ НУЖНО ПРОЙТИ?



МОЖНО ЛИ СДЕЛАТЬ СРАЗУ ОПЕРАЦИЮ?



ВСЕ ВЕНЫ ВЫЛЕЗАЮТ ОБРАТНО?



Повторение оффера



Консультация сосудистого хирурга-флеболога +
УЗИ вен ног за ~~1.800~~ 790 рублей до 20 февраля

За 45 минут, посвященных здоровью ваших вен, вы получите:

1. Ультразвуковое обследование на аппарате высокого класса
2. Осмотр практикующего хирурга-флеболога
3. Составление развернутого плана лечения
4. Подробный рассказ о методике лечения, подходящей именно вам
5. Ответы на все ваши вопросы
6. Рекомендации по лечению и профилактике на руки

Запишитесь сейчас и получите 4.600
рублей в подарок на лечение лазером

Записаться на консультацию

Карта

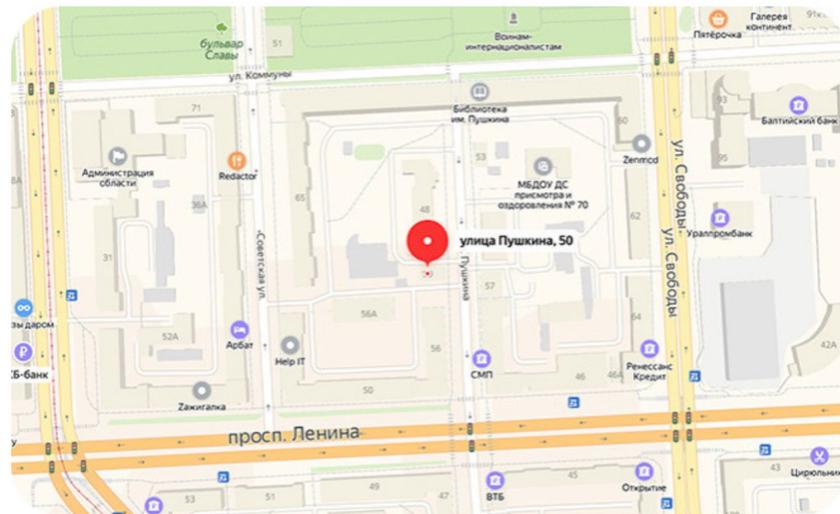
Адрес клиники

КЛИНИКА ФЛЕБОЛОГИИ И ЛАЗЕРНОЙ ХИРУРГИИ

**Челябинск
Пушкина, 50**

8 (351) 216-13-64

[Записаться на приём в клинику](#)



Футер



Безболезненное и эффективное лечение варикозного расширения вен с помощью современных технологий

Челябинск ООО "Васкулаб"
ЛО-74-01-004858 от 04.12.2018

Напишите нам, мы онлайн!

jivosite

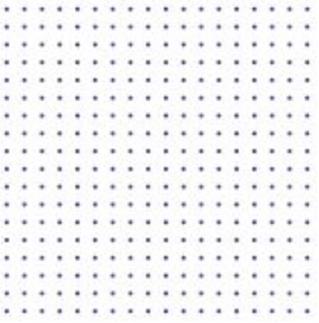


Безболезненное и эффективное лечение зубов и имплантация
в клиниках европейских стоматологических практик

Москва, ООО "Павшино-дент"
ЛО-50-01-005669 от 20.08.2014



Анализ поведения



Как тестируем лендинг?



Для первого запуска лендинга используем инструмент "техника посоветоваться" или, как мы еще ее называем, "техника 30 звонков".

1. Берем телефон, выбираем 30 друзей, наиболее подходящих под нашу целевую аудиторию, и просим посмотреть наш лендинг на предмет " что нравится/не нравится", "какие замечания" и т.д.
2. Заходим в социальные сети (вконтакте, одноклассники, facebook и т.д.) и просим друзей оценить свой сайт, задумку бизнеса и т.д.
3. Собираем "обратную связь" и вносим наиболее очевидные, резкие, веские и т.п. правки.

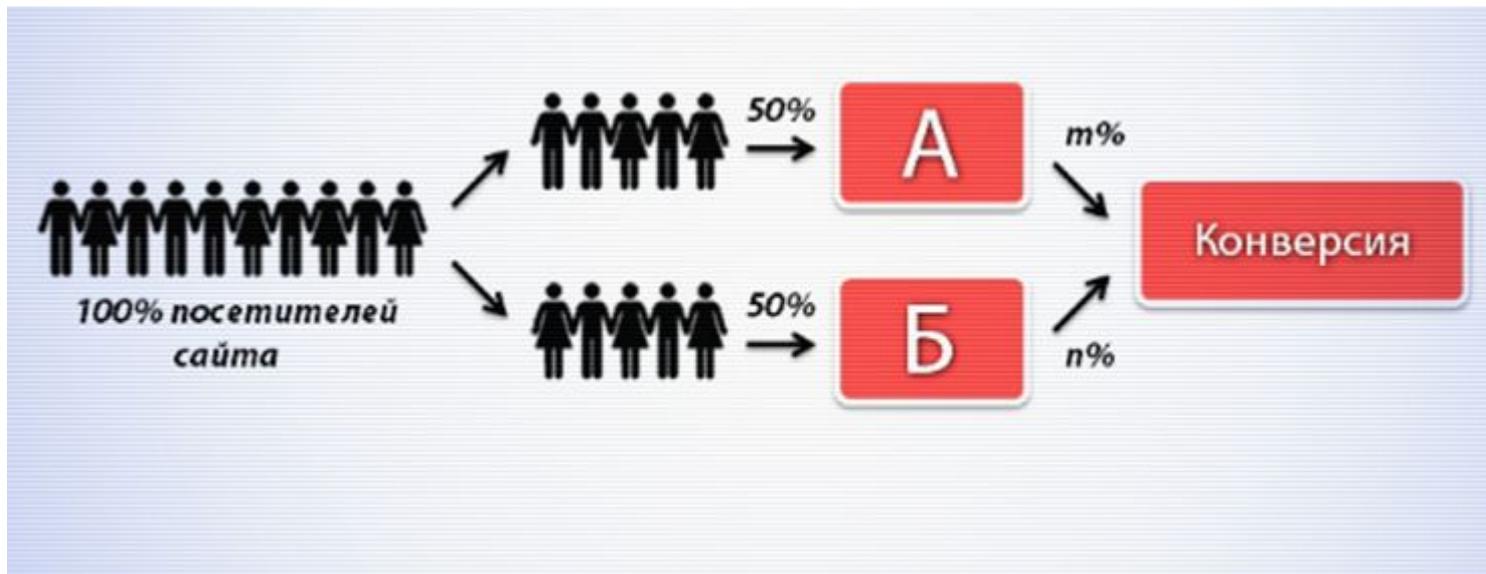
Продающий Лендинг + a/b тестирование

Теория

- Собираем классический 10-экранный лендинг
- **AIDA**: Захват, Информирование, Убеждение, Действие
- **80% конверсий** – первый экран
- **Принцип трёх цен** – эконом (15%), стандарт (60%), vip (25%)
- **Отзывы** – продажа мечты, реализованной другими (ЧСМ)
- Докручиваем блоки до мультлендинга (SMART-лендинга)
- **Конверсионные точки** – форма, звонок, онлайн-консультант

Анализ и сплит-тестирование

Анализ: Яндекс.Метрика и вебвизор.



Продающий Лендинг + a/b тестирование

Практика

1. Интегрируем лендинг со сквозной аналитикой
2. Постоянно сплитуем. Лендинг - больше **не статика**
3. Важна не конверсия, а **доход по когорте**

The logo for Roostat, featuring the word "Roostat" in a sans-serif font. The letter "o" is replaced by a blue circle with a white dot in the center, resembling a stylized eye or a data point. The entire logo is set against a white background with a subtle drop shadow.

Roostat

A/B/n тестирование лендингов: фон

Гипотеза: фон,
подтверждающий
высокий научный
статус и фон с
диагностикой УЗИ

Кампания №83034 (2019-02-25 12:06:55 - 2019-03-02 11:44:31)

ВАРИАНТ	ПОСЕТИТЕЛИ	ЗАЯВКИ	КОНВЕРСИЯ
Вариант 1	309	0	0%
Вариант 2	352	7	1.99%



A/B/n тестирование лендингов: оффер

Гипотеза: видео-фон
и фон с диагностикой

Кампания №84107 (2019-03-20 11:00:30 - 2019-05-28 12:39:35)

ВАРИАНТ	ПОСЕТИТЕЛИ	ЗАЯВКИ	КОНВЕРСИЯ
Избавиться от боли за 45	3004	48	1.6%
Консультация сосудистого хирурга	2973	50	1.68%

Консультация сосудистого хирурга-флеболога + УЗИ вен ног всего за ~~1.800~~ 990 рублей до 15 июня

За 45 минут, посвященных здоровью ваших вен, вы получите:

- Ультразвуковое обследование на аппарате высокого класса
- Осмотр практикующего хирурга-флеболога
- Составление развернутого плана лечения
- Подробный рассказ о методике лечения, подходящей именно вам
- Ответы на все ваши вопросы
- Рекомендации по лечению и профилактике на руки

Запишитесь сейчас и получите 7.600 рублей в подарок на ЗЛК

Имя *

Телефон *

[ЗАПИСАТЬСЯ](#)

10 лет лечим заболевания вен | 25.736 счастливых пациентов | 5 сосудистых хирургов-флебологов | 45 минут занимает консультация | 3 степени контроля качества | 12 месяцев бесплатного наблюдения

A/B/n тестирование: видеофон

Гипотеза: “Что вы получите на консультации” против “Списка болей”

ВАРИАНТ	ПОСЕТИТЕЛИ	ЗАЯВКИ	КОНВЕРСИЯ
Видео фон	2461	34	1.38%
Консультация сосудистого хирурга	2447	18	0.74%

Консультация сосудистого хирурга-флеболога + УЗИ вен ног всего за ~~1.800~~ 990 рублей до 15 июня

За 45 минут, посвященных здоровью ваших вен, вы получите:

- Ультразвуковое обследование на аппарате высокого класса
- Осмотр практикующего хирурга-флеболога
- Составление развернутого плана лечения
- Подробный рассказ о методике лечения, подходящей именно вам
- Ответы на все ваши вопросы
- Рекомендации по лечению и профилактике на руки

Запишитесь сейчас и получите 7.600 рублей в подарок на ЭВЛК

Имя *

Телефон *

ЗАПИСАТЬСЯ

10 лет лечим заболевания вен

25.736 счастливых пациентов

5 сосудистых хирургов-флебологов

45 минут занимает консультация

3 степени контроля качества

12 месяцев бесплатного наблюдения

Анализ когорт, а не микроконверсий

ab_first_screen_and_buttons

Программируемый (запущен)

Период:

13 дней

от 07.09 по 21.09

Визиты для этого теста:

582

Действие ▾

Название	Визиты	Конверсия в заявки	Заявки	Конверсия в продажи	Продажи	Выручка	Средний чек	Average potential revenue	Расходы	CPO	ROI	Польза варианта, р
<i>Итого/Среднее</i>	582	2.06%	12	0%	0	0 р.	0.00 р.	0.00 р.	30 719 р.	0.00 р.	-100%	0.00 р.
<input type="checkbox"/> ▶ new	276	3.62%	10	0%	0	0 р.			12 697 р.	0 р.	-100%	
<input type="checkbox"/> ▶ old	306	0.65%	2	0%	0	0 р.			18 023 р.	0 р.	-100%	

Анализ когорт, а не микроконверсий

Название	Показы	CTR	Визиты	CPC	Конверсия в заявки	Заявки	CPL	Потенциальные продажи	Потенциальная выручка	Прогнозируем... ROI
Итого/среднее	725	17 %	120	357 P	11 %	13	3 293 P	5		-100 %
+ НГ Банкротство (Короткий)	372	18 %	68	332 P	12 %	8	2 819 P	2	159 000 P	111 %
+ НГ Банкротство (Основной)	353	15 %	52	389 P	9.6 %	5	4 050 P	3	1 605 000 P	2 278 %

Конверсия короткого лендинга немного выше, чем у основного. Тем не менее заявки, которые приходят с основного более качественные:

Список сделок НГ Банкротство (Короткий)

ID сделки	Название	Статус	Выручка
30720677	Звонок...	Переговоры	87000
30725377	Звонок...	Отложено	72000
30706371	Звонок...	Закртыо и не реализов	0
30708907	Заявка ...	Закртыо и не реализов	0
30723163	Звонок...	Закртыо и не реализов	0
30723295	Звонок...	Закртыо и не реализов	0
30730073	Звонок...	Закртыо и не реализов	0
30734869	Звонок...	Закртыо и не реализов	0

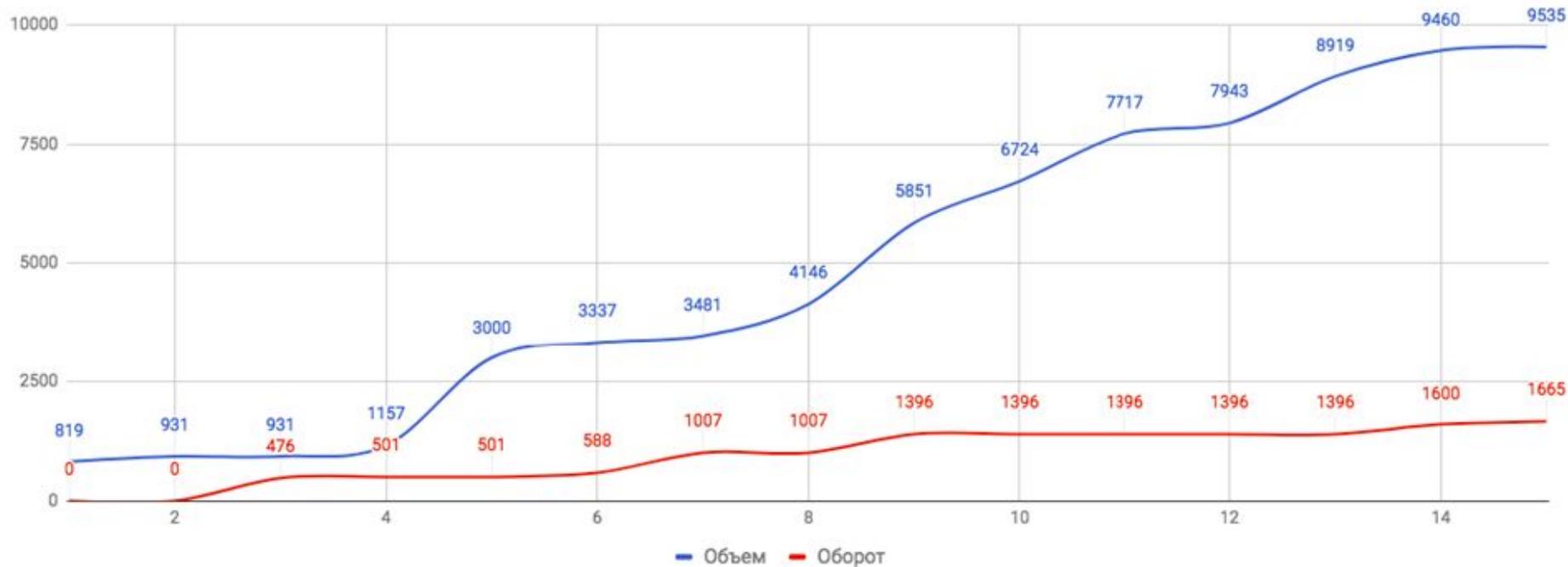
Список сделок НГ Банкротство (Основной)

ID сделки	Название	Статус	Выручка
30733003	Звонок...	Принимают решение	690000
30708287	Заявка ...	Назначена встреча	650000
30713829	Заявка ...	Назначена встреча	265000
30721065	Звонок...	Закртыо и не реализов	265000
30721561	Звонок...	Закртыо и не реализов	0

Анализ когорт, а не микроконверсий

Неделя	Объем когорты	% Осв	31/05	07/06	14/06	21/06	28/06	05/07	12/07	19/07	26/07	02/08	09/08	16/08	23/08	30/08	06/09
1	819	47,50%			389,00												
2	112	100,00%			87,00	25,00											
3	0																
4	226	38,50%						87,00									
5	1843	22,73%							419,00								
6	337	0,00%															
7	144	0,00%															
8	665	89,17%									389,00					204,00	
9	1705	0,00%															
10	873	37,80%															330,00
11	993	0,00%															
12	226	0,00%															
13	976	0,00%															
14	541	0,00%															
15	75	0,00%															
Итого	9460	16,91%	0	0	476	25	0	87	419	0	389	0	0	0	0	204	330

Анализ когорт, а не микроконверсий





Валерий Домашенко



help@domashenko.ru



www.facebook.com/domashenko



[Valerydomashenko](https://www.youtube.com/Valerydomashenko)



[+7 \(903\) 234-65-06](tel:+7(903)234-65-06)