

МОДУЛЬ №1

Сайт

Landing Page, генераторы сайтов



ТОПЭКСПЕРТ

Знакомство



Евгений Федулов

Руководитель отдела интернет-маркетинга
компании “Метрополь”

ПРОФИЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

Школа Seo Аналитики “Top Expert”

Образовательный центр Эдукор

Сертифицированный специалист Google Analytics IQ

ОБЛАСТЬ ИНТЕРЕСОВ

Построение эффективных интерфейсов веб проектов

Анализ показателей рекламных компаний

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100004909352962&ref=bookmarks>

<https://vk.com/id716513>



ТОПЭКСПЕРТ

Основные принципы нашего курса

1. Личная ответственность.

Если Вы что-то не поняли, не спросили, “не загуглили”, забыли, не сделали и получили плохой результат, то это Ваша ответственность. Так как именно **Вы отвечаете за свое обучение.**

(это не значит что я не буду Вам помогать, так как я провожу блок и отвечаю за то что бы максимально качественно передать Вам информацию)

2. Все что здесь дается является моими субъективными представлениями основанными на различных источниках и личном опыте.

(из любого правила есть исключения. Любая задача в жизни может иметь множество решений)

3. Все ссылки на сервисы, сайты источники и пр. даются в учебных целях и не носят рекламного характера. В дополнении к этому все материалы которые были заимствованы и использованы в рамках курса получены их открытых источников и я не претендую ни на какие авторские права относительно полученных и использованных материалов.



Формат занятий

19.09.2016, 19:00 - 22:00	Сайты LandingPage, генераторы сайтов
21.09.2016, 19:00 - 22:00	Сайты CMS, работа с веб-студиями
23.09.2016, 19:00 - 22:00	Сайты HTML, CSS, JavaScript
26.09.2016, 19:00 - 22:00	Сайты HTTP, домены
28.09.2016, 19:00 - 22:00	Сайты + Экзамен. Проектирование сайтов, функционал, альтернативы сайтам
30.09.2016, 19:00 - 22:00	Сайты – консультация. Дополнительная консультация



Домашние задания по каждому занятию в формате тестов и в личной теме в “бейскемпе”: <https://topexpert.basecamphq.com/clients/>



ТОПЭКСПЕРТ

Знакомство

Я Вас не знаю и не вижу.

Прошу пожалуйста заполните табличку.
Она понадобится когда будем учиться работать с хостингами и не только. Я создам Вам учетки и пароли.

Стандартные поля ФИО, почта, ссылки на профили в соц. сетях по желанию.

Обязательно продумайте и напишите для себя 3 цели посещения моего блока и критерии достижимости поставленных целей.
Цели можно записать в табличку что бы я понимал на чем мне делать акцент в рамках курса

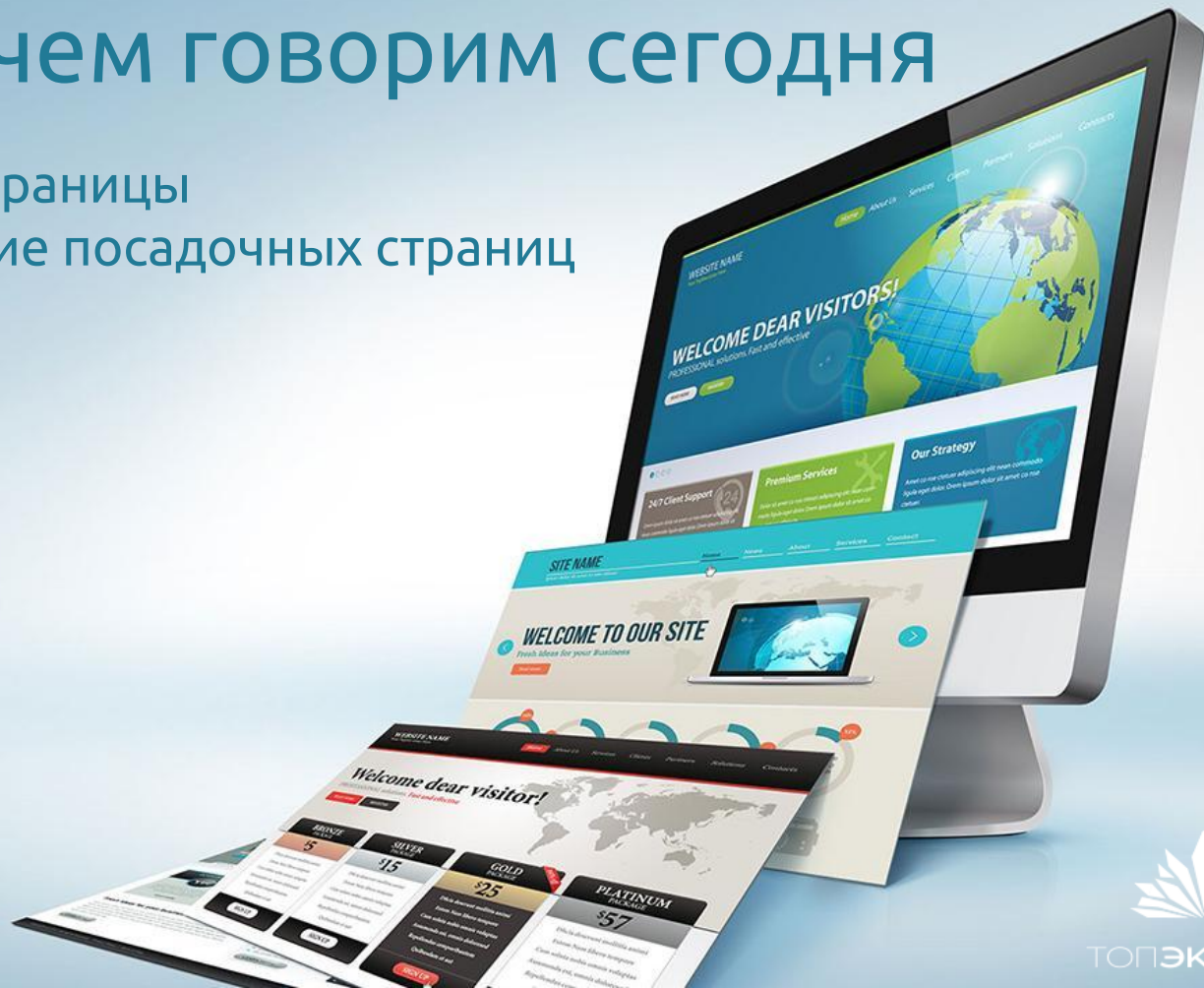
https://docs.google.com/spreadsheets/d/1bZArChMNgRzEo2CnRiygAQOR-Wu2oirjJZlUpBkOX_Y/edit#gid=0



О чем говорим сегодня

Посадочные страницы

Проектирование посадочных страниц



ТОПЭКСПЕРТ

Что такое Landing Page?

ПРОФИЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ - это страница, которая подталкивает пользователя совершить требуемое действие (покупка или подписка)

С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ - это страница имеющая минимум необходимых сценариев действий



Рассмотрим причины создания LP

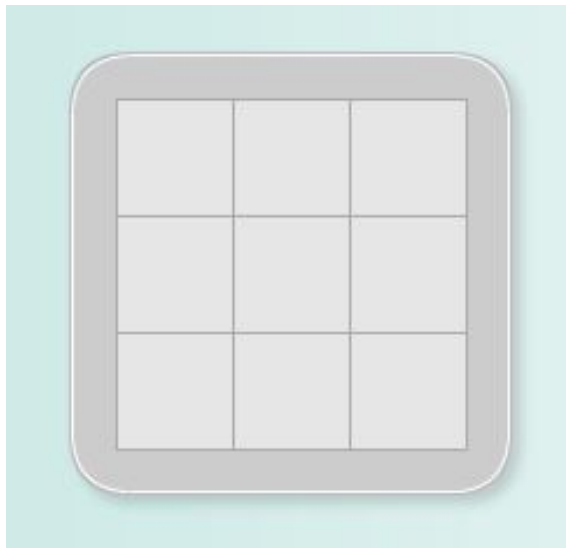
1. Презентация товара или услуги
2. Продажа товара или услуги
3. Регистрация либо подписка
4. Переадресация трафика куда либо

Все или что то еще? Любая страница являющаяся точкой входа на сайт является посадочной для данного трафика. С точки зрения этой концепции большинство страниц сайта можно считать “лэндингами”.



Концентрация внимания

Поиграем с Вами в игру memory matrix



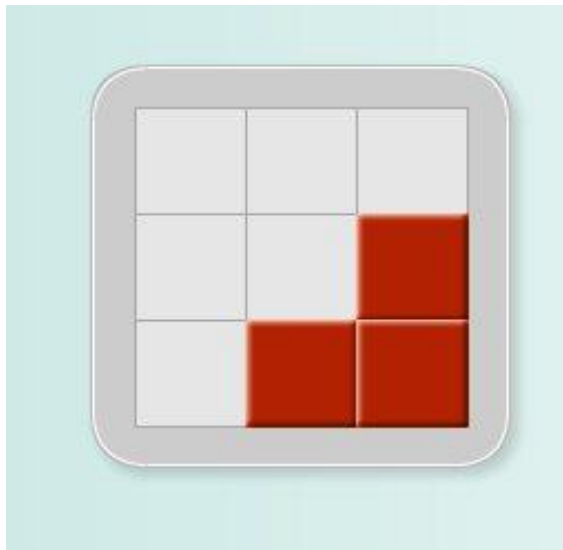
У нас есть поле 3*3 квадрата. Сейчас мы выведем на нем 3 объекта. Попробуйте запомнить их место расположение.



ТОПЭКСПЕРТ

Концентрация внимания

Поиграем с Вами в игру memory matrix



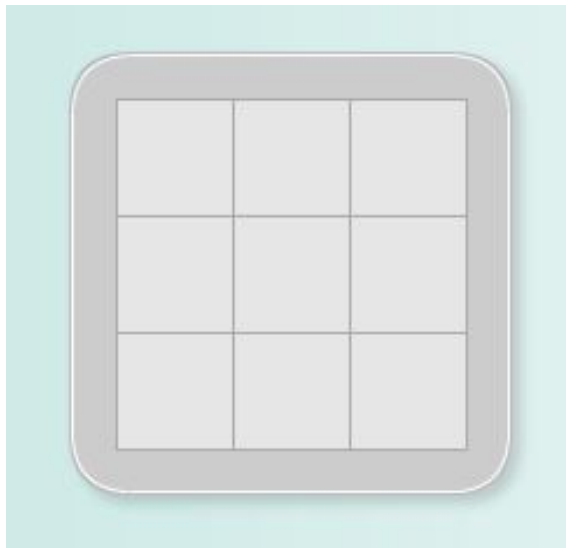
У нас есть поле 3*3 квадрата. Сейчас мы выведем на нем 3 объекта. Попробуйте запомнить их место расположение.



ТОПЭКСПЕРТ

Концентрация внимания

Поиграем с Вами в игру memory matrix



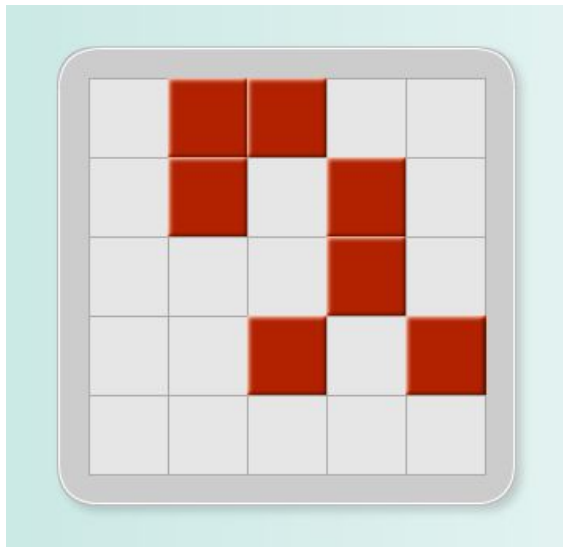
Все очень просто не так ли? Вспомните какие сектора были заполнены красным?



ТОПЭКСПЕРТ

Концентрация внимания

Поиграем с Вами в игру memory matrix



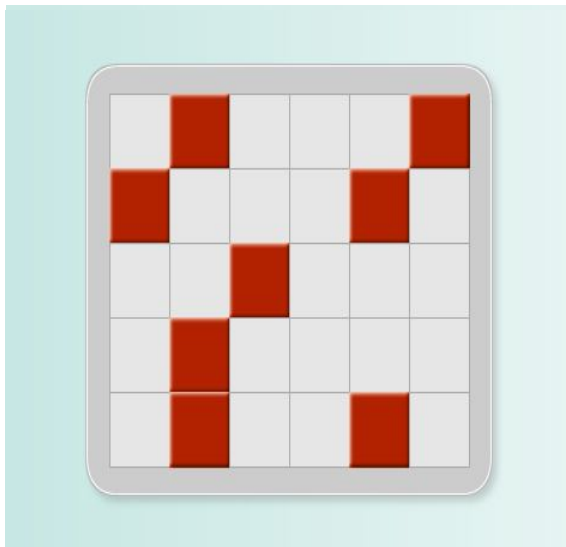
Немного усложним задачу. Например так.



ТОПЭКСПЕРТ

Концентрация внимания

Поиграем с Вами в игру memory matrix



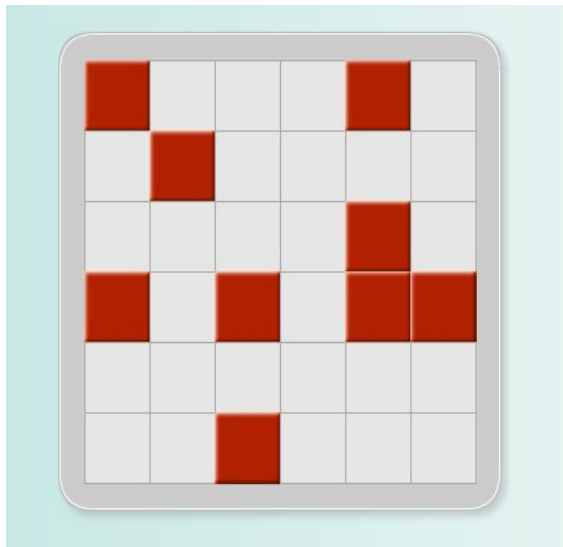
Или так.



ТОП-ЭКСПЕРТ

Концентрация внимания

Поиграем с Вами в игру memory matrix



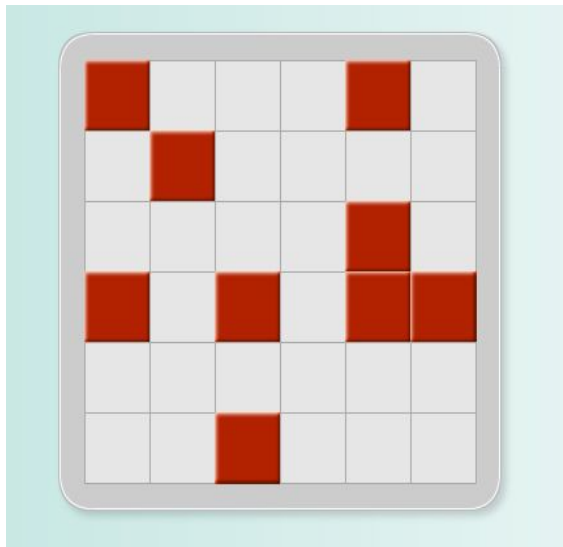
А лучше вот так.



ТОПЭКСПЕРТ

Концентрация внимания

Поиграем с Вами в игру memory matrix



Можете вспомнить как располагались закрашенные области в первом, втором и последнем случае?



ТОПЭКСПЕРТ

Магическое правило 7 ± 2

Человеку для решения задачи комфортно воспринимать определенное количество объектов. Их число равно 7 ± 2 .

К такому выводу пришел [Джордж Миллер](#), американский учёный-психолог, после того, как провел серию экспериментов в лаборатории Белла (крупный исследовательский центр в области телекоммуникаций, электронных и компьютерных систем).

Если объектов становится больше, человек стремится избегать решать задачу. Либо сводит ее к более простым способам решения.

Правило считалось классическим, но недавно было опровергнуто. Новые исследования, в которых были задействованы более точные инструменты, показали, что количество воспринимаемых объектов зависит от самих объектов, задачи и времени, которое отведено на ее решение.

Источники: Ярослав Шуваев. Product owner Альфа-Мобайл, подразделения Альфа-Банка.

Что можно прочитать на эту тему: <http://www.nkj.ru/archive/articles/8048/>



Магическое правило 7 ± 2



Лучше всего мы запоминаем цифры. Есть вероятность, что мы просто натренировались это делать. Когда-то не было калькуляторов и люди много считали в уме, запоминали номера телефонов и т.д. Возможно, постепенно это будет меняться.

Легко запоминаются цвета. Мы очень быстро решаем задачи, в которых требуется цветовая идентификация.

Буквы на третьем месте. В детстве мы запомнили 33 буквы и дальше нам легко с ними взаимодействовать.

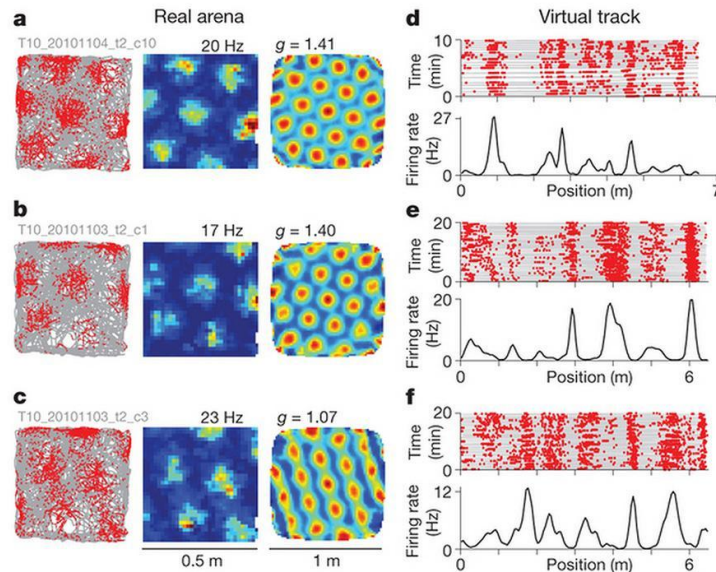


Концентрация внимания

Можно сказать что у людей в мозгу есть сетка, которая позволяет нам навигировать внутри пространства и эта сетка масштабируемая.

Есть масштаб улицы, а есть масштаб планшета. Все равно пространство покрывается сеткой, и мы вспоминаем определенное место. Это наша геометрическая память.

Графически она представляется как-то так:)



Источник: <http://www.bbc.com/news/health-29504761>



Закон края

Середину и края пользователь различает лучше всего. Промежуточные положения тоже неплохо запоминаются, а вот промежуточные между промежуточными работают слабо.



Это не хорошо и не плохо, просто так работает наш мозг..

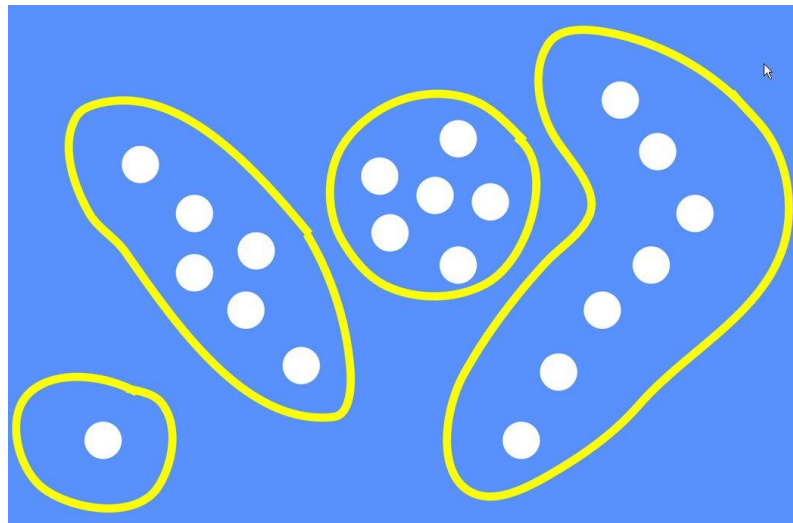
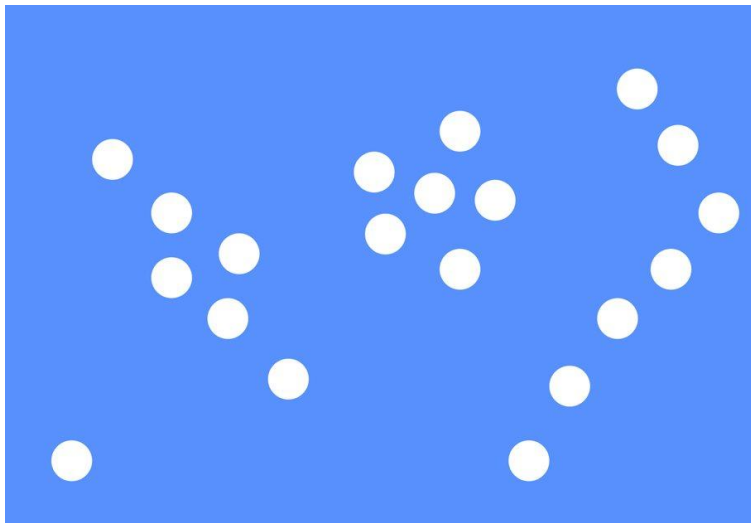
Источник: <http://www.bbc.com/news/health-29504761>



ТОПЭКСПЕРТ

Концентрация внимания

Наш мозг может еще группировать объекты и многое другое.



Находить соответствия

Типографика, содержание и текст картинки кажутся логичными и вызывают у Вас определенные мысли и ощущения.



ТОПЭКСПЕРТ

Концентрация внимания

Например легко и быстро отделять объект от фона.

Объект и фон. Иногда это очень легко сделать



Понятно кто объект, а что фон? :)



ТОПЭКСПЕРТ

Концентрация внимания

Иногда это не очень просто



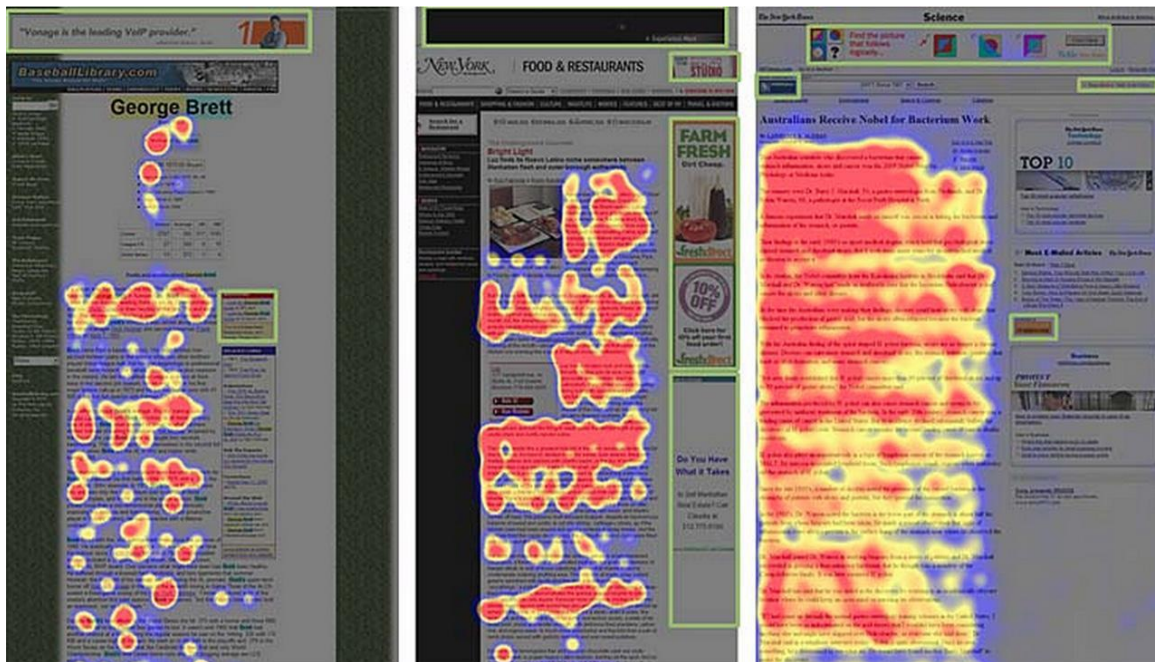
Понятно кто объект, а что фон? :)



ТОПЭКСПЕРТ

Что имеем в итоге?

Можно графически изобразить это как тепловые карты использования веб страниц



Построим “условную” тепловую карту по предыдущим примерам



ТОПЭКСПЕРТ

Построим “условную” тепловую карту по предыдущим примерам



Скорость просмотра

Пользователя просматривающего рекламные сообщения можно сравнить с человеком едущим на машине с большой скоростью.



ТОПЭКСПЕРТ

Образы и репрезентации

Разберем простой пример. Соответствия образа и репрезентации.

Ваши текстовые послы должны подкрепляться репрезентативными образами тех. объектов которые Вы представляете.

Это одна из наиболее частых ошибок в любой рекламе.

Вы заметили что большинство слайдов я дополняю картинками и они подбираются согласно моим представлениям об информации на слайде.



Образы и репрезентации

Разберем простой пример. Соответствия текста содержанию.



Можно посмеяться например?
Юмор часто построен на
несоответствиях образов и значений.



ТОПЭКСПЕРТ

Образы и репрезентации

Разберем простой пример.



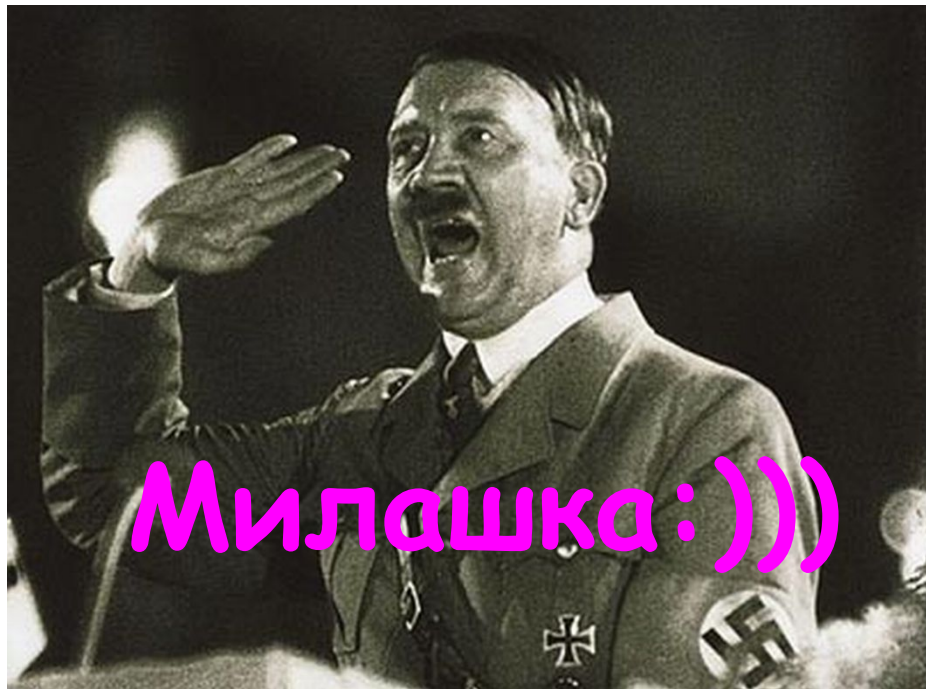
А так?



ТОПЭКСПЕРТ

Образы и репрезентации

Наоборот



ТОПЭКСПЕРТ

Контекст должен дополнять
и усиливать образ



Милашка:)))



ТОПЭКСПЕРТ

**Контекст должен дополнять
и усиливать образ**



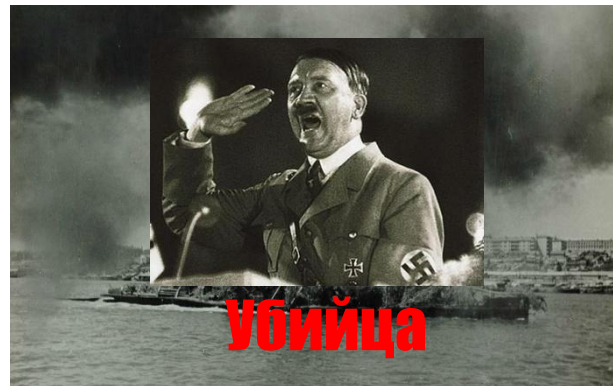
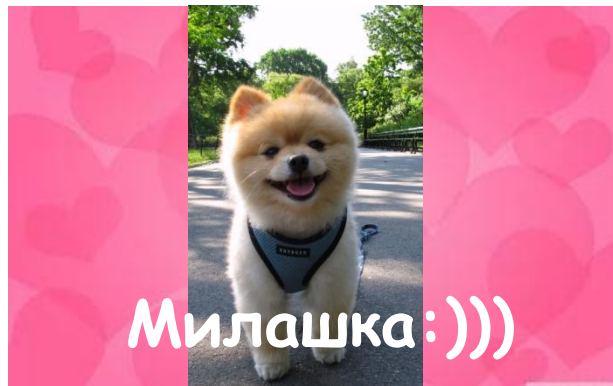
Убийца



ТОПЭКСПЕРТ

Построение репрезентационных образов

Вы работаете с:
Объектом
Посылom
Контекстом



Объект виден на фоне и легко отличим. Контекст соответствует объекту и воспринимается естественно для большинства людей.

Контент соответствует контексту и объекту.

Далее включаются уже вопросы типографики размещения и целая куча хитростей.

Но у Вас должны быть соблюдены эти базовые принципы.

Если их нет в лучшем случае то что Вы сделаете будет выглядеть смешно.



ТОПЭКСПЕРТ

Вспомните школьные карточки по английскому



Четкое соответствие образов и слов

Кажется просто?



Просто до тех. пор пока не переходим к практике



ТОПЭКСПЕРТ

В сухом остатке

Как видит пользователь
нашу рекламу?



ТОПЭКСПЕРТ

В сухом остатке

Я вижу:

Семья, дети.

Солко... (не могу выговорить)

Гель мазь, непонятно от чего и зачем.

Лого по центру, не видел такого раньше.

Что-то что я не могу прочитать.

Цветные квадраты справа.

Пошел дальше гулять взглядом по вагону метро.

Потратил примерно 3-7 секунд.



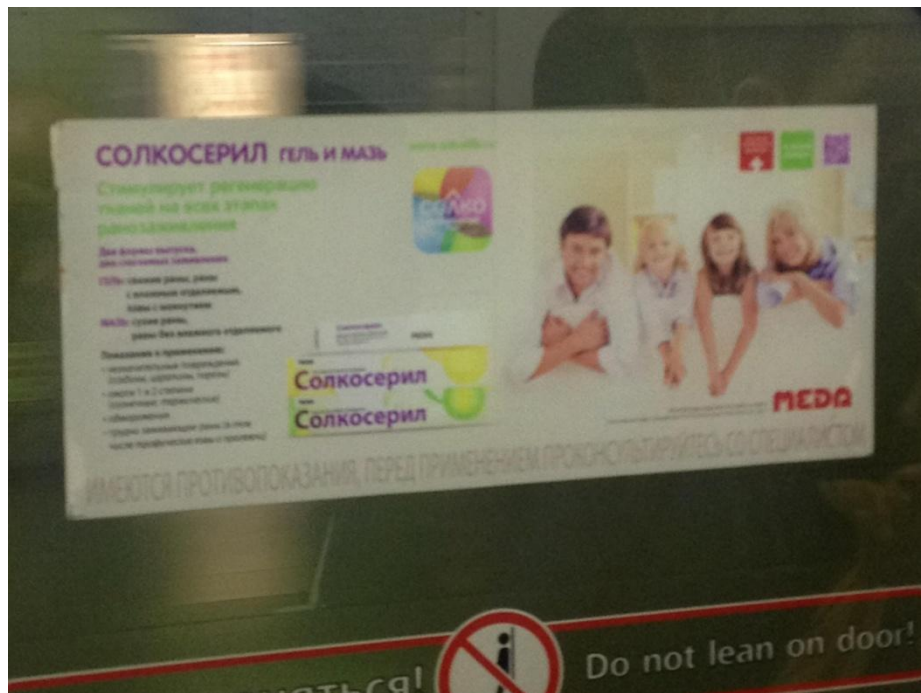
С вашим сайтом происходит ровно тоже самое



ТОПЭКСПЕРТ

В сухом остатке

Изображение снятое
камерой телефона на ходу
при плохом освещении.
Да именно так.
Очень быстро и не
вдаваясь в подробности.



С вашим сайтом происходит ровно тоже самое



ТОПЭКСПЕРТ

Выводы по блоку

Психологических приемов подачи информации великое множество.
Прочитать про них можно например здесь: <http://lpgenerator.ru/blog/>

ВАЖНО ЗАПОМНИТЬ ОСНОВНОЕ

- Компоновка текста и фона
- Выделение главного объекта
- Планирование действий пользователя на вашей странице
- Явное соответствие текста и образа



Маленькое задание на 15 минутный перерыв.
Запомните и посчитайте все зеленые предметы в Вашей комнате.

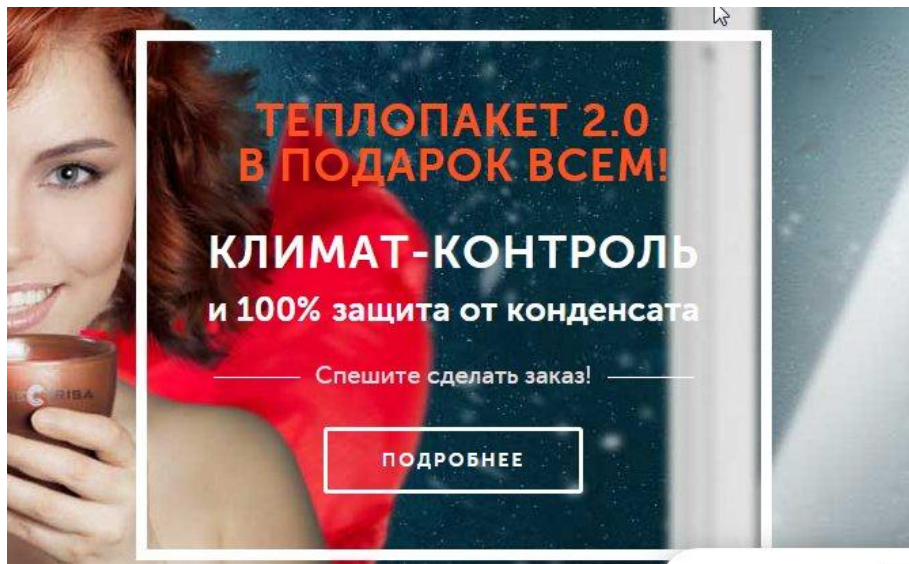


A close-up, slightly high-angle shot of a small, fluffy orange Pomeranian puppy lying on a brown couch. The puppy has large, dark, round eyes and a small, dark nose. Its fur is thick and soft-looking. The background is softly blurred, showing more of the couch and some draped fabric.

Перерыв ☐ 

Построение эффективного офера

“Офер” это формализованное в текст предложение Вашего товара и услуги для данного пользователя.



Офер, может быть 1 их может быть несколько. Они могут быть связаны между собой, либо разбиты на группы не связанные между собой.

Уникальное торговое предложение

УТП (ценностное предложение) — это собирательный термин для набора маркетинговых посланий, описывающих ваш товар/услугу. Офер или уникальное торговое предложение в рекламе состоит, как правило, из 4 элементов:

- основной заголовок;
- поддерживающий заголовок;
- текст, усиливающий заявление;
- заключительный аргумент.

Необязательно, чтобы все элементы УТП обязательно присутствовали на вашей целевой странице, однако их полный комплект окажет на пользователя более мощное воздействие.

Проще говоря, офер есть обоснование состоятельности и ценности вашего коммерческого предложения. Хотя ценностное предложение формулируется в текстовой форме, на него должны работать все остальные элементы лендинга: графика, видео, собственно архитектурные составляющие страницы (особенности верстки, привлекающие внимание пользователя к УТП).



Что поможет создать хороший офер?

ПОСТАНОВКА ЦЕЛЕЙ И ЗАДАЧ ДЛЯ ДАННОЙ СТРАНИЦЫ

ПРОРАБОТКА КОНКРЕТНЫХ ВЫГОД ДЛЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ

Оставив почту он получит. Купив доп. товары это принесет ему.

РАССМОТРИТЕ ПОЗИЦИЮ ВОСПРИЯТИЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ.

КАКУЮ ЦЕННОСТЬ НЕСЕТ ЕМУ ВАША СТРАНИЦА

Что он получает работая с Вашим документом. Обратитесь к его намерению.

МАКСИМУМ КОНКРЕТИКИ В ПРЕДЛОЖЕНИИ

Ремонт сгоревшей прокладки XXX – это просто!

Ремонт сгоревшей прокладки XXX всего за один час!

ОБРАЗЕЦ БРИФА ДЛЯ ПОСАДОЧНОЙ СТРАНИЦЫ

<https://drive.google.com/file/d/0B3o28WS43dbqTXVBOXUyUm1kZ1E/view?usp=sharing>


НАЛИЧИЕ СРАВНЕНИЯ С ДРУГИМ ПРОДУКТОМ. ОТЗЫВЫ, ДОВЕРИЕ.

СОЗДАНИЕ ОФЕРА ДЛЯ ВАШЕЙ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ



Постановка целей и задач для страницы

Смотрим на страницу, предлагаем
сценарии пользователя.
Только в действиях


 **Тинькофф Банк**

8 800 555-77-78
Бесплатно по России

Бесплатная доставка карты
в г. Санкт-Петербург

Узнай решение банка онлайн

Заполни заявку на кредит и узнай решение банка онлайн



Решение по
кредиту за
2 МИНУТЫ!

- ✓ До 300 000 р. - сумма кредита
- ✓ Без процентов до 55 дней
- ✓ Без визита в банк и справок о доходах
- ✓ Без комиссии погашение по России

Получить кредит


[Подробнее о карт](#)



ТОПЭКСПЕРТ

Постановка целей и задач для страницы

1. Сменить регион
2. Прочитать текст
3. Посмотреть на картинку с деньгами и картой
4. Нажать кнопку получить кредит
5. Нажать кнопку подробнее о карте
6. Посмотреть на лого компании

**Тинькофф Банк**

8 800 555-77-78
Бесплатно по России

Бесплатная доставка карты
в г. Санкт-Петербург

Узнай решение банка онлайн

Заполни заявку на кредит и узнай решение банка онлайн



Решение по кредиту за 2 МИНУТЫ!

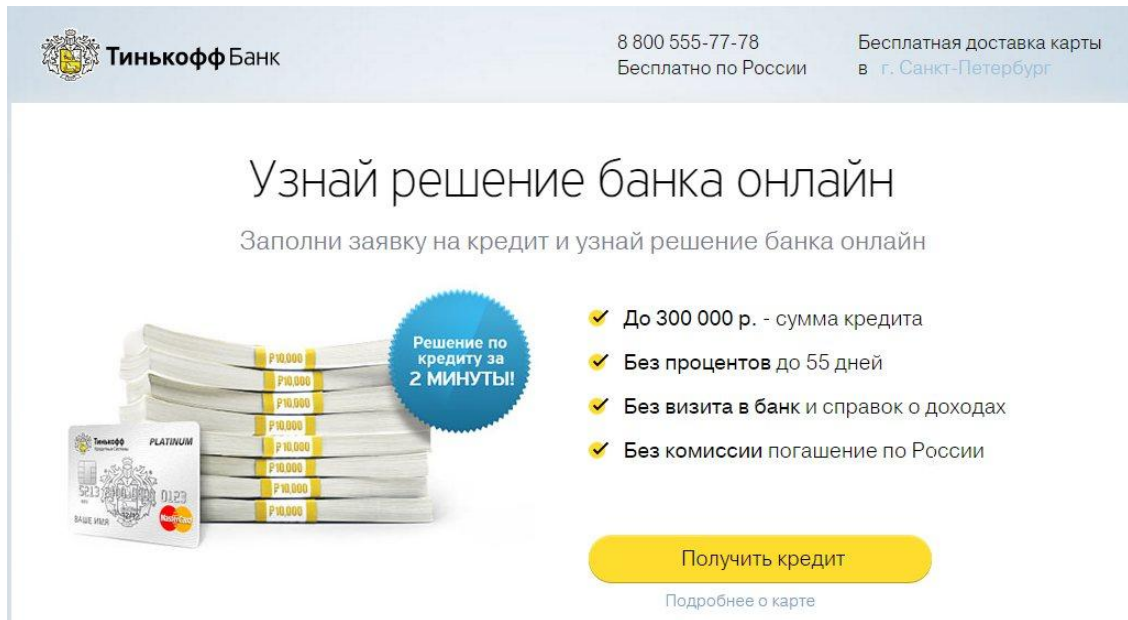
- ✓ До 300 000 р. - сумма кредита
- ✓ Без процентов до 55 дней
- ✓ Без визита в банк и справок о доходах
- ✓ Без комиссии погашение по России

[Получить кредит](#)[Подробнее о карт](#)

Постановка целей и задач для страницы

1. Лого левый угол
2. Текст левый угол
3. Телефон
4. Текст под ним
5. Текст с регионом и ссылка на регион
6. Заголовок
7. Картинка
8. Кнопка

Более 8 объектов и более 6 вариантов действий



The screenshot displays the Tinkoff Bank website interface for online credit application. At the top, the header includes the Tinkoff Bank logo, contact number 8 800 555-77-78, and delivery information for St. Petersburg. The main heading is 'Узнай решение банка онлайн' (Find out the bank's decision online), followed by the subtext 'Заполни заявку на кредит и узнай решение банка онлайн' (Fill out the credit application and find out the bank's decision online). The central visual is a stack of cash bundles with a Tinkoff Platinum credit card in front. A blue circular badge states 'Решение по кредиту за 2 МИНУТЫ!' (Decision on credit in 2 minutes!). To the right, a list of benefits is shown with checkmarks: credit up to 300,000 rubles, no interest for up to 55 days, no bank visit or income certificates required, and no commission for repayment in Russia. A yellow button at the bottom right says 'Получить кредит' (Get credit), with a link 'Подробнее о карте' (More about the card) below it.

Тинькофф Банк

8 800 555-77-78
Бесплатно по России

Бесплатная доставка карты
в г. Санкт-Петербург

Узнай решение банка онлайн

Заполни заявку на кредит и узнай решение банка онлайн

Решение по кредиту за 2 МИНУТЫ!

- ✓ До 300 000 р. - сумма кредита
- ✓ Без процентов до 55 дней
- ✓ Без визита в банк и справок о доходах
- ✓ Без комиссии погашение по России

Получить кредит

[Подробнее о карте](#)

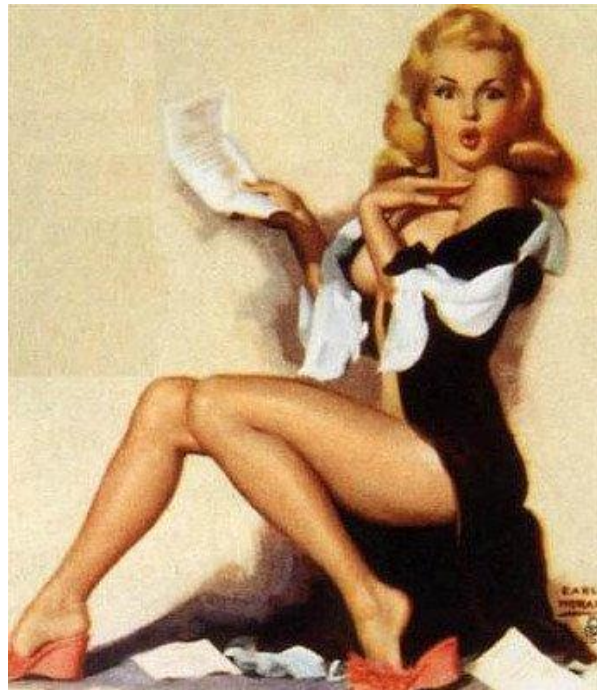


Микро и макро конверсии

Пример макро конверсии

"Я хочу что бы пользователь, посмотрев на мой лэндинг, так восхитился, что отдал все деньги что у него есть, и купил мой продукт, и был моим рабом до конца жизни! И еще лабутены хочу!"

Так не бывает



ТОПЭКСПЕРТ

Стадии принятия решений

ЭТАП 1. ОСОЗНАНИЕ ПРОБЛЕМЫ (НУЖДЫ)

Здесь действуют две группы раздражителей — внутренние и внешние. На этом этапе определяется, какие именно проблемы возникли, чем вызвано их возникновение, и каким образом вывели они потребителя на конкретный товар.

ЭТАП 2. ПОИСК ИНФОРМАЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЕМ (ПОИСК РЕШЕНИЯ)

Осуществляется с использованием различных источников информации: личные источники, коммерческие источники, общедоступные источники (СМИ), источники эмпирического опыта.

ЭТАП 3. ОЦЕНКА ВАРИАНТОВ ПОТРЕБИТЕЛЕМ (ВЫБОР ОПТИМАЛЬНОГО)

Осуществляется путем определения и сравнения свойств товаров, показателей значимости характерных свойств товара (хлеб мягкий), убеждения о марках (хорошо известная), функции полезности разных вариантов товаров, которые могут решить возникшую проблему.

ЭТАП 4. РЕШЕНИЕ О ПОКУПКЕ (ПРИНЯТИЕ ЦЕНЫ)

Принимается как результат предыдущих этапов, и здесь важны решения, связанные с тем, какой товар куплен, в каком количестве, по какой цене и т. д.



Стадии принятия решений

ЭТАП 5. РЕАКЦИЯ НА ПОКУПКУ (ОЦЕНКА ПРАВИЛЬНОСТИ ВЫБОРА ТОВАРА)

Включает в себя ряд действий разного характера: осознание степени удовлетворения покупкой, действия после покупки, решение конечной судьбы купленного товара.



Модель принятия решения о покупке корпоративным покупателем несколько отличается, в силу того, что здесь другой приоритет показателей и действуют другие факторы.

Подробнее читать здесь:

<http://www.grandars.ru/student/marketing/process-prinyatiya-resheniya-o-pokupke.html>



ТОПЭКСПЕРТ

Микро и макро конверсии



Не всегда разумно ставить цель для лэндинга как макро конверсию.

Иногда достаточно сделать микро конверсию.

Оставить контакт, купить демо версию продукта.

Макро конверсия может совершаться при следующей итерации взаимодействия с клиентом, либо менеджером.



Простейший пример микро конверсии



-76% на услуги автомойки с 6 постами RaZvodov.net

7 лет успешной работы! 110 р. за автомойку «Экспресс»,
350 р. за мойку кузова и уборку салона, 450 р. за полный

Конверсия и продажа в два шага

Данный офер говорит, предлагает нам автомойку с высокой скидкой.

Собирает телефоны и адреса электронной почты. Дает купон.

Далее эти данные могут быть использованы для построения и продажи услуг автосервиса.

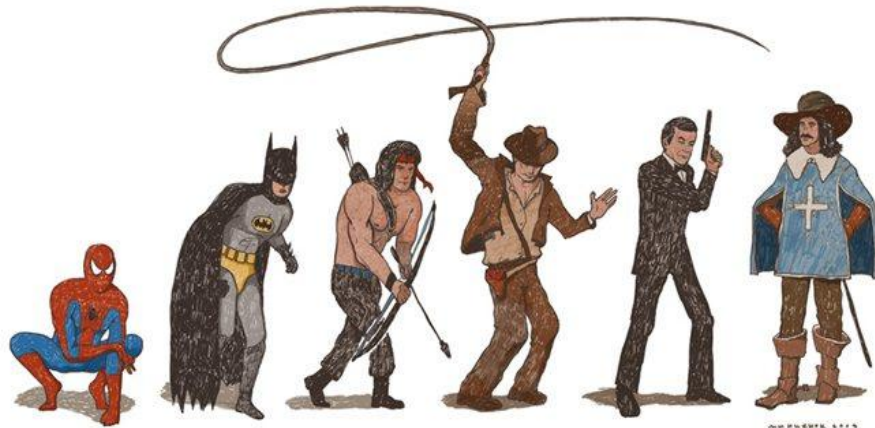


ТОПЭКСПЕРТ

Создание персонажей

ОПИСАНИЕ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

- женщины в возрасте 25-44 лет;
- черпают вдохновение из журналов;
- имеют небогатый жизненный опыт;
- не уверены в будущем;
- активно пользуются интернетом;
- общительны;
- большое значение отдают цвету и цветовым сочетаниям;
- трудно смоделировать возможный сценарий их действий на сайте компании.



Это отдельная тема. Прочитать про нее можно здесь: Алан Купер "Психбольница в руках пациентов" И тут: <https://megamozg.ru/post/1346/>

Вы должны знать что этот метод существует. Но я лично пока больше отдаю предпочтение сценарному анализу и ролям. Не детализируясь до уровня абстрактных персон.



Вы создаете посадочную страницу не для себя

Да именно. Вы создаете посадочную страницу для Ваших пользователей. Не для Боса, не для отдела маркетинга, рук. проекта и даже не для его секретарши.

Для тех людей которые придут на эту страницу. Не для конкурентов, не надо слепо копировать, можно только брать части и улучшать.

Один из хороших приемов, это когда пользователь “как бы видит себя на данной странице”

Кого мы тут видим?



Вклады

700 000

700 000

Преимущества вкладов ВТБ24:

- Надежность, гарантированная государством
- Высокая доходность в сочетании с гибкими условиями.
- Оформление в офисе, через банкомат, Интернет-банк или мобильный банк

г. Курск, ул. Радищева, д. 28
8 (800) 100-24-24
(звонок по России бесплатный)
www.vtb24.ru

Вклады застрахованы
Система Страхования Вкладов

ВТБ24
Большое преимущество

700 000 вкладчиков — по данным ВТБ 24 (ЗАО) на 01.02.2013 г. Банк ВТБ 24 (закрытое акционерное общество). Генеральная лицензия Банка России №1623. РЕКЛАМА.



Вы создаете посадочную страницу не для себя

Да именно. Вы создаете посадочную страницу для Ваших пользователей. Не для Боса, не для отдела маркетинга, рук. проекта и даже не для его секретарши.

Для тех людей которые придут на эту страницу. Не для конкурентов, не надо слепо копировать, можно только брать части и улучшать.

Один из хороших приемов, это когда пользователь “как бы видит себя на данной странице”

Кого мы тут видим?



Вклады

700 000
вкладчиков

700 000
успешных людей

Преимущества вкладов ВТБ24:

- Надежность, гарантированная государством
- Высокая доходность в сочетании с гибкими условиями
- Оформление в офисе, через банкомат, Интернет-банк или мобильный банк

г. Курск, ул. Радищева, д. 28
8 (800) 100-24-24
(звонок по России бесплатный)
www.vtb24.ru

Вклады застрахованы
Система страхования вкладов

ВТБ24
Большое преимущество

700 000 вкладчиков — по данным ВТБ 24 (ЗАО) на 01.02.2013 г. Банк ВТБ 24 (закрытое акционерное общество). Генеральная лицензия Банка России № 1623. РЕКЛАМА.



А тут кого мы видим?



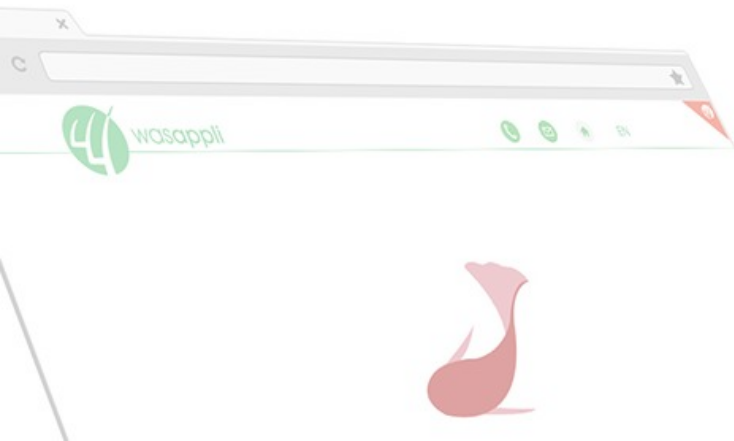
Креатив это круто! Он запоминается.
Но что бы быть креативным нужно сначала научиться доносить простые и понятные вещи.



ТОПЭКСПЕРТ

Этапы разработки LP

- РАЗРАБОТКА УНИКАЛЬНОГО КП ПРОДУКТА
- БРИФ
- ПРОТОТИП
- ДИЗАЙН
- ВЕРСТКА
- ПРОГРАММИРОВАНИЕ СКРИПТОВ И ФОРМ
- ПОДКЛЮЧЕНИЕ К CRM И ТЕЛЕФОНИИ



ТОПЭКСПЕРТ

С чего начать разработку LP?

Необходимо сформировать уникальное коммерческое предложение.

Показать все преимущества продвигаемого продукта.

Что бы это было сделать проще можно попробовать ответить на ряд основных вопросов и заполняя бриф одновременно сформировать уникальное коммерческое предложение.



Основные вопросы при создании LP

Вопросы

Примеры ответов

10 потребностей
вашего клиента:

Ремонт и обслуживание кондиционера / Заправка фреоном кондиционера / Срочный ремонт кондиционера

10 опасений
вашего клиента:

Накрутка цены при выезде на объект / Авансовая оплата 100 % стоимости услуг до начала их оказания / Отсутствие гарантий / Работа без договора / Несвоевременное выполнение работ и прибытие на объект ремонтной бригады / Грязь и мусор оставленный после выполнения работ / Не качественное выполнение услуг за оплаченные деньги / Монтажники с двумя левыми руками / Отсутствие хорошего сервиса / Отказ в гарантийном ремонте

Основная причина
обращения к вам:

Срочный ремонт кондиционера / Неприятный запах с кондиционера / течь конденсата-воды с кондиционера / не включается кондиционер, дует теплым воздухом кондиционер / посторонние шумы от кондиционера / кондиционер не холодит холодным воздухом

10 основных
конкурентных
преимуществ:

Оценка стоимости услуг без затрат на диагностику / Работаем 24/7 от 0 км до 100 км / При заказе ремонта после 22 00 часов скидка 10% / Мы работаем без 100% аванса, берем окончательную оплату только после подписания акта выполненных работ / Цены как на сайте, без разводов / Культура производства работ. Не курим, убираемся после себя. / Мы берем заказы любой сложности и / никогда не говорим «нет» клиентам / Мы готовы браться за срочные заказы. / Работаем в удобное для Вас время / Цены ниже чем у конкурентов



Бриф есть! Что делать дальше?



Возможны несколько вариантов

1. Разработка с помощью фрилансеров
2. Разработка в веб студии
3. Разработка с помощью конструктора страниц



Рассмотрим детально каждый из вариантов

Первый: разработка с помощью фрилансеров



ПЛЮСЫ

- Возможность индивидуального конструирования своего LP
- Сравнительно невысокая стоимость
- Индивидуальный подбор исполнителя под каждый этап разработки

МИНУСЫ

- Необходимо детально вникать в каждый этап
- Время
- Сроки



Рассмотрим детально каждый из вариантов

Разработка в веб студии

ПЛЮСЫ

- Нет необходимости в тех. знаниях и вникании в каждый этап разработки
- Возможность индивидуального конструирования своего LP

МИНУСЫ

- Высокая стоимость
- Невозможность контроля над исполнителем



Рассмотрим детально каждый из вариантов

Конструктор страниц

ПЛЮСЫ

- Скорость
- Стоимость
- Нет необходимости в тех. знаниях и вникании в каждый этап разработки

МИНУСЫ

- Нет возможности индивидуального конструирования
- Нужно дизайнерское виденье и владение базовыми графическими программами
- Проект не находится в Вашей собственности
- Шаблонное решение





Прототипирование

После того как вы определились с преимуществами товара, опасениями клиента, необходимо продумать блоки LP которые будут «закрывать» каждый из пунктов.

По определению

ПРОТОТИПИРОВАНИЕ

— это детализация и проработка всех составных частей проекта.

Прототипы можно тестировать, давая пробовать их использовать Вашей целевой аудитории.



ТОПЭКСПЕРТ

Проектирование Landing Page в Axure RP pro

Axure RP Pro

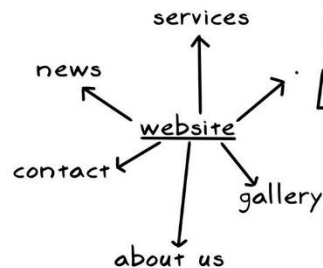
Программа по созданию прототипов сайтов, их отладки и дальнейшая публикации в сети.

Разработка требует небольших специальных знаний – но в целом достаточно проста.

Необходимо перетаскивать элементы мышкой, назначая на них различные действия и редактируя атрибуты!

website project

- idea
- project
- design
- programming
- content
- testing
- seo
- management
- success



price

title

navigation

slider

image

text

image

footer



ТОПЭКСПЕРТ

Работа с Axure RP pro

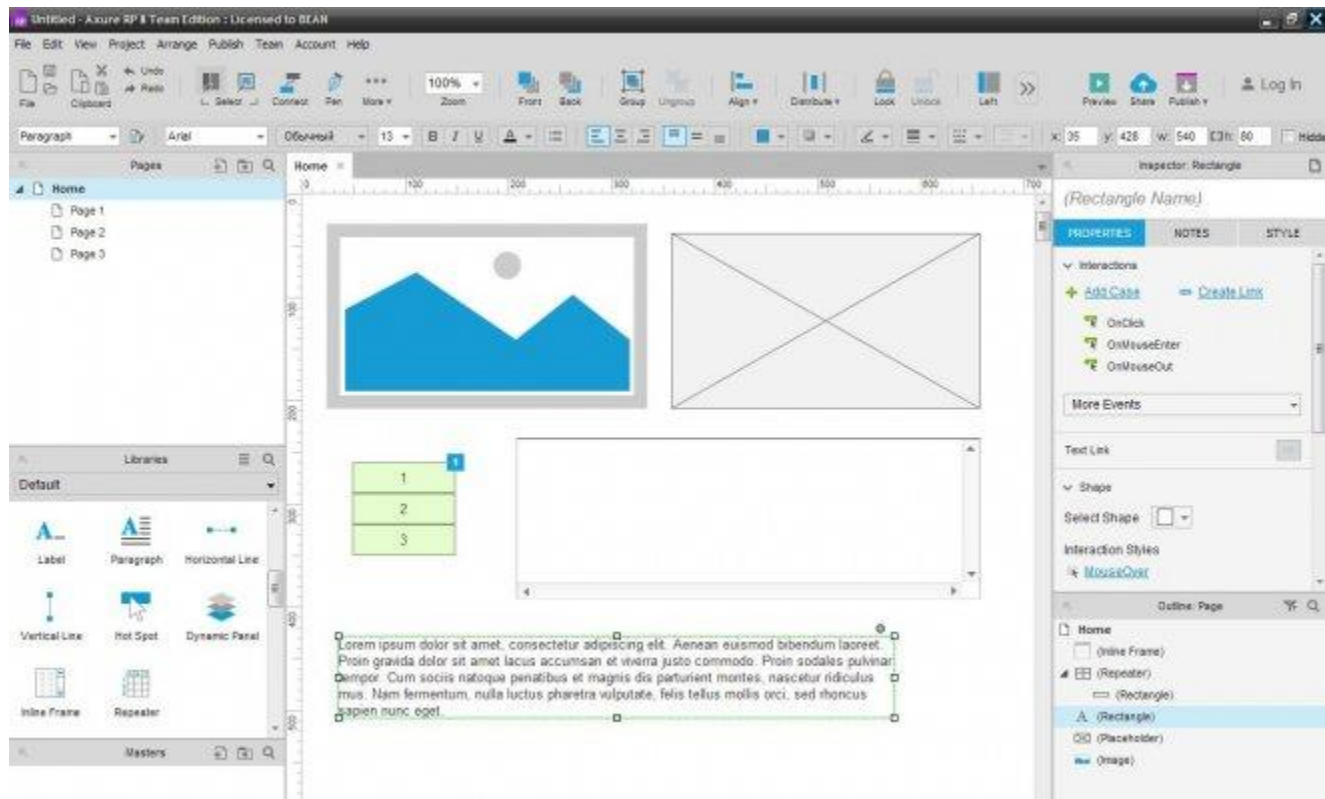
Axure RP pro представляет собой набор основных инструментов в которых Вы можете располагать блоки LP

Продумывать места для картинок и элементов текста

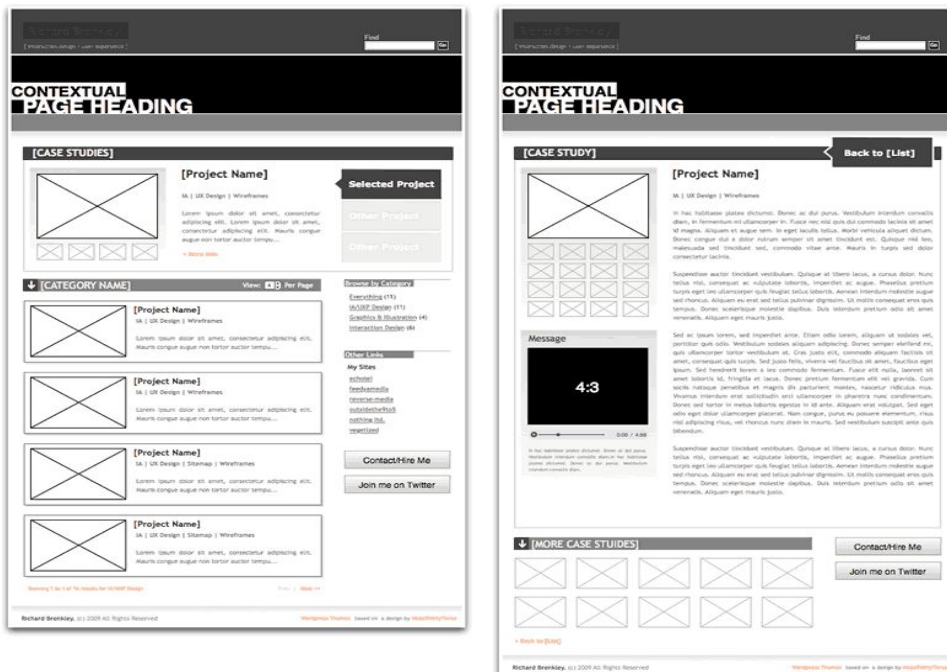
Работа в данной программе пригодится если Вы делаете LP с помощью фрилансеров, либо хотите дать точное индивидуальное задание для веб студии



Работа с Axure PR pro



Что получаем на Выходе



Образец созданного прототипа можно скачать здесь
https://yadi.sk/d/Ubl5Mx_idw9PR



ТОПЭКСПЕРТ

LPgenerator - Landing Page платформа

Шаблоны и макеты целевых страниц

Сегментированные целевые страницы
для конвертации мобильного трафика

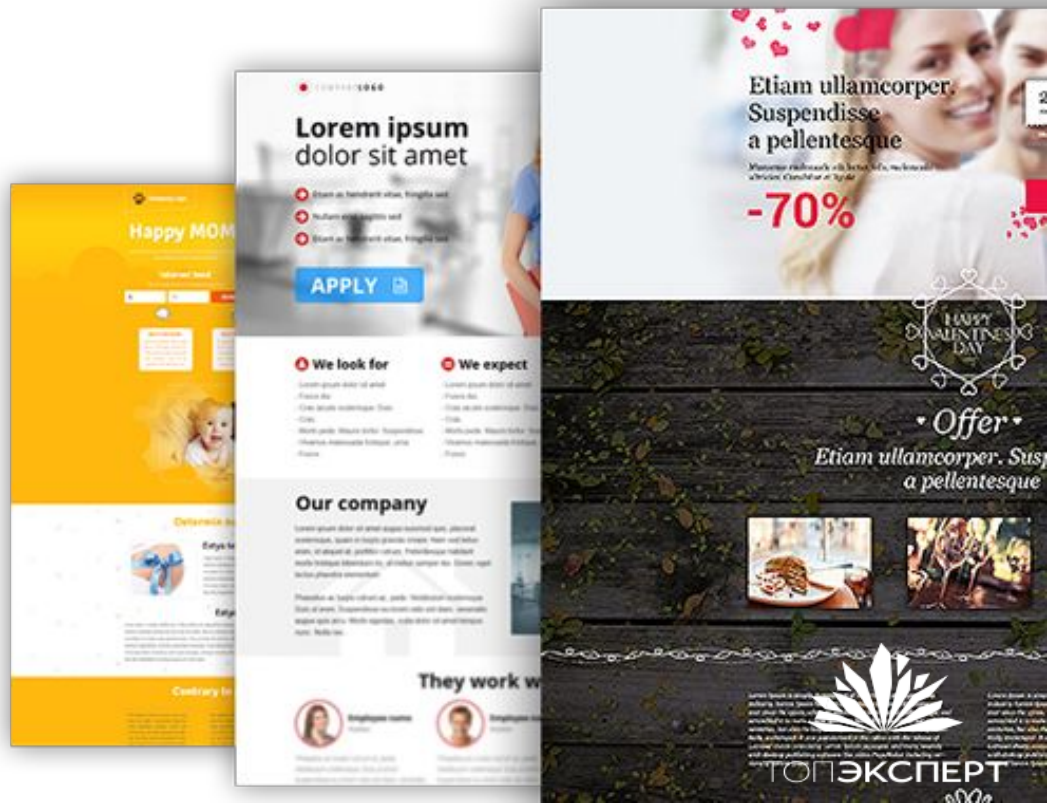
Конструктор целевых страниц

Домены и полный хостинг ваших
лендингов

Центр оптимизации конверсии

Аналитика и статистика

CRM управления лидами
и LP Телефония



Работа в LPgenerator

Создаем лендинг для компании занимающейся усилением интернета в области

Давайте пошагово рассмотрим весь процесс!



Регистрация

Интерфейс очень дружелюбный и здесь не возникает проблем.

LPGENERATOR
инструменты для создания лендингов

Вы вошли как [tedylov@seoskazka.com](#) [Выйти](#)

Дополнительные сервисы

Настройка
Я Директ

Услуги
верстки

Услуги
дизайна

Магазин
лендингов

ПОДАРОК

Пожалуйста, заполните несколько параметров, чтобы мы могли
предоставить вам наилучший сервис

Это займет не более 15 секунд

Для получения оповещений о новых заявках и помощи специалистов LPgenerator

☒ Получать ежедневную образовательную рассылку блога LPgenerator

☒ участвовать в обучающих вебинарах LPgenerator

Получить руководство и приступить к работе



Руководство

После регистрации мы получаем полноценное руководство по работе с платформой.

После его просмотра можем приступить к работе.



 Вы вошли как Евгений [Выйти](#)

Добро пожаловать в LPgenerator, Евгений!
Вашему вниманию ссылка на руководство:

[🔗 «Как продавать в Интернете или стратегия быстрого привлечения клиентов»](#)

Перед началом работы с платформой LPgenerator настоятельно рекомендуем ознакомиться с 3-х минутным видео ниже.

Добро пожаловать в маркетинговую платформу LPgenerator!



В любой момент вы можете пропустить это видео и приступить к работе

СОЗДАЙТЕ СВОЮ ПЕРВУЮ ЦЕЛЕВУЮ СТРАНИЦУ 

ТОПЭКСПЕРТ

1. Начало работы

Выберите свой шаблон лендинга

1

Выберите тип страницы
В соответствии с целями и задачами
вашей рекламной кампании

☒ Веб

☐ Мобильный

☐ Facebook

☐ Стр благодарности

2

Выберите шаблон
из списка ниже

Магазин (целевых страниц) или Начните с пустого шаблона

Мы предоставляем выбор шаблонов по
следующим категориям:

Схематические (11)

Общие (7)

Конверсионные пути (10)

Мини сайт (6)

Стартапы (6)

Реклама и маркетинг (6)

Финансы и право (6)

Авто (6)

Образование (6)

Медицина (6)

Недвижимость (6)

Ремонт (6)

Мероприятия (6)

Партнерские (3)

Магазины (6)

Туризм (6)

Портфолио (6)

Красота/здоровье (6)

Инфобиз (8)

Главная страница

Страница предложения/оффера

Страница благодарности

Главная страница

Страница предложения/оффера

Страница благодарности

На первом шаге нам нужно
выбрать тип разрабатываемой
страницы

ТОПЭКСПЕРТ

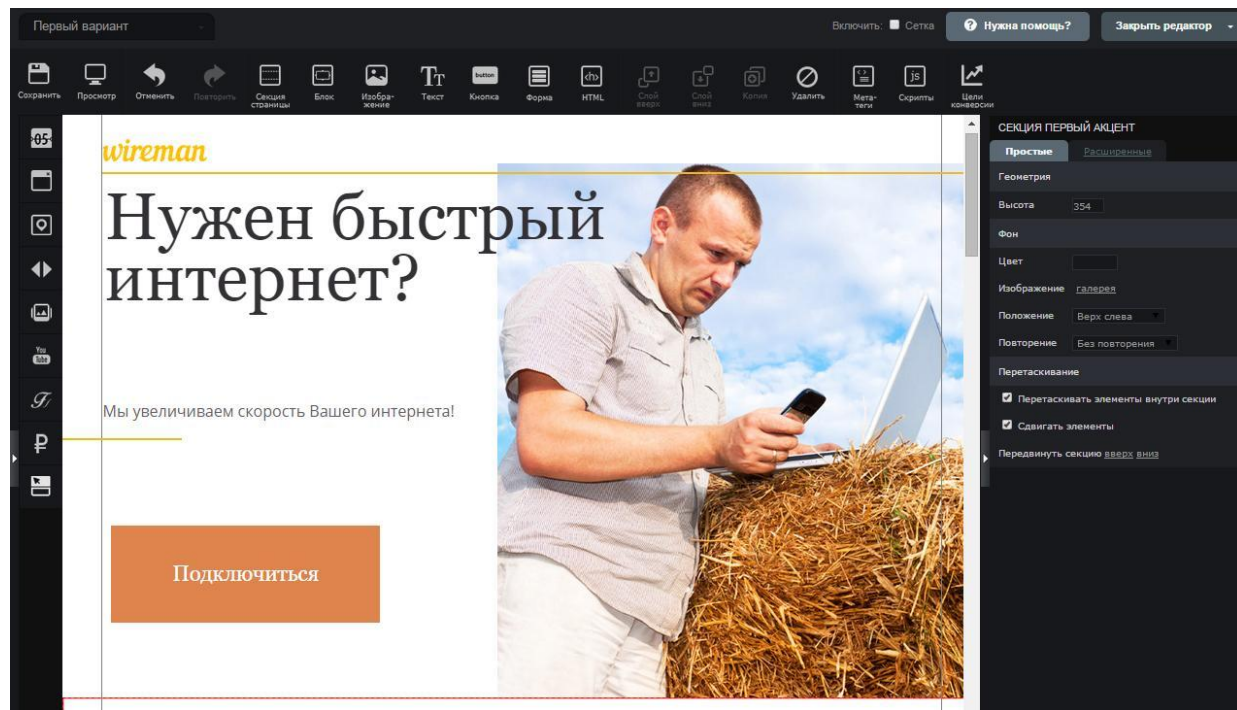
2.



В нашем случае я выбрал «ремонт», шаблон «услуги электрика».

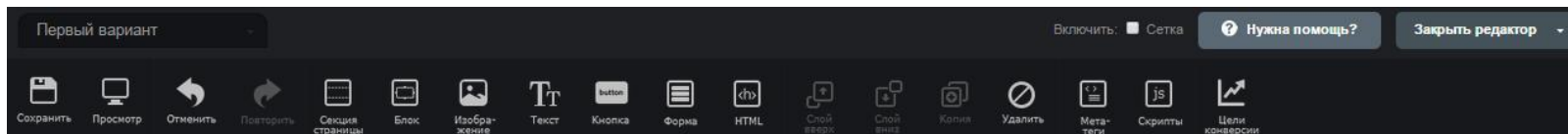


3. Выбираем макет и начинаем редактировать



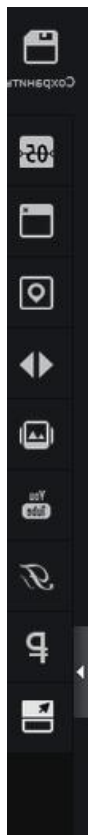
Обзор основных возможностей интерфейса

Верхняя навигационная панель



- Предварительный просмотр
- Разбивка страницы по секциям, редактирование секций
- Редактирование блока
- Мета теги
- Вставка JS скриптов

Обзор основных возможностей интерфейса



Боковая навигационная панель

- Таймер
- Вставка попапа
- Слайдер отзывов
- Галерея
- Видео
- Вставка кода робокассы



7 ошибок Landing Page и их решение

Проблема

Решение

Неясный призыв к действию	Крупная кнопка с четким посылом
Слишком большой выбор	Один товар – одна landing page
Слишком много запросов	1 призыв к оставлению контакта, 1 призыв к шарингу
Перебор с текстом	Схема: что это, зачем это нужно пользователю, призыв к покупке
Обещания	1 рекламный канал – 1 лендинг
Визуальные раздражители	Отсутствие крутящихся баннеров
Недостаток доверия	Символы доверия расположить в верхней части страницы



Домашнее задание

Придумать продукт

У кого нет продукта будет продавать книги по английскому языку

Особо продвинутые могут взять себе пластиковые окна:)

Заполнить бриф, разработать прототип и создать максимально приближенную к боевой версии с помощью LPgenerator



A close-up, slightly high-angle shot of a small, fluffy Pomeranian puppy. The puppy has thick, orange-gold fur and dark, round eyes. It is lying on its belly on a dark brown, textured couch. Its front paws are extended forward. In the background, a large, dark brown cushion is visible on the left, and a dark brown blanket or shirt is draped over the back of the couch on the right. The lighting is soft and warm, coming from the upper left.

Вопросы ?



ТОПЭКСПЕРТ

МОДУЛЬ №1 - Сайт, Landing Page, генераторы сайтов

До следующей встречи



ТОПЭКСПЕРТ