



Тренинг «Умные лендинги 2.0»

Написание текста. Часть 3

Что осталось написать

- Блоки доверия
- Блоки осведомленности и проработки оставшихся возражений

Блоки доверия

- Используем столько, сколько можно и нужно (но без перебора)
- Довольно часто не готовы на момент написания текста, и клиент вставляет их сам (в этом случае нам достаточно написать подзаголовков и сделать пометку)

Блоки доверия для товара

- Отзывы
- Документы (в частности, сертификаты)
- Награды
- Для b2b-товаров могут добавиться примеры внедрения, логотипы клиентов

Блоки доверия для услуг

- **Кейсы**
- Примеры работ (портфолио)/объекты
- **Отзывы**
- Логотипы клиентов (если b2b)
- **Документы** (в частности, лицензии)
- Награды

ОТЗЫВЫ

- **Ключевые принципы:** реальность, конкретность, социальная значимость
- **Реальность** — фотографии, видео, подпись с должностью, контакт человека
- **Конкретность** — оцененные преимущества, полученные выгоды, проработанные возражения
- **Социальная значимость** — известный человек или представитель той же группы ЦА, что и читатель

Примеры работ

- **Ключевые принципы:**
реальность, наглядность, соответствие поиску
- **Реальность** — указать ссылку, адрес
- **Наглядность** — показать «товар лицом» (хорошие фотографии/скриншоты, продающее описание)
- **Соответствие поиску** — примеры именно того, что ищет читатель

Кейсы

- Кейс = расширенный пример с описанием результатов (и нередко с отзывом)
- Результат — ключевое слово
- Вариант для *улучшения* чего-либо — было/стало

Вопрос наполнения этих блоков

Всю эту информацию (отзывы, примеры, кейсы) заказчик должен предоставить в черновом виде.

Вы придумываете единую форму подачи и редактируете описания.

Логотипы клиентов

- Блок для b2b услуг/товаров
- Могут фигурировать в примерах, кейсах, отзывах или сами по себе
- Иногда даются и логотипы *партнеров*

Документы

Любые подходящие по смыслу разрешительные документы: скан ИП/ООО, лицензия, сертификат, разрешение, заключение.

Также сюда отнесем диплом о квалификации.

Награды

- Награда — хорошее социальное доказательство, особенно если это победа в конкурсе/рейтинге.
- Диплом участника — вариант похуже

Блоки осведомленности и проработки оставшихся возражений

- Цена/прайс
- **Продажа цены**
- Порядок работы
- **Гарантии**
- Частые вопросы
- **Контакты**

Цена/прайс

- Для товаров (реже услуг) цены даются в детализации
- Для единичного продукта делаем обычный блок цены
- Для ассортимента дается прайс
- Для некоторых продуктов — таблица версий
- Иногда (для сложного продукта, комплексного лендинга или по желанию заказчика) цена не указывается
- В некоторых случаях для сложного продукта можно предложить дать пример цены, возможно с расчетом

Продажа цены

- Традиционный блок продающего текста, который в лендингах теряют
- Уместнее для лендинга одного продукта (если не один, можно оттолкнуться от примера цены)
- Аргументируем выгодность покупки (почему это дешево и/или выгодно)

Порядок работы

- Очень частый лендинговый блок
- Отвечает на вопрос «Что надо сделать, чтобы получить продукт»
- Разбиваем весь процесс на шаги и составляем схему

Оплата и доставка

- Если информации много (например, есть варианты), то может прописываться отдельно от порядка работы

Гарантии

- Логично смотрятся после цены, продажи цены или порядка работы
- Даем только те гарантии, которые заказчику не жалко 😊
- Типичные — гарантия доставки, гарантия качества, гарантия замены, гарантия возврата денег

ЧаВо

- Этот блок уместен для:
 - 📧 нового для ЦА продукта
 - 📧 не нового, но вызывающего вопросы
 - 📧 холодной аудитории
- Даем ответы на вопросы двух типов:
 - 📧 технические
 - 📧 оставшиеся возражения
- Ответы делаем короткими и емкими
- В некоторых случаях делаются отдельные блоки для проработки важных возражений

Контакты

- Даем основные контакты и карту (как правило, после последней формы)
- Карта — для компаний с физическим офисом
- Если нет офиса или заказчик не хочет, даем телефон для вопросов
- Иногда заканчиваем просто формой с финальным призывом к действию

Подзаголовки блоков

Нередко используются *банальные* формулировки: «почему мы» или «8 причин выбрать нас», «как мы работаем», «наши партнеры».

Подзаголовки блоков

Можно добавить уникальности и «продающести».

- **Подход от вопросов:**

- 📌 «Почему 123 клиента выбрали нас»

- 📌 «Что хорошего вы получите с нами»

- 📌 «Кто нас хвалит»

- **Подход с призывами:**

- «Узнайте причины выбрать нас»

- «Оцените ваши выгоды»

- «Познакомьтесь с довольными клиентами»

- При этом подзаголовки должны оставаться *понятными*