

WORKSHOP

Создание landing pages

Критерии эффективного лэндинга

Елена Ефремова

директор по маркетингу компании «Скобеев и Партнёры»

www.skobeeff.ru

SK
SKOBEEV
И ПАРТНЕРЫ

Задачи и KPI landing pages

- ▶ Цель - получить из посетителей как можно больше лидов (потенциальных заказчиков).
- ▶ Задача - облегчить принятие решения о целевом действии

KPI:

- ▶ ROI
- ▶ Минимальная эффективная конверсия
- ▶ Стоимость привлечения 1 клиента
- ▶ Индивидуальные KPI (...)
- ▶ Стоимость привлечения 1 лида

Что важно учитывать при создании лендинга

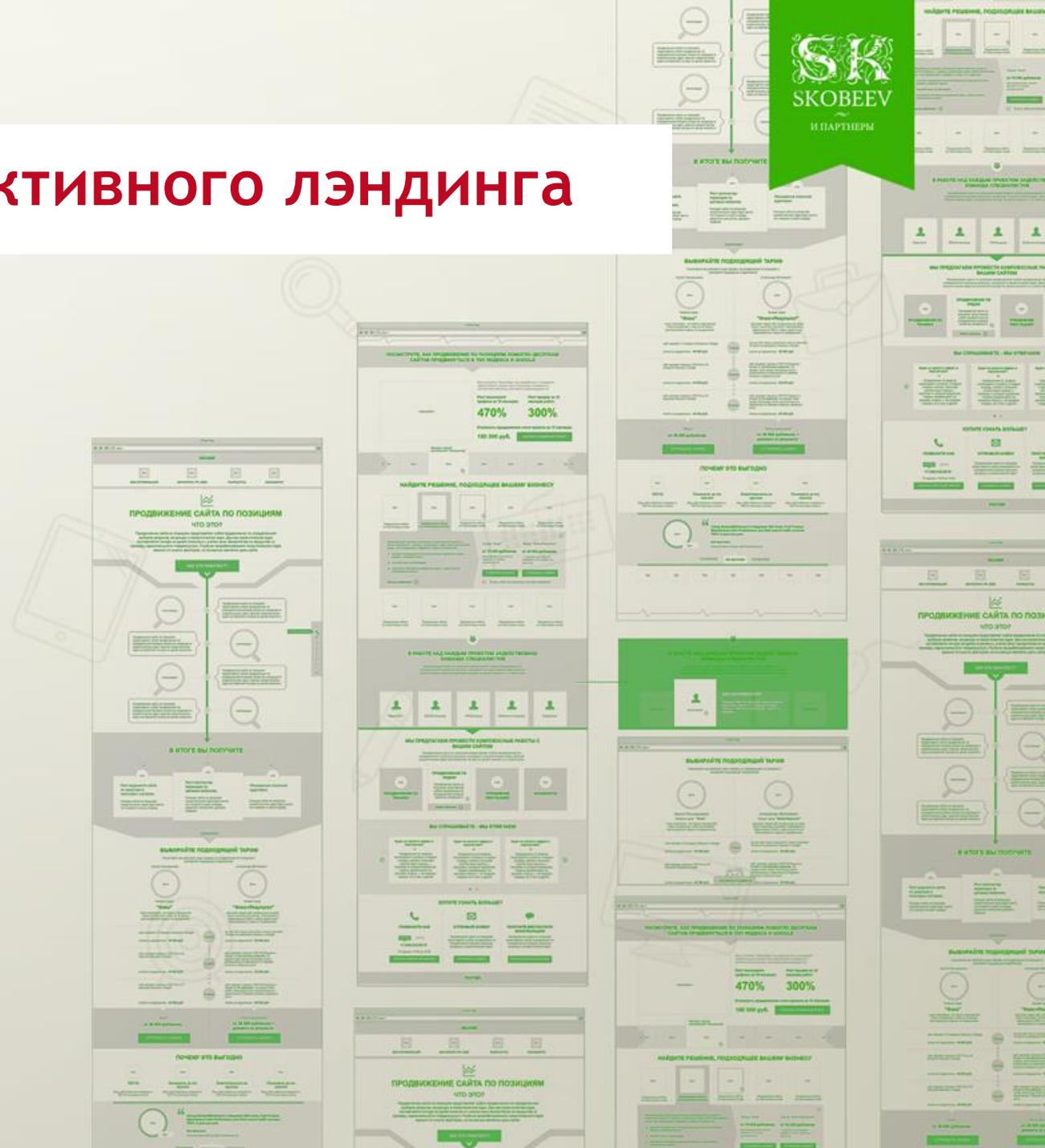
- ▶ Целевая аудитория
- ▶ Преимущества/особенности товара/услуги
- ▶ Главное маркетинговое обращение
(акция, скидка, спец.предложение)
- ▶ Потребительская ценность услуги/продукта (выгоды)
- ▶ Ограничения по времени подготовки лендинга и по бюджету

Чем landing page отличается от сайта?

- ▶ **Автономность:**
1 страница = 1 (основное) действие конверсии + ничего отвлекающего.
Никуда не уводит.
- ▶ **Никаких длинных текстов. Набор блоков.**
- ▶ **Первое действие конверсии - уже в шапке!**

5 главных элементов эффективного лендинга

1. Форма обратной связи
2. Как это работает
3. Преимущества, УТП, убеждения
4. Контакты
5. Плюшки



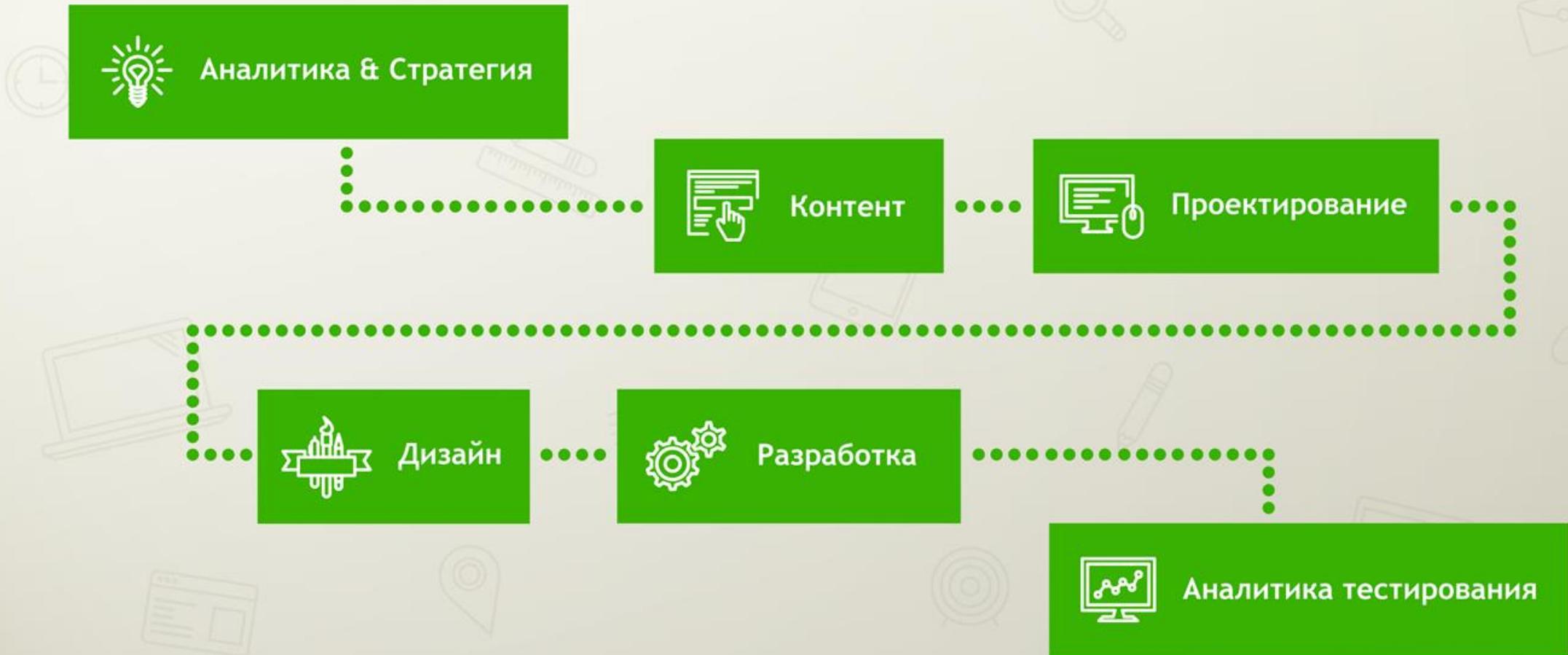
Основные правила построения лендинга

- ▶ **Фокус на товаре.**
1 лендинг = 1 предложение
- ▶ **Call to action.**
Четкий, оформленный призыв.
- ▶ **Заголовок.**
Продающий, определяющий результат.
- ▶ **Визуализация.**
Контент - сжато, визуализации - больше.
- ▶ **Представление, подача информации - качественный контент.**
- ▶ **Адекватный дизайн.**
Корректное отображение на всех устройствах.
- ▶ **Плюшки. Стимулирующий бонус.**
Дополнительная выгода = убеждение.
- ▶ **Элементы доверия.**
Триггеры.
Social proof.

Часто встречающиеся ошибки

- ▶ Отсутствие ценности для потребителя
- ▶ Ссылки, уводящие со страницы
- ▶ Неочевидный призыв к действию
- ▶ Некачественный контент.
Длинные тексты
- ▶ Длинная, сложная форма заявки
- ▶ Слабые заголовки или их отсутствие
- ▶ Сложный для восприятия или неподходящий дизайн
- ▶ Игнорирование AIDA

Этапы работ над лэндингом





Landing pages

для предзаказа нового iPhone

Требуются добровольцы!

Развивайте свои навыки прямо здесь

Зачем?

- ▶ Получите отзывы и комментарии от экспертного жюри
- ▶ Выступите на E-Target!!!
- ▶ Получите крутые подарки за участие

Для кого?

- ▶ Для всех, кто задействован в управлении интернет-проектами, как со стороны клиента, так и со стороны агентств
- ▶ Для тех, кто хочет увидеть всю «кухню», все процессы изнутри



Задача: ГОТОВИМ ЛЭНДИНГ для iPhone air



90 минут на подготовку



Профессиональный юзабилити в помощь

У вас будет все, что нужно:



Техническое задание



Необходимые материалы «с запасом»



Набор блоков для наглядной верстки



Работа в команде: роли и проектный подход.

Последовательность.

Координатор проекта:

координация команды, соблюдение сроков, презентация проекта



Проектировщик:

разработка структуры и прототипа лендинга

Маркетолог:

анализ целевой аудитории и создание концепции лендинга



Копирайтер:

создание продающих текстов и заголовков



Landing pages

Поехали!