

Landing, который продает

Скачать БЕСПЛАТНО

Пошаговое руководство



16+

Витковский Евгений

Евгений Витковский

Landing, который продает.

Пошаговое руководство

*http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=37406907
SelfPub; 2019*

Аннотация

Уникальное пособие, по большей степени направленное на читателей со знаниями уровня «Начинающий» и «Средний» по тематике создания посадочных страниц (они же – лендинги или landing page). Специально для вас я собрал воедино информацию, накопленную за 7 лет практики, а также полученную в ходе изучения десятков видео и статей на данную тематику. Просто следуйте моим советам – обещаю, что результат не заставит себя ждать!

Содержание

Предисловие	4
Введение	5
Глава первая	7
Шаг 1. Определение целевой аудитории	7
Конец ознакомительного фрагмента.	10

Предисловие

Приветствую вас, дорогие читатели!

Вы держите в руках уникальное пособие, по большей степени направленное на читателей со знаниями уровня «Начинающий» и «Средний» по тематике создания посадочных страниц (они же – лендинги или landing page). Специально для вас я собрал воедино информацию, накопленную за 7 лет практики, а также полученную в ходе изучения десятков видео и статей на данную тематику.

Просто следуйте моим советам, данным ниже – обещаю, что результат не заставит себя ждать!

Вооружайтесь ручками и листами бумаги, чтобы записать самое интересное, – и добро пожаловать в мир посадочных страниц!

Введение

Что такое Landing page?

Говоря простым языком, Landing page – это одностраничный сайт, который нацелен на совершение зашедшим на него пользователем целевого действия. Другими словами, в идеале, человек должен попасть на ваш одностраничный сайт и совершить там какое-то целевое действие. Действием может быть:

- покупка товара
- запись на мастер-класс
- заполнение формы обратной связи
- получение бесплатной консультации
- и т. д.

В зависимости от того, какое количество целевых действий совершили пользователи на сайте, рассчитается конверсия сайта.

Конверсия сайта – это отношение совершенных целевых действий к количеству посетителей на сайте.

Пример:

На ваш сайт зашло 100 человек, из них 30 оставило заявки.

Значит, конверсия вашего сайта равна $(30/100) * 100\% = 30\%$.

Вокруг конверсии вращается все: именно этот показатель определяет количество клиентов, которые вам приносит посадочная страница. Именно конверсию мы будем увеличивать.

Почему Landing page так часто используют для продаж?

Самой главной особенностью посадочной страницы является фокус внимания. Зашедший сюда человек не перепрыгивает с одной страницы сайта на другую, забывая, зачем он сюда пришел.

Вся информация в лендинге расположена на одной конкретной странице с несколькими экранами для прокрутки (а иногда и вовсе с одним экраном), информация на которых постепенно ведет пользователя к заветному совершению целевого действия. Так что, если у вас стоит выбор, какой сайт сделать для продаж одного или нескольких товаров/услуг, не сомневайтесь – Landing именно для вас.

Глава первая

Сбор основной информации

Шаг 1. Определение целевой аудитории

Чтобы конверсия вашего сайта выросла сразу в несколько раз, вам нужно четко представлять свою целевую аудиторию.

Более нацеленное попадание в потенциального клиента сразу повышает доверие к сайту в разы. Вы общаетесь с клиентом на одном языке, и он готов вам довериться.

Возьмем для примера два совершенно противоположных по интересам и профессии типа людей. Согласитесь, вряд ли вы сможете одинаково хорошо продавать и тем и другим, т. к. нужен индивидуальный подход к своей целевой аудитории.

Первое, что нужно сделать – это написать подробные портреты предполагаемых посетителей вашего сайта. Для этого предлагаю ознакомиться с некоторым списком вопросов, которые помогут сформировать достаточно четкое понимание вашей целевой аудитории. Итак, поймите для себя касательно целевой аудитории вашего продукта:

- Это мужчина или женщина?
- Сколько им лет?
- Есть ли муж или жена?
- Есть дети или нет?
- Где работает?
- Есть ли свое жилье?
- Живет один или с кем-то?
- Какой доход?
- Какую одежду носит?
- Как проводит свободное время?
- Какие ценности в жизни?
- Что ценит в товарах или услугах?
- Быстро или медленно принимает решения?
- Где живет?
- Какую пищу ест?
- Занимается ли спортом?
- Какие имеет интересы?

Это далеко не все вопросы, которые можно придумать при составлении портрета. Чем на большее число вопросов вы ответите, тем точнее сможете составить портрет.

Пример:

Вы продаете женские наручные часы стоимостью 5.000

рублей.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.