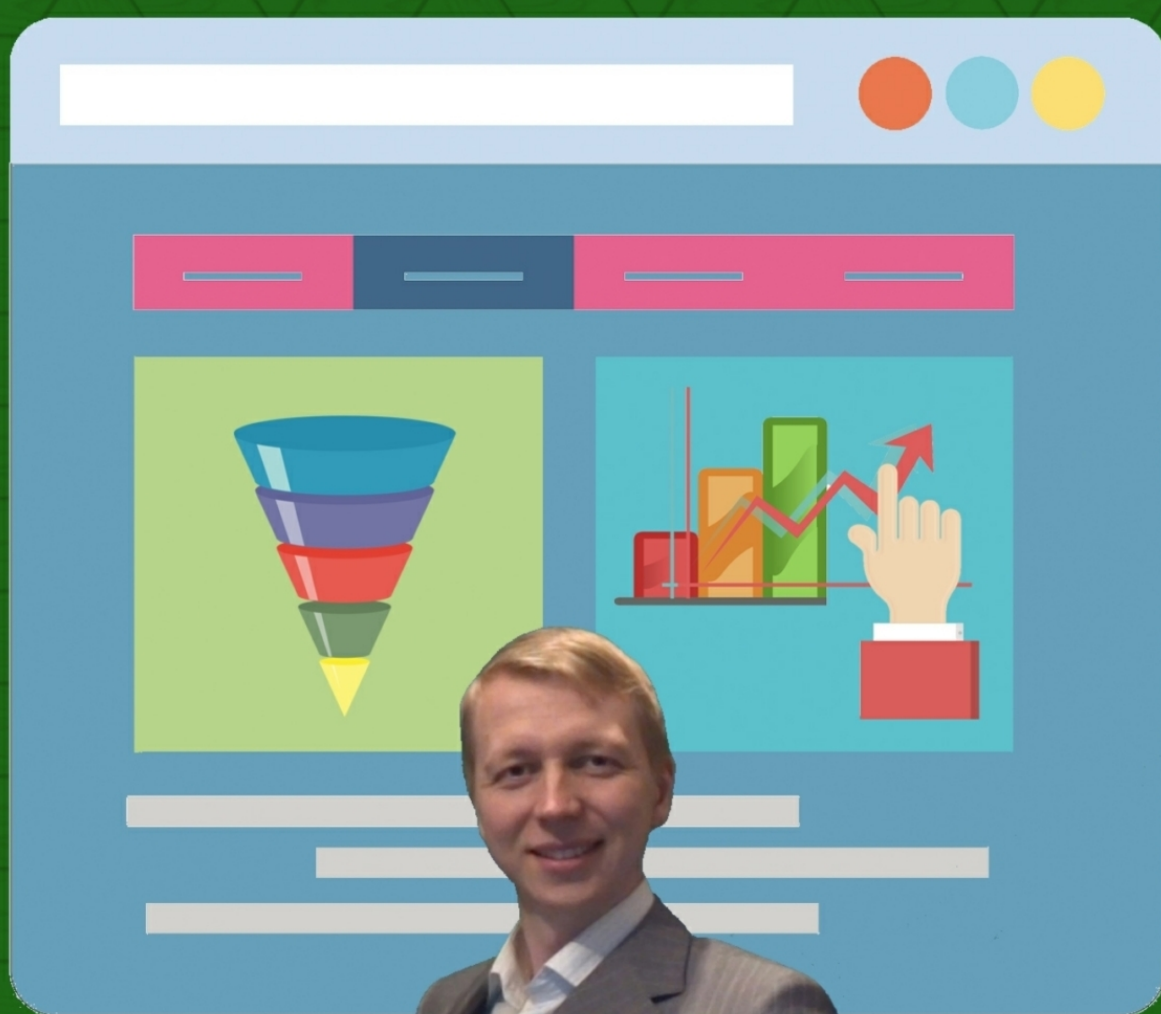


# 7 ПРАВИЛ LANDING PAGE



Марков Александр

12+

Александр Марков

**7 правил продающего  
сайта, landing page**

«ЛитРес: Самиздат»

2020

**Марков А. В.**

7 правил продающего сайта, landing page / А. В. Марков —  
«ЛитРес: Самиздат», 2020

Хотите узнать что сильнее всего влияет на продающие качества вашего сайта?  
Описанные ниже правила позволят избежать грубых ошибок, которые при  
создании сайта зачастую приводят к отсутствию звонков и заявок.

# Содержание

Об авторе	5
Введение	6
1 Правило: Согласованность текста рекламы и содержания на сайте.	7
2 Правило: Цены	9
Конец ознакомительного фрагмента.	10

# Александр Марков

## 7 правил продающего сайта, landing page

### Об авторе



#### **Марков Александр**

- Основатель и руководитель студии «Webdeco»;
- Директолог, интернет-маркетолог;
- Мой сайт: [markov-m.ru](http://markov-m.ru).

#### **Услуги**

- Настройка рекламы в Яндекс директ, Google adword, соц. сетях и др.;
- Создание продающих сайтов, landing page.

#### **Обо мне**

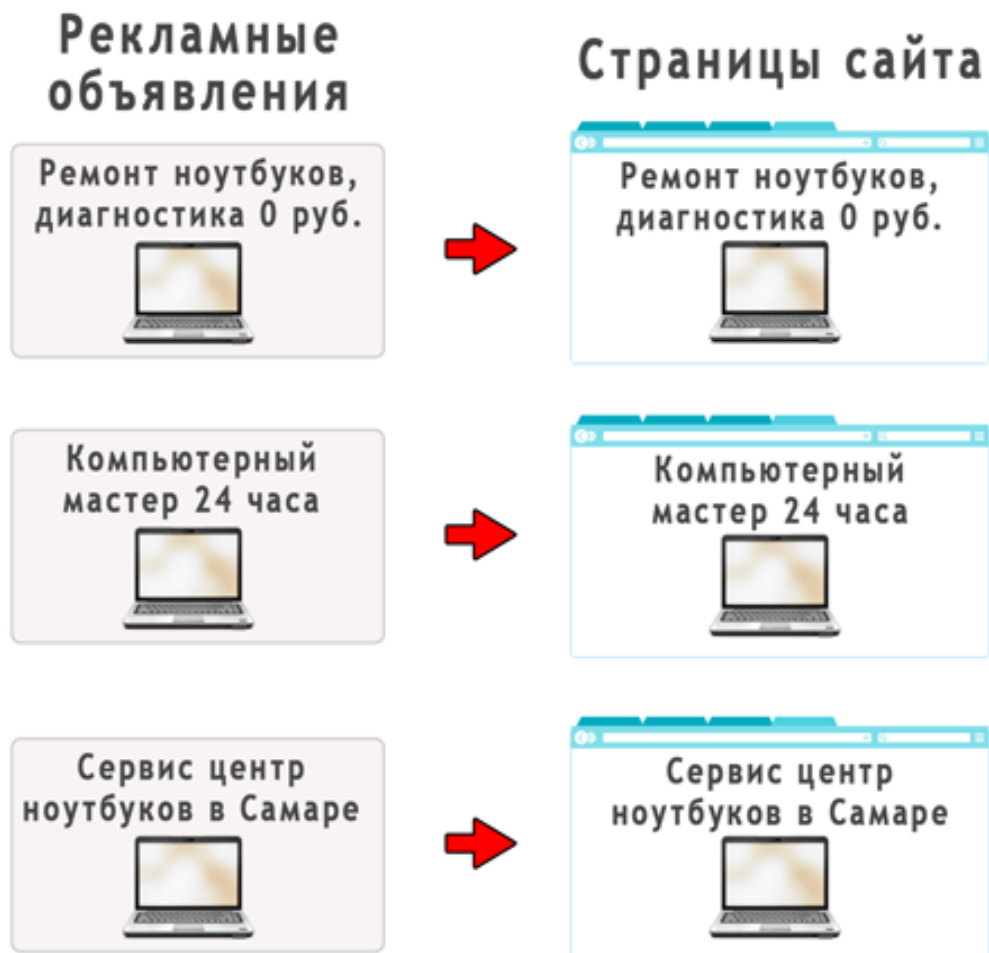
Я регулярно пишу статьи и снимаю обучающие видео по интернет-маркетингу. Подписывайтесь, чтобы не пропустить важного на моем сайте [markov-m.ru](http://markov-m.ru).

## **Введение**

Одни сайты отталкивают посетителей, другие, наоборот, притягивают. Показатель конверсии сайта(процент посетителей, которые оставят заявку или позвонят) может отличаться в десятки раз у разных сайтов и дело не в дизайне, а в продающих качествах. Поэтому плохой сайт невыгодно рекламировать т.к. затраты на рекламу будут обходиться дороже полученной прибыли от реализации товаров или услуг.

На мой взгляд, 80% успеха зависит от сайта и только 20% от рекламы, т.к. избежать ошибок в настройке рекламы проще, чем при разработке landing page или сайта. Следование описанным ниже базовым правилам может увеличить процент посетителей, которые позвонят или оставят заявку. Соответственно можно снизить расходы на рекламу получая тот же результат или при том же бюджете повысить прибыль.

## 1 Правило: Согласованность текста рекламы и содержания на сайте.



Сплошь и рядом встречаются ситуации, когда выгоды и преимущества, описанные в рекламе, отсутствуют на первом экране сайта (область без прокрутки страницы). Давайте разберем почему это важно.

Представим ситуацию: посетителя зацепило указанное в рекламе преимущество "гарантия 2 года", но перейдя по рекламе на ваш сайт, он не видит этого на первом экране. Остальные преимущества ему неинтересны, т.к. он уже нашел несколько подходящих сайтов ваших конкурентов, где есть все остальное, написанное на текущей странице.



В течение первых секунд посетитель сканирует глазами и ищет это преимущество, не прокручивая страницу, и не найдя решает покинуть сайт, даже не просматривая его содержания, находящееся ниже первого экрана. Такой беглый и поверхностный поиск информации обусловлен высокой конкуренцией: в большинстве тематик проще и быстрее найти более удобный сайт, чем искать информацию на менее удобном.

Конечно, есть посетители, которые будут более скрупулезно изучать материал, но в целом никто не хочет делать заказ на плохом сайте, все хотят выбрать лучший, т.к. удобство страницы один из показателей качества работы компании. Поэтому отсутствие важной информации вначале, особенно если она есть в рекламе, может резко снижать конверсию и общую эффективность сайта.

**Вывод:** Все преимущества, указанные в рекламе, должны в идеале находиться на 1 экране сайта(область без прокрутки страницы) и быть заметными. Если все преимущества не удастся расположить на первом экране, например, в мобильной версии сайта, то разместите их как можно ближе к началу страницы. И не забывайте, указывать их в приоритетном порядке: чем важнее преимущество, тем выше и более заметным оно должно быть на странице.

## 2 Правило: Цены

В одних случаях указание цен может повысить количество звонков и заявок в несколько раз, в других, наоборот, понизить. Когда человек попадает на сайт, то сначала хочет прицениться. Вначале происходит отсев сайтов с дорогими ценами(существенно выше средних) – их посетитель просто закрывает и идет к конкурентам.

### **Если цен нет, а у конкурентов есть**

Когда цен на сайте нет или они указаны обобщенно, то во многих случаях посетители его сразу закрывают, если посчитают, что на других сайтах можно найти стоимость. Причина такого поведения – высокая конкуренция, потому что в большинстве тематик проще и быстрее найти более удобный сайт с ценами, чем тратить энергию и звонить уточнять стоимость по телефону. Усложнять себе путь никто не хочет, так же как и заказывать на малоинформативном сайте.

Отсутствие цен не сильно отпугнет посетителей только если у значительного большинства конкурентов они тоже не указаны.

Не указывать цены на сайте лучше только если более 80% ваших конкурентов на первой странице поисковых систем не пишут цены на сайте. Иначе говоря, когда посетителю сложно найти цены на сайтах конкурентов, он перестает быть требовательным к данному условию и уже готов сначала изучить содержание, а не сразу закрывать.

В остальных случаях в большинстве тематик, когда более 20% ваших конкурентов на первой странице поисковых систем пишут цены, на сайте без расценок будет в несколько раз меньше заявок, чем если указать средние значения. Поэтому в таком случае, чтобы сайт не закрывали в течение первых секунд, – посетителя нужно заинтересовать, разместив цены. Даже если цены будут немного выше средних, это все равно может повысить число заявок, чем если не указывать вообще, когда более 20% конкурентов пишут стоимость.

## **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.