

# Чек лист по созданию высококонверсионного лендинга

## Шаг 1. Предложение (заголовок)

В заголовке содержится главная информация о вас и вашем продукте. Главная функция заголовка — чтобы стало понятно.

**Формула хорошего заголовка:**

**КТО**

Поставщик.  
Официальный дилер.  
Теннисный центр.

+

**ЧТО**

Шенгенская мультивиза.  
Светодиодные конструкторы.  
Анодированный профиль.

+

**ГДЕ**

В Москве.  
По России.  
В СНГ.

+

**КВ**

Единственный дистрибьютор.  
Бесплатная доставка.  
С гарантией 30 лет.

ключевая  
выгода

**Примеры хороших заголовков:**

- Поставщик сыпучих строительных материалов и бетона.
- Продажа автомобилей Tesla в России и СНГ.
- Производство трубопроводной арматуры и деталей трубопровода.

**Задание: Придумайте и запишите заголовок вашего предложения**

## Суть предложения (подзаголовок)

Предложение — это главная причина купить у вас. По сути, предложение является главной причиной существования вашего бизнеса.

**Формула идеального предложения:**

**ПР**

продукт

Обучение игре на гитаре.  
Производство деталей трубопроводов.  
Оформление визы.

+

**КВ**

ключевая  
выгода

Быстрое обучение.  
Цены ниже рыночных.  
Быстрее, чем на рынке.

+

**РФ**

раскрытие  
фактом

50 песен за 2 месяца.  
Цена ниже на 7-12%.  
Оформление за 5 дней.

Примеры хороших предложений:

- Научитесь играть на гитаре 50 песен через два месяца, или мы вернем деньги.
- Производим задвижки, клапаны, затворы, шаровые краны, фланцы и детали трубопроводов. Наши цены ниже среднерыночных на 7-12%.
- Шенгенская мультивиза в Москве за 5 дней / в Екатеринбурге за 5 дней. Оформим мультивизу в Европу за 150 евро для граждан РФ и СНГ.

**Задание: Придумайте и запишите ваше предложение (offer)**

## Шаг 2. Форма сбора контактов + Лид-магнит

А теперь опишите в форме сбора контактов ваш «лид-магнит».

### Что такое лид-магнит:

Лид-магнит является мощным инструментом для сбора контактных данных, потому что с его помощью вы предлагаете человеку сделать простой выбор: оставить контакты и получить что-то действительно полезное, или не оставить — и не получить.

Чит-код: не всегда необходимо продавать человеку прямо на сайте. Предложите бесплатный первый шаг. Дайте скачать, просчитать, просмотреть, сходить на экскурсию, получить демо-доступ.

Вот несколько примеров качественных лид-магнитов, которые помогут вам найти идею «пробника» в своём бизнесе.

- Купон на 100 рублей
- Пробная услуга (в фитнесе например тренировка)
- Бесплатный отчёт, презентация, мини-книга
- Бесплатный чек-лист, советы
- Бесплатный видеокурс
- Прайс-лист или каталог с ценами

### Основные критерии качественного лид-магнита:

1 критерий:

- Удовольствие от получения лид-магнита должно быть больше, чем сомнение оставить контакты.
- Человек должен чётко понимать, что он получит взамен своих контактов. Поэтому всю суть нужно отразить в заголовке.

2 критерий:

- Должно быть неважно, сколько раздать таких лид-магнитов: 50 штук или 50 тысяч штук.
- Поэтому чек-листы, гайды, пошаговые алгоритмы в виде pdf-файла являются хорошими лид-магнитами. Электронный файл можно раздавать в любом количестве бесплатно, днём и ночью.

3 критерий:

- Быстрый в употреблении. Важно, чтобы человек мог оценить пользу лид-магнита быстро. Хорошо, если он потребляется за 5–15 минут. Ещё лучше — мгновенно.
- В противном случае человек может просто не ощутить его ценности, отвлечься или полениться смотреть полтора часа видео, читать 100 страниц электронной книги, разбираться в сложном софте и т. д.

**Задание: Придумайте и запишите идеи вашего лид-магнита**

### Шаг 3. Информация о компании

Чем больше данных вы укажете о себе и своей организации, тем выше будет доверие пользователя к вашему сайту. Такой пользователь с высокой вероятностью оставит на вашем сайте заявку.

**В верхней части** вашего лендинга-ПУЛИ укажите самую важную информацию, такую как:

- Название компании или логотип.
- Основной регион вашей деятельности. **Например:** *Для всех регионов РФ и СНГ, Доставка по всей России, Москва и московская область...*
- В правом верхнем углу **обязательно** укажите номер телефона.

**В нижней части** можно указать следующую информацию:

- Левый нижний угол. Можно указать регистрационную информацию вашей компании, например: ООО «...», ИНН, ОГРН – такая информация показывает, что ваша фирма реально существует и повышает доверие посетителей. Если у вас нет этой информации, то просто укажите ваш E-mail.
- Низ центр – здесь вы можете указать адрес вашего офиса
- Правый нижний угол - здесь так же укажите номер телефона.

### Шаг 5. Контент сайта

Снимите небольшое (не больше 1 минуты) видео, чтобы показать себя и свою компанию, а так же подробнее раскрыть суть вашего Уникального предложения (offer). Живое и реальное видео поднимет доверие пользователей к вам и вашей компании.

Примеры: <http://sale.kamportal.ru/> ; <https://youtu.be/58OvUzl4EI0>

В конце видео обязательно проговорите **призыв к действию**, например: скачайте бесплатно каталог с ценами (лид-магнит) или позвоните по телефону!

**Сайты с видео приносят своим владельцам намного больше заявок, чем сайты без него.**

Если у вас нет возможности сняться в видео и рассказать о вашей компании, то вы можете взять видео по вашей теме и наложить на него текст.

Пример: <http://kvad.blend.com.ua/> ; <https://youtu.be/UYtsqVFPGKw>

В крайнем случае, можно использовать слайд шоу из изображений с текстом, или просто поставить картинку вашего продукта.

Примеры: <http://page45998.bmbullet.ru/> ; <http://emkosti5.biz/>

**Желаем вам высоких конверсий!!!**

[Скачивайте нашу сборку для создания неограниченного количества адаптивных лендингов-ПУЛЬ и обычных лендингов на WordPress и получайте много клиентов!](#)