

# Чеклист проверки дизайна посадочной страницы (LP)

---

## I). Контент и структура Подписной Страницы:

### A) Наличие базовых элементов подписной страницы.

#### 1. Заголовок:

- А) Находится под логотипом;
- Б) Оформлен в тег H1 (необходимо для поисковых систем);

#### 2. Изображение (картинка или видео):

- А) Картинка высокого качества;
- Б) Устанавливает эмоциональную связь с пользователем;
- В) Демонстрирует конечный результат или процесс взаимодействия с продуктом;
- Г) Уникальное (Изображение нельзя найти в свободном доступе);
- Д) Коррелирует с содержанием страницы и заголовком;
- Е) Если присутствуют люди:
  - Взгляд направлен на форму или на пользователя;
  - Изображены славяне или представитель целевой аудитории;
  - Положительно эмоционально окрашено;
  - Если есть девушка, то четко видна грудь;
- Ж) Не используется слайдер;

#### 3. Форма захвата:

- А) Обведена в контур с закругленными полями;
- Б) Имеет уникальный (цвет отличается от фона страницы) однотонный фон;
- В) Содержит инструкции к полям в активном залоге над полем формы;
- Г) Имеет до 5 полей;
- Д) Инструкции выровнены по левому краю;
- Е) Формы имеют валидацию (Если данные заполнены неправильно – потребителю высвечивается подсказка);
- Ж) Содержит маску для номера телефона (ограничение по вводу количества цифр);
- З) Содержит четкую инструкцию по заполнению формы с дедлайном (заполни сейчас или до конкретного числа);

#### 4. Кнопка:

- А) Яркая (Уникального цвета);
- Б) Заметная (видна с 2 метров);
- В) Находиться на первом экране;

#### 5. Призыв действия в кнопке:

А) Призыв заметен (можно прочитать с 2 метров);

## **Б) Наличие дополнительных элементов подписной страницы:**

### **1. Дополнительный заголовок:**

А) Оформлен ТЕГом H2;

### **2. Отзывы:**

А) Главная мысль (УТП, Выгоды, описание результата...) отзыва выделена;

Б) Графически выделены (фон, стиль, вынос кавычек);

### **3. Цена:**

А) Если стоимость услуги высокая, то визуальное понижение стоимости:

- Перечеркивание «старой» цены, например, ~~70 000~~ 30 000 рублей;
- Выделение красным цветом;

### **4. Скидка:**

А) Скидка выделено цветом, фоном или графически;

### **5. Комплектации:**

А) **Лучшее** предложение выделено (шрифт, размер цвет);

Б) Одно преимущество/бонус в одной строке;

### **6. Гарантии:**

А) Гарантия графически выделена (рамка, фон или картинка);

### **7. F.A.Q.**

А) Главное выделено;

### **8. Видео:**

А) Без автопроизведения;

### **9. Статистика:**

А) Находиться в нижней части подписной страницы

## **II). Дизайн подписной страницы:**

### **1. Общее впечатление:**

А) Внушает доверие;

Б) Можешь ли ты определить назначение страницы за 5 секунд?

В) Можешь ли ты прочитать текст за 30 секунд?

Г) От 3-х способов связаться:

- Заявка;
- Номер телефона с указанием времени;

- Обратный звонок;
- Онлайн консультант (Jiosite);
- Отправить отзыв;
- Подписаться на рассылку;
- Оставить комментарий;
- Заказать продукт;
- Скачать коммерческое предложение/скачать презентацию;
- Адрес;

Д) Футер (подвал сайта):

- Юридическая информация;
- Контактная информация с адресом;
- Политика конфиденциальности;
- Копирайт (2010 – 2014)

Е) Отсутствуют внешние ссылки (исключения отзывы – ссылка на профиль социальной сети);

Ж) Сайт не перегружен информацией (много свободного пространства);

## **2. Технические аспекты (нюансы):**

А) Фон:

- Светлый
- Однотонный

Б) Текст:

- Размер текста от 12 до 18 пикселей;
- Размер заголовка от 22 пикселей;
- Текст контрастный (черный текст на белом фоне);
- Не больше 6 строчек в абзаце;
- Двойной междустрочный интервал;
- Используются маркировочные списки;
- Шрифт стандартный без засечек;
- Основные моменты выделены жирным;
- Текст выровнен по левому краю;
- Текст визуально оформлен (галочки, заголовки и т.д.)
- Текст Вы ориентирован;
- Текст в активном залоге (никаких «если», «может быть» и т.д.);

В) Ссылки:

- Синие;

- Подчеркнутые;

Г) Проектирование:

- Одна колонка в строке;
- Призыв к действию повторяется каждые 2 экрана (но не чаще);
- Не используются выпадающие списки;
- Используются подсказки для сложных полей (например, выбор города);
- Используются открытые формы (нет выпадающих форм);
- Отсутствуют Pop-up и Pop-under;
- Используется явная визуальная иерархия (выделяются ключевые элементы для управления вниманием посетителя);
- Соблюден принцип Близости (например, заголовок приближен к блоку, который он описывает или уменьшен интервал от заголовка до текста);
- Отсутствуют лишние графические элементы (линии, рамки таблиц, огромное количество картинок, отзывов);
- Не более 5 цветом на подписной странице (не должно быть схожей цветовой гаммы – желтый, легко желтый, золотой и т.д.)