

Чеклист проверки содержания посадочной страницы (LP)

I). Контент и структура Подписной Страницы:

A) Наличие базовых элементов подписной страницы.

1. Логотип с подробным описанием деятельности компании:

- А) Находится в левом верхнем углу или по центру;
- Б) Используется в качестве изображения (качественная картинка);

2. Заголовок:

- А) Содержит до 9 слов;
- Б) Вы ориентирован;
- В) Содержит УТП или Интригующий вопрос;
- Г) Написан в активном залоге;
- Д) Содержит качественное прилагательное;

3. Призыв к действию в кнопке:

- А) Четко описывает следующий шаг;
- Б) В Активном залоге;
- В) В призыве к действию есть ограничение;

Б) Наличие дополнительных элементов подписной страницы:

1. Дополнительный заголовок:

- А) Содержит призыв к действию или вопрос;

2. Отзывы:

- А) Отзывы настоящие;
- Б) Отзыв содержит заголовок с ключевой выгодой;
- В) Не длинней 6 строк в развернутом виде;
- Г) Закрывает потенциальное возражение клиента и призывает к действию;
- Д) Содержит информацию об авторе:
 - Логотип компании;
 - Фотография;
 - Должность;
 - Контактные данные;
 - Возраст;
 - Ссылка на профайл в социальной сети;
- Е) Есть структура отзыва:
 - Причина заинтересованности в продукте;
 - Ключевые возражения;

- Почему принял решение о покупке;
- Результаты;
- Что можете сказать людям, которые сомневаются;

3. Цена:

- А) Цена конкретна;
- Б) Если стоимость услуги высокая, то визуальное понижение стоимости:
 - Не 30 000 рублей, а 30 т.р.;
 - Не 30 000 рублей, а 222 рубля в день;
 - Использование нечетных цифр – 29 970 рублей;

4. Скидка:

- А) Конкретные числа;
- Б) Неровные цифры с визуальным повышением (четные числа до 6, например 2426 рублей);
- В) Не используем проценты;

5. Дедлайн (Ограничения):

- А) По времени:
 - определенно до конкретной даты (купи до 10 января и сэкономь 1246 рублей);
 - бонус действителен в течение 25 дней со дня получения (ограниченный по времени скидочный купон);
- Б) По количеству человек (осталось 5 мест);
- В) Ограничение по количеству товара (всего 10 моделей по специальной цене);
- Г) Бонус для самых быстрых (первые 5 записавшихся...);
- Д) Тающая скидка (повышение цены каждые 2 дня);

6. Комплектации:

- А) Несколько уровней доступа или несколько уровней сервиса;
- Б) Различная цена с визуальным понижением;
- В) Наличие «Золотого Унитаз» - Супер VIP за Супер дорого;
- Г) Располагается в порядке понижения цены слева направо;
- Д) Ограничение по местам или бонус для самых быстрых;
- Е) Больше подарков к дорогой комплектации;
- Ж) Сделать дешевый тариф невыгодным;

7. Гарантии:

- А) Гарантия находится под тарифами (комплектация), F.A.Q. или отзывами;

8. F.A.Q.

- А) F.A.Q. всегда находится под тарифами;

Б) Цель F.A.Q. - закрыть возражения;

9. Кейс:

- А) Настоящий;
- Б) Визуально показан процесс (необходимо для увеличения ценности услуги);
- В) Содержит изображения (иллюстрации) или видео подтверждающие результаты;
- Г) Наличие статистики для сравнения – «было – стало»;
- Д) Указание заказчика с его данными и местом реализации кейса;
- Е) Содержит отзыв клиента;

10. Видео:

- А) Длина ролика не превышает 1,5 минут;
- Б) Качественно и профессионально снято;
- Г) Показывает процесс взаимодействия с продуктом или результат;
- Д) Название, призывающее посмотреть видео;

11. Статистика:

- А) Закрывает конкретное возражение;

12. Социальное доказательство:

- А) Публикация в СМИ;
- Б) Независимое исследование;
- В) Отзыв экспертов из данной области;
- Г) Отзыв знаменитостей;
- Д) Сертификаты/Гранты;
- Е) Кнопка «Лайк» или «Share» с более чем 100 лайками;

13. Дополнительный призыв к действию:

- Подписка на рассылку;
- Скачивание презентации, КП или прайс листа;
- Заявка на консультацию;
- Тест драйв;

14. Сравнение с конкурентами – в таблице еще раз подчеркнуть выгоды оффера;

15. Использование бонусов:

- Использование бонусов для получения контакта (e-mail, телефон) пользователя;
- Использование бонусов для увеличения ценности продукта;
- Использование бонуса для отстройки от конкурентов;

- Использование бонуса после совершения покупки для выстраивания долгосрочных отношений (в качестве примера можно использовать сертификат);
- Благотворительность (увеличивает ценность продукта в глазах покупателя)

16. Оплата:

- А) Разные способы оплаты;
- Б) Возможность кредитования или рассрочки;
- В) Работы без предоплаты;

В) Технический анализ (копирайтинг):

- Исправить орфографические ошибки;
- Исправить минусы «-» на тире «-»;
- Не использовать сложноподчиненные предложения;
- Не использовать более 6 строк в абзаце;
- Использовать русские кавычки: « ... » или „ ... “;