

# В чём прототипировать?

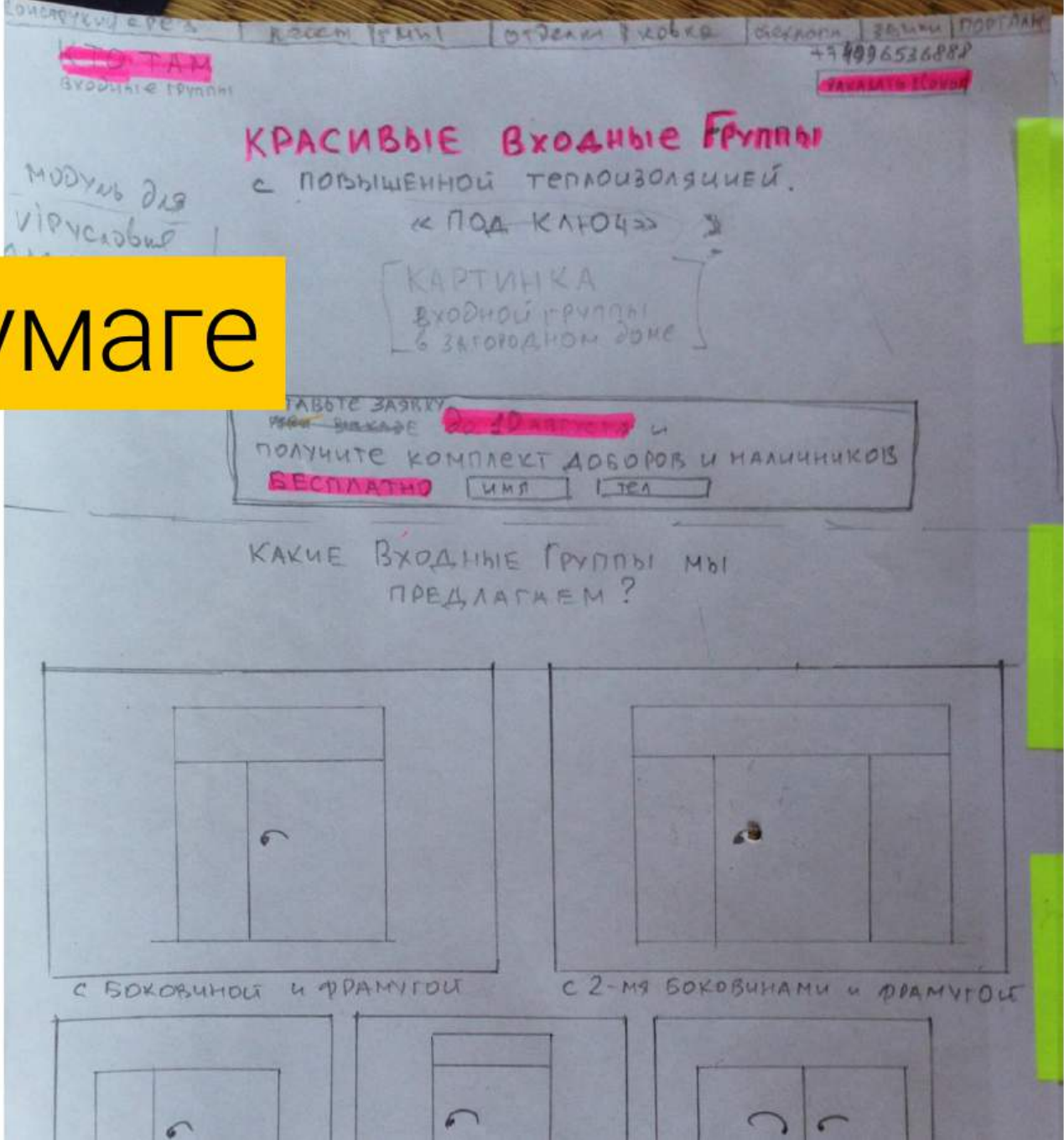
На  
бумаге

MS  
Word

Онлайн-  
платформы



На бумаге



18 августа

## Бесплатный мастер-класс «Бизнес-Старт» от Петра Осипова

*{кнопка запуска видео – «ДДД ДДНД»}*

MS Word

живое участие в Москве (Дом БМ – дизайн-завод «Флакон»)

и онлайн-трансляция

«Записаться»

*Давно думаете об открытии своего дела,  
но не понимаете как сдвинуться с мертвой  
точки?**{фото Петра}***Пётр Осипов:**Миллионер. Основатель компании Бизнес  
Молодость. Профессиональный спикер и коучНа мастер-классе мы подробно поговорим  
о том, с чего начать и в какой сфере...

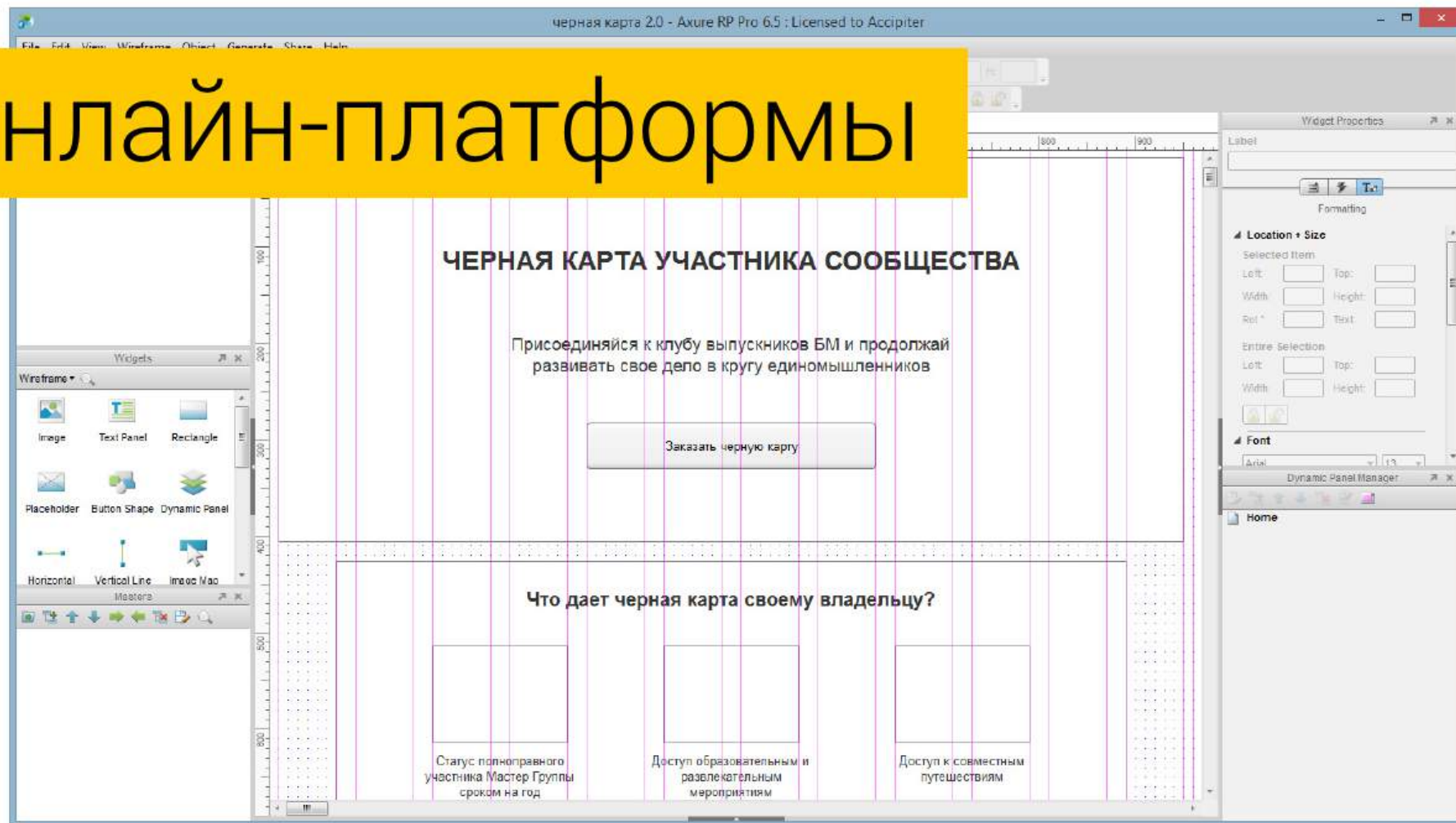
- Где искать клиентов
- Путь до первых денег
- Как работать «в белую» и без убытков
- Что нужно «подкрутить» в голове, чтобы «попёрло»

**Форма заявки**

- ФИО
- Номер телефона
- Email

Записаться на мастер-класс

# Онлайн-платформы



# Ресурсы для прототипирования

[balsamiq.com](https://balsamiq.com)

[moqups.com](https://moqups.com)

[axure.com](https://axure.com)

**Как работать  
с дизайнером?**



# Чеклист Mokselle

Чек-лист дизайнера/копирайтера. Версия 24.02.2015



## Первый экран

---

- До К<sub>о</sub> За первую секунду просмотра из заголовка понятно, чем занимается компания;
- До К<sub>о</sub> На первом экране присутствует кнопка или форма захвата.

## Логотипы клиентов

---

- До К<sub>о</sub> Если логотипы клиентов/партнеров существенные — они вынесены в шапку небольшой строкой;
- До К<sub>о</sub> В разделе с логотипами клиентов — каждый логотип подписан кратким (одна строка, либо — несколько слов) описанием проекта, реализованного для этого клиента.

## Интерактив

---

- До К<sub>о</sub> Вы можете в нескольких осмысленных предложениях объяснить, зачем этот интерактивный элемент нужен на странице;
- До К<sub>о</sub> Интерактив максимально понятен неопытному пользователю, им легко пользоваться;
- До К<sub>о</sub> Интерактив не скрывает важную информацию;  
Если вы делаете интерактив, который срабатывает при «наведении» курсора,
- До К<sub>о</sub> то что будет при клике? При клике подумано какое-то действие?  
Не будет ли пользователь «разочарован»? Не подумает ли, что «сайт сломался»?

## Кнопки

---

[Mokselle.ru/checklist.pdf](http://Mokselle.ru/checklist.pdf)

03

# С чего начинается сайт?

Верстка и программирование



```
...  
element.style.height = 0.02 * window.scrollHeight;  
window.scroll(0, scrollHeight);  
}
```

**Сервисы  
проверки  
верстки**

**[browsershots.org](https://browsershots.org)**

самый простой

**[browserstack.com](https://browserstack.com)**

самый мощный

# **10 обязательных элементов упаковки «на пятерку»**

# Фотографии



## Видео о компании



# Посадочная страница

**vesta** Витрины для выпечки, которые продают  
РАБОТАЕМ С 1999 ГОДА

8 (812) 243-10-16, +7(921)946-47-00 Виктор Сазонов  
Заказать звонок

## Как новая витрина может увеличить продажи хлеба в 2-3 раза?

Немецкие технологии по российским ценам под заказ от производителя всего за 1 месяц

Гарантия 5 лет

Рассчитайте стоимость витрины прямо сейчас!

Укажите ваши контактные данные — и менеджер перезвонит вам в течение 5 минут!

Ваше имя

Введите ваше имя

Контактный телефон

+7 \_\_\_\_\_

**РАССЧИТАТЬ**

**морье желание** Франшиза интеллектуальных автоматических аквариумов

Мы работаем по всей России +7 (499) 649-75-26

## КАК ПОЛУЧАТЬ ОТ 60% ГОДОВЫХ ПАССИВНОГО ДОХОДА НА УНИКАЛЬНЫХ АКВАРИУМАХ — АВТОМАТАХ?\*

Окупаемость франшизы 5-12 месяцев. Без персонала. Запатентованная модель\*\*

**Получить бизнес-план**

1 Оплатить 1000 руб.  
2 Получить инструкцию  
3 Получить подарок

В партнерстве со Всемирным фондом дикой природы WWF

### Дарите людям радость, помогайте планете и получайте пассивный доход!

Разместите автомат-аквариум в торговом центре и получайте стабильную прибыль от 50 до 170 тысяч рублей в месяц.

- Доход**  
Посетители оплачивают и контролируют баланс
- Зрелище**  
Необходует, как оператор автоматически кормит рыбок
- Подарок**  
Аппарат дарит или сувенирный магнит WWF (Всемирного фонда дикой природы)

Посмотрите видео процесса работы аквариума-автомата

# Кейсы и отзывы о компании, продукте

## ПОСЛЕДНИЕ ПРИМЕРЫ ВОЗВРАТОВ ПО ЛИЗИНГУ



1 из 3

ОБЩАЯ СУММА К ВОЗВРАТУ  
СОСТАВИЛА

3,8 млн. руб. и проценты  
за пользование

НОМЕР ДЕЛА

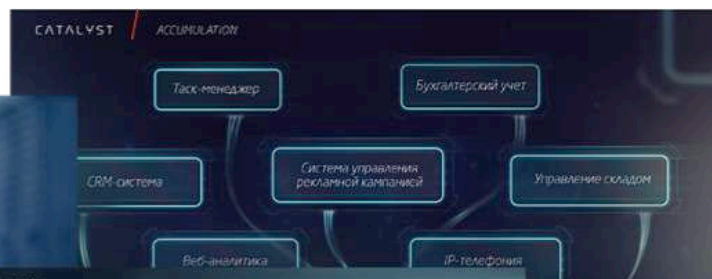
№А40-7506/16 -161-16

ООО «ГазПромТрубопроводСтрой» заключило в 2014 году с ОАО «ВЭБ-лизинг» 4 договора лизинга. В 2015 году договоры лизинга были расторгнуты лизингодателем, предметы лизинга (экскаваторы Volvo и Hitachi) изъяты. С помощью специалистов «Право и Практика» с лизингодателя взыскано неосновательное обогащение в сумме 3 798 638 руб. 75 коп. и проценты за пользование чужими денежными средствами (128 905 рублей).

[Подробнее](#)



# Презентация компании для отправки по почте



CATALYST / CORRELATION

### Цифровая модель бизнеса хранится в формате OLAP-кубов, что позволяет генерировать отчеты по любым разрезам:

- ROI в разрезе времени загрузки сайта
- Эффективность менеджеров в разрезе применяемых поощрений
- Прибыль в разрезе времени отклика на заявку
- Сроки доставки в разрезе конкретного региона

OLAP – (Online Analytical Processing, онлайн-анализ) обработка и решение комплексных задач на основе больших массивов данных, путем преобразования их в многомерные срезы данных

10 / 20

### ...дионирует от агрегатора ...ственного интеллекта, ...нимать ...ые решения

**Hypothesizing**  
Выдвижение оптимизационных гипотез с прогнозируемым результатом

**Self-study**  
Самобучение системы и возрастание точности выводов аемых гипотез

**Independence**  
Принятие самостоятельных решений при наличии статистической уверенности

05 / 20

# Коммерческое предложение



## Бизнес-план

Тестирование в торгово-развлекательных центрах

Для открытия и работы одной точки требуются следующие вложения:

\$1 800

InfoLife Premium

\$200

Лазерный принтер

\$400

Системный блок компьютера

\$120

Расходные материалы — бумага, степлер

\$50

Сотовый USB модем

Итого:

**\$2 570**

## Расчет окупаемости

Постоянные вложения

~ \$180

Ежемесячная аренда

\$400

Зарботная плата работникам

\$150

Расходные мероприятия

Среднее количество тестируемых в ТРЦ

В будни

10-20 👤

В выходные

15-30 👤

Итого за месяц

400 👤

Прибыль в ТРЦ

При цене тестирования в \$10, 22 будних и 8 выходных днях, получаем минимум 400 человек в месяц.

Выручка составляет 10\*400=\$4 000.

Вычтем из общей прибыли затраты на аренду, зарплату, расходные материалы

Чистая прибыль составит

**\$3 270**

Окупаемость

При средней доходности в **\$2 280** окупаемость наступает уже в 1-й месяц работы.\*

Адреса и примеры работы точек тестирования Вы найдете в разделе «Инициация» на нашем сайте и в разделе «Контакты» <http://www.infolife.ru/> contact.html



## Бизнес-план

Дилерство — продажа комплектов и оборудования InfoLife

Для продажи InfoLife в Вашей стране требуется покупка представительства (от \$4 000). Мы предоставляем особые условия для работы представителей — скидка 50% на комплект InfoLife.

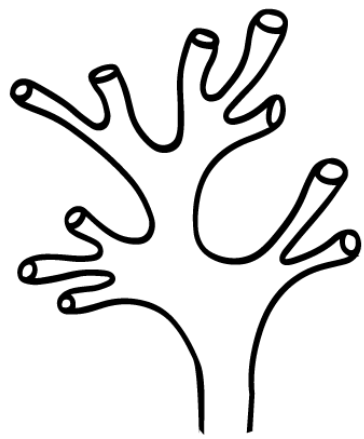
Дилер располагает суммой

Наименование	Цена	Перед безналита	Сканер	Дилер располагает суммой				
				\$4 000	\$6 000	\$8 000	\$10 000	
InfoLife Mobile 3	\$ 500*	6 мес.	1		4 шт.	5 шт.	6 шт.	7 шт.
InfoLife Mobile 2	\$ 700*	12 мес.	1		5 шт.	7 шт.	8 шт.	10 шт.
InfoLife Premium 1	\$ 900*	12 мес.	1		4 шт.	6 шт.	8 шт.	12 шт.
InfoLife Premium 2	\$ 1200*	24 мес.	2		2 шт.	4 шт.	6 шт.	8 шт.
Итого продуктов				11	17	22	30	
Итого сумма				\$11 500	\$17 600	\$23 000	\$30 500	
Выгода дилера				\$7 500	\$11 600	\$15 000	\$20 500	

Расчет окупаемости инвестиций по месяцам. План продаж

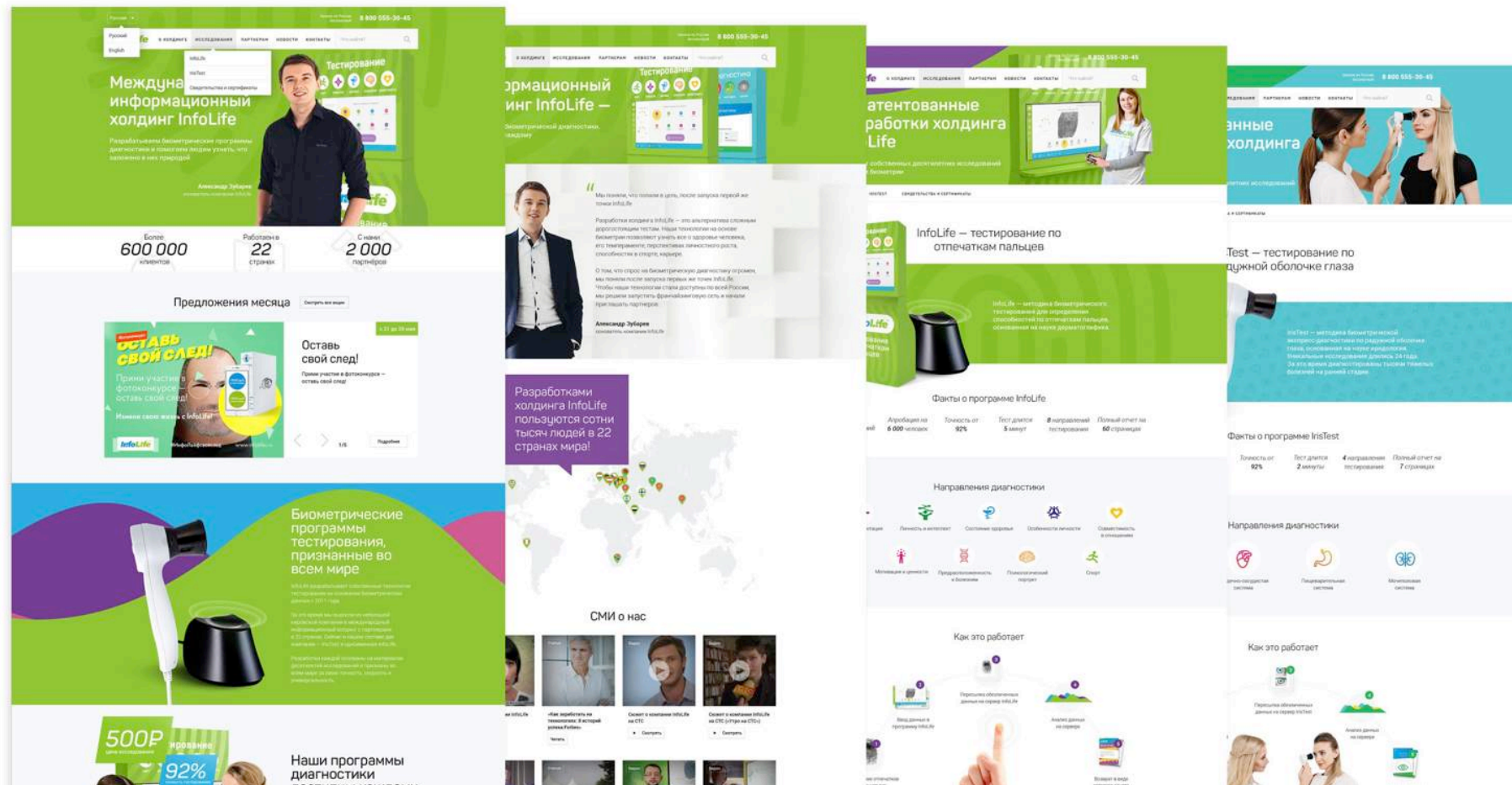
Три месяца аренды	InfoLife Mobile 1	InfoLife Mobile 2	InfoLife Premium 1	InfoLife Premium 2	Итого
1 месяц	\$ 1 000	\$ 1 400	\$ 1 800	\$ 2 400	
Сумма	2	1			
2 месяц	\$ 2 000	\$ 1 400	\$ -	\$ -	\$ 3 400
Сумма	2	2	1	1	4
3 месяц	\$ 2 000	\$ 2 800	\$ 1 800	\$ 2 400	\$ 9 000
Сумма	\$ -	2	1		3
4 месяц	\$ -	\$ 2 800	\$ 1 800	\$ -	\$ 4 600
Сумма	\$ -	\$ -	2	1	



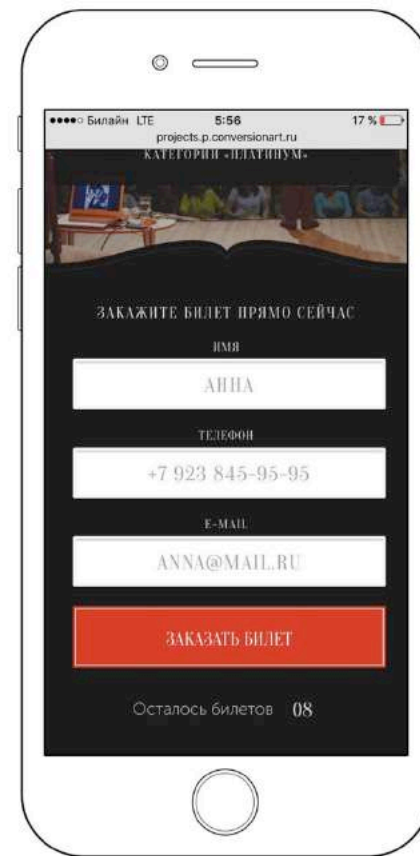
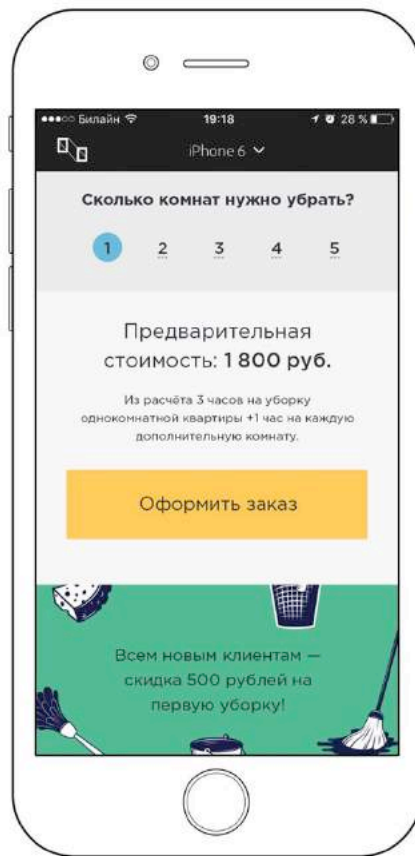




# Сайт компании



# Адаптация посадочной и сайта под мобильные устройства



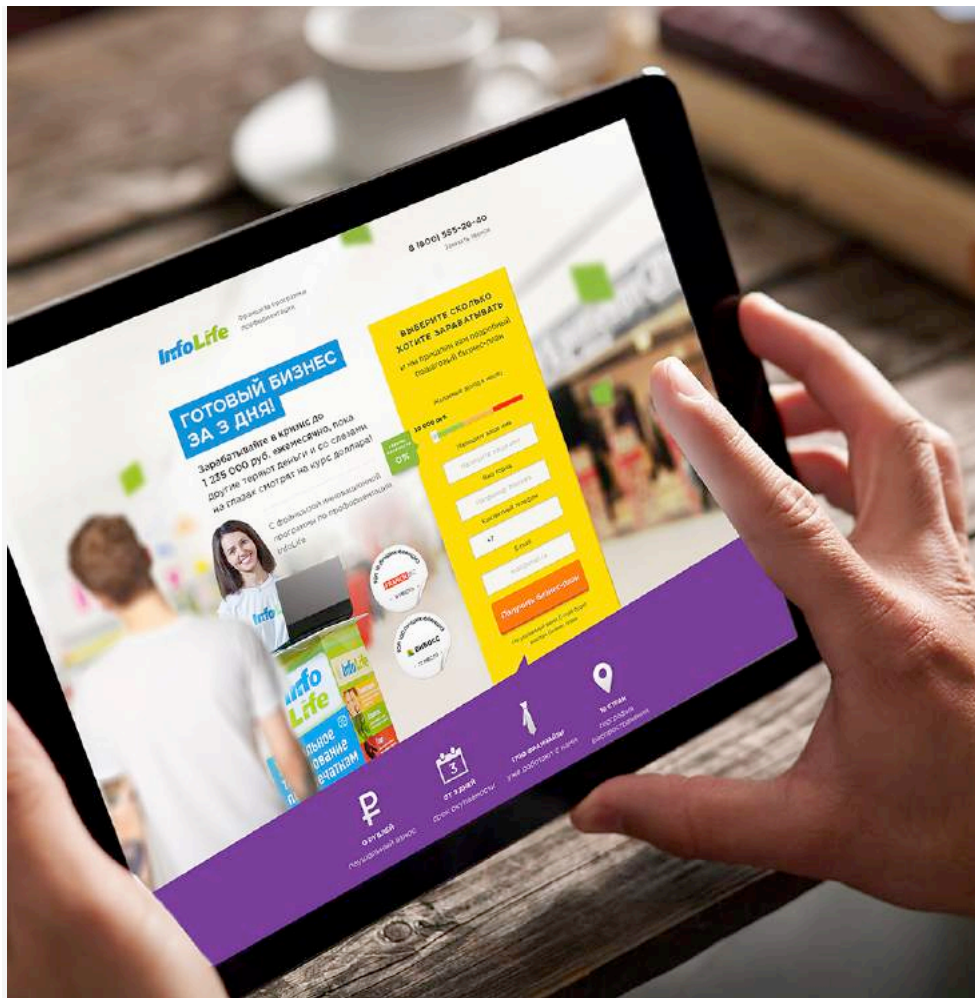


## 5 столпов качественной упаковки



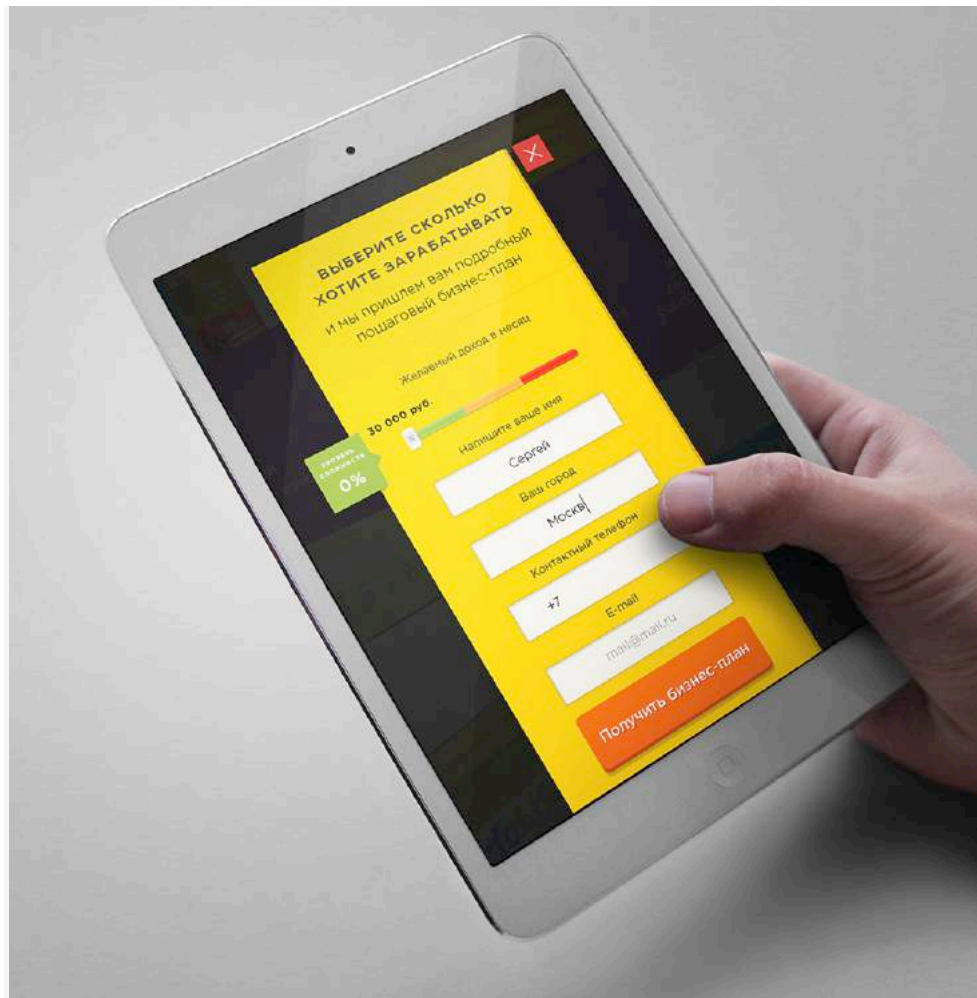
### 1. Смысловой слой

## 5 столпов качественной упаковки



1. **Смысловой слой**
2. **Визуальный слой**

## 5 столпов качественной упаковки



1. **Смысловой слой**
2. **Визуальный слой**
3. **Конверсионный слой**



## 5 столпов качественной упаковки



1. Смысловой слой
2. Визуальный слой
3. Конверсионный слой
4. Технический слой

## 5 столпов качественной упаковки



1. **Смысловой слой**
2. **Визуальный слой**
3. **Конверсионный слой**
4. **Технический слой**
5. **Аналитический слой**

# Алгоритм создания смыслового слоя в 10 шагов

На примере разработки landing page

## Алгоритм создания смыслового слоя в 10 шагов



1. Отвечаем на 117 вопросов.

## Алгоритм создания смыслового слоя в 10 шагов



1. Отвечаем на 117 вопросов.
2. Прописываем портрет своей ЦА.

## Алгоритм создания смыслового слоя в 10 шагов



1. Отвечаем на 117 вопросов.
2. Прописываем портрет своей ЦА.
3. Выделяем 30 важных смыслов.

## Алгоритм создания смыслового слоя в 10 шагов



1. Отвечаем на 117 вопросов.
2. Прописываем портрет своей ЦА.
3. Выделяем 30 важных смыслов.
4. **«Взвешиваем» смыслы. Выделяем 10 ключевых смыслов и 3 главных.**

## Алгоритм создания смыслового слоя в 10 шагов



1. Отвечаем на 117 вопросов.
2. Прописываем портрет своей ЦА.
3. Выделяем 30 важных смыслов.
4. «Взвешиваем» смыслы. Выделяем 10 ключевых смыслов и 3 главных.
5. Создаем УТП.



## Алгоритм создания смыслового слоя в 10 шагов



1. Отвечаем на 117 вопросов.
2. Прописываем портрет своей ЦА.
3. Выделяем 30 важных смыслов.
4. «Взвешиваем» смыслы. Выделяем 10 ключевых смыслов и 3 главных.
5. Создаем УТП.
6. Распределяем смыслы и формы захвата по экранам.

## Алгоритм создания смыслового слоя в 10 шагов



1. Отвечаем на 117 вопросов.
2. Прописываем портрет своей ЦА.
3. Выделяем 30 важных смыслов.
4. «Взвешиваем» смыслы. Выделяем 10 ключевых смыслов и 3 главных.
5. Создаем УТП.
6. Распределяем смыслы и формы захвата по экранам.
7. Готовим продающие тексты в формате прототипа.

## Алгоритм создания смыслового слоя в 10 шагов



1. Отвечаем на 117 вопросов.
2. Прописываем портрет своей ЦА.
3. Выделяем 30 важных смыслов.
4. «Взвешиваем» смыслы. Выделяем 10 ключевых смыслов и 3 главных.
5. Создаем УТП.
6. Распределяем смыслы и формы захвата по экранам.
7. Готовим продающие тексты в формате прототипа.
8. **Добавляем в прототип комментарии для дизайнеров и верстальщиков**

## Алгоритм создания смыслового слоя в 10 шагов



1. Отвечаем на 117 вопросов.
2. Прописываем портрет своей ЦА.
3. Выделяем 30 важных смыслов.
4. «Взвешиваем» смыслы. Выделяем 10 ключевых смыслов и 3 главных.
5. Создаем УТП.
6. Распределяем смыслы и формы захвата по экранам.
7. Готовим продающие тексты в формате прототипа.
8. Добавляем в прототип комментарии для дизайнеров и верстальщиков.
9. Проверяем на целевой аудитории. По результатам вносим изменения.

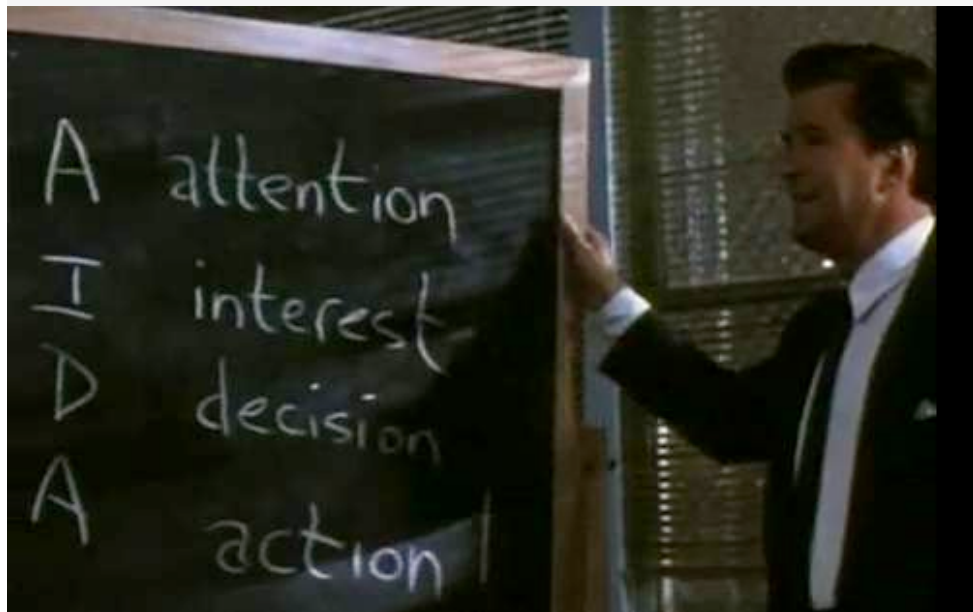
## Алгоритм создания смыслового слоя в 10 шагов



1. Отвечаем на 117 вопросов.
2. Прописываем портрет своей ЦА.
3. Выделяем 30 важных смыслов.
4. «Взвешиваем» смыслы. Выделяем 10 ключевых смыслов и 3 главных.
5. Создаем УТП.
6. Распределяем смыслы и формы захвата по экранам.
7. Готовим продающие тексты в формате прототипа.
8. Добавляем в прототип комментарии для дизайнеров и верстальщиков.
9. Проверяем на целевой аудитории. По результатам вносим изменения.
10. Отдаем текст корректору.



## 5 правил, которые вам помогут



1. Выстраивайте структуру продающего текста по модели AIDA.

## 5 правил, которые вам помогут

### Ваш ежедневный доход увеличится в 2 раза

Всего три составляющие вашего успеха

#### Прибыль растет

По статистике, полученной от наших клиентов, установка витрин Vesta увеличивает ежедневную выручку в 1,5-2 раза.

#### Издержки уменьшаются

Выросший спрос в совокупности с идеальными условиями хранения сводит количество просроченного товара к минимуму.

#### Расходы снижаются

Благодаря тщательно изолированному корпусу и идеальному воздухообмену, витрины Vesta потребляют на 20% меньше энергии.

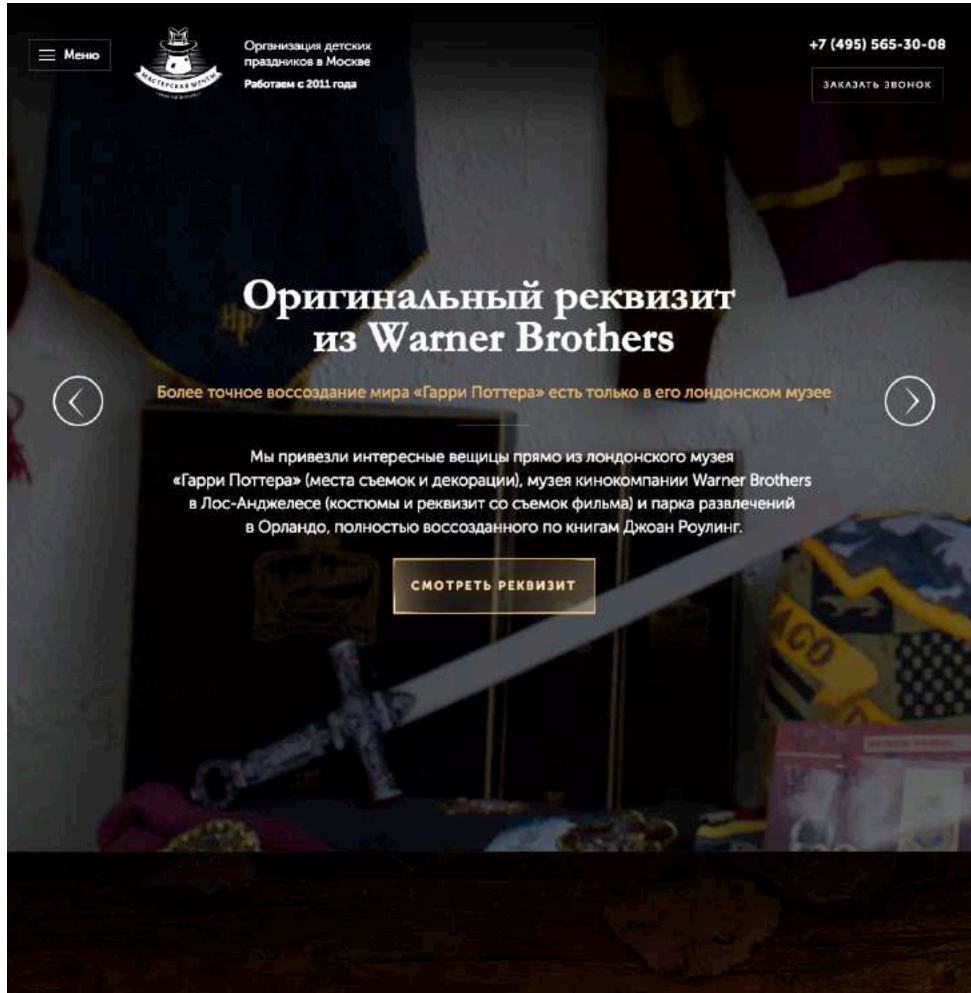
#### Максимальный срок окупаемости витрины всего 1 год

При соблюдении всех рекомендаций и условий эксплуатации, наши клиенты достигают окупаемости уже через 4-5 месяцев.

1. Выстраивайте структуру продающего текста по модели AIDA.
2. Выносите самые важные смыслы в заголовки, подзаголовки, выделяйте их от остального текста.



## 5 правил, которые вам помогут



1. Выстраивайте структуру продающего текста по модели AIDA.
2. Выносите самые важные смыслы в заголовки, подзаголовки, выделяйте их от остального текста.
3. Если пользователь не может чего-то найти, то этого не существует.

# 5 правил, которые вам помогут

**Оформляешь заявку**  
пару минут

**Получаешь инфопакет**  
с коммерческим предложением и презентацией

**Подписываешь договор**  
о лицензионном сотрудничестве

**Открываешь офис**  
и получаете полный пакет материалов и инструкций, программное обеспечение

**Зарабатываешь деньги**  
Уже с 5 месяца полная окупаемость бизнеса

**ПОЛУЧИТЬ БЕСПЛАТНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ**

### Почему мы лучше конкурентов

**Короткие сроки запуска**  
Мы запустим проект по выдаче займов в Вашем городе всего за 10 дней с момента подписания договора.

**Квалифицированные сотрудники**  
Помощь наших специалистов на всех этапах реализации проекта

**Ресурсы**  
Мы используем только современные технологии. Мы предлагаем полностью сертифицированное ПО, CRM и ERP системы позволяют эффективно управлять бизнес-процессами. Защищенные каналы передачи данных

**Время - деньги!**  
Мы надежны во всем! Прозрачные договорные отношения с потребителями, инвесторами и партнерами

**Оптимальная цена**  
Стоимость нашего предложения существенно ниже сложившихся на рынке.

**Готовые решения**  
Управление услугами 24/7

**ПОЛУЧИТЬ БЕСПЛАТНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ**

### Мы гарантируем тебе:

**Низкий риск** **Высокую доходность** **Персональный сервис** **Сохранность данных** **Надежность** **Прозрачность**

Отправьте нам сообщение jivoste

1. Выстраивайте структуру продающего текста по модели AIDA.
2. Выносите самые важные смыслы в заголовки, подзаголовки, выделяйте их от остального текста.
3. Если пользователь не может чего-то найти, то этого не существует.
4. Если вы выделяете слишком много пунктов, то они теряют важность.

## 5 правил, которые вам помогут

**ТОЧКА** красоты Франшиза салонов красоты

Телефон в Москве  
8 (499) 647-53-74

Ищете прибыльную франшизу?  
Готовый салон красоты уже  
через месяц, с гарантией прибыли!  
От создателя сети салонов красоты MOHE

**ОСТАВЬТЕ ЗАЯВКУ**  
и получите индивидуальное  
коммерческое предложение

НАПИШИТЕ ВАШЕ ИМЯ

ВАШ ТЕЛЕФОН

ВАШ E-MAIL

**ПОЛУЧИТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЕ**

**Специальное предложение  
на ребрендинг для владельцев  
салонов красоты**

Начните работать с «Точкой» и получите  
дополнительные привелегии:

До конца акции  
**05 00 58 49**  
дней час минут секунд

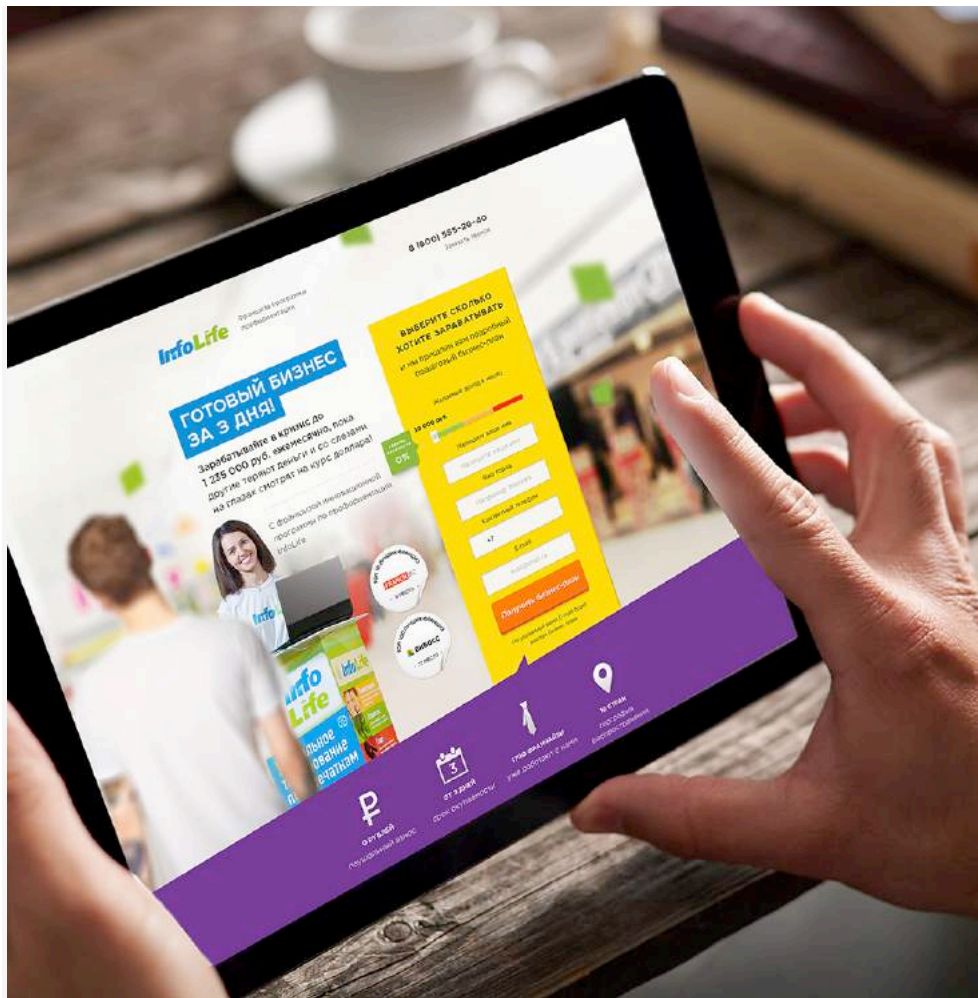
- 1 15% скидка на паушальный взнос
- 2 Частичное сохранение вашего оборудования
- 3 Минимальные вложения в ремонт и реконструкцию салона

1. Выстраивайте структуру продающего текста по модели AIDA.
2. Выносите самые важные смыслы в заголовки, подзаголовки, выделяйте их от остального текста.
3. Если пользователь не может чего-то найти, то этого не существует.
4. Если вы выделяете слишком много пунктов, то они теряют важность.
5. Ваше предложение должно быть релевантно запросам и потребностям потенциальных клиентов.

# Алгоритм создания визуального слоя в 8 шагов

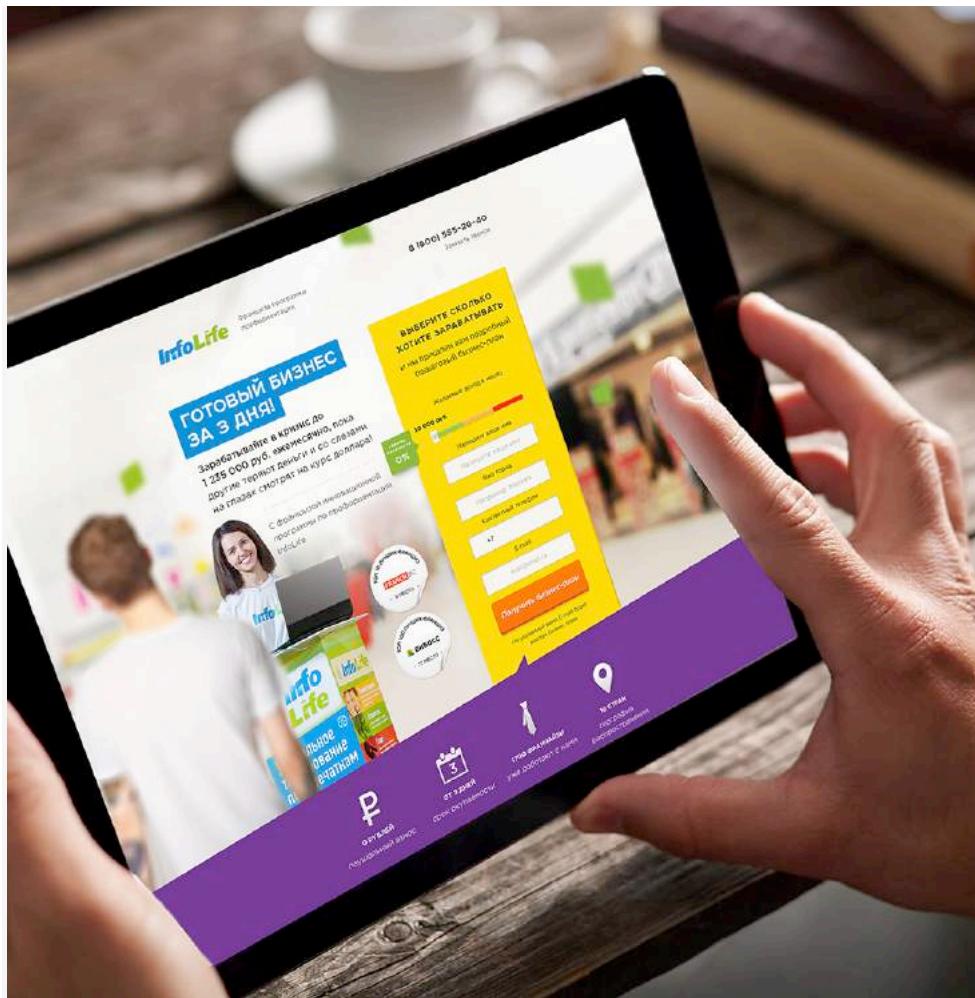
На примере разработки landing page

# Алгоритм создания визуального слоя в 8 шагов



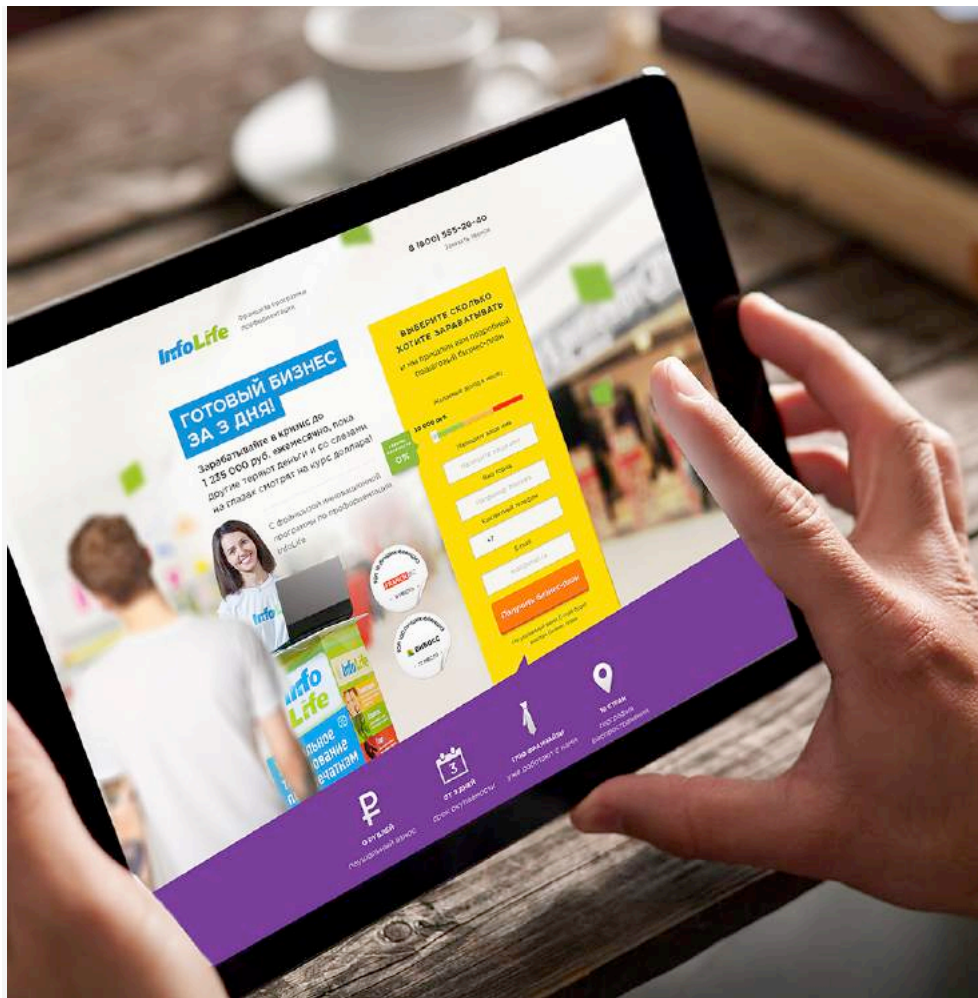
1. Передаем дизайнеру короткий бриф с самой важной информацией по целевой аудитории продукту, компании, конкурентам.

## Алгоритм создания визуального слоя в 8 шагов



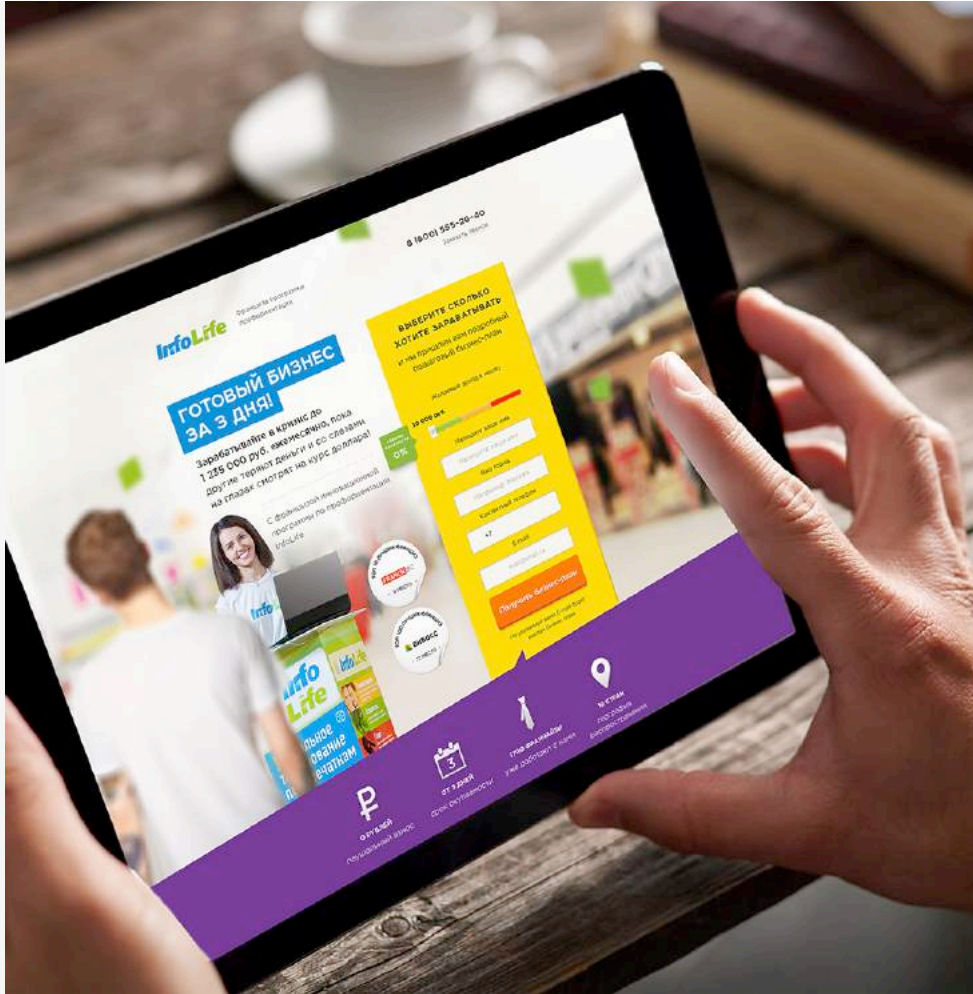
1. Передаем дизайнеру короткий бриф с самой важной информацией по целевой аудитории продукту, компании, конкурентам.
2. Передаем дизайнеру все необходимые дополнительные материалы (фотографии, логотипы, презентации и тд.).

## Алгоритм создания визуального слоя в 8 шагов



1. Передаем дизайнеру короткий бриф с самой важной информацией по целевой аудитории продукту, компании, конкурентам.
2. Передаем дизайнеру все необходимые дополнительные материалы (фотографии, логотипы, презентации и тд.).
3. Передаем дизайнеру гайдлайн (если есть) и показываем референсы.

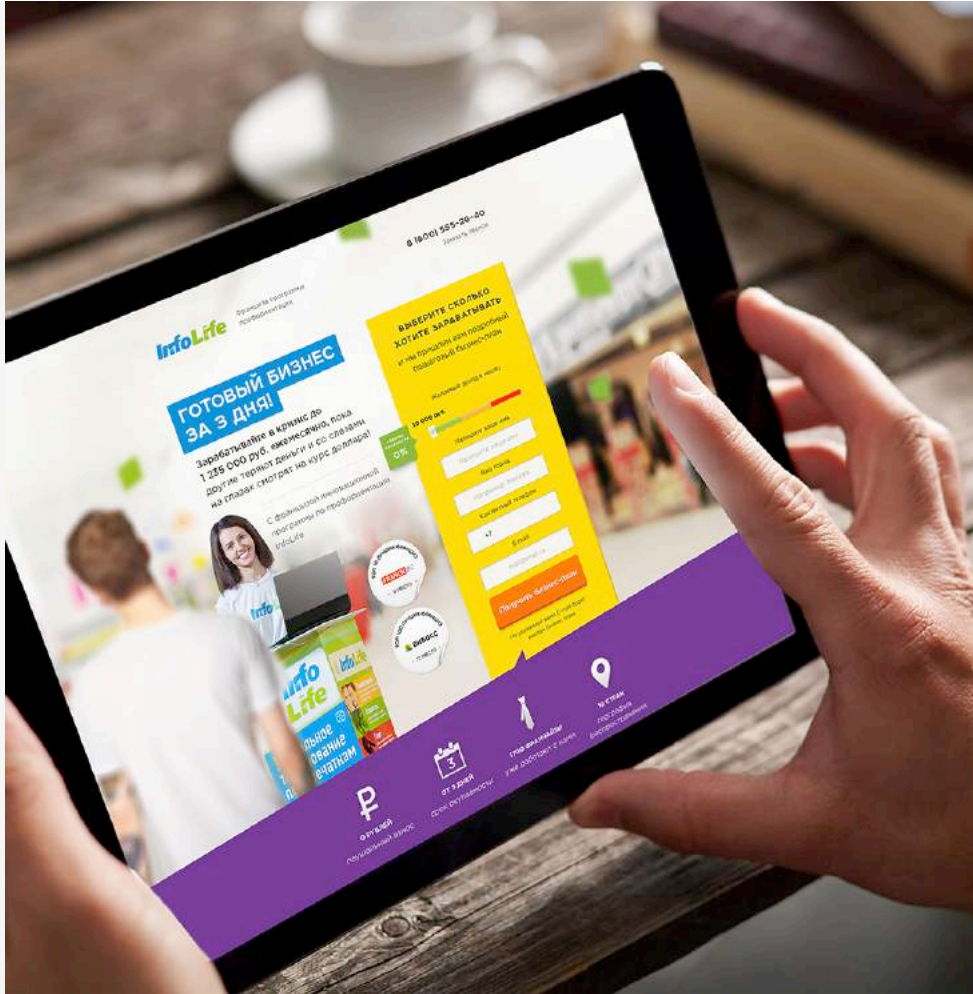
## Алгоритм создания визуального слоя в 8 шагов



1. Передаем дизайнеру короткий бриф с самой важной информацией по целевой аудитории продукту, компании, конкурентам.
2. Передаем дизайнеру все необходимые дополнительные материалы (фотографии, логотипы, презентации и тд.).
3. Передаем дизайнеру гайдлайн (если есть) и показываем референсы.
4. **Определяем стиль на основе дизайна 2-3 первых экранов.**

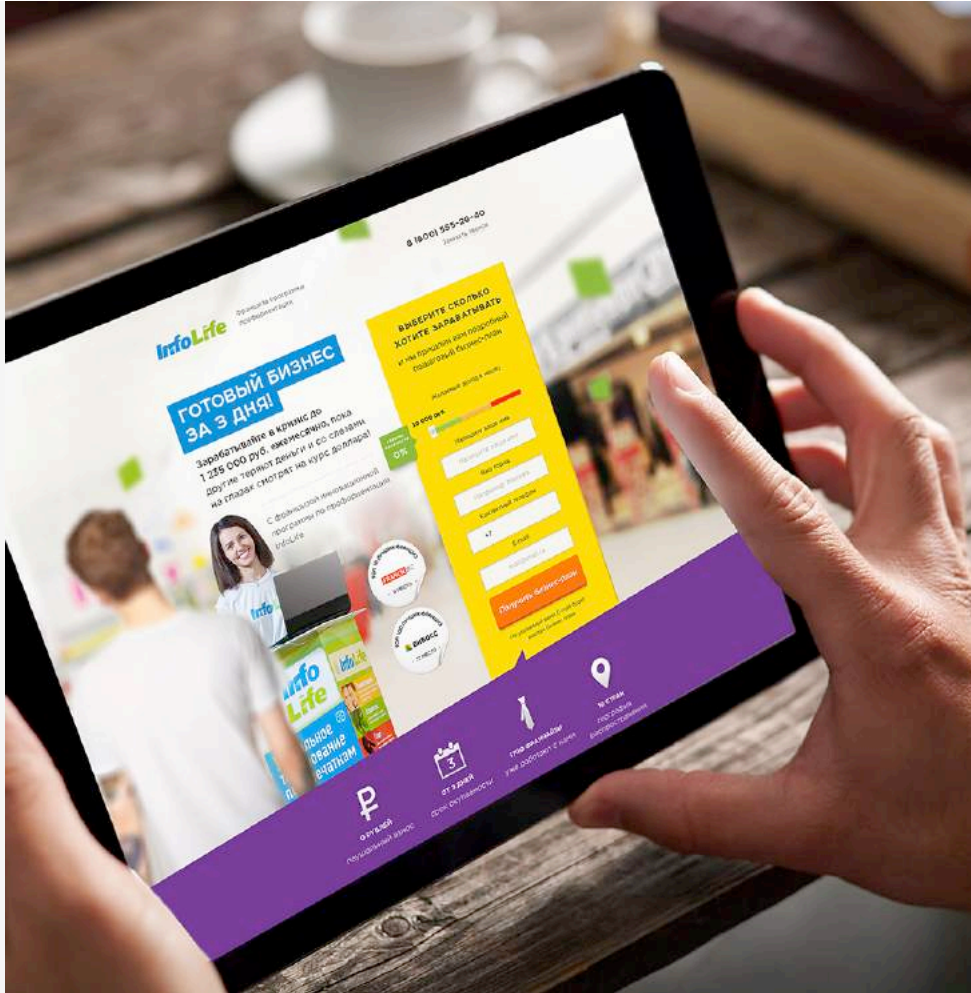


## Алгоритм создания визуального слоя в 8 шагов



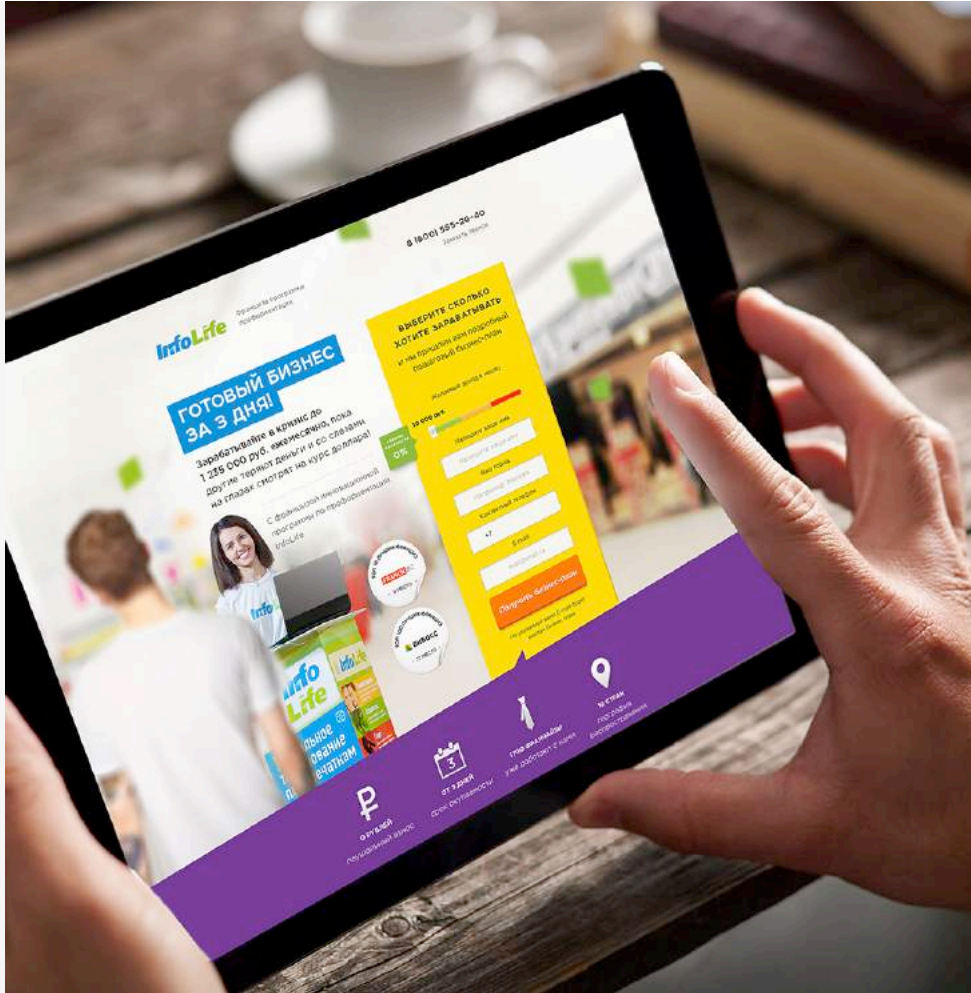
1. Передаем дизайнеру короткий бриф с самой важной информацией по целевой аудитории продукту, компании, конкурентам.
2. Передаем дизайнеру все необходимые дополнительные материалы (фотографии, логотипы, презентации и тд.).
3. Передаем дизайнеру гайдлайн (если есть) и показываем референсы.
4. Определяем стиль на основе дизайна 2-3 первых экранов.
5. Проверяем стиль на целевой аудитории. По результатам вносим коррективы.

## Алгоритм создания визуального слоя в 8 шагов



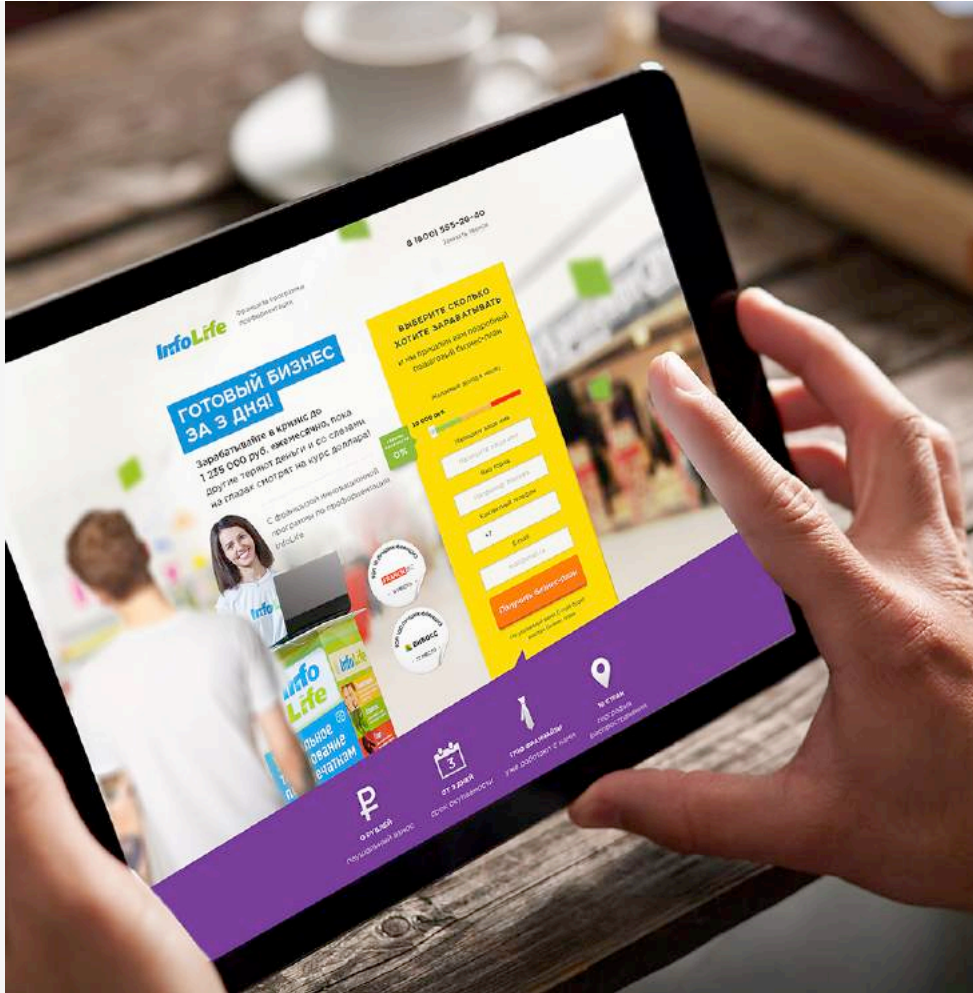
1. Передаем дизайнеру короткий бриф с самой важной информацией по целевой аудитории продукту, компании, конкурентам.
2. Передаем дизайнеру все необходимые дополнительные материалы (фотографии, логотипы, презентации и тд.).
3. Передаем дизайнеру гайдлайн (если есть) и показываем референсы.
4. Определяем стиль на основе дизайна 2-3 первых экранов.
5. Проверяем стиль на целевой аудитории. По результатам вносим коррективы.
6. **Завершаем дизайн.**

## Алгоритм создания визуального слоя в 8 шагов



1. Передаем дизайнеру короткий бриф с самой важной информацией по целевой аудитории продукту, компании, конкурентам.
2. Передаем дизайнеру все необходимые дополнительные материалы (фотографии, логотипы, презентации и тд.).
3. Передаем дизайнеру гайдлайн (если есть) и показываем референсы.
4. Определяем стиль на основе дизайна 2-3 первых экранов.
5. Проверяем стиль на целевой аудитории. По результатам вносим коррективы.
6. Завершаем дизайн.
7. Проверяем дизайн-макет на целевой аудитории. По результатам вносим коррективы.

## Алгоритм создания визуального слоя в 8 шагов



1. Передаем дизайнеру короткий бриф с самой важной информацией по целевой аудитории продукту, компании, конкурентам.
2. Передаем дизайнеру все необходимые дополнительные материалы (фотографии, логотипы, презентации и тд.).
3. Передаем дизайнеру гайдлайн (если есть) и показываем референсы.
4. Определяем стиль на основе дизайна 2-3 первых экранов.
5. Проверяем стиль на целевой аудитории. По результатам вносим коррективы.
6. Завершаем дизайн.
7. Проверяем дизайн-макет на целевой аудитории. По результатам вносим коррективы.
8. Подготавливаем дизайн-макет к верстке.

**5 правил,** которые вам помогут

## 5 правил, которые вам помогут



Мы не повара, мы — технологи.  
Мы создали технологию,  
по которой любой наш сотрудник  
готовит отличную пиццу, а в наших  
пиццериях было приятно  
находиться в любом городе.

И мы знаем, как передать эту  
технологию вам.

# 4 657

пицц приготовили в «Додо Пицца» с начала дня  
Данные из «Додо ИС» обновляются в реальном времени

1. **Правильно расставляйте приоритеты.  
Выделяйте самое важное.**

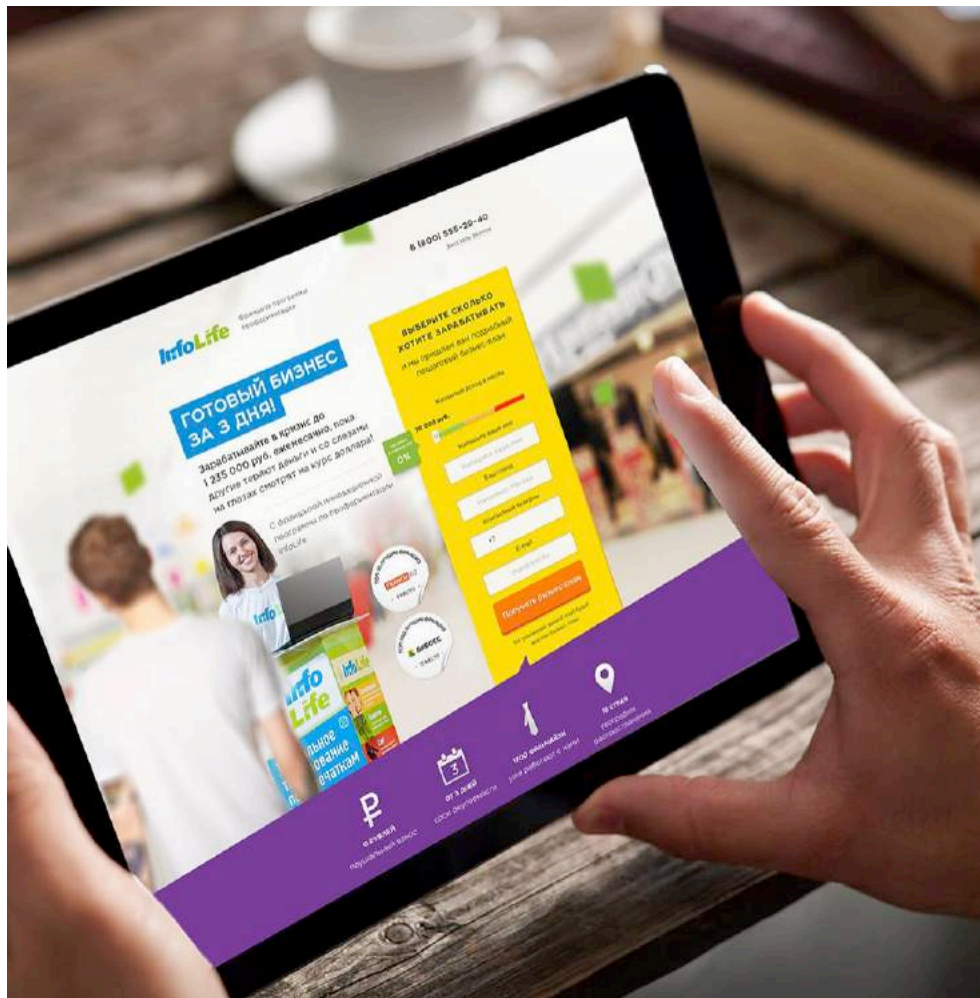
## 2. Передовые технологии

Мы автоматизируем всё.

В сердце нашей сети — облачная система управления пиццерией «Додо ИС». Это ERP-система, которая охватывает все аспекты нашего бизнеса. Её создали, поддерживают и развивают разработчики «Додо Пицца», опираясь на опыт наших пиццерий. Мы делаем «Додо ИС» для себя, чтобы она решала наши задачи

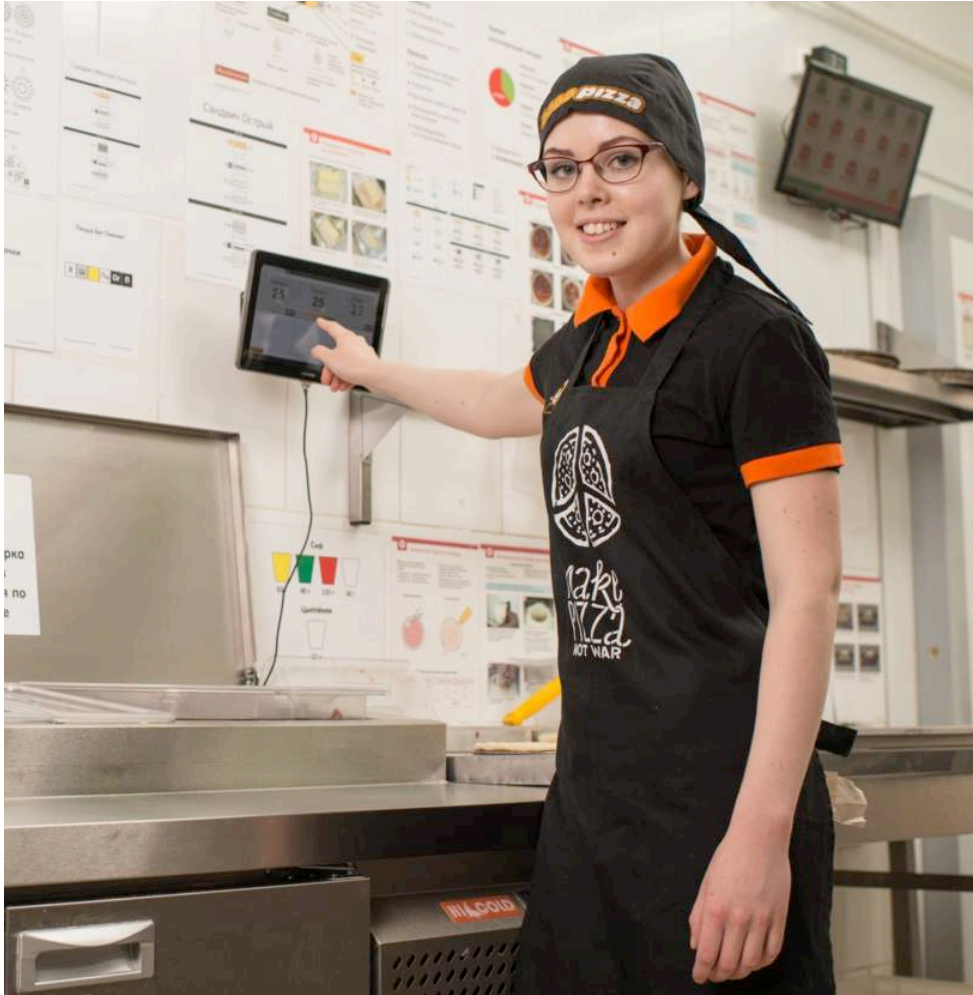


## 5 правил, которые вам помогут



1. Правильно расставляйте приоритеты. Выделяйте самое важное.
2. По-умолчанию считайте, что пользователь: нетерпелив и только «сканирует», а не читает тексты.

## 5 правил, которые вам помогут



1. Правильно расставляйте приоритеты. Выделяйте самое важное.
2. По-умолчанию считайте, что пользователь: нетерпелив и только «сканирует», а не читает тексты.
3. Используйте реальные фотографии.



## 5 правил, которые вам помогут

The screenshot shows the website for KREPYZH. At the top, there is a navigation bar with links: Главная, Преимущества, Получить расчет, Отзывы, Новости, and Контакты. Below this, three key metrics are displayed in a white box: 'Срок окупаемости от 12 месяцев' (Payback period from 12 months), 'Срок запуска магазина 1 месяц' (Store launch period 1 month), and 'Средний чек 909 руб.' (Average check 909 rubles). A yellow button 'Купить франшизу' (Buy franchise) is positioned below these metrics. The main content area features a large photo of a man in a suit, identified as 'Менский Анатолий Робертович' (Menskiy Anatoly Robertovich), the owner of the company. Text next to him says 'Мы создаем комфорт в работе и отдыхе, улучшаем благополучие в семье!' (We create comfort in work and rest, improve well-being in the family!). A white pop-up form is overlaid on the right side of the photo, titled 'Запишись на консультацию с основателем компании.' (Sign up for a consultation with the founder of the company.). The form asks for 'Ваше имя' (Your name), 'Ваш телефон' (Your phone), and 'Ваш E-mail' (Your email), and includes a yellow button 'Получить консультацию' (Get consultation). At the bottom of the page, there is a footer with the KREPYZH logo, copyright information '© Крепыж, 2004 – 2016', and a contact number '8 (804) 333-42-44'. A floating chat window is also visible at the bottom right, showing a timer 'Мы перезвоним через 28 секунд' (We will call back in 28 seconds) and a 'Заказать звонок' (Order call) button.

1. Правильно расставляйте приоритеты. Выделяйте самое важное.
2. По-умолчанию считайте, что пользователь нетерпелив и только «сканирует», а не читает тексты.
3. Используйте реальные фотографии.
4. Лица людей привлекают наибольшее внимание.

## 5 правил, которые вам помогут

Примеры работ | Виды макетов | Консультации | Калькулятор | Сервис | Производство | Контакты

**ФАБРИКА  
МАКЕТОВ**

**>150**  
видов макетов  
с доставкой по всей России

8 800 333-20-81  
Закажите образный макет  
info@fabrikamкетов.ru

**Создаем макеты  
для решения самых  
амбициозных задач**  
Качество и детализация, достойные  
показа на самом высшем уровне.

[РАССЧИТАТЬ СТОИМОСТЬ](#)

ГОТОВНОСТЬ  
ОТ 5 ДНЕЙ

ДОСТАВКА  
УСТАНОВКА  
ОБУЧЕНИЕ

ГАРАНТИЯ  
24 МЕСЯЦА

**HELIPORT КАЛУГА**

[СМОТРЕТЬ ЕЩЕ 22 ПРОЕКТА](#)

**Как мы можем вам помочь?**

1. Правильно расставляйте приоритеты. Выделяйте самое важное.
2. По-умолчанию считайте, что пользователь: нетерпелив и только «сканирует», а не читает тексты.
3. Используйте реальные фотографии.
4. Лица людей привлекают наибольшее внимание.
5. **Дизайн должен быть логичен и подчинен правилам.**

## 5 правил, которые вам помогут

**SPARTA** ТРЕХДНЕВНЫЙ КУРС ДЛЯ МУЖЧИН  
ПО УКРЕПЛЕНИЮ ТЕЛА И ДУХА

ЗАКАЗАТЬ  
ЗВОНОК Бесплатно по России  
8 (937) 494-82-22

### Почему в мире только 2% сильных духом мужчин, которые добиваются действительно значимых результатов?

Выйди за пределы своих прежних возможностей за 3 дня  
на легендарном курсе «Спарта. Первый шаг»

[Принять участие](#)

**Уфа**  
5 марта 2016

Осталось мест 18 из 200

**SPARTA**  
Свыше 100 000  
участников  
по всей России

1. Правильно расставляйте приоритеты. Выделяйте самое важное.
2. По-умолчанию считайте, что пользователь нетерпелив и только «сканирует», а не читает тексты.
3. Используйте реальные фотографии.
4. Лица людей привлекают наибольшее внимание.
5. Дизайн должен быть логичен и подчинен правилам.
6. Высоту одного экрана берите в среднем за 700 рх. По ширине весь основной контент должен уместиться в 1000 рх.

**44 элемента** продающей  
посадочной страницы

# 44 элемента продающей посадочной страницы

## Первый экран

Логотип  
Дескриптор  
Заголовок  
Контакты  
Призыв к действию

## Продукт

Описание продукта  
Принцип работы  
Преимущества  
Сравнение с конкурентами  
Демонстрация деталей  
Сфера применения  
Боль → Решение  
Схема работы  
Каталог  
Презентация  
Что входит в стоимость  
Ноу хау  
Калькулятор  
Конфигуратор  
Фотографии  
Видео  
Взрыв-схема  
FAQ

## Компания

О компании  
История  
Цифры  
Демонстрация высокого разрешения  
Команда  
Руководитель  
Сертификаты  
Награды  
СМИ о нас  
География  
Экспертное мнение  
Рейтинги  
Производство  
Гарантия

## Захват контактов

Формы захвата  
Контакты  
Сторонние сервисы

## Порфтолио

Кейсы  
Логотипы клиентов/партнеров  
Отзывы  
Знаменитости

# Алгоритм создания технического слоя в 7 шагов

На примере разработки landing page

# Алгоритм создания технического слоя в 7 шагов



1. Передаем верстальщику исходники дизайн-макета.

## Алгоритм создания технического слоя в 7 шагов



1. Передаем верстальщику исходники дизайн-макета.
2. Пишем короткое ТЗ.



## Алгоритм создания технического слоя в 7 шагов



1. Передаем верстальщику исходники дизайн-макета.
2. Пишем короткое ТЗ.
3. Передаем все дополнительные материалы.

## Алгоритм создания технического слоя в 7 шагов



1. Передаем верстальщику исходники дизайн-макета.
2. Пишем короткое ТЗ.
3. Передаем все дополнительные материалы.
4. После верстки проверяем все элементы сайта на соответствие дизайн-макету и корректность их работы в разных браузерах на разных устройствах.

## Алгоритм создания технического слоя в 7 шагов



1. Передаем верстальщику исходники дизайн-макета.
2. Пишем короткое ТЗ.
3. Передаем все дополнительные материалы.
4. После верстки проверяем все элементы сайта на соответствие дизайн-макету и корректность их работы в разных браузерах на разных устройствах.
5. Проверяем сайт на скорость загрузки (можно использовать [tools.pingdom.com](https://tools.pingdom.com)).

## Алгоритм создания технического слоя в 7 шагов



1. Передаем верстальщику исходники дизайн-макета.
2. Пишем короткое ТЗ.
3. Передаем все дополнительные материалы.
4. После верстки проверяем все элементы сайта на соответствие дизайн-макету и корректность их работы в разных браузерах на разных устройствах.
5. Проверяем сайт на скорость загрузки (можно использовать [tools.pingdom.com](https://tools.pingdom.com)).
6. Подключаем сайт с системе управления контентом (если надо).

## Алгоритм создания технического слоя в 7 шагов



1. Передаем верстальщику исходники дизайн-макета.
2. Пишем короткое ТЗ.
3. Передаем все дополнительные материалы.
4. После верстки проверяем все элементы сайта на соответствие дизайн-макету и корректность их работы в разных браузерах на разных устройствах.
5. Проверяем сайт на скорость загрузки (можно использовать [tools.pingdom.com](https://tools.pingdom.com)).
6. Подключаем сайт с системе управления контентом (если надо).
7. Подключаем все необходимые сервисы, цели, интегрируем с CRM.

# Алгоритм создания аналитического слоя в 5 шагов

На примере разработки landing page

# Алгоритм создания аналитического слоя в 5 шагов



1. Подключаем Yandex.Метрика и Google Analytics.

## Алгоритм создания аналитического слоя в 5 шагов



1. Подключаем Yandex.Метрика и Google Analytics.
2. Проверяем корректность отображения целей.



## Алгоритм создания аналитического слоя в 5 шагов



1. Подключаем Yandex.Метрика и Google Analytics.
2. Проверяем корректность отображения целей.
3. Запускаем эксперимент в GA между короткой и длинной версией сайта.

## Алгоритм создания аналитического слоя в 5 шагов



1. Подключаем Yandex.Метрика и Google Analytics.
2. Проверяем корректность отображения целей.
3. Запускаем эксперимент в GA между короткой и длинной версией сайта.
4. **Формулируем и тестируем другие гипотезы.**

## Алгоритм создания аналитического слоя в 5 шагов



1. Подключаем Yandex.Метрика и Google Analytics.
2. Проверяем корректность отображения целей.
3. Запускаем эксперимент в GA между короткой и длинной версией сайта.
4. Формулируем и тестируем другие гипотезы.
5. Внедряем сквозную аналитику.

**Фото и видео**

**Что фотографируем?**

## Что фотографируем?



### 1. Сотрудников

## Что фотографируем?



1. **Сотрудников**
2. **Процесс работы**

## Что фотографируем?



1. Сотрудников
2. Процесс работы
3. Оборудование



## Что фотографируем?



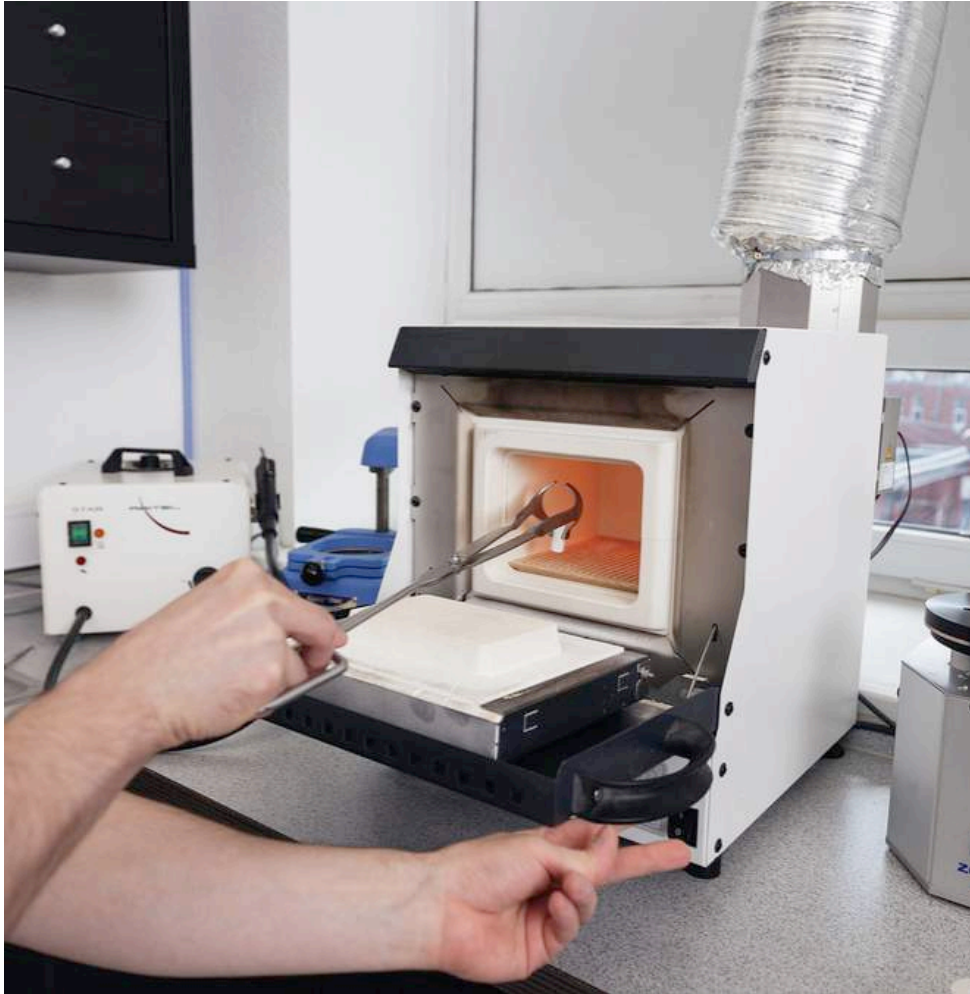
1. Сотрудников
2. Процесс работы
3. Оборудование
4. **Продукт**

## Что фотографируем?



1. Сотрудников
2. Процесс работы
3. Оборудование
4. Продукт
5. **Руководителя**

## Что фотографируем?



1. Сотрудников
2. Процесс работы
3. Оборудование
4. Продукт
5. Руководителя
6. Производство

## Что фотографируем?



1. Сотрудников
2. Процесс работы
3. Оборудование
4. Продукт
5. Руководителя
6. Производство
7. **Офис**

## Что фотографируем?



1. Сотрудников
2. Процесс работы
3. Оборудование
4. Продукт
5. Руководителя
6. Производство
7. Офис
8. Точки продаж

**Видео — инструмент, который  
дает возможность за  
несколько секунд донести  
самые важные смыслы,  
используя сразу 2 канала  
восприятия**



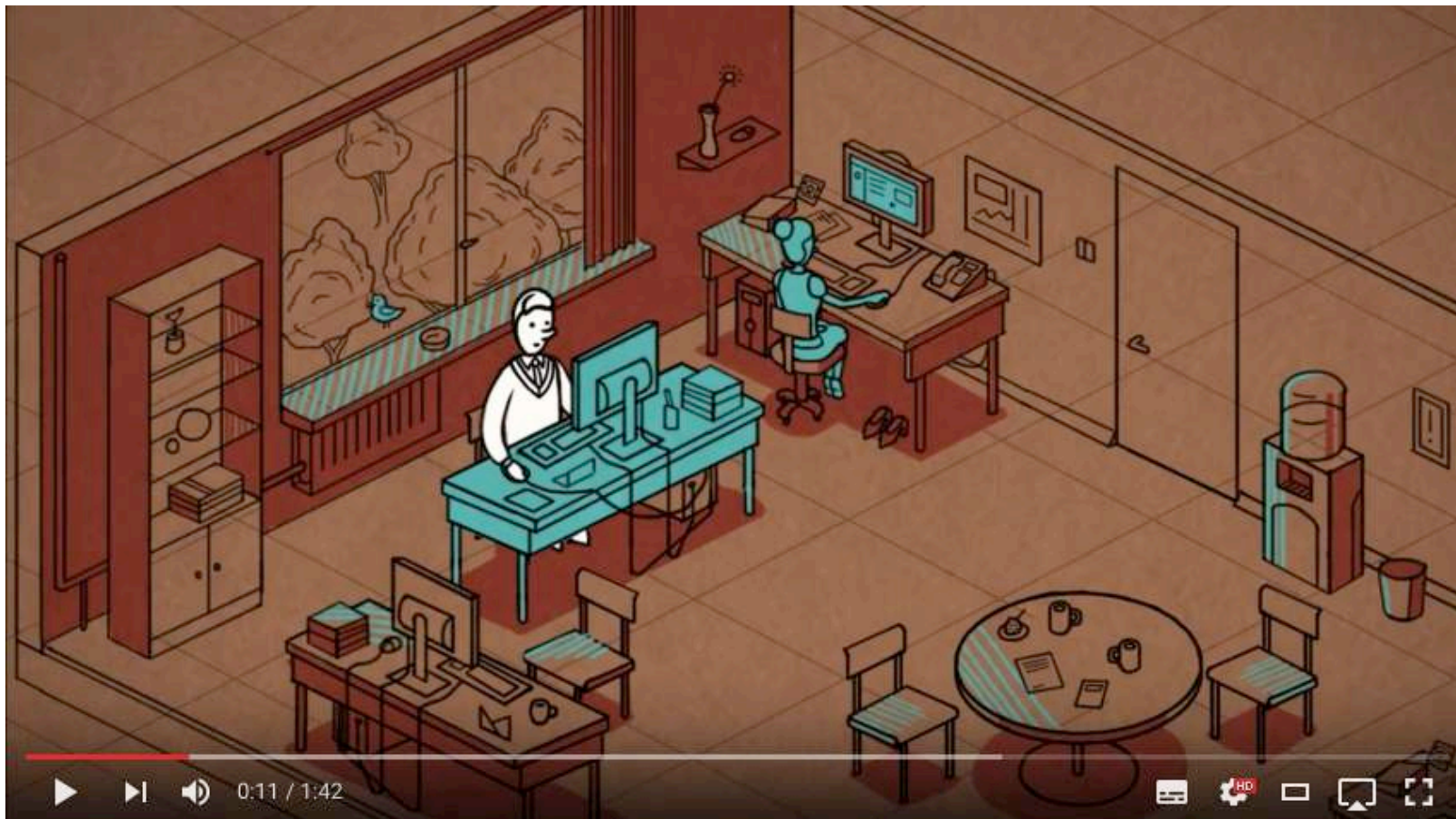




# Lost



# Meetformer



## Магазин под ключ

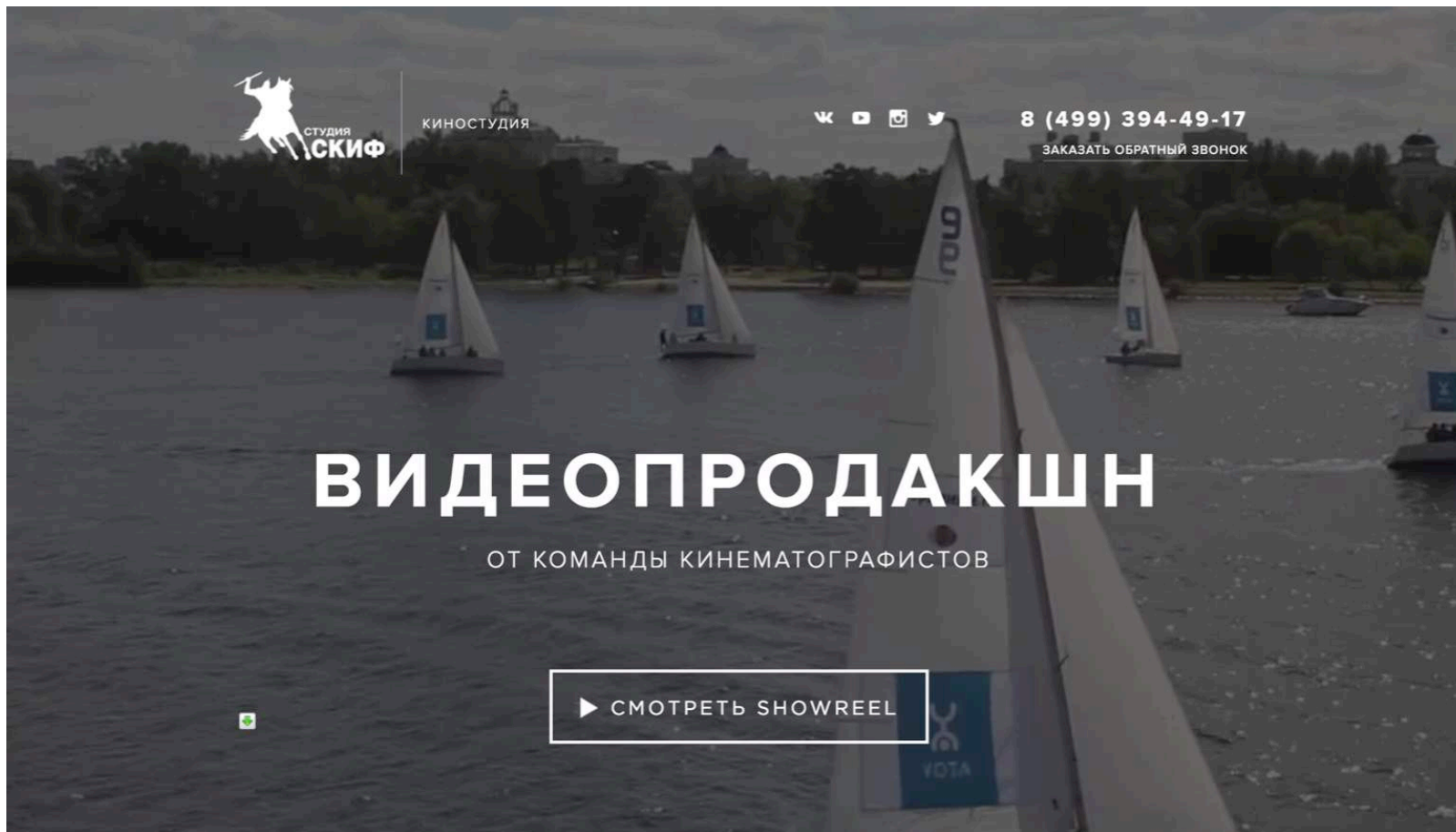
 Семь пятниц



техническое обслуживание

юридические услуги

бухгалтерские услуги



СТУДИЯ  
СКИФ

КИНОСТУДИЯ



8 (499) 394-49-17

ЗАКАЗАТЬ ОБРАТНЫЙ ЗВОНОК

# ВИДЕОПРОДАКШН

ОТ КОМАНДЫ КИНЕМАТОГРАФИСТОВ

▶ СМОТРЕТЬ SHOWREEL



# Космический пластический песок

**КОСМИЧЕСКИЙ ПЛАСТИЧНЫЙ ПЕСОК**

ОФИЦИАЛЬНЫЙ САЙТ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ  
Экспресс-доставка по всей России  
10-21 ч. 543 выходных  
SALES@SPACESAND.RU

8 (800) 505-36-51  
Звонок по России - бесплатный  
ВЫБЕРИТЕ ГОРОД

КОРЗИНА

КАТАЛОГ   ОПТОМ   ФРАНЧАЙЗИНГ   МАГАЗИНЫ   ОТЗЫВЫ   ДОСТАВКА   ОПЛАТА

**С ОДНОЙ ТОРГОВОЙ ТОЧКИ  
ВЫ МОЖЕТЕ  
ЗАРАБАТЫВАТЬ  
ОТ 600 ТЫС РУБ В ГОД**

ДОСТУПНАЯ ФРАНШИЗА  
БЕЗ КОНКУРЕНТОВ

Опытные бизнесмены и новички успешно открывают  
франчайзинг ТМ Космический песок

**Свободен ли ваш город?**  
Получите эксклюзивную информацию от  
персонального менеджера

Имя

Email

+7 (\_\_\_\_) \_\_\_\_\_

Узнать

Наталья Маркова,  
франчайзи партнер "Космический пласт

Мы не в сети, напишите нам

# Ronin



# 8 полезных инструментов

## Полезные инструменты

*moqups*

[moqups.com](https://moqups.com)



## Полезные инструменты

*moqups*

[moqups.com](https://moqups.com)

 *mindmeister*

[mindmeister.com](https://mindmeister.com)

## Полезные инструменты

*moqups*

[moqups.com](https://moqups.com)

 *mind*meister

[mindmeister.com](https://mindmeister.com)

 *in*VISION

[invisionapp.com](https://invisionapp.com)

## Полезные инструменты

*moqups*

[moqups.com](https://moqups.com)

 *mindmeister*

[mindmeister.com](https://mindmeister.com)

 *inVISION*

[invisionapp.com](https://invisionapp.com)

*M*

[marvelapp.com](https://marvelapp.com)

## Полезные инструменты

*моцups*

[moqups.com](https://moqups.com)

 *mindmeister*

[mindmeister.com](https://mindmeister.com)

 *inVISION*

[invisionapp.com](https://invisionapp.com)

*M*

[marvelapp.com](https://marvelapp.com)



[tilda.cc](https://tilda.cc)

## Полезные инструменты

The logo for moqups, featuring the word "moqups" in a stylized, lowercase, sans-serif font.

[moqups.com](https://moqups.com)

The logo for mindmeister, consisting of a pink circular icon with a white geometric pattern and the word "mindmeister" in a lowercase, sans-serif font.

[mindmeister.com](https://mindmeister.com)

The logo for invision, featuring a red square icon with the word "in" in white and "VISION" in red, all in a lowercase, sans-serif font.

[invisionapp.com](https://invisionapp.com)

The logo for marvelapp, featuring a stylized, blue, lowercase "m" in a script-like font.

[marvelapp.com](https://marvelapp.com)



[tilda.cc](https://tilda.cc)



[lpgenerator.ru](https://lpgenerator.ru)

## Полезные инструменты

The logo for moqups, featuring the word "moqups" in a stylized, lowercase, sans-serif font.

[moqups.com](https://moqups.com)

The logo for mindmeister, consisting of a pink circular icon with a white geometric pattern and the word "mindmeister" in a lowercase, sans-serif font.

[mindmeister.com](https://mindmeister.com)

The logo for invision, featuring a red square icon with the word "in" in white and "VISION" in red, all in a lowercase, sans-serif font.

[invisionapp.com](https://invisionapp.com)

The logo for marvelapp, featuring a stylized, blue, lowercase "m" in a script-like font.

[marvelapp.com](https://marvelapp.com)

The logo for tilda, consisting of a black circle containing a stylized, lowercase "t" with a tilde symbol (~) above it.

[tilda.cc](https://tilda.cc)

The logo for lpgenerator, featuring a blue speech bubble icon with the letters "LPG" in black inside.

[lpgenerator.ru](https://lpgenerator.ru)

The logo for Roistat, featuring the word "Roistat" in a lowercase, sans-serif font, with a blue circle around the letter "o".

[roistat.com](https://roistat.com)

## Полезные инструменты

The logo for moqups, featuring the word "moqups" in a stylized, lowercase, italicized font.

[moqups.com](https://moqups.com)

The logo for mindmeister, consisting of a pink circular icon with a white geometric pattern and the word "mindmeister" in a lowercase, sans-serif font.

[mindmeister.com](https://mindmeister.com)

The logo for invision, with "in" in white lowercase letters on a red square background, followed by "VISION" in red uppercase letters.

[invisionapp.com](https://invisionapp.com)

The logo for marvelapp, featuring a stylized blue "M" shape.

[marvelapp.com](https://marvelapp.com)

The logo for tilda, showing a stylized "T" with a tilde symbol inside a circle.

[tilda.cc](https://tilda.cc)

The logo for lpgenerator, featuring the letters "LPG" inside a blue speech bubble outline.

[lpgenerator.ru](https://lpgenerator.ru)

The logo for Roistat, with "Ro" in black, a blue circle containing a white dot, and "istat" in black.

[roistat.com](https://roistat.com)

The logo for YAGLA, featuring a yellow and orange stylized object resembling a rocket or a funnel, with the word "YAGLA" in black uppercase letters inside yellow brackets.

[roistat.com](https://roistat.com)