Чек-лист | Эксперт

Сайт по тренингу Хофмана

Кроссбраузерность,Изображения,Базовое SEO,Проверить адаптацию сайта на наличие явных ошибок,Формы, обратные звонки и другие,Структура.

Сайт как целое

- [ ] I. Первое впечатление ,логотип, учитывать ЦА

  1.На главной стр,первый блок сразу понятно о чем сайт На странице обязательно должно быть изображение , отражающий суть услуги. Картинка — это то, что добавит странице эмоций и улучшит впечатление о ней.

- [ ] 2. Заголовок на целевой странице — четкий, недвусмысленный и отражает суть нашего предложения потенциальным клиентам?

  Заголовок — это первое сообщение, которое увидит клиент. За первые 2-3 секунды заголовок должен рассказать главное — что вы предлагаете с помощью этой страницы.

- [ ] 3. Воюем за доверие

  На целевой странице размещены отзывы существующих клиентов? На целевой странице размещены сертификаты, лицензии, иконки профессиональных сообществ и ассоциаций?

- [ ] 4.Почему выбирать нужно именно нас

  Польза ,оличия от конкурентов,можно давать какойто бесплатный файл для скачивания

- [ ] 5.Время действовать. явный призыв к действию.

  Если мы хотим, , нужно им об этом прямо и недвусмысленно сообщить. Стараемся использовать призывающие формулировки:«Заполнить форму сейчас»,«Заказать звонок», «Зарегистрироваться на семинар».По возможности, призыв к действию на странице должен быть один.

- [ ] 6.Аргумент, усиливающий призыв к действию
  Дополняем эти призывы убедительными аргументами, которые помогут развеять последние сомнения потенциального покупателя: «только до конца дня скидка 5%», «количество мест ограничено» и т.п.обратный отсчет

Системы веб-аналитики (Google Analytics

Для основных текстов на целевой странице шрифт Roboto, Open Sans, Noto Sans, Arial

- [ ] . Текст на странице должен читаться без напряга глаз.
  Хорошо читаемый размер не менее 11 пунктов. Короткие предложения. Небольшие абзацы.

форма обратной связи

- [ ] Не нужно спрашивать у пользователей больше чем нам реально необходимо

Сторонние виджеты

- [ ] Кнопки для репоста.переходи на стр. соц сетей.

Техническая сторона сайта

- [ ] Адаптация
  Проверка адаптации сайта на наличие явных ошибок Планшеты iOS, Andoid

- [ ] Кроссбраузерность
  Chrome Firefox Safari Opera Яндекс Браузер

- [ ] Изображения

У картинок содержимого прописать title и alt Все изображения на сайте оптимизировать

- [ ] Базовое SEO

  Прописать SEO тэги.Регистрация в панели веб мастеров PageSpeed Insights от 85,наличее дублей страниц- удалить

- [ ] Установка favicon.ico

  32×32, 48×48 и 64×64 вариациями

Расположение блоков сайта в идеале 4-6 екранod/блоков

- [ ] 1.Шапка лендинга. Блок первой зоны.

  здесь находятся логотип, заголовок и подзаголовок, которые кратко и емко передают самую суть и выгоду предложения.Усиление предложения Решающий аргумент

- [ ] 2.Демонстрация продукта/услуги или результата их использования

  Преимущества вашего предложения Список выгод или графическая демонстрация Выгоды и особенности в деталях

- [ ] 3.Социальное доказательство

  социальные доказательства такие как социальные кнопки, отзывы, статистика со стороны. Также подходят различная аттестация, сертификаты и так далее.Ведущие.

- [ ] 4.Идентификация,Для кого подойдет?.Для кого не подойдет?

  Примеры: Для кого подойдет? – Для владельцев бизнеса – Для начинающего бизнеса – Для владельцев веб-студий Для кого не подойдет? – Для дачников – Для домохозяек – Для автовладельцев

- [ ] 5.Цены.

  Тарифы.акцыи

- [ ] 6.Объяснение услуги.

  Вопросы и ответы Развернутое описание выгод Развернутое описание преимуществ Результаты исследований И любая другая информация, стимулирующая покупку

- [ ] .Форма 2 шт заголовок; подзаголовок; поля для ввода; кнопка;

  Получить консультацию – Узнать больше – Получить мой подарок – Получить бесплатно

– Принять участие

☐ Подвал

контакты,карта сайта,соц.кнопки,адрес карта гугл. партнеры,

Создано с помощью онлайн сервиса Чек-лист | Эксперт: https://checklists.expert

как это убрать?