



Сайт по тренингу Хофмана

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

Сайт как целое

☐ 1. 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 напряжения 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, Android

☐ 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,наличие дублей страниц- удалить

☐ Установка favicon.ico

32×32, 48×48 и 64×64 вариациями

Расположение блоков сайта в идеале 4-6 экранод/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.акции

☐ 6.Объяснение услуги.

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

☐ .Форма 2 шт заголовков; подзаголовков; 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?