Чек-лист контента главной страницы

1. Может присутствовать. Не перегружать.

- ☐ **1.1** заголовки
- ☐ **1.2** теглайн в шапке
- ☐ **1.3** УТП и текст в первом экране
- ☐ **1.4** описание товара \ услуги
- ☐ **1.5** цены и их обоснование
- ☐ **1.6** преимущества с упором на выгоды клиента
- ☐ **1.7** гарантии
- ☐ **1.8** сертификаты\документы
- ☐ **1.9** наглядные и подробные кейсы
- ☐ **1.10** схема работы
- ☐ **1.11** акции\скидки\спецпредложения
- ☐ **1.12** информация о сотрудниках компании
- ☐ **1.13** отзывы
- ☐ **1.14** дополнительная важная и полезная информация

- ☐ **1.15** слайдеры
- ☐ **1.16** слайдеры
- ☐ **1.17** призыв к действию

2. Musthave on main page!

- ☐ **2.1** Цепляющие заголовки

  Важно четко понимать, что вы можете дать целевой аудитории и озвучить ей самое заманчивое предложение. Также нужно не забыть использовать ключевые слова

- ☐ **2.2** Информация о продукте или услуге

  Для товара укажите параметры, характеристики, размеры, важные свойства. Для услуг – конкретный состав работ, поэтапное описание, условия предоставления, подводные камни и т.д.

- ☐ **2.3** Цены

  Отсутствие фиксированной стоимости тоже не проблема – всегда можно рассказать, как она формируется и что на нее влияет, указать диапазон цен, разместить калькулятор и т.д. Важно дать человеку хотя бы примерный ориентир, а для точного расчета предложить заполнить заявку или сделать звонок.

- ☐ **2.4** Преимущества с упором на выгоды клиента

  Хороший сервис, расширенная гарантия, быстрая доставка, бесплатные плюшки и опции, удобные условия – зацепите потребителя чем-то действительно полезным, что сделает его жизнь проще и лучше. При этом думайте от клиента, а не от себя.Продавайте не себя, а выгоды.

- ☐ **2.5** Призыв к действию

  Прямо пишите, что должен сделать посетитель после прочтения текста: позвонить, написать, нажать кнопку, перейти в каталог и т.д. Оно стимулирует, дает пользователю четкую инструкцию, что и как следует сделать для получения товара или услуги.

- ☐ **2.6** Доставка, оплата, схема работы

В двух словах обозначьте сроки доставки, укажите, как оплачивать услуги или товар.

3. От чего сразу и бесповоротно можно отказаться на главной

- [ ] **3.1** Бла-бла-бла

Заказчику все равно, объединили ли вы классические традиции со страстью к инновациям или еще нет, позитивные вы или нет, желаете развиваться динамично или нет. Поэтому смело убирайте такую информацию с главной, ей там не место.

Честно проставил? Точно? А, найду? Ну, Ок тогда.

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

как это убрать?