



## Чек-лист проверки готовности сайта к контекстной рекламе

Вы досконально изучили целевую аудиторию. Разработали отличный продукт. Настроили контекстную рекламу - а заказов нет! Возможно, все ваши усилия разбиваются о посадочную страницу. Проверьте свой лендинг на наличие распространённых ошибок.

### 1. Ошибки юзабилити

- 1.1 Страница загружается дольше 5 секунд.  
*Большая часть посетителей не станет дожидаться загрузки. То есть, вы потратите деньги на привлечение, а люди даже не увидят, что вы предлагаете.*
- 1.2 Страница не оптимизирована для мобильных устройств  
*Посмотрите в метрике сколько пользователей приходит с мобильных устройств. Если они видят "кривую" страницу - вы теряете потенциальных покупателей.*
- 1.3 Перегруженность страниц.  
*Обилие пёстрых картинок, всплывающие окна и другие элементы на одной странице снижают концентрацию внимания. Пользователь не понимает, куда смотреть, что главное.*

### 2. Ошибки на первом экране

- 2.1 Отсутствие контактных данных.  
*Укажите в шапке страницы телефон, email и адрес компании. Это не только облегчает жизнь посетителю, но и вызывает доверие.*
- 2.2 Кнопки навигации для перехода на основной сайт или блог.

*Посадочная должна быть тупиком, с которого никуда нельзя перейти. Посетитель либо совершает нужное вам целевое действие, либо уходит.*

### 2.3 Отсутствие меню в шапке лендинга.

*При помощи кнопок меню пользователь может быстро посмотреть, что важно именно ему: цены, отзывы и т. д.*

### 2.4 Неинформативный первый экран.

*Если ваш первый экран - красивая картинка с абстрактным предложением типа «Мы работаем, чтобы вы отдыхали» - пользователь не поймёт, что вы предлагаете и закроет страницу.*

## **3. Ошибки кнопки призыва к действию**

### 3.1 Незаметная кнопка призыва к действию.

*Кнопка должна быть заметной, лучше контрастного цвета. Располагаться в удобном месте. Содержать понятный призыв.*

### 3.2 На одном экране кнопки с разным призывом к действию.

*«Оставьте заявку», «Позвоните», «Закажите обратный звонок» - не заставляйте клиента выбирать, что надо сделать.*

### 3.3 Кнопка с призывом к действию одна на весь лендинг.

*Если она располагается только на первом экране, многим будет лень «скролить» обратно. Если кнопка только на последнем экране - не все посетители до неё доберутся.*

### 3.4 "Перекреативили" с надписью на кнопке.

*«Продолжить». «Я с вами». «Дайте 2». Проверьте, понятен ли призыв пользователю.*

## **4. Ошибки формы регистрации**

### 4.1 Сложная форма со множеством полей.

*Чем сложнее форма, чем больше полей она содержит, тем меньше вероятность, что пользователь станет её заполнять.*

### 4.2 Необходимость вводить капчу.

*Далеко не каждый покупатель обладает упорством чтоб "победить" капчу.*

- 4.3 Несоответствие подписи в форме заявки и надписи на кнопке.  
*В шапке формы «Заказать бесплатно», а на кнопке «Купить со скидкой» - такое точно отпугнёт потенциальных покупателей.*

## **5. Ошибки в тексте**

- 5.1 Сложное описание продукта.  
*Избегайте профессиональных терминов и умных выражений. Опишите товар/услугу на языке вашей целевой аудитории.*
- 5.2 Нет описания выгод для пользователя.  
*Выгода - это решение проблемы покупателя. Если ваши преимущества - вода без конкретики, они не вызывают доверия. Что конкретно ожидает получить потребитель от вашего предложения? Дайте ему это в выгодах или преимуществах.*
- 5.3 Много текста. Нет оформления.  
*На странице «многобукв» одним куском - только самые упрямые доберутся до последнего предложения! Выделите основные преимущества. Опишите почему это выгодно. Используйте простые шрифты без засечек.*
- 5.4 Нет цен на товар/услугу.  
*Пользователи всегда ищут цены. И всегда их находят, если не у вас, то у ваших конкурентов!*

Конечно, это не все виды ошибок, не лучшим образом влияющие на конверсию посадочной страницы. Остались вопросы или нужна помощь - обращайтесь! Проведу для вас БЕСПЛАТНУЮ консультацию и сделаю аудит продающей страницы. Специалист по контекстной рекламе Душкина Светлана  
<https://www.facebook.com/profile.php?id=100007618541470>