



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 конкнетики, 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>