

## Аудит посадочной страницы (LP)

### Структура Полного Аудита посадочной страницы:

#### I). Контент и структура Подписной Страницы:

##### A) Наличие базовых элементов подписной страницы.

###### 1. Логотип с подробным описанием деятельности компании:

- А) Находится в левом верхнем углу или по центру;
- Б) Используется в качестве изображения (качественная картинка);
- В) Есть дескриптор (краткое описание ниши).

###### 2. Заголовок:

- А) Находится под логотипом;
- Б) Содержит до 9 слов;
- В) Вы ориентирован;
- Г) Оформлен в тег H1 (необходимо для поисковых систем);
- Д) Содержит УТП или Интригующий вопрос;
- Е) Написан в активном залоге;
- Ж) Отражает содержание объявления в рекламной компании;
- З) Содержит качественное прилагательное;

###### 3. Изображение (картинка или видео):

- А) Картина высокого качества;
- Б) Устанавливает эмоциональную связь с пользователем;
- В) Демонстрирует конечный результат или процесс взаимодействия с продуктом;
- Г) Уникальное (Изображение нельзя найти в свободном доступе);
- Д) Коррелирует с содержанием страницы и заголовком;
- Е) Если присутствуют люди:
  - Взгляд направлен на форму или на пользователя;
  - Изображены славяне или представитель целевой аудитории;
  - Положительно эмоционально окрашено;
  - Если есть девушка, то четко видна грудь;
- Ж) Не используется слайдер;

###### 4. Форма захвата:

- А) Обведена в контур с закругленными полями;
- Б) Имеет уникальный (цвет отличается от фона страницы) однотонный фон;
- В) Содержит инструкции к полям в активном залоге над полем формы;
- Г) Имеет до 5 полей;

- Д) Инструкции выровнены по левому краю;
- Е) Формы имеют валидацию (Если данные заполнены неправильно – потребителю высвечивается подсказка);
- Ж) Содержит маску для номера телефона (ограничение по вводу количества цифр);
- З) Содержит четкую инструкцию по заполнению формы с дедлайном (заполни сейчас или до конкретного числа);

**5. Кнопка:**

- А) Яркая (Уникального цвета);
- Б) Заметная (видна с 2 метров);
- В) Находиться на первом экране;

**6. Призыв действия в кнопке:**

- А) Четко описывает следующий шаг;
- Б) В Активном залоге;
- В) Призыв заметен (можно прочитать с 2 метров);
- Г) В призывае к действию есть ограничение;

**Б) Наличие дополнительных элементов подписной страницы:**

**1. Дополнительный заголовок:**

- А) Оформлен ТЕГом H2;
- Б) Содержит призыв к действию или вопрос;

**2. Отзывы:**

- А) Отзывы настоящие;
- Б) Текстовые отзывы или расшифрованные видео отзывы не содержат стоп слова (кстати, качественно);
- В) Главная мысль (УТП, Выгоды, описание результата...) отзыва выделена;
- Г) Графически выделены (фон, стиль, вынос кавычек);
- Д) Отзыв содержит заголовок с ключевой выгодой;
- Е) Не длинней 6 строк в неразвернутом виде;
- Ж) Закрывает потенциальное возражение клиента и призывает к действию;
- З) Содержит информацию об авторе:

- Логотип компании;
- Фотография;
- Должность;
- Контактные данные;
- Возраст;
- Ссылка на профайл в социальной сети;

**И) Есть структура отзыва:**

- Причина заинтересованности в продукте;
- Ключевые возражения;

- Почему принял решение о покупке;
- Результаты;
- Что можете сказать людям, которые сомневаются;

### 3. Цена:

- А) Цена конкретна;
- Б) Если стоимость услуги высокая, то визуальное понижение стоимости:
- Не 30 000 рублей, а 30 т.р.;
  - Не 30 000 рублей, а 222 рубля в день;
  - Перечеркивание «старой» цены, например, ~~70-000~~ 30 000 рублей;
  - Выделение красным цветом;
  - Использование нечетных цифр – 29 970 рублей;

### 4. Скидка:

- А) Конкретные числа;
- Б) Неровные цифры с визуальным повышением (четные числа до 6, например 2426 рублей);
- В) Скидка выделена цветом, фоном или графически;
- Г) Не используем проценты;

### 5. Дедлайн (Ограничения):

- А) По времени:
- определено до конкретной даты (купи до 10 января и сэкономь 1246 рублей);
  - бонус действителен в течение 25 дней со дня получения (ограниченный по времени скидочный купон);
- Б) По количеству человек (осталось 5 мест);
- Г) Ограничение по количеству товара (всего 10 моделей по специальной цене);
- Д) Бонус для самых быстрых (первые 5 записавшихся...);
- Е) Тающая скидка (повышение цены каждые 2 дня);

### 6. Комплектации:

- А) Несколько уровней доступа или несколько уровней сервиса;
- Б) Различная цена с визуальным понижением;
- В) Наличие «Золотого Унитаза» - Супер VIP за Супер дорого;
- Г) Располагается в порядке понижения цены слева на право;
- Д) **Лучшее** предложение выделено (шрифт, размер цвет);
- Е) Ограничение по местам или бонус для самых быстрых;
- Ж) Больше подарков к дорогой комплектации;
- З) Сделать дешевый тариф невыгодным;
- И) Одно преимущество/бонус в одной строке;

**7. Гарантии:**

А) Гарантия соответствует одному из типов:

- Гарантия эмоционального удовлетворения;
  - Гарантия результата;
  - Абсолютная гарантия;
  - Личная гарантия с подписью (удовлетворение + результат). В личной гарантии всегда присутствует лицо, инициалы, должность и личная подпись.
- Б) Гарантия находится под тарифами (комплектация), F.A.Q. или отзывами;
- В) Гарантия графически выделена (рамка, фон или картинка);

**8. F.A.Q.**

А) F.A.Q. всегда находится под тарифами;

Б) Цель F.A.Q. - закрыть возражения;

В) Главное выделено;

**9. Кейс:**

А) Настоящий;

Б) Визуально показан процесс (необходимо для увеличения ценности услуги);

В) Содержит изображения (иллюстрации) или видео подтверждающие результаты;

Г) Наличие статистики для сравнения – «было – стало»;

Д) Указание заказчика с его данными и местом реализации кейса;

Е) Содержит отзыв клиента;

**10. Видео:**

А) Длина ролика не превышает 1,5 минут;

Б) Качественно и профессионально снято;

В) Без авто произведения;

Г) Показывает процесс взаимодействия с продуктом или результат;

Д) Название, призывающее посмотреть видео;

**11. Статистика:**

А) Закрывает конкретное возражение;

Б) Находиться в нижней части подписной страницы, за исключением «Золотого Яйца» (главное достижение), которое расположено в верхней центральной части сайта;

**12. Социальное доказательство:**

А) Публикация в СМИ;

Б) Независимое исследование;

В) Отзыв экспертов из данной области;

Г) Отзыв знаменитостей;

Д) Сертификаты/Гранты;

Е) Кнопка «Лайк» или «Share» с более чем 100 лайками;

**13. Дополнительный призыв к действию:**

- Подписка на рассылку;
- Скачивание презентации, КП или прайс листа;
- Заявка на консультацию;
- Тест драйв;

**14. Сравнение с конкурентами – в таблице еще раз подчеркнуть выгоды оффера;**

**15. Использование бонусов:**

- Использование бонусов для получения контакта (e-mail, телефон) пользователя;
- Использование бонусов для увеличения ценности продукта;
- Использование бонуса для отстройки от конкурентов;
- Использование бонуса после совершения покупки для выстраивания долгосрочных отношений (в качестве примера можно использовать сертификат);
- Благотворительность (увеличивает ценность продукта в глазах покупателя)

**16. Оплата:**

- А) Разные способы оплаты;
- Б) Возможность кредитования или рассрочки;
- В) Работы без предоплаты;

**В) Технический анализ (копирайтинг):**

- Исправить орфографические ошибки;
- Исправить минусы «-» на тире «–»;
- Использовать «;» при перечислении в буллитах;
- Не использовать сложноподчиненные предложения;
- Не использовать более 6 строк в абзаце;
- Использовать русские кавычки: « ... » или „ ... “;

**II). Дизайн подписной страницы:**

**1. Общее впечатление:**

- А) Внушает доверие;
- Б) Можешь ли ты определить назначение страницы за 5 секунд?;
- В) Можешь ли ты прочитать текст за 30 секунд?;
- Г) От 3-х способов связаться:

- Заявка;
- Номер телефона с указанием времени;
- Обратный звонок;

- Онлайн консультант (Jivosite);
- Отправить отзыв;
- Подписаться на рассылку;
- Оставить комментарий;
- Заказать продукт;
- Скачать коммерческое предложение/скачать презентацию;
- Адрес;

Д) Футор (подвал сайта):

- Юридическая информация;
- Контактная информация с адресом;
- Политика конфиденциальности;
- Копирайт (2010 – 2014)

Е) Отсутствуют внешние ссылки (исключения отзывы – ссылка на профиль социальной сети);

Ж) Сайт не перегружен информацией (много свободного пространства);

## 2. Технические аспекты (нюансы):

А) Фон:

- Светлый
- Однотонный

Б) Текст:

- Размер текста от 12 до 18 пикселей;
- Размер заголовка от 22 пикселей;
- Текст контрастный (черный текст на белом фоне);
- Не больше 6 строчек в абзаце;
- Двойной междустрочный интервал;
- Используются маркировочные списки;
- Шрифт стандартный без засечек;
- Основные моменты выделены жирным;
- Текст выровнен по левому краю;
- Текст визуально оформлен (галочки, заголовки и т.д.)
- Текст Вы ориентирован;
- Текст в активном залоге (никаких «если», «может быть» и т.д.);

В) Ссылки:

- Синие;
- Подчеркнутые;

Г) Проектирование:

- Одна колонка в строке;
- Призыв к действию повторяется каждые 2 экрана (но не чаще);
- Не используются выпадающие списки;
- Используются подсказки для сложных полей (например, выбор города);
- Используются открытые формы (нет выпадающих форм);
- Отсутствуют Pop-up и Pop-under;
- Используется явная визуальная иерархия (выделяются ключевые элементы для управления вниманием посетителя);
- Соблюден принцип Близости (например, заголовок приближен к блоку, который он описывает или уменьшен интервал от заголовка до текста);
- Отсутствуют лишние графические элементы (линии, рамки таблиц, огромное количество картинок, отзывов);
- Не более 5 цветом на подписной странице (не должно быть схожей цветовой гаммы – желтый, легко желтый, золотой и т.д.)

**III). Технический Анализ Подписной страницы:**

- 1. Сайт корректно отображается в браузерах:**  
А) Google Chrome;  
Б) Mozilla Firefox;  
В) Интернет Эксплорер 9;  
Г) Интернет Эксплорер 8;  
Д) Opera;  
Е) Safari
- 2. Сайт корректно отображается на планшетах и смартфонах:**  
А) Google Chrome;  
Б) Safari;  
В) Опера мини;
- 3. Сайт корректно отображается на основных разрешениях экрана:**  
А) 800 - ширина;  
Б) 1024 – ширина;  
Б) 1280 – ширина;  
В) 1920 – ширина;  
Г) 300 – ширина;
- 4. Скорость загрузки сайта менее 5 секунд во всех браузерах:**  
А) Проверить с помощью Google Analytics или Google Tools;
- 5. Установлен on-line консультант (чат):**

- А) Содержит призыв к действию;
- Б) Открывается в течение 1-30 секунды;

**6. Проверить сайт в черно белой гамме;**

**7. Смс оповещение о заявке:**

- А) Клиенту с подтверждением, что его заявка принята;
- Б) Отделу продаж о полученной заявке;

#### **IV). Оффер или конечное предложение потребителю:**

**A) На сайте;**

1. Содержит четкую однозначную выгоду;
2. Вы ориентирован;
3. Активный залог;
4. Содержит ограничение;
5. Имеет гарантию;
6. Имеет социальное подтверждение;
7. Находится на первом экране;

**Б) Конкурентный анализ;**

**1. Сравнить 5 основных конкурентов из основного источника привлечения клиентов по следующим параметрам в таблице excel:**

- А) Цена продукта;
- Б) Сервис:
  - Наличие продукта;
  - Скорость доставки;
  - Стоимость доставки;
  - Скорость ответа;
  - Время работы (что будет если позвонить после рабочего времени или в выходной день);
  - Наличие бонусов и подарков при покупке продукта;
  - Гарантия;
  - Экспертность оператора;
  - Смс оповещение о поданной заявке;
  - Географическое расположение;

Домен	Цена	Стоимость доставки	Гарантия	Другое...
Домен 1	Цена 1	100 рублей	+	
Домен 2	Цена 2	200 рублей	-	

В) Качество посадочной страницы от 1 до 5. Оценивается по следующим критериям:

- Первый экран;
- Логотип с дескриптором;
- Релевантный заголовок;
- Изображение;
- Оффер;
- Приятный дизайна;
- Наличие отзывов.