

LANDING PAGE КАК ЛУЧШИЙ ИНСТРУМЕНТ В ПРОДАЖАХ

Грузневич М.Н.

Институт информационных технологий БГУИР,
г. Минск, Республика Беларусь

Образцова О.Н. – и.о. зав. кафедрой ИСиТ, к.т.н., доцент
Калитеня И.Л. – м.т.н., ст. преподаватель

В статье рассмотрено, что такое LandingPage, какое место Лэндинг занимает в продаже, какое ключевое действие у Лэндинга, чем LandingPage отличается от многостраничного сайта, какие преимущества у Лэндинга, рассказано о структуре LandingPage и о контекстной рекламе.

Сегодня простая страница в интернете, на которую уходит максимум несколько дней работы, продает товар в 10 раз эффективней чем крупный многостраничный сайт, в который вложили много денег, просто потому что показано понятное предложение для целевой аудитории. Все дело в качественно составленном, таргетированном предложении, которое создается с помощью лендинга.

Landing Page – это веб-страница, её еще называют целевой страницей/Лэндингом. Основной задачей Лэндинга является сбор контактных данных целевой аудитории. Такая веб-страница используется для усиления эффективности рекламы, а также увеличения аудитории. Целевая страница обычно содержит информацию о товаре или услуге. Такой сайт заточен только под одно действие: получить контакт пользователя или продать ему какой-либо товар/услугу.

Принцип у Лэндинга очень простой, он называется “Buy or die” – купи, оставь свои контактные данные или уходи. Т.е. такие сайты, можно сказать, не оставляют посетителю выбора, другими словами, когда посетитель заходит на такую страницу, он попадает в ловушку, и сам не понимает что выбор за него уже давно сделан, поэтому у такой простой на первый взгляд страницы, как Лэндинг, конверсия намного больше, чем у крупного многостраничного сайта.

Место Лэндинга в цепочке продаж можно увидеть на рисунке 1.

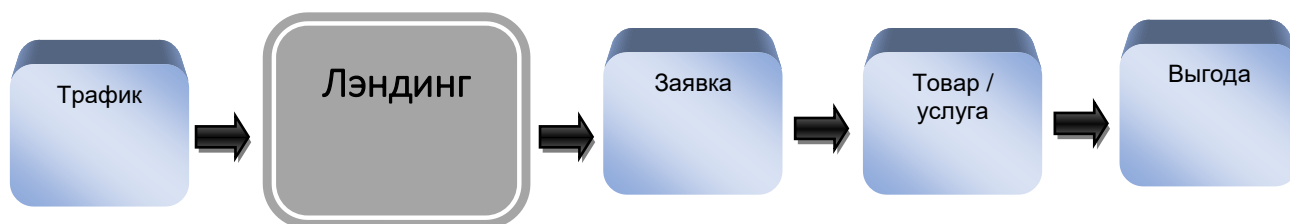


Рисунок 1 – Полная схема продаж

Рассмотрим подробнее каждый этап:

Трафик — На этом этапе настраивается платная реклама, которая ведет на посадочную страницу. (лендинг)

Лендинг — человеку было интересно рекламное предложение и он попадает на лендинг, изучает предложение и решает выполнить целевое действие или закрыть страницу.

Заявка — посетителю понравилось предложение, и он решает оставить заявку, заполнив форму. Такого посетителя ещё называют «Лид», потому что он проявил интерес и сделал ключевое действие.

Оказание услуги — владелец лендинга получает заявку на почту или в CRM систему, обрабатывает её, то есть выполняет обещание, которое было написано на Лендинге.

Выгода — владелец лендинга получает оплату за данный товар. Лид превращается в клиента. Сделка совершена!

У Landing Page есть всего несколько ключевых действий, это:

1. «Получить контакт от посетителя», делается это с помощью формы заявки, здесь можно узнать нужную информацию, например: Имя, фамилию, e-mail, контактный телефон посетителя. Обычно форма заявки выглядит так, она представлена на рисунке 2.

2. «Продать товар» На Лендинге можно сразу продавать товары, обычно такие товары из низкой ценовой категории – до 20-30BYN. Это относится к страницам, которые продают на холодную аудиторию, например, часы, очки, наушники, мази, и т.д.

Если товар стоит дороже этой суммы, то продажа осуществляется обычно через какой-либо call-центр. Далее специалист консультирует клиента и подбирает вариант который подходит клиенту и оформляет заказ.

Рисунок 2 – Форма заявки

Отличие Лэндинга от многостраничного сайта, заключается в том, что Landing Page в обязательном порядке содержит форму для сбора контактных данных потенциального клиента. И это не просто кнопка «Заказать звонок», располагающаяся обычно в шапке. Это – расположенная на видном месте форма, включающая в себя такие поля как: «Введите имя», «Введите E-mail», «Введите телефон» и кнопку «Отправить» (названия полей и кнопок могут быть другими). В обмен на контактные данные человек, их оставивший, получает: купон на скидку, либо что-то бесплатно. Эта форма – основной элемент лендинга. Также Лэндинг постоянно напоминает посетителю что он должен сделать, а именно оставить заявку, либо зарегистрироваться, и у него всего одна страница, т.е пользователь не потеряется на ней, чего нельзя сказать о многостраничном сайте. Примеры Лэндинга и многостраничного сайта для сравнения приведены ниже на рисунках 3 и 4.



Рисунок 3 – Landing Page



Рисунок 4 – Многостраничный сайт

Структура Лендинга. Чтобы понять из каких блоков будет состоять лендинг пейдж, нужно понять кто целевая аудитория, что мы хотим ей рассказать. Это выясняется при разговоре с заказчиком, анализе ниши, конкурентов и т.д. Ниже приведены блоки, которые можно использовать для 95% ниш.

Онлайн-конструкторы. За все время работы с LandingPage, я перепробовал очень много конструкторов для создания таких сайтов, поэтому хотел бы порекомендовать лучшие на мой взгляд, среди них: Tilda, LPGenerator, программа AdobeMuse, и очень популярный конструктор WPBakery.

Контекстная реклама и психология человека

Реклама на поиске отлично подходит для рекламы одностраничных сайтов, потому что потенциальный клиент уже ищет вашу услугу/товар и работать с таким клиентом проще

Из своего опыта работы в call-центре по продажам препаратов для здоровья, хочу рассказать как это работало у нас в компании. Клиент постоянно пишет в поиске какую-то ситуацию по своему здоровью, например: как сбросить вес, либо как бороться с грибком. Однажды он увидит баннер на любом сайте с рекламой, например :«Сбросить 5 кг за одну неделю», реклама клиента заинтересовала и он переходит на LandingPage, на сайте написано, благодаря препарату вы похудеете на 5 кг за одну неделю, и это совершенно бесплатно, предложение действует в течение одного часа. Чтобы получить препарат нужно оставить свои контактные данные. Клиент вводит свои контактные данные и уже через пару минут ему звонит менеджер и оформляет заказ!

Список использованных источников:

1. Лавдэйл., НихаусС./Lance Loveday, Sandra Nehaus –Проектирование прибыльных веб-сайтов/ Web-design for ROI 2011
2. SEO: Поисковая оптимизация от А до Я» — Продвинутый уровень. 885 страниц 2015
3. «LandingPage: идеальная страница для больших продаж»torsha.ru — блог Елены Камской. Полезная информации о выходе из-под фильтров Яндекса и Гугл.
4. Digital.ingate.ru, «LandingPage: идеальная страница для больших продаж» 32 страницы.