

Тренинг «Умные лендинги 2.0»

Написание текста. Часть 1

Проектирование лендинга

- Число и порядок блоков зависит от того, что и кому продаем, а также от предпочтений — ваших личных и заказчика
- Не существует железной последовательности блоков:
 - есть устоявшиеся блоки, которые могут передвигаться незначительно, в одной «зоне» текста
 - есть «плавающие» блоки, которые могут перемещаться в другую часть текста в зависимости от их трактовки

Примеры плавающих блоков

- **Представление коллектива** — с представлением продукта или после преимуществ
- **Как мы работаем** — вместе с преимуществами или в технической информации (или 2 блока)
- **Гарантия** — в блоках доверия или после цены

Главное правило

Выстраивайте *логичную* цепочку блоков, а не хаотично их «тасуйте».

Усредненная схема лендинга

- **Заголовок**
- (Подстройка)
- **(Продажа идеи)**
- Продукт, компания, отстройка
- **Основные блоки доверия**
- Цена, гарантия и технические блоки

Блоки конверсии — равномерно по тексту после представления продукта.

Особенности по продуктам

- **Товар** — больше наглядности, чем для услуги (и может быть меньше текста)
- **Обучающие продукты** — свои блоки (автор, программа, бонусы)
- Могут быть специфические блоки и для других продуктов

Вначале

- Поместите на страницу шапку с:
 - логотипом
 - дескриптом
 - телефоном
 - кнопкой заказа обратного звонка
- Поместите первый заголовок

Подстройка

- Подстройка — демонстрация читателю того, что мы знаем о его проблемах/задачах (нужна, чтобы втянуть его в чтение).
- В типичных лендингах обычно пропускается, часто незаслуженно.

Подстройка

Конструктивные варианты:

- заголовок от потребителя и быстрый переход на продукт
- заголовок от потребителя с более подробной подстройкой
- заголовок от продукта без подстройки
- заголовок от продукта с последующей подстройкой

Триггеры подстройки

Вопросы/условия из подстройки,
поданные в виде ЛЕНТЫ —
вариант *лаконичной* подстройки.

Проблемы в подстройке

Зависят от места в лестнице узнавания:

- **1-2 ступень** — начинаем с базовой или продуктовой проблемы, продаем идею, затем продукт
- **3 ступень** — увязываем с продавцовой проблемой (+отстройка от конкурентов), продажа идеи не нужна
- **4 ступень** — можно подстройку опустить

Варианты наполнения

- Формат «вам знакомы эти проблемы»
- Формат «если»
- Формат вопросов
- Формат соответствия сегментам ЦА («вы начинающий инвестор...»)

Представление продукта

- (Если лендинг с утвердительным заголовком без подстройки, то его может и не быть.)
- После подстройки делаем небольшой блок представления продукта (в рамке) и/или подзаголовков от продукта
- Затем идет продажа идеи (если нужна) или детализация продукта

Основная тонкость

Для увязки представление продукта должно по логике и тексту продолжать мысли из начала:

- ищете решение проблемы? — вот оно
- ищете продавца? — выберите нас

Первый блок конверсии

Первый блок конверсии идет после:

- представления продукта
- первого заголовка в утвердительной форме

При необходимости можно логично вставить и между заголовком от потребителя и подстройкой (но не рекомендуется)

Продажа идеи

- Самый простой вариант: после представления продукта дать блок «Зачем это нужно» или «Как это работает»
- Более сложный: подстройка → абстрактный продукт как решение → продажа идеи → представление *нашего* продукта
- Расписываем преимущества, выгоды или отстройку для абстрактного продукта, а затем переходим именно к нашему продукту

Лендинговая подача

Не забывайте про лендинговую подачу в тексте:

- подзаголовки для каждого блока
- списки (обычно в виде таблиц)
- важные тезисы в рамках
- обычный текст — небольшими фрагментами (обычно)
- лаконичность!