

Чек-лист «Готовность лендинга к приему трафика (к запуску рекламы)»

Да/Нет	СОДЕРЖАНИЕ ЛЕНДИНГА
<input type="checkbox"/>	1. В верхнем левом углу размещен логотип компании и дискриптор (Например, "Онлайн тренировки по фитнесу").
<input type="checkbox"/>	2. В правом верхнем углу размещен кликабельный телефон.
<input type="checkbox"/>	3. Имеется понятный офер: какую проблему клиент может закрыть, воспользовавшись вашим предложением, почему ему выгодно «купить» это у вас и сделать это прямо сейчас.
<input type="checkbox"/>	4. Посетителю предложено несколько способов связаться с вами (телефон, формы захвата контактов, email, кнопки мессенджеров, формы заказа обратного звонка). Как минимум один из способов связаться постоянно находится в пределах видимости, в какой бы части лендинга ни находился посетитель.
<input type="checkbox"/>	5. Имеются социальные доказательства качества предлагаемого курса (отзывы, истории и результаты успешных учеников, публикации в СМИ).
<input type="checkbox"/>	6. Следующий шаг посадочной страницы должен соответствовать уровню доверия клиента (при первом контакте сразу купить курс — неадекватно; получить бесплатно полезный материал по теме курса, получить первый урок — адекватно).
<input type="checkbox"/>	7. Все элементы одноэкранного Landing Page (заголовок, картинка, призыв к действию, кнопка) продают следующий шаг.
<input type="checkbox"/>	8. На лендинге нет изображений, широко используемых в интернете (банальных иконок из 90-х, фото американских офисных работников и так далее).
<input type="checkbox"/>	9. Одноэкранный Landing Page содержит вескую причину (логический аргумент или дополнительный бонус) совершить следующий шаг (ответ на вопрос, зачем это клиенту).
<input type="checkbox"/>	10. Подключены системы аналитики: Метрика, Google Analytics, Роистат и др. Конверсия одноэкранного Landing Page измеряется в разрезе конкретного канала трафика и типа рекламной кампании (конверсия из РСЯ, конверсия из таргета Vk и т.д.).
<input type="checkbox"/>	11. Отображение одноэкранного Landing Page на мобильных устройствах протестировано с помощью специальных сервисов проверки (Adaptivator, Google Search Console и т.д.).
<input type="checkbox"/>	12. Формы захвата контактов содержат минимум полей (все, что можно потом спросить по телефону, лучше уточнить по телефону). Наличие каждого поля обоснованно (почта нужна для отправки полезного материала, телефон нужен для отправки кода купона и т.п.).
<input type="checkbox"/>	13. Для повышения конверсии одноэкранного Landing Page протестировано размещение на нем продающего видео.
<input type="checkbox"/>	14. Для повышения конверсии одноэкранного Landing Page протестировано размещение на нем квиза.
<input type="checkbox"/>	15. Одноэкранный Landing Page содержит футер с политикой конфиденциальности и правилами обработки персональных данных (требования ФЗ «О персональных данных»).
<input type="checkbox"/>	16. Для поиска наиболее конверсионной модели используется A/B тестирование.

Чтобы вернуться на страницу разработки онлайн-школ – [КЛИК СЮДА](#).

Записаться на бесплатную консультацию по онлайн проекту – info@l-io.ru, [WhatsApp](#).