



CONTENT



В чем отличие «продающих» сайтов





Кто пишет обычные сайты?

Дизайнер + программист





А КТО ИЗ НИХ ...

1. ... имеет реальный опыт продаж?
2. ... образование в сфере маркетинга и рекламы?
3. ... умеет писать продающие тексты?
4. ... разрабатывает интерфейсы под психологический портрет Вашей целевой аудитории?
5. ... владеет web-аналитикой?





Сайт – это целая команда

1. Программист
2. Интернет маркетолог
3. Копирайтер
4. Верстальщик
5. Специалист по юзабилити (интерфейсы)
6. Дизайнер





Как создают продающие сайты





3 шестерёнки продаж



Дизайн



Юзабилити



Контент



Этапы создания сайта

1



Составление
технического задания

2



Дизайн

3



Верстка

4



Программирование

5



Наполнение
сайт содержимым

abiatec

6



Тестирование

7



Перенос на
хостинг клиента

8



Сдача проекта

9



Разработка
маркетинговой
стратегии продвижения

10



Продвижение сайта
(SEO, SMM,
контекстная реклама)



Этап №1 – создание семантического ядра

Сбор всех возможных фраз из статистики поисковых систем. Как Вас может искать Ваша целевая аудитория. Список может более чем в 1.500 запросов



Этап №2 – создание списка страниц

После того, как список ключевых запросов от редактирован. Необходимо распределить слова по будущим страницам. Тем самым, сделать будущие страницы наиболее релевантными под запросы пользователей





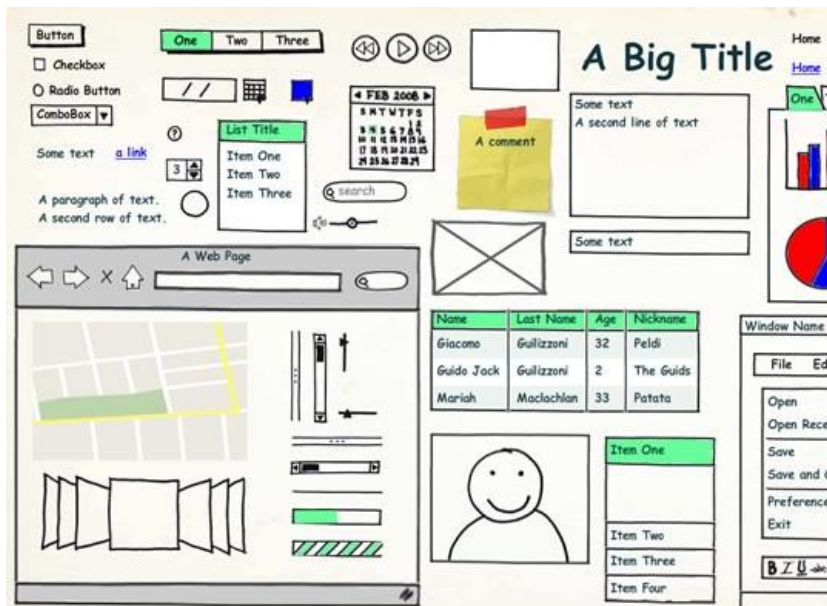
Этап №3 – создание внутренней структуры

Из списка страниц – мы выстраиваем внутреннюю иерархию информации. Структуру будущего сайта. Это необходимо для его лаконичного и удобного использования, посетителями.



Этап №4 – Разработка макетов страниц (интерфейс)

Исходя из психологического портрета Вашей целевой аудитории и специфики бизнеса - мы разрабатываем функционал. В дальнейшем, который будет отвечать всем требованиям посетителей Вашего сайта. Что в среднем увеличивает лояльность и уровень продаж с сайта до 40%





Этап №5 – дизайн

Дизайн сайта играет большую роль. Он отвечает за первые 10 секунд пребывания человека на сайте (закроет или останется на нём). Дальше, он создаёт атмосферу в которой проходит продажа Ваших товаров или услуг





Этап №6 – вёрстка

Очень важно, чтобы все блоки Вашего сайта отображались ровно. А ещё важнее, чтобы сайт одинаково смотрелся в разных браузерах и при различных параметрах экрана монитора , или мобильного гаджета (планшет, мобильный телефон и т.д.)





Этап №7 – Программирование

Техническая реализация всего проекта. А так же интеграция контента (текстовое наполнение сайта, картинки, видео) с CMS (административная панель управления сайтом)





Этап №7 – корректировка

Последняя ступень перед запуском в интернете. Проверка работоспособности всех блоков и фильтров



Этап №8 – Установка и настройка счётчиков веб аналитики

Для полного контроля над поведением пользователей на сайте , а так же слежением за отдачей инвестиций направленных на продвижение сайта. Мы устанавливаем и настраиваем счётчики web аналитики. Яндекс метрика и google analytics





Ваш сайт готов!

Добро пожаловать в интернет – мир безграничных
возможностей для бизнеса





А где 3 шестерёнка ?



Виды контента



Аудио (подкасты)



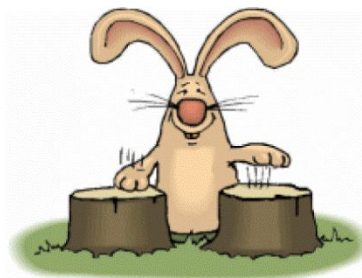
Текст



Видео



Графический



Анимация



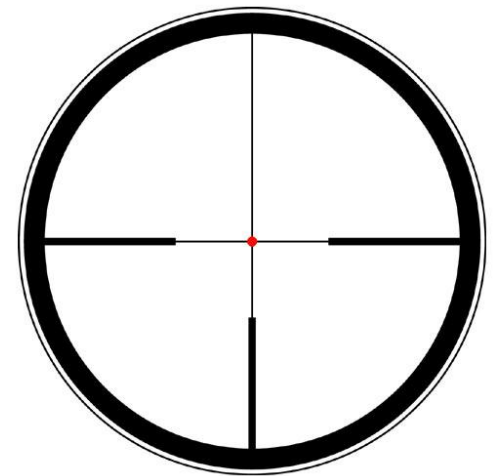
Что нужно учитывать

Позиционирование

Целевая аудитория

Особенности продукта (Явное всегда тяжело найти)

Каналы трафика и посадочная страница





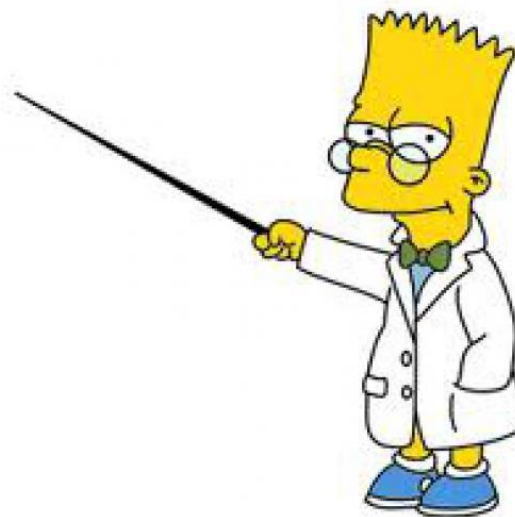
Золотые правила

Люди в интернете не читают

Скроллинг

Время

Полезность





Позиционирование

Позиционирование – это образ компании, продукта или услуги в сознании целевой аудитории

Работа с образами

Слова – это контейнер

Эмоциональный окрас

**Конкуренты и лидеры
рынка**

ДЕЛО БРЕНДОМ
НЕ ИСПОРТИШЬ





А теперь тонкости ...





Текст

Должен быть простым (индекс туманности)

Короткие предложения – без сложносочиненных

Слова энергетики

Короткие абзацы – по 3 – 5 предложений

**Зеркало аудитории (образы , слэнг и т.
д.)**



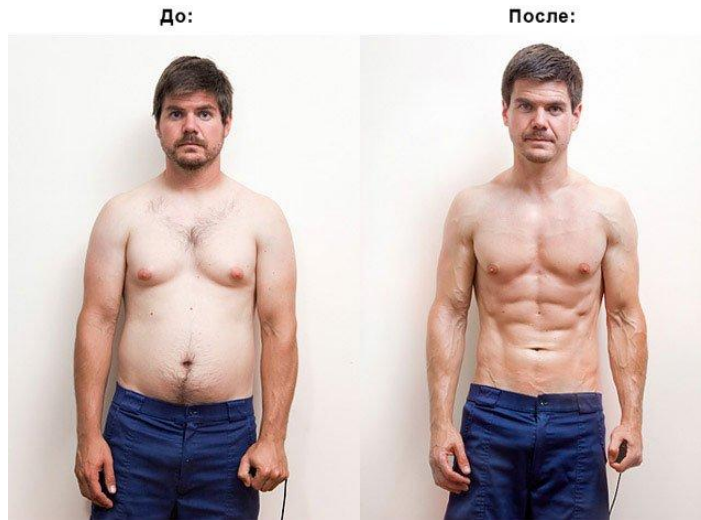
! Осторожно – клеше !

Скользкая горка



Картинки

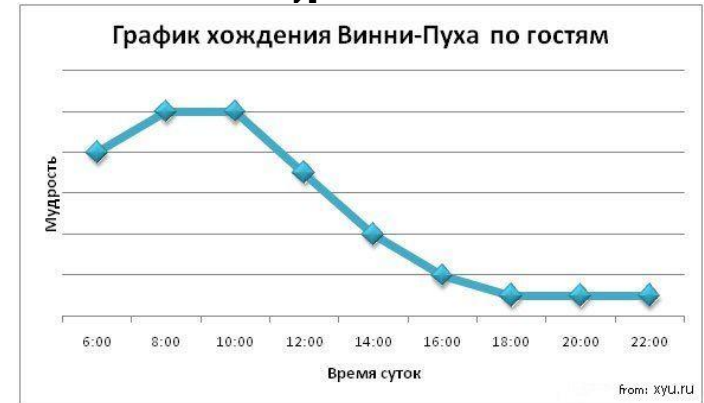
Информативность + (инфографика)



Текст под картинками читают ВСЕ !

Правило золотого сечения . Качество.

График и



Эмоци и





Видео



Нужно учитывать время (1,5 – 3 минуты)

Сценарий + структура

Образы + эмоциональный

окрас
* Качество

УТ

П

Звук

Формат носителя

Время

PR , пример <http://runetologia.podfm.ru/>

Эмоциональный окрас – выделение ключевых
СЛОВ

**На сайте звук
раздражает**





Анимация

Скальпель в руках хирурга

Информационность

Эмоциональный окрас к действию

Время

**ТА
ТОШНО**



Не устали ?





Концепция

Источник – посадочная страница

Опасность - редизайна

Социальные сети

**Основная ошибка – отсутствие
тестирования**





Как генерить ?

Инкубация

Нанимать freelancera

Сотрудник в офис

**Бирж
и**



*Где взять
контент
для сайта?*



Вирусный контент

СЕКС

СТРА
Х

СМЕ
Х

ХАЛЯВ
А



**Необходим правильный посев
контента**



БОЛЬШО-ОЕ СПАСИБО!

