Momentum

דפי נחיתה / חליבה / סחיטה

Momentum

למה מקימים דפי נחיתה ?

Know Like Trust

איך בנוי דף נחיתה

הדר – לא תמיד
כותרת ראשית
סרטון
תועלות
תיבת הרשמה

כותרת ראשית מכילה תועלות



דברו על הכאב והתועלות...ומה על הגולש לעשות

רשימת תועלות למה כדאי להירשם לטיפים (מה שמסבירים בסרטון)

חיצים המכוונים את הגולש למה עליו לעשות

הנעה לפעולה

דואר אלקטרוני *

שם *

טלפון *

כן לילך, גם אני רוצה להשתתף בקורס!

טופס הרשמה

כפתורים עם הוראות

לחץ כאן

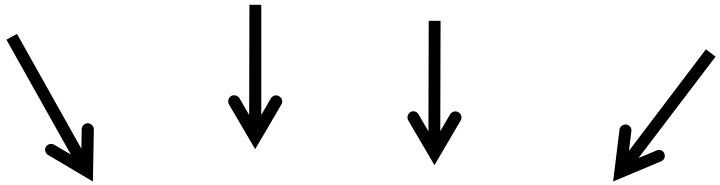
אני שונאת ספאם, ומבטיחה לשמור על הפרטים שלך! בכל רגע ניתן להפסיק לקבל את הטיפים בלחיצת כפתור בתחתית המסר

Momentum

מה צריך כדי להקים דף נחיתה:

- מערכת ניהול דפי נחיתה
- מוצר טוב
- סרטון וידאו/ קופי טוב.
- מערכת לקליטת פרטים

כיצד נפרסם את הדף שלנו



Traffic

אתר שלנו :

- ❑(באנר עם קישור)
- ❑תיבת הרשמה

פרסום ממומן :

- ❑גוגל
- ❑פייסבוק
- ❑ערוצים נוספים

ערוצים רבים אחרים :

- ❑וובינרים
- ❑כרטיסי ביקור
- ❑שיתופי פעולה
- ❑אתרי מאמרים
- ❑פורומים
- ❑טוקבקים

טורבינות הכח החינמיות (יוטיוב, פייסבוק, טוויטר, וורדפרס, בלוגר)

Momentum

מה עוד יחד עם דף הנחיתה:

רשימת מסרים

מערכות לניהול המסרים

מערכות לניטור

קודי מקור

זמן

Momentum

דוגמאות:

מערכות לניהול המסרים (ל – 1,000 נרשמים)

- רב מסר
- Get respond
- Get respond plus
- Aweber

מערכות לניטור

- גוגל אנליטיקס – פלגין.

Momentum

המכירה הישירה באינטרנט
נעשית באמצעות דפי המכירה

Momentum

מטרת דפי המכירה:

לגרום לגולש לבצע רכישה!

Momentum

לדפי המכירה יש מבנה
ולכולם יש מודל של "סיפור"

Momentum

מודלים של "סיפור" דף המכירה :

- מודל השיכנוע
- סיפור סינדרלה
- FFF - Feel Felt Found
- AIDA

מבנה דף המכירה

- **כותרת ראשית**
- **סרטון**
- **קריאה לפעולה**
- **Copy**
- אל תוסיפו קישורים לאתרים אחרים (גם לא לאתרים שלכם).

Momentum

נציג את הבעיה/את הכאב בצורה ברורה

נציע הצעה שאי אפשר לסרב לה

כל אלו צריכים להיות שזורים ב"סיפור" בדף המכירה
ובתוך מבנה סדור ב - Copy

Momentum

ההצעה (מה תמורת מה) – הבסיס לכל עיסקה

ההצעה שאי אפשר לסרב לה:

צריכה לענות על 4 שאלות עיקריות שעולות בראשו של הלקוח :

1. מה אנחנו מנסים למכור (**רכיבי/תכונות** המוצר)? (היגיון)
2. כמה זה עולה? (היגיון)
3. למה שהלקוח יאמין לנו / יסמוך עלינו ? (היגיון)
4. מה יוצא ללקוח מזה (**תועלות**)? (רגש)

Momentum

ההצעה שאי אפשר לסרב לה:

מכילה 2 עקרונות :

1. מלווה בהטרדה את הלקוח כל עוד הוא לא מקבל אותה
2. "אני חייב לקנות את זה עכשיו!"

Momentum

(הגיון) = הסבר מושכל

אם הייתם צריכים לשבת עימי וללמוד את זה, זה היה עולה לכם X אבל עם תקחו את הערכה שלי שהיא Y שעות לימוד זה יעלה לכם רק Z ממה שהיה עולה לכם האלט' הראשונה

נשארה לי כמות מסויימת במלאי ולכן מורידים את המחיר

אלמנטים טכניים / עיצוביים בדף המכירה:

<u>הדר</u>

<u>כותרת</u>

<u>פונטים, סימנים</u> - באמצעותם אנו מפנים ומנווטים את הגולש , עוזרים לו להתמקד בעיקר

<u>כפתורים או תיבת הרשמה</u>

Momentum

תמונות

אודיו

סירטון וידאו

Momentum

לפני הכל מתחילים ב...

כותרת טובה:

- "פיצה חמה וטריה, עד הדלת, תוך 30 דק' או פחות, או שהיא חינם"
- תן לי 4 שעות ואגלה לך איך...

Momentum

רכיבים מול תועלות:

המוצר/השירות מורכב מ – X ובכך הוא חוסך לכם זמן, תיסכול ועוגמות נפש ומאפשר לכם להתרכז ב....

Momentum



Momentum

רכיבים / תכונות

- פלסטיק
- בקבוק עם פקק
- שקוף

תועלות

- קל
- לא שביר
- ניתן למיחזור בקלות
- אפשר לקווצ'ץ' אותו – לא תופס מקום
- ניתן למלא אותו שוב ושוב
- אי אפשר להעביר דלי מים ממקום למקום
- ניתן לראות אם צלול

Momentum



ביה"ס לשיווק באינטרנט

Momentum

רכיבים / תכונות

- אתר אינטרנט
- תוכל לבנות הרבה אתרים

תועלות

- יגדיל את החשיפה
- סניף שעובד בשבילך גם כשאתה לא פיסית נוכח שם.
- קהל ממוקד – Laser Marketing
- לקהל מתעניין "חם" יותר ובכך המרה גבוהה יותר – יותר לידים
- יצירת אתרים שאינם פתוחים לקהל הרב

רכיבים / תכונות

- מערכת תמיכת לקוחות

תועלות

- שידרוג העסק שלכם בעיני הלקוחות – שליטה ומעקב עד לפיתרון.
- חלוקה בעומס וחיסכון בזמן שלכם - אפשרות לצרף "אנשי תמיכה" ולהכין תשובות מראש.

Momentum

רכיבים / תכונות

- העלאת המערכת בפעם הראשונה
- תמיכת לקוחות בבית הספר
- הדרכות מצולמות צעד צעד

תועלות

- חיסכון בזמן.
- המנעות משגיאות של מתחילים
- אתם לא לבד!!
- כל אחד עובד בקצב שלו.
- ניתן בקלות לחקות את ההדרכות עד שזה עובד.

Momentum

רכיבים / תכונות

- שילוב רשימת תפוצה
- שליטה בממשק הניהול
- שילוב תמונות וסרטים באתר שלך

תועלות

- תדעו לאסוף מתעניינים ולשלוט בתקשורת בינכם
- חיסכון רב בכסף
- חיסכון בזמן
- תוכלו להעלות את התכנים או למנוע הצגתם .
- אלמנטים ויזואלים מאוד חשובים באתר הם משפרים את האמינות – המרות טובות יותר

Momentum

כאן המקום להשתמש במתגברי הצעה:

<u>הצעה מוגבלת בזמן</u>

"נותרו 5 שעות ..." "המבצע/ההנחה תקפים עד..."

<u>הפיכת סיכונים / אחריות</u>

תחושת ביטחון - אין מה להפסיד/לסכן - אם תוך X ימים לא קיבלת את מה שחשבת שתקבל, אז החזר מלא ואדיב של כספך

<u>נדירות/מוגבלות בכמות</u>

"נשארו עוד 20 יח'...", המחיר יעלה, המוצר ירד מהמדפים, יעלמו הבונוסים...

<u>בונוסים</u>

Momentum

הוכחות:

רוב הלקוחות שלי שחוו את אותה בעיה עשו/התחילו כך...וזה מה שהם השיגו...

כך יראו חייו של הגולש לאחר שישתמש במוצר, כמה טוב וקל יהיה לו...

Momentum

עדויות והמלצות:

- ספרו כמה אנשים כבר השתתפו בתוכנית/קורסים/ כמה השתמשו במוצר שלכם והצליחו....
- הוסיפו המלצות, צטטו עדויות של הלקוחות (וידאו)
- אף אחד לא רוצה להרגיש שהוא שפן נסיונות

Momentum

דיבור בגובה העיניים:

- אוטנטיות – מובילה לאמון!!!
- הז'רגון של הלקוחות

Momentum

הנעה לפעולה

הוראות פשוטות וברורות

- מה עליו לעשות ? - **ללחוץ**
- מתי? - **עכשיו**
- מה יקרה אחרי שילחץ? – **זה מה שיקרה**
- הסבירו לגולש
- אלמנטים גרפיים

Momentum

נ.ב.:

מיועד למי שגולל את הדף עד למטה

זה מתמצת את ההצעה כאילו קראו את כל הדף:

- אחריות
- בונוסים
- הפרטים מאובטחים

מה עוד חשוב להציג בדף המכירה:

- מדיניות הפרטיות
- תנאי שימוש
- טקסט מתחת לכפתור "אני שונא/ת ספאם..."
- כתובת פיסית (לא רק ת.ד.)
- כתובת מייל
- טלפון/ פקס/ נייד

בעת התשלום:

- מה בדיוק המחיר עם או בלי מע"מ
- האם כולל או לא כולל משלוח
- מה יקרה מיד אחרי ביצוע התשלום - האם יקבל מייל, מכתב, קישור, מתי יקבל את המוצר...