



5 הסודות לדפי נחיתה שמייצרים לידיים רותחים

מאת: ניר כתרילאל, מנטור לעסקים ומומחה לדפי נחיתה

ההבטחה שלי אליך היא שאם תקרא ותיישם את המידע שיש במדריך הזה תוכל להבין איך לייצר פניות איכותיות של לקוחות ש"להוטים" לרכוש את המוצר או השירות שלך

הסיפור שלי



נעים מאוד אני ניר כתריאל, והמייסד של Landing.co.il, בן 35 מתל אביב.

במשך שנים ארוכות על הרגליים בעולם המכירות, ניסיתי להבין את מנגנוני השיווק, עניין אותי לדעת איך להביא לקוחות לנקודת רתיחה בזמן הפנייה.

גיליתי שהמרכיב הכי קריטי לפריצה העסקית של הלקוחות שלי, הוא בכלל דף הנחיתה, ויש לזה 2 סיבות:

1. **דף הנחיתה הוא הרושם הראשוני** שהלקוחות שלך מקבלים

2. **דף נחיתה חזק** מסוגל להכניס בקלות פי 2, 5 או 10 יותר לידים, מה שאומר פי 2, 5 או 10 מכירות.

בקיצור, כשהבנתי את זה - הגורל שלי כבר כתב את עצמו.

הקמתי את Landing ובמהלך 10 השנים האחרונות, ומאות דפי נחיתה שיצרנו ללקוחות שלנו, גילינו את הנוסחה המוכחת לדף נחיתה שיוזע להפוך מבקרים ללידים רותחים, ולהביא להחזר השקעה מקסימלי על כסף הפרסום שלך.

ריכזתי כאן עבורך ולשימושך את העקרונות החשובים ביותר ליצירת דף נחיתה איכותי שמביא תוצאות. בהצלחה!

1

תן הצעה שאי אפשר לסרב לה

דף הנחיתה צריך להציע באופן מהיר ומידי את ההצעה או/ו ההבטחה שאתה מציע. הרבה פעמים עסקים מחפשים מסר מדליק, שונה, אחר... שזה אחלה.

אבל אסור לשכוח - את הלקוח מעניין לדעת ומהר - "האם זה יכול להתאים לי?"

הלקוחות שמגיעים לדף הנחיתה כבר שבעים ממסרים שיווקיים מפוצצים, ואלו שאתה רוצה אותם כלקוחות - רוצים הצעות. הם רוצים להרגיש שהם הגיעו למקום בטוח ורציני.

הם פשוט צריכים שתעניק להם את ההצעה הנכונה על ההתחלה - ומשם תוכל לחזק זאת במסרים שיווקיים בדף הנחיתה עם עוד אלמנטים שונים שנדבר עליהם בהמשך.

מה אתה יכול להציע?

- מדריך אלקטרוני שעונה על צורך אמיתי של הלקוחות שלך
- ייעוץ ממוקד ללא תשלום עם מומחה בטלפון
- הערכה אישית חינמית
- מנוי למועדון בלעדי

2

זה לא מה שתכתוב, זה איך שתכתוב

הנה החלק המאתגר ביותר בבניית דפי נחיתה: הכתיבה השיווקית.

דף הנחיתה אינו פוסט בבלוג או סוג של מאמר אינפורמטיבי, אלא יישות בפני עצמו. דף הנחיתה שלך זקוק כתיבה שיווקית משכנעת אשר מניעה את הגולש לפעולה.

עקוב אחר הכללים הללו במטרה לכתוב תוכן משכנע:

1. תאר את הבעיה של הגולש בצורה אוהדת. דבר על המצוקות והכאבים הכמוסים ביותר, או תאר סיפור קצר של כמה משפטים עם בעיה דומה.
2. הצג את ההצעה שאי אפשר לסרב לה (ראה עקרון מס'1).
3. פרט את יתרונות השירות או המוצר שלך בבולטים או בנקודות.
4. חזור על ההצעה שלך ונסה להסביר במה היא שונה מהצעות של חברות דומות.
5. הנע את המשתמש לביצוע פעולה מסוימת. הפעולה עשויה להיות השארת כתובת מייל, הרשמה לווניר או כל פעולה מבוקשת אחרת. העזר בקריאה לפעולה מתאימה. למשל: "צור קשר לייעוץ ממוקד בחינם"

3

לעשות טוב בעיניים

יופי, אז כמעט הכל מוכן.

ההצעה שלא ניתן לסרב לה והכתיבה השיווקית המשכנעת הופכים את דף הנחיתה שלך לייחודי ומעניין, אז מה בכל זאת חסר?

אם הדף שבנית נראה משעמם, עם עיצוב חדגוני ואפור, סביר להניח שהוא לא יגרום לאף לקוח לזוז לכיוונך. השתמש בצבעים האופייניים לחברה (צבעי המותג שלכם), היעזר בכותרות מודגשות ובולטות וכפתורים צבעוניים מעניינים.

גם שינוי הגופן וגודל הטקסט עשוי לסייע למשוך תשומת לב במידת הצורך, קח זאת בחשבון.

לא בטוח כיצד לעצב?

העזר בדפי נחיתה שהרשימו אותך. שים לב לעיצוב הייחודי שלו, ובדוק מהם האלמנטים שמשכו את עיניך לטופס.

עיצוב מרגש

השתמש בתמונות איכותיות, שמייצרות את ההרגשה והתחושה שאתה רוצה להעביר בדף הנחיתה.

4

כולם עושים את זה!

זה לא סוד שאנשים אוהבים לנסות הצעות שאחרים כבר ניסו לפניהם. אין זה משנה באיזה מוצר מדובר, לקוחות לא אוהבים להרגיש "שפני ניסיון" של מוצר מסוים.

כמובן שקשה לקבל הוכחות חברתיות מוצלחות אם רק התחלת לרכוש ניסיון בתחומך, אך חשוב לא לוותר על איזושהי הוכחה חברתית.

ניתן לשלב את ההוכחה החברתית שלך בציון כמות גדולה של לקוחות שהיו מרוצים מהמוצר או השירות שלך, או לחילופין להביא המלצות מלקוחות מסוימים, אשר מעידים שהמוצר שלך באמת מקיים את מה שהוא מבטיח.



"דף נחיתה בסטנדרטים גבוהים, ייעוץ והכוונה מצוינים"

תודה רבה על העזרה, שיתוף הפעולה, הנכונות, הידע והמקצועיות. דף הנחיתה שבניתם עבורי מציב סטנדרטים גבוהים ומייצר לידיים איכותיים, אני ממליץ על LANDING בכל מה שקשור לתחום השיווק באינטרנט, ייעוץ והכוונה מעולים. ללא ספק צוות שאפשר לומר עליהם שהם יודעים לעשות את זה ועושים את זאת בהצטיינות.

טל מור - more

5

להזרים תנועה! והרבה 😊

כעת, כשדף הנחיתה שלך מוכן ומצויד בכל טוב, הגיע העת לגרום ללקוחות פוטנציאליים לבקר בו.

הקשר בין עמוד הנחיתה למודעה לא חשוב רק בשביל ציון האיכות של גוגל (ולכן קשר הדוק יותר יכול להקטין עלויות בקמפיין), אלא גם ובעיקר עבור הגולשים שמגיעים מן המודעה בגוגל או מקור תנועה אחר.

אם גולש רואה הבטחה למוצר או שירות מסוים במודעה עצמה ומקבל מידע לא קשור או קשור באופן רופף (לדוגמה, הוא מחפש עורך דין גירושין ומקבל רק מידע כללי על המשרד שלכם), הוא יאבד אמון בך או שפשוט לא תצליח לענות על הצרכים שלו.

ניתן להביא תנועה אל דף הנחיתה באמצעות פרסום ממומן בגוגל, פייסבוק, מדיה חברתית, קישורים מתוך הבלוג שלך, רשימות דיוור ועוד ועוד.

תוכל להיעזר במידע ממוקד יותר על הלקוחות, כדי לשנות את הטקסט בדף הנחיתה שלך לפי קהל היעד המתאים.



רוצה לקבל מפת שיווק להגדלת המכירות בחינם?

אני אצור עבורך בחינם
מפה שיווקית באמצעותה
תנווט את העסק שלך
להגדלת ההכנסות

למילוי השאלון

ניר כתריאל, מנטור לעסקים
הבעלים של LANDING
מלווה בעלי עסקים לפריצות דרך
בחיים ובעסקים.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Nir Katriel".

