

Шаг 1: Логотип

Корреляция фактора

Низкая 20%

Качество фактора 20%

1С:РЕПЕТИТОР



Качество фактора 80% (+60%)



Оптимизация фактора
+60%



Влияние на конверсию

Низкое +12%



Диапазон влияния

±6%

Рекомендация №1

Лучше использовать в логотипе свой основной логотип 1С — он очень узнаваем и вызывает больше доверие к известной компании.

Шаг 2: Дескриптор

Корреляция фактора

Низкая 20%

Качество фактора 0%



Качество фактора 50% (+50%)



Оптимизация фактора
+50%



Влияние на конверсию
Низкое +10%



Диапазон влияния
±5%

Рекомендация №2

Рядом с логотипом желательно добавить расшифровку «Онлайн-подготовка к ЕГЭ по профильной математике». Это даёт понимание того, что посетитель пришёл по адресу.

Шаг 3: Контакты

Корреляция фактора

Средняя 40%

Качество фактора 10%

Мы в мессенджерах:



Качество фактора 20% (+10%)



Оптимизация фактора
+10%



Влияние на конверсию
Низкое +4%



Диапазон влияния
±2%

Рекомендация №3

Надпись «Мы в мессенджерах» можно убрать — логотипы мессенджеров очень узнаваемые. Можно сделать их цветными без ущерба для дизайна.

Качество фактора 10%

8 800 551-50-78

Качество фактора 20% (+10%)



8 800 551-50-78

(бесплатно)



Оптимизация фактора
+10%



Влияние на конверсию
Низкое +4%



Диапазон влияния
±2%

Рекомендация №4

К телефону можно добавить упоминание бесплатности — это значимое преимущество.

Шаг 4: Меню

Корреляция фактора

Средняя 30%

Качество фактора -50%

▼ О нас Блог ▼ Материалы Контакты



Качество фактора 20% (+70%)



Оптимизация фактора
+70%



Влияние на конверсию

Низкое +21%



Диапазон влияния
±11%

Рекомендация №5

Важно не уводить посетителя с лендинга на любые другие страницы (сейчас через верхнее меню можно даже в youtube уйти). Поэтому ссылки верхнего меню желательно либо убрать, либо пусть ведут на соответствующие блоки на этой же странице (на разделы лендинга).

Рекомендация №6

Конверсию может увеличить прилипающее меню — меню, которое находится под шапкой лендинга и прилипает к экрану, когда оказывается в самом верху страницы. В прилипающем меню предлагаю оставить всего несколько ссылок: преимущества, как это работает, начать подготовку и вопросы. Остальные пункты меню можно убрать без потерь для конверсии. Если по каким-то причинам эти ссылки необходимо оставить, предлагаю вынести их в футер.

Шаг 5: Заголовок

Корреляция фактора

Высокая 100%

Качество фактора **20%**

Самостоятельная
подготовка к ЕГЭ по математике
профильного уровня

Качество фактора **90% (+70%)**



Подготовим
к ЕГЭ на **80+**



Оптимизация
фактора
+70%



Влияние
на конверсию
Высокое +70%



Диапазон
влияния
±35%

Рекомендация №7

Заголовок желательно переделать по формуле 4U (полезность, уникальность, специфичность и срочность). Очень важно понять чем наше предложение лучше предложений конкурентов, понять боль клиента и давить именно на неё. Ну и формула в помощь. Это может быть гарантия результата, желание быстрого результата, без усилий, помощь специалиста в подготовке в ЕГЭ или интерактивность (не будет так скучно, как кажется). Если таргетировать, скажем, на две группы целевой аудитории, то и месседжи для них должны быть разные. Для родителей вероятно важна гарантия результата, а для детей лёгкость его получения.

Рекомендация №8

Цифры в заголовке увеличивают конверсию — вызывают больше доверия. Если цифры не круглые — создаётся ощущение, что их действительно высчитывали, а не прикинули на глаз.

Качество фактора **30%**

Качество фактора **90% (+60%)**



Подготовьтесь к ЕГЭ на 80+ баллов.
Смотрите видео, читайте теорию, занимайтесь
на онлайн-тренажерах

Каждый год 142.500 учеников
набирают менее 27 баллов на ЕГЭ.
Наши – 80 и более!



Оптимизация
фактора
+60%



Влияние
на конверсию
Высокое +60%



Диапазон
влияния
±30%

Рекомендация №9

Заголовок желательно переделать по формуле 4U (полезность, уникальность, специфичность и срочность). Очень важно понять чем наше предложение лучше предложений конкурентов, понять боль клиента и давить именно на неё. Ну и формула в помощь. Это может быть гарантия результата, желание быстрого результата, без усилий, помощь специалиста в подготовке в ЕГЭ или интерактивность (не будет так скучно, как кажется).

Рекомендация №10

Для нашего продукта значительно лучше может работать страх потери, чем желание выгоды. Поэтому можно предложить в заголовке избежать негатива. Например: Каждый год 7,6% учеников набирают менее 27 баллов на ЕГЭ.

Рекомендация №11

Там где выгодно преувеличить лучше писать не 7,6%, а 142500 — это число выглядит внушительнее. Если нужно преуменьшить — делайте наоборот.

Рекомендация №12

Заголовок должен быть крупным и помещаться на первом экране (на компьютере).

Шаг 6: Иллюстрация

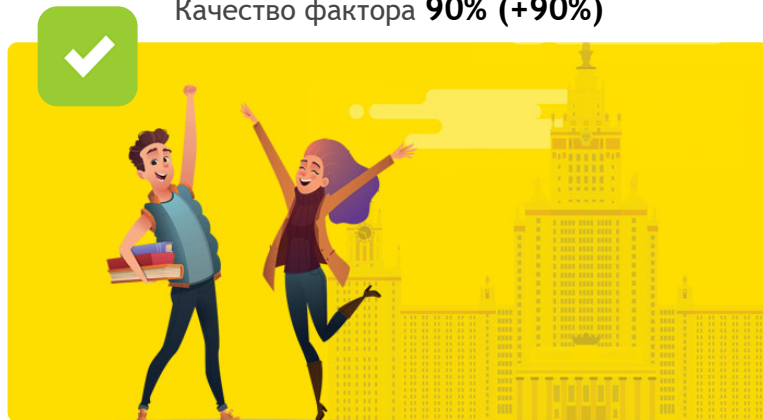
Корреляция фактора

Высокая 90%

Качество фактора **0%**



Качество фактора **90% (+90%)**



Оптимизация фактора
+90%



Влияние на конверсию
Высокое +81%



Диапазон влияния
±41%

Рекомендация №13

Очень-очень-очень желательно добавить иллюстрацию, на которой будет изображен продукт — наша целевая аудитория, которая использует продукт и добивается с его помощью своей цели, получает от этого удовольствие. Например, мальчик/девочка стоит на фоне МГУ и гордо держит свою ЕГЭ работу со 100 баллами или диплом (что там дети получают по итогу?)

Рекомендация №14

Важно, чтобы люди на иллюстрации или фотографии были из вашей целевой аудитории — это городские жители, современные пользователи интернета, модно одетые.

конец фрагмента