



PISHTAZ WEBWP

پیش‌تاز وب وی پی



طراحی صفحه فرود یا landing page

”دست‌آورد فردا
حاصل تلاش امروز“

از امروز شروع کن



www.pishtazwebwp.com



مدرس دوره



- مدرس: آزاده اسحاقی
- مدیر دیجیتال مارکتینگ گروه پیش‌تاز وب وی پی
- مدرس دوره های آموزشی دیجیتال مارکتینگ، سئو و فریلنسری
- مدرس مارکتینگ و توسعه فردی
- اجرا، مشاوره و منتورینگ در پروژه های مختلف سئو و دیجیتال مارکتینگ



سرفصل مطالب

- فرآیند شکل‌گیری لندینگ پیج و مثال
- لندینگ پیج چیست؟ اهمیت آن چیست؟
- معرفی انواع صفحات
- تعریف لید
- انواع صفحه فرود از لحاظ زمان
- اهداف صفحات ورود و انواع آن
- اصول طراحی لندینگ پیج موفق
- معرفی کال تو اکشن و نکات طراحی کال تو اکشن
- آناتومی لندینگ پیج
- چک لیست لندینگ پیج
- نکات مهم در طراحی لندینگ پیج



سرفصل مطالب

- بررسی نمونه لندینگ پیج موفق
- نکات یک لندینگ ناموفق
- معرفی چند ابزار دیجیتال مارکتینگ برای آنالیز لندینگ همچون :
 - هاتجر
 - یاندس متریکا
 - مایکروسافت کلریتی
 - گوگل آنالیتیکس
 - نتیجه گیری
 - سوالات متداول

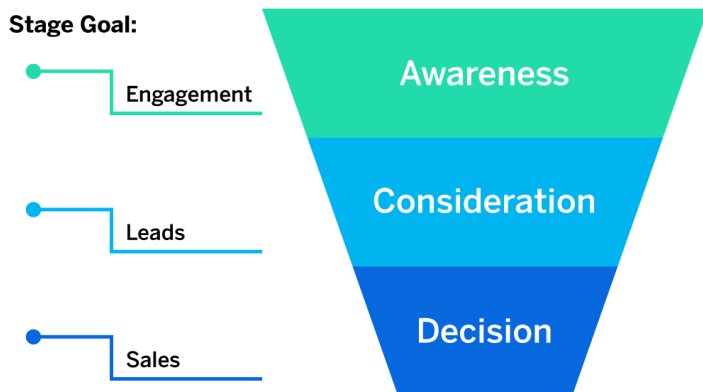


مخاطبین لن‌دینگ پیج

- مدیران کسب و کارها
- مدیران شرکت‌ها
- مدیران استارت‌آپ‌ها
- مدیران و کارشناسان فروش
- مدیران و کارشناسان بازاریابی
- مدیران و کارشناسان دیجیتال مارکتینگ و سئو
- و تمامی علاقمندان به حوزه بازاریابی و فروش
- افراد علاقه‌مند به طراحی صفحه فرود
- طراحان وب و سایت
- افرادی که با سیستم وردپرس آشنایی اولیه دارند
- دانشجویان رشته کامپیوتر و IT
- طراحان رابط کاربری و تجربه کاربری علاقه‌مندان به UX
- علاقه‌مندان به حوزه وب
- پرفورمنس مارکترها

فرآیند ورود و شکل‌گیری لندینگ پیج

3 Stages Of Buyer's Journey



فرآیند شکل‌گیری لندینگ پیج یا سفر خریدار، در واقع فرآیند تحقیقی است که یک خریدار احتمالی تا مرحله خرید، آن را طی می‌کند این فرآیند مانند قیف فروش است که آن را می‌توان به سه مرحله تقسیم کرد:

۱. مرحله آگاهی

۲. مرحله ملاحظه

۳. مرحله تصمیم‌گیری.

مثلا یک کمپین راه می‌اندازیم و از طریق آپارات، اینستاگرام، تلگرام- گوگل و ایمیل تبلیغ میکنیم و میگوییم روی این لینک کلیک کن صفحه ای باز میشه مختص هدف که لندینگ پیج گویند و سپس کاربر اینترنتی ابتدا تبلیغ را مشاهده میکند سپس با کلیک بر روی آن تبلیغ وارد صفحه فرود میشود و با محتوای نوشته شده درگیر میشود دراین قسمت باید یک اقدام درست طرحی کنید مثلا دریافت یک سرنخ سپس میتوان اقدام بعدی را انجام داد تا نهایتا ان کاربر را به سمت فروش هدایت کنیم.

صفحه فرود چیست؟

صفحه فرود (LandingPage) ، صفحه ای خاص و مجزا از صفحه های دیگر وب سایت شماست و بیشتر جهت اهداف بازاریابی و تبدیل مراجعه کننده وب سایت به مشتری استفاده می شود، اگر یک وب سایت را به صورت یک مجموعه از محتواها و صفحات مختلف در نظر بگیریم در صورتی که بخواهیم یک مخاطب خاص را برای بهره گیری از محتوای خاص یا درگیر کردن با محصول خاصی به سایت راهنمایی کنیم قطعاً تنها راهکار ما صفحه فرود یا Landing Page است.

طراحی صفحه فرود علاوه بر توانایی های فنی نیاز به توانایی های شناختی و تحلیلی دارد و حتی در صورتی که ما بتوانیم شناخت و تحلیل درستی در خصوص طراحی صفحه فرود داشته باشیم و از نظر فنی صفحه طراحی شده دارای کیفیت عالی نباشد باز هم بازخورد خوبی از صفحه فرود نمیگیریم.

صفحه فرود چیست؟

• فرض کنید یک هواپیما قصد فرود آمدن به زمین رو داره، آیا می‌تواند روی دریا فرود بیاد، یا می‌تواند در بیابان فرود بیاد؟ این مثال دقیقا شبیه به لندینگ پیج هست، اگر شما تبلیغات انجام داده اید یا یک جشنواره فروش برگزار کرده اید و قرار است در شبکه های اجتماعی مانند اینستاگرام به سایتتان لینک بدهید قطعاً نمیتوانید لینک صفحه اصلی را بدهید!

به این دلیل که کاربر را ما باید خام در نظر بگیریم، یعنی فرض کنیم که اولین بار است وارد سایت ما میشود و هیچ پیش زمینه از این موضوع ندارد که چه جوری باید محصول ما را خریداری کند، پس ما با یک لندینگ اصولی می‌توانیم به این افراد کمک کنیم تا تجربه کاربری بهتر و راحت تری داشته باشند و در نهایت باعث میشه که فروش خودمان نیز افزایش یابد.



اهمیت صفحه فرود

یک صفحه فرود (landing page) که به خوبی طراحی شده باشد می‌تواند نرخ تبدیل کمپین‌های PPC و ایمیل مارکتینگ و درآمد شما را به میزان قابل توجهی افزایش دهد.

اگر قرار است یک جشنواره فروش برگزار کنید، اگر قرار است برای مناسب‌های خاص مانند شب یلدا، عید نوروز، عید‌های سال و دیگر رویدادها جشنواره فروش داشته باشید، شما باید یک لندینگ پیج مناسب یا صفحه فرود مناسب طراحی کنید، لندینگ پیج یا صفحه فرود باعث می‌شود که توجه مخاطب به قسمت‌های دیکه پرت نشود و بتواند متمرکز روی محصول و هدف شما متمرکز کند. بنابراین با این کار شما هم بالا می‌رود و می‌تواند کمپین‌های فروش عالی تری برگزار کنید.

مزایای داشتن لیندینگ پیج و بهبود سئو

داشتن یک لیندینگ پیج اصولی باعث میشود تجربه کاربری بالا رود و در نتیجه نرخ تبدیل یا فروش سایت شمار تا ۱۰ برابر افزایش پیدا کند و در نهایت باعث بهبود سئوی سایت می‌گردد.

چرا باید از لیندینگ پیج از در کمپین‌های دیجیتال استفاده کنیم؟

✓ هزینه کم

✓ بازدهی بالا

✓ تمرکز مخاطب در صفحه فرود در بیشترین حالت است

انواع صفحات

۱- صفحه فرود

• این صفحه یک هدف خاصی را دنبال میکند- یک مسیر مستقیم است - هدف ما از ایجاد آن ایجاد مخزنی از سرنخ ها است ما با استفاده از تبلیغات ایمیلی و تبلیغات پولی و یا هر روش دیگری ابتدا کاربر را به سمت صفحه فرود میکشانیم - با اطلاعات خود ان را تغذیه میکنیم تا در نهایت نرخ تبدیل را بالا برده تا هدف اصلی خومان که اکثر خرید است افزایش یابد - به بیانی ساده تر از کاربر سرنخ میگیریم و او را تبدیل به مشتری میکنیم.

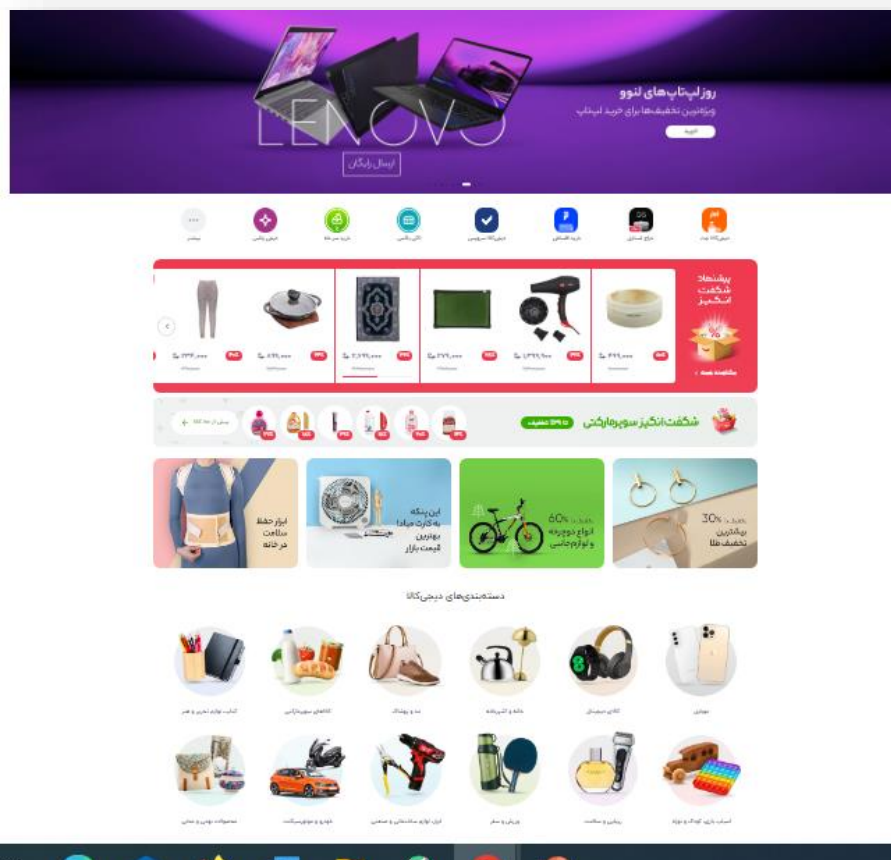
• صفحه فرود به هدف خاصی در سایت یا کمپین های تبلیغاتی ساخته شده(پروکردن فرم-ثبت نام در سایت یا افزایش خرید- فرستادن به صفحه دیگر-معرفی دوره)

۲- صفحه اصلی

۳- مابقی صفحات اهداف مختلفی را ممکن است دنبال کنند و مسیر هم مستقیم نیست

تفاوت لن‌دینگ پیج و صفحه اصلی

صفحه اصلی معرفی خدمات و ارائه اطلاعات شرکت یا برند شما است. صفحه اصلی اهداف متفاوتی دارد مثل دیجی کالا اول دسته بندی ها- خرید ویژه- اشتراک دیجی پلاس- چه چیزهای بیشتر دیدن کردید - پیشنهادات ویژه براساس خرید شما- در صفحه اصلی دسته بندی های مختلفی ممکن است وجود داشته باشد و به صفحات مختلفی لینک دهید



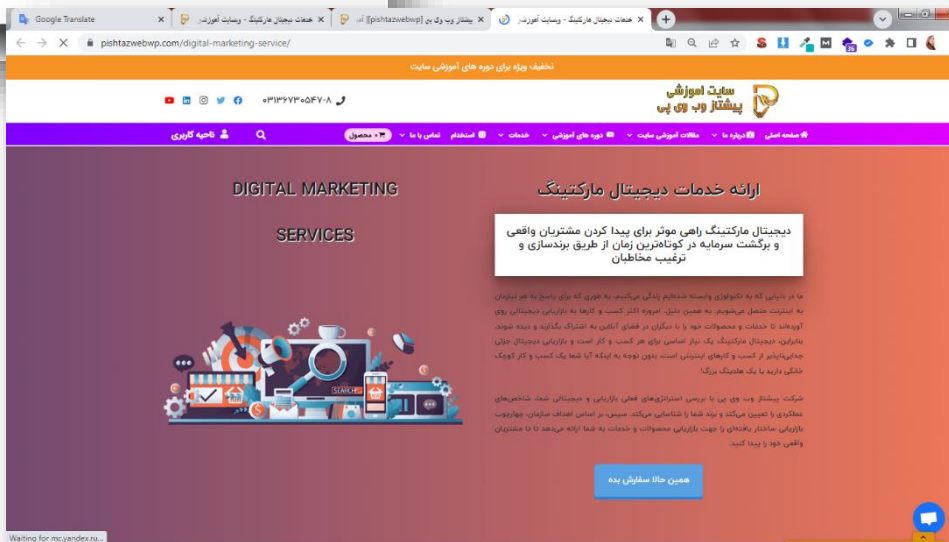


تفاوت لندینگ پیج و صفحه اصلی

در صفحه فرود می‌خواهد کاربر را به عملی خاص ترغیب کند **هدف یکسان است** فروش یک محصول یا دوره خاص است و لازم نیست عناصر اضافه در آن قرار بگیرند و فرآیند تبدیل کاربر به مشتری از طریق یک دکمه انجام می‌شود.



آموزش دیجیتال مارکتینگ در سایت پیش‌تاز وب وی پی





منظور از lead

در ادبیات بازاریابی و فروش سرخ مخاطبی است که پتانسیل بالایی برای تبدیل شدن به مشتری را دارد.



انواع صفحه فرود از لحاظ زمان

- unlimited (site pages) به صورت مادام العمر مانند سئو کردن صفحات یک وبسایت و دست به دست می چرخد.
- Limited (campaign run time) زمان مشخصی دارد.



اهداف صفحه فرود

پیش از ایجاد صفحات فرود، اهداف و انتظارات خود را مشخص کنید تا بتوانید در پایان، میزان و درصد موفقیت را اندازه‌گیری کنید.

۱. **ایجاد تعامل با کاربر Lead generation** یعنی از کاربر سرنخ گرفته و آن را تبدیل به مشتری خود کنیم. در این صفحه می‌توان با استفاده از ترکیب صفحه فروش و صفحه سرنخ کاربر را تبدیل به مشتری کرد. صفحه فرود **Lead Generation** برای دریافت اطلاعاتی مثل نام و آدرس ایمیل بازدیدکنندگان استفاده می‌شود. تنها هدف تو طراحی این نوع صفحات فرود، جمع‌آوری اطلاعات از بازدیدکنندگان هست و اونها اطلاعات خودشان رو تو فرم موجود در لندینگ پیج وارد می‌کنن.

۲. **Click through** برای آن یک کلیک بگذاریم چیزی در اختیارش قرار میدهیم مثلا برو دانلود کن یا خرید کن-دریافت مشاوره- بیا با ما آشنا شو- دمو را ببین- اینو بخر- که سبب افزایش فروش میشود

صفحه فرود **Click Through** به شکلی استفاده می‌شود که وقتی کاربری کلیک کرد، به صفحه دیگه‌ای ارجاع داده بشه.

۳. **Viral** از کاربر بخواهیم مطب ما را share کند- ما را share یا لایک کن

۴. **Product detail/reviews** توضیحات در مورد محصول یا راهنمای خرید

نمونه اهداف قابل دستیابی در صفحات فرود

- عضویت در سایت
- ارائه خدمت و راه حل
- معرفی محصول یا خدمت جدید (چرا به محصول جدید نیاز داریم)
- فروش و پروموشن (گارانتی وارنتی - مزایا و ویژگی ها)
- جمع آوری کمک و همکاری
- پرکردن فرم
- ثبت نام در رویداد
- دانلود فایل
- اینفوگرافیک و اطلاعات (گزارش های ماهانه و سالانه)

اصول طراحی صفحه لندینگ

- در محتوای صفحه مرحله:

۱- جذب کاربر

۲- ارائه پیشنهاد

۳- متقاعد سازی

۴- دعوت به اقدام

- کمتر از ۱۵ ثانیه وقت دارید کاربر را مجاب به خرید کنید قسمتی که اول کار کاربر میبیند **above the fold** است که معمولا عکس با هدلاین مناسب- کوتاه و متقاعد کننده باشد مثلا حل مشکلی باشد - کال تو اکشن ها و اعتماد سازی در ان است چرا بهترین است؟ عکس یا فیلمی بگذارید که به مطلب بخورد و فضای خالی اطراف هم باشد. در عکس مثلا اگر خرید مبل هستید کاربر دوست دارد از زوایای مختلف عکس این مبل را ببیند پس حتما گالری عکس بگذارید.
- ویدئو برای آموزش در مورد من کیم مزیت رقابتی نسبت به دیگران چرا از ما خرید کنید کناران متا دیسکریپشن ان و سپس دکمه خرید و ثبت نام.

ارائه پیشنهاد

یک پیشنهاد توسط یک سازمان ارائه می شود که برای بازدید کنندگان وبسایت ارزشمند می باشد، که نسبت به سرویس ها و پیشنهادهای که سازمان می فروشد، متفاوت است. این پیشنهاد می تواند یک کتاب رایگان، وبینار، آموزش، راهنمای مقایسه و یا هر چیز دیگری باشد که قابل دانلود بوده و اطلاعاتی در رابطه با زمینه کاری تان ارائه دهد. این پیشنهاد باید مطابق با شخصیت خریدار سایت شما و برند شما باشد

پیشنهاد های رد نشدنی بدهید:

• مزایای خدمات یا محصول - مزیت رقابتی نسبت به رقبا- هدایای ویژه- آموزش قدم به قدم

پیشنهاد جذاب به مشتری شروعش رایگانه تستش کن

قسمت اولش رایگانه

بدانید مخاطب روی چه چیزی انگیزه میگیرد-مشاوره رایگان



متقاعد سازی

- اعتبار اجتماعی و اثبات خود به عموم مانند نظر مشتریان سابق-گارانتی و پشتیبانی-سوالات متداول- افتخارات و جوایز - گواهی نامه ها- مجوزها
- در نظر مشتریان اگر از عکس استفاده میکنید سعی کنید تصاویر واقعی استفاده کنید-تصویر مطابق با مشتری هدف شما باشدمثلا اگر خرید یک محصول برای نوجوان ها مد نظر است عکس ادم سن مناسب نیست - سعی کنید اطلاعات بیشتری از شخص بدهید مثلا این محصول را استفاده کرده خیلی راضی بوده و ...میتوانید از فایل صوتی یا ویدئویی استفاده کنید تا نرخ کلیک افزایش پیدا کند.
- در فوتر نماد اعتماد به درد میخورد کسب اعتماد و اعتبار- چه شرکت هایی با شما همکاری داشته اند.
- سوالات متداول
- باید تعادلی بین محتوای صفحه و سوالات متداول ایجاد کنیم.
- اگر سوالات ما کمتر از ۳ تا بود در صفحه اصلی به آن بپردازیم.
- محتوایی که تاکید روی ان نداریم ولی بخاطر بار حقوقی باید در صفحه باشد در این قسمت قرار می دهیم.
- کوتاه و خلاصه بنویسیم تا سوال به راحتی پیدا شود.

دعوت به اقدام

- فرم
 - لینک به صفحه دیگر
 - خرید
 - تماس مستقیم
 - دانلود فایل
 - تا جایی که میشود کاربر را رها نکنیم میخوای بری ولی حواستان باشد پیشنهاد مرتبط بدهید.
 - نکات مهم در طراحی فرمها
۱. به کاربر بگویید چرا فرم را پر کند مثلا در هدینگ یک فرم بنویسید برای دانلود رایگان کتاب فرم زیر را پر کنید مثال دوم داری میری (مثال هدینگ ۱ مطمینی نمیخوای با کارمزد رایگان معامله کنی)
 ۲. مسیر پیش رو بعد از پر کردن فرم را به کاربر بگویید- مثلا در هدینگ دو بگویید ایبوک آموزش صفحه فرود برای شما ایمیل خواهد شد- مثال دوم شمارتو وارد کن تا از جشنواره بعدی با خبر بشی- مثال سوم مشاوره میخوای بیا با هم یه کافی بزنیم.
 ۳. نیاز کاربر را در کال تو اکشن بیاورید بری مثال دریافت لینک دانلود-دریافت رایگان ایبوک
 ۴. برای دکمه فرم بهتر است از رنگ اصلی قالب استفاده کنید
 ۵. اگر فرم دارید ایمیل اشتباه میزند همانجا خطای کاربر را نمایش دهد
 ۶. فرم ساده- مختصر و کوتاه مبتنی بر UX نام و نام خانوادگی- ایمیل و تلفن فرمها زیر هم و با فاصله منطبق از هم

کال تو اکشن چیست؟

- یک متن یا عکس است که کاربرها، سرنخ‌ها و مشتریان را ترغیب به اقدامی میکند میتواند یک cta button هم باشد به طور مثال اینجا کلیک کنید.
- CTA قابل درک و دسترسی آسان ایجاد کنید - جای مناسب باشد ریز نباشد



کال تو اکشن چیست؟

دعوت به اقدام

CTA: Call To Action

درخواست شما از کاربر برای انجام اقدام مشخص



کال تو اکشن چیست؟

نمونه CTA مناسب



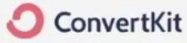


کال تو اکشن چیست؟

رنگ دکمه CTA چگونه باشد؟

انتخاب رنگ دکمه CTA

خرید	خرید	خرید	خرید
زرد	قرمز	آبی	سبز
<ul style="list-style-type: none"> • خوشبینانه و جوان پسند • اغلب برای جلب توجه خریداران نه چندان مطمئن استفاده می‌شود 	<ul style="list-style-type: none"> • انرژی بخش • میزان کتب را افزایش می‌دهد • ایجاد اضطراب می‌کند • معمولاً در جراحی استفاده می‌شود 	<ul style="list-style-type: none"> • احساس اعتماد و اطمینان ایجاد می‌کند • معمولاً در بانک‌ها و کسب و کارهای مالی دیده می‌شود 	<ul style="list-style-type: none"> • به ثروت مربوط می‌شود • رنگ راحتی از نظر پردازش چشم است • در فروشگاه‌ها برای آرمش استفاده می‌شود
خرید	خرید	خرید	خرید
نارنجی	صورتی	مشکی	بنفش
<ul style="list-style-type: none"> • پرخشکتر • برای ایجاد کال تو اکشن گرفتن عموماً یا فروش محصول 	<ul style="list-style-type: none"> • رمزآلود • نرم • جوانی 	<ul style="list-style-type: none"> • قدرت و اقتدار • برای محصولات لاکچری استفاده می‌شود 	<ul style="list-style-type: none"> • برای آرام کردن استفاده می‌شود • معمولاً در محصولات زیبایی به کار می‌رود



Choosing a CTA button color



Yellow

- Optimistic & youthful
- Often used to grab attention of window shoppers



Red

- Energy
- Increases heart rate
- Creates urgency
- Often seen in clearance sales



Blue

- Creates the sensation of trust & security
- Often seen with banks & businesses



Green

- Associated with wealth
- The easiest color for the eyes to process
- Used to relax in stores



Orange

- Aggressive
- Creates a call to action: subscribe, buy or sell



Pink

- Romantic
- Soft
- Youthful



Black

- Powerful & sleek
- Used to market luxury products



Purple

- Is used to soothe & calm
- Often seen in beauty or anti-aging products

11:48



نکات طراحی کال تو اکشن

۱- رنگ سازمانی بهتر است ولی رنگهای روشن مثل نارنجی- قرمز-زرد و سبز هم مناسب است و رنگ های تیره مثل سیاه و قهوه ای مناسب نیست

۲- کنارش لوگو خرید مثلا باشد یا سه نقطه

۳- عبارت دعوت به اقدام اثبات شده از کلمات کلیشه ای عضویت و خرید دوره استفاده نکنید به جای آن

✓ مشکل شما را حل میکنیم

✓ از کسب و کار ما بیشتر بدان

✓ پسندیدن و باز نشر دادن

✓ محصولات ما رو بررسی و تست کن

✓ من رو بخون

✓ نقشه سفر من چیست؟

✓ دوره من را شروع کن

✓ بخوانید

✓ شروع کنید



نکات طراحی کال تو اکشن

- ✓ کسب درآمد کنید
 - ✓ ذخیره کنید
 - ✓ نیاز به کارت اعتباری نیست
 - ✓ هر وقت بخواهید میتوانید انصراف دهید
 - ✓ همین حالا بپیوندید
 - ✓ برای دانلود عضو شوید
 - ✓ درخواست پشتیبانی
 - ✓ دانلود نسخه آزمایشی اولویت پایین تر
- ۴- با یک فلش به کال تو اکشن اشاره شود



نکات طراحی کال تو اکشن

کلمات مهم برای استفاده در CTA

کلمات کلیدی برای نوشتن یک کال تو اکشن قدرتمند

دسترسی

شروع کنید

بسته شدن

گنج‌کننده

کشف کنید

اختصاصی

به پایان می‌رسد

پیشنهاد شده

راهگان

رشد کردن

عجله کنید

دست نگه دارید

ذخیره کنید

نیاز دارید

جدید

ویژه

تنها

نمایش کنید

پیوندید

نتایج

همین حالا

ساخت

اثبات شده

امروز

دچار مشکل

فوراً

چرا



صفحه فرود



۲,۰۰۰,۰۰۰ تومان - تخفیف ۵۰٪ یکجای بازاریابی محتوایی



بیشتر بشنوید کمتر بفروشید!

هنر بازاریابی محتوایی برای رشد برند، افزایش فروش و رسیدن به رتبه‌ی اول گوگل

در مسیر آموزش بازاریابی محتوایی قدم به قدم همراه شما هستیم این دوره کامل‌ترین دوره بازاریابی محتوا است که شامل تحقیق کلمات کلیدی + چیدن استراتژی و برنامه ریزی محتوا با تقویم محتوایی + تولید محتوای گوناگون + نحوه آنتابرد محتوا و پرمت محتوا میباشد تخفیف ویژه ۵۰ درصدی

تخفیف ویژه ۵۰ درصدی فقط تا ۱۸ خرداد ماه

مزایای دوره

- آموزش تئوری و عملی
- برگزاری دوره به صورت آنلاین و مجازی
- دانلود آبی پس از خرید
- آشنایی با ابزار
- تولید محتوا حرفه ای ببینید
- قیمت قبل از اعمال تخفیف ۲,۰۰۰,۰۰۰ تومان
- ۲,۰۰۰,۰۰۰ تومان - کیت نام و خرید

تعداد جلسات آموزشی: ۴۹ جلسه + سه هدیه ویژه

مدت زمان کل دوره:

نکته مهم: در ابتدای کار و قبل از زدن دکمه ثبت نام و خرید در زیر بهتر است در سایت عضو شوید. در غیر اینصورت با زدن دکمه ی پرداخت ابتدا وارد قسمت عضویت میشوید که باید آن را تکمیل کنید و سپس از قسمت منوی سایت گزینه سبد محصول را بزنید تا خرید را تکمیل بفرمایید.

خرید دوره آموزشی

قیمت قبل از اعمال تخفیف ۲,۰۰۰,۰۰۰ تومان

۲,۰۰۰,۰۰۰ تومان - کیت نام و خرید

مشاوره یا ما از قبل خرید

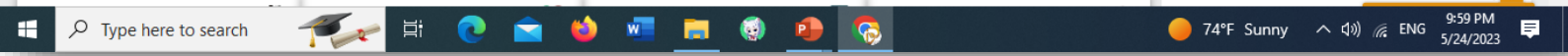
نام مدرس دوره

بیش از ۱۰ سال سابقه تدریس در حوزه مربوط به دوره آموزشی با جدیدترین متد و روش های نوین آموزشی

نحوه ارتباط با ما

مدال کیفیت ویدئو های آموزشی

داری نماد اعتماد الکترونیکی





صفحه فرود

با تراول سفرت سلامت!

امکان خرید انواع پروازهای داخلی و خارجی با تراول مهیا میشه. بدون هیچ دغدغه و نگرانی و در کمترین زمان و هزینه به راحتی سر کن.

اطلاعات بیشتر

بزن بریم



اتوبوس



قطار



پرواز داخلی



پرواز خارجی



تماس با ما

داستان ما

عضویت در سایت



/ طعم خوش کیک خونگی

5 سال پیش بود که تجربه‌ی سفارش کیک و شیرینی تازه‌ی خونگی رو با شما به اشتراک گذاشتیم. امسال با شگفتانه‌ها و پیشنهادهای جذاب به #تولد_شیرین داریم!



بریم تولد!



صفحه فرود

میزبان شوید | ثبت نام | ورود



راحتی رو تجربه کن!

با آسان رزرو هومسا

حتما براتون پیش اومده که برای رزرو آقامتگاه بارها و بارها تو سایت های مختلف چرخیدین و آخر تاخیر از رزرو اینترنتی راهی سفر شدین. ما فکر می‌کنیم برای هر مشکل یا بهتری بگیریم هر نیازی. پاسخی هست! هومسا به عنوان یک سامانه اجاره ویلا، سوئیت و آقامتگاه هر روز به نیاز شما فکر می‌کنه و هر قدمی که برسی‌داره به راحتی شما نزدیکتر می‌شه.

در این گام فرآیند رزرو به شکل موثری تغییر کرده و شما مهمان عزیز، با چند کلیک ساده به آقامتگاه دلخواهتون می‌رسین.



همین الان آقامتگاه

صفحه فرود تریبون



صفحه فرود

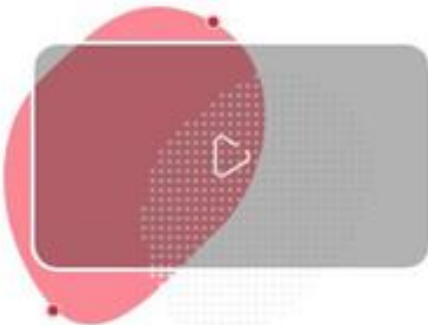
گارانتی پایین‌ترین قیمت رپورتاژ آگهی در ایران

تریبون همیشه شعارش "به صرفه‌ترین پلتفرم انتشار رپورتاژ آگهی" بوده و هست. یعنی ما همیشه به شما این تضمین را می‌دهیم که با پایین‌ترین قیمت بهترین خدمات و قابلیت‌ها را داشته باشید.

! پایین‌ترین قیمت در هر بسته گزین



تا انتهای سال 99 هر بسته گزین از سایت‌ها و رسانه‌ها را که انتخاب کنید، تریبون پایین‌ترین قیمت را ارائه می‌کند.
اگر حتی بخشی از سایت‌ها یا بسته‌ها را پایین‌تر پیدا شد حتماً در بخش تیکت فر پل اعلام کنید تا پیشنهاد ویژه‌ی فریادت کنید.



گارانتی رپورتاژ آگهی، فقط از تریبون!

تغی است که همین مورد نظرتان را در تریبون بسازید و «اگر» قیمتی ارزان‌تر دیدید به ما اطلاع کنید تا علاوه بر پیشنهاد قیمت مجدد، یک رپورتاژ آگهی رایگان هدیه بگیرد.

آناتومی لندینگ پیج

- هیروسکشن hero section

بخش **above the fold** همونی که اول به کاربر نشون داده میشه

- محتوا

- عناصر تبدیل بازدید کننده به مشتری

کال تو اکشن **conversion element**

- فوتر ادرس شبکه های اجتماعی و امضا خودمان

Above the fold

- تصویر شاخص صفحه
- عناوین اصلی و کمکی شما که فقط می‌توانند چند کلمه را بیان کنند. ممکن است نتوانید در یک یا دو جمله تمام احساسات خودتان را بیان کنید اما یک تصویر می‌تواند گویای هزاران کلمه باشد.
- از جهت‌های زیادی تصویر شاخص صفحه شما می‌تواند به اندازه عنوان شما مهم باشد. تصویر شاخص شما، جزئی مرتبط با زیبایی شناختی ساختمانی صفحه فرود شما است که به مخاطب می‌گوید شما در صفحه درستی قرار دارید، انتخاب‌تان درست است و می‌توانید به این شرکت اعتماد کنید و به این صورت او را جذب سایت خود می‌کند. بدون اینکه حتی آن‌ها متوجه این موضوع بشوند.

section

- Intro
- Header
- Action
- Footer
- Modal
- Faq
- Testimonial
- Seductive part اغوا کننده

Content

- Length
- Images
- Call to actions
- Contact method
- Titles
- Video

Property

- Simplification ساده سازی
- Features ویژگیها
- Advantages
- Competitive advantages
- Value added ارزش افزوده
- Price
- Offers discount
- Credential اعتبار



نکات مهم

- حس اعتماد به مشتری القا کنید **social proof** از طریق کامنت گذاری و نظرات مشتریان
- کوتاه و تیتروار بیشتر متقاعدکننده حل مشکل
- استفاده از ویدئو در **Headline** مطالب مهم به صورت ساده ۸۶ درصد نرخ تبدیل را افزایش میدهد
- بهینه سازی کال تو اکشن (از رنگ متناقض استفاده شود- اطرافش خالی باشد از یک نماد تصویری که نگاه مخاطب را به سمت آن جلب کند مثل فلش- ستاره و مرتب تکرار کنید از یک لحظه تاخیر در لود صفحه ۷ درصد نرخ تبدیل را کاهش میدهد
- صفحات فرودی که محتوای تعاملی دارند روز به روز در حال افزایشند
- محتوای داینامیک (نرخ دلار) ۲۵ درصد بیشتر روی کاربران تبدیل کاربران موثرند
- مهمترین المان صفحه فرود هدلاین است چرا که ۸ ثانیه زمان دارید تا نگاه را جذب کنید حداکثر ۶ ثانیه
- پیشنهاد جذاب پیشنهاد های رد نشدنی بدهید به مشتری شروعش رایگانه تستش کن
- در ادرس صفحات فرود لندینگ را ننویس و حتما از **https** استفاده شود
- فاوایکن بدهید
- در طراحی لندینگ پیج سعی کنید از فضای خالی بیشتری استفاده کنید و فاصله‌ی بین عناصر صفحه را افزایش دهید تا کاربران با دیدن صفحه حس نکنند که قرار است چند دقیقه درگیر خواندن متن و دیدن عکس و ... شوند.

نکات مهم

- منو صفحه سعی کنید لوگو سایت را بگذارید که لینک کند برود به صفحه شما شماره تلفن بگذارید و یا دکمه شرکت در قرعه کشی بگذارید
 - فرم ساده- مختصر و کوتاه مبتنی بر UX نام و نام خانوادگی- ایمیل و تلفن فرمها زیر هم
 - از فونت های درست استفاده کنید `iranyekan-diba-dana-yekan bakh`
 - در لندینگ پیج سعی کنید به صورت مرتبط نمادها و جوایزی که محصول شما گرفته است یا شاخصه‌هایی که دارد را نمایش دهید
 - زیبایی در سادگی است
 - عنوان همیشه اولین متنی از صفحه است که خوانده می‌شود و در بازاریابی که فقط چند ثانیه فرصت داریم که توجه کاربر را جذب کنیم، اهمیت عنوان بیشتر هم می‌شود. عنوان لندینگ پیج باید کاملا واضح و روشن، جذاب و مرتبط با تبلیغ شما باشد
۱. عنوان شمش طلا برنده شوید(خرید بسته های طلایی پرومکس) دکمه زرد با بیش از ۳۰ سال سابقه و ارسال رایگان
 ۲. در صورت خرید یک سرویس خواب یک سرویس رایگان دیگر هدیه بگیرید-همین حالا بیزینس خود بساز
 ۳. آیا میدانستید ۵ سال پیش با این مقدار پول قدر بیت کوین میتونستی داشته باشی
 ۴. کوپیز- کد تخفیف به ازای بازی در اینجا
 ۵. از شگفت انگیزها جا نمونی
 ۶. بیشتر درباره دیجیتال مارکتینگ بدانید

نکات مهم

توضیحات کامل و دقیق

کاربری که جذب شده است تا در مورد چیزی که تبلیغ کرده‌ایم بیشتر بداند باید با محتوایی کوتاه و مناسب روبرو شود که جواب همه‌ی سوالات مهم خود را بگیرد و تصمیم خود را برای خرید نهایی کند.

حجم متنی که می‌نویسید به این بستگی دارد که اهداف کمپین شما در مورد چیست. مثلاً اگر می‌خواهید کاربر یک فایل را دانلود کند یا در خبرنامه عضو شود، کافیست دو سه مزیت این کار را بنویسید و تمام. اما اگر کاربر قرار است محصولی را بخرد، باید توضیحات شما در مورد محصول در حدی کامل باشد که اساسی‌ترین سوالات خریدار به صورت واضح پاسخ داده شود. توجه کنید که کاربر حوصله خواندن تبلیغات را ندارد پس تا جای ممکن کوتاه بنویسید.

در نوشتن متن سعی کنید مخاطب را درگیر کنید و او را مورد خطاب قرار دهید. همچنین اگر می‌خواهید مزیت‌های محصول را بنویسید، از کلمات توصیفی (مثل بهترین، با کیفیت‌ترین و ...) کمتر استفاده کنید و به جای آن اعداد و آمار را نشان دهید.

متن توصیفی آموزش وردپرس با بهترین کیفیت ضبط در کوتاه‌ترین زمان برای یادگیری حرفه‌ای مدیریت سایت وردپرسی متن کمی

با دیدن این دوره آموزشی در کمتر از دو ساعت یاد می‌گیرید سایت خود را راه‌اندازی و مدیریت کنید. تمام دوره‌های پیش‌تاز وب وی پی در استدیو و با کیفیت full HD ضبط شده‌اند. با اینکه متن دوم را می‌توان از این هم بهتر کرد اما در کل از متن توصیفی بسیار بهتر است.



نکات مهم

در سمت چپ پایین و کال تو اکشن بزار و فرم تماس بگذار

روانشناسی رنگ را بدان

در طراحی موبایل در هدر شماره تلفن بزار متن کم یا در فوتر فرم یا کانتر بگذر یا عکس بزار اون بالا و عنوان جذاب کسب در آمد در کمترین زمان ممکن

در فوتر نماد اعتماد به درد میخورد کسب اعتماد و اعتبار- چه شرکت هایی با شما همکاری داشته اند

پیشنهاد های رد نشدنی بدهید

صفحه فرود خودتان را تست کنید.

همیشه اطلاعات را در نیمه بالای صفحه ارائه کنید

بازخوانی صفحه از لحاظ اشکالات نگارشی

طراحی لندینگ پیج بر اساس شخصیت های خریدار های شما

لحن لندینگ پیج

- لحن گفتارتان را مشخص کنید بر اساس پرسونا و کسب و کارتتان
- آیا مشتریان شما لحن گفتاری یک شرکت بزرگ و پیر را میپسندند یا جوان شوخ طبع؟
- ویژگی های شرکت را نیاز نیست در برخورد با مشتریان اعلام کنید از طریق لحن گفتار مشخص کنید

طریقہ ساختن لنڈینگ

- ابتدا آنچه می‌خواهید را بگویید
- کشیدن یک شکل خام توسط UI/UX کار
- پر کردن اطلاعات خام توسط کپی رایتر
- کمپین کی بوده چه تاریخی بوده



روش های طراحی صفحات فرود

ابزارهای آنلاین زیادی برای طراحی صفحه فرود وجود دارد. خوبی این ابزارها این است که شما نیازی به دانش کدنویسی ندارید و فقط با کشیدن و رها کردن عناصر صفحه، انتخاب عکس و متن و ... صفحه‌ی شما ساخته می‌شود. همچنین ابزارهای آنلاین طراحی لندینگ پیج امکان بررسی و آنالیز صفحه را به شما می‌دهند. [mailerlite](https://www.mailerlite.com) یکی از بهترین ابزارهای آنلاین ساخت صفحه فرود است.

در مرحله اول برای ساخت لندینگ پیج شما نیاز به یک صفحه ساز (از جمله SP page builder, JA page builder, SN page builder) و فریم ورک منعطف دارید

- با استفاده از سایت Mobirise4

<https://mobirise.com>

- استفاده از افزونه mailerlite

- افزونه‌ها برای راه اندازی و ساخت صفحه فرود به همراه بازاریابی ایمیلی، افزونه My Mail هست.

- طراحی لندینگ در نرم افزار Adobe XD



PISHTAZ WEBWP

پیش‌تاز وب وی پی

بررسی نمونه لندینگ پیج

لندینگ آموزشی

- ویدئو معرفی این محصول چیست چرا استفاده شود مزیت رقابتی نسبت ب دیگران
- متا دیسکریپشن آن ویدئو کنارش باشد در زیر ان ثبت نام دوره یا ثبت نام در جهت مشاور- برای ثبت نام مطمین نیستی شمارتو بده باهات تماس بگیریم
- مدرس دوره که افتخارات و تسهیلات من دانشکده فلان این کارها و این طراحی ها انجام داده ام- چند دانشجو دارم- چند ساعت آموزش هست
- اطلاعات کلی دوره چرا ضروری است و چرا ما را انتخاب کند
- اصول این دوره چیست چه چیزی یاد میگیریم مسیر این دوره
- چه ابزارهایی در این دوره استفاده میشود
- این دوره مناسب چه کسانی است و مناسب چه کسانی نیست
- مزایای دوره(مزیت رقابتی؟)
- ویدئو داره- این سرفصلها تدریس میشه- از مقدماتی شروع تا پیشرفته- به صورت عملی کارگاه داریم- اگر راضی نبویدد عودت وجه ظرف ۴۸ ساعت- بدون نیاز به پیشنیاز- ارائه مدرک معتبر بین المللی
- ارتباط دائمی با آکادمی پیشتاز وب وی پی
- بررسی موشکافانه تمامی اصلاحات دوره
- ارتباط با مستقیم با مدرس دوره [آزاده اسحاقی]
- تکنیک‌های کسب درآمد، پس از شرکت در این دوره- درآمد یک تولید کننده محتوا



لندینگ آموزشی

- تکنیک مدیریت زمان تا اینجا فرصت داری دیگر تکرار همیشه - قیمت - خرید
- چه برندهایی با ما کار کرده اند
- هدایای ویژه
- پرداخت اقساطی
- تست مونیال تجربیات دوره چقدر سود کسب کردند رضایت دوره - مشکلی در قبل بوده الان نیست -
- سرفصل دوره
- استفاده از اعداد و ارقام ۵۰۰۰ تدریس رایگان - ۴۱ دوره قبل و ...
- سوالات متداول



لندینگ پیج ناموفق

- نداشتن ترافیک مناسب
- نرخ تبدیل پایین
- نرخ پرش بالا
- انتقال ترافیک به صفحات دیگر

روش‌های آنالیز و بررسی کمی لندینگ پیج (صفحات فرود) و بهبود آن با ابزارهای دیجیتال

• زمانی که برنامه شما تکمیل شد و ترافیک به صفحه فرود شما هدایت شد، نباید کنار بنشینید و لذت ببرید! هر چند وقت یک بار باید نتایج صفحه فرود خودتان را بررسی کنید. شما باید به گرایش‌ها و تغییرات مهم که در بازه‌های زمانی مختلف در صفحه شما رخ می‌دهد را بررسی کنید مثلاً ترافیک روزانه یا نرخ تبدیل. در واقع این موضوعات می‌توانند تاثیر زیادی بر روی سایت شما داشته باشد و از داده‌های آن‌ها استفاده کنید.

• Tag manager

• Analytics

• (set event/set goals/monitoring)

• Yandex metrica

• hotjar

(heatmap"move,scroll,click" screen recording)

موس جایی که هست کاربر نگاه نمی‌کند

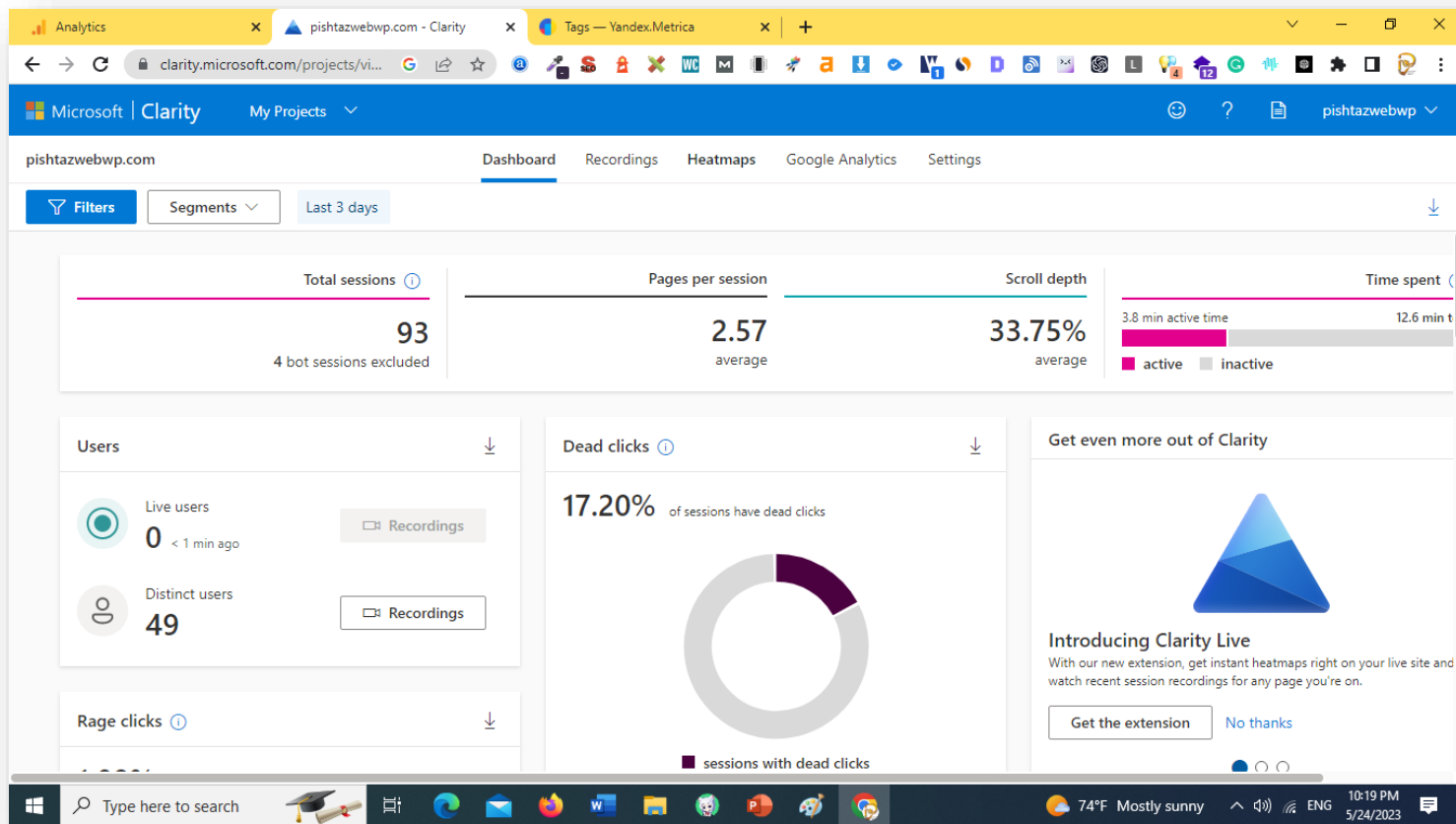
Optimize

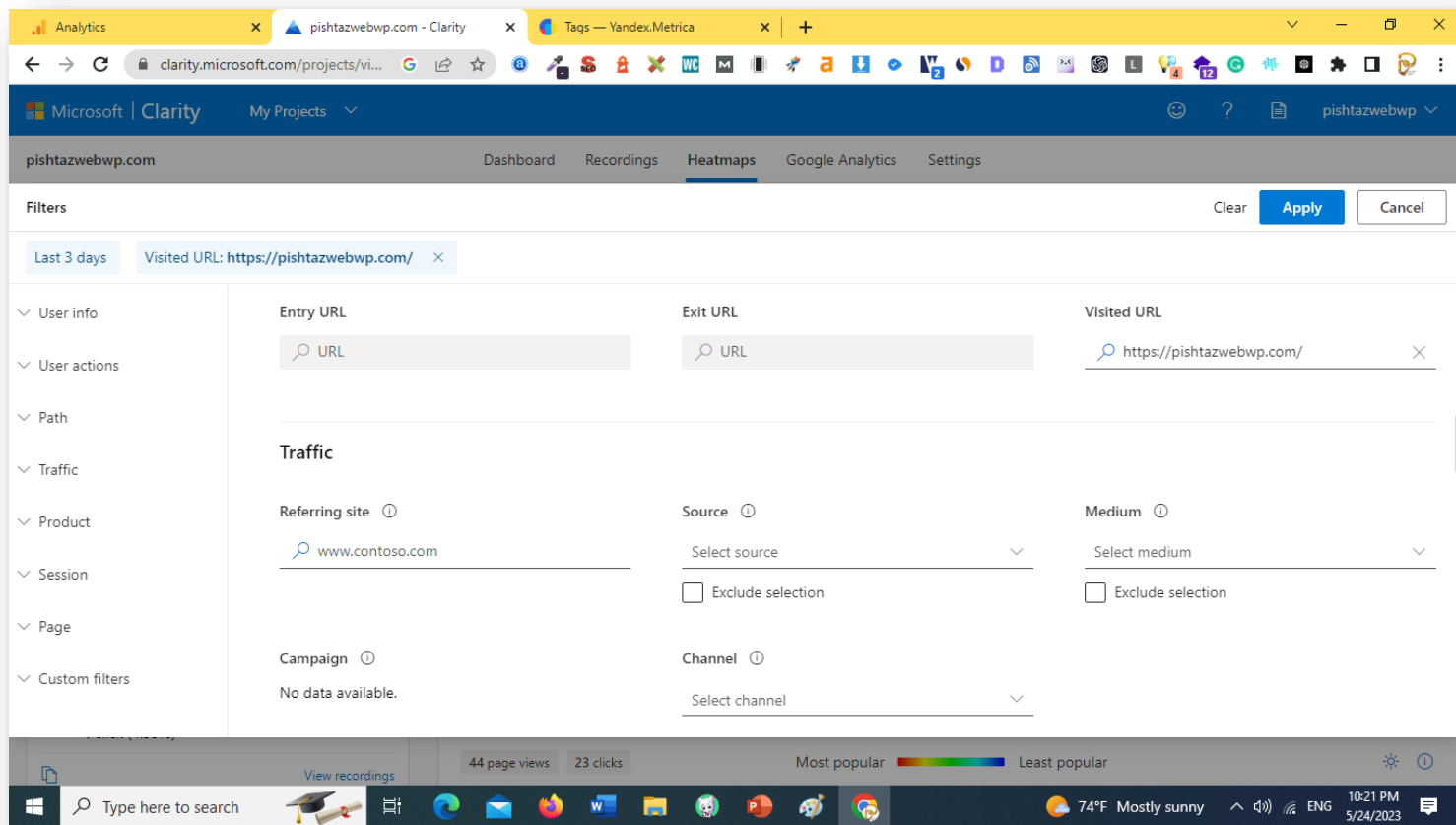
(A/B testing"text,colors,sections,images,links")

و حالت ایجاد کنید و برای کاربران متفاوت بفرستید- متن یا رنگ هدینگ را عوض و بفرستید.

روش‌های آنالیز و بررسی کمی لندینگ پیج (صفحات فرود) و بهبود

آن با Microsoft clarity

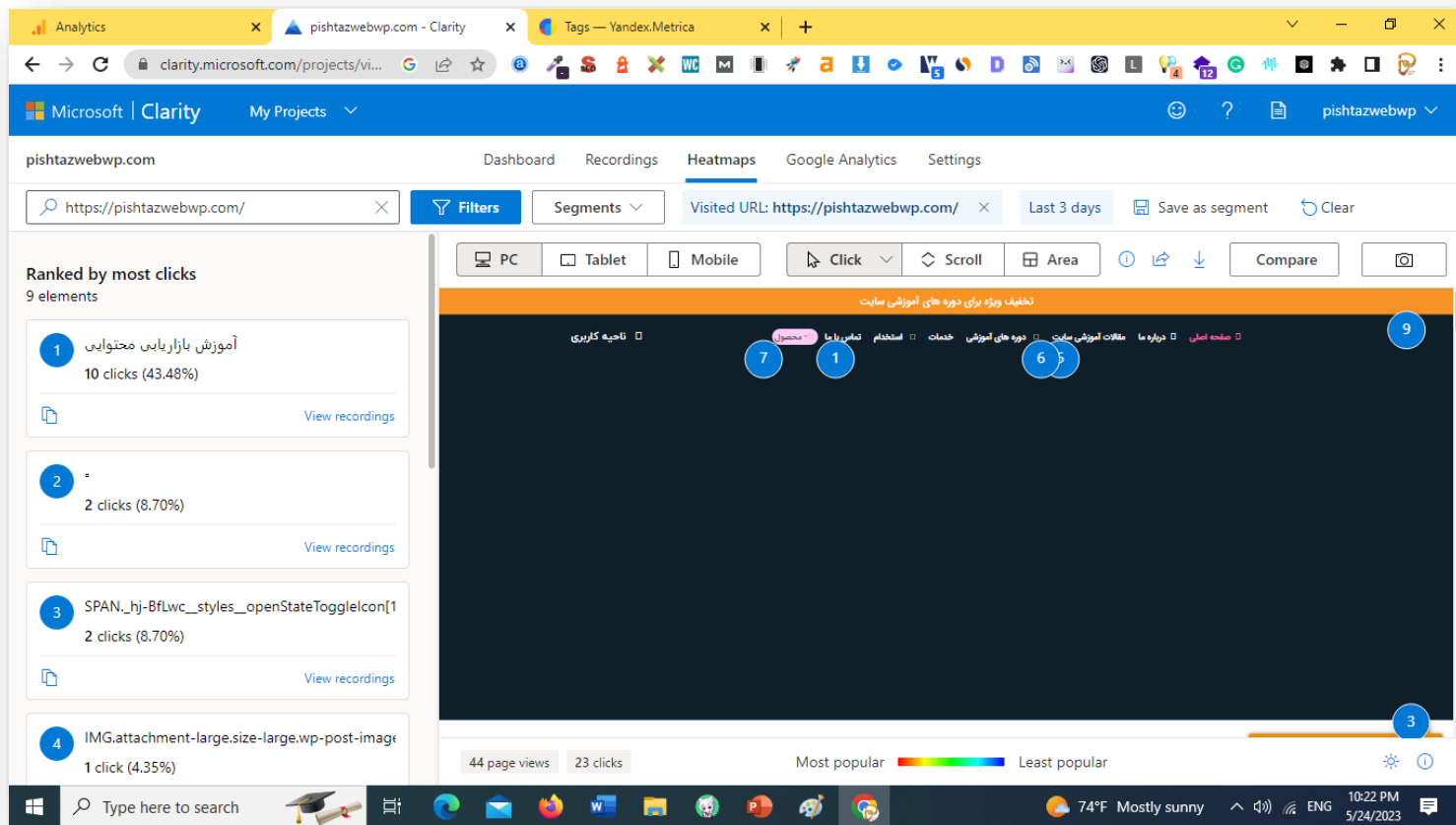




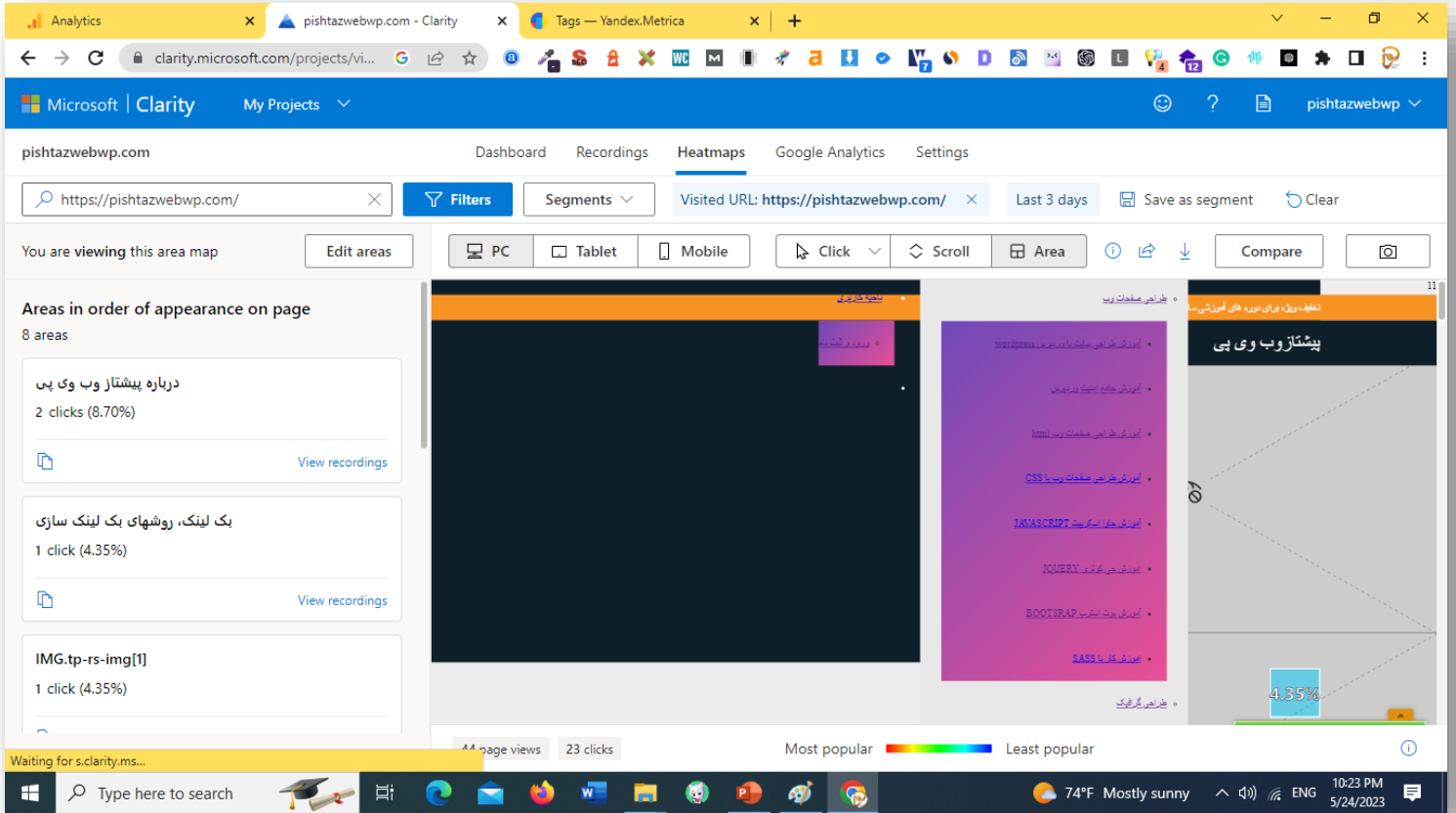
The screenshot displays the Microsoft Clarity web analytics interface. The browser window shows the URL clarity.microsoft.com/projects/vi... and the page title "Microsoft | Clarity". The navigation menu includes "Dashboard", "Recordings", "Heatmaps", "Google Analytics", and "Settings". The "Heatmaps" section is active, showing a filter for "Last 3 days" and "Visited URL: https://pishtazwebwp.com/". The "Filters" section is expanded, showing "User info", "User actions", "Path", "Traffic", "Product", "Session", "Page", and "Custom filters". The "Traffic" section is further expanded, showing "Referring site" (www.contoso.com), "Source" (Select source), "Medium" (Select medium), "Campaign" (No data available), and "Channel" (Select channel). The bottom of the interface shows a summary of "44 page views" and "23 clicks", along with a "Most popular" to "Least popular" color scale. The Windows taskbar at the bottom shows the date and time as "10:21 PM 5/24/2023" and the weather as "74°F Mostly sunny".

روش‌های آنالیز و بررسی کمی لندینگ پیج (صفحات فرود) و بهبود

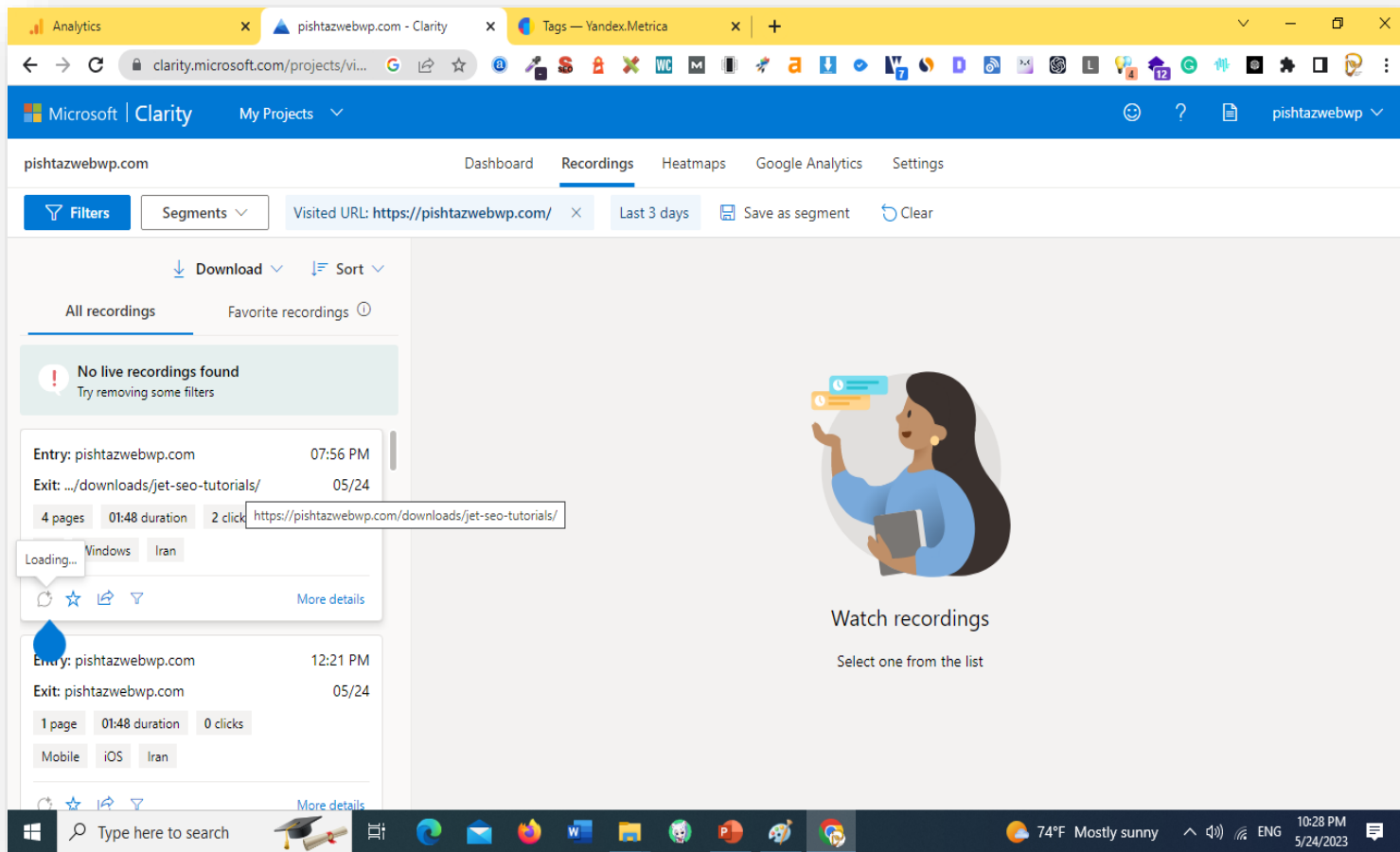
آن با Microsoft clarity



روش‌های آنالیز و بررسی کمی لندینگ پیج (صفحات فرود) و بهبود آن با Microsoft clarity



آن با Microsoft clarity



The screenshot displays the Microsoft Clarity interface for the project 'pishtazwebwp.com'. The 'Recordings' tab is active, showing a list of recordings. The top navigation bar includes 'Dashboard', 'Recordings', 'Heatmaps', 'Google Analytics', and 'Settings'. The main content area shows a list of recordings with the following details:

Entry	Exit	Duration	Clicks	Device	OS	Location
pishtazwebwp.com	.../downloads/jet-seo-tutorials/	01:48	2	Windows	Iran	
pishtazwebwp.com	pishtazwebwp.com	01:48	0	Mobile	iOS	Iran

The interface also features a 'Watch recordings' section with the text 'Select one from the list' and an illustration of a woman holding a tablet. The bottom of the screenshot shows the Windows taskbar with the search bar, taskbar icons, and system tray information including the date and time (10:28 PM 5/24/2023).

روش‌های آنالیز و بررسی کمی لندینگ پیج (صفحات فرود) و بهبود آن با analytics

Analytics | pishtazwebwp.com - Clarity | pishtazwebwp — dashboard — | [pishtazwebwp] پیش‌تاز وب وی پی

analytics.google.com/analytics/web/#... [Try searching "Compare bounce rate this week with last week"](#)

This property will stop processing data starting on July 1, 2023. Complete setting up your new Google Analytics 4 (GA4) property as soon as possible. Otherwise, your GA4 property settings may be automatically configured for you based on your original property, unless you opt out in Setup Assistant. [Learn more](#) [Complete GA4 setup](#)

Analytics | All accounts > pishtazwebwp | All Web Site Data

Primary Dimension: **Landing Page** Content Grouping: none Other

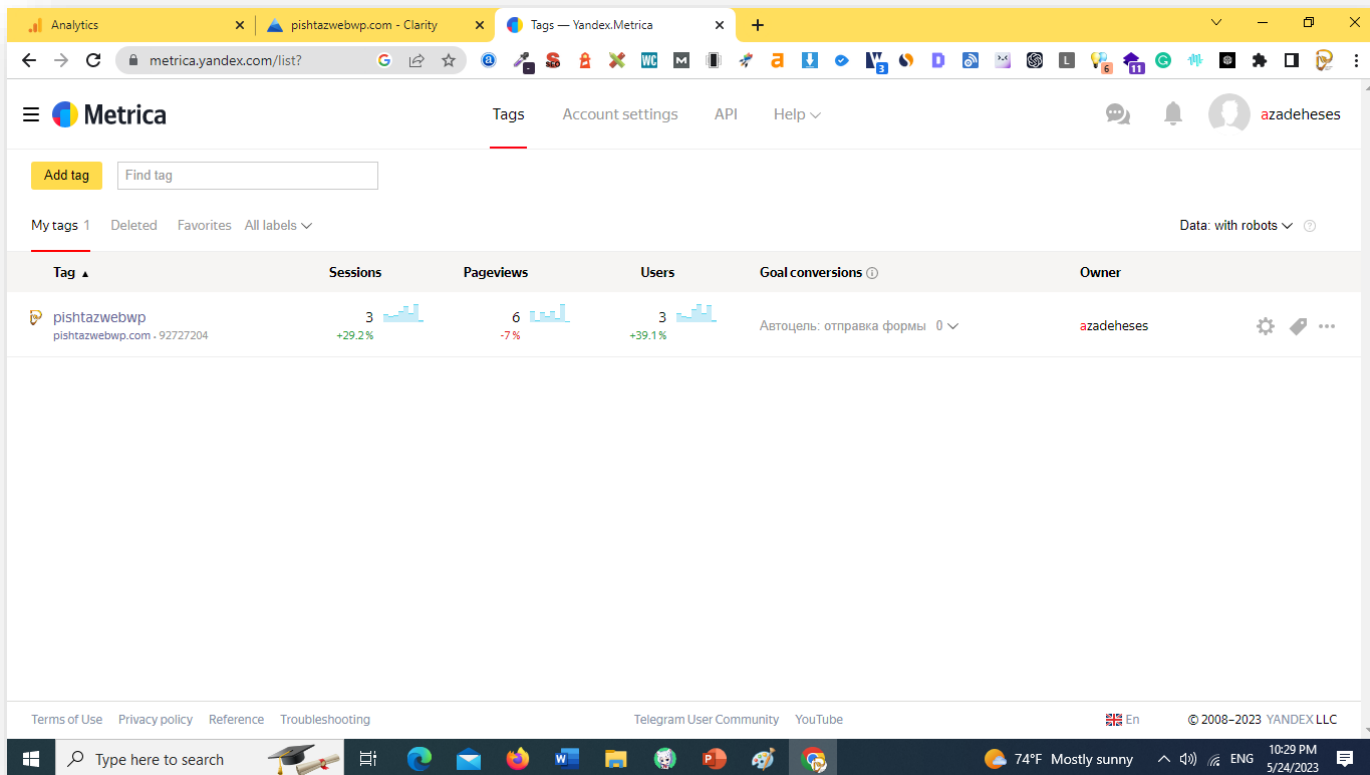
Plot Rows Secondary dimension Sort Type: Default

Landing Page	Acquisition			Behavior			Conversions		
	Sessions	% New Sessions	New Users	Bounce Rate	Pages / Session	Avg. Session Duration	Transactions	Revenue	Ecommerce Conversion Rate
	119 % of Total: 100.00% (119)	73.95% Avg for View: 73.95% (0.00%)	88 % of Total: 100.00% (88)	5.04% Avg for View: 5.04% (0.00%)	2.58 Avg for View: 2.58 (0.00%)	00:04:01 Avg for View: 00:04:01 (0.00%)	0 % of Total: 0.00% (0)	\$0.00 % of Total: 0.00% (\$0.00)	0.00% Avg for View: 0.00% (0.00%)
1. /	55 (46.22%)	61.82%	34 (38.64%)	7.27%	3.82	00:06:13	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)	0.00%
2. /artificial-intelligence-tools/	11 (9.24%)	100.00%	11 (12.50%)	0.00%	1.00	00:00:01	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)	0.00%
3. /downloads/work-with-hotjar-tools-tutorials/	11 (9.24%)	63.64%	7 (7.95%)	0.00%	1.27	00:01:21	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)	0.00%
4. /downloads/content-marketing-tutorial/	5 (4.20%)	60.00%	3 (3.41%)	0.00%	1.20	00:00:13	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)	0.00%
5. /downloads/screaming-frog-tutorials/	4 (3.36%)	100.00%	4 (4.55%)	0.00%	1.00	00:00:02	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)	0.00%
/downloads/google-tag-manager-tutorials/	2 (1.68%)	100.00%	2 (2.27%)	0.00%	1.50	00:00:35	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)	0.00%


https://analytics.google.com/analytics/web/#/report/content-landing-pages/a196075966w270969383p242227034/

Windows | Type here to search | Earnings upcoming | 10:33 PM 5/24/2023

روش‌های آنالیز و بررسی کمی لندینگ پیج (صفحات فرود) و بهبود آن با Yandex

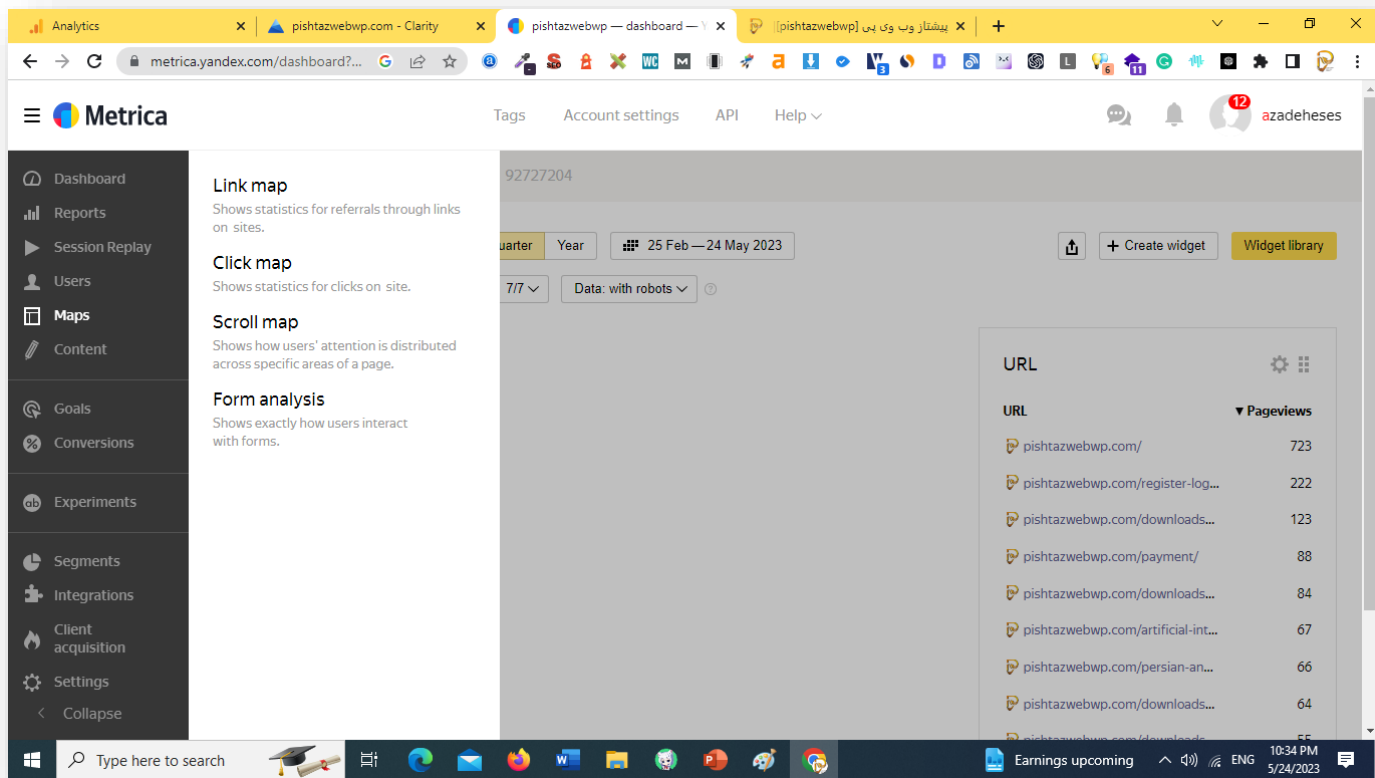


The screenshot displays the Yandex.Metrica interface. At the top, there are navigation tabs for 'Tags', 'Account settings', 'API', and 'Help'. Below this is a search bar for tags and a list of 'My tags'. The main content area shows a table with the following data:

Tag	Sessions	Pageviews	Users	Goal conversions	Owner
 pishtazwebwp pishtazwebwp.com - 92727204	3 +29.2%	6 -7%	3 +39.1%	Автоцель: отправка формы 0	azadeheses

At the bottom of the page, there are links for 'Terms of Use', 'Privacy policy', 'Reference', and 'Troubleshooting'. The footer also includes 'Telegram User Community', 'YouTube', 'En', and '© 2008-2023 YANDEX LLC'. The Windows taskbar at the very bottom shows the search bar, system tray, and taskbar icons.

روش‌های آنالیز و بررسی کمی لندینگ پیج (صفحات فرود) و بهبود آن با yandex



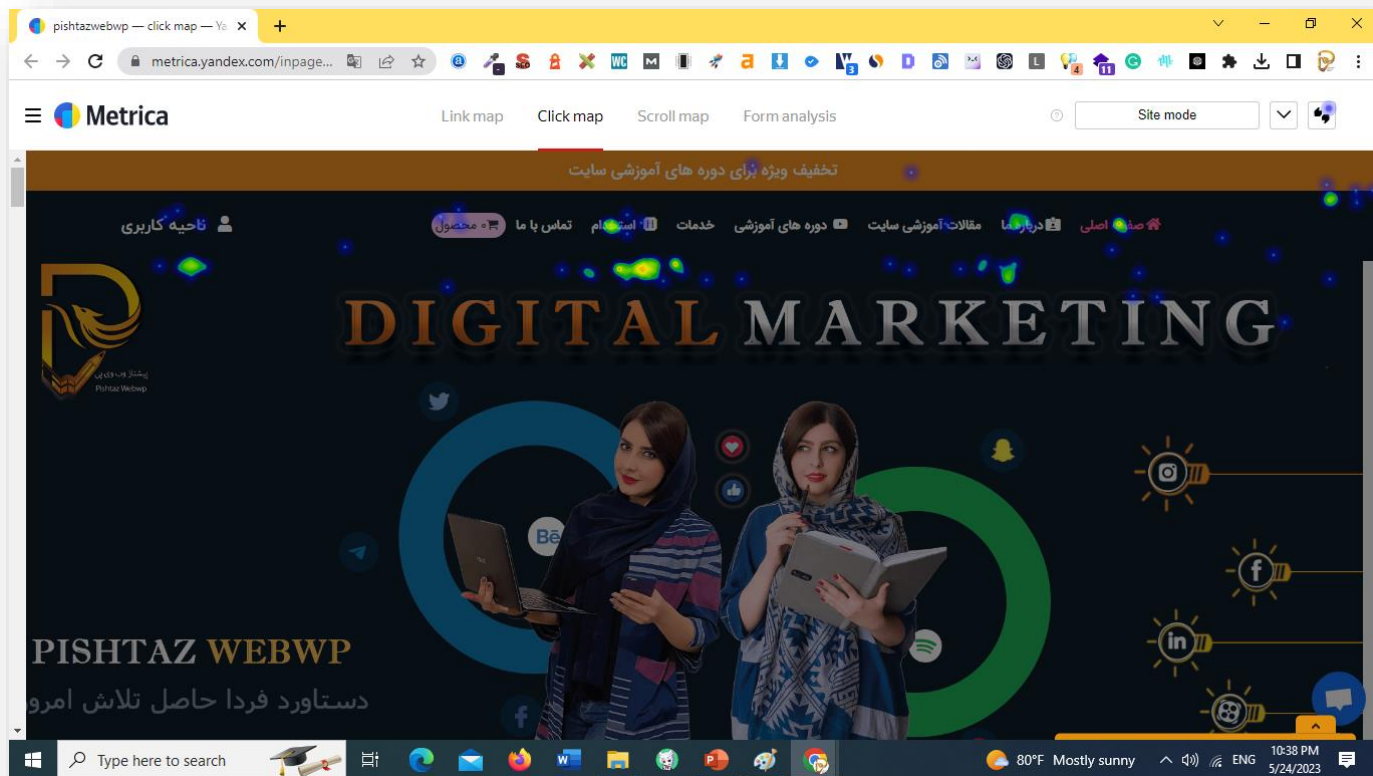
The screenshot displays the Yandex Metrica dashboard for the website pishtazwebwp.com. The interface includes a navigation menu on the left with options like Dashboard, Reports, Session Replay, Users, Maps, Content, Goals, Conversions, Experiments, Segments, Integrations, Client acquisition, and Settings. The main content area shows a 'Link map' widget with a table of URLs and their corresponding pageviews for the period of 25 Feb to 24 May 2023. The table lists various URLs such as the homepage, registration page, and download links, with pageview counts ranging from 64 to 723.

URL	Pageviews
pishtazwebwp.com/	723
pishtazwebwp.com/register-log...	222
pishtazwebwp.com/downloads...	123
pishtazwebwp.com/payment/	88
pishtazwebwp.com/downloads...	84
pishtazwebwp.com/artificial-int...	67
pishtazwebwp.com/persian-an...	66
pishtazwebwp.com/downloads...	64

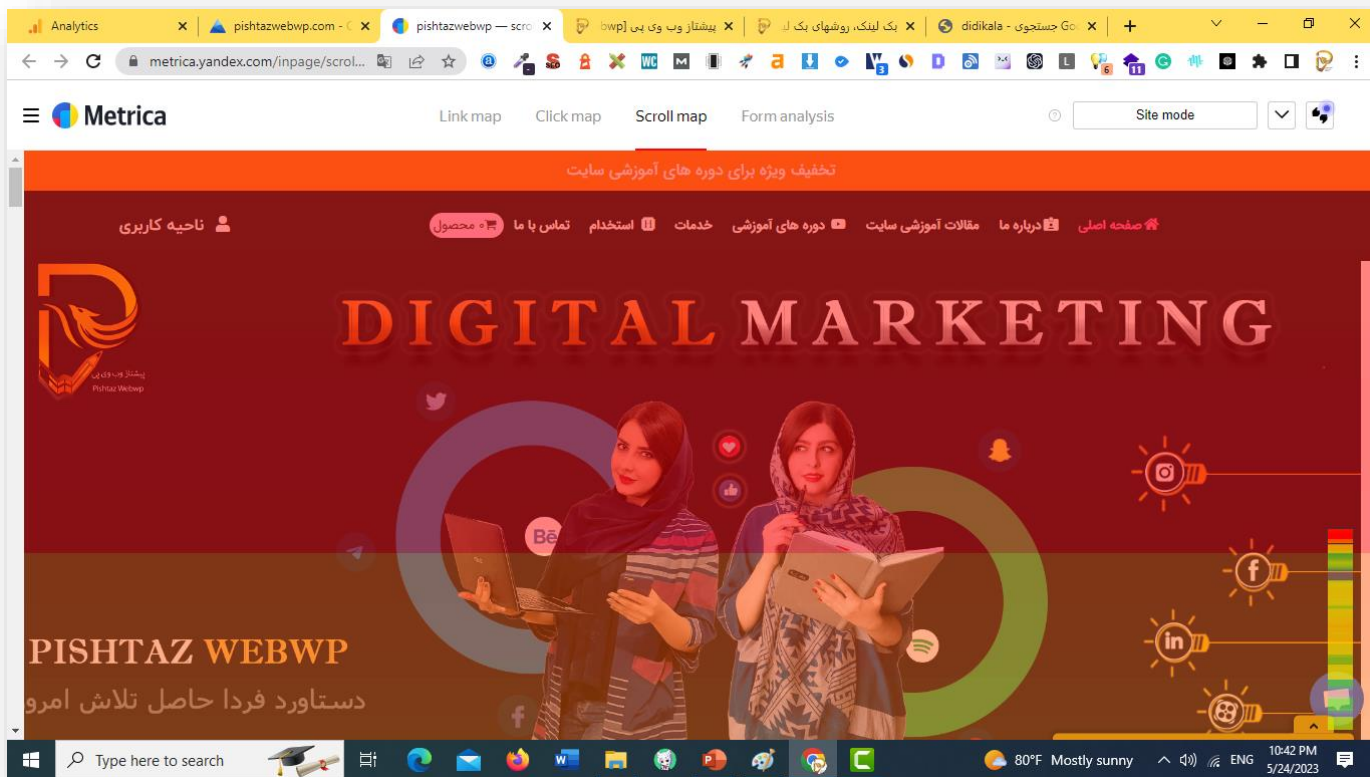
روش‌های آنالیز و بررسی کمی لندینگ پیج (صفحات فرود) و بهبود آن با yandex



روش‌های آنالیز و بررسی کمی لندینگ پیج (صفحات فرود) و بهبود آن با yandex



روش‌های آنالیز و بررسی کمی لندینگ پیج (صفحات فرود) و بهبود آن با yandex



نتیجه گیری

قطعا تا اینجای کار متوجه شده اید صفحه فرود چیست و دقیقا بنا بر چه دلایلی از آن ها در وب سایت های مختلف، استفاده می شود. طبیعی است که فردی که بداند کاربرد لندینگ پیج چیست و چطور باید از آن استفاده کند، از تعداد زیادی از رقبای خود جلو افتاده است. اهمیت بالای لندینگ پیج ها، سبب شده است تا در دوره های آموزش سئو سایت، توجه ویژه ای به آن ها شود.

سوالات متداول

از چه نرم افزار هایی استفاده میشود ؟

برای طراحی لندینگ از Adobe Xd و برای پیاده سازی در سایت از صفحه ساز محبوب Elementor

- آیا در آموزش ساخت صفحات فرود به افراد، باید مخاطبان این صفحات شناسایی شوند؟
جواب این سوال قطعا مثبت است. حتی اگر می دانید مخاطبان صفحات فرود، چه افرادی هستند باید در گوگل آنالیتیکس، اطلاعاتی درباره مکان جغرافیایی، جنسیت، زبان و ... بازدیدکنندگان به دست آورده شود و سپس صفحه فرود با توجه به آن ها طراحی شود.
- کال تو اکشن (CTA) چیست؟
- کال تو اکشن، فراخوان مشتری به اقدامی است که شما از او می خواهید. برای کسب اطلاعات بیشتر وارد مقاله شوید.

پیشنهادات

۱. معرفی دوره بازاریابی محتوایی:

<https://pishtazwebwp.com/downloads/content-marketing-tutorial/>

۲. معرفی خدمات دیجیتال مارکتینگ ما:

<https://pishtazwebwp.com/digital-marketing-service/>

۳. آموزش ابزارهای شناسایی رفتار مخاطب با hotjar :

<https://pishtazwebwp.com/downloads/work-with-hotjar-tools-tutorials/>

۴. آموزش تگ منیجر:

<https://pishtazwebwp.com/downloads/google-tag-manager-tutorial/>