

LANDING PAGE OPTIMIZATION

ПОСРЕЩАЙ И ВЛАДЕЙ

# Инструменти за създаване и оптимизиране на лендинг страници

УПРАЖНЕНИЕ И ДОМАШНО

SoftUni  
digital

3

МОДУЛ

BORIL  
BOGO  
EV

УПЪТВАНЕ И ДЕМО:

СТЪПКИ ЗА ИЗГРАЖДАНЕ НА  
ЛЕНДИНГ СТРАНИЦАТА

# ОСНОВНИТЕ ЕТАПИ

1. Инициране и настройки
2. Обща структура на страницата
3. Content & Copywriting
4. Design
5. Testing & Polishing
6. LIVE



**ПРИМЕР/ДЕМО:**

**„Тотална оптимизация за  
продажби“**

**(WordPress + Divi)**

# ИНИЦИИРАНЕ И НАСТРОЙКИ

- Създаване
- Базови настройки
- Landing page template @ Divi



# ОБЩА СТРУКТУРА НА СТРАНИЦАТА

- Създаване на всички полета.
- За примера:
  - Заглавие
  - Поздаглавие
  - HeroShot
  - Features / Benefits
  - Цена и urgency
  - Подсилваща фраза
  - Финализираща фраза
  - Call to Action



# CONTENT & COPYWRITING

- **За всеки от елементите, поставяме съдържанието в суров вид.**
- **За примера:**
  - **Заглавие:** „Тотална оптимизация за продажба“
  - **Поздаглавие:** „Онлайн курс с десетки стратегии и конкретни практики за подобряване на онлайн резултатите с минимален бюджет“
  - **HeroShot:** Pexels + Pixlr Editor
  - **Features / Benefits:** Структурата на курса + какво ще научим (следващия слайд).
  - **Цена и urgency:** 72 лв до 21.05.2017 г., след това – 120 лв.
  - **Подсилваща фраза:** „Губите много повече пари от сайта си, отколкото предполагате! Можете да спечелите от него много повече, отколкото сте способни да си представите!“
  - **Финализираща фраза:** „Спри да губиш пари от маркетинг дейностите си и от целия си онлайн магазин. Запуши дупките и увеличи печалбите.“
  - **Call to Action:** „Включи се в курса сега!“

# СТРУКТУРА НА КУРСА



- **M1: Какво е оптимизация и защо е важна?**
- **M2: Как да анализираме представянето на нашия онлайн бизнес (сайт, имейл, канали)?**
- **M3: Оптимизация на онлайн магазин**
- **M4: Оптимизация на имейл маркетинга**
- **M5: Идеи за оптимизиране и подобрене**
- **M6: Ценови стратегии за увеличаване на продажбите**
- **M7: План за действие**



# ДИЗАЙН

A decorative graphic on the left side of the slide. It features several concentric circles in shades of gray. Overlaid on these is a red target icon with a white bullseye. Below the red target is a larger black target icon with a white bullseye.

1. Избор на темплейт (в зависимост от платформата, това може да става в началото, при създаването, а не сега).
2. Разположение на елементите.
3. Стиллове на елементите (цвят, фон, шрифт, размер).
4. Форматиране на текста.

# TESTING & POLISHING

1. Естетически одит
2. Функционален одит
3. Одит на текстовете



# LIVE


A decorative graphic on the left side of the slide. It features several concentric circles in shades of gray. Overlaid on these are two target symbols: a smaller red one and a larger black one, both with a central bullseye.

1. Да сме наясно кой е URL на страницата.
2. Преглед поне в Chrome, Firefox, Internet Explorer, Edge, Safari, Opera.
3. Преглед на Desktop, таблет и мобилен телефон.
4. Изпращане на ограничен кръг приятели и партньори за първоначална обратна връзка.
5. Осигуряване на реален трафик и започване процес по тестване и оптимизиране.

# УПРАЖНЕНИЕ

## МОДУЛ № 3

# УПРАЖНЕНИЕ:

- 
1. **Инициране и настройки**
  2. **Общ layout**
  3. **Content & Copywriting**
  4. **Design**
  5. **Testing & Polishing**
  6. **LIVE**

# ДОМАШНА РАБОТА

## МОДУЛ №3

# ДОМАШНА РАБОТА

1. Довършваме упражнението.
2. Предаваме документа с попълнените данни.
3. Преглеждаме ресурсите.



# ВЪПРОСИ И ОТГОВОРИ



# ВЪПРОСИ И ОТГОВОРИ

**SLIDO.COM**

#LPO

**СТУДЕНТИ НА SOFTUNI DIGITAL - ЦЯЛОСТНА ПРОГРАМА**

<https://www.facebook.com/groups/SoftUniDigital/>

#emailmarketing

@borilbogoev

**E-MAIL**

boril@borilbogoev.com

**БЛАГОДАРЯ  
ЗА ВНИМАНИЕТО!**