

УДК 004.8

## LANDING PAGE

И.С. Павлова, студент гр. ПИБ-121, III курс

Научный руководитель: И.А. Соколов, кандидат технических наук, доцент  
кафедры прикладных информационных технологий

Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева  
г. Кемерово

В 21 веке сложно представить ведение бизнеса без web-ресурса. Под каждый вид деятельности подходит тот или иной вид сайта. Для фирм, оказывающих услуги подойдет сайт-визитка, для онлайн продаж будет уместен интернет-магазин, с возможностью осуществления заказов в режиме реального времени. В некоторых отдельных случаях будет уместна даже раскрученная страница или группа в социальных сетях [1]. Но в последнее время все большую популярность набирают одностраничные сайты – landing page.

Landing page имеет немало отличий от обычных сайтов. Посадочная страница имеет одно главное отличие от обычных сайтов и заключается оно в четко поставленной задаче – получение из посетителей потенциальных заказчиков. Основная задача лидогенерации – избежать давление на посетителя сайта. Пользователи, попадающие на лендинг из рекламного объявления, зачастую нелояльны и попросту не знают о существовании компании, предлагающей приобретение товара или услуги и не знакомы с продуктом. Не стоит пытаться продать товар или услугу клиенту при первом его посещение целевой страницы, пользователь просто не готов оставить свою заявку. Одна из ключевых задач лендинга – сделать из нелояльного клиента лояльного, повысить его доверие к продукту и компании. После ознакомления с необходимой информацией и выработки доверия в ход вступают специальные психологические приемы, основная задача которых подтолкнуть клиента сделать легкий первый шаг [2][3].

«Оставить заявку», «заказать звонок», «получить консультацию» являются самыми распространенными призывами к действию, но и самыми заезженными. При создании призыва стоит отталкиваться от сферы ведения бизнеса и от конкретного объекта продажи. Наиболее популярны различные калькуляторы («рассчитайте ипотеку», «рассчитайте стоимость» и т.д.), так же популярны призывы по типу «скачать прайс», «получить образцы».

Обычные сайты, генерирующие трафик с помощью рекламных систем, имеют очень скучную информацию о рекламируемых товарах или услугах. В результате этого, конверсия данных сайтов и страниц невероятно мала и редко составляет больше 1%. Пользователи просто сразу покидают данные ресурсы, не найдя интересующей информации. Конверсия посадочных страниц наоборот очень велика и составляет в среднем 10-12% [4]. Страница обладает

самой простой навигацией и не содержит ничего лишнего. На ней есть только описание эксклюзивного предложения и товара. Вся структура, текст, дизайн, логика и функционал посадочной страницы направлены на достижение одной задачи – получение потенциального клиента. Обычный сайт же разрабатывается с целью просто наполнить его определенной информацией о продукте.

Лендинг привлекает намного более значительное количество покупателей, чем обыкновенный сайт. А получается это за счет полного отсутствия различных отвлекающих элементов, раскрытия подробной информации о продукте и применения психологических приемов повышения лояльности.

Подводя итоги стоит отметить что продвижение товаров и услуг с помощью landing page – это довольно-таки новый вид интернет-маркетинга. Этот способ рекламы положительно зарекомендовал себя на западе, и только недавно появился в России. С каждым днем все больше предпринимателей пользуются данным методом продвижения бизнеса.

### Список литературы:

1. Бизнес портал – новости экономики, политики, ИТ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fdlx.com/all/5526-odnostranichnik-landing-page-kak-sposob-povysheniya-effektivnosti-biznesa.html>
2. E-art – агентство интернет маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://e-art.com.ru/>
3. Cossa – маркетинг в социальных медиа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cossa.ru/digdog/56143/>
4. Lpgeneration – технологии привлечения клиентов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lpgenerator.ru/blog/2015/03/26/22-effektivnyh-prizyva-k-dejstviyu-na-slozhnyh-rynkah/>