

Чек-лист конверсионного лендинга

Пройдитесь по странице сверху вниз - незакрытые галочки и есть точки, где вы теряете заявки. Пороги и тесты даны конкретно: их можно проверить, а не «оценивать на глаз».

1. ДЕНЬГИ

- ☐ Посчитана конверсия: $CR = \text{заявки} \div \text{визиты} \times 100$
- ☐ Прикинута цена +1% конверсии в выручке
- ☐ Найдена и оценена самая дорогая «дыра» (сегмент/устройство)

2. КАРКАС

- ☐ Один лендинг = одна цель = один оффер; лишняя навигация убрана
- ☐ Все 7 элементов: заголовок, hero, выгоды, форма, СТА, доверие, thank-you

3. ПЕРВЫЙ ЭКРАН

- ☐ Заголовок-УТП проходит 4 вопроса (что / для кого / чем лучше / польза)
- ☐ Пройдены 5-секундный тест и тест «с 2 метров»
- ☐ Форма/СТА видны без прокрутки, в т.ч. на мобильном; шапка < 1/3 экрана

4. ТЕКСТ И ОФФЕР

- ☐ Про выгоды клиента («вы»), а не про компанию («мы»)
- ☐ Закрыты топ-5 возражений; есть честная причина действовать сейчас
- ☐ Ключевые заявления подкреплены числами

5. СТА И ФОРМЫ

- ☐ Кнопка - о выгоде («Я хочу...»), не «Отправить»; контраст, ч/б- и squint-тест
- ☐ СТА повторяется на длинной странице
- ☐ Форма минимальна; рассмотрены two-step / exit-intent; валидация и успех

6. ДОВЕРИЕ

- ☐ Конкретные отзывы/кейсы с именами и цифрами
- ☐ Числа и гарантии; доказательства рядом с СТА
- ☐ Реальные материалы вместо стока

7. ТЕХНИКА

- ☐ Скорость ≤ 3 сек (проверено на мобильном)
- ☐ Thumb-zone, нет горизонтального скролла, click-to-call
- ☐ SSL, мета, аналитика с целями; сверена конверсия mobile vs desktop

8. СИСТЕМА РОСТА

- ☐ Проблемы найдены исследованием (6 шагов), а не угаданы; приоритизированы
- ☐ A/B по правилам: выборка заранее, полный бизнес-цикл, один элемент, не рано
- ☐ Message match с источником; трафик чистится минус-словами