

צ'קליסט דף נחיתה לפני שמפעילים קמפיין

מה לבדוק בדף לפני שמפנים אליו את התקציב הראשון של הקמפיין.

אמון וטופס

- ☐ המלצות אמיתיות עם שם מלא או ביקורות מגוגל שאפשר לבדוק
- ☐ תמונות מהעסק עצמו ולא ממאגר
- ☐ הטופס מבקש שם וטלפון, לכל היותר שדה אחד נוסף
- ☐ טקסט הכפתור מתאר מה יקרה, למשל "קבלו הצעת מחיר"
- ☐ הטופס או הכפתור חוזרים גם בסוף הדף

בדיקות לפני שהקמפיין עולה

- ☐ הדף נבדק בטלפון אמיתי ואין טקסט שגולש מהמסך
- ☐ האלמנט הגדול נטען תוך 2.5 שניות לפי PAGESPEED INSIGHTS
- ☐ שליחת טופס ולחיצות על טלפון ווואטסאפ מוגדרות כהמרות
- ☐ פנייה ניסיון הגיעה למייל, ל CRM או לגיליון
- ☐ יש עמוד תודה שמאשר לגולש שהפנייה התקבלה
- ☐ ניגודיות מספקת, תוויות לשדות וניווט במקלדת עובדים

מטרה והצעה

- ☐ לדף יש פעולה אחת בלבד: טופס, תור, רכישה או וואטסאפ
- ☐ ברור למי הדף מדבר ומאיפה מגיעה אליו התנועה
- ☐ ההצעה אומרת מה הגולש מקבל ולא רק את שם השירות
- ☐ אין בדף תפריט ואין קישורים שמוציאים ממנו

האזור העליון והטקסט

- ☐ הכותרת ממשיכה את המסר של המודעה
- ☐ משפט המשנה מוסיף פרט מבדל: זמן הגעה, אחריות או מחיר התחלתי
- ☐ כפתור או טופס נראים בנייד בלי לגלול
- ☐ התועלות כתובות בשפה של הלקוחות ולא כרשימת מאפיינים
- ☐ יש בדף תשובות על מחיר, זמנים ואזור שירות

אחרי ההשקה מתחילים בתקציב קטן ובודקים בנתונים איפה גולשים עוזבים לפני שמגדילים.