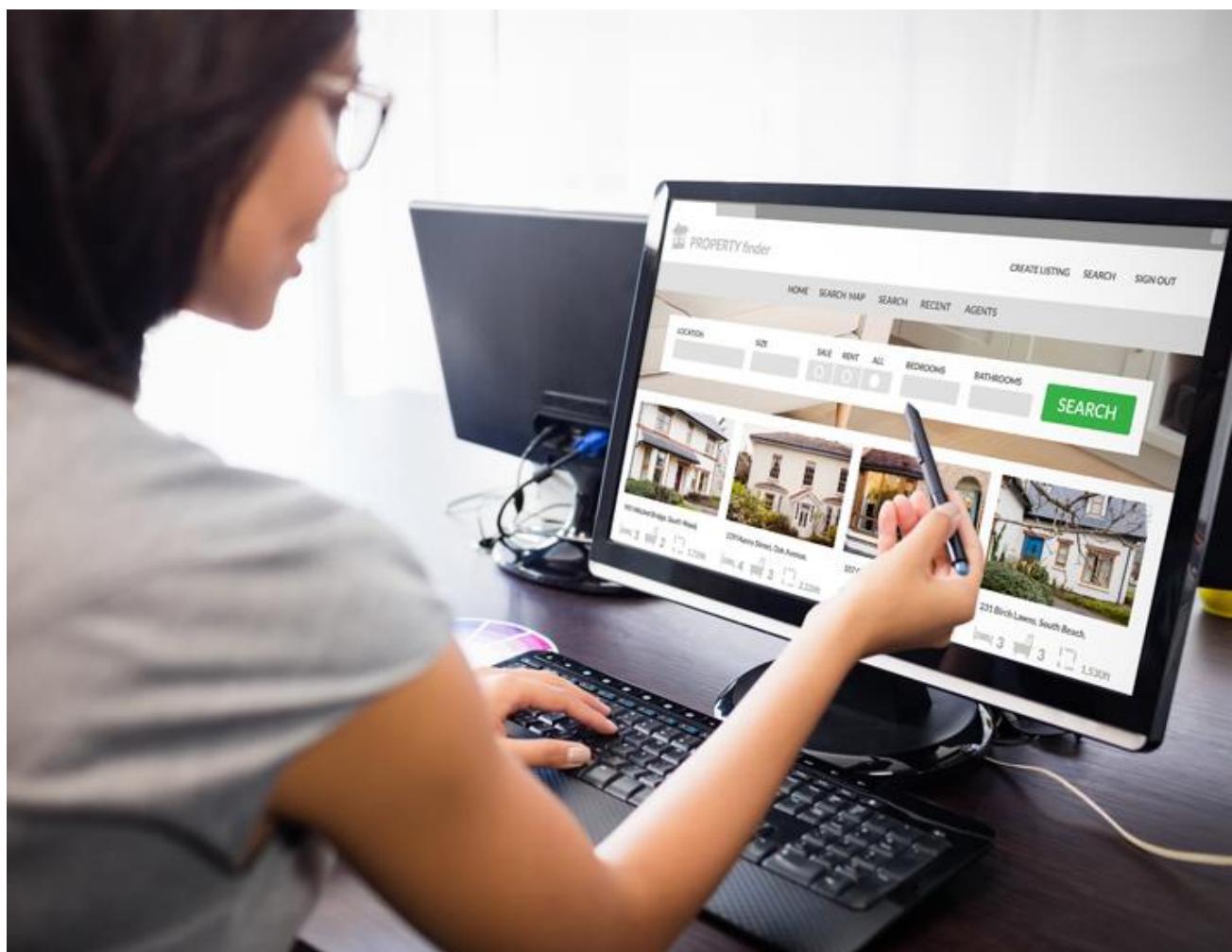


>>>>> Рабочая тетрадь к курсу «Как создать хороший продающий сайт эксперта»

Как создать хороший продающий сайт эксперта



<https://navika.pro/infobiznes/courses/kak-sozdat-xorosij-prodayushhij-sajt-eksperta>

Содержание

1. Выбор доменного имени и хостинга.....	3
2. Определение платформы сайта	4
3. Создание технического задания и структуры сайта	5
4. Создание дизайна сайта	8
5. Подбор команды для создания сайта.....	10

1. Выбор доменного имени и хостинга

1.1. Начните с выбора доменного имени (адреса) сайта.

Самый простой вариант для страницы эксперта — «имя + фамилия.ru (.com)».

Этот вариант подойдет вам, если:

- название никем не занято;
- имя и фамилия благозвучны, легко произносимы;
- их можно легко продиктовать по телефону в виде адреса сайта.

Если нет:

- Просмотрите варианты тематических доменных зон, подходящих под сферу вашей деятельности.
- Зайдите на сайт доменного регистратора, например reg.ru, nic.ru или godaddy.com, и выберите тематические зоны, например .art, .expert, .travel, .dance, .yoga.

1.2. Выпишите подходящие к этим доменным зонам названия, которые в сумме дадут интересное и хорошо запоминающееся сочетание. Например:

informed.expert, hatha.yoga, online.guru или guru.online.

Название/зона					

1.3. Что касается хостинга, то, если вы выбрали платформу TILDA, она автоматически дает свой хостинг.

1.4. Для сайтов на платформе WORDPRESS понадобится найти отдельный хостинг.

- Просмотрите отзывы.
- Изучите предлагаемые тарифы.
- Определите вес сайта и количества места, которое необходимо для размещения всего контента.
- Выберите тариф в соответствии с вашими запросами.

2. Определение платформы сайта

2.1. Сайт эксперта лучше всего делать с помощью простой и понятной системы управления контентом. Самые популярные в Рунете — это WORDPRESS и TILDA.

2.2. Внимательно изучите функциональные и дизайнерские возможности CMS.

2.3. Запишите, какие функции должен выполнять ваш сайт, какие опции в нем есть.

Например:

1. Возможность переключения языка.
2. Обратный звонок с сайта.
3. Возможность онлайн-заказа и т.д.

2.4. Проверьте наличие возможностей встраивания этих функций на сайт, созданный на той или иной платформе. В том числе возможность (и стоимость) отдельного создания и интеграции виджетов или внешних программных элементов в сайт.

3. Создание технического задания и структуры сайта

3.1. ПРЕДВАРИТЕЛЬНО ИЗУЧИТЕ:

- как устроены сайты конкурентов — что вам нравится, что не нравится;
- какие возможности есть у платформы, на которой вы планируете сделать сайт, какие функции и дизайнерские элементы из желаемых вами вы можете реализовать.

3.2. ЗАПИШИТЕ СПИСОК ФУНКЦИЙ САЙТА, КОТОРЫЕ ВЫ ХОТЕЛИ БЫ ИСПОЛЬЗОВАТЬ.

НАПРИМЕР:

1. Автоматическая рассылка.
2. Подписная форма.
3. Выбор языка.
4. Форма обратной связи.
5. Онлайн-платежи.

3.3. СРАВНИТЕ ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ РАЗЛИЧНЫХ ПЛАТФОРМ ДЛЯ БОЛЕЕ ТОЧНОГО ВЫБОРА.

Платформа/ возможности				

3.4. ОПРЕДЕЛИТЕ, КАК ВАШ САЙТ ПОМОЖЕТ ЛЮДЯМ РЕШАТЬ ИХ ПРОБЛЕМЫ. ЧТО ВАЖНО ВАШЕМУ КЛИЕНТУ? ЗАПИШИТЕ ЭТО:

- найти вас по заданным параметрам запроса;
- понять, что вы работаете легально;
- определить ваш опыт, квалификацию, практическую ценность;
- понять, как вы поможете решить проблему клиента;
- узнать цену;
- сопоставить стоимость и ценность ваших услуг;
- принять решение обратиться именно к вам.

3.5. Создайте меню вашего сайта. В нем должны быть:

- Самопрезентация в формате решения проблемы.
- Четкое перечисление услуг.
- Ценовая политика.
- Смысл и ценность ваших услуг.
- Блог специалиста / раздел со статьями.
- Портфолио.
- Отзывы.
- Контакты.

3.6. Заведите рабочую электронную почту с доменным именем сайта. Например: consultant@infomed.expert.

3.7. Используйте для этого сервис почты «Яндекс» или Gmail, раздел «Почта для домена».

https://pdd.yandex.ru/domain_list/
<https://gsuite.google.ru/intl/ru/products/gmail/>

Структуризация меню

3.8. ПОСТАРАЙТЕСЬ СДЕЛАТЬ МЕНЮ СТАНДАРТНЫМ И ПРИВЫЧНЫМ, РАСПОЛАГАЯ НУЖНЫЕ ВАМ ЭЛЕМЕНТЫ СЛЕВА НАПРАВО:

- кликабельный логотип;
- «О себе»;
- «Услуги»;
- «Цены»;
- «Портфолио»;
- «Отзывы»;
- «Статьи»;
- «Контакты».

3.9. ВАЖНО: ЗАРАНЕЕ ОПРЕДЕЛИТЕ, КАК ЭТО МЕНЮ БУДЕТ ВЫГЛЯДЕТЬ В МОБИЛЬНОЙ ВЕРСИИ САЙТА.

3.10. УБЕРИТЕ ИЗ СТРУКТУРЫ САЙТА ВСЕ РАЗДРАЖАЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ И ФУНКЦИИ:

- всплывающие модальные окна на весь экран;
- предложение подписаться на уведомления сайта в первые несколько секунд после открытия страницы;
- предложение определить местоположение пользователя;
- музыку или автоматически включающееся видео;
- мельтешащие по экрану анимированные элементы.

3.11. Возьмите лист бумаги и нарисуйте схему-прототип сайта: как он выглядит, где располагаются его элементы.

3.12. Запишите, какие функции реализуются и на каких страницах они используются.

4. Создание дизайна сайта

4.1. ВЫБЕРИТЕ БАЗОВЫЙ ЦВЕТ, НА КОТОРОМ БУДЕТ РАСПОЛАГАТЬСЯ ТЕКСТ: БЕЛЫЙ ИЛИ ОЧЕНЬ СВЕТЛЫЙ ПАСТЕЛЬНЫЙ.

4.2. ВЫБЕРИТЕ КОНТРАСТНЫЙ ЦВЕТ (МАКСИМУМ ДВА ЦВЕТА) ДЛЯ ОФОРМЛЕНИЯ.

Используйте для поиска идей:

<https://www.thebestdesigns.com/>

Используйте для идей логотипов и фирменного стиля:

<https://logopond.com/>

Используйте для создания авторской графики:

<https://www.canva.com/>

4.3. ОПЦИОНАЛЬНО СОЗДАЙТЕ ЛОГОТИП ДЛЯ СВОЕГО САЙТА.

Оцените качество фотографий, которые вы планируете разместить на сайте:

<https://www.everypixel.com/aesthetics>

4.4. ЗАКАЖИТЕ БИЗНЕС-ПОРТРЕТ, РУКОВОДСТВУЯСЬ МАТЕРИАЛАМИ ИЗ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОГО КУРСА.

4.5. ОПТИМИЗИРУЙТЕ ИЗОБРАЖЕНИЯ С ПОМОЩЬЮ ЛЮБОГО КОНВЕРТЕРА, КОТОРЫЙ ПОМОЖЕТ СНИЗИТЬ ВЕС КАРТИНОК И ТЕМ САМЫМ УЛУЧШИТЬ СКОРОСТЬ ЗАГРУЗКИ СТРАНИЦ. САМЫЕ ИЗВЕСТНЫЕ СЕРВИСЫ — ЭТО TINYJPG И OPTIMIZILLA.

4.6. СОЗДАВАЯ ТЕКСТЫ И СТРУКТУРУ СТРАНИЦЫ, ОРИЕНТИРУЙТЕСЬ НА ТАК НАЗЫВАЕМЫЙ F-ПАТТЕРН — ЧТЕНИЕ СЛЕВА НАПРАВО, С АКЦЕНТОМ НА ВЕРХНЮЮ ЧАСТЬ ТЕКСТА И МИНИМУМОМ ВНИМАНИЯ К НИЖНЕЙ.

4.7. ПРОВЕРЬТЕ ДИЗАЙН-МАКЕТ НА ПРЕДМЕТ ДОСТУПНОСТИ ДЛЯ ЛЮДЕЙ, ИМЕЮЩИХ НЕИДЕАЛЬНОЕ ЗРЕНИЕ: БЛИЗОРУКОСТЬ, ДАЛЬНОЗОРКОСТЬ, ДАЛЬТОНИЗМ.

4.8. ПРОДУМАЙТЕ СТРУКТУРУ ТЕКСТОВЫХ БЛОКОВ: ПОДЗАГОЛОВКИ, МАРКИРОВАННЫЕ И НУМЕРОВАННЫЕ СПИСКИ, ИНТЕРЛИНЬЯЖ.

4.9. РЕШИТЕ, КАКИМ БУДЕТ НЕНАВЯЗЧИВЫЙ ВИДЖЕТ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ И ПОДПИСКИ НА ВАШ САЙТ.

4.10. ПРОВЕРЬТЕ НАВИГАЦИЮ ПО СТРАНИЦАМ: КАЖДАЯ ДОЛЖНА БЫТЬ ДОСТУПНА МАКСИМУМ В ДВА КЛИКА.

4.11. Создайте формы заявки, покупки, регистрации или подписки пользователя.

Важно:

- Обязательно пишите, в каком городе вы находитесь.
- Указывайте валюту, в которой предлагаете платить.
- В контактах обозначьте варианты для тех, кто будет звонить вам из других городов и стран.
- Если вы используете функцию обратного звонка или регистрации пользователя через SMS, установите возможность перезванивать на номера любых стран.
- Если вы принимаете онлайн, опишите схему проезда.

Определите, что будет написано на целевых кнопках действий:

- «Подписаться на рассылку»;
- «Купить»;
- «Отправить»;
- «Записаться на прием».

4.12. Сократите до минимума всю информацию, которую клиент вводит для совершения целевого действия.

4.13. Создайте кнопки побуждения к действию: «Получи подарок» или «Подпишись на рассылку».

4.14. Определите, какие кнопки будут вести на ваши профили в социальных сетях. А также добавьте кнопки «поделиться» в социальных сетях материалами сайта

5. Подбор команды для создания сайта

5.1. Если вы решили обратиться к специалистам, обратите внимание на наш мини-курс «Как создать сайт руками профессионалов».

Вам понадобятся:

- веб-дизайнер;
- веб-мастер (он же админ);
- копирайтер;
- фотограф;
- тестировщик;
- *опционально.*

5.2. Зайдите на любую биржу фриланса:

- Fl.ru;
- Freelance.ru;
- Workzilla.ru;
- kwork.ru.

5.3. Выберите специалистов, чьи работы вам нравятся.

5.4. Важно: в профиле исполнителя должна быть указана специфика работы, связанной с вашими пожеланиями. Например: копирайтер, владеющий медицинской терминологией; дизайнер, работающий с CMS Tilda.

5.5. Просмотрите портфолио выбранных специалистов: в нем должны быть проекты, максимально приближенные по функционалу (дизайну, тексту) к тому, что хотите вы.

5.6. Для заказа любых работ используйте внутренний сервис «Безопасная сделка», чтобы гарантировать себе возврат денег в случае претензий к исполнителю или срыва сроков.