

Как выбрать лендинг

Короткие шаги и чеклист брифа: цель страницы, трафик и формат до дизайна.

Содержание

1. [Зачем этот гайд](#)
2. [Сформулируйте одну цель страницы](#)
3. [Определите, откуда придёт трафик](#)

Обсудить проект

Зачем этот гайд

Короткая рамка: какой лендинг вам нужен и что заполнить в брифе до дизайна и вёрстки. Без «красивой картинки ради картинки».

Шаг 1

Сформулируйте одну цель страницы

Одна главная цель: заявка, запись, оплата, скачивание гайда или звонок. Если целей две — сделайте две страницы или вторичную кнопку слабее первой.

Шаг 2

Определите, откуда придёт трафик

Реклама, органика, Telegram, рекомендации. От канала зависят длина текста, скорость доверия и СТА: холодный трафик требует больше proof, тёплый — короче и ближе к форме.

СОВЕТ

Одна страница vs многостраничный сайт

Лендинг = один оффер и один путь к действию. Многостраничный сайт — если нужны каталог, блог, личный кабинет как продукт. Не смешивайте «витрину всего» с посадочной под кампанию.

ВАЖНО

Не начинайте с макета

Сначала бриф и состав секций (герой → для кого → услуги → кейсы → тариф → форма). Дизайн и Stitch подключаются после того, как понятны оффер, аудитория и СТА.

ЧЕК-ЛИСТ

Короткий бриф (заполните до старта)

Продукт / услуга одной фразой

Оффер: что получает клиент и за какой срок/результат

Аудитория: кто платит и какая боль

Главный СТА: текст кнопки и куда ведёт

Контакты: телефон / мессенджер / форма

Доказательства: кейс, цифра, отзыв или видео

Трафик: откуда придут первые 20–50 визитов

Цена или рамка «от» (если уместно на странице)

ВОПРОС-ОТВЕТ

В: Нужен ли отдельный лендинг под каждую нишу?

Да, если оффер и примеры разные (психолог ≠ массаж). Нет, если один B2B-оффер и ниши только в примерах внутри текста.

ИТОГ

Что дальше

Заполните чеклист брифа → выберите состав блоков под цель → обсудите проект.
На сайте оставьте заявку в форме «Свяжитесь со мной».

Обсудить проект

<https://biz-page.ru/#contact>