Kasia Aleszczyk



Konwertująca strona lądowania w WordPressie

www.KasiaAleszczyk.pl



Cześć!

Dziękuję Ci za udział w kursie "Skuteczna strona lądowania w WordPressie" i zakup tego ebooka. Ufam, że będzie on swoistą ściągą, kiedy będziesz chciał/a wrócić do treści kursu.

W ebooku znajdziesz lekcje z wszystkich 5 dni kursu oraz pdfy z ćwiczeniami do lekcji. Jeśli w lekcji wspomagam się nagraniem video - link do niego również w niej będzie. Dzięki temu dostęp do treści kursu masz na zawsze bezpośrednio w swoim komputerze bez konieczności pamiętania linka do naszego Trello.

Na koniec zachęcam Cię również do skorzystania z innych naszych produktów i usług. Ufam, że kurs nie jest naszym ostatnim spotkaniem!

Nazywam się Kasia Aleszczyk i pomagam ludziom w ich relacjach z WordPressem.
I Tobie życzę na co dzień - dobrego WordPressowania!

DZIEŃ 1

Dziś na spokojnie, gdyż będziemy nabierać wiatru w żagle, ale na najbliższe cztery dni przygotuj się na intensywną pracę. A w planie mamy:

- dzień 1 - informacje wstępne + instalujemy wtyczkę,
- dzień 2 - zaczynamy budować naszą stronę lądowania,
- dzień 3 - rozbudowujemy landing page,
- dzień 4 - piszemy treści,
- dzień 5 - konwersje, dane, liczby, analizy... czyli to, co "tygryski" lubią najbardziej!

No więc cóż? Witam w kursie i... Jadymy z tym koksem!

Przed nami trochę pracy.

Strona lądowania - czym w ogóle jest?

Technicznie rzecz ujmując strona lądowania to strona internetowa. Od tej strony patrząc nic nie różni ją od innych stron. Aby była widoczna w Internecie potrzebujesz:

- hostingu (miejsca dla strony lądowania),
- domeny (jej adresu, żeby mieć dokąd kierować ludzi),
- zawartości (treści, oferty dla osób, które przyprowadzisz na swoją stronę lądowania).

Tym, co odróżnia strony lądowania od innych stron, jest jej funkcja i - co za tym idzie - wygląd. Bo strona lądowania z założenia ma jeden cel. Jeden. Jedyny i żadnego więcej. To powoduje, że ma być tak zbudowana, by można było wykonać na niej jedną czynność. Jedną. Jedyną. I nic więcej. Nie ma problemu, jeśli taką stronę tworzy się w systemie do stron lądowania lub pisze w HTML/CSS, natomiast - jeśli chcemy utworzyć ją w WordPressie - to właśnie tu zaczynają się schody.

WordPress bowiem ma swoją określoną strukturę, a za jego wygląd odpowiada motyw, z jakiego korzystamy. I to te dwa elementy co do zasady definiują nam możliwości dodawania treści i ich wyglądu, jakie mamy stronach tworzonych w WordPressie.

DZIEŃ 1

Sam CMS WordPress wpływa więc na fakt, że każda strona posiada swój nagłówek (header), a w nim osadzone menu (zwykłe, albo ukrywające się pod ikoną hamburgera), przestrzeń na treści (body) wraz z sidebarem (panelem bocznym) oraz stopkę (footer), w której możemy wydzielać kolumny lub czasem tylko dodać jakieś informacje, np. o tym, że strona opiera się o WordPress.

Motyw natomiast odpowiedzialny jest głównie za wygląd tych poszczególnych elementów. Nie wdając się zbytnio w szczegóły techniczne - czasem pozwala nam również decydować, który element ma się pojawiać lub nie. To od niego będzie więc zależało, czy nasza stopka będzie miała 1, 2, 3 czy 4 kolumny, czy sidebar będzie widoczny po prawej, czy lewej stronie wpisów blogowych, czy mamy możliwość nie pokazywać go na podstronach itp.

Uwaga! Istnieją takie motywy (theme), które mają zakodowane szablony (template). Wtedy po wejściu w edycję strony mamy możliwość wybrać, jaki typ strony chcemy utworzyć. Znajduje się ona po prawej stronie edytora w atrybutach strony i nazywa się: Szablony (btw. to właśnie dlatego motyw nazywa się motywem, a szablon to szablon i warto te dwie rzeczy rozróżniać).

Fajny motyw rozpoznajemy między innymi po tym, że ma kilka szablonów stron do wyboru (z sidebarem po prawej, po lewej, bez sidebara, czasem bez stopki itp) . A już superancki - jeśli pośród tych szablonów znajduje się landing page.

Zadanko 1

Sprawdź, jakiego motywu używasz w swoim WordPressie i jakie posiada on szablony. Napisz mi to w odpowiedzi na ten email. Tu możesz pobrać sobie pdf do tego zadanka.

Jak wygląda standardowa strona lądowania?

Skoro strona lądowania ma mieć jeden, jedyny cel i jedno możliwe działanie do wykonania, to najważniejszą sprawą jest tak ją utworzyć, by na całej stronie była możliwa tylko jedna akcja do podjęcia. To może być zapis na listę lub kliknięcie, ale ma być ma być jedna jedyna.

DZIEŃ 1

Dlatego właśnie jej elementy różnią się od standardowych stron www:

- nie ma na niej menu, bo to są linki do podstron,
- nie ma sidebara, bo tam też może być mnóstwo różnych linków,
- nie ma stopki, bo nawet w najprostszej mamy przynajmniej link do twórców motywu i samego WP,
- jeśli posiada formularz zapisu - jest on jeden lub jest to ten sam powtórzony formularz,
- jeśli posiada link (lub przycisk) - zawsze prowadzi w to samo miejsce,
- posiada treści opisujące konkretną ofertę najczęściej w charakterystycznych blokach, ale o tym dokładniej w kolejnych lekcjach.

OMG! Czy będziemy zmieniać motyw w WordPressie?

Nie, na szczęście niekoniecznie. Mam nadzieję, że zrobiłaś/łeś już Zadanko 1 i wiesz, jakie możliwości ma Twój motyw. Świetnie! Teraz **krok drugi** dnia dzisiejszego. Instalujemy wtyczkę Elementor. W swoim WordPressie wejdź w: wtyczki -> dodaj nową, w polu wyszukiwania wpisz: Elementor, po czym na liście kliknij przy Elementorze: Zainstaluj teraz i Włącz (Aktywuj).

Trzeci krok, jaki mamy dziś do wykonania to wejdź w kokpicie w: Elementor (po lewej stronie kokpitu w menu) -> ustawienia i zaznacz:

- typy treści, w jakich Elementor będzie widoczny (najlepiej wszystkie),
- włącz domyślne kolory,
- włącz domyślne fonty.

I to w zasadzie wystarczy. Jeśli chcesz możesz oczywiście wejść sobie w pozostałe zakładki i pozmieniać ustawienia, ale na własną odpowiedzialność (czyt. rozumiem wtedy, że wiesz, co robisz). Dla naszych potrzeb wystarczą domyślne.

Ostatni, **czwarty krok** do wykonania na dziś, to sprawdzenie, czy wszystko działa. Wejdź sobie teraz w edycję strony (najlepiej w: kokpit -> strony -> dodaj nową, utwórz nową stronę, nazwij ją, np. test i zapisz jako szkic) i sprawdź, czy widzisz tam niebieski dość spory przycisk: Edytuj w Elementorze. Jeśli tak - super! Możesz sobie kliknąć i się pobawić (od tego kroku zaczniemy jutro). Jeśli nie - pisz do mnie niezwłocznie i będziemy coś zaradzać.



MÓJ MOTYW

MOTYW, JAKIEGO UŻYWAM TO:

MÓJ MOTYW POSIADA SZABLONY:

© Landing page w WP

DZIEŃ 2

No i zaczynamy dziś budować nasze strony lądowania! Od czego zaczniemy? Oczywiście od planu. Zastanawiałam się, jak taki plan przygotować, jednak po długim namyśle i przeglądając przeróżne strony lądowania doszłam do wniosku, że przecież nie ma jednego, idealnego planu na wygląd landing page'a.

Podejdziemy więc do zagadnienia sprytnie! Jestem przekonana, że w swoim życiu już nie raz widziałaś/łeś jakąś stronę lądowania. Ba! Jestem pewna, że przynajmniej z jednej z nich skorzystałaś/łeś, choćby kupując ten kurs. Mój pomysł na dziś jest taki. Odszperaj te strony lądowania, które Ci się podobały lub (jeszcze lepiej!) z których oferty skorzystałaś/łeś i przyjrzyj im się dokładnie. Następnie wynotuj elementy, które chcesz umieścić na własnej stronie lądowania. Ważne! Niech to będą landingi o których wiesz, że działają. Że ten, kto stoi za ofertą ma dzięki nim jakieś (jak największe) wyniki.

Przygotowałam i ja garść inspiracji:

- Pani swojego czasu - kurs online: http://zorganizujsiew21dni.pl
- Pani swojego czasu - zapis na listę zainteresowanych: https://www.aktualnosci.paniswojegoczasu.pl/czerwonyplaner/
- Bartek Popiel - one time offer: https://kasiaaleszczyk.pl/wp-content/uploads/2020/01/popiel-okazja.png
- Konferencja I love marketing: https://sprawnymarketing.pl/szkolenia/konferencja/
- Barbara Piasek - zapis na listę: https://www.wolves.academy/szkolenie-v-b
- Artur Jabłoński - kurs online: https://skutecznareklamafb.arturjablonski.com/
- Elementor: https://elementor.com/pages/wordpress-site-builder/
- Magdalena Pawłowska - sprzedaż książki: https://www.jednakampania.pl/sales-page-16850148

Uff! Myślę, że wystarczy, zwłaszcza, że pewnie masz też i swoich idoli w zakresie landing page'y. W notowaniu może Ci pomóc pdf z **Zadankiem 2**.

DZIEŃ 2

Siadamy do Elementora

Dziś bawimy się Elementorem. Tak, celowo piszę: bawimy się, bo nasze strony lądowania po dzisiejszym dniu pewnie jeszcze wyglądać za dobrze nie będą. Nic się nie bój - mam na to sposób, więc dziś naprawdę pobaw się sekcjami, kolumnami i widgetami Elementora. Jak?

Wszystko w dwóch filmach:

- Elementor - film 1: https://vimeo.com/387635968/b06f3bb978
- Elementor - film 2: https://vimeo.com/387639223/014229035d

I jeszcze film, w którym omawiam zadanko 2:

- https://vimeo.com/387648446/fc464cbe71



MOJA STRONA LĄDOWANIA

ELEMENTY, JAKIE CHCĘ NA SWOJEJ STRONIE LĄDOWANIA:

- [ ] Opis oferty
- [ ] Dla kogo jest oferta
- [ ] Dla kogo nie jest przeznaczona
- [ ] Korzyści, jakie osiągnie Twój odbiorca/klient
- [ ] Często zadawane pytania
- [ ] Opis Ciebie - prowadzącego (+ zdjęcie?)
- [ ] Licznik odliczający pozostały czas
- [ ] Przycisk CTA
- [ ] Link CTA
- [ ] Formularz zapisu
- [ ] Skrót oferty - punkty
- [ ] Opis sytuacji odbiorcy/klienta
- [ ] Opis mojej motywacji
- [ ] Jak wygląda od środka
- [ ] Opis mojego doświadczenia w temacie
- [ ] Opinie klientów
- [ ] Cena
- [ ] Tzw. społeczny dowód słuszności - loga
- [ ] Program, spis treści, przebieg np. kursu
- [ ] Opis bonusów i dodatków
- [ ] Zdjęcia mockup i grafiki
- [ ] Jak będziemy pracować/harmonogram

© Landing page w WP

DZIEŃ 3

Dzisiejsza lekcja jest w pełni związana z filmem o szablonach i o tym, jak je zainstalować i z nich korzystać w swoim WordPressie. Nie ma więc co za dużo pisać, po prostu trzeba ją zobaczyć. Link do filmu: https://vimeo.com/387660215/f0304316ef

DZIEŃ 4

Chwytamy pióra w dłoń! Yyyy znaczy się siadamy i piszemy treści. To ważny krok i warto dać sobie na niego trochę czasu i zapewnić sobie odpowiednie warunki: najlepiej ciszę, spokój i poczucie zrelaksowania (na spinie bardzo trudno pisze się jakiekolwiek treści!). Pewna podpowiedzią będą dla Ciebie z pewnością treści umieszczone już na szablonach landing page'y, z których korzystamy, a inspiracje oczywiście czerpać możesz również z innych stron lądowania. Ważne! Inspiracja to nie kopiowanie, ale ufam, że nie trzeba o tym przypominać 😎.

Kilka wskazówek dotyczących pisania treści sprzedażowych, bo przecież takie najlepiej umieszczać na stronie lądowania.

Traktuj odbiorcę jako partnera, z którym dzielisz się wiedzą oraz doświadczeniem

Jako ekspert w swojej branży, w której działasz od dłuższego czasu, jesteś skarbnicą informacji dla klientów. Prowadzenia bloga czy napisanie poradnika może być dobrym sposobem na pokazanie swojego profesjonalizmu oraz zyskania szacunku odbiorców. Osoba poszukująca informacji w sieci trafiając na kompleksową informację na temat danego zagadnienia, chętniej pozostanie na danej stronie i dokona zakupu.

Postaw sobie jasno określone cele w komunikacji

Przede wszystkim zastanów się, co chcesz przekazać. Jasne sformułowania, czytelnie określone argumenty, które popierają konkretną tezę tekstu pozwolą przede wszystkim na dobre zrozumienie przekazu przez odbiorców. Nie ma bowiem nic gorszego niż zagmatwany tekst. Autor może zostać odebrany jako niekompetentny, gdy czytelnik ma wrażenie, że osoba pisząca nie formułuje klarownie myśli. Dobrze sformułowany cel zapobiegnie odbieganiu od tematu. Każdy, kto tworzy tekst musi pamiętać, że jego zadaniem jest zaspokojenie głodu informacji odbiorcy.

DZIEŃ 4

Dobierz odpowiednią formę, dostosowaną do adresata

Opisując techniczne zagadnienia np. przy tworzeniu opisów produktowych, trzeba przedstawić informacje tak, aby były zrozumiałe dla adresatów. Terminy branżowe oraz fachowe pojęcia powinny być w przystępny sposób wytłumaczone. Przed stworzeniem tekstu należy dokładnie zapoznać się z grupą docelową. Pisząc np. dla kobiet, które kupują jako prezent narzędzia dla swoich partnerów, uwzględnij poziom ich wiedzy oraz odnieść się do ich konkretnych potrzeb.

Stylistyka i metafory służą lepszemu obrazowaniu

Posługuj się językiem jako narzędziem. Postaraj się przekonać odbiorcę o zaletach produktu stosując różnego rodzaju środki stylistyczne. Metafory, epitety i porównania sprawdzają się nie tylko w poezji. Im bogatszy zasób słów, tym łatwiej jest przekazać walory opisywanego przedmiotu.

Przekaż to, co stanowi o sile produktu

Opisując produkt , który ma już pewną markę na rynku można, a nawet trzeba zastanowić się nad dopasowaniem tekstu do dotychczasowej strategii marketingowej. Podkreśl jego naturalne cechy oraz to co czyni go czymś wyjątkowym. Tworząc opis produktu warto skupić się na jego kluczowych cechach. Wybierz kilka, które stanowią jego siłę i używając obrazowania pokaż, dlaczego są zaletami.

Zdjęcia i infografiki pozwolą Ci na lepsze dotarcie do grupy odbiorców

Nie sam tekst stanowi o sile przekazu. Informacje warto zawrzeć także w ciekawych infografikach czy tabelach. Odbiorcy łatwiej przyswajają wiedzę, która podawana jest w niekonwencjonalny sposób.

DZIEŃ 4

Czytelność tekstu, czyli jak układ wypływa na jego zrozumienie

Przy tworzeniu tekstów sprzedażowych dla podobnych produktów zastanów się nad stworzeniem jednolitej formy. Ułatwi ona porównanie przedmiotów, a także wprowadzi porządek na stronie. Nieczytelna treść automatycznie traci na wartości – jest trudniejsza w odbiorze, a przez to rzadziej udostępniana innym. Zwróć uwagę przede wszystkim na czcionkę, tło, nagłówki i długość paragrafów.

Używaj wezwania do działania

Wezwanie do działania (tzw. CTA = call to action) to nic innego, jak zachęta, by ktoś skorzystał z oferty, wyrażona zawołaniem. Na stronach lądowania najczęściej spotkasz: "Wyślij", "Dołącz", Kup teraz" itp.



MOJE TREŚCI

MOJE CTA - WEZWANIE DO DZIAŁANIA:

KORZYŚCI ODBIORCY Z MOJEGO PRODUKTU/USŁUGI:

© Landing page w WP

DZIEŃ 5

I jak poszło pisanie? Chcesz się pochwalić? Coś skonsultować? Poradzić się? A może dać do oceny? Będzie taka możliwość - czytaj do końca!

A teraz do meritum, czyli narzędzia do mierzenia. Tak, ja wiem, że większość ludzi dostaje "białej gorączki" słysząc słowo "narzędzia" i "mierzyć" w jednym zdaniu☺, ale wierz mi - to mega ważne, by sprawdzać, czy to, co robimy, działa. Dziś podpowiem Ci 4 narzędzia, które mogą dostarczyć wiele informacji o Twoich odbiorcach. Także ten. Do dzieła.

Google Analytics

GA (https://analytics.google.com/) to najbardziej znane i najczęściej używane narzędzie do mierzenia ruchu i działań odbiorców na stronie www. Pewnie dlatego, że istnieje już długo i cały czas jest bezpłatne. Najprawdopodobniej masz je już zainstalowane na stronie. Sprawdź jednak, bo jeśli nie, to warto to zrobić. Również na blogu mam wpis, w którym pokazuję, co można z tego narzędzia wyciągnąć i zapraszam do niego nieprzekonanych (https://kasiaaleszczyk.pl/google-analytics-blogera-2/).

Instalacja

Instalacja GA w WordPressie jest bajecznie prosta. Istnieje wiele wtyczek, które to ułatwiają i znajdziesz je wyszukując "google analytics" w wyszukiwarce wtyczek w kokpicie. Większość z nich konfiguruje się podobnie, ja najczęściej korzystam z tej: https://wordpress.org/plugins/goolytics-simple-google-analytics/. Kod UA, który trzeba wpisać, by wtyczkę połączyć z narzędziem, znajdziesz w GA -> Administracja -> Ustawienia usługi.

WP Tao

WP Tao (https://wordpress.org/plugins/wp-tao/) to wtyczka dedykowana stricte dla WordPressa. Instaluje się ją więc w WP jak każdą inną wtyczkę i można korzystać z dobrodziejstw tego, co tylko można śledzić i badać na stronie internetowej. Co ważne - wtyczka daje mnóstwo informacji również z WooCommerce. O samej wtyczce i jej możliwościach również mam wpis na blogu (https://kasiaaleszczyk.pl/zacznij-analizowac-zachowanie-swoich-klientow/).

DZIEŃ 5

Bit.ly

Bit.ly (https://bitly.com/) to w zasadzie narzędzie służące do skracania linków. Ale! Narzędzie to daje też fajne możliwości odnośnie statystyki klikalności owych linków. Jeśli masz chwilę, możesz oczywiście pobawić się i stworzyć własne Bit.ly w WordPressie (https://kasiaaleszczyk.pl/stworz-sobie-wlasne-bitly-w-wordpressie/), ale jeśli nie - spokojnie możesz korzystać z tego dostępnego w necie.

Do czego możesz taki skracacz wykorzystać? Między innymi do stworzenia inaczej wyglądającego linka do swojej strony lądowanina, umieszczenia go w konkretnym miejscu w sieci i mierzenia ruchu właśnie z tego miejsca.

Hotjar

Hotjar.com (https://www.hotjar.com/) to kolejne narzędzie, które z łatwością połączysz z WordPressem dedykowaną wtyczką, dzięki któremu zobaczysz tzw. heat mapę swojej strony (miejsca, w których najczęściej zatrzymują się Twoi odbiorcy) oraz masz możliwość nagrać sesje (w bezpłatnym planie chyba 100 pierwszych) swoich użytkowników. To tak, jakby siedzieć za plecami kogoś podczas przeglądania Twojej strony. Mega doświadczenie!

Instalacja

Hotjar podepniesz bezproblemowo dzięki dedykowanej mu wtyczce (https://wordpress.org/plugins/hotjar/). Wystarczy, że założysz konto w narzędziu, a później w zainstalowanej wtyczce w WP podasz odpowiednie informacje.

DZIEŃ 5

A teraz niespodzianka :)

To nasza ostatnia lekcja kursu. Ufam, że sam kurs jest pomocny i masz już gotową lub prawie na ukończeniu stronę lądowania. Z doświadczenia jednak wiem, że kursy online zazwyczaj... zostawia się na przerobienie na kiedyś.😉 Chcesz dodatkowej motywacji? Proszę uprzejmie!

Jeśli prześlesz mi link do swojej, stworzonej w oparciu o kurs i ukończonej strony lądowania, wraz ze zgodą na to, bym pochwaliła się nią w swoich social media i na blogu otrzymasz ode mnie feedback.

Podoba się? To do roboty!

BONUSY

Czy to już koniec?

Bynajmniej! Bo olśniło mnie, że nasz kurs można poszerzyć o dwa elementy oraz propozycję. Także ten. Szczegóły poniżej.

BONUS 1 - obrazy, grafiki i filmy do wykorzystania na stronie lądowania

Dobrze dobrane elementy graficzne zawsze, ale to zawsze poprawiają jakość oferty. Nie na darmo udowodniono, że kupujemy oczami. Nie każdy jednak z nas (ja również!) jest na tyle graficznie uzdolniony, by take elementy samodzielnie tworzyć. W takich sytuacjach z pomocą przychodzą nam banki zdjęć. Dziś podsyłam 3 miejsca. Możesz z nich korzystać do woli, również do projektów komercyjnych, ponieważ ich zasoby są na odpowiedniej licencji (CC0).

Banki bezpłatnych zdjęć do wykorzystania na stronach lądowania:

- https://pixabay.com/
- https://unsplash.com/

Filmy do wykorzystania: https://mixkit.co/

BONUS 2 - jak połączyć stronę lądowania z systemem do mailingu?

To "tip" dla tych z Was, którzy swoją stronę lądowania tworzą po to, by inni mogli zapisać się na Wasz newsletter. Na szczęście proces jest mega prosty. Każdy system do newsletterów daje możliwość tworzenia formularzy zapisu. Stwórz zatem taki formularz. Następnie pobierz jego kod HTML (tak, również, jeśli jest to np. MailerLite i masz wtyczkę do WordPressa), po czym wklej go w odpowiednie miejsce na stronie lądowania w odpowiedni widget Elementora. Możesz użyć jednego z dwóch widgetów: Tekst (kod HTML wklejasz w trybie tekstowym) lub bezpośrednio widgeta HTML.

POTRZEBUJESZ WSPARCIA? ZAPRASZAM!



Szukasz kogoś, kto **zaopiekuje się Twoim WordPressem**? Kliknij poniżej. Wybierz pakiet na 3, 6 lub 12 miesięcy i nie martw się o kopie zapasowe, sprawdzanie widoczności Twojej strony w Internecie oraz aktualizacje Twojego WordPressa, motywów i wtyczek.

Świetnie! Klikam skorzystać!

A może **chcesz porozmawiać**? Z przyjemnością umówię się na rozmowę online, podczas której pochylimy się nad Twoimi potrzebami oraz Twoim WordPressem.

Idę sprawdzić szczegóły!

Możesz mnie znaleźć również w Facebookowej grupie "WordPress (nie tylko) dla blogerów" - tam udzielamy sobie wsparcia, tłumaczymy WP i odpowiadamy na pytania. Dołącz do naszej społeczności!

Jasne, że dołączam!

TO JUŻ JEST KONIEC?



Ależ skąd! Zawsze możemy pozostać w kontakcie. A sposobów na to jest kilka :)
Przekonasz się - klikając poniżej!

Jeśli lubisz czytać - zapraszam Cię na blog o WordPressie.

Jeśli wolisz słuchać - posłuchaj mojego podcastu.

Jeśli jesteś fanem filmów - zobacz mój kanał YouTube.

Jeśli chcesz się ze mną uczyć - przejdź do AkademiiWP.

Jeśli potrzebujesz coś zlecić - zobacz naszą ofertę..

Serdeczności i dobrego WordPressowania!
Kasia Aleszczyk