

7 Domande Da Farti Prima Di Creare Qualsiasi LANDING PAGE (optin, salesletter, ecc)

By Valerio Conti

Massimo Prezioso, mio stimato collega e amico, direttore del sito guadagnamosoldionline.it, mi ha posto 7 domande sulla strategia delle pagine acchiappa nomi, anche dette squeeze page.

Condivido con te le mie risposte affinché tu possa trarne vantaggio

Massimo: Ciao Vale e grazie da parte mia e dei miei lettori per la tua disponibilità a quest'intervista nonostante i tuoi impegni per i progetti di cui poi ti chiederò.

Valerio: Di nulla Massimo, il piacere è mio.

1) Valerio, partiamo dalle optin page. Quando ne crei una, qual è il tuo approccio preferito? Pagina lunga o corta? E quando conviene una piuttosto che l'altra?

Il mio approccio preferito è avere per prima cosa una grande headline, che reciti il "raggiungimento di un risultato specifico in un arco di tempo specifico".

Non necessariamente una optin page (anche detta pagina acchiappa nomi) deve essere corta, come molti guru sostengono.

Io uso diversi modelli di pagine cattura-nomi. Ne ho distinto 3 tipi fondamentali:

- A) Classica (headline, bullet points, call to action)
- B) Corta (Headline + subheadline, call to action)
- C) Lunga (Headline + subheadline, veloce introduzione, bullet, call to action)

In genere creo una pagina corta quando mi serve rapidità e voglio ottenere un mucchio di leads, in minor tempo, anche se con il rischio di non averli in target al 100%.

Questo è il caso delle campagne pubblicitarie a pagamento, in cui ogni lead è sul serio un valore assoluto troppo importante per essere perduto. Dunque quando creo campagne a pagamento cerco di massimizzare i risultati e le conversion al fine di raggiungere il più alto numero di persone interessate possibili.

Mi piace invece utilizzare pagine acchiappa nomi lunghe o classiche quando faccio Joint Ventures e con tecniche di traffico gratuito.

2) Quale è in definitiva l'elemento più importante del copy di una landing page (includere le salesletter)?

Sia su optin page che su sales letter la parte da leone la fa il titolo (e sottotitolo), questo perchè le principali leve psicologiche che spingono all'azione il potenziale cliente devono tutte essere concentrante nella promessa fatta dalla Headline.

Quindi la headline è la parte più importante di tutto il sales copy, insieme all'offerta (nel caso di una lettera di vendita).

Quando scrivi una salesletter e azzechi l'offerta e la headline, la lettera sarà di conseguenza "buona abbastanza" da generare discrete vendite. Tutto il resto delle parti (intro, bullet, garanzia, testimonial, ps, ecc) sono tutti blocchi di copy facilmente modulabili dai migliori casi vincenti del tuo mercato.

Non è necessario reinventare la ruota, è sufficiente semplicemente osservare con grande attenzione come usano gli elementi i tuoi concorrenti nel tuo mercato.

Ma di base devo avere una grande Headline, seguita da una GRANDE offerta. Se fai bene questi due il resto è solo conseguenza. Si tratta solo di riempire gli spazi vuoti.

3) Cosa ne pensi delle video squeeze e delle video salesletter?

Mi aspettavo questa domanda.

Le video squeeze page e le video lettere sono il trend del momento. Nonostante questo ho preferito non seguire questo trend, e c'è un motivo.

Ricordiamoci che la scrittura ha funzionato nel marketing per decenni.

Certo oggi inserire dei video ha dei vantaggi, non per ultimo, la capacità di intrattenere e divertire il lettore.

Ma a me interessano i risultati, e da test effettuati in molteplici mercati ho scoperto che le video squeeze page non sono il nuovo sacro graal del marketing come vorrebbero far credere certi esperti. Infatti a conti fatti le conversion si abbassano. Ma questo nessuno esperto vuole renderlo noto.

E lo stesso dicasi per le video presentazioni di vendita (video saleslette).

Sai quando vale la pena usarle?

Nel caso di lanci su programmi ad alto costo. In quel caso è utile far leva sul proprio personal brand e metterci il tuo bel faccione :-)

Ma per prodotti come special report, ebook, audio, video che costano dai 7 ai 97 euro la migliore formula nel copy è sempre in formato scritto.

4) qual è la conversione media di una squeeze e come verificarla?

La conversione media di una squeeze page è 12-16 %, ma questa può essere molto potenziata a seconda del mercato dove stiamo e in base alla qualità del copy che vi includeremo.

In genere le migliori squeeze page che portano la maggior parte delle conversioni sono quelle corte (con semplice headline e call to action) senza bullet points. Queste sono potentissime a condizione di saper scrivere un headline bomba che centri al 100% il problema fondamentale del mercato.

Squeeze page corte possono far registrare conversion altissime anche del 50% e più. In media un 20% viene considerata una conversione buona. Ma si può raddoppiare, e in alcuni casi quasi triplicare questo risultato semplicemente mettendo meno, piuttosto che aggiungendo un sacco di roba dentro la pagina

Mettendo meno copy, infatti si installa maggior curiosità nella mente dei visitatori in target (in target, cioè gente già indottrinata..). L'unico punto dove non puoi sbagliare con questo approccio è nell'efficacia del tuo copy. Infatti, deve essere infallibile, una formula SUPER CONDENSATA del beneficio primario recitato dalla headline..

5) Cosa ne pensi dei trailer nelle landing page?

Stesso discorso che ti ho fatto sui video, vale anche per i trailer. Considera che alla fine qualsiasi pagina cattura nomi scritta è anche una sorta di trailer dove dici e non dici a proposito della soluzione relativa a un certo problema che il tuo visitatore sta cercando di risolvere.

6) perchè la landing page deve mirare ad un solo obiettivo?

Perchè più scelte dai alle persone e più le mandi in confusione. Qualsiasi landing page, deve essere pensata per un unico scopo.

Se è una salesletter, lo scopo è chiudere la vendita. Se è una una pagina cattura nomi lo scopo è farti dare la mail del visitatore. E devi dare una soluzione a un problema. Punto. Niente distrazioni, niente pubblicità dentro la pagina, niente adsense, niente banner scintillanti da babbei.

Tutto questo oltre a nuocere al tuo personal brand manda i visitatori in saturazione, che in pochissimi attimi hanno già deciso cosa fare del tuo sito. Se sussiste anche solo per una frazione di secondo il pensiero: "umh. Che roba è? ...boh...", sta tranquillo che il triste destino della tua pagina è uno schiaffo in faccia. Ovvero l'abbandono da parte del tuo visitatore e la perdita di una conversione potenziale

7) Ci dai un consiglio per uno split test efficace?

Uno split test efficace si fa testando un singolo elemento per volta.

La prima cosa da testare è sempre la tua headline. Una delle cose che raccomando sempre ai miei clienti privati è di mettere a confronto una variante corta con una lunga della stessa. Ho trovato che in moltissimi casi i risultati sono significativi.

Il vincitore si scontrerà con un'ulteriore variante, ad esempio con una headline in formula "interrogativa". E così via.

Personalmente per fare split test trovo molto comodo utilizzare direttamente Aweber, ma per analisi multiple è più efficace è questo tool che uso con grande soddisfazione (e che consiglio a chi legge).

- <http://www.powersplittester.com>

Massimo: Domanda finale. Quali sono i tuoi prossimi progetti?

Valerio: I miei prossimi progetti riguardano una decina di mercati di nicchia che sto analizzando e studiando, e dove ho intenzione di creare svariati business automatici.

Per quanto riguarda il nostro piccolo mercato dell'Internet Marketing Italiano posso solo anticiparti che sto lavorando a un grosso progetto, anzi direi ENORME, qualcosa che tutti stanno aspettando e che mi ha richiesto oltre 2 anni di studio e test sul campo per ricavarne i primi risultati interessanti.

Tu e i tuoi lettori, Massimo, sarete i primi a essere informati sui prossimi sviluppi del progetto, il cui nome in codice è IPNO COPY

Massimo: E va bene.. ma ricordati che è una promessa! Aspettiamo con ansia il tuo progetto IPNO-COPY che sono certo sarà un successo.

Grazie Valerio per le preziosissime informazioni che ci hai fornito, ne approfitto per farti i complimenti per il clamoroso successo che sta avendo il tuo lavoro "le 10 chiavi" e Buon Business.

Valerio: Grazie a te Massimo ed un saluto a tutti i tuoi amici lettori.

Risorse utili e approfondimenti

'Rendite d'Emergenza Online'

Il primo sistema in Italia che ti insegna come creare rendite d'emergenza online in 7 Giorni o meno, nonostante la crisi economica

'Blog Cash'

Ottieni più Lettori, più Iscrizioni, più Passaparola, più Commenti, più Vendite, più Credibilità sul tuo Blog, e guarda Decollare i Profitti in Automatico...

'Content Copy'

Il Modo più semplice per 'pre-vendere' prodotti o servizi online...
Senza usare trucchi di manipolazione...senza scarsità...
e senza scrivere lettere di vendita!