

А. В. Косарев

Гипноз и другие фишки на сайте

или секреты

продающих сайтов

Анатолий Владимирович Косарев

Гипноз и другие фишки на сайте. или секреты продающих сайтов

*http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=19488741
ISBN 9785448302336*

Аннотация

97% из всех созданных сайтов так и не становятся прибыльными. Тому, как войти в золотые 3% преуспевающих сайтов, посвящена эта книга. В ней рассказывается о различных приемах, которые позволяют сделать сайт прибыльным при минимальных затратах. А также рассмотрены некоторые аспекты, которые делают сайт провальным. Прочитав эту книгу, Вы поймете, как делаются сайты, которые проводят посетителя от проявляемого интереса к покупке.

Содержание

Предисловие	5
Глава первая	9
Как выбирают веб-мастеров? (1.1)	10
4 вида создания сайтов (1.2)	19
Конец ознакомительного фрагмента.	28

**Гипноз и другие
фишки на сайте
или секреты
продающих сайтов**

**Анатолий
Владимирович Косарев**

© Анатолий Владимирович Косарев, 2018

ISBN 978-5-4483-0233-6

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Предисловие

«Попав под дождь, ты можешь извлечь из этого полезный урок. Если дождь начинается неожиданно, ты не хочешь намочнуть и поэтому бежишь по улице к своему дому. Но, добежав до дома, ты замечаешь, что все равно промок. Если же ты с самого начала решишь не ускорять шаг, ты промокнешь, но зато не будешь суетиться. Так же нужно действовать в других схожих обстоятельствах.»
(Ямамото Цунэтомо)

Когда приходят заказывать сайт, мало представляют, что надо для успешного продвижения бизнеса в интернете. Но Заказчик точно знает какой ему нужен сайт, а все его представления в конечном итоге сводится к одному слову: «КРАСИВЫЙ», причем только с его точки зрения. Некоторые продвинутые Заказчики еще добавляют, что им нужно, чтобы их сайт высоко позиционировался в поисковых системах.

За многие годы работы с сайтами Заказчиков я устал каждому подробно объяснять, что же такое сайт для продаж. Поэтому были написаны статьи, которые с удовольствием читали Заказчики. А в последствии годы эти статьи взяли на вооружения наши менеджеры, и используют эти статьи в качестве скриптов, при общении с Заказчиками, которым нужны

сайты для продаж.

Объединив эти статьи в книгу, и дополнив нужным материалом книга стала полезной не только заказчикам и менеджерам, но и дизайнерам, и верстальщикам сайтов, и программистам, потому как, излагаемый в ней материал является связующим звеном вебмастеров и заказчиков сайтов.

В этой книге рассматриваются только сайты для продаж, а не для удовлетворения эго Заказчика.

Для веб-студии, или любому разработчику сайтов это руководство – сборник направляющих мыслей, которые помогут ему направить пожелания Заказчика в правильное русло на получение максимально возможной прибыли.

Прекрасно, если заказчик до похода к Исполнителю прочитает эту книгу, потому что поймет, как выбрать исполнителя, как проверить его работу, и какими уловками пользуются не добросовестные Исполнители. Так Заказчик сможет сэкономить не малые деньги и время. Этому посвящена **первая глава** этой книги. Эта глава будет полезна и Исполнителям, потому, что в ней рассматриваются основные уловки начинающих веб мастеров. А эти уловки искушенные Заказчики даже если не знают, то на интуитивном уровне понимают, и как правило отказываются работать и такими Исполнителями.

Вторая глава о построении сайтов с упором на магазин. В ней рассматриваются основные проблемы, с которы-

ми сталкиваются при разработке сайта, и еще большие при его запуске. И Заказчик, и Исполнитель обязаны продумать вопросы, рассматриваемые в этой главе, на уровне проектирования, и больше уделить внимание им, чем расположению и цветам кнопочек.

Для обоих особо будет полезна **третья глава**, в которой рассказывается о приемах нейромаркетинга, и как с помощью нейролингвистического и нейровизуального программирования создаются **ГИПНОТИЧЕСКИЕ СТРАНИЦЫ САЙТА**, которые ведут посетителя веб-страницы от проявленного интереса, к выполнению желаемого действия на этой странице. А программируемое действие могут быть любыми: оставить свой электронный адрес, позвонить, совершить покупку, или что-то другое.

Четвертая глава, хоть и стоит последней, должна читаться первой. Потому как в ней рассказывается о продвижении сайта в поисковых системах и других возможных источниках трафика. Это фундаментальная, жизненно важная часть и основа жизни всего сайта. На все можно прикрыть глаза, но если изначально не предусмотреть продвижение сайта, то вся последующая работа может оказаться бессмысленной.

Создание и продвижение сайта напоминает строительство дома, и если оптимизация сайта с целью его продвижения в поисковиках ложится в закладываемый фундамент сайта на уровне проектирования, то это и будет крепкий фунда-

мент. Но если о продвижении начинают думать после запуска сайта, то это похоже на деревянную пристройку к каменному особняку, и не может быть правильной.

Как заложить оптимизацию с целью продвижения сайта на стадии проектирования, и рассказывается в этой главе.

Прочитав 4 главу Исполнитель узнает, что нужно учесть при разработке сайта, чтобы тот хорошо продвигался. А Заказчик узнает, как проверить все ли учтено на начальном этапе, чтобы сайт легко взлетал, продвигая бизнес.

Глава первая

11 уловок разработчиков

Или как обманывают заказчиков начинающие веб мастера, чтобы поменьше сделать, и побольше получить.

«Сказал сделаю Вас сайт, значит сделаю.
И нечего звонить, и напоминать мне каждые
полгода!» (Вебмастер-бухарик)

Как выбирают веб-мастеров? (1.1)



Как сделать правильный выбор?

Практически все Заказчики при выборе веб студии ориентируются на два показателя. Это стоимость работ, которые предлагают веб студии, и скриншоты сайтов, которые демонстрируют веб мастера, которые разработали возможно и не сами.

Обычно Заказчики видят свой будущий сайт подобный тем, что ему понравились, находят мастеров, у которых в портфолио есть что-то подобное, за минимальную цену, и там делают заказ.

Заказчик не учитывает, что представленный скриншот главной страницы сайта может быть сделан и другими веб

мастерами. И после оформления заказа начинаются проблемы, и с дизайном, и с функциональными возможностями сайта, а потом и с продвижением.

Поэтому на начальном этапе выгоднее всего Заказчику не гнаться за дешевизной, а по одному из следующих 3-х вариантов.

Связаться именно с разработчиками понравившегося сайта, и заказать веб сайт у них.

Возможен вариант и покупки понравившегося, работающего сайта у владельца сайта, и немного переделать его под собственные нужды.

Или купить копию понравившегося сайта у разработчика.

При ограниченном бюджете последний вариант наиболее привлекателен.

Практикуются и два первых варианта, если нужно не дорогой сайт и быстро.

Выбирая любой из трех вышеперечисленных способов, Заказчик избавляет себя от решения многих вопросов, и затруднений.

Для исполнителя, если копируемый сайт находится на обслуживании, и станет конкурентом ранее сделанному сайту, этот вариант не приемлем. Дело в том, что работать сразу с 2-мя фирмами конкурентами – не этично: всегда получается,

что, делая одному хорошее, другому будет плохо.

Если же Заказчик желает получить сайт неповторимый, с нуля, то познакомьтесь со стандартными уловками, которыми пользуются не добросовестные веб мастера. Этим особенно страдают ребята без образования и/или опыта работы.

Уловка 1 – начинающих веб мастеров.

В интернете очень часто можно встретит красивые сайты веб студий, которые выполнены молодыми ребятами, которые не имеют ни образования, ни опыта, а лишь желание заработать.

Для этого не нужны особые знания, потому что купить домен для сайта очень просто, скачать красивый шаблон сайта, выполненный профессионалом,

установить его, тоже не требует больших знаний, затем такой сайт наполнить статьями, скопированными с профессиональных сайтов веб студий, и взять картинки с других сайтов.

Если Вас устраивает типовой вариант, то это допустимо, потому что шаблоны делают профи, и ошибок там практически нет. Однако внесение изменений в логику сайта или его дизайн всегда заканчивается уродством, и ошибками в программном коде. Это как правило приводит к тому, что нару-

шается оптимизация сайта, что ухудшает его рейтинг в поисковых системах.

Чем меньше вносится изменений в готовый шаблон, тем меньше ошибок будет на сайте. Кроме этого и дизайн, и структуру сайта разрабатывают профессионалы, поэтому все изменения вероятнее всего дадут ухудшение.

Большая беда – статьи, содранные с других сайтов. Поисковые системы вообще не индексируют такие страницы.

Поэтому перед тем как связываться с понравившемся Вам веб мастером, которые предлагают написать Вам статьи, обязательно проверьте уникальность текстов, которые они собираются размещать на Вашем сайте. Это сделать достаточно просто, потому как в интернете очень много сайтов на которых можно бесплатно проверить уникальность текстов, например, сайт miratools.ru.

Картинки, скаченные с других сайтов, также не поднимают рейтинг сайта, потому как поисковики проверяют наличие копии на других сайтах, и фиксируют это. Вы тоже сами можете проверить наличие копии в интернете на том же Google картинки.

У поисковиков и по картинкам, и по текстам определение правообладателя простое – на каком сайте был первым проиндексирован текст, или картинка, тот и правообладатель.

Если Заказчик согласен с тем, что его сайт никогда не попадет на первую страницу результатов поиска ответа на запрос пользователя, то с таким Исполнителем можно работать.

Кроме этого сделанный такими ребятами сайт, чтобы пробился в лидеры нужно дополнительно отдавать на продвижение. Но продвижение сайта после его изготовления напоминает деревянную пристройку к каменному дворцу. И такая пристройка всегда стоит дороже того, если продвижение или оптимизация закладывается при проектировании сайта.

Заказчику перед оформлением заказа на написание статей и изготовление картинок лучше всего проверить ранее сделанные работы этим Исполнителем, и если обнаружится, что есть копии в интернете, то со 100% гарантией и с новым заказом они поступят так же.

У такого Исполнителя из интернета уже наворована большая коллекция шаблонов для сайтов, выполненных профессиональными веб дизайнерами. Если взять такой шаблон, поменять несколько картинок, то даже профессиональный дизайнер не сможет вспомнить видел ли от этого шаблона, только сам разработчик сможет узнать свою работу.

Это в общем-то не страшно, если Исполнитель говорит Заказчику, что дизайн не его, это ведет к удешевлению проекта. Не корректно, когда Исполнитель зарабатывает на чу-

жом труде, выдавая его за свой.

Плохо, когда продают ворованный шаблон дизайна сайта.

Уловка 2 – фальшивое портфолио.

Очень часто на страницах веб студии в разделе портфолио можно встретить красивые скриншоты профессиональных дизайна сайтов, на которых даже не удосужились изменить картинки и тексты шаблона. Если Вы просмотрите с десятков таких портфолио, то заметите, что существуют картинки внешнего вида сайтов, которые переходят с одного сайта на другой.

Помните, что на профессиональных шаблонах тексты пишутся на английском языке, а логотип ставится компании разработчика этого шаблона, или легкий примитив. Поэтому обращайте внимание, на язык написанных текстов, и на логотип, который должен соответствовать хотя бы направлению деятельности компании.

Уловка 3 – изготовление без продвижения.

Бытует мнение, что существует множество систем управления сайтом, которыми легко пользоваться даже новичку, но это миф, легко пользоваться, когда всё настроено, а вот настраивать любую хорошую систему управления сайтом без специальных знаний и подготовки – невозможно.

Если Исполнители предлагают создать сайт, но не берутся его продвигать в поисковиках, обслуживать, то это явный признак того, что это индивидуал, который может скрыться в самый не подходящий момент.

Сейчас создание сайтов уже прошло тот этап, когда один человек способен сделать все сам, и чтобы это было на уровне. Индивидуально работают либо новички, которые еще не искушены в тонкостях этого производства, либо бухарики, которых выгнали с работы за систематические срывы сроков и заданий. Настоящие профессионалы всегда востребованы, и им удобнее работать в команде.

Конечно есть исключения, но они встречаются редко.

Если же Вы согласились работать и индивидуалом за малые деньги, то знайте – это довольно частое явление, особенно среди занятых бизнесменов, у которых нет времени на изучение способностей веб студии. К нам часто приходят люди, которым сделали сайт такие нерадивые веб мастера, и просят доделать сайт, но поверьте, что проще переделать такой сайт с нуля, чем довести такой сайт до рабочего состояния. Экономьте своё время и деньги.

Поэтому задумайтесь – будет ли выгодна Вам такая экономия.

В свою очередь если в молодую студию приходит заказчик, и для него на первом плане вопрос: «Сколько стоит создать сайт?», то это заказчик для индивидуала. Для настоящего заказчика важнее знать «Сколько нужно вложить

в сайт, чтобы тот приносил прибыль»

Уловка 4 – сайт собирают на бесплатных конструкторах.

В последнее время к нам часто стали обращаться хозяева сайтов, которые мечтают продвинуть свой сайт по некоторым запросам в топ10 в поисковиках.

Когда смотришь на сайт, бывает даже не вооруженным глазом видно, что сайт собран на бесплатном конструкторе сайтов.

Хотя по многим показателям такой сайт выглядит профессионально, но программисты еще не научились делать так, чтобы автоматически сгенерированный сайт отвечал всем требованиям поисковых систем. Да и функциональные возможности такого сайта ограничены. Кроме этого так называемые веб мастера не знают всех тонкостей требований поисковых систем, а соответственно и не способны воспользоваться полным функционалом программы генерирующего сайт.

Еще одна недоработка онлайн программ изготовления сайта – не корректно работает адаптивный дизайн, т.е. сайт должен одинаково хорошо отображаться на разных устройствах, будь то компьютер, планшет, или мобильный телефон, а он на отдельных устройствах выглядит коряво.

Кроме этого и сами поисковики не любят сайты, сгенерированные автоматически. Именно поэтому такой сайт продвигать нет никакой возможности.

Мы, как и многие наши коллеги, сделали такой мастер по созданию сайтов, но только для того, чтобы наш Заказчик, вместо написания технического задания набросал как он представляет страницы своего сайта.

В этой нашем конструкторе нашим Заказчикам легче объяснить, чего они желают.

4 вида создания сайтов (1.2)



Как выбрать какой сайт нужен Заказчику?

В разных колбасах различное содержание мяса. Есть колбасы, при изготовлении которых не пострадало ни одного животного. Так и производство сайтов может быть разным.

1-й вариант – голая CMS

Уловка 5 – сайт пустышка

К нам зачастили Заказчики сайтов, которым по дешёвки (если их нагло не обманули) «создали» пустой сайт, который нужно заполнить. На самом деле этих Заказчиков просто обманули: им продали пустышку. Такой сайт подобен стопки

чистой бумаги в дизайнерские упаковки, причем упаковка – это стандартный шаблон.

Хоть такой пустой сайт и разместили в сети, но это в лучшем случае – настроенная бесплатная система управления сайтом. Есть люди, которые гонятся за дешевизной, и не понимают, что им продали даже не полуфабрикат, а стандартный набор компонентов, который собирается за пару часов даже слабо подготовленным студентом.

Как всегда – дешево и есть дешёвка.

Дело в том, что в таких заготовках структура только предусматривается, не настроена ни система поиска, не учтены особенности предприятия заказавшей сайт. В результате система управления сайтом вопреки уверениям исполнителя оказывается очень сложна, непонятна, и Заказчик не в состоянии ее обслуживать. А то что сайт еще нужно подготавливать для продвижения в поисковых системах вообще остается за горизонтом.

Еще одна распространенная проблема с такими системами управления сайтом (CMS) пустышками – без обновлений их устанавливают люди уже много лет привыкшие работать с одной и той же версией, и не желающие изучать что-то новое.

В результате получается, что сайт работает на морально устаревших компонентах. А это значит, что установленная устаревшая система защиты, отсутствуют новые и полезные функции, не исправлены ошибки и не закрыты дыры от предыдущих версий, а главное – каждое обновление учитывает быстро меняющиеся требования поисковиков, делая сайт более легко настраиваемый и приспособленным к их требованиям.

И еще – в новых версиях кроме усовершенствования кода, и более современного дизайна используются новейшие разработки маркетологов, которые заботятся о более легком восприятии сайта пользователями.

Порой нужно иметь семь пядей во лбу, чтобы старое приспособить под новое, потому что в противном случае сайт никогда не доберется до десятки лучших сайтов по желаемым запросам.

Поэтому проще и дешевле забыть все, с чем пришел Заказчик и установить, и настроить новую версию.

Когда видите, что Заказчика нагло развели, лучше переустановить все с нуля, даже не расстраивая Заказчика. Пара часов работы, без нервов и лишних разговоров решает все проблемы, и Заказчику спокойнее.

Уловка 6 – сайт полуфабрикат

Второй вариант создания сайта – сайт собрали, товары и статьи расставили. Через некоторое время или сразу хозяин обращается к специалистам, которые могут сделать сайт видимым для поисковых систем. Создатели таких сайтов больше думают о красоте сайта, о его функциональных возможностях, упуская из виду требования поисковиков.

Здорово если изначально структура сайта соответствует требованиям поисковиков, а CMS предусматривает настройку сайта для их корректной индексации.

Значительно хуже, если создатели сайта не думали о его продвижении, а тем более об интересах пользователей. В этом случае возможны серьезные изменения, серьезные переделки сайта. И цена за эти доделки сопоставима с ценой сайта, а может быть и значительно выше.

Например, магазин бытовой техники, чтобы стал конкурентно способным кроме фотографии и карточки с характеристикой товара должен еще иметь и описание товара, и отзывы покупателей, и видео. Отдельные группы товаров без набора такого рода дополнений никогда не попадут в верхние строчки поисковиков.

И если в карточке товара не предусмотрено размещение видео, отзывав, и всего того, что есть уже на сайтах конкурентов, то такая страница, как бы не была хороша, так и не войдет в десятку лучших страниц по определенному запросу в поисковиках.

А теперь представьте, что где можно будет дописать описание товара, добавить отзывы, и др., если в выбранной CMS такие разделы не предусмотрены. Ответ очевиден, что профессионалу нужно будет самому дописывать эти разделы, а такая доработка дорого стоит.

Поэтому, чтобы не приходилось заниматься перестройкой, а соответственно и была экономия денег и времени, лучше сразу идти в компанию, которая изначально сделает все как надо, т. е. следующий, третий вариант создания сайтов.

3-й вариант – сайт подготавливается для заработка

В третьем варианте, заказывая сайт сразу же Заказчик выдает Исполнителю список фраз, по которым планируется привлечение на сайт посетителей. Именно под эти данные разрабатывается и структура, и дизайн сайта, которые будут удобны поисковым системам и пользователям, что в конечном итоге закладывает мощный фундамент продаж.

Это наиболее короткий вариант по времени между оплатой за сайт, и получением прибыли с этого сайта. (Я не рассматриваю сайты, которые делаются для самоуслаждения и понтов Заказчика).

В этом варианте Заказчику сделают выборку фраз, которые имеют большую конкуренцию, их место и дополнительно подберут другие ключевые фразы, по которым может быть сайт войдет в топ10.

Уловка 7 – нагон посетителей

В этом варианте часто закладывается лишние не целевые заходы.

Многие заказчики утверждают, что им не нужно много посетителей, не нужна мышиная возня на сайте. Они просто хотят через сайт получать определенное количество заказов, и не желают проводить письменные, или телефонные консультации.

Предположим сайт продает юридические услуги. Заказчику нужны посетители сайта, которые будут только заказывать услуги. Заказчику не интересны посетители, которые еще пытаются разобраться сами в своем вопросе, и только ищут информацию о предмете своего интереса. Им нужны

статьи по интересующей их теме, бесплатные консультации, переписка...

Если такие посетители отвлекают от работы, нужно это уже предусматривать на формировании поисковых запросов.

Вообще Гугл подразделяет запросы пользователей на следующие категории:

- к осведомленности,
- проявляемому интересу,
- изучению предмета,
- сравнению аналогов,
- непосредственно к покупке.

Потому что с учетом вида запроса определяется содержание страницы, на которую попадет пользователь, чтобы максимально сфокусировать на желаемое действие со стороны пользователей.

Только такой подход гарантирует, что, получив сайт Вы с минимальными затратами, с экономией времени можете начать зарабатывать на своем сайте.

Сейчас же сайтов, отлично оптимизированных под поисковые запросы, особенно по большой группе товаров/услуг становится все больше, и новому сайту пробиться в лиде-

ры уже не представляется никакой возможности: все лидеры уже сделали все возможное в области оптимизации, и за много лет работы прочно закрепились на верхних позициях.

Но Гугл уже громогласно заявил, что он теперь устраивает ротацию из первой сотни отлично оптимизированных сайтов.

Это очень полезно для новых сайтов, а лидеры – так показываются в 10 раз реже вверху результатов поиска. Так Гугл заботится о новых перспективных сайтах, а себе дает заработать на контекстной рекламе, потому что лидеры всегда будут стремиться, чтобы быть видимыми.

4-й вариант сайтов – снайперская винтовка

Есть и еще один вариант создания сайтов, направленный исключительно на продажи товаров или услуг, когда клиент получает сайт уже грамотно настроенный на места где «обитают» потенциальные Заказчики, страницы сайта подготовлены к приему и превращению потенциальных покупателей в реальные, после просмотра, которой посетитель совершает желаемое действие, чтобы потом довести человека до покупки.

Это уже работа по специальным технологиям, которые

еще мало кто освоил. Но как всегда – там, где можно хорошо заработать, там всегда много профанов, которые выдают себя за больших специалистов.

И если при создании сайта Заказчик может определить нравится ли ему дизайн, работает ли программный код, то в таком комплексном подходе увидеть секретные оружия, которые устанавливает Исполнитель на сайт – практически может определить только специалист.

Определить Заказчику уровень профессионализма невозможно пока не получен конечный результат. Это как в магазине с покупкой колбасы. Лежат две на вид одинаковые, а цена разная. И не факт, что в более дешёвой колбасе больше мяса.

Уловка 8 завышение цены за счет мнимой компетенции

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.