Le Guide | Créer la Landing Page Parfaite

SLN L'AGENCE

Avant de commencer...

Une Landing Page n'est pas une page comme les autres. Le moindre détail compte. Chaque mot, chaque visuel, chaque pixel a son importance.

Quand un visiteur arrive sur votre Landing Page, vous avez fait le plus dur. Vous avez attiré son attention malgré la masse de contenu qui le submerge sur le net, vous l'avez guidé dans sa réflexion et convaincu de cliquer sur votre Call-to-Action.

S'il repart sans remplir le formulaire, vos efforts n'auront généré aucun ROI. Frustrant n'est-ce pas ? Avec ce guide, nous allons voir comment créer une Landing Page qui convertit à coup sûr (ou presque Haha !).

Attention ! Dans ce guide, nous ne verrons pas ce qu'est une Landing Page ou un Tunnel de Conversion...

Si vous avez besoin de rappels sur le sujet cliquez sur la pilule rouge !

Le Point Important

Si votre Landing Page a un taux de conversion inférieur à 50%... C'est qu'elle n'est pas bonne !

Les ingrédients qui suivent ne sont sans doute pas réunis !

Sois pas triste !
Tu vas voir, c'est ultra-simple !

Une bonne Landing Page, c'est #1 :

Une proposition qui apporte de la valeur ajoutée !

AWARENESS	CONSIDERATION	DECISION
Pourquoi ?	***Comment ?***	***Avec qui ?***
L'Infographie	Le Podcast	L'Étude de Cas / Cas Client
La Checklist	Le Webinar	La Vidéo Longue
L'Outil Test/Diag	Le Livre Blanc	Le Podcast
	L'Étude Marché	La Démo
		L'Outil Simulation

adaptée au niveau de maturité adressé !

Si l'offre n'est pas adaptée au niveau de maturité ça ne marchera JAMAIS !

Si tu as besoin d'aide pour comprendre ce point, clique sur la pilule bleue !

Une bonne Landing Page, c'est #2 :

Un design ultra-focus conversion !

Ça veut dire PAS DE DISTRACTION !

Les erreurs les plus courantes ici sont de conserver le menu de navigation du site internet ou encore de proposer sur la Landing Page différents Call-to-Action !

Sur une Landing Page, on limite les options : soit l'internaute remplit le formulaire, soit il part !

Une bonne Landing Page, c'est #3 :

Un formulaire adapté à l'offre de contenu !

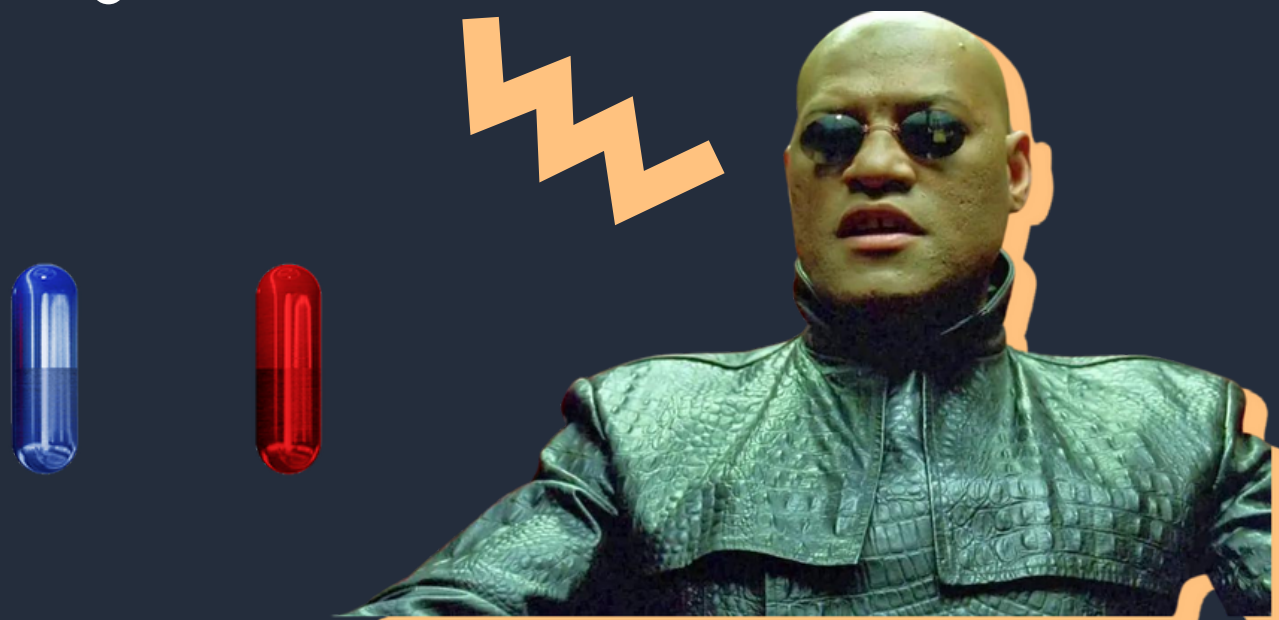
La taille et la nature des champs dépendent du niveau d'engagement !

Vous ne pouvez pas demander les mêmes informations à une personne qui est en phase Awareness de sa réflexion qu'à une autre en Consideration ou Decision.

Astuce : sollicitez les commerciaux pour déterminer les champs nécessaires pour bien qualifier le lead !

Astuce : limitez-vous à entre 4 et 6 champs par formulaire !

Si tu veux en savoir plus sur la création de formulaire, clique sur la pilule rouge !



Si on résume :

Une bonne Landing Page c'est :

- Une bonne offre
- Un design focus conversion
- Un formulaire adapté

OK....
Mais t'as pas plus concret ?

SI !
Voyons la trame maintenant !

La trame efficace :

L'ENTÊTE

Un titre
+ Un sous-titre
+ Un visuel de l'offre
+ Le formulaire

LE DESCRIPTIF

Une présentation
détaillée
de l'offre proposée

LA RÉASSURANCE

Des avis sur l'offre
ou des
témoignages clients

LE POSITIONNEMENT

Un positionnement fort
augmente
l'engagement !

Astuce Bonus qui fera la différence #1 :

Actionnez ces biais cognitifs :

La rareté

Votre contenu est exceptionnel, faites le savoir !

Exemple : "le guide le plus complet sur le sujet"

L'aversion à la perte

Votre contenu ne sera pas toujours disponible !

Exemple : "le nombre de place est limité"

La preuve sociale

Votre contenu plait et votre cible doit le savoir !

Exemple : "vos concurrents en ont déjà profité"

Vous voulez en savoir plus sur les biais ?

Astuce Bonus qui fera la différence #2 :

Rédigez vos textes avec la technique AIDA :

A pour Attention

Commencez par une accroche percutante !

Exemple : "cette erreur vous fait perdre des ventes"

I pour Intérêt

Détaillez l'accroche en donnant un max de contexte !

Exemple : décrire une scène que vit régulièrement la cible

D pour Désir

Faites ressentir à votre cible une émotion positive

Exemple : celle qu'il ressentirait si son problème était résolu

A pour Action

Incitez à passer à l'action !

Exemple : "vous n'êtes plus qu'à un clic de la solution !"

Pour aller plus loin, clique sur la pilule bleue !

La checklist à cocher avant de publier

- [ ] Mon accroche est percutante, évocatrice d'un point de douleur clé
- [ ] Mon intro indique clairement la valeur ajoutée de l'offre
- [ ] J'ai intégré dans l'entête un visuel de l'offre
- [ ] Je détaille en profondeur les bénéfices de l'offre en mode AIDA
- [ ] J'ai intégré des témoignages/avis pour la réassurance
- [ ] Le contenu de la page est scannable et bien aéré
- [ ] J'ai proposé des Call-to-Action de rappel au fil de la page
- [ ] Ma page ne contient pas de liens internes/externes
- [ ] J'ai supprimé le menu principal et le footer de la page
- [ ] J'ai renseigné les balises title, meta ainsi que les images alt
- [ ] J'ai intégré le formulaire en haut de la landing page
- [ ] Les champs de mon formulaire (max. 6) sont clés pour qualifier le lead
- [ ] J'ai créé une thank you page proposant des actions complémentaires

Si tout est OK, vous pouvez cliquer sur "publier" !

SLN L'AGENCE

Pour gagner en performances !

Les outils indispensables pour générer des Leads !

Retrouvez-nous sur notre site web !
https://www.ludosln.net/