

מיועדי  
טקסטיב, סקסטיב

המדריך לכתיבת

# דרך נחיתה ★ מנצח ★

# חשיפה בלעדית! הטכניקות של המשווקים הכי טובים בעולם לכתיבת דף נחיתה אפקטיבי

בתחילת דרכי השיווקית, שמתי לב שהרבה בעלי עסקים בונים את דף הנחיתה שלהם בלי שום כללים או שיטה, מתאכזבים לגלות שדף הנחיתה לא עושה את העבודה ומפספסים המון לקוחות על הדרך. התחלתי לבחון ולנתח מאות דפי נחיתה, וגיליתי **מבנה שיווקי** שחוזר על עצמו, בכל דפי הנחיתה הכי אפקטיביים של המשווקים הכי טובים בעולם.

והרי הוא לפניכם:

# שלט הכניסה - ברוכים הבאים לדף הנחיתה שלי

שלט הכניסה

הלוגו והסלוגן  
שלך

כשמגיע הלקוח הפוטנציאלי שבדרך כלל עדיין לא מכיר אותנו, דבר ראשון, הוא צריך לדעת לאן הוא הגיע. לכן נשים את הלוגו שלנו עם הסלוגן או ההגדרה של העסק כדי לתת ללקוח תחושת אמינות ומקצועיות. זה צריך להיות מאוד פשוט על מנת שלא יגזול את תשומת הלב של הלקוח מהמטרה המרכזית של דף הנחיתה והיא, הכותרת הראשית.

# הכותרת הראשית

## כותרת ראשית

### אישור היעד והבטחת תועלת מרכזית

הכותרת הראשית היא הדבר החשוב ביותר בדף הנחיתה שלכם. היא אמורה לתפוס את תשומת הלב של הלקוח ע"י **ההבטחה הגדולה** שהמוצר/שירות שלכם מספק עבורו. מהי ההבטחה הגדולה שלי? תגדירו בצורה מדויקת את הכאב המרכזי אותו אתם באים לפתור ללקוח ע"י השירות/המוצר שלכם ותכתבו בכותרת לא את שם המוצר/השירות/העסק, אלא את אותה הבטחה.

# כותרת משנה

## כותרת משנה

מה המוצר שמקיים  
את ההבטחה הגדולה  
שהבאת בכותרת?

בכותרת המשנית נכתוב בקצרה מהו המוצר או השירות שמקיים את ההבטחה הגדולה שהבטחנו בכותרת הראשית, ונחזק את התועלת המרכזית בניסוח אחר.

# וידאו



המטרה של סרטון הוידאו היא להזמין באופן ישיר את הלקוח הפוטנציאלי שנכנס לדף הנחיתה לבצע את ההרשמה/הרכישה, הלקוח רואה אותנו ונותן בנו אמון. אם אין לנו וידאו, נשים תמונה כפי שיוסבר בהמשך.

# תמונה ותועלות נוספות

## תמונה

**תוכן**  
כל המידע  
הרלוונטי  
על המוצר/  
השירות  
ותועלות נוספות

את התמונה נשים בצד שמאל מכיוון שמחקרים הוכיחו שהעין נמשכת יותר לכיוון הזה, ובמקביל לתמונה נכתוב מידע רלוונטי ותועלות נוספות:

- תועלת א'
- תועלת ב'
- תועלת ג'

הנעה לפעולה מדויקת  
הצעה שאי אפשר לסרב לה



טופס הרשמה  
לקבלת התועלות

שם מלא:

דוא"ל:

טלפון:

כפתור הנעה לפעולה

## הנעה לפעולה

הדרך נחיתה שלכם חייב להניע את הלקוח הפוטנציאלי לפעולה אחת ויחידה. תסבירו ללקוח מה הוא צריך לעשות כאן ועכשיו בצורה מדויקת וברורה. תבקשו מינימום פרטים (עדיף גם בלי טלפון) ותכתבו על הכפתור: כן, אני רוצה ... אפשר לכתוב שורת הרגעה שהפרטים שלו לא יועברו הלאה.

# נעים מאוד – מי אני?

**נעים מאוד - מי אני?**  
מסר אישי

---

---

---

---

---

---

זה המקום לספר על עצמכם ולחזק את המקצועיות שלכם. ספרו על הניסיון המקצועי שלכם או על מקור האמינות של המוצר שלכם. תספרו על כמות הלקוחות איתם עבדתם, או על הלקוחות הגדולים שקנו מכם, או על התעודות המקצועיות וכל מה שבונה את האמינות שלכם.

# הוכחות - עדויות



הוכחות זה מה שאחרים אומרים עליכם, והלקוח יותר מאמין למה שאחרים אומרים עליכם, מאשר למה שאתם אומרים על עצמכם. שימו עדויות של לקוחות, מכתבי תודה, סיפורי הצלחה, צילומים רלוונטיים שמעידים על כך שהמוצר/שירות שלכם עובד, תעודות הסמכה וכדומה.

# החתימה שלכם

---

**חתימה של העסק:**  
לוגו, כתובת, מייל, טלפון

---

כאן תרשמו את הפרטים האישיים שלכם ליצירת קשר.

**וקבלו עוד כמה טיפים חשובים...**

# טיפים

- ✓ חשוב לכתוב בשפה הרגילה שבה מדברים
- ✓ תעשו רווח בין השורות וגם בין הפסקאות
- ✓ תכתבו בצורה בהירה ופשוטה בשורות קצרות ולא ארוכות
- ✓ תבחרו פונטים ברורים, קריאים ואחידים
- ✓ תשימו כפתורים בגודל ובצבעוניות בולטת וברורה
- ✓ תדאגו שהדף יעלה מהר - תכווצו את התמונות והוידאו
- ✓ אל תוסיפו שום קישורים נוספים בדף
- ✓ תמקדו את הלקוח בפעולה אחת ויחידה

ולפני סיום, עוד מתנה קטנה בשבילכם בעמוד הבא...

הכנתי לכם תבנית להרכבת דף הנחיתה המנצח שלכם  
תוכלו להוריד אותו בחינם ישירות מכאן:

<https://lp.vp4.me/m3sp>

בהצלחה רבה!

בתיה לוי