

□ **Καλεί το κοινό**

Θα πρέπει να καλεί το κοινό που στοχεύει. Για παράδειγμα: «Προσοχή! Ελεύθεροι επαγγελματίες και επιχειρηματίες». Άλλο παράδειγμα: «Είσαι ανύπαντρη μητέρα;»

□ **Καθαρό Design**

Στις μέρες μας το καθαρό design είναι πιο αποτελεσματικό. Επέλεξε ένα πρότυπο που δεν περιέχει πολλά περιεχόμενο. Θέλεις κάτι καθαρό και λιτό.

□ **Άμεσα κατανοητή**

Έχεις 3 Δευτερόλεπτα να τραβήξεις το ενδιαφέρον του επισκέπτη. Ο επισκέπτης θα πρέπει άμεσα να μπορεί να κατανοήσει τι του προσφέρει η σελίδα.

□ **Ελκυστικό τίτλο**

Ο τίτλος θα πρέπει να είναι πλούσιος σε οφέλη. Σε τι θα ωφελήσει το αντάλλαγμα τον υποψήφιο πελάτη; Ο τίτλος θα πρέπει να επικοινωνεί με σαφήνεια τα κυριότερα οφέλη.

□ **Αντίθεση στο κουμπί**

Χρησιμοποίησε αντίθετα χρώματα για το κουμπί της εγγραφής. Θέλεις να ξεχωρίζει. Μακριά από το κόκκινο χρώμα. Δηλώνει κίνδυνο.

□ **Αποτελεσματικό κείμενο κουμπιού**

Το κείμενο του κουμπιού εγγραφής παίζει μεγάλο ρόλο στο conversion. Αξιοπρεπώς αποδίδει το «άμεση πρόσβαση» και “download”.

□ **Social Proof**

Μπορείς να δείξεις «κοινωνικές αποδείξεις»; Έχεις κάποιες μαρτυρίες πελατών; Μεγάλο αριθμό ανθρώπων που αγόρασαν κάποιο προϊόν σου; Αν έχεις τέτοια στοιχεία, θα βοηθήσουν.

□ **Όχι πλοήγηση**

Μία τέτοια σελίδα δεν πρέπει να έχει καθόλου πλοήγηση. Θα πρέπει να δίνει δύο επιλογές στον επισκέπτη. Είτε να γραφτεί είτε να φύγει. ΠΡΟΣΟΧΗ! Μία τέτοια σελίδα δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί στο Google AdWords.

- **Κουμπί “above the fold”**

Το κουμπί της εγγραφής θα πρέπει να εμφανίζεται στο πάνω μέρος της σελίδας, χωρίς να χρειάζεται ο επισκέπτης να κάνει scroll down.

- **Γραφικά κατεύθυνσης**

Γραφικά που στρέφουν το ενδιαφέρον στην φόρμα εγγραφής συνήθως αυξάνουν το conversion. (βελάκια, τόξα, πρόσωπα να κοιτούν την φόρμα)

- **Εικόνα του ανταλλάγματος**

Αν μπορείς να έχεις μία εικόνα του ανταλλάγματος στην σελίδα, θα βοηθήσει.

- **Όροι χρήσης**

Θα πρέπει να υπάρχουν όροι χρήσης και πολιτική απορρήτου σε εμφανές σημείο.

- **Λίγα στοιχεία**

Μην ζητάς πολλά στοιχεία. Όσα περισσότερα ζητάς, τόσο πέφτει η αποτελεσματικότητα της σελίδας. Συνήθως μόνο το email είναι αρκετό.

- **Sharing**

Η σελίδα θα πρέπει να περιέχει κουμπάκια με τα οποία να μπορούν οι επισκέπτες να μοιραστούν την σελίδα στα social media.