

SALGSSIDE - SJEKKLISTE

FØRST LITT MINDSET:

- FÅ KUNDEN TIL Å FØLE SEG VELKOMMEN - HUSK AT DETTE ER EN SAMTALE
- FÅ KUNDEN TIL Å FØLE SEG INSPIRERT - FOKUS PÅ RESULTATET
- HUSK Å UNDERHOLDE - EN KJEDELIG SALGSSIDE BLIR IKKE LEST.
- "KEEP THEIR HEADS NODDING" - SKRIV SÅ KUNDEN NIKKER MENS H*N LESER.
- Å SELGE ER Å HJELPE!

SÅ LITT OM STRUKTUR (=GJØR SIDEN SKANNBAR FOR ØYET):

- KORTE TEKSTER (MAX 7 LINJER PR. AVSNITT, HELST BARE 3-4)
- MYE BILDER, MOCKUPS, ILLUSTRASJONER, IKONER OG EVT. VIDEOER
- BRUK KULEPUNKTER, UTHEVEDE PARTIER ETC.
- GODT MED LUFT MELLOM ELEMENTENE (DET ER OK AT SIDEN BLIR LANG)
- HOLD DET RYDDIG OG SYMMETRISK

12 GODE IDEER TIL INNHOLDSSEGMENTER:

- OVERSKRIFT - SNAKK OM RESULTATET PRODUKTET LEDER TIL OG FOR HVEM
- FORTELL I KORTE TREKK HVA DU SELGER OG HVORFOR
- PAIN POINTS, KULELISTE
- OVERGANG "DET TRENGER IKKE VÆRE SLIK"
- DRØMMEN - RESULTATER (SE FOR DEG AT...)
- OVERGANG - "DETTE ER RESULTATER DU KAN FÅ" / "ANDRE HAR FÅTT..."
- INNHOLD + FORDELER - "DU FÅR XXX, SLIK AT XXX" (HVA FÅR MAN, HVORFOR DET ER VIKTIG)
- OFTE STILTE SPØRSMÅL (TIDSBRUK, PRIS, MÅLGRUPPE, INFO OM DELBETALING)
- BIO MED USP - HVORFOR ER PRODUKTET UNIKT, OG HVORFOR BØR JEG LYTTE TIL HENNE?
- CALL TO ACTION HELT NEDERST - PEKER PÅ HOVEDFORDELEN
- KORTE, "TO THE POINT" TESTIMONIALS/KUNDEOMTALER FORDELT PÅ SIDEN
- JURIDISKE LINKER (PERSONVERNPOLICY, VILKÅR FOR KJØP)