



Zo kan het ook:

SALESPAGES BEKEKEN

In dit E-book zet ik 2 x 2 salespages naast elkaar. Ze hebben dezelfde input, maar een totaal andere output. Niet beter of slechter, maar ánders. Kijk, vergelijk en trek je conclusies voor wat past bij jouw bedrijf.



DE BASIS

Een salespage of landingspagina is bedoeld om je product of dienst aan te bieden en vormt het hart van je website..

De lezer kan hier direct kopen, contact leggen of zich inschrijven. Wel zo handig dus dat jij als ondernemer hier alle informatie geeft die nodig is om te beslissen.

Dit is je basis:

1. INTRO MET OMSCHRIJVING
2. RESULTAAT WAT JE BELOOFT
3. UITLEG WAT EN VOOR WIE
4. VOORDELEN VAN JOUW AANBOD
5. STUKJE OVER JEZELF
6. TESTIMONIALS ALS BEWIJS
7. PRAKTISCHE DETAILS EN PRIJS
8. CALL TO ACTION: INSCHRIJFKNOP





EVEN VOORSTELLEN:

Ik ben Meta Groot Antink, van Tekst met Pit.
Copywriter. Tekstadviseur. Gespecialiseerd in
marketingteksten en dan ook nog vooral websites.

Ik help vooral de eenmansbedrijven, coaches en
trainers met website. Salespages dus, maar dan wel
helemaal lekker op maat met je eigen authentieke
stukken erin zodat je lezers zélf enthousiast worden,
zonder dat jij hoeft te pushen. Met dit E-book geef ik je
een kijkje in de keuken ...

Meta

CHECK IT OUT





DEZE PAGINA'S ZIJN GELIJK...

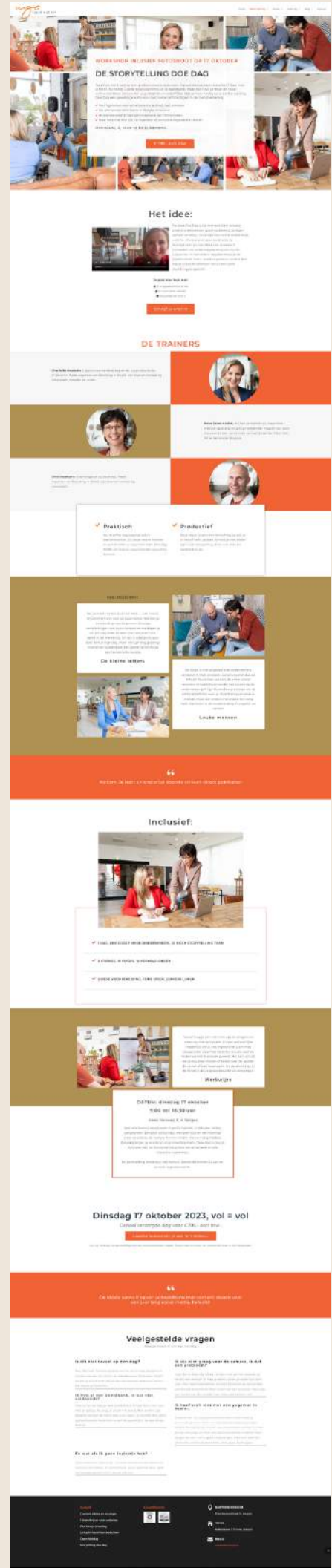
Bizar toch?

Deze pagina's, van dezelfde Storytelling Doe Dag, hebben dezelfde foto's en tekst, en toch zul je een voorkeur hebben voor de één of de ander.

Zoveel kan het dus schelen hoe je het opmaakt. Welke kleuren erbij komen. Of hoe je rangschikt en schuift. Het maakt zelfs uit of je iets in het midden zet, of in een rijtje onder elkaar. Je webbouwer kan dat bepalen, maar het is ook handig als je zélf weet wat jouw voorkeur heeft. Het gaat tenslotte om jouw dienst, en jouw ideale klant. Die ken jij het beste.

Links zie je de site van Branding in Beeld. Zakelijk, blauw, strak en best feitelijk. Ik zal zo meer uitleggen over welke keuzes we hebben gemaakt.

En rechts zie je mijn eigen pagina. Warm, vrolijk. Precies zoals het past bij mij. Ook dat leg ik uit, lees maar verder. Beide pagina's promoten ons gezamenlijke event, de Storytelling Doe Dag waarin je een workshop krijgt van mij én een fotoshoot van Chiel & Charlotte.





EN DIT IS 2X DE GROEIDAG...

Dit zijn twee andere voorbeelden. Nu van de Groeidag, ook een event dat ik samen organiseer met een zakenpartner: Yolanda Schaap van TinkOm.

De rechterpagina is nagemaakt op basis van de linker. Ook de foto-input was hetzelfde. Met kleine verschillen krijg je toch een andere sfeer en kun je er dus veel meer je eigen sfeer aan geven, zodat het weer past bij jouw klant.

Ik leg eerst de Storytelling Doe Dag als casus bij je neer, daarna de Groeidag. Wil je het in real life zien, print dan het E-book en vergelijk de websites:

www.brandinginbeeld.nl,
www.tinkom.nl en
www.tekstmetpit.nl

Ook handig als je interesse hebt in één van deze geweldige trainingsdagen voor je marketing!



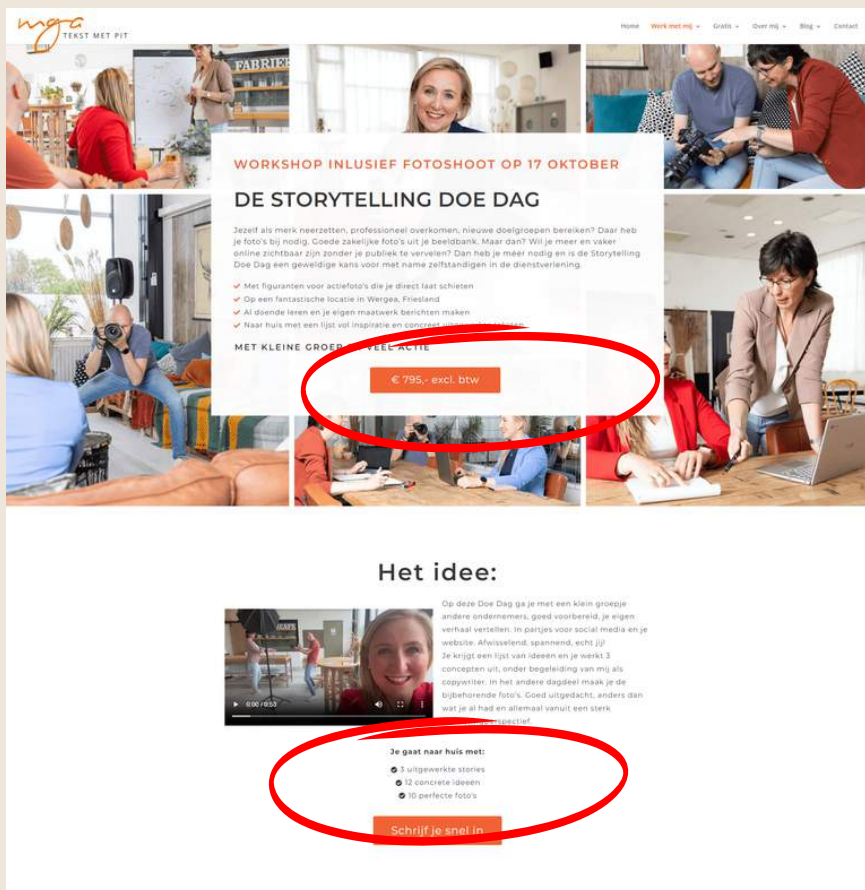
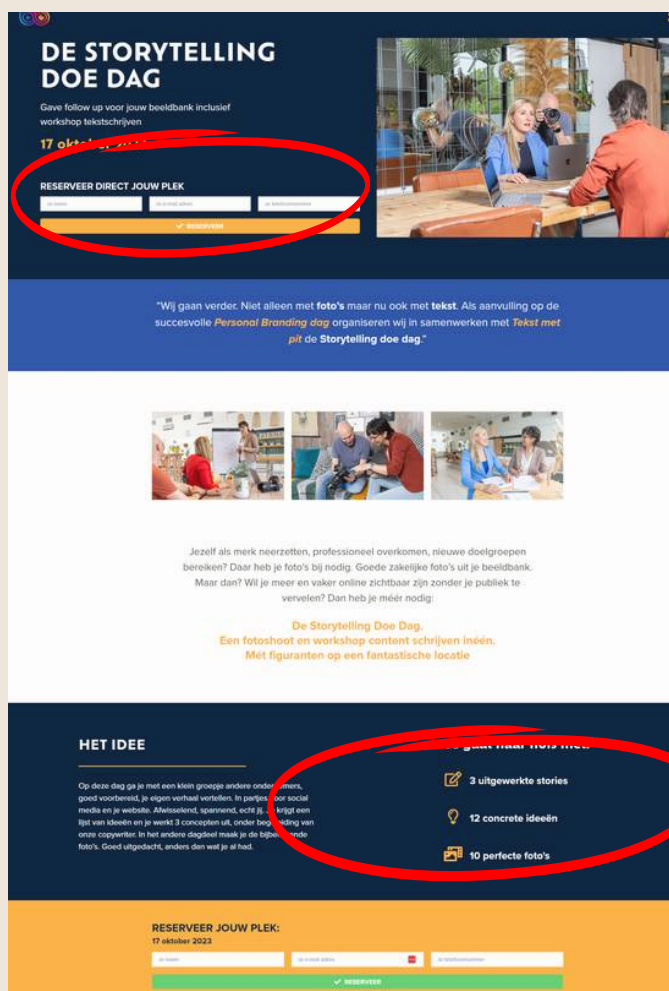
HET BOVENSTE DEEL ALLEEN AL

Kijk alleen al naar het begin van deze twee pagina's. De input is hetzelfde geweest, voor alle duidelijkheid.

Hiernaast zijn we begonnen met één foto, dat geeft rust en kracht. Je kunt je ook direct inschrijven, het formulier staat gelijk voor je neus.

Op mijn eigen pagina die je hieronder ziet, heb ik juist bovenin veel foto's. Drukte, veel sfeer. Hou ik van en mijn ideale klant ook!

Die enthousiaste klant wil ook best op die oranje knop drukken om zich aan te melden. Wel laat ik daar bewust de prijs zien, de lezer weet dan gelijk dat hier spijkers met koppen worden geslagen.



ERNAAST OF ERONDER?

Wat valt nou nog meer op? Je ziet dat ik hiernaast, na het drukke begin, alsnog even rust creëer met de video.

De opsomming eronder is dezelfde als die je hierboven ziet bij Branding in Beeld. Door te spelen met icoontjes erbij 'oogt' het daar weer heel anders. Leuk hé?

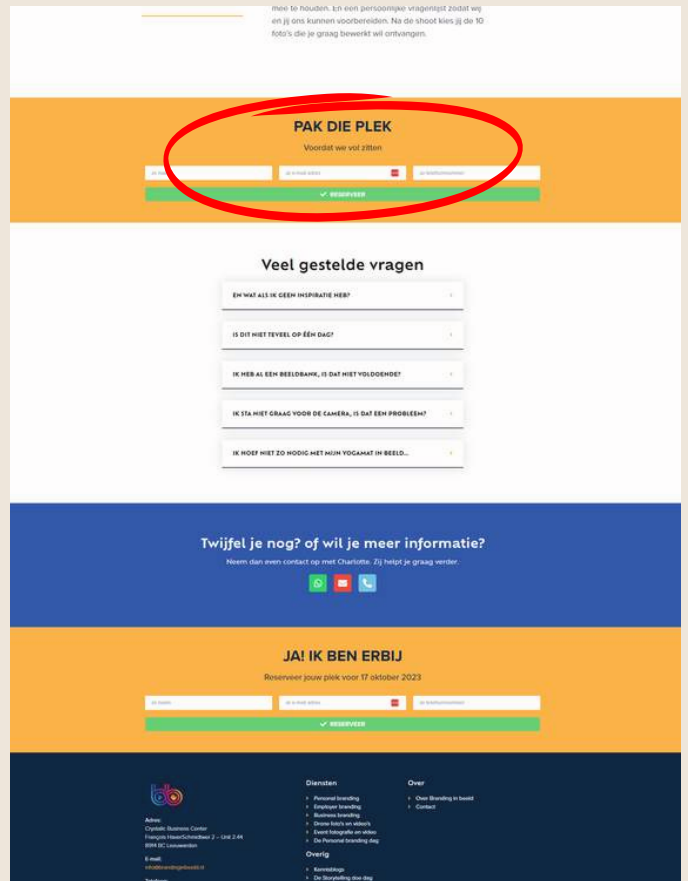
En nog wat; Branding in Beeld was begonnen met één foto, maar vult dat vlot daarna aan met dat rijtje van drie, voor de sfeer. Zie hierboven. Slim gedaan!

BUTTON EN FAQ

Halverwege de pagina weet de snelle beslisser genoeg. Zeker op de mobiele weergave is het fijn om de lezer dan een kans te bieden om te kopen.

Hebben ze toch nog twijfels? Dan is de ruimte hieronder dé ideale plek voor de veelgestelde vragen.

Ook fijn om hier aan te bieden om telefonisch contact te hebben. Voor diezelfde twijfelaar, want niet iedereen is hetzelfde.



AFRONDING

Op mijn pagina herhaal ik ook de prijs en de datum. Dan heb je alle feiten bij elkaar en krijg je weer een button om te kopen: ik vind dat formulier minder mooi.

Omdat dit een nieuwe dienst is, hebben we nog geen testimonials ingevoegd. Dat kan later alsnog.

De veelgestelde vragen zijn hier al uitgekapt. Dat maakt de kans dat de lezer ze automatisch nog even 'meepakt' met lezen, groter. Dit is dé ideale plaats om bezwaren weg te nemen van je lezer. Zorg ervoor dat je dus eerdere gegeven informatie gaat herkauwen.



NOG EENTJE DAN ?

Deze is ook gaaf!
De salespage van de Groeidag is eerst gemaakt voor Tekst met Pit, hier links.

Daarna is diezelfde basis gebruikt op de site van TinkOm, mijn co-trainer in dit event, hier rechts.

Je ziet gelijk dat deze pagina's dus ook veel meer op elkaar lijken dan in de vorige casus en toch spreekt de één een iets ander type klant aan dan de ander.

Kijk bijvoorbeeld naar de achtergrond van de testimonials. Een plat gouden vlak of een zwartwit-detailfoto geeft een ander gevoel. De foto brengt dynamiek, het gouden vlak creëert rust. In dit geval passen ze precies bij onze kernwaarden: Yolanda zet als teamcoach mensen in beweging, en ik creëer rust en overzicht op websites. Niks geen toeval dus, en zo hoort het ook.



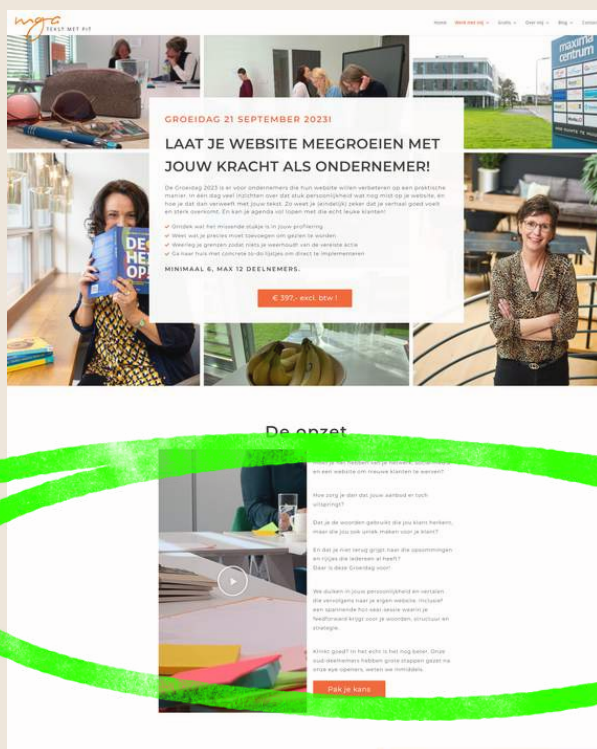
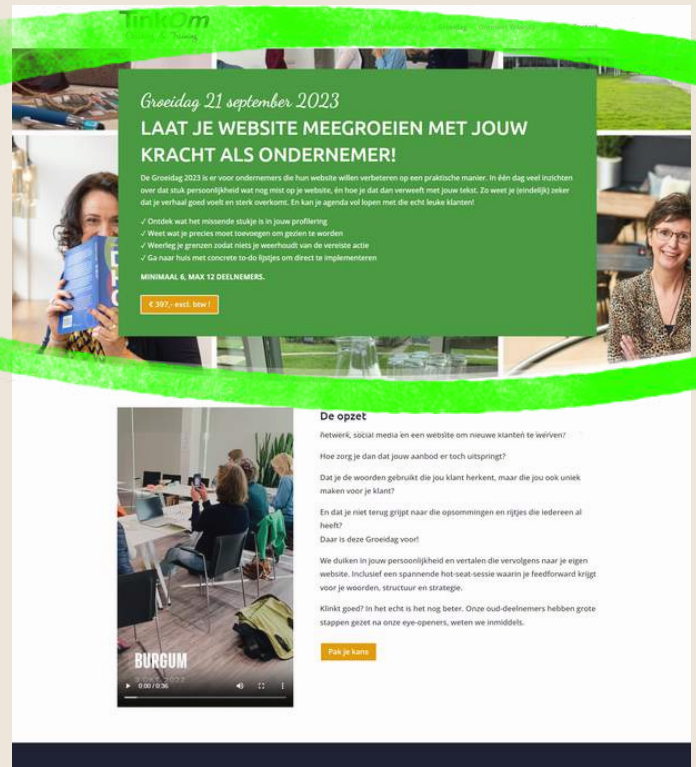
TAKE A LOOK!



KEUZES, KEUZES...

Voor dit event, de Groeidag, hebben we bovenin allebei een collage van foto's voor de sfeer. Het oogt verschillend doordat bij TinkOm is gewerkt met een groen vlak eronder. De pagina op mijn site, hieronder, lijkt transparanter door het witte vlak.

Let er ook op dat als je dit doet, er toch een groot deel van de foto's verdwijnt. Dat is bij TinkOm zelfs nog meer het geval dan bij mijn pagina hieronder.



VIDEO

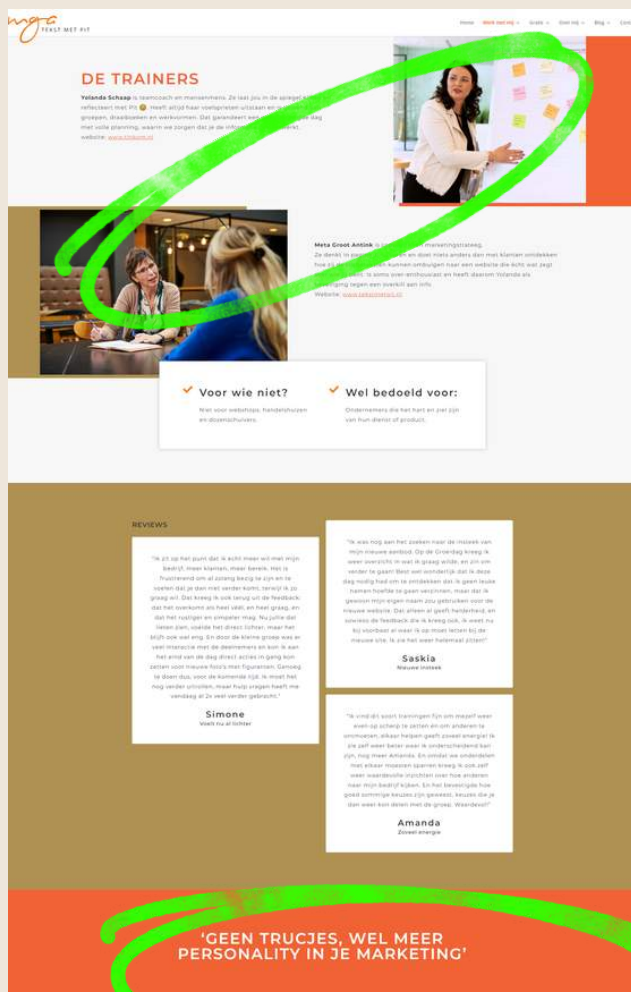
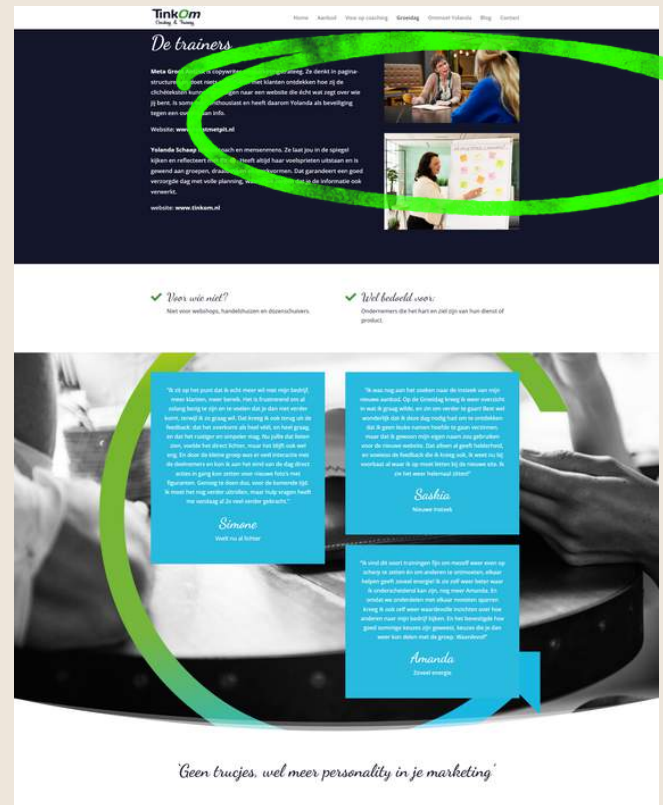
De intro geeft een soort samenvatting van wat het is en voor wie. In het blok eronder diepen we dat uit. Dat voelt direct als meer 'leeswerk' en dan is het ideaal om er een video bij aan te bieden, voor de kijkers onder ons.

Zie je dat het filmpje op de ene pagina een ander beginshoof heeft uitgelicht? Bij TinkOm zie je mensen in beeld, dat is meestal beter voor het aantal doorkliks. Mensen houden van mensen.

MENS OF METHODE

Kijk hier maar eens hoeveel het uitmaakt als je de trainers naast elkaar zet in plaats van onder elkaar.

Bij TinkOm hier rechts staan de foto's er bescheiden in, strak en zakelijk. Op mijn pagina hieronder zijn de trainers veel prominenter in beeld. We geven dus extra gewicht aan de personen die de training geven. Bij een teamcoach die een bepaalde methodiek gebruikt, kies je er misschien voor om die methodiek zwaarder te laten wegen. Hieronder zet ik zowel mezelf als Yolanda weg als de experts die we ook zijn.



SOCIAAL BEWIJS

Omdat TinkOm en ik deze Groeidag eerder met succes hebben gedraaid, hebben we mooie testimonials. Zonde om die niet voltallig te gebruiken, maar omdat het zoveel werd, hebben we ze wel in twee blokken gesplitst.

En zie je die quote eronder?
Over de volle breedte is dat een mooi breekvlak. En gebruik vooral een mooie zin van jezelf, de Nelson Mandela's van deze wereld worden al genoeg gekopieerd. Lever ze direct mee, daar word je webbouwer blij van.

HERHALING IS KEY

Aan het eind van de pagina herhalen we op beide pagina's de praktische info én een allerlaatste testimonial. Die tevreden klant geeft misschien nét dat laatste zetje qua emotie, terwijl de praktische info bepalend kan zijn voor iemand die vooral rationeel wikt en weegt om deel te nemen.

Want je schrijft dan wel voor die ene ideale klant, je hebt ze wel in verschillende soorten: de meer enthousiaste beslisser, de controller, de mensgerichte mens en de snelle beslisser. Zorg dat ze allemaal op hun wenken bediend worden, dan zit je altijd goed!

inkOm
 coaching & Training

Home Aanbod Visie op coaching Groeidag Ontmoet Yolanda Blog Contact

Datum: donderdag 21 sept van 9:30 tot 16:30 uur
Adres: Maxima Centrum, Prins Bernhardstraat 1a in Burgum
Fijne ruime locatie aan rand van het park. Inclusief soep, koffie en broodjes. Gratis parkeren voor de deur.

Maximaal 12 personen, vol = vol
Prijs € 397,- excl btw.

Laatste button om je aan te melden...

Na aanmelding ontvang je een factuur. Betaal die binnen 24 uur en je stoel is gereserveerd.

Samenvattend zei Amanda nog: "Na de groeidag heb je eigenlijk een lijstje met kant en klaar die dingen op je site die je kunt omruilen voor betere woorden, plus nieuwe ideeën. Die hot seat was heel verhelderend omdat je meteen helder hebt wat je te doen hebt. Best een beetje spannend."

Amanda

inkOm
 coaching & Training

Sitemap
Home
Aanbod
Ontmoet Yolanda
Visie op coaching
Contact

Legal
Algemene voorwaarden
Privacy verklaring
yolanda@inkom.nl
06 44 08 30 44

Home Werk met n

DATUM: donderdag 21 sept
van
9:30 tot 16:30 uur

Adres: Maxima Centrum, Prins Bernhardstraat 1a in Burgum
Fijne ruime locatie aan rand van het park. Inclusief soep, koffie en broodjes. Gratis parkeren voor de deur.

Maximaal 12 personen, vol = vol
Prijs € 397,- excl btw.

Laatste button om je aan te melden...

Na aanmelding ontvang je een factuur. Betaal die binnen 24 uur en je stoel is gereserveerd.

“
Samenvattend zei Amanda nog: "Na de groeidag heb je eigenlijk een lijstje met kant en klaar die dingen op je site die je kunt omruilen voor betere woorden, plus nieuwe ideeën. Die hot seat was heel verhelderend omdat je meteen helder hebt wat je te doen hebt. Best een beetje spannend."
Amanda

Aanbod
Content advies en strategie
Tekstschrijver voor websites
Workshop Groeidag
LinkedIn berichten bedenken
Open Middag
Storytelling doe-dag

Geaccrediteerd
Nederlandse Vereniging van Coaches (NVC)

KANTOOR BURGUM
Prins Bernhardstraat 1A, Burgum

THUIS
Kolkensluis 7, 9114 AC Driemum

EMAIL
info@inkom.nl

AFLEIDING

En wat doe je dan onderaan? Sluit je af met de footer? Ja. Bij een salespage laat je zowel de footer zien als de menubalk. Dat betekent dat je lezer verder kan surfen over je website. Volgens de goeroe's kun je ze beter als landingspagina's maken en dan geef je juist géén andere keuzes.

Dat past niet bij mij en mijn zakenpartners. Als je de lezer enthousiast hebt gemaakt, is de kans juist groot dat hij of zij misschien nog wel méér bij je wil kopen. Waarom zou je hem of haar die kans ontnemen? Ik geef graag die vrijheid.

Bij sommige klanten adviseer ik zelfs om hier de gratis weggever nog even neer te zetten, zodat mensen in elk geval nooit weggaan zonder hun mailadres te geven. Kan ook fijn zijn!

EN NU?

HOE NU VERDER?

Als het goed is, heb je meer inzicht over hoe je kunt spelen met de inhoud en opbouw van je dienstenpagina. Misschien ben je erachter gekomen dat jouw websitepagina's ook wel een update mogen hebben.

De Groeidag waarvan je de pagina's hebt bekeken, is perfect als je je hele website naar een next level wilt brengen. We vertellen je wát je kunt doen en hoe in jouw specifieke geval.

De Storytelling Doe Dag met die geweldige fotoshoot is de ideale opvolging als je toe bent aan het vergroten van je zichtbaarheid op de socials.

Ook 1 op 1 kun je bij me terecht. Ik stuur je nog wel wat mailtjes met extra tips. Tot later!

META GROOT ANTINK

WWW.TEKSTMETPIT.NL

[GROEIDAG](#)

[STORYTELLING-DOE-DAG](#)

