

שיעור 2

בונות עם קלוד

דף נחיתה שלם, מההתחלה ועד העלייה לאוויר

קהל · תוכן · מבנה · עיצוב · מובייל · SEO

מה עשינו בשיעור הקודם, ומה נעשה היום

1

בשיעור הקודם

הכרנו את קלוד, למדנו לכתוב לו נכון, וראינו על שקופית אחת איך נראה תהליך של בניית דף נחיתה.

2

היום

עושות את זה באמת. כל אחת בונה דף שלם לעסק שלה, ואני עוברת אתכן שלב אחרי שלב.

3

בשיעור הבא

Cowork. קלוד ניגש לקבצים במחשב שלכן ומבצע משימה שלמה. דחיתי את זה בשבוע בכוונה, כדי שקודם תבנו משהו משלכן.

כך ייראה הדף שלך בסוף המפגש

דף שלם

כל החלקים כתובים, מעוצבים ומסודרים. אפשר לשלוח אותו ללקוחה ולשמוע מה היא חושבת.

בלי לכתוב קוד

לא נפתח תוכנת עיצוב ולא נכתוב שורת תכנות אחת.

בשפה רגילה

כל מה שנעשה היום נעשה במילים פשוטות, בעברית.

כאן להדביק צילום מסך של דף הנחיתה שבניתי בהכנה למפגש

הדף לא יהיה מושלם, והוא גם לא צריך להיות. הוא יהיה מוכן.

איך המפגש עובד

1

כולן בונות

אני לא מדגימה ואתן צופות. עובדות יחד, כל אחת על העסק שלה, ואני מחכה שכולן יסיימו כל שלב.

2

כל פרומפט על המסך

כל מה שצריך לכתוב לקלוד מופיע על השקופית. מעתיקות ומדביקות, אין צורך לרשום.

3

יחד או בבית

בפינה של כל שקופית כתוב אם עושים אותה יחד במפגש או שהיא מיועדת לקריאה אחר כך.

4

לכל אחת ייצא אחרת

קלוד לא נותן את אותה תשובה לשתי משתמשות. אם יצא לך משהו שונה משלי, זה תקין.

אם משהו לא עובד, כותבות בצ'אט של הזום ולא מחכות לסוף.

מה צריך שיהיה פתוח לפני שמתחילות

1

נכנסות ל-Design

באתר claude.ai בוחרות ב-Design. זה המסך הוויזואלי שראינו בשיעור הקודם. נדרש מנוי Pro.

2

פותחות מסמך ריק

לשם נעתיק את הפרומפטים ואת מסמך הסיכום שקלוד יכתוב לנו בהמשך.

3

בודקות שיש מכסה

Design מתכלה מהר יותר מצ'אט רגיל. עדיף לא להשתמש בקלוד בשעה שלפני המפגש.

4

יודעות מה מוכרות

מה השירות, למי הוא מיועד, ומה הפעולה שאת רוצה שיעשו בדף. שלושת אלה מספיקים כדי להתחיל.

אין לך מנוי Pro? אפשר לעשות את כל המפגש בצ'אט הרגיל של קלוד, בחינם, עם אותם פרומפטים. ההבדל הוא רק שאין קנבס.

מי שלא הצליחה להיכנס כותבת עכשיו בצ'אט, ואנחנו מסדרות את זה לפני שממשיכות.



חלק 1

למי הדף מדבר

עשר דקות שקובעות אם הדף ימכור או רק ייראה יפה

סוג הדף

מטרה

כאב

קהל

נישה

עד כמה כדאי לצמצם את ההגדרה שלך

ככל שהדף מדבר לקהל מצומצם יותר, כך הוא משכנע יותר.

מאמנת כושר

רחב

מתאים לכל מאמן בארץ. אין סיבה לבחור דווקא בך.

מאמנת כושר לנשים

בינוני

כבר יותר טוב, אבל עדיין מתאים לאלף מאמנות אחרות.

אימון לחזרה לכושר אחרי לידה, לנשים בשנה הראשונה

מצומצם

מי שזה המצב שלה מרגישה שכתבו את זה עליה.

בדיקה מהירה: אם מתחרה ישירה שלך יכולה לקחת את המשפט שכתבת ולשים אותו בדף שלה בלי לשנות מילה, הוא עדיין כללי מדי.

כתבי לעצמך משפט אחד: אני עוזרת ל____ להגיע ל____. את המשפט הזה ניתן לקלוד בעוד רגע.

שלושה דברים שכדאי לדעת על הלקוחות שלך

ככל שתדעי עליהן יותר, כך הטקסטים בדף יהיו מדויקים יותר.

1

פרטים בסיסיים

גיל, מצב משפחתי, עיסוק, איפה הן גרות וכמה הן יכולות להוציא. זה החלק הקל, ולבד הוא לא מספיק.

2

המצב שלהן היום

מה קורה אצלן ברגע שהן נכנסות לדף. שלושה חודשים אחרי לידה, אחרי פיטורים, שנה שהן דוחות את זה. זה קובע את הטון של הדף.

3

מה הן כבר ניסו

מה ניסו בעבר ולא הצליח, ולמה הן חושדות שגם אצלך זה לא יעבוד. מכאן יגיעו התשובות לשאלות הנפוצות.

הכי קל לכתוב את זה על לקוחה אחת אמיתית שאת מכירה בשם, ואז להרחיב.

מה מפריע ללקוחות שלך

ארבעה סוגים של קושי. כדאי לדעת באיזה מהם הדף נוגע ואיפה.

1

קושי מעשי

אין לי זמן, אין לי ציוד, אני לא יודעת מאיפה להתחיל. זה מה שהן יגידו לך אם תשאלי.

2

קושי רגשי

אני מרגישה שאיבדתי את עצמי. זה מה שלא אומרות בקול, ובדרך כלל זו הסיבה האמיתית שמחפשות פתרון.

3

קושי חברתי

איך אני נראית בתמונות, האם אני היחידה שלא מסתדרת, מה יחשבו עליי.

4

עלות

כמה זה עולה להן, וכמה עולה להן להישאר במצב הנוכחי. זה מה שמצדיק אצלן את המחיר.

בדרך כלל הכותרת נוגעת בקושי הרגשי, פסקת ההסבר עונה על הקושי המעשי, והמחיר מוסבר דרך העלות של להישאר במצב הנוכחי.

רוב הדפים מתחילים מהפתרון. עדיף להתחיל מהקושי, כי שם הלקוחות נמצאות.

מבקשות מקלוד לחדד את ההגדרות

להעתיק ולהדביק

בתור אסטרטג שיווק מנוסה, עזור לי לחדד את ההגדרות שלי לפני שנבנה דף נחיתה. אני [מה את עושה] ומוכרת [מה]. הלקוחות שלי הן [מי] והקושי המרכזי שלהן הוא [מה]. תשאל אותי חמש שאלות שיבדקו אם זה באמת הקושי המרכזי ואם הגדרתי את הקהל מספיק מצומצם. אל תסכים איתי מהר, ותגיד לי אם משהו נשמע כללי מדי.

שימו לב לפתיחה: בתור אסטרטג שיווק. נתינת תפקיד לקלוד משנה את איכות התשובה, ונחזור לזה בהמשך.

אם קלוד מסכים עם הכל, כתבי לו: תגיד לי מה חלש כאן, גם אם זה לא נעים לשמוע.

מה את רוצה שיעשו בדף

פעולה אחת בלבד. כל אפשרות נוספת מורידה את אחוז ההמרה.

1

בוחרות פעולה אחת

להשאיר מייל, לקבוע שיחה, להירשם לוובינר או לרכוש. כל הדף בנוי כדי להוביל אליה.

2

מורידות הסחות

בדף נחיתה אין תפריט ניווט, אין קישורים לבלוג ואין קישורים לרשתות באמצע הדף. הם מוציאים גולשות מהדף.

3

חוזרות על הכפתור

אותה קריאה לפעולה, באותו נוסח, מופיעה למעלה, באמצע ובסוף. זו לא חזרתיות, זו נוחות.

אם אי אפשר להגיד במשפט מה הפעולה, קלוד לא יוכל לבנות דף שמוביל אליה.

חמישה סוגים של דפי נחיתה

כדאי להגיד לקלוד באיזה סוג מדובר, כי זה משנה את האורך ואת התוכן.

מכירה

הארוך מכולם. מחיר, מה כלול, אחריות, המלצות ושאלות נפוצות.

השארת פרטים

מסביר מה קורה בשיחה ומה לא קורה בה, כדי להוריד את החשש מלחץ מכירתי.

הרשמה לוובינר

תאריך ושעה גדולים וברורים, מה בדיוק ילמדו וכמה זמן זה לוקח.

הורדת מדריך

הדף מוכר את המדריך ולא אותך. שדה אחד בלבד, מייל.

רשימת המתנה

לפני שהמוצר קיים. קצר מאוד, בלי מחיר. מה שמציעות זה להיות בין הראשונות.

ככל שמבקשות מהגולשת יותר, כך הדף צריך להיות ארוך ולהסביר יותר.



חלק 2

בונות את הדף

מכאן עובדות יחד, שלב אחרי שלב, עד דף שלם

בנייה

תוכן

מבנה

סיכום

שאלות

ניסיון ראשון

מתחילות כמו שרוב האנשים מתחילים

להעתיק ולהדביק

תבנה לי דף נחיתה.

שולחות בדיוק את זה, בלי להוסיף מילה, ומסתכלות מה חוזר.

השאירו את השיחה הזאת פתוחה. בסוף המפגש נשווה בינה לבין הדף שנבנה יחד, וההבדל מפתיע.

זה בכוונה. אנחנו רוצות לראות מה קורה כשלא נותנות לקלוד מספיק מידע.

למה התוצאה יצאה כללית

1

כותרת שמתאימה לכולם

משפטים כמו שנה את חייך היום.
נכונים לכל אחד, ולכן לא מדברים
לאף אחת.

2

קהל מומצא

קלוד לא ידע למי את מוכרת, אז
כתב למישהי ממוצעת שלא קיימת.

3

הבטחות בלי תוכן

תוצאות מוכחות, ליווי מקצועי. אין
מוצר, אין מחיר ואין מה קורה אחרי
ההרשמה.

4

עיצוב סטנדרטי

סגול וכחול, כמו ברוב הדפים
שנבנים ב-AI, כי לא ביקשנו שום
דבר אחר.

קלוד לא טעה. הוא השלים לבד את כל מה שלא סיפרנו לו, וזה בדיוק תפקידו.

קלוד שואל אתכן שאלות לפני שהוא בונה

להעתיק ולהדביק

בתור מומחה קופירייטינג ובניית דפי נחיתה, אני רוצה שתבנה לי דף נחיתה ל[מה שאת מוכרת] עבור [מי הלקוחות]. המטרה של הדף היא [הפעולה]. לפני שאתה בונה משהו, תשאל אותי שבע שאלות שיעזרו לך להבין את המוצר, את הלקוחות, את הקושי שלהן ואת החששות שלהן. תשאל שאלה אחת בכל פעם, ותחכה לתשובה שלי לפני השאלה הבאה.

ההוראה לשאול שאלה אחת בכל פעם חשובה. בלעדיה תקבלי שבע שאלות ברצף ותעני על שלוש מהן.

כדאי לענות בכמה משפטים ולא במילה אחת. מה שתכתבי כאן יופיע אחר כך בדף.

השאלות עשו את רוב העבודה

1

קלוד שאל לפני שבנה

בדיוק העיקרון שדיברנו עליו בשיעור הקודם. הפעם ראיתן אותו עובד.

2

עלו דברים שלא חשבתן עליהם

רוב הנשים נתקעות על שאלה אחת, בדרך כלל מה בדיוק קורה אחרי שלוחצים על הכפתור.

3

עכשיו יש בסיס משותף

מכאן קלוד לא מנחש. הוא עובד לפי מה שסיפרת לו, ואפשר לתקן אותו לפי זה.

ההבדל בין הדף הכללי לדף שלך נוצר כאן, ולא בעיצוב.

שומרות מסמך סיכום

להעתיק ולהדביק

תסכם את כל מה שהבנת ממני למסמך מסודר: מי הלקוחות, מה הקושי שלהן, מה ההבטחה שלי, מה החששות שלהן, באיזה סגנון לכתוב, ומה חייב להופיע בדף. תכתוב את זה כך שאוכל להדביק את המסמך בשיחה חדשה ולהמשיך מאותה נקודה.

מעתיקות אותו למסמך עכשיו. אם השיחה תיתקע בהמשך, פותחות שיחה חדשה, מדביקות, וממשיכות מאותו מקום.

המסמך הזה ישמש אתכן גם לפוסטים, גם למיילים וגם למודעות. לא רק לדף הזה.

מבקשות מבנה ומוקאפ לפני העיצוב

להעתיק ולהדביק

לפני שאתה מעצב, תציע לי את מבנה הדף: אילו חלקים יהיו בו, באיזה סדר, ומה התפקיד של כל חלק. אחרי שאאשר, תראה לי מוקאפ פשוט של הדף, בלי צבעים וטיפוגרפיה, רק מלבנים עם שמות החלקים, כדי שאוכל לראות את הסדר לפני שנשקיע בעיצוב.

מוקאפ הוא שרטוט גס של הדף. בשלב הזה רואים רק את הסדר ואת היחס בין החלקים, בלי צבע ובלי טקסט מלא.

למה מבנה קודם

לשנות סדר של חלקים אחרי שהדף מעוצב לוקח הרבה יותר זמן.

מה לבדוק

שהחשש הגדול ביותר של הלקוחות מקבל מענה לפני הכפתור ולא אחריו.

כמה חלקים

בין חמישה לתשעה. פחות מזה חסר, ויותר מזה לא גוללות עד הסוף.

שבעת החלקים של דף נחיתה

מה התפקיד של כל חלק, כדי שתדעי לבדוק אם הוא עושה את שלו.

1 • כותרת ראשית

מסבירה למה כדאי להמשיך לגלול. עד שמונה מילים, ומדברת על מה שהלקוחה מקבלת.

2 • הבעיה

פסקה שמראה שאת מבינה את המצב שלה. בלי פתרון עדיין. כאן היא מחליטה אם להישאר.

3 • הפתרון

שני משפטים: מה זה, ואיך זה פותר בדיוק את מה שכתוב מעל.

4 • שלושה יתרונות

לכל אחד כותרת קצרה, משפט הסבר ותוצאה שאפשר למדוד. בלי תארים כלליים.

5 • המלצות

המלצות עם שם ותוצאה, או מספר לקוחות. המלצה כללית מדי פוגעת באמינות.

6 • שאלות נפוצות

כאן עונות על החששות. כמה זמן זה לוקח, מה אם זה לא מתאים לי, למה זה עולה ככה.

7 • קריאה לפעולה

כתוב עליה מה מקבלים ולא מה עושים. קבלי את השיעור הראשון, ולא שלחי.

אם לא ברור מה התפקיד של חלק מסוים, כנראה אפשר למחוק אותו.

חמש דרכים לכתוב כותרת ראשית

חוזרות לכושר תוך שישה שבועות, בלי לצאת מהבית	תוצאה וזמן
לבנות דף נחיתה בלי לדעת שורת קוד אחת	בלי המכשול
לאמהות טריות שאין להן שעה פנויה ביום	למי זה מיועד
מתאמנת כבר שנה ולא רואה שינוי?	שאלה
השיטה שמאתיים נשים כבר עברו	הבטחה עם מספר

בעוד רגע נבקש מקלוד חמש כותרות לפי חמש הדרכים האלה, ונבחר אחת.

כותרת טובה מתארת את המצב של הלקוחה אחרי שקנתה, ולא את המוצר עצמו.

כותבות כותרת ושלושה יתרונות

שלושת היתרונות

תכתוב שלושה יתרונות. לכל אחד כותרת של עד ארבע מילים, משפט הסבר, ותוצאה שאפשר למדוד. בלי מילים כמו מקצועי או איכותי.

הכותרת הראשית

תכתוב לי חמש אפשרויות לכותרת הראשית, כל אחת בדרך אחרת: תוצאה וזמן, בלי המכשול, למי זה מיועד, שאלה, והבטחה עם מספר. עד שמונה מילים כל אחת.

בוחרות אפשרות אחת, כותבות לקלוד איזו בחרתן, וממשיכות. לא מתלבטות עשר דקות בין חמש כותרות.

את שני החלקים האלה עושות לאט יחד, כדי ללמוד את השיטה. את השאר נכתוב בפרומפט אחד.

כותבות את שאר חלקי הדף

אותה שיטה, רק שהפעם מבקשות את כל החלקים יחד.

להעתיק ולהדביק

עכשיו תכתוב את שאר חלקי הדף, לפי המבנה שאישרתי ובאותו סגנון של הכותרת והיתרונות שבחרתי: פסקת הבעיה, פסקת הפתרון, שלוש המלצות לדוגמה שתסמן בהן איפה להשלים פרטים אמיתיים, ארבע שאלות נפוצות עם תשובות, והטקסט של הקריאה לפעולה. תכתוב כל חלק בנפרד עם כותרת, כדי שאוכל לעבור עליהם אחד אחד.

ההמלצות נכתבות כדוגמאות בלבד. חובה להחליף אותן בהמלצות אמיתיות לפני שהדף עולה לאוויר.

עוברות על מה שנכתב ומתקנות מה שלא נשמע כמוכן. בסוף השלב הזה יש דף שלם.

בונות את הדף

להעתיק ולהדביק

עכשיו תבנה את הדף על הקנבס, עם כל התוכן שכתבנו ובסדר שאישרתי. סגנון: [נקי וחם / מינימלי / נועז]. קריאה לפעולה בולטת. תבדוק שהדף מותאם גם לדסקטופ וגם למובייל. אל תמציא תוכן חדש שלא כתבנו. אם חסר לך מידע, תשאל אותי במקום להשלים לבד.

עוד לא נתנו צבעים וטיפוגרפיה, וזה בכוונה. קודם מוודאות שהמבנה עובד, ואחר כך מעצבות.

נותנות לזה לרוץ עד הסוף לפני שמבקשות תיקונים.



חלק 3

עיצוב הדף

צבע, טיפוגרפיה, מרווחים והתאמה למסכים

מובייל

מרווחים

טיפוגרפיה

גופנים

ניגודיות

פלטה

למה דפים שנבנים ב-AI נראים דומים זה לזה

1

אותם צבעים

מעבר מסגול לכחול חוזר כמעט בכל דף שנבנה כך. נראה יפה, ומיד מזוהה.

2

אותם גופנים

גופן אחד לכל הדף, בלי הבדל אמיתי בין הכותרות לטקסט.

3

אותם אייקונים

שלושה עיגולים עם אייקונים כלליים ליד שלושת היתרונות.

4

בלי אופי

אין בדף שום דבר שמרמז מי את, אז אף אחת לא זוכרת אותו.

הפתרון פשוט: לתת הוראות עיצוב מדויקות. מה שלא נבקש, קלוד יבחר לבד.

חמישה צבעים, ולכל אחד תפקיד

צבע הקריאה לפעולה

רק לכפתור. הבולט ביותר בדף, ולא מופיע בשום מקום אחר.

צבע משני

גוון רך של צבע המותג, לרקע של כרטיסים ולהפרדה בין חלקים.

צבע המותג

הצבע שלך. מופיע בכותרות ובפרטים קטנים.

טקסט

לא שחור מלא. אפור כהה או חום כהה נוח יותר לקריאה.

רקע

בהיר מאוד או כהה מאוד. תופס את רוב שטח הדף.

שלושה כללים פשוטים:

- רוב שטח הדף בצבע הרקע, חלק קטן בצבע המותג, ומעט מאוד בצבע הקריאה לפעולה
- אם צבע הכפתור מופיע גם במקומות אחרים, העין מפסיקה לזהות אותו ככפתור
- שלושה צבעים ועוד גוונים נייטרליים. יותר מזה נראה עמוס

שלוש פלטות מוכנות

אפשר להעתיק את הקודים ולהדביק אותם לקלוד בדיוק כמו שהם.

חם ורגוע

מתאים לבריאות, הורות וליווי אישי



C2410C



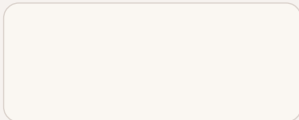
E3D3C2



8C5A3C



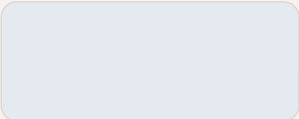
2B2320



FAF7F2



0F766E



E5EAF0



1E3A5F



111827



FFFFFF

נקי ומקצועי

מתאים ליעוץ, פיננסים ושירותים עסקיים



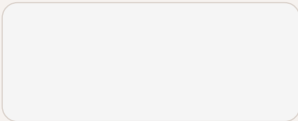
F59E0B



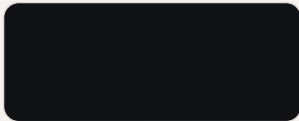
1F2430



6D28D9



F5F5F5



0F1115

נועז ומודרני

מתאים לטכנולוגיה ולקורסים דיגיטליים

הסדר בכל שורה זהה: רקע, טקסט, צבע מותג, צבע משני, צבע קריאה לפעולה.

שהטקסט יהיה קריא, לא רק יפה

לא קריא

אפור בהיר על רקע בהיר. נראה מעודן במסך שלך, וכמעט בלתי קריא אצל חלק גדול מהגולשות.

קריא

טקסט כהה מאוד על רקע בהיר מאוד. אפשר לקרוא אותו גם בשמש, גם במסך ישן וגם בגיל חמישים.

יש גם דרישות נגישות

לאתרים עסקיים בישראל יש כללי נגישות, וקריאות הטקסט היא הבסיס שלהם.

לא אפור על צבע

אפור בהיר על רקע צבעוני הוא הטעות הנפוצה ביותר בדפים שנבנים מהר.

יחס ניגודיות 4.5 ל-1

המידה המקובלת לקריאות של טקסט רגיל. קלוד יודע לבדוק אותה בעצמו.

מה לכתוב לקלוד: תוודא יחס ניגודיות של 4.5 ל-1 לפחות בין הטקסט לרקע בכל הדף.

גופנים שעובדים טוב בעברית

רוב הגופנים היפים באינטרנט לא תומכים בעברית. אלה כן, וכולם חינמיים.

נקי ופשוט, עם מגוון עוביים. בחירה בטוחה לכתורות ולטקסט.

Heebo

קריא מאוד גם בגדלים קטנים. מתאים במיוחד לפסקאות.

Assistant

פינות מעוגלות, נראה חמים וידידותי. מתאים למותגים אישיים.

Rubik

גופן עם תגים, נראה רציני וספרותי. יפה לכתורות.

Frank Ruhl Libre

רחב ואחיד, נראה טוב כמעט בכל מסך. בחירה שמרנית.

Noto Sans Hebrew

שני גופנים בדף זה המקסימום: אחד לכתורות ואחד לטקסט. שלושה כבר נראים לא מסודרים.

גדלים ומשקלים בדף

כותרת ראשית

כותרת של חלק בדף

טקסט רגיל. זה הגודל שבו נקראות הפסקאות, וזה הגודל שהכי הרבה אנשים עושים קטן מדי.

רוחב שורה מוגבל

שורה שנמתחת על כל רוחב המסך מעייפת. עדיף להגביל ל-700 פיקסל.

טקסט לא קטן מ-17

במובייל, טקסט קטן יותר גורם לגולשות לוותר ולצאת מהדף.

להדגיש בעובי

כשרוצות להבליט משהו, עדיף להעבות אותו מאשר להגדיל.

שלושה גדלים ודי

כותרת ראשית, כותרת של חלק, וטקסט רגיל. כל גודל נוסף רק מבלבל.

מה לכתוב לקלוד: תגביל את רוחב הטקסט ל-700 פיקסל, וטקסט רגיל בגודל 17 עם גובה שורה 1.6.

כמה אוויר להשאיר בין החלקים

השינוי הקטן שהכי משפר את המראה של הדף.

1

רווח בין חלקים

בין 80 ל-120 פיקסל למעלה ולמטה בכל חלק. זה מה שגורם לדף להיראות מסודר.

2

אותם מרווחים לאורך הדף

כדאי שכל המרווחים יהיו מתוך רשימה קבועה, למשל 8, 16, 24, 48 ו-96.

3

אוויר סביב הכפתור

כפתור שצמוד לטקסט נראה כאילו נשכח שם. תני לו מקום מסביב.

4

כשמשהו נראה עמוס

ברוב המקרים הפתרון הוא להוסיף רווח, ולא להוריד תוכן.

מה לכתוב לקלוד: תוסיף רווח בין החלקים, לפחות 80 פיקסל למעלה ולמטה, ותשמור על סולם מרווחים אחיד בכל הדף.

אפשר לבקש את זה בסוף, אחרי שהתוכן והצבעים מוכנים.

התאמה למובייל ולדסקטופ

רוב הגולשות יגיעו מהמובייל, בעיקר מאינסטגרם ומוואטסאפ.

1

עמודה אחת במובייל

מה שמסודר בשלוש עמודות בדסקטופ נערם לעמודה אחת במובייל. כדאי לבדוק שהסדר עדיין הגיוני.

2

הקריאה לפעולה בלי גלילה

הפעולה צריכה להיראות כבר במסך הראשון, או לחזור מיד אחריו.

3

כפתור בגודל אצבע

כפתור קטן במובייל פשוט לא נלחץ. גובה של 44 פיקסל לפחות.

4

בדיקה במכשיר אמיתי

פתחי את הדף במובייל שלך לפני ששולחת אותו למישהי. תמיד יימצא משהו לתקן.

מה לכתוב לקלוד: תבדוק שהדף מותאם גם לדסקטופ וגם למובייל, ותראה לי את שתי התצוגות זו לצד זו.

דף שנראה מצוין בדסקטופ ולא מסתדר במובייל נראה רע לרוב הגולשות.

מגדירות את שפת העיצוב של הדף

צבעים, טיפוגרפיה, מרווחים והתאמה למסכים, בפרומפט אחד.

להעתיק ולהדביק

בתור מעצב UI מנוסה, תעדכן את העיצוב של הדף לפי ההגדרות הבאות:
צבעים: רקע [קוד], טקסט [קוד], צבע מותג [קוד], צבע משני [קוד], קריאה לפעולה [קוד]. צבע הקריאה לפעולה מופיע רק על הכפתור.
טיפוגרפיה: [Heebo] לכותרות ו-[Assistant] לטקסט. טקסט רגיל 17, גובה שורה 1.6, רוחב טקסט עד 700 פיקסל.
מרווחים: לפחות 80 פיקסל בין החלקים, וסולם מרווחים אחיד.
תוודא יחס ניגודיות 4.5 ל-1 לפחות, ושהדף מותאם גם לדסקטופ וגם למובייל.

אלה בדיוק חמשת הנושאים שעברנו עליהם, כתובים בהודעה אחת.

לתת לקלוד תפקיד לפני שהוא עונה

אותה שאלה בדיוק, בתוספת שורה אחת, מחזירה תשובה ברמה אחרת.

בתור מעצב UI ומומחה חוויית משתמש

תעבור על הדף ותגיד לי שלושה דברים שלא עובדים בעיצוב, ומה היית מתקן קודם.

בתור קופירייטר שכותב דפי מכירה

תעבור על הטקסטים ותסמן איפה הניסוח חלש, ואיפה חסרה הוכחה.

בתור מפתח פרונטאנד

תבדוק שהדף נטען מהר, שהתמונות דחוסות ושהוא מותאם לכל גדלי המסך.

אפשר גם לבקש שלוש דעות על אותו דף: מעצב, קופירייטר ומפתח. כל אחד יראה משהו אחר.

איך מבקשות מקלוד לתקן

אין צורך במונחים מקצועיים. צריך להגיד בדיוק מה מפריע ואיפה.

כדאי לכתוב

במקום לכתוב

הכותרת גדולה מדי. תקטין אותה ותוסיף רווח מעליה.

תעשה יותר יפה

הכפתור נבלע ברקע. תעשה אותו בצבע כהה יותר וגדול יותר.

זה לא עובד לי

תשאיר את כל השאר כמו שהוא, ותחליף רק את החלק העליון.

תשנה הכל

מילים כמו גדול מדי, נבלע, צפוף או ריק הן הוראות מספיק מדויקות עבור קלוד.

מבקשות תיקון אחד בכל פעם. שלושה תיקונים בהודעה אחת מחזירים דף שלא ביקשתן.

שלושה משפטים ששווה לזכור

1

אל תשנה שום דבר חוץ ממה שביקשתי

מונע ממנו לשפר דברים שלא ביקשת ולקלקל מה שכבר אהבת.

2

תחזור לגרסה הקודמת

כשהתיקון החמיר את המצב. קלוד זוכר מה היה קודם ואפשר לחזור אחורה.

3

בתור מעצב UI, מה לא עובד כאן

כשמשהו מפריע לך ואת לא יודעת להצביע על מה. עם התפקיד התשובה תהיה מקצועית הרבה יותר.

שווה לצלם את השקופית הזאת. שלושת המשפטים חוזרים בכל פרויקט.

מה עושות כשמשהו משתבש

כל התקלות האלה קורות לכולן, ולאף אחת מהן לא צריך להתחיל מחדש.

1

שינה משהו שלא ביקשת

כותבות: תחזור לגרסה הקודמת ותשנה רק את X. לא מתווכחות איתו, פשוט מנחות שוב.

2

התבלבל ואיבד הקשר

השיחה התארכה. פותחות שיחה חדשה, מדביקות את מסמך הסיכום מפרומפט 3, וממשיכות.

3

נגמרה המכסה

הדף נשמר. אפשר לחזור בעוד כמה שעות או להמשיך בינתיים בצ'אט הרגיל.

4

לא אוהבת ולא יודעת למה

כותבות: תן לי שלוש גרסאות עיצוב שונות ואבחר. קל יותר לבחור מאשר לנסח.



חלק 4

SEO

מה זה, מה רלוונטי לדף נחיתה, ומה קלוד לא יכול לעשות

מגבלות

מילות מפתח

יסודות

מה זה SEO

מה זה SEO ולמה זה חשוב גם לדף נחיתה

SEO, בעברית קידום אורגני, הוא אוסף הפעולות שגורמות לגוגל להבין על מה הדף שלך ולהציג אותו לאנשים שמחפשים בדיוק את זה. אורגני פירושו בלי לשלם על מודעה.

וזה לוקח זמן

דירוג גבוה בגוגל נבנה לאורך חודשים ודורש תוכן קבוע, לא דף אחד.

וגם כששולחות אותו

הכותרת והתיאור הם מה שמופיע כששולחות את הקישור בוואטסאפ או בפייסבוק.

אבל הדף עדיין מופיע בגוגל

כשמישהי תחפש אותך בשם, הדף הזה הוא מה שהיא תמצא. כדאי שייראה טוב.

רוב התנועה לא תגיע מגוגל

דפי נחיתה חיים בעיקר ממודעות, מאינסטגרם, מקבוצות ומרשימת תפוצה.

המטרה כאן היא לא להביא תנועה מגוגל, אלא שהדף ייראה נכון לכל מי שכבר מגיעה אליו.

שבעה יסודות שקלוד מטמיע בתוך הדף

1 כותרת הדף

ה-Title. מופיע בלשונית הדפדפן ובתוצאות החיפוש. עד 60 תווים.

2 תיאור הדף

ה-Description. השורות שמתחת לכותרת בגוגל. עד 155 תווים.

3 כותרת H1 אחת

בדף יש כותרת ראשית אחת בלבד. השאר הן כותרות משנה H2.

4 טקסט אמיתי

לא תמונה של טקסט. מה שנמצא בתוך תמונה לא נקרא בגוגל.

5 תיאור לתמונות

טקסט Alt לכל תמונה. חשוב גם לגוגל וגם לנגישות.

6 כתובת קצרה

כתובת באנגלית עם מילים ברורות, לא רצף אותיות ומספרים.

7 מהירות טעינה

תמונות דחוסות ומעט תוספות. דף איטי מאבד גולשות לפני שקראו.

את כל השבעה מבקשות בפרומפט אחד, ועוד רגע נעשה בדיוק את זה.

איך בוחרות את מילות המפתח של הדף

1

לא המונח המקצועי

הלקוחות יקלידו אימון אחרי לידה, ולא את השם המקצועי של השיטה שלך.

2

איפה בודקות

בהשלמות של גוגל, ברשימת החיפושים הקשורים בתחתית עמוד התוצאות, ובשאלות שנשאלות בקבוצות.

3

כמה פעמים לשלב

ביטוי מרכזי אחד ועוד שניים משניים. בכותרת, בפסקה הראשונה ובכותרת משנה אחת.

4

מה לא לעשות

לא לחזור על אותו ביטוי עשר פעמים. גוגל מזהה את זה, וגם הקוראת מרגישה שהטקסט מוזר.

בעברית יש פחות תחרות על ביטויים ארוכים. ביטוי של ארבע מילים שמתאר בדיוק את מה שאת עושה שווה יותר מביטוי כללי.

מילת מפתח היא פשוט המילים שבהן הלקוחות שלך מחפשות פתרון.

מבקשות מקלוד להטמיע את הגדרות ה-SEO

זה הפרומפט האחרון של הבנייה. אחריו הדף מוכן.

להעתיק ולהדביק

בתור מומחה SEO, תטמיע בדף את ההגדרות הבאות. הביטוי המרכזי שלי הוא [ביטוי].
תן לי שלוש אפשרויות לכותרת הדף עד 60 תווים ושלוש אפשרויות לתיאור עד 155 תווים.
תוודא שיש כותרת H1 אחת בלבד, תוסיף טקסט Alt לכל התמונות, ותציע כתובת קצרה באנגלית. תשלב את הביטוי בטבעיות
ובלי לחזור עליו יותר מדי.

לא מבטיח מקום ראשון

מי שמבטיח לך מקום ראשון בגוגל,
בכסף או בלי, לא אומר אמת.

לא מביא קישורים

קישורים מאתרים אחרים נבנים דרך
קשרים ופרסום, לא דרך פרומפט.

לא מכניס אותך לגוגל

אחרי שהדף עולה מגישות אותו דרך
Google Search Console.

לא קונה כתובת אתר

רכישת דומיין נעשית אצל ספק חיצוני,
וזו פעולה שלך.

קלוד אחראי על מה שבתוך הדף. מה שמחוץ לדף נשאר באחריותך.

מה יש לך עכשיו, ומה עוד חסר

יש לך

- דף שלם, עם כל החלקים, צבעים וטיפוגרפיה
- משהו שאפשר לשלוח ולקבל עליו תגובות
- מסמך סיכום שישמש גם לפוסטים ולמיילים
- נקודת פתיחה מוכנה למעצבת או למפתחת

עוד אין לך

- דומיין, כלומר כתובת אינטרנט משלך
- אחסון, כלומר מקום שבו הדף חי באוויר
- טופס שבאמת שומר את מי שנרשמה
- מדידה של כמה נכנסו וכמה נרשמו

אפשר כבר עכשיו לשלוח את הדף לחמש לקוחות ולשמוע מה הן חושבות, עוד לפני שהוא באוויר.

בשקופית הבאה בדיוק שלושת הדברים החסרים, ואיזה כלים עושים אותם.

דומיין, אחסון וטפסים: מה צריך ובאילו כלים

שלושה דברים נפרדים. אפשר לעשות את שלושתם בערב אחד.

טופס

מה שקורה כשלוחצות על הכפתור. בלי זה הפרטים לא נשמרים בשום מקום.

Tally · Formspree · Google Forms · או ישירות למערכת דיוור

אחסון

המקום שבו הדף יושב באוויר. גוררות לשם את הקובץ שקלוד ייצר ומקבלות כתובת פעילה.

כולם עם Netlify · Vercel · GitHub Pages מסלול חינמי

דומיין

כתובת האינטרנט של הדף, למשל yourname.co.il. נרכשת בתשלום שנתי אצל רשם דומיינים.

ספקים GoDaddy · Namecheap · Cloudflare ישראלים

מבקשות מקלוד: תייצא לי את הדף כקובץ HTML אחד, ותסביר לי צעד אחר צעד איך להעלות אותו ל-Netlify ואיך לחבר טופס.

לפני שקונות דומיין: אפשר להעלות לאוויר בכתובת זמנית וחינמית ולבדוק שהכל עובד.

שלושה מספרים שכדאי לבדוק

1

כמה נכנסו

בלי תנועה אין מה לבדוק. דף שנכנסו אליו עשרה אנשים עדיין לא נבחן.

2

כמה הגיעו עד הכפתור

אם רובן עוזבות לפני, הבעיה בחלק העליון: בכותרת או בפסקת הבעיה.

3

כמה השאירו פרטים

אם הגיעו עד הסוף ולא נרשמו, הבעיה בהצעה עצמה או בחשש שלא ענית עליו.

אחוזי ההרשמה משתנים מאוד לפי תחום ולפי מקור התנועה. עדיף להשוות לעצמך מלפני חודש ולא למספרים שראית ברשת.

המקום שבו הגולשות עוזבות מראה בדיוק איזה חלק בדף צריך תיקון.

מהגדרות ועד דף בנוי

1 · חידוד ההגדרות

בתור אסטרטג שיווק, תשאל אותי חמש שאלות שיבדקו אם זה הקושי המרכזי ואם הקהל מצומצם מספיק.

2 · שאלות

לפני שאתה בונה, תשאל אותי שבע שאלות על המוצר, הלקוחות, הקושי והחששות. שאלה אחת בכל פעם.

3 · מסמך סיכום

תסכם הכל למסמך מסודר שאוכל להדביק בשיחה חדשה ולהמשיך ממנו.

4 · מבנה ומוקאפ

תציע אילו חלקים יהיו בדף ובאיזה סדר, ואחרי שאאשר תראה לי מוקאפ בלי צבעים.

5 · כותרת ויתרונות

חמש אפשרויות לכותרת בחמש דרכים שונות, ושלושה יתרונות עם תוצאה שאפשר למדוד.

6 · שאר החלקים

תכתוב את הבעיה, הפתרון, ההמלצות, השאלות הנפוצות והקריאה לפעולה, לפי המבנה שאישרתי.

כדאי לצלם. הפרומפטים האלה יעבדו לכן גם על מצגת, מסמך או תוכנית עסקית.

מבנייה ועד דף מוכן לאוויר

7 · בנייה

תבנה את הדף עם התוכן שכתבנו, בסגנון [X]. תבדוק שהוא מותאם לדסקטופ ולמובייל.

8 · עיצוב

בתור מעצב UI: צבעים בקודים, גופן לכותרות וגופן לטקסט, 80 פיקסל בין החלקים.

9 · ניגודיות

תוודא יחס ניגודיות 4.5 ל-1 לפחות בין הטקסט לרקע בכל הדף.

10 · ביקורת מקצועית

בתור מעצב UI ומומחה חוויית משתמש, תגיד לי שלושה דברים שלא עובדים ומה לתקן קודם.

11 · SEO

בתור מומחה SEO: שלוש אפשרויות לכותרת עד 60 תווים, שלוש לתיאור עד 155, ו-Alt לכל תמונה.

12 · העלאה לאוויר

תייצא את הדף כקובץ HTML אחד, ותסביר לי צעד אחר צעד איך להעלות אותו ואיך לחבר טופס.

שנים עשר פרומפטים, וזה כל התהליך מההתחלה ועד דף באוויר.

שלושה דברים לעשות השבוע

הדף כבר בנוי. אלה הדברים שהופכים אותו לדף שעובד.

1

להחליף את ההמלצות

ההמלצות שקלוד כתב הן דוגמאות בלבד. מחליפות אותן בהמלצות אמיתיות, עם שם ותוצאה.

2

לשלוח ללקוחה אחת

לא לקבוצה. ללקוחה אחת מהקהל שלך, ולשאול אותה שאלה אחת: מה לא ברור לך פה.

3

לשמור את מסמך הסיכום

המסמך נכנס לספריית הפרומפטים שפתחנו בשיעור הקודם, בקטגוריה חדשה של פרויקטים.

מי שמעלה צילום מסך של הדף לקבוצה השבוע, מקבלת עליו משוב ממני ומהקהילה.

ארבעה דברים שכדאי לזכור

1

קודם למי, אחר כך איך

מי הלקוחות, מה מפריע להן ומה הפעולה שאת רוצה. שלוש התשובות האלה קובעות את הדף.

2

לתת לקלוד לשאול

שמונה דקות של שאלות שינו את התוצאה יותר מכל שינוי עיצובי.

3

לתת תפקיד

בתור מעצב UI, בתור קופירייטר, בתור מומחה SEO. שורה אחת שמעלה את רמת התשובה.

4

לתקן דבר אחד בכל פעם

כך אפשר לדעת מה גרם למה, ולא לאבד שליטה על הדף.

בלי קוד, בלי תוכנת עיצוב, ובשעה אחת. יש לכן דף.

מה קורה עכשיו



1

המפגש הבא

Cowork. קלוד ניהש לקבצים במחשב שלך ומבצע משימה שלמה מתחילתה ועד סופה.

2

בקבוצה

מעלות צילומי מסך של הדפים, שאלות ומקבלות משוב במהלך השבוע.

3

החומרים

שני כרטיסי הפרומפטים והמצגת המלאה נשלחים בקבוצה מיד בסיום.

לא לדבר על האישה שאת רוצה להיות. לבנות אותה.