

# Welcome Page и ее секреты

Итак, на 80% рост вашей группы будет зависеть от Welcome Page или ее аналога. Какой она должна быть, чтобы достичь максимального эффекта?

Общие правила Welcome Page (входной страницы):

- Главная ее задача — мотивировать человека нажать «Мне нравится».
- Должны быть стрелка или графический элемент, указывающий на соответствующую кнопку, чтобы всем было понятно, куда нажимать, поскольку уровень Facebook-грамотности у посетителей страницы может быть различным.
- Должен присутствовать соответствующий призыв, мотивирующий нажать эту кнопку — «Поддержи нас!», «Узнай больше!», «Получи скидку!», «Получи доступ к чему-либо» и т. п.
- Имеет смысл (но не является обязательным условием) ввести на страницу некий графический элемент — ваш логотип, некоего персонажа, рекламного героя... Это стоит сделать, если ваш бренд уже узнаваем. Или если он пока не узнаваем, но красивый, стильный, смешной и может побудить нажать «Мне нравится».

- Если пользователь еще не имеет аккаунта на Facebook, предложите ему сделать это.
- Лучше не размещать на Welcome Page других кнопок и ссылок, чтобы «не потерять» пользователя.
- Страница должна быть написана на родном языке пользователя.
- По умолчанию она должна показываться всем, кто заходит к вам, то есть всем «не друзьям».

Специально для этой книги я отсмотрел 500 Welcome Pages. Из 500 самых популярных страниц по числу друзей я отобрал восемь, с моей точки зрения, наиболее интересных. А также добавил свои разработки, эффективность которых проверена на практике. Вполне вероятно, что к тому времени, когда вы будете читать эту книгу, многие из этих страниц изменятся. Вы можете зайти по адресам, указанным над ними, и сравнить, какими они стали теперь.

Кроме того, я рекомендую вам регулярно, раз в квартал, просматривать Welcome Page лидеров, ваших конкурентов, оценивать их и отбирать наиболее интересные, на ваш взгляд, идеи и решения.

*Пример.* Страница ESET NOD32 Russia — антивирус ESET NOD32 в России (см. *рис. 7*). Обратите внимание на призыв нажать кнопку; стрелку, указывающую на кнопку «Мне нравится»; наличие аргументации, почему это стоит сделать; и призыв завести аккаунт, если его еще нет (этот момент актуален для России, где пользователей Facebook еще не так много). Также важно, чтобы была указана географическая принадлежность офиса (флаг России, то есть российское подразделение; это же и на логотипе — ESET Russia). Для посетителей из Украины и Казахстана эта страница немного меняется — появляется приветствие на другом языке — соответственно, украинском или казахском.

Рис. 7. Страница антивируса ESET NOD32 Russia, [www.facebook.com/esetnod32russia](http://www.facebook.com/esetnod32russia)

The screenshot shows a Facebook page for 'ESET Nod32 Russia'. At the top, there's a navigation bar with 'facebook' and 'Регистрация' (Registration) buttons. A message 'Facebook помогает Вам всегда оставаться на связи и общаться со своими знакомыми' (Facebook helps you always stay connected and communicate with your friends) is displayed. On the left, there's a profile picture of a metallic robot-like character and a sidebar with links like 'Стена' (Wall), 'Информация' (Information), 'Welcome' (highlighted in blue), 'Podcast', 'Интернет-магазин' (Internet store), 'Фотографии (3)' (Photos (3)), and 'Видео'. Below this is a section titled 'О нас' (About us) with text about ESET NOD32 being one of the most popular antivirus in the world. The main content area features a large image of the same robot character running through a field of floating letters. Text on the right side of the image reads: 'Более 14 000 000 россиян выбрали ESET NOD32 для защиты своего компьютера. Это каждый 3-й компьютер в стране!' (More than 14,000,000 Russians chose ESET NOD32 for protecting their computer. It's every 3rd computer in the country!). Below the image, a call-to-action button says 'Нажмите кнопку "Мне нравится" для продолжения!' (Press the "Like" button to continue!). Further down, another message states: 'Вы будете в курсе всех новостей о защите вашего компьютера!' (You will be informed about all news about computer protection!). At the bottom, there are three sections: 'Новости, подкасты, игры, фото и видео' (News, podcasts, games, photos and video) with a camera icon; 'Подарки и викторины' (Gifts and quizzes) with a computer monitor icon; and 'Советы и рекомендации от лучших вирусных аналитиков' (Advice and recommendations from leading virus analysts) with a mountain icon.

Пример. Страница HamsterSoft — разработчик бесплатного софта для дома (см. рис. 8). Обратите внимание — есть призыв нажать кнопку, стрелка, привлекательный мультишарнирный персонаж, а также возможность прямо здесь бесплатно скачать ПО. Кстати, при установке ПО отсюда стоит метка, компания узнает, что пользователь скачал его именно из Facebook. Страница переведена на 10 языков и показывается

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)

пользователю на его родном языке; если же перевода на его родной язык нет, страница выводится на английском.

**Рис. 8. Страница компании HamsterSoft, [www.facebook.com/hamstersoftware](http://www.facebook.com/hamstersoftware)**



*Пример.* Страница популярного напитка Red Bull (см. рис. 9). Это международная страница, но приветственное сообщение выдается на русском (родном для меня) языке. В зависимости от страны пользователя на странице показываются разные сообщения. Узнаваемый продукт — банка и призыв «залайкать» страницу. Фоном выступает видео, что еще сильнее мотивирует человека нажать «Мне нра-

вится» и получить доступ к нему. В большинстве случаев пользователь может посмотреть стену страницы и другие разделы без нажатия «Мне нравится». Для этого просто надо нажать ссылку в навигации слева, но люди об этом не догадываются.

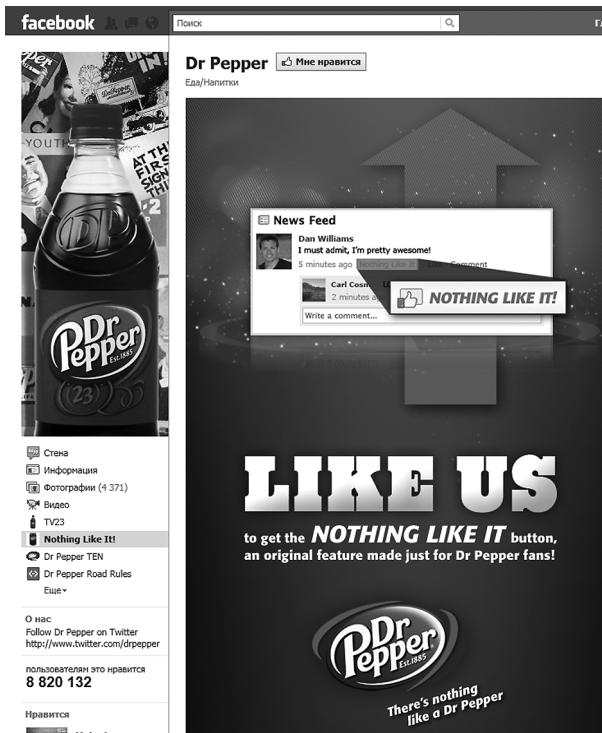
**Рис. 9. Страница напитка Red Bull, <http://www.facebook.com/redbull>**



*Пример.* Страница еще одного популярного в США напитка — Dr Pepper (см. рис. 10). Яркий дизайн в стилистике бренда («вишневая кола»), огромный шрифт, большая стрелка. Но кроме этого — спецпредложение для фанатов, возможность скачать специальную программу (плагин для

браузеров), что позволит иметь кнопку Nothing like it! на Facebook, которой нет у других пользователей, — в общем, быть не таким, как другие.

**Рис. 10. Страница напитка Dr Pepper, <http://www.facebook.com/DrPepper>**



*Пример.* Основная страница компании Disney (см. рис. 11). Всего у Disney более сотни страниц — дочерних компаний, проектов (фильмов), киногероев, а также локальные версии этих страниц. Для крупных компаний и холдингов, работающих в нескольких странах, это очень интересный пример того, как следует строить сообщества клиентов. Я обязательно рекомендую сотрудникам таких компаний регулярно посещать страницы Disney.

На основной Welcome Page компания дает список всех своих официальных групп. Можно стать фанатом сразу нескольких из них. Что, видимо, многие и делают. Таким образом Disney сразу формирует несколько сообществ. Суммарное число их фанатов уже превосходит население России.

**Рис. 11. Страница компании Disney, <http://www.facebook.com/Disney>**



*Пример. Страница бренда печенья — Oreo (см. рис. 12). Оказывается, даже у печенья может быть 17 миллионов друзей! Незамысловатый, но эффективный дизайн Welcome*

Рис. 12. Страница бренда печенья Oreo,

<http://www.facebook.com/oreo>

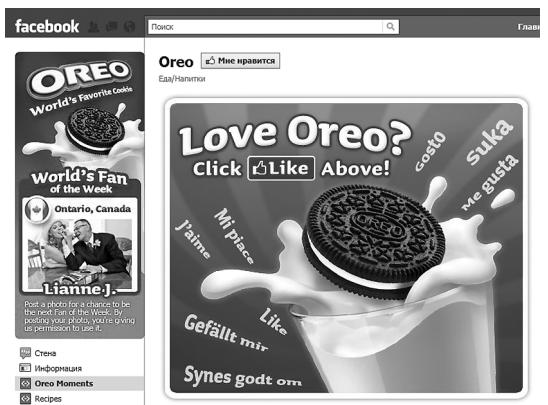


Рис. 13. Страница футбольного клуба Barcelona,

[www.facebook.com/fcbarcelona](http://www.facebook.com/fcbarcelona)



[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)

Page — ничего лишнего, простой призыв нажать кнопку «Мне нравится».

Обратите внимание на логотип в левом верхнем углу. Такой прием используют многие бренды, и всегда успешно. Фанат может попасть в логотип и стать популярным, если его фотографию признают самой интересной на этой неделе. В итоге люди публикуют множество своих фотографий с печеньем и призывают своих друзей голосовать за себя.

*Пример.* Официальная страница футбольного клуба Barcelona (см. рис. 13). Кроме призыва вступить в группу есть ссылки на страницы на Youtube, Twitter, а также ссылки на покупку билетов, родственные сайты, ну и, конечно, фотографии любимой команды для фанатов.

*Пример.* Официальная страница футбольного клуба Manchester United (см. рис. 14). Она интересна тем, что с ходу предлагает позвать всех своих друзей в группу. Спортивные фанаты очень активны и хорошо организованы, поэтому такой прием помогает им быстро привлекать в свои ряды всех онлайновых фанатов.

*Пример.* Официальная страница автомобильного бренда BMW (см. рис. 15). Указание, что это именно официальная страница, стрелка, призыв нажать «Мне нравится» и тут же ссылки на локальные страницы бренда.

*Пример.* Страница журнала Time (см. рис. 16). Простой, яркий дизайн. Стрелка, призыв вступить в группу. Такую страницу легко создать, и она будет давать стабильно хороший результат. Естественно, лучше делать на родном для пользователя языке.

*Пример.* Pepsi (см. рис. 17) серьезно проигрывает Coca-Cola в Facebook, но Welcome Page у нее вполне интересная — простой дизайн, стрелка, призыв вступить в группу, изображение самого напитка. Кстати, место, отводимое под фотографию, можно использовать для продвижения новых продуктов, меняя изображение.

**Рис. 14. Страница футбольного клуба Manchester United, [www.facebook.com/manchesterunited](http://www.facebook.com/manchesterunited)**

The screenshot shows the Manchester United Facebook page. At the top, there's a banner with the club's logo and the word 'CHAMPIONS'. Below the banner, there are links for 'Wall', 'Info', 'Friend Activity', 'Welcome', 'Spread the word', and 'Photos'. A search bar at the top right contains the text 'Search'. In the center, there's a modal window titled 'Invite your friends to join Manchester United' with the sub-instruction 'Add up to 4 of your friends by clicking on their pictures below.' It features a 'Skip' button. Below this, a 'Find Friends' input field has 'Start Typing a Name...' placeholder text. A 'Filter Friends' dropdown is set to 'All'. To the right, a 'Selected (0)' button is shown. A scrollable list of friend profiles follows, each with a small profile picture and name: Elena Al'tova, Elena Barabanova, Elena Myzona, Elena Zherova, Eugene Gugchkin, Eugene Zobozhan, Fedor Wrin, Gal' Zvyagin, Gerlificus Ershree, Helga Shautsukova, Ignacio Stampato, Igor Berdy, Ilya Sadkov, Ilya Gusarov, and Isolff Pintus. At the bottom of the list is a 'Send Manchester United Invitation' button, followed by another 'Skip' button.

**Рис. 15. Страница автомобильного бренда BMW, [www.facebook.com/BMW](http://www.facebook.com/BMW)**

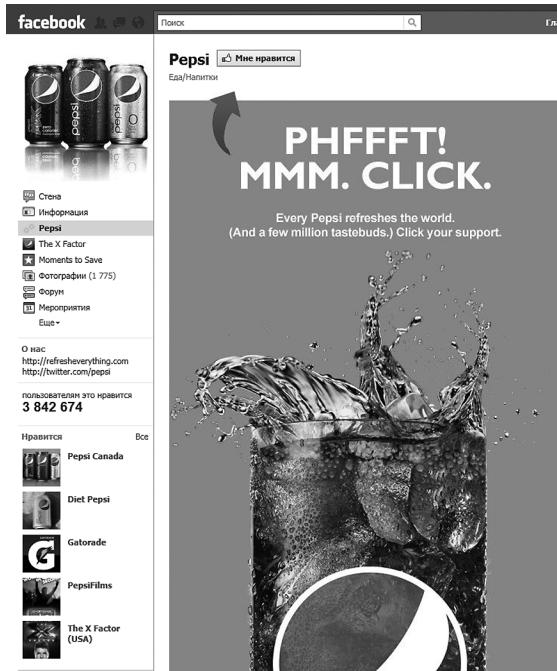
The screenshot shows the BMW Facebook page. At the top, there's a large image of a BMW car with the text 'Sheer Driving Pleasure' and a 'BMW' logo. Below it, there's a smaller image of a BMW convertible. On the left sidebar, there are links for 'Стена', 'Информация', 'Фотографии (26154)', '20Originals', 'ONE ORIGINAL. TWO ORIGINALS', 'Your BMW moment', 'BMW TV', 'Видео', and 'Еще...'. A message 'Мне нравится' is displayed next to the 'BMW' logo. Below the logo, it says 'Марка · Munich, Bayern, Germany'. A large call-to-action button with a thumbs-up icon and the text 'CLICK ON THE BUTTON ABOVE TO 'LIKE' BMW.' is prominently displayed. Below this, a section titled 'IT'S ALL ABOUT CHARACTER. ONE ORIGIN. TWO ORIGINALS.' is shown. It includes a paragraph about the campaign and a video thumbnail with the text 'ONE ORIGIN. TWO ORIGINALS. Meet the siblings of...'. The video thumbnail shows two men smiling. At the bottom of the page, there are video controls for play, volume, and progress (0:00 / 0:57), along with buttons for 'Watch later' and 'YouTube'.

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)

Рис. 16. Страница журнала Time, [www.facebook.com/time](http://www.facebook.com/time)



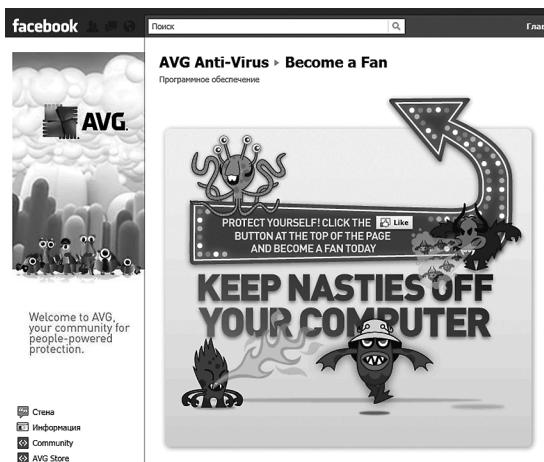
Рис. 17. Страница напитка Pepsi, [www.facebook.com/pepsi](http://www.facebook.com/pepsi)



[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](#)

*Пример.* Официальная страница антивируса AVG (см. рис. 18). При оформлении входных страниц нечасто используют юмор, хотя он, если понятный, всегда пользуется спросом. Мультишные персонажи, шутки — все это может мотивировать пользователей нажимать «Мне нравится». И не забывайте про стрелку! Большая стрелка всегда привлекает внимание, даже если пользователь плохо владеет английским языком и не сразу понимает, чего от него хотят.

**Рис. 18. Страница антивируса AVG, [www.facebook.com/avgfree](http://www.facebook.com/avgfree)**



Но как пользователи попадут на вашу Welcome Page? Ведь вам надо обеспечить несколько миллионов просмотров, чтобы получить 100 000 друзей. Это зависит от трафика вашего сайта и его структуры. Возможны, например, такие варианты (первые два самые эффективные):

- Перенаправление (редирект) или показ поп-ап (всплывающего баннера) при выходе с сайта; подробнее об этом см. ниже.

- Перенаправление или показ всплывающего баннера после определенного действия — завершения покупки в интернет-магазине, скачивания того или иного файла (далее мы остановимся на этом подробнее).
- Привлечение через рассылку приглашений по клиентам, партнерам.
- Перенаправление, привлечение через уже имеющиеся у вас онлайн-игры, приложения и пр.;
- Конкурсы, викторины на Welcome Page.
- В самом крайнем случае — покупка рекламы, посетителей (но это нежелательный способ).