

Андрей Сеошников

КАК СОЗДАТЬ ПРОДАЮЩИЙ САЙТ?

*ПОДРОБНАЯ
ИНСТРУКЦИЯ*

+

*СОВЕТЫ
БЫВАЛЫХ*



“ В связи с ростом рекламы в сети термин «продающий сайт» стал очень актуальным. Стоит отметить, что компании, которые предоставляют услуги по созданию сайтов, вкладывают в этот термин разное значение. Но в одном все сходится – это web-ресурс, который помогает реализовать услуги и товары, обеспечивая компанию постоянным притоком клиентов.. ”

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Лидогенерация	3
2. Факторы торможения лидогенерации	5
3. Где брать посетителей?	6
4. Создание продающей страницы	8
5. 5 важных деталей продающего сайта	11
6. 7 популярных ошибок продающего сайта	12

Лидогенерация

«Просто делайте хорошую рекламу и деньги придут» (Just make a good ad and money will come)

Лео Бернетт

На сегодняшний день лидогенерация – это одно из популярнейших направлений в интернет-маркетинге. Это подразумевает получение прибыли от реализации каких-то действий на сайте (например, оплата за звонок с сайта или оплата за скачивание программы).

Лидогенерация и ценовые модели оплаты рекламы

«Чтобы продать товар один раз, нужна хорошая упаковка. Но чтобы продать товар второй раз, нужно, чтобы это был хороший товар»

Сильвия Чиз (р. 1956), бельгийская журналистка

Рекламодатели зачастую путают лидогенерацию с понятием ценовой модели оплаты рекламы. Причиной этому стало активное развитие партнерского маркетинга. Это предоставило рекламодателям большой выбор моделей оплаты с разными ценовыми диапазонами.

Самые популярные модели:

- CPL (Cost Per Lead) – в этой модели оплачиваются определенные действия посетителей;
- CPO (Cost Per Order) – оформление заказа с его последующей оплатой в интернет-магазине;
- CPS (Cost Per Sales) – получение прибыли за выполненный заказ, обычно выплачивается процент от продаж;
- CPI (Cost Per Install) – широко применяется в мобильном маркетинге и является оплатой за установку рекламного продукта на телефоне покупателя;
- CPV (Cost Per View) – оплата за показ видео ролика или за показ страницы, этой моделью успешно пользуются фото- и видеохостинги;
- CPC (Cost Per Call) – оплата за звонок возможного клиента.

Возможности лидогенерации

Лидогенерация – это сбор контактной информации о людях, которые заинтересовались в рекламируемом товаре или услуге. Пользователь, который оставил о себе информацию на сайте, называется «лидом», и

Как создать продающий сайт?

предприниматель, который владеет этой информацией, намного повышает шансы на удачную сделку. «Холодный» клиент благодаря системе лидогенерации превращается в «тёплого».

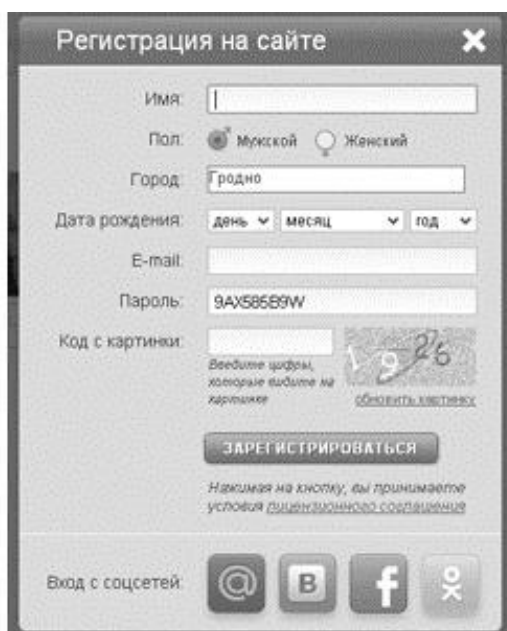
Большая часть малого и среднего бизнеса пользуются размещением рекламы с оплатой за результат. Крупные компании также используют лидогенерацию, чтобы собрать побольше информации для своих CRM-систем.

Наиболее часто используют лидогенерацию следующие категории бизнеса:

- большая часть финансового сектора – это и банки, и страховые компании, и брокеры, они собирают данные о клиентах или уже заявки от них;
- всевозможные образовательные центры (курсы повышения квалификации и изучения языков, всевозможные развивающие студии, ВУЗы и т.д.) – они собирают телефоны заинтересовавшихся пользователей;
- электронная коммерция также собирает электронные адреса с дальнейшей оплатой за продажу товара;
- купонные сервисы селективных покупок;
- всевозможные сайты знакомств, которые требуют оплату за регистрацию;
- игры, в которых нужно оплатить при регистрации или при прохождении определенного уровня;
- строительство – организации собирают заявки от клиента.

Естественно, это далеко не полный список всех ветвей бизнеса, которые пользуются лидогенерацией, существует и множество других.

Задание: Чтобы узнать подробнее о системах лидогенерации и других видах бизнеса, где можно использовать подобную систему рекламы заходите на сайт alfa50.ru



The image shows a registration form with the following fields and options:

- Имя: [text input]
- Пол: Мужской Женский
- Город: [text input with 'Гродно' selected]
- Дата рождения: [dropdown for day] [dropdown for month] [dropdown for year]
- E-mail: [text input]
- Пароль: [text input with '9AX58589W' visible]
- Код с картинки: [text input] [captcha image showing '1926']

Below the form is a button labeled 'ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ' and a disclaimer: 'Нажимая на кнопку, вы принимаете условия лицензионного соглашения'. At the bottom, there are social media icons for VK, Facebook, and Odnoklassniki, along with the text 'Вход с соцсетей'.

Как создать продающий сайт?

Пример формы регистрации с 7-ю полями. Также возможен вход на сайт из социальных сетей Вконтакте, Facebook, Мой мир и Одноклассники. Это способствует повышению количества пользователей сайта. По статистике 60% людей не заполняют большие формы регистрации как на рисунке.

Задание: Создаём систему лидогенерации на своём сайте. Делаем форму регистрации и систему бонусов для посетителей.

Факторы торможения лидогенерации

Существует много факторов, способных тормозить данный вид рынка. Предприниматели должны обратить пристальное внимание на следующее:

- отдел маркетинга рекламодателя бывает просто технологически не готов к тесному сотрудничеству с лидогенерацией;
- для размещения продукта на сайте нужно тщательно изучить продукт, который будет рекламироваться. А если этот продукт слишком дорогой, то и спрос на него будет не велик, ведь пользователям он будет не интересен. Зачастую, в интернете пользователи покупают, чтобы сэкономить, и дорогие вещи приобретать не станут. В сети очень легко сравнить цены в разных компаниях, например при помощи Яндекс.маркет или price.ru.
- часто рекламодатели попросту объединяют лидогенерацию и отдел продаж, забывая о том, что функции лидогенерации – собрать побольше сведений о клиентах, завлечь их и передать рекламодателю. Только потом должен сработать отдел маркетинга, который сделает уже готовую к покупке аудиторию своими клиентами.

В лидогенерации существует даже своеобразная формула расчета потенциальных клиентов: 100-10-1. Где 100 – это «холодные клиенты» которые ничего не знают о рекламируемом товаре или услуге, но хотели бы узнать. 10 – именно столько после обзвона «холодных клиентов» остается потенциальных клиентов, которые знают о Вашей компании или узнали из звонка и рассматривают варианты приобретения вашего товара. Такие клиенты называются «теплые клиенты». 1 – это клиент, который приобрел Ваш товар или воспользовался услугой. Вся эта схема работает лишь при скоординированной работе sales-отдела в компаниях.

Где брать посетителей?

Одним из часто используемых источников трафика является:

- реклама в поисковых системах и контекстная реклама;
- реклама в группах социальных сетей;
- тизерная реклама, она построена как загадка, в которой некоторая часть информации о товаре присутствует, но при этом сам товар не показан;
- всевозможные тематические сайты;
- сервисы, которые занимаются рассылками на мейлы для подписавшихся пользователей;

Сама процедура генерации лидов очень проста: создается активное рекламное окно (посадочная страница) с заманчивой мотивацией (Вы выиграли 100.000 руб., только у нас скидки 90%, кликни и получишь деньги на счет). После того как пользователь входит, его просят заполнить небольшую форму, где нужно указать своё имя, фамилию или просто e-mail. Многие спешно покидают сайт, но некоторые заполняют форму и становятся «теплыми клиентами», а после этого уже и начинает свою работу отдел продаж.

Сам заработок, т.е. подсчет лидов, ведется с помощью специального сервиса, его устанавливают на посадочную страницу. Разные лидогенерирующие платформы имеют свой метод подсчёта лидов. Некоторые оплачивают только «качественные» лиды, поэтому все должно заранее обговариваться и прописываться в договоре на услуги.

Развитие лидогенерации в России и в США

Кризис 2008 года стал первой причиной роста лидогенерации. Рекламодатели начали более креативно продумывать рекламные кампании, результатом которых, в идеале, должны быть продажи, а как вариант – контакты возможных потребителей.

Ко всему прочему, рынок всё активнее начали завоевывать Yandex, Google и другие метрики которые могли предоставить больше информации по поводу поведения пользователей на сайте. Теперь рекламодатели могли отследить каждую копейку, вложенную в рекламу.

В начале 2008 года такие системы, как Begun и Direct, начали эксперимент и предложили новую оплату рекламы CPC (cost per call) и CPI (cost per install) – оплата на звонках и установках приложений. Это была неудачная попытка, ведь еще тогда к массовой продаже данной системы не были готовы владельцы трафика, да и сама система. После того как началась активная продажа смартфонов в 2009-2010 годах, увеличился рост мобильной рекламы, которая с каждым годом становится все популярнее.

Как создать продающий сайт?

Ценообразование

Если продукт уже продавался благодаря лидогенерации, значит, стоимость лидов уже устоялась на рынке интернет-рекламы, если же продукт не продавался, то стоимость лидов будет определена только после проведения тестовой компании.

Некоторые факты, которые могут повлиять на стоимость:

- цена самого продукта;
- сезонный ли товар или предоставляемая услуга;
- место расположения;
- необходимая аудитория;
- качество посадочной страницы;
- количество полей в форме регистрации пользователя;
- конкуренция.

Сравнивая цены на оплату за рекламу между Россией и США, можно сказать, что американский рынок более развитый и дорогой. И это не удивительно, ведь он намного крупнее и на нем работает большое количество игроков и опытных рекламодателей. Видно, что и российский рынок стремится к этому, сегодня для рекламодателей проводится много обучающих конференций и семинаров, чтобы научить владельцев трафика зарабатывать на этом деньги.

Что же нужно для эффективной лидогенерации?

- Landing Page (целевая страница) должна быть качественной и продающей;
- Отлаженная система бизнеса внутри компании (иначе Вы рискуете тем, что потенциальные клиенты так ими и останутся);
- Одновременное использование всевозможных рекламных моделей для привлечения трафика с оплатой за клики, заявки, проценты от продаж, показы, звонки и т.д.
- Популярный, интересный и необходимый всем товар или услуга.

Продавать товар или услугу в интернете благодаря лидогенерации стало намного проще, только нужно умело воспользоваться всеми преимуществами, которые она предлагает!

Полезная информация: Узнать подробнее о лидогенерациях и практике создания продающих страниц можно по адресу: alfa50.ru

Домашнее задание:

- 1) Создать продающую страницу на своём сайте.
- 2) Доделать систему лидогенерации при помощи формы регистрации или всплывающего (popup) окошка.
- 3) Настроить Google Analytics на выполнение целей.
- 4) Аналитика конверсии и внесение изменений.

Как создать продающий сайт?

Создание продающей страницы

«Делать деньги без рекламы может только монетный двор»

Томас Маколей

Роль интернета в сфере бизнеса постоянно увеличивается. На сегодня сложно представить компанию, у которой нет своего представительства в сети. Более того, восприятие сайта с каждым днем изменяется как со стороны владельцев, так и со стороны заказчиков. Если раньше сайт разрабатывали для поддержки имиджа и создания электронной визитки компании, то на сегодня web-ресурс стал востребованным и результативным маркетинговым инструментом, который необходим для увеличения уровня продаж. Причина такой ситуации проста: много пользователей ищут необходимые услуги и товары через интернет, поэтому вполне логично предоставить им выгодное коммерческое предложение. Но в таких условиях важно не потеряться среди конкурентов и построить эффективный механизм получения прибыли. Осуществить это можно путем создания продающего сайта.

Как создать свой сайт бесплатно своими руками

Яндекс.Директ Все объявления

Как создать сайт самому Профессиональный Редактор Онлайн.Создай и продвинь сайт бесплатно! [yandex.com Москва](#)

Если вы зашли на эту страничку, значит, перед вами встал вопрос - как создать свой сайт. Мы рады помочь вам в этом. Среди тех, кто недавно решил заняться веб-дизайном, часто складывается впечатление, что самостоятельно создать сайт бесплатно, даже самый простой - дело очень сложное и долгое. Ниже мы покажем вам, что это не так и поможем вам в этом простая пошаговая инструкция по созданию сайта:

1. Создаем простой сайт на HTML - пример создания простого одностороннего сайта на HTML. Здесь же упоминаются некоторые соглашения об именах и особенности HTML-страниц.
 - 1.1. Сайт на WordPress - пошаговая инструкция покажет, как создать сайт на WordPress.
 - 1.2. Сайт на Joomla! - следуя нашей инструкции вы сможете создать свой сайт на Joomla!
 - 1.3. Сайт на Wix - создаем свой сайт с помощью онлайн конструктора Wix быстро и бесплатно.

СОЗДАТЬ САЙТ ПРЯМО СЕЙЧАС

2. Этапы создания сайта - описаны 3 шага создания сайта с нуля.
 - 2.1. Создание шаблона сайта - пошаговое создание шаблона сайта с помощью Adobe Photoshop, выбор фрагментов и сохранение для использования в страницах.
 - 2.2. Верстка сайта - основные HTML-теги и способы организации контента статических страниц.
 - 2.3. Сайт на PHP - отличия статических и динамических страниц. Сайт преобразуем в 3-х страничный динамический. Даются начальные сведения о системах управления контентом (CMS).
3. Публикация сайта в Интернет - основные шаги, необходимые для публикации сайта в сети.

Анализ

Введите URL сайта

Обзор вилло сайта

Продолжение поведенческих факторов

СОЗДАЙ СВОЙ

Сайт GO>

Интересное

Как создать свой сайт на WordPress

Пример продающего сайта. Предлагается несколько методик создания сайта своими руками, бесплатный анализ вашего сайта или же создание платного сайта при помощи специалистов компании. В итоге все целевые аудитории остаются на сайте.

Как создать продающий сайт?

О продающих сайтах говорят все

В связи с ростом рекламы в сети термин «продающий сайт» стал очень актуальным. Стоит отметить, что компании, которые предоставляют услуги по созданию сайтов, вкладывают в этот термин разное значение. Но в одном все сходятся – это web-ресурс, который может реализовать услуги и товары, обеспечивая компанию постоянным потоком клиентов.

Как правильно создать продающий сайт

Разработать такой сайт, который будет ориентирован на продажи - очень трудоемкий процесс, который требует совместной работы группы специалистов своего дела. Рассмотреть все нюансы создания сайтов невозможно, но существуют общие приемы, которые нужно всегда использовать, создавая продающий сайт. Стратегия роста продающей способности web-ресурса направлена на достижение следующих принципов:

- привлечь посетителей на сайт;
- превратить посетителей в покупателей.

Чтобы достичь вышеперечисленного, необходимо придерживаться следующих приемов.

Увеличение трафика

С каждым днем количество сайтов в сети растет. Неконкурентных тематик в интернете уже нет, и в зависимости от специфики вашей деятельности вас ждет много конкурентов. Как же склонить посетителя сделать выбор в пользу вашего ресурса? Для достижения такой цели существует комплекс услуг, который может увеличить целевой трафик на ваш сайт, точнее говоря – контекстная реклама и поисковое продвижение. Если подойти к разработке этих факторов профессионально, можно привлечь много гостей.

Увеличение конверсии гостя сайта и покупателя

Привлечь на свой сайт посетителя непросто, а вот потерять – легко. Если пользователь, оказавшись на сайте, сразу же не видит то, что искал, он закроет вкладку и перейдет на другой ресурс. Чтобы не допустить этого, нужна профессиональная работа над сайтом, чтобы он стал продающим. На таком ресурсе каждый элемент работает на конверсию, на превращение гостя сайта в постоянного клиента. Что может способствовать конверсии?

Продающий дизайн. Уже давно не то время, когда дизайн играет роль создания сайта, теперь дизайн – это тоже неотъемлемый элемент продаж.

Продающий дизайн должен обладать:

- Простотой и лаконичностью. Оформление должно быть оригинальным и ярким, но не должно отвлекать гостя сайта от цели

Как создать продающий сайт?

визита – ознакомление с важной информацией и осуществление покупок.

- Многофункциональностью. Каждый инструмент дизайна должен иметь определенную цель: или привлечь внимание к выгодному предложению или же являться важным блоком информации. Поэтому очень актуально качественное фото товаров 3D-моделей, что предоставляет реальные сведения о продукции, украшая ресурс.

Продающие тексты. Целью текстового контента также выступает стимулирование покупательской активности. Продающие тексты – это:

- Удобный интерфейс, который дает возможность получить информацию не читая весь текст, а просмотрев его быстрым взглядом (блоки, абзацы, списки и другое).
- Побуждение к покупательскому действию – ознакомлению с полезной информацией, возможность сравнить товары, пообщаться с консультантом и приобрести товар.
- Минимум рассуждений и ненужных сведений, а больше важной, доступной, структурированной информации о предоставлении услуг или продукции.

Дополнительно продающий контент. Очень важно на сайте разместить интересные фото- или видеоматериалы, благодаря которым клиент сможет ознакомиться с дополнительной информацией об услугах и товарах, оценить результат их использования или увидеть их в действии.

Выполнение продающей структуры сайта. Каждый сайт должен быть структурированным, чтобы посетитель мог быстро найти необходимые сведения и свершить покупку.

Продающий контакт. Если гость решил узнать о вашей продукции или купить ее, его желание должно удовлетворяться в один клик. Что для этого нужно:

- Быстро находимые контакты. Адрес, телефон и другая информация должна быть видна, при этом будет лучше, если ее она будет размещаться на каждой страничке, к примеру – в шапке.
- Разнообразные методы связи. Разместите как можно больше способов связаться с представителями компании.
- Онлайн общение. Для увеличения уровня продаж поможет режим реального общения, для этого нужно создать опцию «Консультант онлайн».

Продающий функционал. Если формат функционирования компании такую возможность предусматривает, необходимо установить опции, которые помогут посетителю осуществить покупку, не покидая ресурса. В интернет-магазинах данная функция выполняется опцией «Купить», системой оплаты или другое. На сайтах подобных форматов используют форму заказа онлайн.

Как создать продающий сайт?

Это лишь небольшая часть приемов, которые могут обычный сайт превратить в продающий. Как видим, переработать можно любой сайт, нужно только увеличить его продающий потенциал. Самое простое решение в этом случае – заказать продающий ресурс и эффективно строить дальнейшую с ним работу. Как показывает практика, для того, чтобы сэкономить время и финансовые средства, желающим стать владельцем продающего ресурса необходимо заказать создание сайта, а также его обслуживание в профессиональной веб-студии.

5 важных деталей продающего сайта

Каждый желает создать рентабельный и продающий сайт. Поэтому при его разработке очень важно учесть некоторые элементы, которые рассмотрим ниже.

- Посадочная страница. Это страницы, на которые в основном ведет ссылка со статьи, баннера или контекстная реклама. Это страничка, на которой вы пытаетесь продать посетителю сайта свою продукцию. Поэтому, создавая сайт, важно особое внимание уделить посадочным страницам. На них, как правило, содержится мотивирующие тексты, которые призывают к покупке, характеристика продукции и отзывы о товаре.
- Продающийся текст. Ядром посадочных страниц является продающий текст, где речь идет о вашей продукции. Данный текст должен быть написан не как обычная характеристика продукции, а ее преимущества и выгоды для клиента в случае покупки. Текст должен мотивировать посетителя сайта приобрести товар и заканчиваться призывом к срочному действию, то есть сообщить пользователю, что он обязан делать и почему.
- Вызов доверия. Важным аспектом бизнеса в интернете является то, что человек будет совершать покупки лишь у того, кто сможет вызвать его доверие. Поэтому важно приложить больше усилий для того, чтобы вашему сайту удалось такое доверие вызвать. Что же нужно для этого сделать? К примеру, предоставить гарантию возврата продукции, если он не подойдет покупателю, указать надежные источники платежей (дополнительные сервисы) и другое.
- Устраните ошибки, которые мешают клиентам выполнять необходимые действия. Устранение таких ошибок может увеличить количество пользователей и, соответственно уровень продаж. Разработайте путь посетителя, который он проходит на сайте для того, чтобы стать вашим клиентом. При этом важно ничего не упустить, обратить внимание на все этапы такого пути для избегания ошибок.
- Юзабилити и дизайн. На забывайте, что от удобной структуры сайта и привлекательного дизайна зависит отношение посетителей, презентабельность и престиж вашего сайта. Поэтому не пренебрегайте данными характеристиками и работайте над юзабилити.

Как создать продающий сайт?

Полезная информация:

Чек-лист продающей страницы находится по адресу alfa50.ru

7 популярных ошибок продающего сайта

При ведении контекстной рекламы много новичков в интернет-бизнесе вставляют рекламу на главной странице сайта, а не на специально разработанную посадочную страничку (landing page), на которой должно находиться специальное предложение для посетителя. Данная ошибка является одной из самых распространенных среди маркетологов и начинающих предпринимателей. Но, кроме нее, существует много подводных камней и нюансов, которые следует учесть:

- Предложение на месте релевантной рекламы. Это одна из самых больших ошибок, которая ставит крест на всех рекламных бюджетах, даже на самой правильной landing page. Возникает ситуация, когда предложение на ней совсем не совпадает с тем, что указано в рекламе. К примеру, в контекстной рекламе говорилось за ноутбуки стоимостью 20 тысяч рублей, а перейдя по объявлению, клиент видит, что ему предлагаются ноутбуки той же торговой марки но по цене 30-40 тысяч. Даже если он заинтересован в приобретении таких дорогих ноутбуков, в большинстве случаев он покинет такую страницу, больше никакие ваши предложения его не смогут заинтересовать. Запомните, что предложение на посадочной странице, должно четко соответствовать тому, что рекламируется.
- Заглавие вводит в заблуждение. Иногда бывает так, что предложение на landing page соответствует рекламе, а вот его заглавие – нет. Кто-то подумает, что допущена незначительная ошибка, и пользователь легко с этим разберется. Но первое, на что смотрит и анализирует любой посетитель – это заглавие. И оно не должно вводить в заблуждение. Заглавие должно четко показывать, что представлено в рекламе. Быть строгим, конкретным, легко запоминающимся.
- Отсутствие элементов доверия и отзывов. Очередная ошибка landing page – отсутствие отзывов от клиентов. Всегда отзывы очень полезны – именно они могут повысить уровень доверия к вашей продукции. Люди должны понимать, что до них кто-то уже покупал этот товар (или пользовался услугой) и остался доволен. Так что не пренебрегайте этим важным инструментом. Перейдем к элементам доверия. К ним можно отнести сертификаты и награды, известные обычному пользователю. К примеру, компания, которая занимается производством программного обеспечения для Windows, должна указать сертификаты Microsoft. Если компания занимается более простой деятельностью, вполне достаточно будет указать логотипы популярных СМИ с ссылками на их обзоры.
- Применение отвлекающих предложений. Посадочная страница должна быть четкой и конкретной. Прочие предложения и ненужные

Как создать продающий сайт?

дополнительные сведения не должны сбивать посетителя с толку. Поэтому уменьшите свой пыл и вдохновение и уберите все ненужное со своей страницы. Сконцентрируйтесь на вашем предложении, которое желаете донести до клиента. Даже если вы собираетесь заинтересовать чем-то дополнительным, пусть это станет частью основного предложения.

- Для совершения заказа проследуйте. Распространенная ошибка – сложность осуществления заказа. Не стоит усложнять все процессы, так как каждый человек ценит свое время и ему будет намного лучше осуществлять заказ непосредственно с посадочной страницы. Не стоит заставлять их переходить на главную страницу, выполнять массу ненужных действий и прочее. Посадочная страница создана с целью предоставить возможность сделать заказ. При этом большое внимание уделите форме заявки. Она должна требовать необходимую для вас информацию, но и с этим важно не переборщить. Ведь слишком серьезные требования попросту отпугнут клиентов.
- Отсутствие призыва к выполнению действия. Значительная часть целевой страницы – призыв к действию. Описать, какой замечательный продукт вы предлагаете недостаточно, важно подстегнуть клиента его купить (к примеру, «Приобретайте продукцию прямо сейчас», «Положите в корзину» и другое). Очень большого эффекта можно добиться, если какое-либо действие ограничить. К примеру, «Специальное предложение действует всего 2 дня». Но учтите, что такой призыв должен быть конкретным. Не отвлекайте клиентов подобными призывами, которые лишь введут всех в заблуждение.
- Отсутствие тестирования. Не бойтесь экспериментировать и искать наиболее выгодные варианты. Сделайте несколько посадочных страниц и предоставляйте их с помощью А/В тестирования, а потом выбирайте из них самые эффективные решения. Как показывает практика, самые незначительные изменения текста или оформления заявки оказывают влияние на уровень продаж. Как видим, для создания продающего сайта необходимы специальные умения, навыки и глубокие познания в области программирования, маркетинга, экономики и человеческой психологии. Именно поэтому желающим создать грамотно разработанный продающий сайт на профессиональном уровне стоит обратиться к услугам специалистов, существенно сэкономив свое время и финансовые ресурсы.

Как создать продающий сайт?

Изучайте наши кейсы и книги на нашем сайте alfa50.ru.

Хотите, чтобы мы всё сделали за вас? Да ещё и с гарантией результата. Тогда звоните +7 926 120-5001

Мы работаем в Серпухове и Чехове. Большой опыт по выводу наших местных компаний на федеральный рынок.