第一图书网, tushu007.com

# <<Landing Page优化权威指南>>

## 图书基本信息

书名：<<Landing Page优化权威指南>>

13位ISBN编号：9787302202073

10位ISBN编号：7302202079

出版时间：2009

出版时间：清华大学出版社

作者：Tim Ash

页数：309

译者：奚丹,杜姗姗

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

## 前言

我们就要开始了，您准备好了吗？
着陆页面优化不再是一种神秘的技术，它已迅速成为一些敏锐的网络经销商手中最强有力的法宝，通过这一技术为自己打造持久的竞争优势。
经过有效优化处理的着陆页面可以在一夜之间改变企业的经营状况，使企业的在线销售量迅速增加。
不要猜测访问者想要什么，把您的着陆页面转化成一个动态的实验室，用它来查明访问者的真实响应。
但在此之前，您需要快速掌握大量的新技术：我的着陆页面的实际价值是什么？
我能从一名访问者的角度去观测事物吗？
我如何通过自己的网站揭示一些问题？
应该测试哪些页面元素才能使我得到最好的结果？
哪种调整方法最适合我？
我能否为自己的项目组建一支必要的团队，并制定相应的行动计划？
在进行测试的时候，我如何才能避免一些最忌讳出现的错误？
倘若您觉得以上的任意问题也是您需要解决的，那么本书便值得您一读。
谁能受益于此书　　如果您只是想快速地调整一下自己的着陆页面，那么放下这本书，您只需到某个博客上找找看有没有《提高转化的十佳方法》之类的文章就足够了，这本书没有什么捷径或者简单妙方可以提供给您。
若要真正受益于此书，您需要专注于这个充满挑战而回报丰厚的领域，潜心理解其中所有的重要原理。
如果您所从事的行业在一定程度上是为了使您公司的互联网媒体服务方案变得更为有效，那本书正是您所需要的。
如果您已经对着陆页面优化有了一定的了解，那么本书将引领您进入一个更深的层次，为您将来能够不断取得成功打下坚实的基础。

## 内容概要

着陆页面优化并不是哪门技术的一个分支，事实上，它需要融合各种不同的知识和观点。
所以，您还有必要掌握Web设计、人类心理学、广告撰写、统计学、可用性、团队建设和科学方法等其他领域的知识。
　本书可以引导您进入这个令人陌生而又惊叹的领域。
和我一样，我的同事在他的SiteTuners.com上也花费了大量的时间进行一些前期的探索，希望给大家带回一幅综合性的蓝图。
如同许多先驱者，在探索的过程中，我们经历过挫折，有过多次痛苦的教训。
因此，我们更加衷心地希望本书能够缩短您的学习曲线，帮助您成为一名更有效率的着陆页面调整者。

## 作者简介

艾希，是一位资深互联网销售实践先驱、企业家以及几家互联网相关启动公司的共同创始人。
他任SiteTuners.com及其母公司Epic Sky的总经理。
在Tim漫长的互联网工作生涯中，曾与American Express、Song Music、American Express、Coach、COMP USA等公司合作，开拓成功的互联网之路。
Epic Sky创立以前，Tim曾是一家业务促进机构——Future Focus的共同创始人。
在此之前，Tim曾在SAIC、HNC软件(现在是Fair Isaac的一个公司)、NCR及美国Navy等公司中从事过各种管理和技术工作。

## 书籍目录

第Ⅰ部分　背景　第1章　准备工作　1.1　昂贵的瞬间　1.2　在线销售的3个关键因素　1.3　完全转化的神话　1.4　转化中存在的问题　第2章　了解着陆页面　2.1　着陆页面的类型　2.2　网站承担核心任务的部分　2.3　着陆页面的对象　2.4　期望的转化行为　2.5　转化行为的终身价值　第3章　了解受众　3.1　移情：关键因素　3.2　了解全面情况　3.3　人口统计与划分　3.4　行为风格　3.5　以用户为中心的设计　3.6　矩阵模型　第4章　了解决策过程　4.1　决策过程概述　4.2　认识（注意）　4.3　兴趣　4.4　期望　4.5　行动第Ⅱ部分　调整的概述和方法　第5章　您的网站为什么不完美　5.1　拙劣的着陆页面　5.2　揭示问题　5.3　了解您的大脑　5.4　可用性基础　第6章　选择调整元素　6.1　如何思考测试元素　6.2　选择调整元素　6.3　调整多页流　6.4　恒久不衰的测试主题　6.5　价格测试　第7章　调整数学　第8章　调整方法　第Ⅲ部分　实际操作　第9章　组建团队并购买　第10章　制定行动计划　第11章　避免误区附录A　亲密接触Google网站优化工具术语表

## 章节摘录

第Ⅰ部分　背景　　第1章　准备工作　　1.1　昂贵的瞬间　　假设您是公司负责在线销售的人员。

您已经花费了数月的时间来调整和优化销售活动。

数不清的时间已悄然流逝：您编制了关键词列表，撰写了竞价广告的文案，合理设置了竞价，购买了额外的广告条并发布至相关的网站，针对有组织的搜索引擎优化了您的网站，利用有效的激励手段建立了强大的联营计划，并设置了用于实时跟踪投资回报的网站分析功能。

准备好了一系列颇具影响力的电子邮件之后，您开始等待。

这些邮件将发送给一些可能成为您主顾或客户的人，他们会回复您的邮件或者在您的网站留下联系信息。

可见，这种方式应该能够大大地拉近您与您网站访问者之间的距离，提高顾客的终身价值。

第一名访问者来了——不过停留半秒便离开了。

第二名访问者登录您的网站，但却点击了另一个链接，还是走了。

接着，越来越多的访问者接踵而至，犹如虚幻的洪水般一掠而过。

只有极少一部分访问者进行了您所期望的操作。

出什么问题了？

## 媒体关注与评论

Tim指出了一个许多人都不明白的问题：您的网站可以（并应该）变得更好，且每一天如此。
——Seth Godin，Meatball Sundae的作者　　这是我所见到的最好的以商业为中心、以测量为基础的网站设计指南。
——Don Norman，　　Nielsen Norman团队的共同创始人以及The Design of Future Things的作者不要试图猜测一些最佳的LandingPage设计，以消费者为中心展开研究。
本书会教您具体的做法。
——Avinash Kaushik，《精通Analytics——来自专家的最佳Web分析策略》的作者　　Tim的《Landing Page优化权威指南》是您的必备书。
——Bryan Eisenberg，New York Times、Wall Street Journal的作者

## 编辑推荐

这是一本备受好评的Amazon持久畅销书。
这时一本介绍优化LandingPage的权威指南，通过它可以实现利润的快速增长。
本书获得了业界知名人士的好评，并纷纷推荐本书。
作者TimAsh是LandingPage优化领域公认的专家，是一位资深互联网销售实践先驱、企业家以及几家互联网相关启动公司的共同创始人。

第一图书网, tushu007.com



## 版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com