



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Шаблон 'Продающая шапка ВК': пошаговая сборка оффера и визуала

Пошаговый фреймворк для создания продающей шапки сообщества ВКонтакте

1. Определение УТП и СТА

☐ Сформулируйте ключевой оффер (1-2 предложения)

Что конкретно вы предлагаете и какую проблему решаете?

☐ Определите основное преимущество (УТП)

Почему клиент должен выбрать именно вас? (Например, 'Бесплатная доставка при заказе от 3000 ₽')

☐ Выберите целевое действие (СТА)

Что вы хотите, чтобы пользователь сделал сразу? (Например, 'Написать', 'Позвонить', 'Перейти на сайт')

2. Аватар сообщества

Тип изображения	Логотип компании, фото эксперта (если личный бренд), узнаваемый продукт.
Рекомендуемый размер	400x400 px (оптимальный). Минимальный размер загружаемого изображения — 400x400 пикселей для четкости при масштабировании (Martrending).
Отображение в ленте/списке	200x200 px (круглая форма). Важные элементы размещайте ближе к центру, так как в миниатюре видна только центральная часть (Martrending).
Читаемость	Проверьте, хорошо ли аватар читается в миниатюре (200x200 px) на разных устройствах.

3. Основная обложка (десктоп)

Обложка — это самая большая визуальная площадь, которая идеально подходит для размещения оффера. Именно обложка первой бросается в глаза, когда пользователь заходит в сообщество.

Рекомендуемые размеры:

* Оптимальный: 1920x768 px (соотношение 4:3) (Martrending).

* Для лучшего качества на широких экранах: 1590x530 пикселей (Martrending).

Безопасные зоны:

В мобильной версии обложка будет обрезана по краям. Размещайте всю важную информацию (УТП, контакты, СТА) по центру, чтобы она была видна на всех устройствах. Обязательно

проверяйте, как обложка смотрится в мобильной версии (Martrending).

Элементы для размещения:

- * УТП: Краткое, цепляющее предложение, которое сразу дает понять, что вы предлагаете.
- * Преимущества: 2-3 ключевых выгоды для клиента.
- * Контакты: Телефон или адрес, если это важно для вашего бизнеса.
- * Призыв к действию (СТА): Например, 'Заказать', 'Узнать подробнее', 'Получить консультацию'.

Шрифты и цветовая палитра:

Используйте фирменные цвета и шрифты. Не более двух парных гарнитур для аккуратного и профессионального вида. Обеспечьте контрастность текста и фона для легкой читаемости.

4. Живая обложка (мобильная)

Видимость	Отображается только на экранах смартфонов. Занимает половину экрана, а при нажатии — весь экран (Skillbox).
Рекомендуемый формат	Вертикальное видео (1080x1920 px) или галерея из 3-5 фотографий (Skillbox, Checkroi).
Длительность видео	10-30 секунд. Должно зацикливаться без резких переходов.
Примеры контента для слайдов/видео	1. Главное предложение/акция. 2. Демонстрация продукта/услуги в действии. 3. Процесс работы/производства. 4. Отзывы клиентов/результаты. 5. Призыв к действию (например, 'Переходи по ссылке').

5. Кнопка действия

- ☐ Выберите тип кнопки, соответствующий вашему СТА
Написать сообщение, Позвонить, Перейти на сайт, Открыть приложение, Подписаться, Записаться, Купить билет, Заполнить заявку и т.д.
- ☐ Сформулируйте четкий и конкретный текст кнопки
Вместо 'Подробнее' используйте 'Записаться', 'Получить консультацию', 'Заказать'.
- ☐ Убедитесь, что кнопка ведет на нужный ресурс
Проверьте работоспособность ссылки или функции.

6. Статус сообщества

- ☐ Используйте для кратких, динамичных предложений
Акции, скидки, уникальные торговые предложения (УТП), важные новости.
- ☐ Примеры формулировок
'Скидка 20% по промокоду ВЕСНА', 'Бесплатная доставка от 3000 ₽', 'Новая коллекция уже в наличии!', 'Консультация бесплатно!'
- ☐ Обновляйте статус регулярно
Особенно при проведении акций или изменении предложений.

7. Контрольный лист для самопроверки

- ☐ Все ли элементы шапки (аватар, обложка, кнопка, статус) присутствуют и заполнены?
- ☐ Является ли УТП четким и понятным с первого взгляда?
- ☐ Призыв к действию (СТА) однозначен и ведет к целевому действию?
- ☐ Текст на обложке и в статусе легко читается (контраст, размер шрифта)?
- ☐ Обложка хорошо выглядит как на десктопе, так и на мобильных устройствах (безопасные зоны учтены)?
- ☐ Живая обложка (если есть) привлекательна и информативна?
- ☐ Все ссылки (кнопка действия, живая обложка) рабочие?
- ☐ Соответствует ли оформление общему стилю бренда?
- ☐ Попросите 'тайного покупателя' оценить шапку

Смог ли он за 3-5 секунд понять, что вы предлагаете, и совершить целевое действие?

Больше интересного в нашем блоге



развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями

Получить пользу

