

La structure type d'une landing SaaS qui convertit



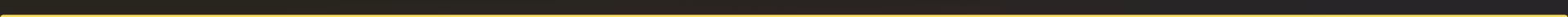
 Volt



01 Section Hero

Titre clair + CTA visible + preuve sociale immédiate.

En 3 secondes, l'utilisateur comprend la promesse et qu'il peut vous faire confiance.





02 Problème

Rappeler la douleur de la cible.

Créer de la tension, montrer que vous comprenez ses frustrations.



03 Solution & Bénéfices

Présenter votre SaaS et ce qu'il change concrètement.

Votre produit n'est pas une feature, mais une transformation pour l'utilisateur.

L'utilisateur doit imaginer sa vie sans le problème, désormais résolu grâce à vous.



04 Preuves sociales renforcée

Témoignages, études de cas, chiffres rassurants.

Les clients sont plus convaincants que vous. Montrez leur voix.

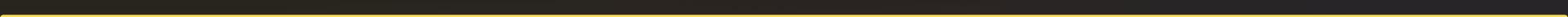
Cette étape sert à appuyer la crédibilité de votre discours.



05 Explication simple

Montrez comment ça marche, sans jargon.

Une démo ou une explication claire vaut mieux qu'un texte technique.

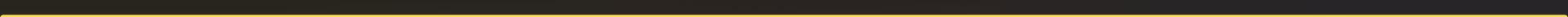




06 Offres / Pricing

Rendre le choix évident et sans friction.

Des plans lisibles, une comparaison simple : l'utilisateur doit choisir en 5 secondes.

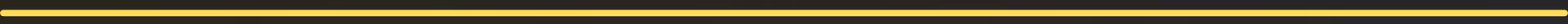




07 Stats / Impact / Témoignages

Chiffres concrets et voix de clients satisfaits.

Les preuves chiffrées montrent l'efficacité, les témoignages rassurent l'émotion.

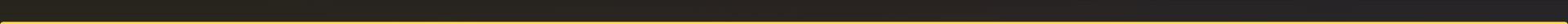




08 Section FAQ

Répondre aux dernières objections.

Chaque question sans réponse est une conversion perdue.





09 CTA final

L'ultime opportunité de convaincre.

C'est la dernière impression, elle doit être marquante et simple.

Le vrai coût d'une mauvaise landing, ce sont les clients que vous perdez chaque jour.

Mettez ces étapes en pratique, vos conversions vous diront merci.
