Горловский Медиа Портал
21.06.16 21:58

Лендинг является важнейшим звеном в современном интернет-маркетинге. Неправильное оформление посадочной страницы и размытая информация могут привести к небольшой конверсии или низким продажам. Простыми словами лендинг не оправдает возложенные на него ожидания, ведь основная цель посадочной страницы – рекламирование продуктов, услуг, привлечение новых покупателей и, главное, повышение прибыли.

Landing page – это специальная страничка, созданная для совершения направленного целевого действия со стороны пользователей. То есть покупатель, кликнув на ссылку, в соц.сетях или контекстной рекламе, попадает на посадочную страницу, где его мотивируют на определенное действие:

- приобрести товар;
- заказать услугу;
- совершить звонок;
- оформить заказ;
- оставить свои контактные данные;
- подписаться на рассылку новостей;
- скачать приложение, каталоги.

На что стоит обратить внимание?

Честность залог успешных продаж. Целевая страница создается в связке с рекламными объявлениями, рассылками, анонсами в соц. сетях. Лединг должен соответствовать заявленным обещаниям. Если анонсируется отличное предложение по скидкам до 50%, то перейдя по ссылке, потенциальный покупатель должен найти их на посадочной странице.

Доверие покупателей важнейшее условие развитие компании, которое, кстати, вырабатывается годами. Поэтому будьте честны со своими клиентами. Укажите в лединге, что возможен обмен, возврат товара, дайте гарантии выполнения поставок товаров. Отведите место для отзывов о компании, товаре, услуге. Создайте кнопку-клик – «понравилось», это будет мотивировать возможных клиентов к действиям (подписка, звонки, покупка).

Мотивация или призыв к действию покупателя должен быть лаконичным, но без особой навязчивости. Также не давайте повода своим клиентам сомневаться, обдумывать свои действия. Ваша задача: побуждение клиента к покупке, а не простое ознакомление с товаром, формулируйте действия ваших клиентов: зашел, понравилось, купил.

Не оставляем выбора: заинтересованный посетитель должен трансформироваться в реального клиента. Кнопки Call to action – «скачать», «купить», «подписаться», должны быть простыми и на виду, что б даже не очень продвинутый пользователь смог без проблем совершить выбранное действие. Не перегружайте лендинг графикой, различными картинками, не пишите вычурных заголовков, не отвлекайте своих клиентов от главной цели – покупки.

Стиль лендинга, его структура, текст, видео, должны дополнять друг друга,

рассказывать о преимуществах вашей компании, которые может получить клиент, сделав заказ. Стоит указать на выгоды ваших товаров. Обозначьте контактную информацию, то, как сделать заказ, способ оплаты, есть ли доставка.

Различные мобильные устройства. Не забывайте, что сейчас многие пользователи заходят в интернет с мобильных гаджетов, поэтому позаботьтесь о сокращенном варианте лендинга, проверьте, как страница отображается на планшете или смартфоне.

Помните, чем правильнее разработана посадочная страница, тем быстрее ваши потенциальные клиенты конверсируются в покупателей, а, значит, вложенные средства в рекламу не были потрачены впустую.