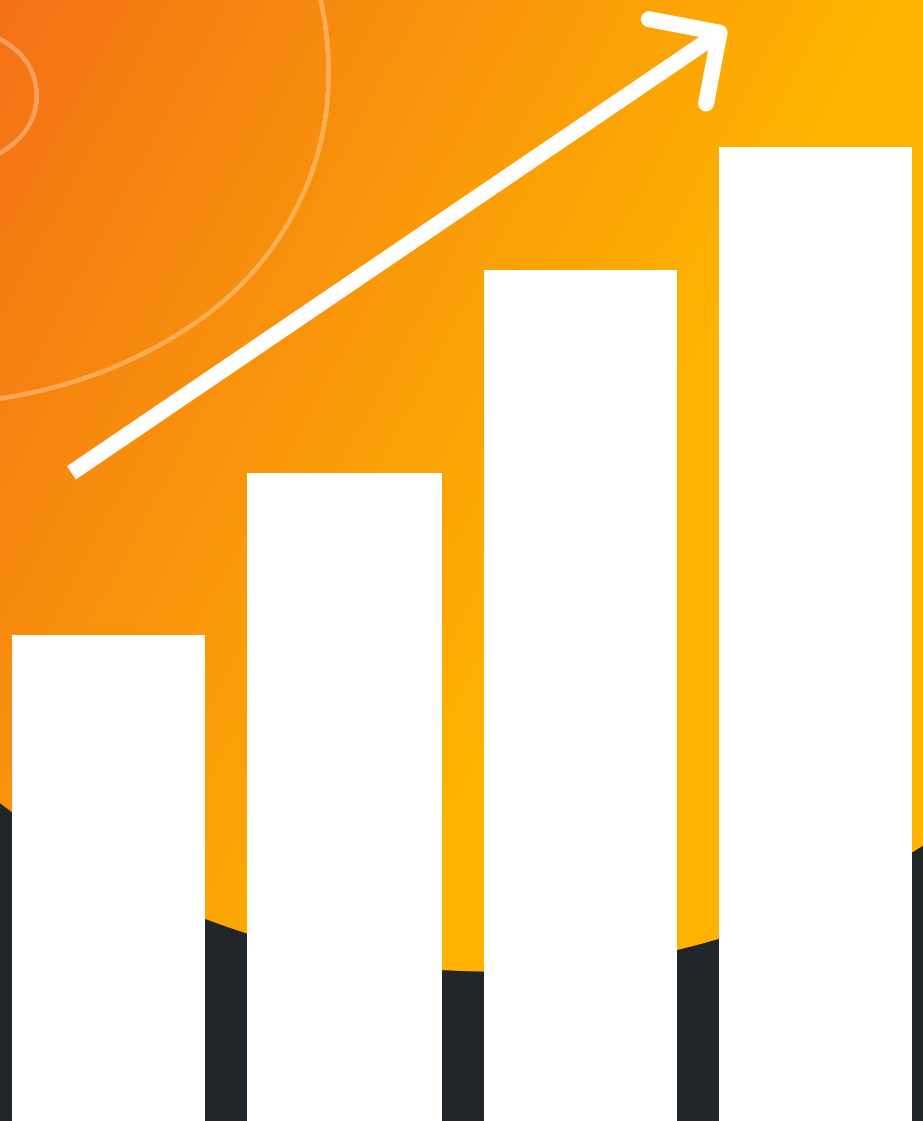
Google Partner

PREMIER 2022

FACTUM

8 важных правил

продающих сайтов



8 важных правил
продающих сайтов

Правило №1

Чем проще потенциальному клиенту связаться с вами, тем лучше

Потенциальный клиент может связаться с вами с помощью:

1. Формы, на которую он попадает, когда нажимает на кнопку “связаться” или кнопку с УТП
2. Мессенджера: Telegram, WhatsApp, Instagramm и.т.д.
3. Телефона
4. Почты

Будет лучше если для связи по телефону или мессенджеру достаточно сделать всего один клик.

Кнопки для связи через мессенджеры способны заметно увеличить конверсию. Для некоторых ниш дополнительные способы связи ни к чему. Есть телефон, есть форма: сделать заказ просто и быстро. Онлайн-чат применим не для всех, иногда он генерирует лишние вопросы и только.

FACTUM

Правило №2

Уделите внимание скорости загрузки страницы, дизайну, юзабилити и мобильной версии сайта

Информация должна размещаться структурированно и максимально удобно для пользователей на всех устройствах, но большинство потенциальных клиентов просматривают информацию именно с телефона. Обратите внимание на юзабилити. Все советы по UI/UX дизайну основаны на психологии человека. Например, рассмотрим закон Фиттса. Основываясь на нем, можно сказать, что большие визуальные элементы сайта привлекают внимание и по ним кликают больше. Поэтому любые важные элементы сайта необходимо увеличивать в размерах и выделять цветом. В первую очередь, это касается кликабельных элементов, например, кнопки «Купить».

Советуем добавлять на главную страницу яркие баннеры с акциями, а также рассказывать, почему нужно купить именно у вас. Коротко и ясно вызывая максимальное доверие. Не забывайте, что продающий сайт должен иметь дизайн, подходящий для вашей целевой аудитории. Сделайте его приятным и дружелюбным для той группы людей, которая должна покупать ваши товары. Сам сайт должен прогружаться максимально быстро по понятным причинам, вы бы тоже не стали ждать долгой загрузки сайта.

8 важных правил
продающих сайтов

Правило №3

Ценностное предложение и боль клиента

Создавая дизайн маркетплейса, держите в голове портрет целевой аудитории и ценностное предложение. Это ёмкое и доходчивое объяснение того, как ваш продукт или услуги могут решить проблему и закрыть боль потенциального клиента.

Проще говоря, посетитель, зайдя на сайт, сразу же должен видеть почему он должен купить именно этот товар и конкретно здесь. Именно об этом говорит одна из самых известных маркетинговых моделей AIDA (Внимание, Интерес, Желание, Действие), которая поможет в вопросе как создать продающий сайт.

При этом категорически не нужно подробно расписывать все преимущества товара или сервиса. Это никто не будет читать. Ценностное предложение должно состоять из нескольких коротких предложений, которые понятно бы объяснили, что именно это за товар, какая от него будет польза и почему его нужно купить именно здесь, а не в другом магазине.

Правило №4

Выбор товаров на витрине и социальные доказательства качества

Создать продающий сайт без большого выбора товаров очень сложно. Однако и к этому нужно подходить с умом. Если на витрине одновременно будет слишком много товаров, то покупатель растеряется и просто уйдет из вашего магазина к конкурентам. Если товарная матрица вашего заведения до 50 товаров, удобнее разместить все товары на главной странице, клиенты смогут собрать корзину заказа не переходя по дополнительным страницам. Если больше, то нужно делить товары по разделам. Выбирайте фото только хорошего качества.

На 1 экране телефона должно помещаться от 4 до 6 товаров, в зависимости от размера экрана, возможность добавить товар прямо из списка.

Вы можете ввести возможность для пользователей оставлять отзывы на странице товара. При этом обязательно продавцы маркетплейса должны иметь возможность отвечать на них. Вы можете рассказать потенциальным клиентам в цифрах, чего именно добились за время своей работы, со ссылками на упоминание в СМИ и интересной информацией.

8 важных правил
продающих сайтов

Правило №5

Максимально простая покупка

Не нужно перегружать клиентов вопросами в формах, спрашивайте только то, что действительно нужно для оформления и доставки заказа. Чем меньше пользователю вводить данных для авторизации или заказа, тем больше вероятность, что он не закроет вкладку с вашим магазином. А лучше добавьте кнопку “Купить в один клик”, это тренд последних лет.

Если капча в магазине необходима для защиты от ботов, то используйте самую простую. Это все лишние преграды перед покупкой на вашем сайте. Также не забудьте добавить яркую кнопку заказа. Отображайте всю информацию о товаре, включая фото, цену и количество. Показывайте все варианты доставки и их цены, а также суммарную цену за заказ с доставкой. Пользователь должен четко понимать сколько и за что он платит. Также у клиента должна быть возможность удалить товары или изменить их количество. А кнопка для перехода на следующий этап оформления заказа должны быть заметной.

Правило №6

Интерактивный контент вместо скучных текстов или сокращаем и максимально раскрываем информацию

Примеры интерактивного контента для повышения вовлеченности:
Тесты, квизы, викторины, калькуляторы, интерактивные инфографики, слайдшоу (портфолио)

Пользователи отвечают на вопросы, после чего получают результат, которым можно поделиться в соцсетях. Квизы в увлекательной форме рассказывают о продукте и помогают компании лучше узнать своего потребителя. Предлагая подобный интерактивный контент, важно понимать структуру и не промахнуться с форматом для своей аудитории. Калькуляторы на сайтах помогают рассчитать стоимость услуги или продукта. Плюс в калькулятор можно добавить призыв к действию или показать, сколько клиент сэкономит - это повысит шансы на продажи.

Инфографика визуализирует большие объемы информации и помогает пользователю лучше применять эти данные. Большинство компаний используют у себя на сайтах галереи для демонстрации товаров, портфолио выполненных работ и всего, что можно показать с помощью фото.

8 важных правил
продающих сайтов

Правило №7

Онлайн-оплата

Любому бизнесу, продающему свои товары в Интернете, нужна платежная система для сайта. Безусловно, можно обойтись и без нее, выставляя покупателям счета. Но если вы хотите масштабировать свой бизнес или просто выйти на новый уровень продаж, стоит все же подключить систему оплаты с сайта.

Что важно помнить, выбирая платежную систему для сайта?

1. Ее код должен быть защищен от вредоносных атак и кражи данных.
2. Интерфейс - максимально удобный и простой в использовании. Это увеличит количество оплаченных покупок
3. Чем меньше шагов в процессе оплаты, тем выше вероятность, что покупатель пройдет всю цепочку и дойдет до финальной - оплаты.

Правило №8

Развитие социальных сетей и продвижение сайта в интернете

Главная задача социальных сетей в том, чтобы с помощью дополнительных инструментов обеспечить известность и узнаваемость бренда компании в информационном поле. Если у вашей компании есть представительства на различных социальных площадках, обязательно разместите на своем сайте ссылки на них и соответствующие виджеты:

1. Виджеты помогают привлекать действующих и потенциальных клиентов компании в сообщество, где с ними можно плотнее взаимодействовать и подводить к покупке;
2. Размещение виджетов на сайте помогает удерживать аудиторию, которая привыкла получать информацию именно в социальных сетях;
3. Размещение виджетов с использованием лиц друзей привлекает дополнительную аудиторию.
4. Лучше всего размещать подобные виджеты на видимой части экрана, чтобы пользователи могли сразу увидеть присутствие вашего бизнеса в социальных сетях.

В продвижении сайта в интернете и подключения SEO и контекстной рекламы может помочь digital-агентство FACTUM. Более 4ех лет на рынке разработки и продвижения сайтов. Премьер-партнер Google и Яндекс.

FACTUM

Нам доверяют

KRAN KZ

ROMANTIC

SAMRUK KAZYNA TRUST

cosmart

KAZ CONFERENCE

happycake

ПОЛ БЕРРИ

Intellectual
KAZAKHSTAN • ПАТЕНТНОЕ БЮРО

KIT Business Association

Nur Zhol Company
TRANSPORT LOGISTICS

LSP ЮРИДИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ

teplomart
Ваш теплый дом на несколько поколений

ТЕХНОКОМ ИНВЕСТ

Alpamys
mektep · school · школа

ZETA
интернет - магазин

aurasö

NURIS
NAZARBAYEV UNIVERSITY
RISK-TAKING INSPIRATION SYNERGY

CALLISTO BEUTY CLINIC

ASTANA GARDEN SCHOOL

R·FINANCE
МИКРОФИНАНСОВАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ

FACTUM

Есть вопросы?

Контакты для связи

@factum.agency

info@factum.agency

+7 705 444 13 31

factum.agency