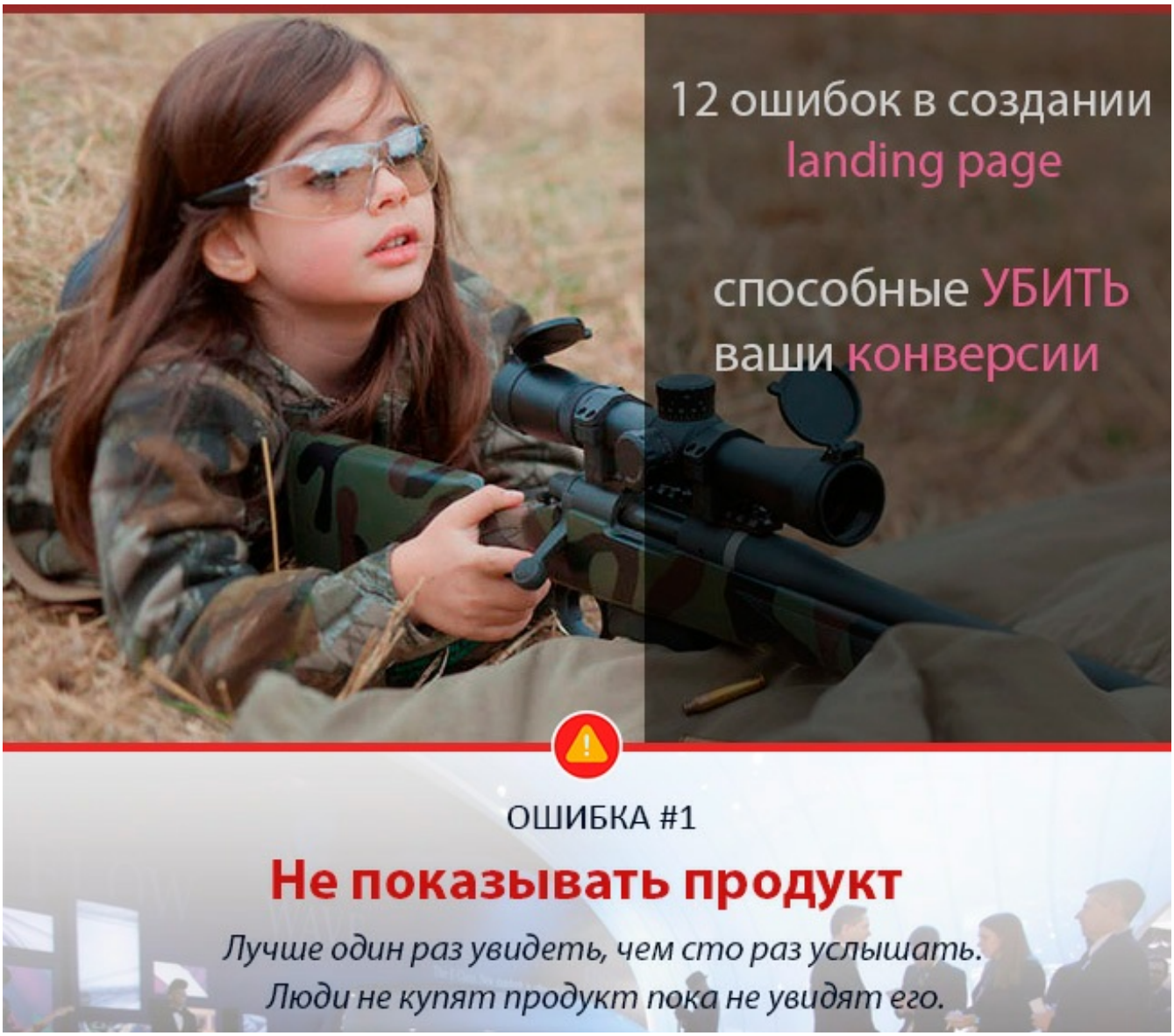
Инфографика: 12 убивающие конверсии ошибок на посадочных страницах

Посадочные страницы уже давно доказали свою эффективность. Ведь не зря веб-студии штопают их чуть-ли ни каждые пять минут. Этим же в принципе занимаются и верстальщики самоучки. Спрос на landing page нынче очень велик.

Сильной стороной лендинга является высокие показатели конверсии. По крайней мере, так было задумано изначально. Именно поэтому платная реклама и одностраничные сайты идут рука об руку.

Но, не все так просто, как кажется на первый взгляд. Зачастую, вместо высоких конверсий владельцы бизнеса получают невосполнимую дыру в бюджете. Как в этом случае поступать?

Проблема в общем-то не состоит в самих страницах приземления. Проблема состоит в том, как их правильно создавать. И в инфографике ниже вы найдете 12 популярных ошибок, убивающих конверсии на лендингах. Смотрите и не повторяйте.



ОШИБКА #2

Не рассказывать о себе

Многие посетители сайта ничего о вас не знают.
Не узнав вас и не доверившись вам, люди не купят ваш продукт.

ОШИБКА #3

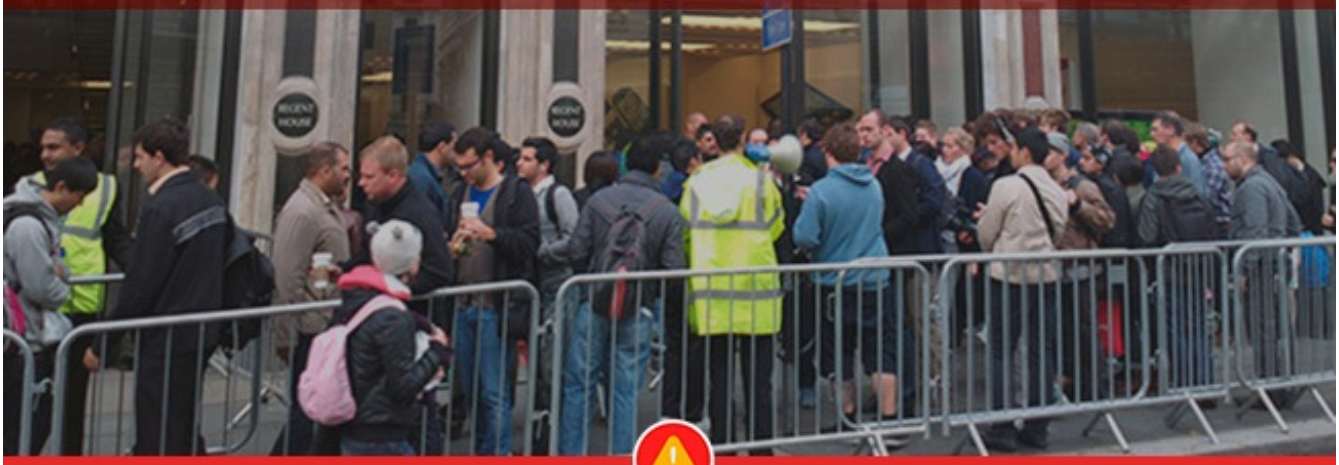
Усложнять пользователям процесс покупки

ОШИБКА #4

Не использовать социальные доказательства

Люди предпочитают покупать продукты,пользующиеся спросом.

Покупатели все еще подвержены стадному чувству. Покажите им популярность вашего продукта, и продажи вырастут.



ОШИБКА #5

Долгая загрузка сайта

Пользователи не любят ждать. Если ваш лендинг грузится более 3-4 секунд, посетитель скорее всего перейдет к конкурентам.

ОШИБКА #6

Слишком много текста

Интернет пользователи давно перестали читать. Тем более, если ей предлагают огромную простыню неоформленного текста.

В то же время, изображения воспринимаются в 60 000 раз быстрее.

ОШИБКА #7

Несоответствие ожиданиям пользователей

Очень часто на Лэндинг генерируется траффик по неправильному ключевому запросу. Таким образом, посетители находят на посадочной странице нерелевантный контент. Выбирайте правильные «ключевики».

Либо создавайте отдельные Лендинги для каждой из них.

ОЖИДАНИЕ РЕАЛЬНОСТЬ

ОШИБКА #8

На лэндинге слишком много разделов/опций

Большое количество опций и кнопок рассеет внимание пользователя, что может затруднить выполнение целевого действия. Лэндинг - не самолет.

ОШИБКА #9

Не говорить о выгоде

Знают ли посетители о выгоде выполнения целевого действия?

Для повышения конверсий дайте знать пользователям о том, какие выгоды они получат при покупке ваших продуктов/услуг.

ОШИБКА #10

Использовать слишком много жаргона

Посетители посадочной страницы могут впасть в ступор из-за обилия профессиональных, жаргонных выражений.

Разговаривайте на языке клиента, чтобы вас понимали.

ОШИБКА #11

Не направлять пользователя

Думаете, клиент сам должен догадаться на какую из 10 кнопок нажимать?

Не заставляйте посетителя теряться в догадках и сделайте интуитивно понятный дизайн страницы приземления.

Текстовый вариант:

Ошибка #1. Не показывать продукт

Старая поговорка гласит: лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать. И это действительно так. Вы совершаете большую ошибку, если не показываете внешний вид своего товара. Поймите, люди не любят покупать кота в мешке.

Даже если вы производите софт, вам стоит выложить скриншоты его интерфейса. Только одно изображение может рассказать о функционале вашей программы больше, чем тысячи букаф.

Ошибка #2. Не рассказывать о себе

Большинство посетителей посадочной страницы не знают о вас ничего. И это может стать преградой для совершения покупки. Будет большой ошибкой с вашей стороны не знакомить себя с аудиторией.

Вам нужно рассказать о себе и завоевать доверие людей. Только так вы увеличите шансы совершения целевого действия пользователями.

Ошибка #3. Усложнять процесс покупки

Удобство работы с сайтом и высокие конверсии идут рука об руку. Без хорошего юзабилити будет очень сложно показывать высокие продажи. Это факт.

Очень часто совершается одна типичная ошибка: лендинг очень красивый, но ужасно неудобный. Для совершения целевого действия клиенту приходится делать слишком много утомляющих манипуляций.

Не совершайте подобных ошибок. Упростите процесс покупки/подписки насколько это возможно. Особое внимание стоит уделить формам. Чем меньше в них полей для заполнения, тем лучше.

Ошибка #4. Не использовать социальные доказательства

Люди являются очень социальными существами. Вы наверное удивитесь, если узнаете что большинство выбранных нами решений в какой-то степени продиктованы обществом или окружающими.

В бизнесе это явление можно обратить себе на пользу. Все мы знаем, что люди любят покупать дефицитные, популярные и модные вещи. И если вы сможете показать обилие покупателей ваших продуктов, вас ждут высокие конверсии.

Одним из хороших и проверенных приемов для стимуляции продаж является добавление отзывов о вашей продукции. При этом чем авторитетнее человек, оставивший отзыв, тем лучше. Постарайтесь собрать хорошие отзывы о ваших продуктах и добавить их на посадочную страницу.

Ошибка #5. Долгая загрузка лендинга

Скорость загрузки веб-страниц является чуть ли не самым важным фактором при повышении конверсий. Чем быстрее грузится страница приземления, тем выше шансы удержать посетителей. Если же лендинг загружается более 3-4 секунд, большинство пользователей могут перейти к более расторопным конкурентам.

Для ускорения скорости загрузки сайта можно провести соответствующие работы. Одним из простых и эффективных методов является уменьшение веса изображений.

Ошибка #6. Слишком много текста

Современные пользователи интернета совсем разучились читать. Точнее, они не хотят этого делать. Их можно понять, ведь сейчас интернет заполонил информационный шум.

Вместо внимательного чтения каждого абзаца, люди просто сканируют страницу. И останавливаются только там, где что-то привлекло их внимание. Следовательно, не имеет никакого смысла писать тонны текста в надежде рассказать все что вы знаете о своем продукте.

Лучше постараться выделить самые основные моменты. Также будет весьма кстати разбавить текст изображениями. По заверениям исследователей, они воспринимаются людьми в 60 000 раз быстрее.

Ошибка #7. Несоответствие ожиданиям пользователей

Посетители приходят на посадочные страницы по разным источникам. Где-то это контекстная реклама. Где-то, посты в социальных сетях. И очень часто пользователей вводят в заблуждение показывая одну рекламу, а на странице предлагая что-то другое.

И не удивительно, что такие страницы приземления имеют высокие показатели отказа. Чтобы такого не происходило, нужно продвигать лендинги по соответствующим, релевантным ключевым запросам. Или же создавать отдельную посадочную страницу для каждого ключевика.

Ошибка #8. Слишком много разделов, опций

Сила посадочных страниц и их суть состоит в том, чтобы концентрировать внимание посетителя на чем-то одном. Это могут быть продажи, подписки, вступление в социальные группы и прочее.

Если же стараться «заточить» лендинг под несколько целевых действий, его эффективность сильно упадет. Поэтому нужно уметь выделить одну конкретную цель, и сконцентрироваться на ней. Чтобы у посетителя больше не было выбора кроме как совершить то, что вы от него хотите.

Ошибка #9. Не рассказывать о выгоде

Хорошие продавцы знают, что с покупателями нужно говорить на языке выгод. Что это значит? Это значит, что человек в мебельном магазине не покупает кровать. На самом деле он покупает приятный, спокойный сон.

Следовательно, нужно ему рассказывать о том, как хорошо он будет спать на этой кровати, а не о том, какая она хорошая и дешевая.

Таким же образом, вам стоит начать рассказывать о том, что получит человек от покупки вашего продукта, а не о том, какой он хороший и качественный.

Ошибка #10. Использовать слишком много терминов

Термины и профессиональные словечки могут усложнить понимание ваших клиентов. Старайтесь разговаривать с ними на том языке, к которому они привыкли.

Ошибка #11. Не направлять пользователя

Для повышения конверсий очень важно направлять пользователя к совершению целевого действия. Самый лучший вариант — это придумать маршрут, в ходе которого он:

1. Поймет о наличии своей проблемы
2. Познакомиться с вами
3. Узнает, что он может решить проблему с помощью вашей продукции
4. Поймет, почему это так важно
5. Убедится, почему ему нужно купить продукт именно сейчас
6. Узнает, что он упустит, если не совершит целевое действие.

Таким образом, при направлении вашего пользователя, вы сильно увеличите шансы на покупку.

Ошибка #12. Слишком много контента

В наши дни внимание пользователя стоит как никогда дорого. И будет очень глупо растрачивать ее впустую. Вместо этого, добавьте на свой landing page только ту информацию, которая поможет поднять конверсии. А все что помимо этого, можете смело выбрасывать в утиль.