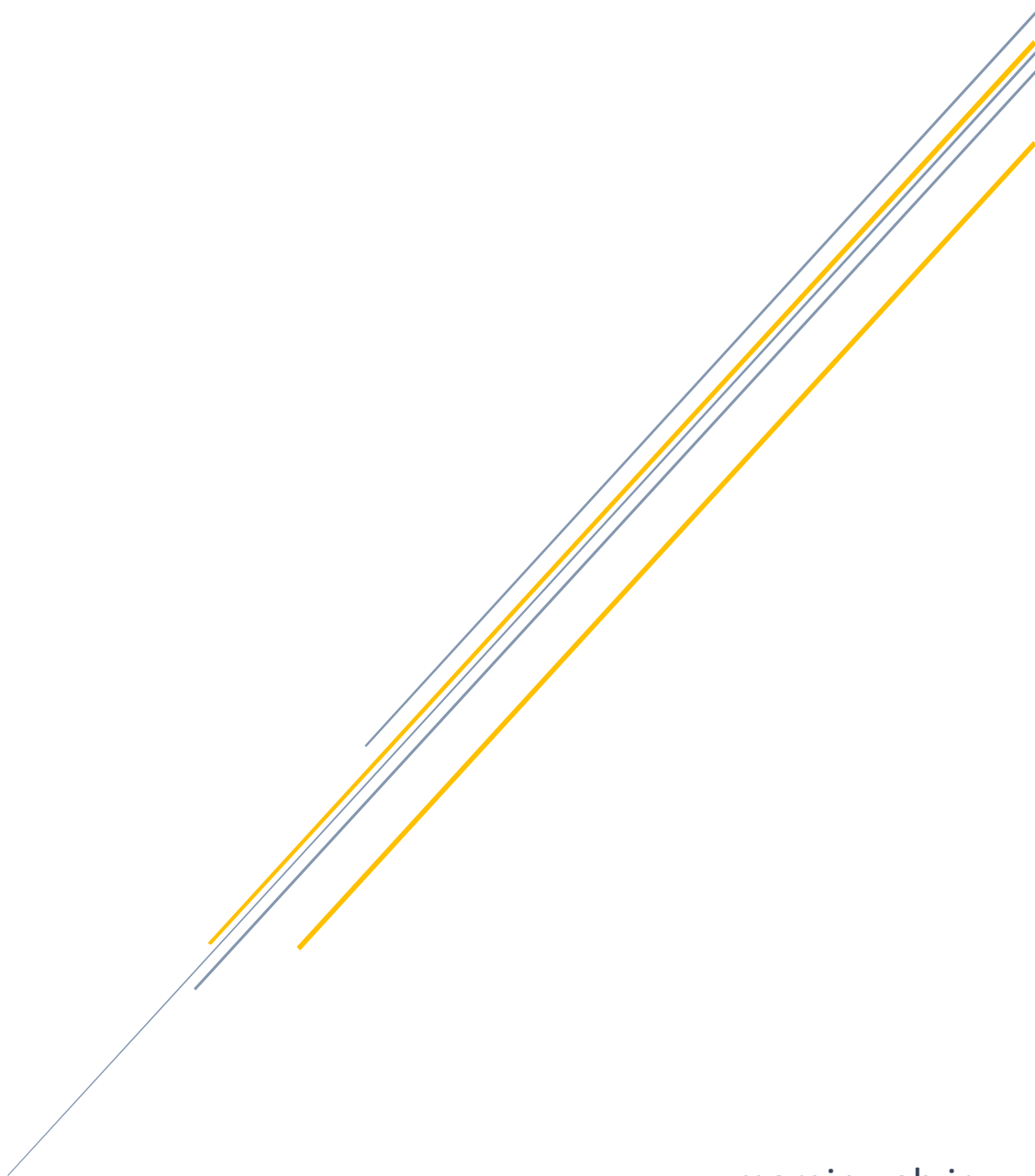


مبانی ساخت صفحه لندینگ

شایان رنجبر



www.marginweb.ir

مجموعه طراحی سایت و سئو مارچین

..... تصفحات فرود یا لندینگ چیست

..... سرنخ صفحه فرود

..... جایگاه صفحات فرود

..... صفحات فرود با طول عمر بالا

..... رعایت اصول طراحی لندینگ

..... یک مثال برای تیترو زیر تیترو

..... تصاویر مرتبط استفاده کنید

..... ویژگی های یک تصویر خوب

..... ایجاد فرم حرفه ای

..... تایید اجتماعی

..... کپی رایت صفحه فرود

..... موارد کپی رایت صفحه فرود

..... تریدهای مشتری را از بین ببرید

..... دکمه دعوت به اقدام

..... انواع دکمه دعوت به اقدام

..... متن دکمه CTA

..... باید های دکمه دعوت به اقدام

..... تکنیک FOMO

..... نقش ویدیو در لندینگ

صفحه فرود یا لندینگ چیست

هر صفحه ای از سایت شما که کاربر پارذ آن شود و هدف خاصی را دنبال کند به آن صفحه فرود یا لندینگ می گویند. در واقع صفحات فرود با حذف المان های اضافی مثل هدر و فوتر پیش فرض سایت کاربر را بر روی هدف صفحه متمرکز میکنند.

سرنخ صفحه فرود

وقتی ایمیل یا شماره کاربر را از طریق یک فرم دریافت میکند و در مقابل به کاربر خود یک محصول یا فایلی را به صورت رایگان هدیه می دهید به آن اطلاعات دریافتی از کاربر میگویند سرنخ. شما میتوانید بعدا از طریق آن ایمیل یا شماره ای که از کاربر دریافت کرده اید دوباره به او پیام بدید و کاربر را از اتفاقات سایت خود مطلع کنید. این اتفاقات میتواند یک پیشنهاد شگفت انگیز در سایت فروشگاهی باشد و یا اعلام تخفیف در سایت.

نکته مهم

طراحی صفحات لندینگ باید جوری باشد که کاربر بعد از مراجعه به آن به هدف خود برسد در صورتی که کاربر به هدف مورد نظر صفحه لندینگ نرسد پس طراحی آن صفحه ایراد دارد و باید رفع شود.

جایگاه صفحات فرود

به طور کلی جایگاه این صفحات در سه مورد خلاصه میشود:

اطلاع رسانی

ایجاد علاقه

عمل کاربر

اطلاع رسانی

ننکن است شما یک صفحه فرود طراحی کنید برای یک محصول خاص مثل یک گوشی پرچمدار ولی کاربر بعد از دیدن خریدی انجام ندهد فقط از وجود آن صفحه و محصول مطلع میشود.

ایجاد علاقه

همان مثال گوشی را میتوان یک نمونه ایجاد علاقه در نظر گرفت مثلاً فردی عاشق برند سامسونگ هست ولی وقتی وارد یک سایت فروشگاهی میشود و صفحه لندینگ مربوط به آخرین پرچمدار شرکت اپل را مشاهده میکند به خرید آن گوشی علاقه مند میشود چون طراحی صفحه و جذابیتی که دارد کاربر را علاقه مند به محصول میکند.

عمل کاربر

در یک سایت فروشگاه‌های عمل کاربر یعنی خرید محصولی که در صفحه لندینگ ایجاد شده است و در یک سایت شرکتی یعنی کلیک کاربر روی دکمه تماس با ما و ایجاد ارتباط با خدماتی که در صفحه لندینگ معرفی کرده اید و این یعنی شروع یک همکاری جدید با شرکت شما.

صفحات فرود با طول عمر بالا

به صفحاتی گفته میشود که مدت زیادی روی سایت شما باقی میماند مثلا یک صفحه فرود مربوط به کمپینی خاص و یا اطلا رسانی تخفیفات در یک مدت مشخص طول عمر زیادی ندارند و پس از مدتی این صفحات پاک میشوند ولی صفحه فرود معرفی یک محصول در یک سایت فروشگاه‌های مدت زیادی روی سایت باقی میماند و طول عمر بیشتری دارد. این مدل صفحات فرود محتوای سبز و ارزشمندی دارند و از نظر گوگل دارای اعتبار هستند و به سو سایت کمک میکنند.

نکته مهم

صفحه فرود نباید باعث چرخ زدن کاربر در سایت شما شود یعنی هر المان اضافی که موجب حواس پرتی کاربر از هدف اصلی صفحه فرود میشود باید حذف شود و کاربر فقط روی موضوع اصلی صفحه فرود تمرکز کند.

نکته مهم

در صفحات فرود مقدمی چینی نکنید و سریع به اصل مطلب اشاره کنید و هدف را برای کاربر مشخص کنید. از طراحی ساده و مینیمال استفاده کنید و کاربر را سردرگم نکنید.

نکته مهم

برای فروش یک دوره جامع در سایت ابتدا یک مینی دوره به صورت رایگان قرار بدید تا کاربر بعد از استفاده از آن درباره خرید دوره جامع به نتیجه نهایی برسد. این کار باعث ایجاد حس اعتماد بین شما و کاربر سایتتان میشود و کاربر جذب سایت شما میشود.

رعایت اصول طراحی لندینگ

با یک آمار کلی میتوان گفت از هر ۱۰ نفری که وارد صفحه لندینگ شما میشوند ممکن از ۷ نفر آن را ترک کنند و این اتفاق زمانی میتواند رخ ندهد که در همان ثانیه های اولی صفحه فرود به کاربر بگویید که چرا اینجا است و هدف از ایجاد این صفحه چیست. مواردی که اهمیت بسیار زیادی در صفحه فرود شما دارند در ادامه توضیح میدیم.

استفاده از تیتر مناسب

یک تیتر مناسب باید نام کمپین یا محصول و یا هر چیزی باشد که شما آن صفحه را برایش ایجاد کرده اید. مثلاً برای یک محصول دیجیتالی میتواند تیتر آن صفحه فرود (معرفی کهکشانی جدید سامسونگ) باشد. تیتر مناسب نباید بیشتر از پنج کلمه باشد و برای کاربر جذابیت داشته باشد و باعث شود که کاربر روی آن کلیک کند تا وارد صفحه شود.

استفاده از زیر تیتر مناسب

اگر مثال گوشی سامسونگ را در نظر بگیرید یک زیر تیتر مناسب بعد از تیتری که زدیم میتواند (معرفی گوشی های جدید سری اس سامسونگ)

باشد. در واقع زیر تیتر تعریفی برای تیتر شماست تا کاربر دید بهتری نسبت به صفحه فرود پیدا کند.

یک مثال برای تیتر و زیر تیتر

تیتر ← سیل فروش راه بنداز

زیر تیتر ← آموزشها و ابزار های راه اندازی کمپین با تخفیف ویژه

تصاویر مرتبط استفاده کنید

در صفحه فرود از تصاویر با کیفیت و خوب استفاده کنید چون یک تصویر خوب میتواند به اندازه صدها کلمه حرف و ارزش داشته باشد. شما با طراحی یک تصویر خوب میتوانید احساسات کاربر را درگیر کنید و محصول خود را به کاربر بفروشید.

ویژگی های یک تصویر خوب

هدف صفحه فرود را به خوبی نشان دهد

مخاطب کمپین و صفحه فرود را در نظر بگیرد

موجب درگیر کردن کاربر و تقویت پیام کمپین شود

راهنمای تصویر صفحه فرود

اگر در صفحه فرود خودتان کتابی به کاربر هدیه می‌دهید سعی کنید تصویر جلد کتاب را به عنوان تصویر آن صفحه فرود انتخاب کنید و یا اگر صفحه فرود مربوط به توضیح درباره یک وبینار خاص است ویدیویی از تیتراژ وبینار قرار بدید تا کاربر از اهداف وبینار مطلع شود.

ایجاد فرم حرفه ای

در صفحه فرود یک فرم برا دریافت اطلاعات از کاربر مانند اطلاعات مربوط به ایمیل و شماره تماس قرار بدید. این فرم باید در همان ابتدای صفحه فرود یا در تمام مراحل اسکرول صفحه باشد تا همیشه جلو چشم کاربر قرار گیرد و کاربر را مجبور به استفاده از فرم کند.

نکته مهم

یک فرم خوب باید حداقل اطلاعات را از کاربر دریافت کند چون دریافت اطلاعات زیاد از کاربر باعث انصراف کاربر از استفاده از فرم میشود.

تایید اجتماعی

نظر مشتریان و افرادی که از سایت شما خرید کرده اند و از خدمات شما راضی هستند را در صفحه فرود قرار بدید تا کاربر اعتماد بیشتری به

محتوای صفحه فرود شما داشته باشد. تایید اجتماعی شامل مواردی مانند نظر مشتریان و لوگو شرکت هایی که با آن ها همکاری کرده اید است.

کپی رایت صفحه فرود

درد مشتری را در نظر بگیرید مثلا اگر مشتری بداند که شما مشکل و درد اصلی او را میدانید قطعا به راهکار شما و راه حل پیشنهادی شما برای حل مشکل بهتر اعتماد میکند.

موارد کپی رایت صفحه فرود

اگر صفحه فرود درباره کتاب هست پس سرفصل های آن را بنویسید. اگر درباره وبینار است بگویید قرار است چه چیزهایی تدریس کنید. اگر مربوط به خدمات خاصی است بگویید قرار است چه کار انجام بدید.

تردید های مشتری را از بین ببرید

با نوشتن عبارت هایی مثل بازگشت وجه و پشتیبانی مادام العمر و لغو اشتراک آسان و نمایش میزان تخفیف میتوانید تردید های مشتری درباره اعتماد به سایت خود را از بین ببرید.

نکته مهم

مخاطب همه کپی رایت های ما را نمیخواند پس مطالب مهم را در بخش اولیه صفحه فرود قرار بدید و از صفحه سفید برای نمایش پیام های مهم استفاده کنید و پاراگراف های کوتاه به کار ببرید.

دکمه دعوت به اقدام CTA

به دکمه ای که شما را برای انجام کاری دعوت میکند گفته میشود. در واقع یکی از اهداف صفحات فرود این است که کاربر روی این دکمه ها کلیک کند و به صفحه مورد نظر منتقل شود.

انواع دکمه دعوت به اقدام

دکمه پرداخت و خرید و افزودن به سبد خرید

دکمه فرم دریافت ایمیل از سایت

دکمه مطالعه بیشتر یا ادامه مطلب

دکمه ثبت نام و عضویت

بنر های تبلیغاتی سایت با قابلیت کلیک

دکمه اشتراک گذاری مطالب در شبکه های اجتماعی

نکته مهم

فرمت دکمه دعوت برای اقدام میتواند متنی و دکمه ای و تصویری باشد. در انتخاب دکمه دعوت به اقدام افراط نکنید و دکمه زیاد بزرگ یا زیاد کوچک نباشد و حد وسط را در نظر بگیرید.

نکته مهم

روی دکمه دعوت برای اقدام هدف کلیک را مشخص کنید مثلا هدف ها میتواند مواردی مثل دریافت و مشاوره و خرید و دانلود باشد.



متن دکمه CTA

سعی کنید متن این دکمه ها حداکثر پنج کلمه باشد و از موارد زیر استفاده

کنید که کاربر را جذب کند

ثبت ایمیل

عضویت در خبر نامه

تماس بگیرید

رایگان دانلود کنید

باید های دکمه دعوت به اقدام

اطراف دکمه CTA نباید شلوغ باشد و کاربر را گیج کند

رنگ دکمه متفاوت و جذاب باشد و توجه کاربر را جلب کند

صفحات فرود حتما ریسپانسیو باشند

از صفحه تشکر برای اقدامات فرم های خود استفاده کنید

رنگ بندی صفحات فرود با لوگو هماهنگ باشد

بهینه سازی صفحات فرود

اقداماتی که شما باید انجام دهید تا صفحه لندینگ شما بهینه باشد و کاربر

بعد از ورود به آن یکپارچگی و حس کاربری خوبی را تجربه کند و در ادامه

برخی از موارد بهینه سازی را نام میبریم.

ارزش صفحه فرود

صفحه باید ارزش پیشنهادی خوبی داشته باشد یعنی اگر داخل صفحه

محصولی را معرفی میکنید آن محصول با ارزش باشد و کاربر حس خوبی به

آن داشته باشد. مثلا اگر یک کتاب رایگان در صفحه فرود برای دانلود قرار

میدید حتما سعی کنید آن کتاب ارزش محتوایی خوبی داشته باشد و مشکل

کاربر را تا حدودی رفع کند.

زمان لود پایین

یکی از مهمترین عوامل موفقیت یک سایت و صفحات فرود زمان لود پایین است چون اگر صفحه شما دیر باز شود کاربر از سایت خارج میشود و نتیجه منفی برای سایت شما خواهد داشت.

تجربه یک پارچه

وقتی کاربر وارد سایت شما میشود نباید سوپرایز شود بلکه باید تجربه ای یکپارچه از صفحه فرود شما دریافت کند یعنی آنچه میبیند با آنچه قبلا تبلیغ کرده اید یکسان باشد.

تکنیک FOMO

یعنی ترس از دست دادن را در کاربر ایجاد کنید. این تکنیک برای فروش محصولات بسیار کارآمد است. این ترس با نوشتن تعداد موجودی محصول و نمایش تایمر تخفیف و استفاده از واژه به زودی تمام میشود ایجاد خواهد شد و کاربر احساس میکند اگر سریعتر اقدام نکند آن محصول را از دست میدهد.

نقش ویدیو در لندینگ

استفاده از ویدیو باعث جذابیت بیشتر و افزایش نرخ تبدیل و کاهش تماس ورودی با بخش فروش میشود و پردازش بیشتری نسبت به متن دارد. در واقع با یک ویدیو کوتاه میتوانید هدف کلی صفحه لندینگ و نوع خدماتی که به کاربر می‌دهید را توضیح دهید.

سخن پایانی

در این کتاب سعی کردیم روی اصول اصلی طراحی صفحات فرود تمرکز کنیم و آن‌ها را به ساده‌ترین روش ممکن با مثال‌هایی که قابل درک باشد برای شما توضیح بدیم. امیدواریم که این کتاب کمکی برایتان باشد در جهت درک شما از اصول طراحی صفحات لندینگ و اگر برای شروع یادگیری طراحی سایت با وردپرس و طراحی صفحات فرود هنوز تصمیم نگرفته بودید با این مطالبی که یادگرفتید استارت کاری خودتان را بزنید و وارد دنیای بزرگ طراحی سایت شوید و سفر خود را در این دنیای زیبا شروع کنید تا بهترین نتایج از آن دریافت کنید.

موضوع طراحی سایت و صفحات آن یک موضوع تخصصی هست یعنی شما باید بتوانید نیازهای کاربران را پیش‌بینی کنید و بهترین طراحی را انجام

بدید. منظور از بهترین یعنی طراحی که کارآمد باشد و کاربر را به هدف اصلی برساند و بتوانید خدمات سایت خودتان را به کاربر بفروشید و از سایت خود کسب درآمد کنید. دنیای طراحی سایت یک دنیای بسیار بزرگی است که انواع مدل طراحی در آن میتوان یافت ولی پیشنهاد من به شما این است که همچون یک نقاش حرفه ای یک سبک خاص از طراحی را انجام دهید که هر کاربری با دیدن آن بفهمد که یک طراح کاربلد آن را طراحی کرده است. از نظر من شما باید پیکاسوی وردپرس باشید و جذاب ترین و مفهومی ترین صفحات را طراحی کنید و امضای طراحی خود را با سبک طراحی خودتان به ثبت برسانید.

بروزرسانی کتاب

آنچه در این کتاب مطالعه کردید به مرور زمان و با آپدیت های جدید بروزرسانی خواهد شد و ما در مجموعه مارجین سعی میکنیم مطالب این کتاب را گسترش بدیم و نسخه های بعدی را نیز مانند همین نسخه به صورت کاملا رایگان روی سایت marginweb.ir قرار بدیم.