

Основные ошибки при создании продающего сайта

Подготовлено:

Кауров Сергей

Руководитель отдела веб-разработок «КЕНГУ.РУ»



*Интернет-маркетинг —
прыжок к успеху.*

«Продающий» сайт



Интернет-маркетинг —
прыжок к успеху.

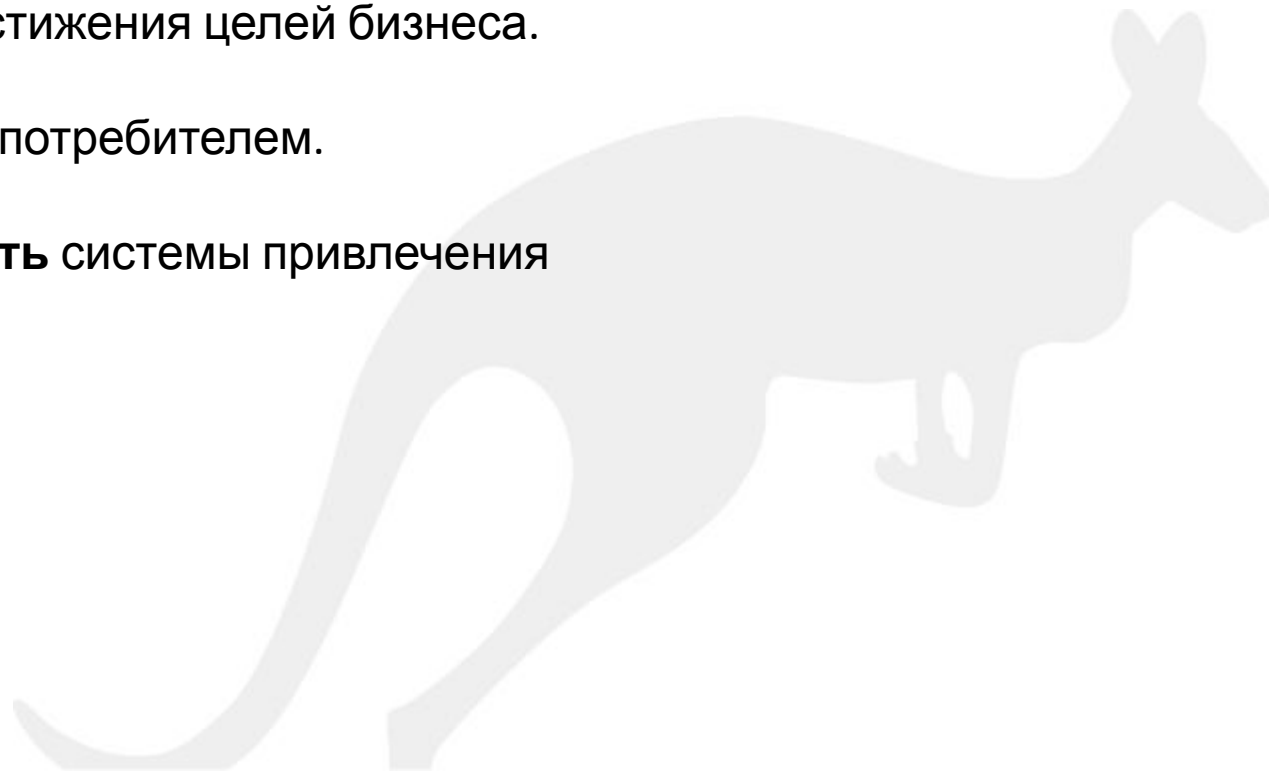
Что же такое продающий
сайт?





Что же такое продающий сайт?

- Одна или несколько страниц в Интернете.
- Инструмент достижения целей бизнеса.
- Способ связи с потребителем.
- **Составная часть** системы привлечения клиентов.



Сайт как часть системы



Интернет-маркетинг —
прыжок к успеху.

- №1
Стратегия
- №2
Сайт
- №3
Реклама



Сайт как часть системы



Интернет-маркетинг —
прыжок к успеху.



- №1
Стратегия
- №2
Сайт
- №3
Реклама



Несоответствие стратегии и сайта (или стратегии нет).

Т.е. средства достижения цели подобраны таким образом, что с их помощью сложно достичь цели.

Часто сайт создается только ради его создания, и слова аналитика отрасли, маркетинг, конверсионные пути, призыв к действию – пустой звук.



- «Автоматизация продажи» сложных и дорогих услуг.
- Сначала создадим сайт, а потом придумаем что на нем разместить.
- Сайт создан такой же как у конкурентов, потому что у них нравится.

Желание достичь сразу всех целей

Когда цели четко не сформулированы и не понятны, то возникает желание получить сразу все, всех и вся.

Ответ «Для всех», на вопрос для кого рассчитан сайт, говорит о том, что сайт не будет эффективно работать, потому что нельзя одновременно достичь всех целей



- Один сайт для опта, розницы, дилеров, поставщиков и всех остальных.
- За двумя зайцами кенгуру погонишься...
- «Чем больше сеть тем больше в ней дыры».

Информация vs Продажи

Очень часто на сайте встречается информационная структура текстов, т.е. рассказ о том, как замечательна компания на сайт которой вы попали.

Посетитель попадая на сайт ищет решения своей проблемы. Поэтому «продают» тщательно продуманные конверсионные пути с описанием решения этой проблемы.

Информация

- **«Я» подход**
разговор о себе, своих преимуществах, самолюбование
- **Стандартные разделы и контент**
(как у конкурентов)
- **Мнения: «Если сказать, что я лучше – то это поможет продажам»**
и «Если я буду лучше, то люди сами потянутся»

Продажи

- **«Вы» подход**
разговор о клиенте его проблемах и решениях, преимуществах решений
- **Индивидуальная логика взаимодействия сайт-посетитель.**
- **Наличие конверсионных путей и элементов убеждения.**

«Давайте применим все сразу»

Желание использовать все методы и инструменты привлечения и удержания пользователей превращает механизм в свалку запчастей.



- Калькулятор подсчета стоимости товаров/услуг
- Номер телефона на всех страницах в шапке
- Перечеркнутые старые цены и аукционные баннеры
- Форма для оформления покупки

Отсутствие тестирования

Часто мы думаем, что настолько умны, что сразу можем придумать наилучший вариант (этим кстати грешат творческие личности как дизайнеры, копирайтеры...)

Дело в том, что скорее всего мы ошибемся, поэтому **ВСЕГДА** любую гипотезу нужно тестировать. После чего можно внести изменения для корректировки, а потом еще раз тестировать!



Попытка «съесть слона целиком»

Когда есть только точка входа и точка выхода (например заявка/звонок) сложно оценить насколько хорошо работает сайт и просто невозможно ПОНЯТЬ



Попытка добиться конечной цели сразу



Разбиение пути на участки для достижения цели



Подготовлен

о:

Интернет агентство «КЕНГУ.РУ»

Кауров Сергей

Руководитель отдела веб-разработок «КЕНГУ.РУ»

E-mail: kaurov@kangu.ru

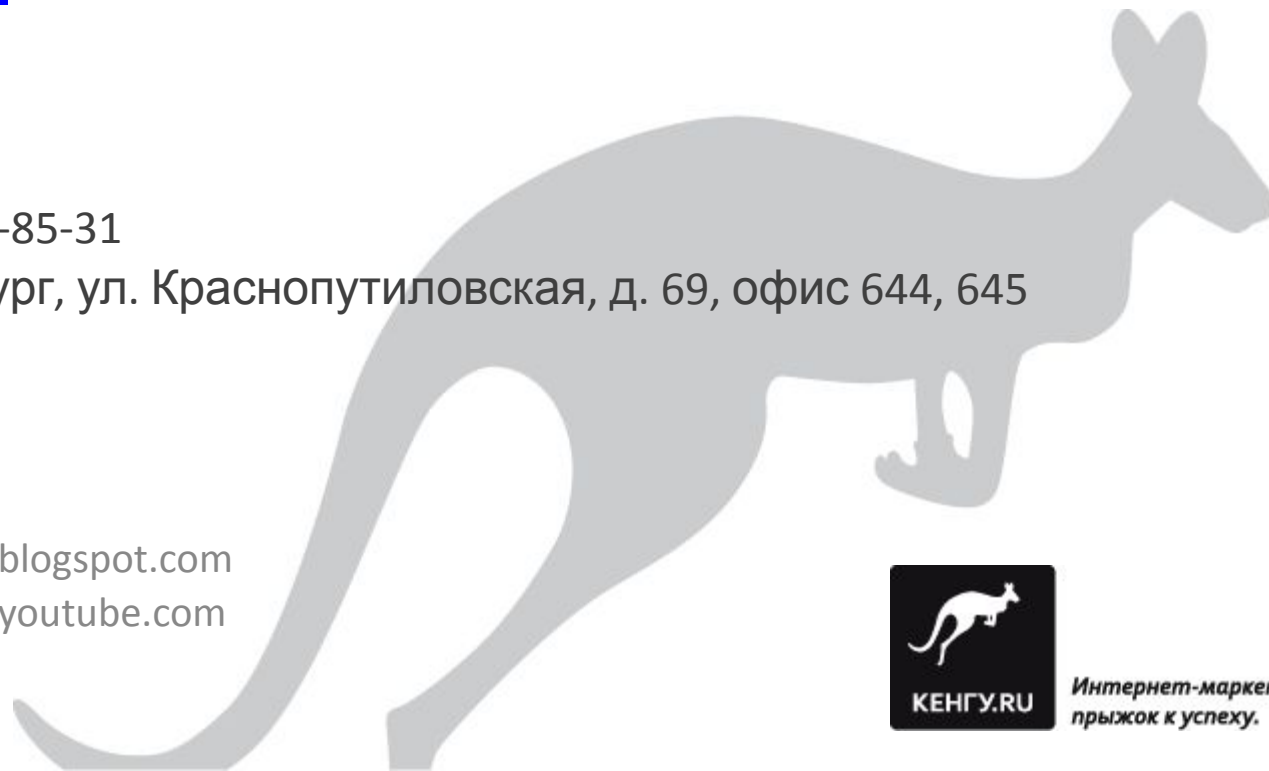
Сайт: kangu.ru

Тел/факс: +7 (812) 334-85-31

Адрес: Санкт-Петербург, ул. Краснопутиловская, д. 69, офис 644, 645

[vk.com](#) [livejournal.com](#) [blogspot.com](#)

[Twitter](#) [facebook.com](#) [youtube.com](#)



*Интернет-маркетинг —
прыжок к успеху.*