

Что будет, если ПОВЫСИТЬ конверсию?

На сегодняшний день в диалекте интернет-пользователей есть слово «конверсия», которая обозначает соотношение людей, которые просто посетили сайт с соотношением пользователей, которые решились совершить покупку

Конверсия





Три главных способа, позволяющих повысить конверсию:

Стоит **создать специальную мотивацию** для каждого клиента, которая способна убедить клиента совершить покупку услуги или же товара. В этом могут помочь опытные маркетологи, чтобы создать специальные предложения, которые в дальнейшем призвуют потенциальных потребителей совершить покупку;

Нужно **усилить конкурентные преимущества**, чтобы во всех мотивациях для клиентов пользоваться именно позитивными сторонами, которые отсутствуют у других предприятий. Таким образом можно подчеркнуть выгоду своего предложения и повысить уровень доходов, а также лояльное отношение к бренду;

Создать максимально удобный для использования сайт. Стоит сделать акцент на том, что грамотное и структурированное размещение меню может определить в какой-то мере поведение

потенциальных клиентов на сайте, а также выследить принятое решение совершить покупку на сайте. Среди основных параметров удобной навигации, весомую роль играет меню с правильной структурой, присутствие фильтров (по цвету товара, модели, размеру, материалу и так далее), организация каталогов (наличие максимально чёткой и адекватной для восприятия иерархии, разбивки на пункты и подпункты и так далее), если такие параметры отсутствуют, то становится весьма тяжело удержать зрительный контакт представителей потенциальной целевой аудитории, если на веб-ресурсе нет взаимодействия с товарными позициями, которые включают в себя список желаний, корзину, информацию о поступлении нового товара.

Многие специалисты утверждают, что наиболее значимую роль играет комплексный подход к своему делу, а также к наполнению сайта.

Для повышения конверсии стоит задействовать профессионалов и мастеров своего дела:

Маркетологи, представители такой профессии могут помочь проанализировать цены, акции и специальные предложения для повышения спроса и сбыта товара;

Копирайтеры должны создать грамотный текст, который позволит пользователям интернета провести детальное знакомство с товаром при помощи качественно написанного описания;

IT-технологи способны правильно структурировать информацию и разместить, созданную маркетологами и копирайтерами для наполнения веб-ресурса.

Все три способа конверсии одновременно увеличиваются при помощи представителей этих трёх

профессий. Такой комплексный подход может увеличить и улучшить результаты, а также синергетический эффект, это доказано практикой.

Зачем используют такой подход

Помимо того, что увеличиваются продажи, можно отслеживать показатели эффективности. Благодаря удобному меню, структурированному по подпунктам, можно ответить на большое количество важных вопросов, узнавать о скидках и акциях, о местоположении предприятия, о программах лояльности, реквизитах для оплаты, анализировать отзывы предыдущих клиентов, которые, безусловно, сыграют большую роль для покупок на том или ином сайте в дальнейшем. Если сайт имеет мало гиперссылок, а также отсутствует контактная информация, скорее всего, таким образом можно будет вызвать неловкое чувство у потенциальных клиентов, а также значительно снизить уровень коммерческой релевантности для сайта, ведь клиент не захочет вернуться на него снова, из-за отсутствия правильного и структурированного меню. Соответственно, если сайт будет соответствовать всем параметрам, можно воплотить в реальность любое техническое задание.
