

Пособие по увеличению продаж в Интернете

OO JUST
OO LIKE.

justlike.pro
278 65 90

Чем Вам поможет это пособие?

В данном пособии мы хотим помочь Вам сделать сайт не просто красивым и работающим без перебоев, но еще и приносящим максимальную прибыль.

- Сайт не приносит прибыль
- Недостаточно клиентов
- Мало или полное отсутствие продаж
- Реклама не эффективна
- Низкая окупаемость рекламы
- Вы незаметны в соц. сетях
- Не знаете что требовать от веб-студии

Переходите к следующим страницам,
узнайте, на сколько ваш сайт эффективен
с точки зрения продаж и как его улучшить

Из чего состоит продающий сайт?

Стильный, дорогой дизайн

Контактные данные (телефон) в правом верхнем углу на каждой странице сайта.

Кнопка "заказать звонок" справа сверху

Крутое предложение крупными буквами посередине на 1 экране

Логотип с дескриптором слева сверху

Слайдер со скидкой или акцией на 1 экране

Фавикон (кнопки выделяются, при наведении курсора на них)

Наличие отзывов (лучше видео)

Сертификаты, грамоты, награды, кейсы, портфолио

Инфографика
Призывы к действию (call to action)

Наличие формы заказа звонка и/или обратной связи

Блок часто задаваемых вопросов

Интуитивное меню (читатель легко находит нужную информацию)
Конкурентные преимущества (УТП компании)

Этапы работы/оказания услуг

Фото сотрудников с указанием должностей.

Информация о компании.

Карта проезда

Ссылки соц. сетей

Упрощенная форма заявки
(Имя и телефон)

Инструменты аналитики (Я.Метрика)

Коллбекхантер (или аналоги)

Описание проблем клиента и их решение

Гарантии (конверсий, увеличение продаж)

Акции, ограниченные по времени

Онлайн-консультант, если что-то непонятно

Корпоративный email

Время работы

Адаптивная верстка (сайт открывается
на мобильных и на планшетах и на компьютерах)

Высокая скорость загрузки сайта (не более 2 сек)

Продающий сайт – это сайт, который приносит прибыль



| | Обычный сайт | Продающий сайт |
|------------|--------------|----------------|
| Посетители | | |
| Звонки | | |
| Клиенты | | |
| Прибыль | | |

Для проверки вашего сайта
на наличие всех необходимых
продающих элементов заполните
чек лист на следующей странице

Насколько Ваш сайт продающий?

Ваш сайт удобный?

- Отправка заявки должна быть простой
- Вся информация видна и доступна
- Интерфейс должен быть интуитивно понятен

Ваше предложение продает?

- Предложение должно отличаться от конкурентов
- Должно быть понятным клиенту
- Обязательно нести для него выгоду

Качественный дизайн

- Сайт должен быть выполнен в едином стиле
- Все элементы располагаются аккуратно
- Цвета должны быть приятны на глаз и подчеркивать информацию

Призываете к действию?

- Клиенту должен быть понятен каждый следующий шаг
- Каждый шаг должен быть конкретный
- Сайт не должен работать на простую выдачу информации

Сайт современный?

- Сайт должен открываться во всех браузерах
- Сайт загружается быстро с мобильного трафика
- У сайта должна быть мобильная версия и версия под планшет

Закрывают ли возражения клиентов?

- Необходимо закрыть все возражения за один раз
- Клиент должен быть уверен в вашей компании
- Сайт должен предугадать вопросы клиента и ответить на них

Доверяют ли вам?

- На сайте должны быть реальные отзывы
- На сайте есть примеры выполненных работ
- Должна быть схема работы вашей компании

Подача текста

- Должен быть читаемый и приятный для глаз шрифт
- Вся информация на сайте должна быть актуальна
- Отсутствуют сложные термины (информация понятна даже ребенку)

Результаты оценки сайта:

К сожалению, ваш сайт
нельзя назвать продающим

/конверсия = 0,5 %

0-6

Выполнен минимум условий,
которые могут обеспечить
очень низкий поток заявок

/конверсия = 1 %

7-12

Реализованы некоторые свойства
продающего сайта, и сайт
имеет средний поток заявок

/конверсия = 3 %

13-18

Сайт с гордостью можно
назвать продающим!

/конверсия = 11 %

19-24

Кол-во
посетителей

Конверсия

Средний
чек

×

×

Прибыль Вашего
сайта составляет

Продающие фишки для Вашего сайта



Бонусы

Бонусы не только увеличивают ценность вашего товара или услуги в глазах вашего клиента, но и стимулируют купить у вас что-нибудь еще.



Обучающая реклама

Сегодня традиционная реклама уже не приносит той отдачи, которую она давала всего несколько лет назад. Дело в том, что ежедневно на вашего потенциального клиента буквально со всех сторон обрушиваются десятки и сотни «кричащих» рекламных предложений, предлагающих что-то купить. Срабатывает естественная защитная реакция – игнорирование. Выход из этой ситуации очевиден – сделать свою рекламу ценной, полезной для вашего клиента.



Пакетирование

Предлагайте комплексные услуги или комплекты товаров. Всегда найдутся люди, которым нужно все и сразу. Это прекрасный способ повысить сумму чека.



Рекомендации

Самое интересное, что большинство ваших клиентов с удовольствием будут вас рекомендовать. Более того, они станут вас рекомендовать еще активнее, если вы их как-то за эти рекомендации будете поощрять. И даже если совсем не большой процент клиентов приведет к вам новых клиентов, - это уже довольно сильно увеличит ваши продажи



Товар-«локомотив»

Это продукт или услуга, на которой вы ничего не зарабатываете, но которая привлекает к вам ваших клиентов, как пчел на цветы. Зарабатывать же вы будете с продаж более дорогих продуктов или услуг, на тех же допродажах или сопутствующих товарах .



«Сарафанное радио»

Сильнейший инструмент привлечения новых клиентов. Запустить его очень просто! Для того, чтобы о вас говорили, необходимо превзойти все ожидания клиента. Включайте фантазию, экспериментируйте, произведите эффект на клиента. Результат не заставит себя долго ждать.



Система сбора контактов

По статистике, продать что-то уже имеющемуся клиенту в 7 раз легче, чем потенциальному. Более того, когда у вас есть своя база контактов, перед вами открывается целый спектр дополнительных возможностей для увеличения прибыли. Поэтому обязательно найдите способы сбора контактной информации клиентов и используйте ее.



Подарки

Делайте вашим клиентам небольшие подарки. Просто так. Неожиданный подарок вызовет у клиента неподдельный восторг, будет о вас напоминать и рассказывать о вас другим людям.



Партнеры

Это еще один сильный источник новых клиентов в ваш бизнес. Найдите тех, кто что-то продает вашим потенциальным клиентам, и обменяйтесь с ними рекламой или/и товаром, рекомендуйте друг друга, направляйте клиентов друг к другу. Несомненное преимущество в том, что партнеров у вас может быть сколько угодно, а обойдутся они вам совершенно бесплатно.



Допродажи (Cross-sell)

Это самый простой и быстрый способ увеличения продаж. По статистике, каждый третий клиент купит у вас что-то в довесок, если вы вовремя или сразу после покупки предложите ему приобрести ещё что-нибудь. В противном случае деньги так и остаются лежать в кармане клиента. Не упускайте эту возможность.



Уникальное торговое предложение

Почему клиенты должны покупать именно у вас, а не у конкурентов? Чем вы отличаетесь? У вас низкие цены? Отличное качество? Превосходный сервис? Этого НЕДОСТАТОЧНО! Любая компания может это сказать. Найдите ту ценность, которую вы даете клиенту.



Продажа более дорогого товара

Всегда предлагайте клиенту более дорогие товары. Здесь, как и с допродажами, - часть покупателей с удовольствием купят то, что вы им предложите.



VIP-товар

В вашем магазине, офисе или салоне обязательно должен быть товар или услуга по невероятно высокой цене. Этим вы убиваете сразу несколько зайцев:

Во-первых, таким образом вы повышаете свой имидж и превосходите ожидания клиента.

Во вторых, только благодаря наличию дорогого товара лучше продаются все остальные товары.

И, в-третьих, обязательно найдется тот человек, который купит это у вас.



Скрипты продаж

Скрипты - это продуманные речевые шаблоны для сотрудников, которые контактируют с вашими клиентами. Они нужны для того, чтобы осуществить все то, о чем мы говорили выше. Ваш продавец должен знать как дважды два, что, как и в какой последовательности говорить да, во время и после покупки. Это должно стать его обязанностью и святым долгом. Ведь именно от него в большинстве случаев зависит окончательное решение клиента.



Закрытые распродажи

Дайте возможность самым лучшим клиентам приобрести ваш новый продукт в приватной обстановке, за несколько дней до того, как он появится на ваших прилавках, по особой цене.

Технологии, которые мы используем



A\B тестирование

Мы протестируем каждый элемент сайта и доведем их до максимальной эффективности



Анимация

Время просмотра сайта увеличивается в 1,7 раз. Цепляет внимание клиента на важных блоках. Заставляет посетителя остановиться и прочитать



46% трафика приходится на мобильные устройства

Не упустите потенциальных клиентов с мобильных устройств +46% к трафику в заявки



Анализ вашего бизнеса

Проанализируем вашу нишу, выделим вас среди конкурентов и донесем основную идею вашего бизнеса до клиента



Контекстная реклама эффективней в 2 раза

Мы постоянно отслеживаем и увеличиваем эффективность вашей рекламы

Технологии, которые мы используем



Ретаргетинг клиента

Мы возвращаем потенциальных клиентов посетивших ваш сайт с помощью специального сервиса. Это увеличит количество заявок и сократит рекламный бюджет



Детально изучим поступающий трафик и отсеем лишнее

Узнаем откуда приходят реальные покупатели и по каким запросам. Экономия бюджета до 50%.



Подключение сервиса

Сервис анализирует поведение пользователя на Вашем сайте и соединяет его с вашим менеджером по телефону за 33 секунды – это увеличивает количество ваших заявок на 40%



Модуль выявления профиля социальных сетей пользователя

Сервис узнает страницы социальных сетей при заходе на сайт. Вы можете предложить им лично товар или услугу

Словарь терминов

Callback - виджет обратногозвонка дляВашего сайта

CRM (Customer Relationship Management) - управление взаимоотношениями с клиентами, бизнес-стратегия, ядром которой является клиент-ориентированный подход. Т.е. подход, нацеленный на дифференциацию компании от конкурентов и предоставление каждому клиенту уникального опыта общения с компанией в процессе сервиса и проведения транзакций.

Адаптивный сайт - сайт который имеет подстраиваться под устройства с дисплеями разных размеров и аккуратно выглядеть на любом из них.

Бренд-бук - официальный документ компании, в котором описывается концепция бренда, атрибуты бренда и другие данные. Кроме этого, бренд-бук содержит полное руководство по фирменному стилю, которое включает в себя подробное описание использования каждого фирменного элемента на различных носителях, как рекламных, так и корпоративных.

Верстка (html) - верстка сайта представляет собой описание программным кодом визуальной части веб-сайта. Независимо от того, какой браузер использует пользователь, сайт должен выглядеть и работать корректно при любом разрешении монитора.

Воронка продаж - визуализация математического расчёта удобно показывающая эффективность каждого этапа продаж.

Домен (доменное имя) - это имя вашего сайта в сети Интернет. Например, yandex.ru – это домен поисковой системы яндекса. Доменное имя, в отличие от человеческих имен, уникально, т. е. двух одинаковых быть не может. Поэтому, если вы делаете серьезный сайт, то вам нужно уделить должное внимание подбору этого имени.

Интернет магазин - веб-сайт с каталогом продукции, с помощью которого клиент может заказать нужные ему товары. Используются различные системы расчетов: от пересылки товаров наложенным платежом или автоматической пересылки счета по факсу до расчетов с помощью пластиковых карт.

Инфографика — это графический способ подачи информации, данных и знаний, целью которого является быстро и четко преподнести сложную информацию. Одна из форм информационного дизайна.

Конверсия сайта - это соотношение посетителей сайта, которые достигли определенных целей (регистрация на сайте, подписка на рассылку, заказ товара), к общему количеству посетителей на этом сайте.

Контекстная реклама — рекламные объявления, которые показываются пользователю, набравшему в ПС поисковый запрос с использованием ключевых слов объявления.

Контент - любое информационно значимое наполнение сервера, информационного комплекса - тексты, графика, мультимедиа. Организуется в виде страниц средствами гипертекстовой разметки. Существенными параметрами контента является его объем, актуальность и релевантность.

Кроссбраузерный сайт - сайт который отображается одинаково в различных обозревателях интернета.

Корпоративный сайт - большой полнофункциональный сайт, состоящий из десятков страниц, без ограничений по количеству уровней (вложенности разделов) и количества страниц в разделах. Является представительским сайтом компании, содержит информацию о компании и обладает хорошей интерактивностью для взаимодействия с посетителями.

Продающий сайт - сайт, который использует все современные маркетинговые и технические инструменты для создания максимального количества продаж через интернет.

Сервис - совокупность средств для обслуживания пользователей; набор функций одного из уровней программной структуры сети, обеспечивающих доступ к объектам вышележащего уровня через интерфейс между этими уровнями.

Таргетинг - точный охват целевой аудитории, осуществляемый по тематическим сайтам, по географии и по времени.

Трафик - совокупный объем передаваемой информации за единицу времени, выраженный в единицах измерения компьютерной памяти (бит/с)

Целевая аудитория (веб-узла) - обозначение потенциальных посетителей веб-узла, на которых в первую очередь ориентирован данный ресурс. От специфики целевой аудитории зависит стиль представления ресурса и предлагаемые сервисы.

УТП - Уникальное торговое предложение, такое предложение от компании, которое отличается от всех конкурентов в этой же области.

Хостинг - это услуга, которую предоставляет так называемая хостинговая компания, позволяющая вам размещать свои веб-сайты на её серверах.

Целевая страница (landin Page) —

веб-страница, содержащая информацию об услуге или товаре. Используется для усиления эффективности рекламы, увеличения аудитории. Целевая страница обычно содержит информацию о товаре или услуге. Переход на целевые страницы часто осуществляется из социальных медиа, email-рассылок и рекламных кампаний в поисковых системах. Главной задачей таких страниц является конвертация посетителя в покупателя или клиента компании, побуждение к целевому действию. Анализ действий пользователей на целевой странице позволяет маркетологам определить успешность рекламы.

Юзабилити - (Международная организация стандартизации ISO) - "Удобство применения - это эффективность, рентабельность и удовлетворение, с которым пользователи могут выполнить те или иные задачи в заданной среде". Область деятельности, направленная на создание удобных с точки зрения пользователя веб-ресурсов.

Яндекс метрика - счетчик, позволяющий измерять посещаемость сайта, анализировать поведение пользователей и эффективность рекламных кампаний.

 **JUST
LIKE.**

Позвоните по номеру
278 65 90 и получите
бесплатный макет
Вашего будущего сайта

justlike.pro