

10 конверсионных ошибок по которым гости чаще всего покидают сайты

Если у вас перспективная идея и веб-сайт, который продаёт товар или услугу, то вы заинтересованы в том, чтобы посетитель совершил конечное целевое действие. Но что делать, если у вас не получается довести потенциального клиента до главного результата? О причинах, которые снижают конверсию, рассказываем ниже.

Нет четкого визуального представления вашего предложения

Когда покупатель заходит на сайт, первое на что он обращает внимание - дизайн. Если текст написан без форматирования, сливается с фоном страницы, между заголовком и текстом большое расстояние и на сайте размещены неподходящие изображения, которые не демонстрируют ваше УТП, то посетители не будут задерживаться и не увидят то, что вы хотите им показать.

ВАЖНО! С помощью визуального восприятия товара, клиент должен понять как ваш продукт или услуга работает и как он может использовать его самостоятельно. Визуальные эффекты должны выделять на вашей странице предлагаемый товар или услугу.

Контент не отвечает на вопросы клиентов

Помимо общего визуального восприятия, заходя на сайт, посетитель хочет получить ответы на свои вопросы: «Что вы можете мне предложить? У вас точно есть то, что мне нужно?». Если

контент не даёт четкой информации, пользователь не будет заинтересован в вашем предложении.

Сложная конструкция

В первые секунды посещения страницы, клиент хочет понять, если ли у вас то, что ему нужно. Наполнение тяжеловесными картинками, поп-апами, скриптами, не только затруднит восприятие всего сайта, но и ухудшит скорость загрузки страниц.

Неудобный интерфейс

Если посетитель не сможет быстро найти на сайте интересующий его продукт или предложение, конверсии не будет.

Заголовки не призывают к действию

Цепляющий заголовок должен ответить на главные вопросы посетителя, озвучить выгоды и призвать клиента к нужному вам действию.

Плохо оптимизированный сайт

Плохая внутренняя оптимизация не позволяет вашему материалу попасть на верхние позиции в поисковых системах, что также снижает конверсию.

Не актуальная дата или отсутствие её

Использование не актуального года не только сократит конверсию, но и уменьшит CTR в поисковой выдаче.

ПАМЯТКА! Постоянный аудит, аналитика и внесение соответствующих изменений – залог высокой конверсии.

Безликость

Пользователь хочет видеть подтверждение, с помощью личных историй и фотографий, того что вы, ваши клиенты и ваши продукты действительно существуют. Вы повышаете доверие и, в результате, получаете нужное вам действие от пользователя.

Неправильно составленное УТП

Пользователь должен четко понимать «Почему я должен купить это у вас», если контент не рассказывает обо всех преимуществах ваших предложений, сайта и компании, конверсии не будет.

Предлагать процесс, а не результат

Элемент последнего действия пользователя - кнопка. Неправильно составленная надпись, сокращает конверсию. Тексты «отправить» и «послать» не говорят о конечном результате, который клиент хочет получить после нажатия.

Текст опубликован:

https://vk.com/@web_studio_strike-10-konversionnyh-oshibok-po-kotorym-gosti-chasche-vsego-poki