صفحه فرود (Landing page) چیست؟

نویسنده: مهران منصوری فر

تدریو

صفحه فرود (Landing page) مناسب می تواند به قطعی شدن فروش کمک کند. چگونگی طراحی درست صفحات لندینگ، نیازمند یک دانش جزئی است که در ادامه توضیح بیشتری در این رابطه خواهیم داد تا بتوانید از این صفحات بیشترین بازدهی را بگیرید.

روزانه با جستجو در اینترنت در مرورگرهای خود وارد هزاران صفحه فرود (Landing page) می شویم؛ اما کدام یک از این صفحات، صفحه فرود (Landing page) هستند؟
آیا تمام صفحاتی که می بینیم صفحه فرود (Landing page) می باشند؟
چگونه می توانیم کاربر را با استفاده از صفحه فرود (Landing page) به خرید محصول هدایت کنیم؟
این سوال ها و تمام سوالات دیگر در مورد صفحه فرود (Landing page) در ادامه برایتان توضیح داده خواهد شد که به سادگی برای همیشه این مفهوم برایتان جا بیفتد.

صفحه فرود (Landing page) چه ویژگی هایی دارد؟

صفحه فرود (Landing page) صفحه ای است که واقعا قرار است برای کاربر مفید باشد، چه از نظر محتوای صفحه و چه از نظر معرفی خدمات یا محصول. به زبان ساده تر، این صفحه باید به کاربر کمک کند که واقعا چیزی که می خواهد را بخرد.
نحوه ورود کاربر به صفحه فرود (Landing page) با کمک لینک هایی که کاربر روی آن ها کلیک می کند انجام می شود. ورود کاربر هم از داخل سایت به دیگر صفحات سایت اتفاق می افتد و هم از خارج سایت با روش های مختلفی مثل :

* جستجو کردن یک کلمه کلیدی در گوگل و مشاهده ی سایتی که با کلمه کلیدی شما مرتبط باشد
* استفاده از تبلیغات بنری سایت ، در سایت های دیگر
* استفاده از تبلیغات گوگل ادوردز برای کلمه کلیدی مورد نظر کاربران
* قرار دادن بک لینک سایت در سایت ها و دیگر بلاگ ها

موارد ذکر شده در بالا، مواردی هستند که کاربر را از بیرون سایت به صفحه فرود (Landing page) هدایت می کنند.
مطالب مرتبط: انتخاب رنگ مناسب برای سایت

چند نوع صفحه فرود (Landing page) داریم؟

۱. صفحاتی که دارای محتوا و تصویر هستند و به شرح محصول یا خدمتی می پردازند. این نوع صفحات عموما محتوای اطلاع رسانی و آموزشی دارند که به همراه تصاویر و یا ویدئو باعث جذب بیشتر کاربر به این صفحه ها خواهند شد.
با توجه به این که صفحات فرود (Landing page) عموما ورودی خوبی دارند این صفحات باید با انکرتکست ها لینک سازی داخلی شوند و به دیگر صفحات سایت نیز دسترسی داشته باشند تا کاربر بیشتر در سایت بماند.

۲. صفحاتی که به صورت تعاملی ایجاد می شوند و باعث می شوند کاربر اطلاعاتی از خود را در اختیار سایت بگذارد مانند ایمیل، شماره تلفن و ...
این صفحات با سر برگ و فوتری مانند دیگر صفحات سایت طراحی نمی شوند و فرمی مخصوص دارند که کاربر با دیدن آن گزینه دیگری به جز وارد کردن اطلاعات خود نمی بیند.
منظور این نیست که رنگ بندی تغییر کند منظور از تغییر فرم، طراحی صفحه لندینگی است

که مفهوم خود که گرفتن اطلاعات است را از نگاه اول برساند. بعد از اینکه توانستیم هدف صفحه را در نگاه اول مشخص کنیم باید در نظر داشته باشیم که طراحی صفحه، قالبی از سایت را به همراه داشته باشد و کاربر احساس نکند به سایت دیگری رفته است.
برای اینکه صفحه فرود خوبی داشته باشیم و کاربر به وارد کردن اطلاعات ترغیب شود، می توان از تکنیک های پیشنهاد ویژه استفاده کنیم. به طور مثال:
برای دریافت کد تخفیف ۱۰ هزارتومانی وارد شوید
دانلود محصول ۱۰۰ نکته طلایی به صورت رایگان با عضویت در سایت
و ...
و جملاتی از این دسته می تواند کاربر را برای پر کردن اطلاعات ترغیب کند در نتیجه می توانید از این کار آن ها به نفع خود استفاده کنید. ایمیل مارکتینگ، پنل پیامکی، مطالب ویژه کاربران طلایی و ... همگی با استفاده از عضو شدن کاربران در صفحه فرود (Landing page) باعث افزایش فروش خواهند شد.
پس با توجه به اینکه باید خود کاربر بخواهد که روی لینک ها کلیک کند و وارد صفحه فرود (Landing page) شود. جملات و کلمات استفاده شده در عنوان این لینک ها نیز حائز اهمیت می باشند.
استفاده از کلمات و جملات به علاوه چند مورد دیگر از موارد مهمی هستند که به تاثیر گذاری بیشتر صفحه فرود (Landing page) کمک خواهند کرد.
در ادامه به ۶ نکته مهم در این زمینه می پردازیم:

۱. عنوان جذاب

عنوان جذاب مانند چراغ راهنما به کاربران مسیر می دهد و آن ها را تا صفحه فرود (Landing page) هدایت می کند.
این عنوان ها یا در سایت خودتان به عنوان معرفی دیگر خدمات قرار داده می شوند و یا در دیگر سایت ها به عنوان تبلیغات و افزایش ورودی سایت شما.
به طور مثال اگر در این صفحه، بنری طراحی کنیم و روی آن بنویسیم (آموزش سئو) به اندازه عبارت (به سئو کاران پول ندهید! خودتان سایت را در هزاران کلمه سئو کنید) کلیک نخواهد خورد. زیرا عنوان جذاب برای این عبارت باعث می شود که کاربر مطمئن باشد که می تواند

به خوبی سئو یاد بگیرد و برای اینکه در مورد چگونگی انجام این کار مطمئن شود حتما به سایت وارد می شود و محتوای صفحه فرود (Landing page) مربوط به آموزش سئو را با دقت خواهد خواند و این دقیقا همان چیزی است که ما می خواهیم.

مطالب مرتبط: ۱۰ نکته اساسی برای انتخاب (Keywords) کلمه کلیدی

۲. تصویر

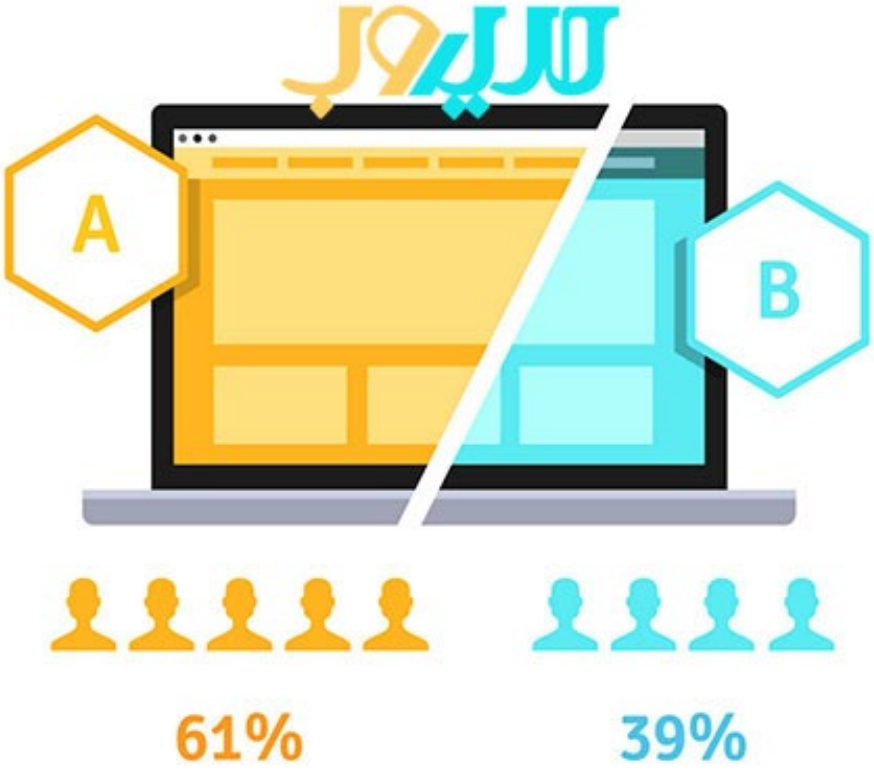
تصویر شاخص جذاب و تصاویر بین متن تاثیر بسیار مثبتی برای افزایش ورودی سایت دارند. تصاویر می توانند توجه انسان را بیشتر از هر متنی، هر چند جذاب جلب کنند. از تصاویر با کیفیت و کم حجم استفاده کنید تا محتوای سایت را از یک نواختی خارج کنید در نتیجه مخاطب هم بیشتر به مطالعه متن ها علاقه نشان می دهد. می توانید از اینفوگرافیک ها برای جذاب تر شدن محتوا و یادگیری صد در صد آن ها استفاده کنید.
برای سایت های فروشگاهی هم استفاده از تصاویر بسیار حائز اهمیت است. تصاویر باید از زاویه هایی مختلف گرفته شده باشند تا جای سوالی باقی نماند. البته مهم ترین چیز ارتباط و صحت تصاویر استفاده شده است که باید با توضیحات مرتبط باشند. اگر تصویر مربوط به محصولی است باید دقیقا تصویر همان محصول در سایت قرار گیرد.

مطالب مرتبط: چگونه عکس های سایت خود را فشرده کنیم؟

۳. دکمه Call to action

Call to action یا CTA دکمه فراخوان عمل است. یعنی این دکمه باعث می شود که کاربر به انجام کاری دعوت و حس کنجکاوی او برانگیخته شود. دکمه هایی مثل همین حالا خرید کنید، برای تخفیف های شگفت انگیز اینجا را کلیک کنید و نمونه های این چنینی دکمه Call to action هستند. این نوع دکمه ها باید کاملا در صفحه مجزا باشند یعنی رنگ، فونت و سایز متفاوتی نسبت به دیگر اجزای صفحه داشته باشند. محل قرار گرفتن این دکمه بسته به محتوا و تصاویر صفحه متفاوت است ولی باید در جایی قرار

داده شود که کاملا جلب توجه کند. استفاده از آیکون های جذاب مانند فلش می تواند در طراحی این دکمه بسیار مفید واقع شود هم چنین رنگ های شارپ، افکت های گرافیکی و اشکال هندسی متفاوت می تواند تاثیر دکمه Call to action را چندین برابر کند.



۴. آمار ورودی سایت

با دانستن میزان ورودی هر صفحه در سایت می توان به خوبی متوجه شد که موضوع مورد علاقه کاربران چیست و برای آن، محتوای بیشتری در صفحه های لندینگ جداگانه ایجاد کرد. مثلا اگر سایت در مورد آموزش سئو و بازاریابی اینترنتی است با مشاهده ورودی صفحاتی مثل content marketing متوجه می شویم که کاربران به این موضوع علاقه زیادی دارند و اگر مطالب بیشتری هم داشته باشیم باز هم توسط آن ها خوانده می شود. در نتیجه می‌توان عنوان های مختلف و راه کارهای بیشتری برای کاربران در صفحات مجزا تولید کرد.

۵. گارانتی

سایت های فروشگاهی باید اهمیت اینماد را حتما در ذهن داشته باشند. اینماد باعث می شود که کاربر برای خرید از سایت احساس بهتری داشته باشد. به دلیل کلاه برداری های متعدد اینترنتی باید با کمک اینماد تا حدود زیادی کاربران را آسوده خاطر کرد که شرکت ثبت شده ای داریم و پرداخت های آنلاین آن ها کاملا امن انجام می شود. در نتیجه وجود اینماد کمک می کند که صفحه فرود (Landing page) مورد اطمینانی داشته باشیم.

۶. حجم محتویات

محتویات صفحه باید از ۳۰۰ کلمه بیشتر باشد و تحت هیچ شرایطی محتوای کمتر از ۳۰۰ کلمه در صفحه فرود (Landing page) محتوای مطلوبی نخواهد بود.
شاید تصور کنید که محتوای طولانی خوانده نخواهد شد. مثلا محتوایی با ۲۰۰۰ کلمه هیچ گاه تا انتها خوانده نمی شود ولی اینطور نیست! شاید زیاد بودن محتوا در شبکه های اجتماعی باعث شود که محتوا خوانده نشود ولی در سایت شرایط فرق می کند. محتوای طولانی هم از نظر سئو مفید است و هم به کاربر این حس را می دهد که تمام چیزی که نیاز است بداند یک جا در صفحه جمع شده است در نتیجه این صفحه برای هر کاربری بیشتر از محتوای نصفه و نیمه قابل قبول است.