



Чек-лист по повышению конверсии Вашего интернет-магазина

Практически все руководители рано или поздно задаются одним и тем же вопросом: «Как получить больше конверсий для интернет-магазина?» Вопрос действительно достоин особого обсуждения, поэтому мы поделимся с вами наблюдениями: представим чек-лист повышения продаж и поможем разобраться в причинах их отсутствия.

1. Не экономьте на дизайне

Ресурс, разработанный профессиональными веб-разработчиками - это уже половина успеха. Работайте с проверенными компаниями, гарантирующие свою работу, имеющие интересные работы в своем портфолио.

2. Тестируйте скорость загрузки сайта

Оптимизируйте работу ресурса. Важно, чтобы на загрузку страницы сайта уходило не больше 1-2 сек. Разрабатывая интернет-магазин, постарайтесь оптимально определить платформу, которая даст возможность развиваться вам в будущем.

3. Внедряйте простоту в навигации

Одним из преимуществ популярных интернет-магазинов считается удобная навигация - фильтрация товара по категориям (размеру, цене) и наличие строки поиска. Используйте этот элемент юзабилити в вашей работе, покупатели оценят его по достоинству.

4. Работайте над юзабилити страницы заказа

Дайте возможность покупателям продолжить покупки со страницы оформления заказа: нет ничего хуже кнопки «назад» и потери ранее заказанных товаров из корзины. Используйте крупный шрифт для заголовков и названий продуктов, чтобы он не сливался с общим текстом.

5. Используйте качественные изображения

Возможность просмотра изображения в хорошем качестве и в разных ракурсах - отличный способ привлечь больше покупателей к себе на сайт. Современные гаджеты делают отличные фотографии, потому что отсутствие хороших фотографий на сайте - это халатность.

6. Создайте возможность оставить отзыв о продукте

На самом деле, хороший отзыв о продукте может вызвать больше продаж, чем реклама. Отзыв создает впечатление, что продукт проверен третьим лицом и ему можно доверять.

7. Предлагайте сопутствующие товары

Показывайте на страницах товара сопутствующие предметы, которые дополняют друг друга. Обязательно включайте эту функцию, ведь это товары, которые могут понадобиться клиенту. Так пусть он сэкономит время и купит их у вас!

8. Работайте над контентом

Важно писать о том, что представляет ценность для клиента. Ваш арсенал - это четкое описание преимуществ товара, короткие понятные предложения, уникальное торговое предложение, выгодно выделяющее вас на фоне конкурентов, полезные тематические статьи.

9. Отшлифовывайте сервис

Стоит ли говорить, что конкуренция в сети зашкаливает? О вашем сервисе должны ходить легенды. Сообщайте с помощью триггерных писем о состоянии заказа, иначе клиент быстро «остынет» к вам.

10. Тестируйте и анализируйте полученные данные

Не забывайте также проверять и показатель отказа. Если посетители много времени проводят на вашем сайте, но ничего не покупают и особенно, если они повторно заходят на ваш сайт без покупки, то это интересный вопрос. У вас, возможно, полезный контент, но хромает политика продаж.