



## Готов ли ваш сайт к рекламному трафику

У вас очень хороший товар. Настроена реклама, трафик растет. И вроде все прекрасно, а заказов нет. В чем дело? Возможно, сайт не готов к продвижению. Проверьте его на распространенные ошибки.

### 1. Страница не удобна для посетителя

1.1 Страница загружается дольше 3 сек

*Посетители не готовы долго ждать загрузки и уйдут, не узнав о вашем продукте/ услуге, а вы зря потратите деньги на привлечение.*

1.2 Страница не адаптирована под смартфоны

*В среднем, на сайты чаще переходят с мобильных устройств. И если сайт не удобен для просмотра со смартфона, посетитель быстро его покинет, не узнав почему стоит купить ваш товар.*

1.3 Формы обратной связи/ записи не работают

*Представьте ситуацию: посетитель переходит на ваш сайт по рекламе, хочет сделать заказ, а форма не отправляется, и он разочарованный покидает сайт. Вы теряете клиента и деньги, потраченные на его привлечение. Поэтому, проверяйте работу форм!*

1.4 Формы очень сложные, много полей

*Увидев форму с множеством полей для заполнения, посетитель с большой вероятностью ее закроет. Как правило, достаточно двух полей- имени и номера телефона. Остальное можно узнать во время звонка.*

### 2. Ошибки в содержании

2.1 Неинформативный первый экран

*Посетителю уже при загрузке первого экрана, должно быть ясно чем вы занимаетесь,*

какой товар/услугу предлагаете.

## 2.2 Перегруженность посадочной страницы

*Не перегружайте целевую страницу лишней информацией. Содержание должно быть структурированным и понятным для посетителя. Среднестатистический интернет-пользователь не будет читать простыню текста и искать там нужную ему информацию.*

## 2.4 Не сформулировано УТП

*УТП — уникальное торговое предложение. Не обязательно акция или скидка. Оно должно отстраивать вас от конкурента, показать, что вы предлагаете что-то уникальное и отвечать на вопрос: «Зачем это нужно клиенту?».*

## 2.5 Не понятно какие выгоды получит клиент от покупки вашего товара/услуги

*Часто на посадочной странице указываю только преимущества товара. Например, «Оптимальный уровень кальция», укажите какая в этом польза для покупателя «Способствует укреплению и здоровью зубов». Клиенту важнее увидеть какую свою проблему он решит, купив ваш товар.*

## 2.6 Отсутствуют цены на товар/услугу.

*Посетителя интересуют цены. Не найдя стоимость у вас, он найдет их у конкурента. Если стоимость зависит от случая, укажите цену «от».*

## **3. Не проработаны элементы конверсии**

### 3.1. Мало элементов конверсии

*Для того чтобы пользователь совершил целевое действие (позвонил, заполнил форму...), необходимо создать и настроить элементы конверсии (форма заказа, кнопки, заказ обратного звонка). Не ждите что человек прочитав ваш текст, сам захочет оставить контакты, направьте его.*

### 3.2. Элементы конверсии плохо заметны

*У клиента нет цели найти форму заказа, когда он посещает ваш сайт. Если кнопка мало заметна или находится в неудобном месте, он просто уйдет.*

### 3.3. Неверный текст на кнопке

*Правильный призыв на кнопке может повлиять на решение потенциального клиента. Если на странице предлагается скачать книгу бесплатно после заполнения формы, а на кнопке написано «КУПИТЬ», то это спугнет посетителя. Также для товаров/услуг с долгим циклом (например, покупка квартиры) будет неуместна кнопка «КУПИТЬ»,*

лучше призыв к следующему шагу «ЗАПИСАТЬСЯ НА КОНСУЛЬТАЦИЮ»

### 3.4. Капча в форме заказа

*Не все покупатели готовы “бороться” с капчей. Есть альтернативные решения, например скрытые поля.*

Это не все ошибки, которые могут повлиять на конверсию сайта. Каждый случай нужно рассматривать индивидуально, в зависимости от деятельности. Есть вопросы по контекстной рекламе? Обращайтесь! Проведу для вас БЕСПЛАТНУЮ консультацию. Специалист по контекстной рекламе Елена Королева <https://elenakoroleva.com/>

Создано с помощью онлайн сервиса Чек-лист | Эксперт: <https://checklists.expert>

как это убрать?