



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.