

طراحی لندینگ پیج (صفحه فرود) + 24 نکته کلیدی ساخت لندینگ پیج حرفه ای

طبق آمار، معمولاً صفحه های فرود، نرخ های تبدیل بالایی ندارند. طراحی لندینگ پیج، به صورتی که نرخ تبدیل بالایی داشته باشد و شما را به اهداف بازاریابی تان برساند، نیازمند داشتن استراتژی مناسب طراحی صفحه فرود است. در واقع ساخت لندینگ پیج حرفه ای کار آسانی نیست و باید زمان و هزینه مناسب را برای تحقیق و طراحی آن کنار بگذارید.

ما در این مقاله، 24 نکته کلیدی را برای «طراحی لندینگ پیج موثر که نرخ تبدیل بالایی داشته باشد»، بررسی خواهیم کرد.

فاکتورهای تاثیر گذار بهینه سازی در طراحی لندینگ پیج



بهینه سازی لندینگ پیج

قبل از پرداختن به «طراحی لندینگ پیج»، در یک تعریف کلی، هر صفحه ای را که با هدف افزایش تعامل مخاطب با برند شما ساخته شود، لندینگ پیج (صفحه فرود) می نامند. این صفحات را می توانید با توجه به ترافیک سایت، مانند یک قیف در نظر بگیرید و آن را طبق اهداف خود تنظیم کنید. قبل از شروع ساخت یک لندینگ پیج حرفه ای، باید هدف خود را از ساخت آن مشخص کنید. از خرید یک محصول تا ثبت نام در یک خبرنامه، می توانند هدف طراحی صفحه فرود باشند.

به طور معمول کاربران از طریق شبکه های اجتماعی، ادورز یا دیگر کانال ها به این صفحات می رسند. صفحه فرود شما می تواند صفحه یک محصول، یک کمپین یا هر صفحه ی دیگری در سایت شما باشد. اگر بخواهید حتی می تواند صفحه اول سایت شما نیز باشد.

4 بخش برای بهینه سازی لندینگ شما وجود دارد تا شما بتوانید بهترین نتیجه را بگیرید.

- طراحی: شامل طراحی تصویر برای جذب مخاطب هدف شما
- محتوا: محتوایی متقاعد کننده بنویسید که سئوی خوبی نیز داشته باشد
- CTA: پیدا کردن مکان مناسب و درک هدف آن

- **تست صفحه فرود:** در بخش آخر پس از نهایی کردن، آزمایش های مختلفی را انجام بدهید که بدانید بهترین حالت ممکن طراحی شده است

عناصر اصلی ساخت صفحه فرود (لندینگ پیج)



هر یک از مجموعه های بالا مجموعه ای از عناصر مختلف هستند. حال بیایید با هم ببینیم که هر یک از مجموعه ها شامل چه عناصری هستند.

1. مجموعه ی طراحی لندینگ پیج

موثر و پربازدیدترین صفحات فرود در یک چیز مشترک هستند، آن هم طراحی صفحه است. زیبایی یک صفحه یکی از اصلی ترین ازکان جذب شدن مخاطبان است.

حال بیایید نگاه دقیق تری به عناصر طراحی لندینگ پیج بیاندازیم:

تصاویر با کیفیت بالا

هیچ صفحه فرودی بدون استفاده از تصاویر با کیفیت کامل نیست. برای اینکه اطمینان حاصل کنید که نرخ تبدیل خوبی دارید حتما از این تصاویر استفاده کنید. از تصاویر جذاب، اینفوگرافیک ها استفاده کنید تا صفحه ی شما از نظر بصری جذاب به نظر برسد.

سایت های مختلفی مانند [Pexels.com](https://www.pexels.com) - [Pixabay.com](https://www.pixabay.com) - [Freepik.com](https://www.freepik.com) - [Unsplash.com](https://www.unsplash.com) و غیره هستند که شما میتوانید تصاویر جذاب و با کیفیت را از آن ها دریافت و استفاده کنید.

استفاده از فیلم

طبق نظرسنجی ها مشتریان فیلم را به متن ترجیح میدهند. ساخت فیلم های جذاب و با کیفیت نیز تاثیر فوق العاده ای بر روی نرخ تبدیل مشتری و اطمینان وی به برند شما دارد.

استفاده درست از فضای سفید

این فضا بین متن، عناصر گرافیکی و سایر عناصر موجود در صفحه وجود دارد. این فضا باعث میشه صفحه شما منظمتر باشد.

تایپوگرافی جذاب

وقتی صحبت از بهینه سازی نرخ تبدیل سایت می شود به فونت های کم تر از آنچه ارزش دارند پرداخته می شود. خوانایی متن شما تاثیر بسیار زیادی بر مخاطب دارد.

2. محتوا



محتوای جذاب و مفید

محتوای جذاب و مفید

باید چیزی بنویسید و تولید کنید که مخاطب را جذب و قانع به خرید بکند.

حال نکات کلیدی ای برای بهینه سازی محتوا وجود دارد که میتوان از آن ها برای افزایش مشارکت کاربر و تعامل بیشتر آن با برند ما استفاده کرد.

عناوین جذاب

صرف نظر از اینکه شما چه چیزی مینویسید، داشتن عناوین جذاب فوق العاده مهم هستند.

خیلی از کاربران به این گونه هستند که اول عناوین را نگاه میکنند، اگر جذب شوند سپس به خواندن محتوای آن میپردازند. اگر هم جذب نشوند احتمال خارج شدن آن ها زیاد است.

سعی کنید عناوین را رنگی کنید. آن ها را بزرگ تر از سایر متون بنویسید و هم چنین از کلمات جذب کننده استفاده کنید.

نظرات مشتریان

به جای اینکه درباره محصول خود تبلیغ کنید، از نظرات استفاده کنندگان محصول استفاده کنید.

این کار باعث افزایش اعتماد به برند شما خواهد شد. سعی کنید فقط به نوشتن نظرات بسنده نکنید و در صورت توانایی، فیلم نیز تهیه کنید. تاثیر فیلم بسیار بیشتر از نوشته در این زمینه است.

اگر نظرات افراد مشهور را داشته باشید که عالی خواهد شد.

دستاوردها و موفقیت ها

برای ایجاد شهرت و اعتماد بیشتر میتوانید موفقیت ها و افتخارات خود را در معرض نمایش بگذارید. این طوری مردم اعتماد بسیار بیشتری به شما خواهند کرد. اینگونه از برند شما به عنوان یک برند معتبر یاد خواهد شد.

همچنین میتوانید به اینکه چطور به بقیه برندها کمک کردید که به موفقیت برسند هم اشاره کنید. این کار که شما با برندهای معتبری در ارتباط بوده اید نیز باعث افزایش اعتبار شما خواهد شد.

قانع و ترغیب کردن مشتری

هنگامی که نوبت به ساخت صفحه فرود می شود همه چیز در نهایت به ترغیب مشتری و خواننده مرتبط می شود. با شناخت صحیح **پرسونای مشتری** خود همچنین با استفاده از تکنیک های مختلف جذب مخاطب، می توانید شکاک ترین مخاطبان را به خریدار تبدیل کنید.

حال به چند مورد درباره ترغیب کاربر می پردازیم.

اقدام متقابل

موقعی که کاربر یک هدیه ای از شما دریافت میکند، به این فکر میکند که باید در ازای دریافت این هدیه کاری برای شما انجام دهد.

کمبود

هنگامی که به کاربران بگویید که از فلان محصول فقط 5 تا باقی مانده است، باعث میشود که وی در خرید آن عجله کند.

اعتبار

کاربران به دنبال برندهایی هستند که در حوزه خود مشهور باشند. در نتیجه تا میتوانید در حوزه کاری خود محبوب و مشهور شوید تا اعتماد بیشتری نسبت به شما جلب شود.

تشابه

این که برند شما با برندهای معروف شباهت هایی داشته باشید، بسیار برای کاربران لذت بخش است.

حتی اینکه محصول شما با محصول برندهای معروف مقایسه شود و یکسری قابلیت های مشابهی داشته باشند برای کاربر بسیار مناسب است.

اثبات اجتماعی

کاربران قبل از خرید به شبکه های اجتماعی می روند و درباره ی محصول و برند شما تحقیق میکنند. مردم میخواهند بدانند که بقیه درباره ی شما چه چیزی میگویند.

میخواهند بدانند کسانی که از محصول شما استفاده کردند یا حتی یک برخورد با شما داشته اند چه تجربه ای از آن فضا کسب کرده اند.

هرگز SEO را فراموش نکنید

بعضی ها لندینگ هایی می سازند که اصلا از نظر سئو بهینه نیستند. نمی توان گفت این کار همیشه اشتباه است. آن ها با توجه به استراتژی **دیجیتال مارکتینگ** خود برنامه ریزی می کنند، اما به طور معمول باید حواستان به سئو آن لندینگ پیچ هم باشد.

اگر صفحه ای قرار است در موتورهای جستجو رتبه بگیرد، حتما باید سئوی بسیار بسیار مناسبی داشته باشد.

3. CTAها



آهنربای جذاب

"اقدام به عمل" یا همان "Call To Action" ها مهم ترین قسمت از هر صفحه ای هستند. با این کار کاربر بیشتر به سمت خرید هدایت می شود.

الان میخواهیم تعدادی از آن ها را برای شما معرفی کنیم:

دکمه های CTA

این دکمه ها به عملی که کاربر قرار است انجام دهد اشاره دارد. این دکمه ها 3 عنصر اصلی دارند:

- رنگ های مناسب
- متن مناسب (معمولا ثبت نام یا دانلود چیزی است)
- اندازه مناسب

رنگ مناسب

رنگ ها نقش بسیار مهمی در لندینگ پیج شما و تبدیل کاربران خواهد داشت. این نکته را مدنظر داشته باشید که رنگ دکمه ها باید تضاد رنگی بالایی با پس زمینه ی خود داشته باشند.

متن مناسب

متن شما باید خواند و مختصر باشد. نمیشود یک متن بلند نوشت و انتظار واکنشی را از طرف کاربر داشته باشیم. ایده مناسبی است که به صورت اول شخص متن خود را بنویسید. به طور مثال "میخواهم دانلود کنم" به صورت اول شخص بیان شده است. این کار به آنها یک سیگنال خودمانی بودن را می دهد.

همچنین میتوانید از بیان طنز نیز با توجه به صنعت خودتان استفاده کنید.

اندازه مناسب

حواستان باشد که خیلی ها موبایل دارند. پس دکمه های شما باید برای همه ی دستگاه ها به اندازه ی کافی بزرگ و قابل دیدن باشند تا بتوان به راحتی بر روی آنها کلیک کرد.

CTA برای فرم های جذب مشتری

بیشتر لندینگ پیج های حرفه ای دارای فرم هایی به این صورت دارند. موقع طراحی فرم های خودتان اطمینان حاصل کنید که ویژگی های خاصی داشته باشند. یک متن "اشتراک" یا "ارسال" برای دکمه آن چنان جالب نیست. زمان بگذارید و متنی جالب و جذاب بنویسید تا مخاطب شما جذب آن شود.

پاپ آپ ها

پاپ آپ ها میتوانند کمک ویژه ای در **جذب مشتری** برای شما انجام دهند. انواع مختلفی از پاپ آپ ها وجود دارند که به بهبود نرخ تبدیل شما میتوانند کمک کنند.

پاپ آپ خوش آمدید (Welcome)

این نوع پاپ آپ ها در هنگام مشاهده کاربر از سایت شما نمایش داده می شود. این راه مناسبی برای ارزش گذاری به مخاطب شما است. این نوع پاپ ها میتوانند اطلاعات مختلفی مانند ایمیل و غیره را دریافت نمایند.

پاپ آپ در حال خروج

این نوع پاپ آپ ها در هنگامی که کاربر هدف خروج از صفحه شما را دارد برای وی باز می شود. این نوع، مدل بسیار خوب و پیشرفته ای برای نگهداری کاربر و دریافت اطلاعات وی است.

در حالی که کاربر میخواهد از سایت شما خارج شود یک پیشنهاد به وی دهید که نتواند رد کند.

گیمیفیکیشن

در این مدل سعی شده که یک کار سرگرم کننده در پاپ آپ اجرا شود. مثلا یک دکمه شروع برای شروع یک بازی. این مدل پاپ آپ برای سرگرم کردن و تعامل موثر مخاطب میباشد. البته یادتان باشد که با توجه به صنعتتان ممکن است این مدل اصلا به کار شما نیاید.

پاپ آپ کل صفحه

مناسب برای جلب توجه برای یک رویداد یا ارائه چیزی برای پیشرفت. این پاپ آپ ها برای افرادی که مدت زمانی است بر روی سایت شما کاری انجام نداده اند بسیار مناسب است.

فرم های نظر سنجی

درخواست گرفتن نظر درباره مشکلی که کاربران به آن برخوردند، یا نظرخواهی برای بهبود، به شدت به بهبود کیفیت کار شما کمک خواهد کرد.

با استفاده از این کار میفهمید که سایت شما برای کاربران مفید بوده است یا نه.

درسته که این نوع پاپ آپ ها آنچنان به نرخ تبدیل مشتری کمکی نمیکند اما به استراتژی مارکتینگ شما کمک بسیار زیادی خواهند کرد.

نوار اعلان هوشمندانه

نوار بالای سایت شما به کاربران یادآوری میکند که یک اقدامی را باید انجام بدهند. یکی از بهترین ویژگی های این مدل این است که حتی وقتی کاربر اسکرول میکند نیز آن را میبیند.

تست صفحه فرود



تست صفحه ی فرود

جابجایی یک دکمه، تغییر رنگ، تغییر چند تصویر و ... شاید یک تغییر کوچک به نظر برسند اما تفاوت بزرگی را میتوانند رقم بزنند.

خیلی ها با تغییر صرفا رنگ یک دکمه فروش خود را افزایش داده اند.

شما میتوانید چند نسخه ی مختلف ایجاد کنید و هر کدام را در یک بازه ی زمانی تست و آزمایش کنید.

این آزمایشات میتوانند شامل دو مرحله باشند:

تست A/B

تست A/B به تستی گفته می شود که شما دو نسخه از صفحه فرود خود را با آن تست میکنید. این آنالیز به شما میگوید که کدام نسخه در چه بخش های ضعف و قدرت دارد. با توجه به این آمارها و آنالیزها میتوانید تغییرات بزرگی را ایجاد کنید.

تست چند متغیره

این تست بسیار شبیه قبلی است اما این آزمایش یک قدم جلوتر قرار میگیرد. با استفاده از این تست میتوانید میزان اثربخشی آن صفحه را اندازه گیری کنید. این روش همچنین نشان میدهد که عناصر آن صفحه به چه میزان اثربخش بوده اند.

GET RESPONSE یک ابزار برای حل مشکل آزمایش لندینگ پیج:

ساخت صفحه ی فرود با نرخ تبدیل بالا کار آسانی نخواهد بود. این کار نیاز به زمان و دقت زیادی دارد. خوشبختانه ابزار [get response](#) این مشکل را برای ما حل خواهد کرد.

حتی اگر تازه کار هستید نیز نگران نباشید. شما هم میتوانید یک لندینگ پیج بسیار خوب بسازید. این ابزار به همراه یک ابزار دیگه که کار یک **قیف فروش** خودکار را انجام میدهد کار میکند و این روش، کار شما را بسیار راحت خواهد کرد.

ابزار Autofunnel که همراه با ابزار قبلی کار میکند، طراحی لندینگ پیج را برای شما بسیار راحت خواهد کرد. تنها با چند کلیک صفحه خود را می سازید.

1. تمپلیت های آماده

ابزار Get Response دارای قالب های آماده بسیار مناسبی میباشد که باعث افزایش فوق العاده سرعت کار ما خواهند شد. خوبی این قالب ها این است که دارای نرخ تبدیل بسیار بالایی هستند. همچنین در نمایش برای دستگاه های مختلف نیز کاملا بهینه اند.

2. تصاویر آماده بسیار زیاد

این ابزار برای استفاده از عکس ها به دیتابیس عالی از shutterstock متصل است که شما میتوانید از آن ها استفاده کنید. همچنین برای گیف نیز به دیتابیس Ghipy متصل است. شما میتوانید به راحتی از این دریای گرافیک استفاده کنید و صفحه خود را زیبا و زیباتر بکنید.

3. شخصی سازی بسیار ساده

شما به راحتی به وسیله ی قابلیت کشیدن و رها کردن (Drag & Drop) میتوانید صفحه ی خود را شخصی سازی کنید. کار با این ابزار بسیار ساده است و شما به سادگی میتوانید تغییر اندازه دهید، جابجا کنید و غیره.

4. آنالیز صفحه فرود خود

با استفاده از این ابزار شما میتوانید آنالیزهای مختلفی برای صفحه خود داشته باشید. به راحتی میتوانید با قابلیت تست A/B این ابزار آنالیزهای مختلف خود را بدست آورید.

به این وسیله میتوانید بهترین نسخه ی صفحه فرود خود را بدست آورید تا بفهمید که دقیقا مخاطب شما دنبال چه چیزی است.

5. پاپ آپ و تایمر معکوس

میخواهید تعامل مخاطب خود را افزایش دهید؟ Get Response این اجازه را به شما میدهد تا به وسیله ساخت پاپ آپ های مختلف این کار به بهترین شکل ممکن انجام دهید. به وسیله تایمر معکوس میتوانید پاپ آپ های خود را زمان بندی کنید. خیلی جذاب است مگه نه؟

حتی میتوانید اطلاعات فرم های آنها را دریافت و تحلیل نمایید. برای ترغیب بیشتر نیز میتوانید از ابزار شمارش گر معکوس نیز استفاده کنید. این قابلیت هم در این ابزار وجود دارد.

6. تنظیمات SEO

همان طور که میدانید سئو، یک بخش بسیار مهم در ساخت این گونه صفحات است. خبر خوش این است که Get Response این قابلیت را نیز دارد. این ابزار دارای قابلیت های مختلف برای تنظیم سئو صفحه فرود را دارا است.

7. ریتارگتینگ مخاطبان صفحه فرود

شما نمیتوانید ریتارگینگ را فراموش کنید. مخاطبان بعد از خروج از سایت شما اگر دوباره جایی شما را ببینند ممکن است از شما خرید کنند.

این ابزار به کمک Google Tag Manager یا Facebook Pixel میتواند این کار را برای شما انجام دهند.

8. ادغام چندگانه

این ابزار دارای هماهنگی با پلتفرم های مختلفی است. شما میتوانید از از قابلیت های پرداخت آمازون، ووکامرس، وردپرس، Big Commerce، Vimeo، و Shopify چندتا پلتفرم دیگه هم استفاده کنید.

نتیجه



همانطور که در ابتدای مقاله نیز اشاره کردیم، طراحی لندینگ پیج برای اینکه نرخ تبدیل بالایی داشته باشد، کار آسانی نیست و به تحقیق و بررسی نیاز دارد. به عبارت دیگر، برای ساخت لندینگ پیج حرفه ای به یک استراتژی خوب نیاز دارید. زمان و هزینه مورد نیاز را برای طراحی صفحه فرود خود صرف کنید تا بتوانید به درآمد مطلوب برسید.