# **6 простых приемов, которые увеличат конверсию вашего интернет-магазина на 100%**

В данной статье мы рассмотрим мероприятия, которые положительно влияют на конверсию сайта. Многие о них знают, но почему-то не применяют

На самом деле при выполнении несложных мероприятий конверсию можно увеличить в разы. Но не будем голословными, утверждать можем лишь то, что проверено и точно работает.

Естественно, маркетологи давно нашли и продолжают находить успешные способы для увеличения конверсии продаж. Кто сегодня не знает о пользе улучшения дизайна, вплоть до полного его изменения? Или об изменении заголовков на сильные продающие варианты? Прочь размытые предложения - лучше меньше да лучше, конкретнее, проще... Кнопки для регистрации/покупки - хорошо заметные и в правильном месте. Отзывы реальных покупателей всегда дают представление о работе интернет-магазина.

Остановимся на одних из самых действенных и интересных приемах, которым, на наш взгляд, не всегда уделяют должное внимание. А зря. Они действительно работают. Многие о них знают, но забывают.

Итак:

# 1. Используйте "живые" фото

Какое изображение из тех, что находятся выше, вам кажется более привлекательным? На каком из них вы дольше останавливаете взгляд, чтобы рассмотреть элементы декора и подробности интерьера?

Естественно, более выгодно смотрится живая фотография. Многие используют абсолютный клип-арт, но, кто понял жизнь, тот... взял фотоаппарат и идет делать реальные фотографии - они всегда располагают к общению. Проверено.

Фотографировать можете все: директора и сотрудников компании, довольного клиента, свой продукт в реальной жизни и сам процесс продаж... Главное делать это красиво, с тонкими нотами креатива и даже юмора, если это впишется в концепцию вашей компании.

# 2. Продавайте идею продукта

Потенциальный покупатель непроизвольно оценивает ваш продукт насколько он сможет реализовать его идеи. Отсюда вывод: для повышения конверсии важно изучить желания клиентов и понять, что за идеи ими движут.

Не позволяйте потенциальному клиенту самому разбираться, в чем польза ваших товаров в плане исполнения идей. Не создавайте ему сложности. Даже тот клиент, кто не собирался делать покупку, купит у вас, если вы подадите свой продукт под правильным “соусом” с ароматными “приправами”. Только не переборщите, показывая все выгоды и ценность товара.

# 3. Сокращайте информацию о продукте в видеоконтенте

Польза видеоконтента на сайте неоспорима. Покупатель не хочет читать простыни текста - ему проще посмотреть видео, не напрягаясь и получая удовольствие.

Очень важно, что вы представляете в видео для своих пользователей. Информация должна восприниматься легко, содержать минимум сложных подробностей продукта, максимум информации о том, как просто пользоваться/купить, насколько полезно будет приобрести.

Важный момент - заставка для видео. Выбирайте картинку, которая не будет напрягать читателя подробностями программы/продукта. Вот сравните заставки, которые сразу располагают, или наоборот, отвергают, просмотр. Как думаете, какой вариант более выигрышный для восприятия?

Вывод - не всегда стоит делать фокус на самом продукте/приложении, обращайте внимание на возможности его использования, моментах удобства и т.д.(помните предыдущий пункт об идеях продукта?).

# 4. Слайдер картинок эффективнее, чем видео

И такое бывает. Видеоконтент располагает к себе, вызывает доверие и становится одной из главных движущих сил продаж. Тем не менее, у клиента не всегда есть время на просмотр видео. Учитывайте, какая аудитория находится перед вами, а главное - на какой странице будет находиться тот или иной контент.

Несколько лет назад компанией Device Magic был проведен эксперимент по сравнению эффективности слайдер изображений и видео ролика. Изображения выиграли!

Таким веселеньким выглядит слайдер картинок:

А вот так выглядит страница сайта с видео:

Разница заметна невооруженным взглядом, так ведь? Интересно, после смены видео на слайдер картинок - на ⅓ выросло число переходов с главной на форму регистрации. Здесь еще роль сыграли непривлекательная заставка-скриншот к видео, сама запись, а также его время - почти 5 минут.

Понятное дело, времена меняются, но прямой зависимости восприятия контента от хода времени нет. К тому же все сайты разные - в плане дизайна, продукта и аудитории. Что сыграет лучше в вашем случае? Пробуйте, экспериментируйте - время покажет, что лучше сработает в той или иной ситуации.

# 5. Лишние поля для заполнения - причина бегства клиента от вас

Варианты заполнения форм сайта не должны предполагать сложностей. Если пользователь будет указывать много информации (особенно не столь важной для вас), ему проще уйти со страницы.

Сравните варианты:

Вообще, не усложняйте возможные действия пользователя - это касается всего, что вы размещаете на сайте на этапах процесса покупки. Чем меньше пользователю придется напрягаться, тем больше у вас шансов, что он дойдет до оплаты товара.

# 6. Не скрывайте стоимость продукта

Многие покупатели считают (и небезосновательно), что компания, которая не указывает стоимость своего продукта, продает его дорого. К тому же необходимость общаться с менеджером - не самый привлекательный момент в плане экономии времени, прежде всего.

Исследования разных компаний свидетельствуют о том, что информация о стоимости продукта или услуги на сайте способна увеличить конверсию на 100%. Заявленная стоимость на странице продукта даёт ответ на главный вопрос потенциального клиента.

# В завершение

Зрительное восприятие приятной глазу информации очень здорово влияет на продвижение клиента по воронке продаж. Используйте живые фото, интересный читателю визуальный контент, продавайте продукты с идеями, не утруждайте посетителя своего сайта лишними действиями и не заставляйте много думать. Не обобщайте - обращайтесь к читателю, делая акцент на индивидуальности. Лишь тогда вас ждет значительный рост продаж.

Мы поможем определить, какие изменения нужно внести на ваш сайт, чтобы он мог активно продавать. Вы можете заказать создание сайта в агентстве Dedey.Digital. Мы всегда работаем на результат, который четко прописывается в договоре. Обращайтесь к профессионалам!