



آیا وبسایت شما صفحه فرود دارد؟ صفحه فرود چیست؟

صفحه فرود نه صفحه اصلی سایت، نه صفحه محصول و نه صفحه سفارش است. صفحه فرود صفحه‌ای از سایت است که تنها با یک هدف طراحی شده است: بازدیدکننده را متقاعد سازد که علاقه خود را به کسب‌وکار شما نشان دهد. صفحه فرود صفحه‌ای است که معمولاً بازدیدکننده با کلیک بر تبلیغات شما و یا لینک شما در سایت‌های دیگر به آنجا رسیده است.

صفحه فرود معمولاً به چندین نام معروف است:

- Squeeze Page
- Landing Page
- Opt-in Page

استفاده از صفحه فرود، مناسب‌ترین راه برای خوشامدگویی به مشتریان احتمالی

است. بازدیدکننده در صفحه فرود تصمیم می‌گیرد که آیا مایل به ادامه ارتباط با شما است یا خیر؟

صفحه فرود صفحه‌ای بسیار ساده است. معمولا با حروف درشت عنوان جذابی دارد و در چند خط توضیحاتی داده شده است. در این صفحه اعتبار خود را به مشتری ثابت می‌کنید و او را آماده می‌کنید تا هدیه‌ای کوچک از شما قبول کند. در ازای هدیه از آنان فقط می‌خواهید که خودشان را معرفی کنند. هرچه افراد بیشتری را متقاعد سازید که به صفحه فرود بیایند و هدیه را دریافت کنند، فروش بیشتری خواهید داشت.

چرا از صفحه فرود استفاده کنیم؟

۱. صفحه فرود جلب توجه می‌کند

وبسایت بسیاری از شرکت‌ها در واقع صرفا یک کاتالوگ آنلاین است. تنها کاری که کاتالوگ آنلاین انجام می‌دهد دادن اطلاعات است. یعنی همان اطلاعاتی که بر بروشور چاپ شده ارائه می‌شود به سایت منتقل شده است.

این سایت‌ها از بازدیدکننده نمی‌خواهند که کاری انجام دهد. این نوع سایت‌ها برای توسعه کسب‌وکار مناسب نیستند. زمان شما برای جلب توجه بازدیدکننده در سایت ۳ تا ۷ ثانیه است. صفحه فرود این کار را به خوبی انجام می‌دهد و در ثانیه‌های اول از بازدیدکننده دعوت می‌کند که قدم اول را در راه مشتری شدن بردارد.

۲. اصل سادگی رعایت می‌شود

با توجه به اینکه صفحه فرود شما فقط برای افراد جدید طراحی شده و نه دیگران، می‌توانید تمامی اطلاعات و توضیحات اضافی را حذف کرده و مستقیما پیشنهاد مشخصی بدهید. صفحه فرود به سادگی توضیح می‌دهد که چه می‌فروشید و چرا باید به شما اعتماد کرد؟ افراد تازه‌وارد دوست دارند قدم‌های کوچکی بردارند و نه آنکه در اولین برخورد درباره خرید تصمیم بگیرند.

۳. صفحه فرود فهرست شما را می‌سازد

با ارزش‌ترین کاری که صفحه فرود انجام می‌دهد، جمع‌آوری اطلاعات علاقه‌مندان است. فهرستی که با معرفی صفحه فرود ساخته می‌شود همواره قابل‌استفاده است و در عملیات بازاریابی آینده ارزش فراوانی دارد. اگر سایتی کاتالوگ مانند دارید، هیچ‌گاه نمی‌توانید علاقه‌مندان را شناسایی کنید.

بخش‌های ضروری صفحه فرود به‌صورت زیر است:

۱. عنوان مناسب

عنوان مهم‌ترین بخش صفحه فرود است و نقش تعیین‌کننده‌ای در ادامه ارتباط با بازدیدکننده دارد. عنوان نباید نام کسب‌وکار شما باشد یا اعتبار شما را نشان دهد، بلکه عنوان به‌طور واضح توضیح می‌دهد که خواندن بقیه متن چه سودی برای بازدیدکننده دارد. عنوان معمولاً نباید بیش از ۳۰ کلمه باشد. از کمترین واژه‌ها و ساده‌ترین دستور زبان ممکن استفاده کنید.

۲. متن تبلیغاتی حرفه‌ای

در متن صفحه فرود به بازدیدکننده توضیح می‌دهید که چرا واقعا به هدیه شما نیاز دارد. در اینجا درباره خودتان صحبت نکنید. هر مطلبی که در این صفحه می‌نویسید باید فقط به یک هدف کمک کند: بازدیدکننده را ترغیب به دادن اطلاعاتش کند.

۳. پیشنهاد جذاب

در صفحه فرود از بازدیدکننده می‌خواهید که اطلاعات بسیار باارزشی را در اختیار شما قرار دهد. برای دریافت این اطلاعات باید پیشنهاد جذابی داشته باشید که مقاومت با آن بسیار مشکل باشد. پیشنهاد شما باید به این سوال پاسخ مشخصی بدهد: در

ازای دادن آدرس ایمیل و اطلاعات شخصی دیگر چه چیز باارزشی دریافت خواهیم کرد؟

بهترین پاداش معمولا اطلاعات با ارزشی است که تخصص بالای شما را به نمایش می‌گذارد و درعین حال مخاطب را به محصولات شما علاقه‌مند می‌کند.

انواع پاداش‌های جذاب

گزارش رایگان

معمولا کتاب‌های الکترونیکی با صفحات کم، گزارش نامیده می‌شوند. در گزارش اطلاعاتی ارائه کنید که مخاطب برای دریافت اطلاعات بیشتر حاضر به خرید محصولات و خدمات شما شود.

چرا از کتاب‌های الکترونیکی با صفحات زیاد استفاده نکنیم؟ زیرا معمولا فرایند خرید را طولانی می‌سازند.

فایل صوتی

علاقه به فایل‌های صوتی روز به روز بیشتر می‌شود، زیرا مخاطب می‌تواند آن را در هنگام رانندگی یا انجام کارهای دیگر گوش کند.

هدایای غیر الکترونیکی

افراد از دریافت بسته پستی بسیار لذت می‌برند. شاید بتوانید یک دی‌وی‌دی رایگان یا کتابچه رنگی کوچکی تدارک ببینید و از طریق پست در اختیار علاقه‌مندان قرار دهید. عیب این روش آن است که مخاطب برای دریافت بسته خود معمولا باید چندین روز صبر کند و شما هم مجبور به پرداخت هزینه بسته‌بندی و پست هستید. مزیت این روش آن است که مخاطبان آدرس پستی دقیق خود را به راحتی در اختیار شما قرار می‌دهند. اگر محصولاتی که می‌فروشید گران هستند و معمولا به زمان زیادی برای تصمیم‌گیری نیاز است، این روش می‌تواند فوق‌العاده باشد.

اشتراک در خبرنامه رایگان

استفاده از خبرنامه این مزیت را دارد که می‌توانید بارها با مخاطب در ارتباط باشید و در کنار ارائه اطلاعات باارزش که باعث بیشتر شدن اعتبار شما می‌شود، به تبلیغ محصولات بپردازید.

بیشترین انرژی را بر فروش رایگان هدیه خود بگذارید و از هر فرصتی برای این کار استفاده کنید.

۴. دعوت به اقدام

در این بخش با نهایت سادگی به بازدیدکننده توضیح دهید که از او چه انتظاری دارید. اگر محصولات گران‌قیمت می‌فروشید شاید بخواهید علاوه بر آدرس ایمیل و نام شخص، اطلاعات دیگری مانند شماره همراه او را داشته باشید. حتی می‌توانید در کنار فرم، فلش بزرگ قرمزی قرار دهید که بلافاصله توجه را جلب کند و بازدیدکننده بداند که چگونه می‌تواند اقدام کند.

چگونه صفحه فرود بسازیم؟

اگر وبسایت برنامه‌نویس دارد، می‌توانیم از او بخواهیم یک فرم با دو فیلد نام و ایمیل بسازد و از آن استفاده کنیم. در غیر این صورت می‌توانیم از خدمات ایمیل مارکتینگ شرکت‌های مختلفی مانند [mailerite](#) استفاده کنیم. اگر چنین امکانی هم در اختیار نداریم، می‌توانیم در بخش **Autoresponder** هاست، یک ایمیل خودکار تعریف کنیم که هرگاه فردی به آن آدرس، ایمیل بفرستند، به صورت خودکار ایمیلی در جواب ارسال شود.