



۱۰ قانون طراحی یک صفحه فرود جذاب

محتوا و چیدمان صفحه فرود باید نمایشی یکپارچه از برند شما باشد که مخاطب را به اقدام ترغیب کند. صفحه فرود باید شامل یک فرم عضویت برای تولید علاقه‌مندان باشد و برای بهبود این صفحه باید با روش طراحی و تولید محتوای جذاب آشنا باشید تا مردم جذب محصولاتان شوند و برای به دست آوردنش فرم موردنظر را پر کنند. برای کسب بهترین نتایج از صفحه فرود، از ۱۰ قانون طراحی زیر پیروی کنید:

۱. فقط بر یک هدف خاص تمرکز کنید

صفحه فرود شما باید یک هدف خاص داشته باشد که مبنای انتظارتان از بازدیدکنندگان است. مثلاً اگر هدفتان تولید علاقه‌مندان است، پر کردن فرم عضویت اقدامی است که از بازدیدکنندگان انتظار دارید. قبل از ایجاد صفحه فرود از خود بپرسید چه انتظاری از بازدیدکنندگان این صفحه دارید و دوست دارید چه اقدامی

انجام دهند. این اقدام تنها موضوعی است که باید در این صفحه درباره‌اش صحبت کنید و تنها اقدامی است که بازدیدکنندگان می‌توانند در صفحه شما انجام دهند.

۲. پیام‌های مهم را اول صفحه ارائه کنید

نباید صفحه را طوری طراحی کنید که افراد برای خواندن ویژگی‌های محصولات و خدماتتان مجبور به اسکرول صفحه باشند. مهم‌ترین پیام‌ها باید بالای صفحه بیابند تا بازدیدکنندگان به‌هیچ‌وجه آن‌ها را از دست ندهند. در ادامه صفحه فرود، قدرتمندترین پیام‌ها را بگذارید و در بخش بعدی آن اطلاعات تکمیلی مهم را بگنجانید. حتما پیام‌های قدرتمندی که مشوق اقدام هستند را مدام تکرار کنید تا بازدیدکنندگان را جذب کند.

۳. یک عنوان خیلی جذاب بنویسید

عنوان صفحه فرود باید به مهم‌ترین سوالی که در تبلیغات مطرح کرده‌اید، پاسخ دهد. این سوالی است که هر مشتری احتمالی هنگام ورود به صفحه فرود شما از خود می‌پرسد: «چه مزیتی برای من دارد؟» باید پاسخی واضح و کوتاه به این سوال بدهید. بازدیدکنندگان باید فوراً بفهمند که اطلاعات موجود در صفحه فرود مشکلشان را حل می‌کند و اگر دعوت شما را قبول کرده و اقدام کنند (مثلاً فرم عضویت را پر کنند) راه‌حلی که مدت‌ها در جستجوی‌شان بوده‌اند را به دست می‌آورند.

۴. مزایای خاصی برای مخاطبان هدف در نظر بگیرید

مصرف‌کنندگان به برندها یا شرکت‌ها اهمیتی نمی‌دهند. آن‌ها فقط به این اهمیت می‌دهند که برندها و شرکت‌ها چگونه می‌توانند به آن‌ها کمک کنند یا زندگیشان را بهتر و آسان‌تر کنند. با توجه به این نکته، صفحه فرود باید به‌وضوح به مزایایی اشاره کند که مشتریان احتمالی با خرید محصول شما از آن بهره‌مند خواهند شد. آیا خرید

این محصول باعث صرفه‌جویی در وقت یا پولشان می‌شود؟ میزان اضطرابشان را کم و آرامش ذهنیشان را بیشتر می‌کند؟ آیا با کمک آن می‌توانند مشتریان بیشتری به دست آورند یا درآمد بیشتری کسب کنند؟ باید مطمئن شوید آن‌ها بدون هیچ ابهامی از مزایای محصولات و خدمات شما آگاه می‌شوند.

۵. ویژگی‌های مطلوب محصول را توضیح دهید

مطلوب‌ترین ویژگی‌های محصول شما چیست؟ فهرستی از این ویژگی‌ها تهیه کنید که می‌تواند شبیه فهرست مطالب یک کتاب الکترونیکی یا فهرست موضوعات یک وبینار باشد. اشاره به مزایا منجر به فروش می‌شود، اما اشاره به ویژگی‌ها ثابت می‌کند که محصول شما می‌تواند این مزایا را ارائه دهد.

۶. به‌طور شفاف دعوت به اقدام کرده و آن را تکرار کنید

وقتی افراد از صفحه فرود شما بازدید می‌کنند، دوست دارید چه اقدامی انجام دهند؟ احتمالاً از آن‌ها می‌خواهید فرم عضویت را پر کنند و آدرس ایمیلشان را به شما بدهند. این دعوت به اقدام باید شفاف و صریح باشد؛ یعنی باید اول صفحه بیاید و دوباره در انتهای صفحه تکرار شود. (به‌خصوص اگر برای مشاهده کل صفحه به اسکرول نیاز باشد)

۷. تصاویر و ویدیوهای مرتبط را در این صفحه بگنجانید

تصاویر و ویدیوها به صفحه فرود شما رنگ و روح می‌بخشند و همچنین می‌توانند پیام‌های مهم را به‌صورت تصویری منتقل کنند. نمودارها، علامت‌ها، اسکرین‌شات‌ها، جلد کتاب‌های الکترونیکی، اسلایدهای سخنرانی، تصویر چک‌لیست‌ها و موارد دیگر می‌توانند اطلاعات بیشتری به مخاطب ارائه دهند، علاقه بازدیدکنندگان را به محصول شما جلب کنند، اعتمادشان را افزایش دهند و نرخ تبدیل آن‌ها به خریدار را بیشتر

کنند.

۸. به منظور ایجاد تجربه عالی برای کاربر، از قالب‌بندی مناسب استفاده کنید

هیچ موردی در صفحه فرود نباید حواس بازدیدکننده را از دعوت به اقدام شما پرت کند. پس نوار جستجوی بالای وبسایت و هر لینک، تصویر یا متن غیر مرتبط دیگر را حذف کنید. طراحی صفحه باید تک‌ستونی با فضای سفید زیاد باشد تا پیام‌های اصلی به راحتی دیده شوند. برای اینکه بازدیدکنندگان بتوانند به راحتی تبلیغات را بخوانند از فهرست‌های موردی و عنوان‌های اصلی و فرعی استفاده کنید. همیشه یک تصویر قدرتمند بالای صفحه فرود قرار دهید. بهتر است این تصویر مربوط به محصول ویژه‌تان باشد تا بازدیدکنندگان ببینند که در ازای وارد کردن آدرس ایمیل خود چه چیزی دریافت خواهند کرد.

۹. تاییدیه اجتماعی ارائه دهید

یکی از بهترین راه‌های ایجاد اعتماد در بازدیدکنندگان، ارائه تاییدیه‌ها در صفحه فرود است. این تاییدیه اجتماعی باعث می‌شود بازدیدکنندگان مطمئن شوند محصولات آن‌قدر ارزش دارد که در ازای آن آدرس ایمیلشان را به شما بدهند. بازدیدکنندگان فکر می‌کنند اگر افراد دیگر با محصول شما به موفقیت رسیده‌اند، پس احتمالاً آن‌ها هم موفق خواهند شد. در نتیجه، دعوت به اقدام شما را قبول کرده و فرم موردنظر را پر می‌کنند.

۱۰. فرمی را در صفحه بگذارید که پر کردنش آسان باشد

پذیرش دعوت به اقدام شما و عضو شدن در فهرست ایمیل‌تان از طریق صفحه فرود باید بسیار آسان باشد. برای افزایش نرخ تبدیل بازدیدکننده به خریدار، باید فرمی



بسیار ساده و مختصر طراحی کنید. اگر در این فرم فقط آدرس ایمیل بخواهید، بهترین نتیجه را می‌گیرید. با هر قسمتی که به این فرم اضافه می‌کنید، نرخ پر کردن آن کاهش می‌یابد.