



Landing Page

صفحه فرود چیست؟

داشتن یک صفحه فرود مناسب برای هر وبسایتی که نیازمند پیشرفت است، توصیه می‌شود. در واقع این صفحه مانند زمینی است که مخاطب شما بر روی آن فرود می‌آید و کاربران به واسطه آن وارد وبسایت شما می‌شوند. بنابراین بهتر است که از جذابیت‌های بصری و کیفیتی مناسب برخوردار باشد تا بتواند کاربر را به خوبی به سوی وبسایت شما هدایت کند. با ما همراه باشید تا شما را با این صفحات کاربردی بیشتر آشنا کنیم.

یکی از نکاتی که بهتر است صاحبان کسب‌وکار برای پیشی گرفتن از رقبای خود در نظر بگیرند، این است که ترافیک وبسایت خود را افزایش دهند. ایجاد صفحه فرود (Landing Page) مناسب، یکی از راه‌های موثر برای افزایش ترافیک سایت است. همچنین چند سالی است که طراحی وبسایت به گونه‌ای که بتواند بازدیدکنندگان زیادی را جذب کند مورد توجه قرار گرفته است. در این مقاله قصد داریم توضیحاتی را در مورد صفحه فرود (Landing Page) و اهمیت آن در وبسایت ارائه دهیم.

صفحه فرود (Landing Page) چیست؟

هنگام جست‌وجو در اینترنت حتماً با تبلیغات وبسایت‌ها مواجه شده‌اید. زمانیکه روی این تبلیغات کلیک می‌کنید، به محتوای خاصی هدایت می‌شوید. در حقیقت این تبلیغات همان صفحه فرود (Landing Page) است. صفحه فرود، صفحه‌ای ساده است که بازدیدکنندگان را تشویق می‌کند تا با یک کلیک از وبسایت شما (به خاطر محتوای خاصی که در تبلیغ ارائه شده است) بازدید کنند. همچنین اولین صفحه از سایت است که کاربر از آن دیدن می‌کند بنابراین باید به بهترین شکل ممکن طراحی شود.

معمولاً بازدیدکنندگان با کلیک بر روی لینک‌های ارائه شده در شبکه‌های اجتماعی، ایمیل‌ها، موتورهای جست‌وجو و تبلیغات وبسایت‌های دیگر، به صفحات فرود می‌رسند. هدف از ایجاد این صفحات افزایش بازدید از وبسایت، فروش یک محصول و یا دریافت

آدرس ایمیل مشتریان است.

اهمیت صفحه فرود (Landing Page) چیست؟

لندینگ پیج یک اصطلاح مهم و مفهومی برای بازاریابی ربایشی و جذب مخاطب هدفمند است. این صفحه به شما کمک می کند تا بازدیدکنندگان را به سایت خود جذب کنید و ابزاری را در اختیار شما قرار می دهد که به وسیله آن می توانید آدرس ایمیل مشتریان خود را برای اهداف تبلیغاتی به دست آورید.

بسیاری از شرکت ها و کسب و کارهای آنلاین با تبلیغات از طریق ایمیل یا رسانه های اجتماعی تلاش می کنند میزان ترافیک سایت خود را بالا ببرند. زمانیکه چنین تبلیغاتی هدفمند نباشد، می تواند تلاشی عبث و بیهوده تلقی شود. شما می توانید با ایجاد صفحه فرود هدفمند، احتمال تبدیل بازدیدکنندگان به مشتریان را افزایش دهید.

برای مثال تصور کنید که می خواهید برای یکی از بهترین عبارات کلیدی خود از خدمات Google AdWords PPC استفاده کنید. بدین ترتیب، محتوایی فوق العاده برای معرفی و تبلیغ شرکتتان ایجاد می کنید. انتظار دارید بازدیدکنندگان پس از کلیک بر روی تبلیغ شما به چه صفحه ای هدایت شوند؟ آیا می خواهید آنها به صفحه اصلی وبسایت هدایت شوند؟ بعد از رسیدن به صفحه اصلی وبسایت، انتظار دارید چه کاری انجام دهند؟ وقتی جواب چنین سوالاتی را بدانید، می توانید یک لندینگ پیج هدفمند ایجاد کنید. در ادامه شاهد افزایش کارآمدی وبسایت خود در زمینه بازاریابی آنلاین خواهید بود.

صفحه فرود همانند درب ورودی وبسایت شما عمل می کند. شما از طریق این درب از بازدیدکنندگانی که مشتریان بالقوه شما هستند استقبال می کنید. هرچه صفحه فرود وبسایت جذاب تر و کامل تر باشد، بازدیدکنندگان را بیشتر به ادامه خواندن و بازدید از دیگر محتوای وبسایت ترغیب می کند.



کاربردهای صفحه فرود (Landing Page) کدام است؟

لندینگ پیج‌ها در حقیقت ابزارهایی برای بازاریابی جذاب هستند. همچنین اثربخشی آنها را می‌توان از طریق تعداد دفعاتی که مشتریان بر روی تبلیغ خاصی کلیک می‌کنند و به لندینگ پیج جدیدی می‌رسند، سنجید. خوب است بدانید که صفحات فرود یک CTA دارد که مخفف Call To Action است. طراحان برای هر صفحه فرود با توجه به کاربری آن، یک نوع CTA را انتخاب می‌کنند. این Call To Action ممکن است در یک لندینگ پیج «اضافه کردن به سبد خرید» و در دیگری «بیشتر بدانید» باشد.

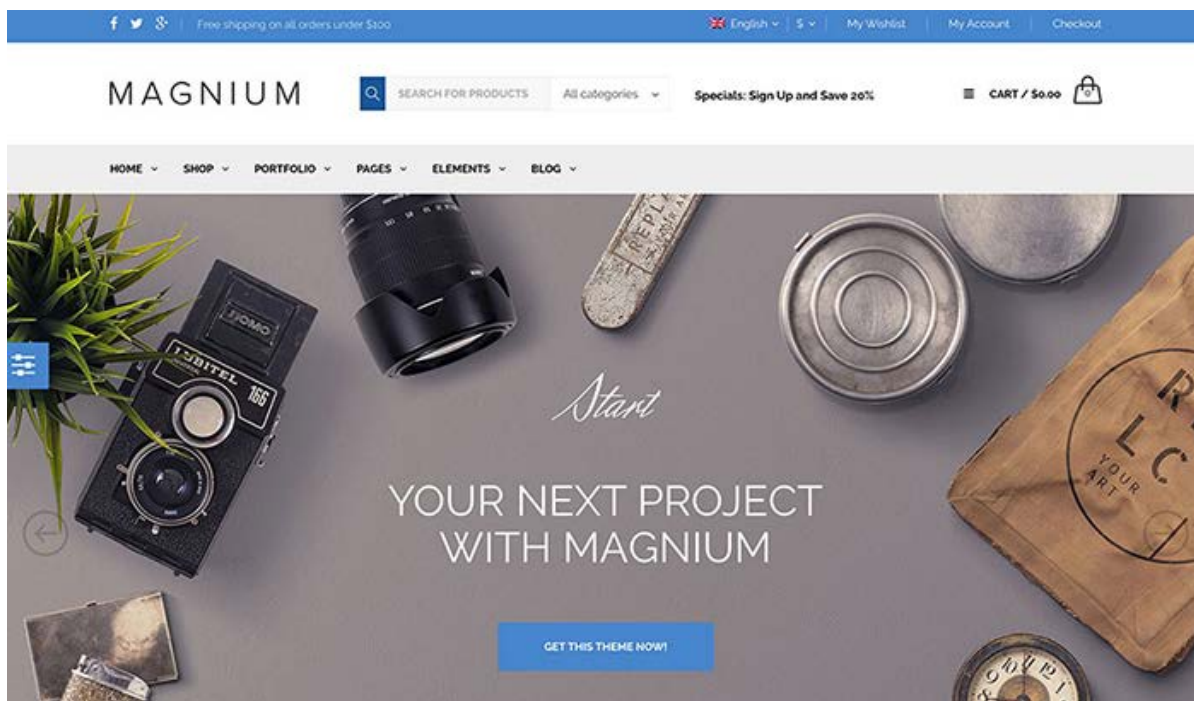
علاوه بر همه این‌ها، راه‌اندازی لندینگ پیج‌ها بسیار ساده و راحت است. خوب است بدانید پس از راه‌اندازی و سرمایه‌گذاری اولیه، می‌توانید مدت‌ها از آنها به عنوان ابزاری کارآمد برای بازاریابی و جذب مشتری استفاده کنید. صفحه فرود را می‌توان برای اهداف زیر به کار گرفت:

۱- به شما کمک می‌کند تا مزایای یک سرویس یا محصول خاص را برجسته و نمایان کنید.

- ۲- جایگزین خوبی برای تبلیغات کوچک و ناکارآمد است.
- ۳- با استفاده از صفحه فرود می‌توانید به لیست ایمیل مشتریان و اطلاعات تماس مشتریان بالقوه دسترسی پیدا کنید.
- ۴- به برندینگ و دیده شدن نام تجاری شما کمک می‌کند.
- ۵- با ایجاد لندینگ پیج کارآمد و مناسب می‌توانید روابط تجاری محکمی ایجاد کنید و از بازخورد مشتریان خود نهایت بهره را ببرید.
- ۶- به شما کمک می‌کنند تا به کسب‌وکار آنلاین خود رونق ببخشید و فروش خدمات و یا محصولات خود را افزایش دهید.

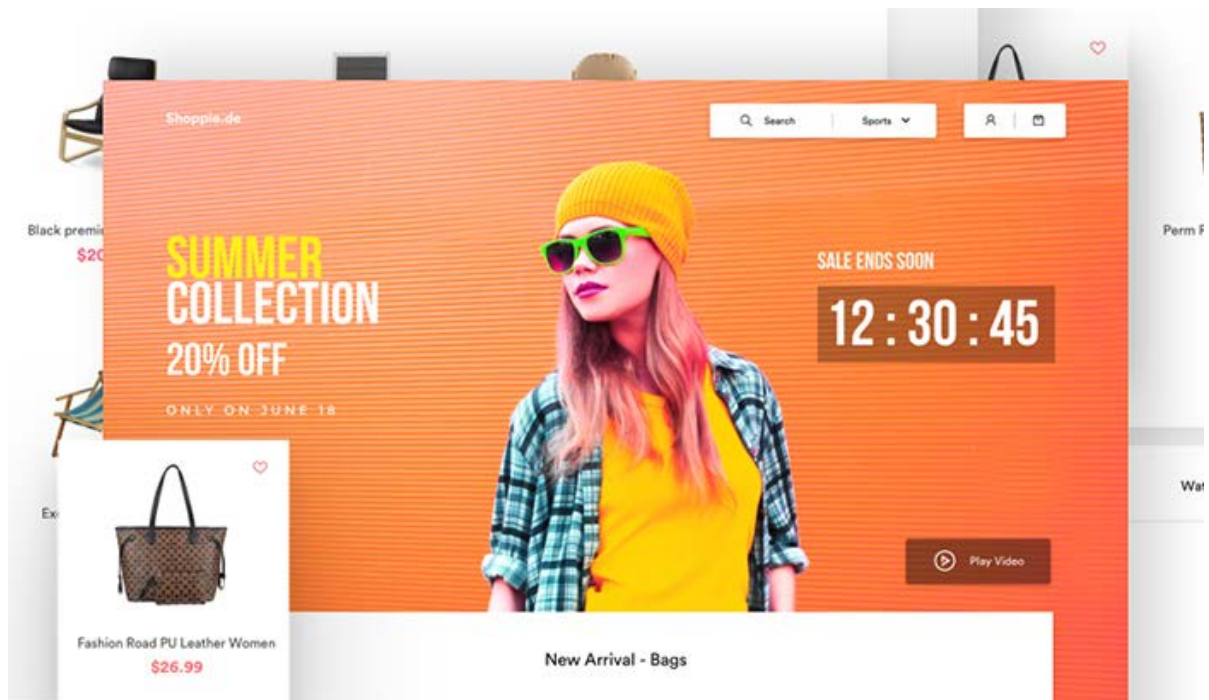
صفحه فرود برای چه اهدافی برنامه‌ریزی شده است؟

- ۱- معرفی کردن شما به مخاطبان
- معمولا شرکت‌ها به دنبال دیده شدن نام تجاری‌شان هستند. اولین و مهم‌ترین هدف صفحات فرود، متقاعد کردن و تحت‌تاثیر قرار دادن بازدیدکننده است. اینکه بازدیدکننده تبدیل به مشتری شود از اهمیت زیادی برخوردار است. آشنا کردن بازدیدکنندگان وب‌سایت با محصول یا خدمات شما، یکی از اهداف لندینگ پیج است. محتوای برخی صفحه فرودها شامل بازی‌های فلش یا ویدئوهای جالب است. در پشت محتوای ارائه شده در این صفحات، کمپانی مورد نظر محصولات و خدمات خود را به صورت غیر مستقیم تبلیغ و عرضه می‌کند.



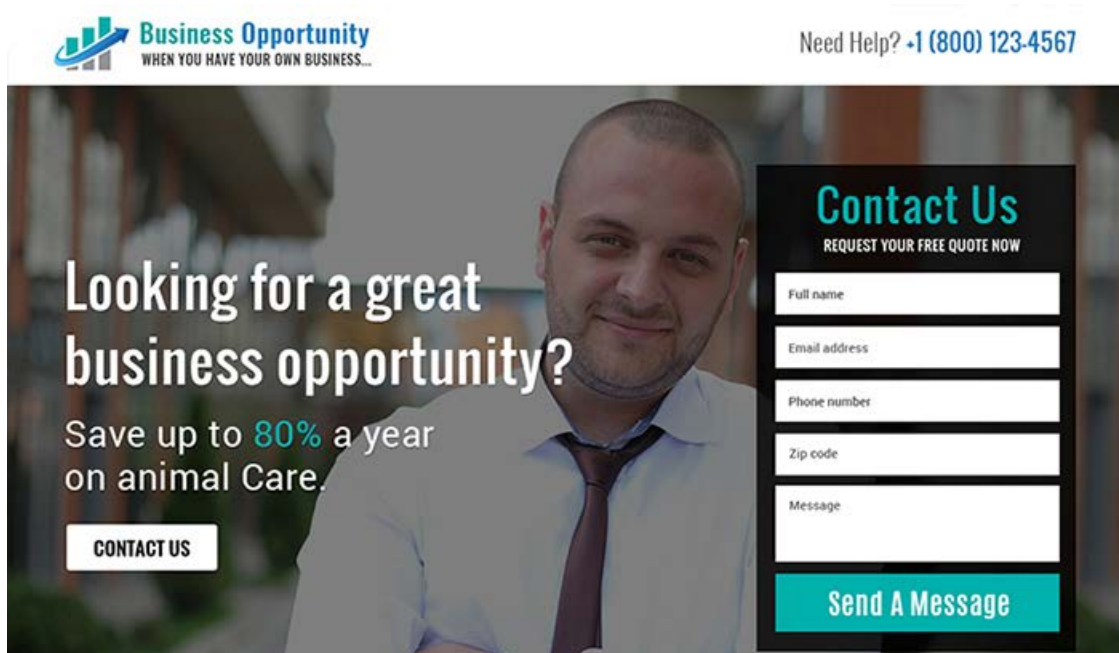
۲- فروش محصولات شما

تمام کالاها و خدمات برای معرفی شدن نیاز به درگاهی جذاب و مورد اعتماد دارد. در گذشته این کار با به نمایش گذاشتن کالاها در ویتترین فروشگاهها انجام می شد اما اکنون صفحه فرود این وظیفه را برعهده دارد. صفحات فرود به شما کمک می کنند تا به بازدیدکنندگان پیشنهادهاى متفاوت و خاص ارائه دهید. بدین ترتیب مخاطبان تنها با یک کلیک مستقیماً به سمت محصول یا خدمات شما هدایت می شوند. همچنین لندینگ پیج اهمیت زیادی برای کمپینهای بازاریابی دارند زیرا امکان شروع و ادامه روابط تجاری با بازدیدکنندگان سایت را فراهم می کند. لندینگ پیجها بسیار کوچک و خلاصه هستند اما به عنوان مکملی برای کمپینهای نسبتاً بزرگ استفاده می شوند.



۳- دریافت اطلاعات مشتریان

بیشتر صفحات فرود دارای یک فرم اطلاعات تماس هستند. این صفحات اطلاعات بازدیدکننده، مانند: نام، آدرس ایمیل یا شماره تماس را جمع آوری می‌کنند. لندینگ پیج به گونه‌ای طراحی می‌شوند که مخاطب را ترغیب کنند تا اطلاعات خود را در اختیار سایت قرار دهد. فرم دریافت اطلاعات تماس، قلب صفحه فرود است. معمولاً وبسایت در ازای دریافت این اطلاعات از بازدیدکننده، پیشنهادهایی برای دانلود رایگان، اشتراک در خبرنامه، درخواست مشاوره و غیره در اختیار او قرار می‌دهد.



با لندینگ پیج‌های داخلی وبسایت آشنا شوید

۱- لندینگ پیج معرفی محصولات

صفحه فرود معرفی محصول بیشتر در صنعت خرده فروشی رایج است. این لندینگ پیج در وبسایت اصلی قرار دارد و شامل تمامی اطلاعات مرتبط با محصول است. مزیت این صفحه فرود این است که نیاز به کار بیشتر و اضافه برای ایجاد یک صفحه جداگانه ندارد و جزئی از خود سایت اصلی است.

۲- صفحه اصلی به عنوان لندینگ پیج

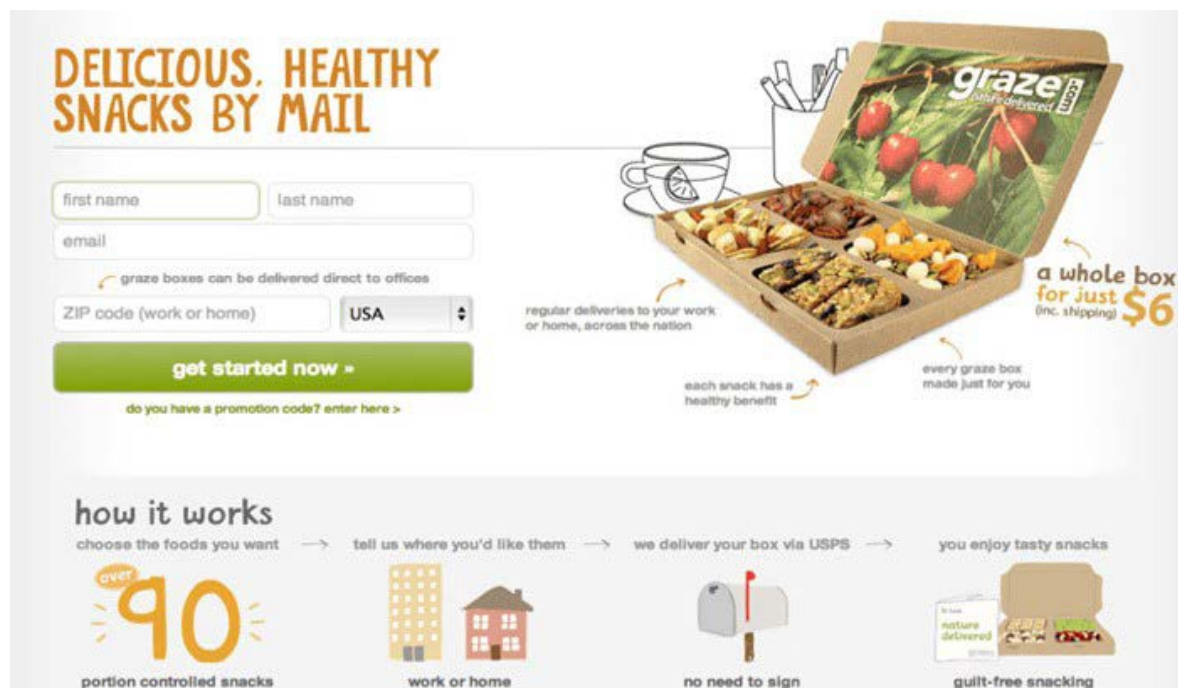
این صفحه فرود دارای عملکرد نسبتاً ضعیفی است و دقیق عمل نمی‌کند. این نوع لندینگ پیج به مشخصه اصلی یک لندینگ پیج موفق که تمرکز بر یک هدف است، بی‌توجه است. در ادامه به این موضوع می‌پردازیم.

به طور کلی اینکه چه صفحه فرودی برای وبسایت شما مناسب است کاملاً به اهداف تبلیغاتی شما بستگی دارد. پس از انتخاب صفحه فرود مناسب خود، باید تاثیرگذاری و اثربخشی آن را با به کارگیری روش‌های ساده، افزایش دهید. در ادامه ما این روش‌ها را برای شما شرح می‌دهیم.

راهکارهایی ساده و کارآمد برای افزایش اثربخشی صفحه فرود

به نمایش گذاشتن محصولات

در حقیقت صفحات فرود شبیه به فروشندگان در وبسایت شما عمل می‌کنند. بهترین فروشندگان آنهایی هستند که رفتار دوستانه‌ای دارند و اطلاعات خلاصه اما جامعی را به مشتری خود ارائه می‌کنند. شرکت گریز (Graze) که در زمینه محصولات غذایی فعالیت دارد، دارای لندینگ پیج بسیار قوی است و پیام خود را به صورت صریح و کوتاه به مشتری ارائه می‌دهد. صفحه فرود وبسایت شما نیز باید چنین ویژگی‌ای داشته باشد و نیاز مشتریان را اول درک و سپس رفع کند. این کار را می‌توانید با استفاده از روش‌های زیر در زمینه نمایش محصولات انجام دهید.



۱- عضویت سریع و راحت

بازدیدکنندگان ترجیح می‌دهند وقتی به لندینگ پیج هدایت شدند، با محتوایی کاملاً واضح و مختصر روبرو شوند. اکثر افراد علاقه‌ای به پر کردن فرم‌های طولانی برای عضویت در وبسایت و استفاده از خدمات ندارند. پس برای ترغیب بازدیدکنندگان به پر کردن فرم عضویت در وبسایت، بهتر است فرمی ساده طراحی کنید.

تا حد امکان اطلاعات غیرضروری را حذف کنید و تنها اطلاعاتی را نگه دارید که حتماً به آنها احتیاج دارید. تحقیقات در این زمینه نشان داده‌اند که میزان عضویت در سایت با حذف گزینه شماره تلفن همراه تا ۵ درصد افزایش داشته است. در بیشتر موارد شما تنها به نام و آدرس ایمیل مشتری نیاز دارید و اطلاعات دیگر عملاً کاربردی برای شما ندارند پس بهتر است گزینه‌های دیگر را حذف کنید.

۲- اطلاعات ساده در مورد محصول

ارائه اطلاعات ساده و واضح در مورد محصول برای مشتریان اهمیت بسیار زیادی دارد. مشتریان ترجیح می‌دهند، به طور خلاصه و ساده به آنچه که می‌خواهند برسند. پیش‌بینی و پاسخ به سوالاتی که ممکن است برای مشتریان پیش آید نقش مهمی در بازدید از سایت به خصوص در لندینگ پیج دارد. هنگام اصلاح و یا طراحی صفحه فرود، سوالات ممکن در مورد محصول را پیش‌بینی کنید و برای آنها پاسخی واضح ارائه کنید.

۳- نحوه پرداخت و قیمت‌گذاری شفاف

ارائه قیمت‌های واضح باعث می‌شوند مشتریان با حس بهتری از محتوای سایت و محصولات شما بازدید کنند. مشتریان ترجیح می‌دهند از وبسایت‌هایی بازدید کنند که قیمت محصولات به طور دقیق در آنها ارائه شده باشد.

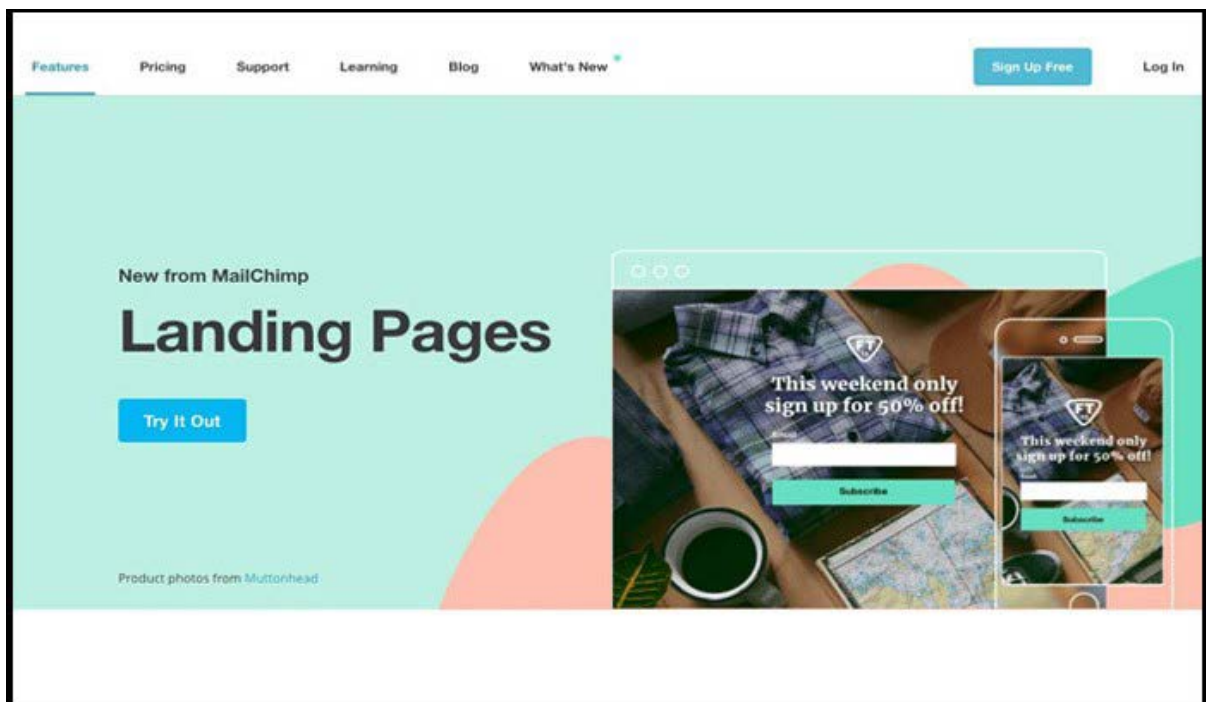
ارائه تخفیفات (با نمایش قیمت قبلی و جدید) و همین‌طور ارائه فرصت‌هایی مانند تحویل رایگان، نقش بسزایی در ترغیب مشتریان به خرید محصول دارند.

۴- ارائه نظرات

وجود قسمتی که مشتریان بتوانند در مورد تجربه استفاده از محصولی، نظر خود را بیان کنند می‌تواند تاثیر بسزایی در جلب اعتماد مشتریان داشته باشد. اکثر افرادی که محصولی را خریداری می‌کنند ترجیح می‌دهند با استفاده از تجربه دیگران، نقاط ضعف و قوت محصول مورد نظر را شناسایی و بررسی کنند.

ارائه مطالب مرتبط با محصول

روش دیگر برای ایجاد و مدیریت یک لندینگ پیج موفق، ارائه مطالبی مربوط به محصول و مشکلات آن است. برای مثال اگر در زمینه فروش دوچرخه فعالیت می‌کنید، لندینگ پیج شما می‌تواند دارای محتوایی در مورد چگونگی تعمیر دوچرخه، انواع قسمت‌های دوچرخه و لوازم جانبی لازم برای دوچرخه باشد. روش‌های زیر برای این کار بسیار کارآمد خواهند بود.



۱- صحبت در مورد مشکلات رایج

در وبسایت خود مطالبی در زمینه حل مشکلات پیرامون محصول مورد نظر ارائه دهید. انجام چنین کاری به اثر بخشی صفحه فرود در وبسایت شما کمک می‌کند و افراد ترجیح می‌دهند به عنوان مرجعی برای حل مشکلات خود از وبسایت شما بازدید کنند. همچنین آنها به احتمال بیشتری در کنار بازدید، محصولات مورد نیاز را خود را از وبسایت شما خریداری خواهند کرد.

۲- از عکس‌های جذاب استفاده کنید

ارائه عکس‌های واضح و جذاب از محصولات، اهمیت بسیار زیادی در لندینگ پیج موفق دارد. فراموش نکنید، عکس اولین چیزی است که در بازدید از وبسایت به چشم مشتریان بالقوه شما می‌خورد. هرچه عکس‌ها جذاب‌تر، واضح‌تر و کامل‌تر باشند، احتمال خواندن اطلاعات محصول و سپس خرید توسط مشتری، افزایش می‌یابد. فراموش نکنید که در خریدهای آنلاین، عکس محصول، تنها چیزی است که مشتری از شکل کلی محصول دارد. بنابراین از عکس‌های حرف‌های استفاده کنید و حتی طراحی عکس‌ها را به دست طراحان باتجربه بسپارید.

۳- به طور غیر مستقیم محصول خود را تبلیغ کنید

درست است که هدف شما از ایجاد و طراحی لندینگ پیج، افزایش فروش محصولاتتان است اما بهتر است این کار را به صورت غیر مستقیم انجام دهید. یک لندینگ پیج موفق باید به گونه‌ای باشد که مشتری با جست‌وجو در آن فشاری برای خرید ۱۰۰ درصد محصول احساس نکند.

برای مثال محصولی مانند کیف پول را در نظر بگیرید. شما می‌توانید با ارائه محتوایی مفید، در مورد ویژگی‌های یک کیف پول خوب و کارآمد صحبت کنید و در کنار آن لیستی از محصولات خود را برای خرید ارائه کنید.

لندینگ پیج‌ها، ایده فوق‌العاده‌ای برای کسب و کارهای آنلاین هستند. علاوه بر مسائلی که در زمینه یک لندینگ پیج موفق در بالا ارائه کردیم، باید چند نکته دیگر را نیز به خاطر بسپارید:

۱- تیتروهای استفاده شده در صفحه فرود شما باید کوتاه، گویا و جذاب باشند تا مشتریان جذب آن شوند.

لندینگ پیج چیست؟

۲- برای ارائه مزایا و معایب محصول از لیست استفاده کنید، خواندن این لیست‌ها برای مشتریان راحت است.

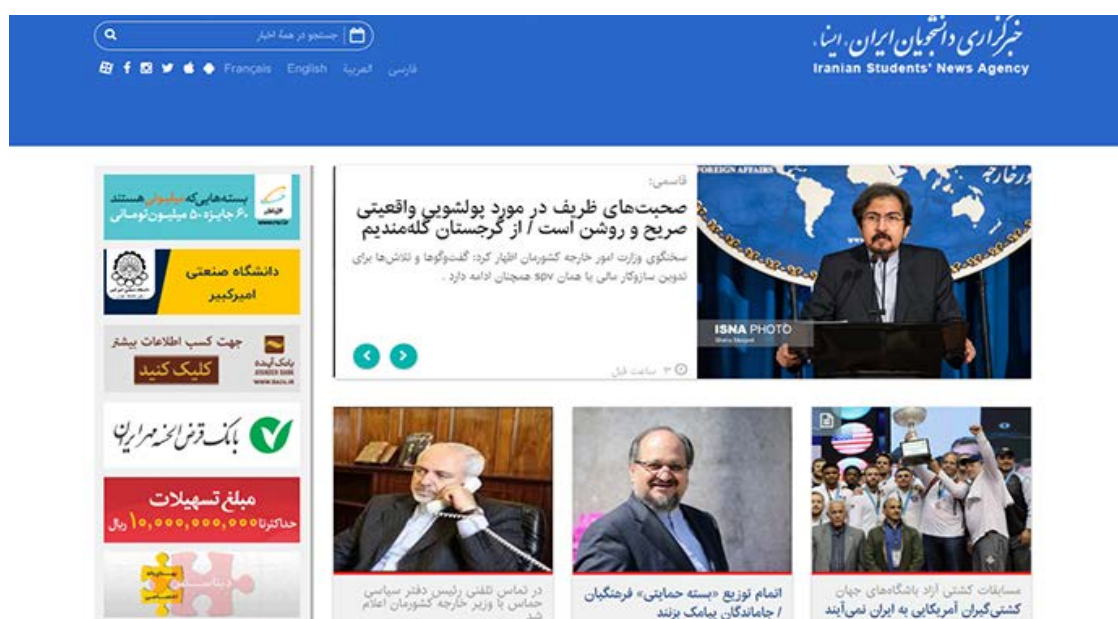
۳- از فونت مناسب برای نوشته‌های خود استفاده کنید تا چشم بازدیدکنندگان خسته نشود.

تفاوت صفحه فرود با دیگر صفحات سایت چیست؟

اگر سئوالتان این است که این صفحه چه تفاوتی با صفحات دیگر سایت دارد، می‌توانیم سوال شما را اینطور پاسخ دهیم:

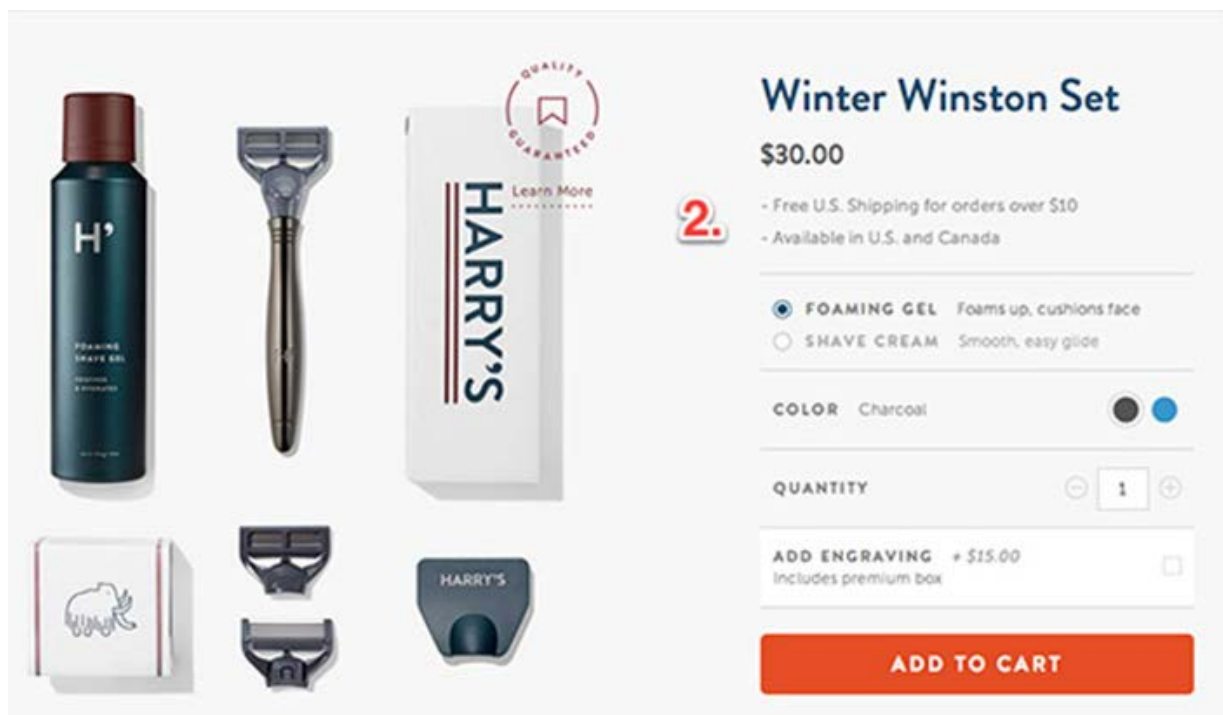
نکته ای که باید در نظر داشته باشید این است که هر صفحه ای که مخاطب توسط آن وارد سایت شما می‌شود، صفحه فرود نیست.

هر صفحه فرود برای هدفی خاص و مشخص طراحی و پیاده سازی می‌شود که دارای یک فرم جهت جمع آوری اطلاعات مخاطب است. همه صفحات فرود می‌توانند نوعی از صفحات دیگر سایت باشند اما هر صفحه از سایت لزوماً نمی‌تواند صفحه فرود باشد. در اینجا با ذکر چند مثال، قصد داریم تفاوت این دو مورد را برای شما مشخص کنیم:



لندینگ پیج چیست؟

شما در این صفحه که صفحه اصلی وب سایت است، با تعداد زیادی از لینک ها، تصاویر، متون مختلف و غیره مواجه هستید و خبری از گرفتن اطلاعات شما در آن نیست. پس حتماً موافق هستید که این یک صفحه فرود نیست. این صفحه کاربرد دیگری دارد، مانند معرفی خدمات، محصولات، ویدئوی مشتریان، پیشنهاد ویژه و غیره این صفحه به منظور هدفی خاص که ویژگی یک صفحه فرود است، طراحی نشده است. حال می‌خواهیم یک صفحه فرود که برای هدفی خاص طراحی شده است را با هم بررسی کنیم:

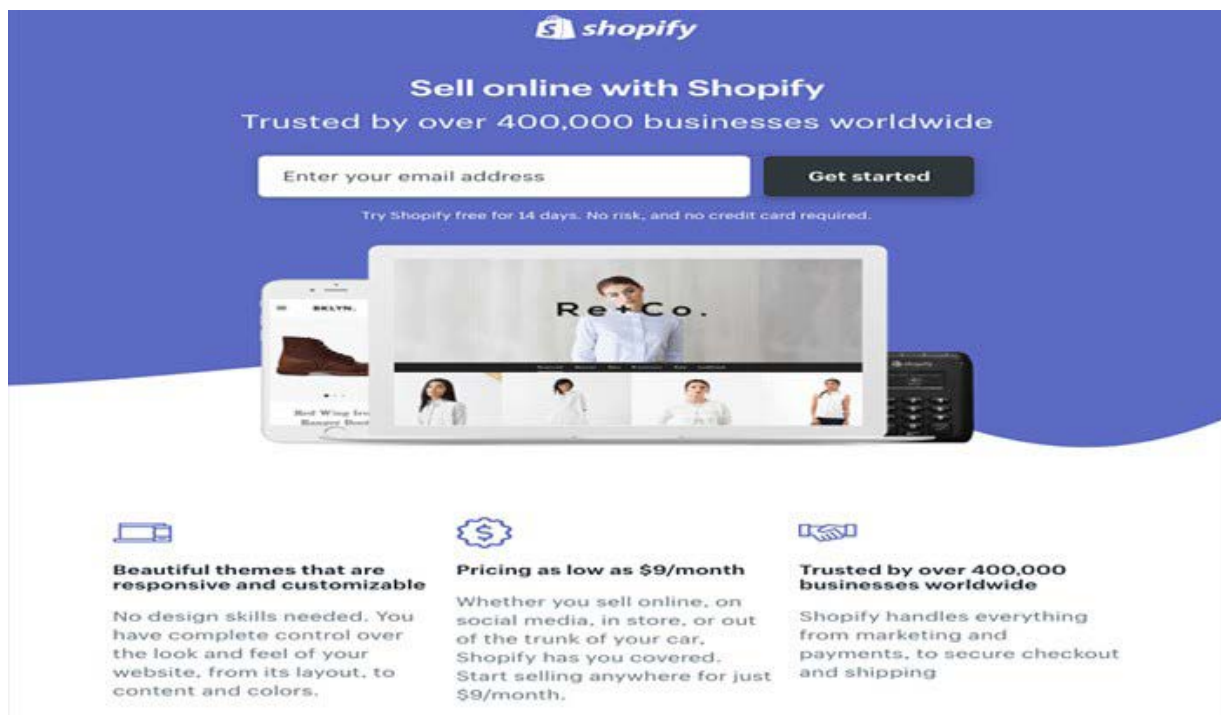


همانطور که در این تصویر می‌بینید، این صفحه معرف یک محصول یا خدمت خاص است و تنها یک هدف را دنبال می‌کند و آن هم فروش محصول است. این صفحه، اطلاعات شما را درخواست می‌کند. صفحات فرود عموماً یک Call To Action دارند که در اینجا « اضافه کردن به سبد خرید » است.

نمونه‌هایی از لندینگ پیج‌های موفق

۱- صفحه فرود shoptify

لندینگ پیج shoptify نمونه‌ای از یک صفحه فرود موفق است. این صفحه بسیار ساده و کاربر پسند است. تیترا اصلی بسیار واضح است و بازدیدکننده به راحتی متوجه می‌شود که موضوع لندینگ پیج در چه زمینه‌ای است. یکی از نکات مثبت این لندینگ پیج این است که بازدیدکننده تنها با وارد کردن اطلاعات کمی مانند آدرس ایمیل، می‌تواند کار خود را آغاز کند.



۲- صفحه فرود Muzzle

معمولا بازدیدکنندگان با دیدن صفحه فرود تصمیم می‌گیرند که محصول یا خدمات ارائه شده در وبسایت ارزش صرف هزینه و انرژی را دارند یا خیر. پس هیچ چیزی نمی‌تواند

لندینگ پیج چیست؟

بهتر از این باشد که به بازدیدکنندگان وبسایت خود نشان دهید، خدمات یا محصولات ارائه شده در وبسایت شما چه مزیت‌های مهمی دارند و چگونه می‌توانند مشکلات آنها را برطرف کنند. صفحه فرود مازل با داشتن چنین ویژگی‌هایی نمونه‌های از یک لندینگ پیج موفق است.

۳- صفحه فرود TransferWise

TransferWise وبسایتی است که امکان دریافت و پرداخت ارزهای مختلف را برای بازدیدکنندگان فراهم می‌کند. تمام عملکردها و قابلیت‌های مختلف در لندینگ پیج این وبسایت به طور مجزا از هم ارائه شده‌اند. کارکردن با این صفحه بسیار آسان و واضح است و از این رو جزء موفق‌ترین صفحات فرود محسوب می‌شود.

The screenshot displays the TransferWise landing page with a dark blue background. At the top, there is a navigation menu with links for 'Send money', 'Receive money', 'Debit card', 'Business', 'About', 'Log in', and 'Sign up'. The main headline reads 'A cheaper way to send money internationally.' Below this, a sub-headline states 'Join over 3 million people who left their banks to get a great exchange rate and a low fee. Every time.' A button labeled 'See why it's so cheap in 1 minute' is positioned below the sub-headline. On the right side, there is a money transfer calculator. It shows 'You send 1,000 USD' and 'Recipient gets 874.30 EUR'. The calculator also displays 'Total fees - 8.45 USD' and 'Guaranteed rate (24 hrs) 0.88175'. A note indicates 'You could save up to: 76.19 USD'. At the bottom of the calculator, there are two buttons: 'Compare price' and 'Get started'. On the left side, there is a section titled 'Is TransferWise safe? Yes, here's why.' with a lock icon. Below this, there is a testimonial section titled 'Millions of happy customers' with a quote icon and the text 'Hear what they have to say'.

نتیجه گیری

یک صفحه فرود کارآمد می تواند ابزار بازاریابی مهمی باشد که نه تنها ترافیک سایت شما را بالا می برد، بلکه بازخورد لازم برای محصول خاصی را به شما ارائه کند. همیشه به یاد داشته باشید که صفحه فرود همانند ویتروینی برای کسب و کار آنلاین شما عمل می کند. بنابراین طراحی هرچه بهتر آن اهمیت بسزایی در نوع قضاوت مشتریان و جذب آنان خواهد داشت.