

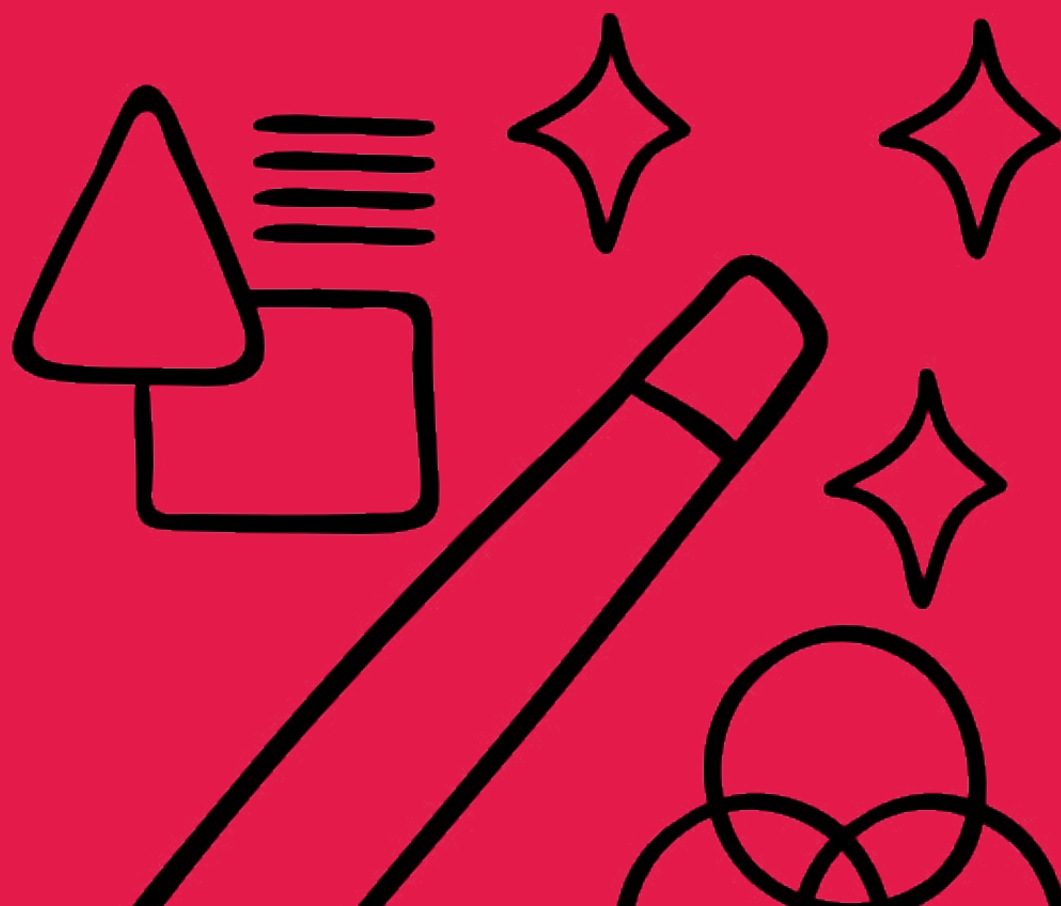
עיצוב

דף נחיתה מכירתי מנצח



7 כללים לעיצוב נכון

של דף הנחיתה המכירתי שלכם



עיצוב מקצועי וממותג המותאם לעסק שלכם יאפשר לכם להעביר את המסר בצורה ברורה ומשכנעת יותר.

יש סוגים שונים של עיצובים לדפי נחיתה, שמתאימים לצרכים שונים. במקרים מסוימים דפי נחיתה עם עיצוב פשוט ונקי עושים עבודה מצוינת. עם זאת, כל מקרה הוא אינדיבידואלי ויש לבחון את העיצוב מול המטרה.

כך או כך, הקפידו שהעיצוב ישקף את השפה העיצובית של המותג והתאימו את דף הנחיתה לנראות הקיימת של המותג באינטרנט וביתר מקומות המפגש עם הלקוח. ערכו חקר על המתחרים והקפידו לא להישאר מאחור, ויותר מכך, אף להקדימם בכמה צעדים.

אל תוותרו על ניסוח בכתיבה שיווקית מקצועית. יכולתו של המסר לעבור ולהגיע לאוזניים הנכונות - תלויה באיכות הכתיבה.

יתרונות של עיצוב דף נחיתה מעוצב וממותג

דף נחיתה פשוט מדי עלול ליצור פער בין הרושם והתדמית שאתם מנסים לשדר לבין הרושם והתדמית שאתם משדרים הלכה למעשה. כל פער עלול לפגום באמון. דף נחיתה ממותג יוצר רושם ראשוני של ערך ואיכות, של הצעה מגובשת ושל מותג מגובש ומוערך.

הוויזואליות היא כלי שיווקי חשוב מאוד שאין לזלזל בו. ויזואליות יכולה להשפיע גם על איכות הפניות, ובוודאי על הדיוק שלהן. היא צריכה לקחת בחשבון את המאפיינים של קהל היעד ולדבר אליו בשפתו.

דף נחיתה ממותג מחזק את המיתוג של העסק שלכם ותורם לזכירות שלו בעיני קהל היעד.

נראות ועיצוב נכונים הם גם כלי לעורר סקרנות ולעודד חיבור רגשי ומוטיבציה ליצירת קשר. הגרפיקה צריכה להיות לא עמוסה ותמיד תוסיפו טופס מסודר, קל ופשוט ליצירת קשר.

לוגו, אסמכתאות, גרפיקה תומכת שפת מותג - כל אלה מגבירים את תחושת האמון שההצעה שלכם משדרת.

במידת האפשר - תמונות של המוצר, או של נותני השירות, או של נקודת המכירה, או שמגלמות את הערך שקהל היעד שלכם עשוי לקבל מהמוצר - כל אלה תומכות בהצעה השיווקית והופכות אותה ליותר אמיתית בעיני הלקוח.

אם הבטחתם תגמול על הרשמה דרך הטופס תמכו בהבטחה שלכם על ידי ייצוג ויזואלי של התגמול - תמונה של מוצר או אריזת מתנה, תמונה של שובר הנחה או כל ייצוג רלוונטי אחר.

עיצוב נכון של דף נחיתה משפיע על איכות הפניות וה"לידים" ומקצר את תהליכי המכירה!

כלל 1

הקפידו על מראה מסודר

כדי שהמסר יהיה ברור - חשוב לייצר היררכיה בטקסטים שבעמוד:

כותרת ראשית - שיווקית, מדליקה ומעוררת סקרנות

כותרת משנית - מכילה מידע משני אבל חשוב

גוף ההודעה - טקסט, אלמנטים גרפיים (תמונות, תרשימים) והסברים מפורטים

בצורה כזאת תעבירו את הקוראים בדף שלכם תהליך זורם ונעים של קריאה והבנה. ללא סדר הם עלולים ללכת לאיבוד.

כלל 2

אל "תתפרעו" עם ריבוי פונטים

השתדלו לשמור על פונט אחד, לכל היותר שניים לכל אורך הדף ובחרו פונט שמאפיין את המוצר שלכם, שיהיה קריא ובגודל נוח לקריאה במסכים מכל הגדלים (מחשב/טאבלט/טלפון)

כלל 3

צרו עימוד נקי וללא "רעשים" ויזואליים

למעט הכותרות הראשיות שיכולות להיות ממורכזות, רצוי שהטקסטים יהיו מיושרים לימין או אפילו לשני הצדדים כבלוק. טקסטים מיושרים ונקיים במראה שלהם הם טקסטים שמזמינים לקריאה.

חלקו את הדף לפסקאות. כדי לא להעיק ולא להרתיע את הקוראים שלכם, רווחו בין השורות, השאירו הפרדה ואוויר וכך יהיה להם נוח ונעים לקרוא.

הדגישו טקסטים חשובים עם אלמנט גרפי או אייקונים, כדי לתווך לקוראים שלכם את החשיבות שלהם.

כלל 4

בחרו צבעוניות תומכת מותג ו/או מוצר

מומלץ תמיד להשתמש בצבעי הלוגו בתוך הדף. מומלץ שהגוונים שבחרתם יתמכו בצבעוניות של התמונה הראשית בדף שלכם. יש תוכנות לדיגום צבעים, אחת מהן שאני ממליצה עליה היא ColorZilla.

אל תשתוללו בצבעים אלא אם כן השתוללות היא אחד מערכי המותג או מתועלות ההצעה. בכל מקרה, גם השתוללות צריכה להיות מבוקרת ומאורגנת כדי לעבור לקוראים שלכם בצורה שמחברת אותם ולא מרתיעה אותם.

השתמשו בצבעים בולטים לכפתורי הפעולה שלכם והתאימו את הצבעים לעיצוב שבחרתם.

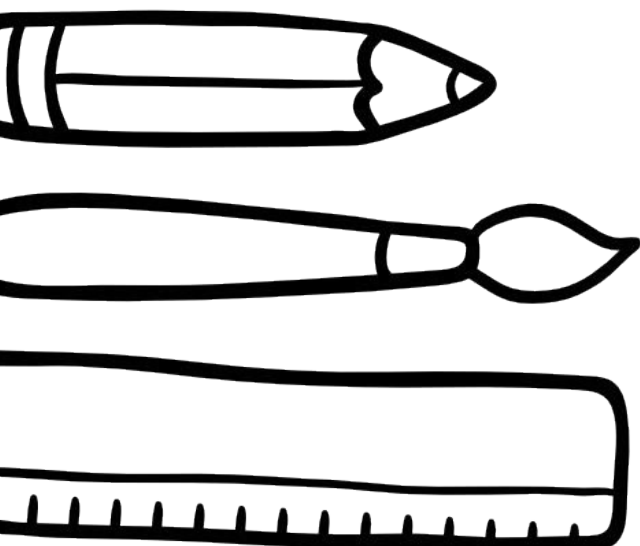
כלל 5

ערכו הגהה לפני הפרסום

כדי לערוך הגהה יעילה עליכם להתנתק מהדף לפחות לכמה שעות ורצוי אף ליום שלם. לכן, מומלץ להכין ולעצב את דף הנחיתה לפחות יומיים לפני הפרסום, להתנתק ממנו קצת ורק לאחר מכן לערוך הגהה.

תנו לעוד "עין" לקרוא ולחוות דעה. פעמים רבות תקבלו תובנות חשובות ואף קריטיות. אל תתווכחו עם בעלי אותה "עין", הם משקפים לכם את האופן שבו המודעה שלכם נתפסת ללא התיווך שלכם. אם משהו "לא עובד" הם כבר יצביעו עליו.

הקפידו להשתמש בסימני פיסוק, בריווחים נכונים, באחידות בשפת הכתיבה (זכר/נקבה/רבים). הימנעו ככל האפשר משגיאות כתיב, הנגרמות לעיתים ממהירות ההקלדה.



כלל 6

תמונות טובות עושות את ההבדל

תמונות טובות ונכונות תומכות בהצעה שלכם והופכות אותה מסתם עוד הצעה להצעה שכדאי לקרוא.

תמונות ממחישות את המוצר או השירות.

תמונות עושות אווירה קלילה לדף, במיוחד אם יש בו הרבה מידע.

תמונות, בעיקר של אנשים, מושכות תשומת לב יותר מהכותרת המופלאה ביותר.

כמו בכל דבר, לפעמים פחות זה יותר. אל תגזימו בתמונות וכך הן לא יאפילו על המסר ולא יבלבלו את הקוראים שלכם.

העדיפו תמיד תמונות מקוריות שצילמתם בעצמכם. היום, בעידן הטלפונים החכמים, זה קל ופשוט. צלמו תמונה שתתמוך במסר, שתעביר את הרגש ושתספר את הסיפור שאתם רוצים להעביר.

אם אתם בכל זאת בוחרים תמונה ממאגר, הקפידו לשמור על כללי השימוש וזכויות היוצרים. שימוש בתמונה בעלת זכויות יוצרים ללא הסדרה חוקית מסוכן ועלול לעלות לכם בהרבה מאוד כסף וכאב ראש.

הרקע משמעותי לא פחות

הרקע הוא כלי מעולה ליצירת אווירה. מרקמים, טקסטורות, צבעוניות - כל אלה אחראיים לאווירה בדף הנחיתה.

ודאו שהרקע לא מפריע ולא משתלט. אחת הדרכים למנוע זאת היא לתת שקיפות ברמות שונות לתמונות או לצבעי הרקע.

כלל 7

