



Введение

Метод №1: Ваш сайт должен выглядеть профессионально

Метод №2: Стратегическое расположение формы подписки на сайте

Метод №3: Придумайте классный заголовок

Метод №4: Показывайте интересные изображения продуктов

Метод №5: Показывайте отзывы клиентов

Метод №6: Подавайте информацию броско

Метод №7: Контактная информация на видном месте

Метод №8: Приводите точные и реалистичные сценарии

Метод №9: На главной странице выставляется только один продукт

Метод №10: Категоризируйте свои продукты

Метод №11: Предлагайте простые способы покупки

Метод №12: Расширяйте географию доставки

Метод №13: Ориентируйтесь на читателей

Метод №14: Не спешите призывать к покупке

Метод №15: Гарантируйте удовлетворение или возврат денег

Метод №16: Используйте всплывающую рекламу

Метод №17: Получайте выгоду от рейтинга страниц

Метод №18 Подчеркивайте необходимость купить прямо сейчас

Метод №19: Разработайте эффективную систему подписки

Метод №20: Используйте сплит-тестирование

Метод №21: Проводите регулярный методологический анализ

Заключение

## Введение

Главная цель бизнеса - получать чистую прибыль. Однако, чтобы получать прибыль, недостаточно вывалить на прилавок свой товар, чтоб покупатели могли его достать. Продавать - это не только иметь товар для продажи. Это значит привлекать людей, чтобы они становились постоянными покупателями.

Повторяющиеся продажи делают бизнес устойчивым; особенно это касается бизнеса в интернете. Но источник вашего финансового успеха кроется именно в том, как вы будете побуждать потребителей возвращаться и снова покупать у вас.

Рост продаж приводит к росту прибыли, так что имеет смысл применить методы, которые поднимут ваши продажи на невероятные высоты. Вот несколько техник, которые позволят вам достичь этой цели гораздо быстрее. Одновременное использование всех описанных методов в два счета сделает вас гуру в интернет-маркетинге.

## **Метод №1: Ваш сайт должен выглядеть профессионально**

Сначала самое главное: чтобы продавать продукты онлайн, вам нужно завести себе сайт достойного вида. Наполните его нужным количеством информации, но не "впаривайте" свои товары.

Если вы доходчиво излагаете реальную и уместную информацию, потребители скорее начнут доверять вашим продуктам. Это важно.

## **Метод №2: Стратегическое расположение формы подписки на сайте**

Есть критерий, выделяющий эффективные формы подписки из общей массы. Размер и цвет шрифта - важные детали, которые требуют тщательного внимания.

Страницы подписки - ваш билет к построению хорошей базы подписчиков. Она важна, потому что в почтовой рассылке вы сможете регулярно высылать рекламные письма и анонсы продуктов. Это сокращает расходы на маркетинг и повышает его эффективность, потому что в вашем распоряжении оказывается основной рынок для проверки любых новых продуктов, которые уже на подходе.

## **Метод №3: Придумайте классный заголовок**

Броская фраза притягивает внимание. Находите такие фразы, которые бы вызывали у читателей интерес и удерживали его, пока вы не достигнете своих целей.

Использование в заголовке слова "БЕСПЛАТНО" всегда помогает привлечь внимание. Любой сочтет возможность получить что-то бесплатно хорошей сделкой. Предоставляйте полезные материалы, связанные с вашими продуктами - электронные книги, справочники и самоучители.

## **Метод №4: Показывайте интересные изображения продуктов**

Привлекательные картинки могут захватить интерес интернет-пользователей и побудить их к действию, даже если изначально они не собирались ничего покупать.

Онлайновые турагентства научились извлекать из этого огромную выгоду. По картинкам отпуска пользователи могут почувствовать, чего можно ждать от поездки. Словом, дайте пищу их воображению. Если вы не можете что-то выразить словами, поместите изображение. Одно изображение может сказать больше, чем тысяча слов. Вы экономите не только на свободном месте, но и на словарях. Таким образом, в вашем сообщении не будет ничего лишнего, и будет видно, что вы не перетруждаетесь при продаже - а значит, дела у вас идут отлично.

## Метод №5: Показывайте отзывы покупателей

Ничто не подтвердит эффективность продукта лучше, чем слова довольных клиентов. Люди склонны верить тем, кто попробовал ваш продукт. На этом основании им легче решиться купить самим.

Возьмите разные форматы сайтов и рассмотрите, как на них размещаются отзывы. Если какой-то отзыв привлек ваше внимание, постарайтесь адаптировать такой формат и применить его на своем сайте. Так как сайт - это непрерывающаяся работа, перемещайте отзывы по странице с места на места, пока не получите нужные результаты (например, увеличение трафика или продаж).

## Метод №6: Подавайте информацию броско

Как уже говорилось выше, следует время от времени вносить на сайт эффективные изменения в части общего формата. Изучайте тенденции и по возможности применяйте их.

Изменения могут быть незначительными или явными. Расположение статей, например - важнейший элемент техники эффективного маркетинга. В большинстве случаев информация на сайте размещается на главной странице, хотя некоторые предпочитают использовать для этого другие страницы.

Это больше касается создания профессионального вида сайта, но обычно делается после начального запуска сайта. Вы находитесь в постоянном процессе доработки, который потребует от вас хорошей визуальной чувствительности к эстетичности веб-страницы.

### Создайте убойный продающий текст

Другой момент - это создание привлекательного продающего текста. Контент - не единственное, на чем следует сосредоточиться. Шрифт, его размер и цвет также важны. Визуальное влияние продающего текста может или продать, или отпугнуть.

Все наиболее эффективные продающие тексты имеют общие черты. В них используется выравнивание текста по правому краю, отчего создается впечатление, что текст короткий и простой. Используется список с пунктами. Он лаконичный и выразительный.

## **Метод №7: Контактная информация на видном месте**

С глаз долой, из сердца вон. Помните, пользователи могут принять решение в любой момент, на любом этапе исследования вашего сайта. Дайте им возможность легко связаться с вами, поместите контактную информацию на каждой странице.

Вы можете разместить ее на отдельной странице или прикрепить к сайту целиком. Учитывайте также совместимость систем электронной почты. Сделайте свою систему и сайт в целом доступными для всех почтовых платформ и браузеров.

## **Метод №8: Приводите точные и реалистичные сценарии**

Один из способов пробудить интерес к своему продукту - это описать реалистичные обстоятельства, связанные с его применением.

Например, при продаже органического антивозрастного крема вам нужно указать не только причины появления морщин, но и недостатки использования обычных увлажняющих кремов. Вы можете рассказать об определенных заболеваниях кожи, вызванных употреблением химически обработанной косметики.

Не перестарайтесь. Оставайтесь верны фактам, и пусть ваши продукты говорят сами за себя. Несложно убедить человека, если он узнал себя в какой-то из описанных вами ситуаций.

## **Метод №9: На главной странице выставляется только один продукт**

Представляйте один продукт за раз. Тогда можно будет предоставить подробную информацию, значимую для потребителя. Слишком много продуктов на экране могут перегрузить внимание пользователей и вызвать у них отторжение.

Это может привести к нерешительности. Потребители, столкнувшиеся со сложным выбором, могут в конце концов отложить выбор и покупку на неопределенное время, а потом и вовсе забыть о своем намерении. Позвольте им сфокусироваться на одной вещи. Для этого сосредоточьтесь на том, чтобы предоставить всю необходимую информацию об этом одном продукте.

У этой техники несколько преимуществ. Во-первых, вы можете измерять продаваемость вашего продукта, а во-вторых, вы в любой момент можете исправить положение при низких продажах.

## **Метод №10: Категоризируйте свои продукты**

Если вы предлагаете больше одного продукта, организуйте их в логические категории. Берите пример с онлайн-магазинов одежды, которые размещают товары по понятным категориям.

Правильная организация расположения товаров облегчает покупателям переход непосредственно к продуктам, которые они хотят купить. Немногие интернет-пользователи могут позволить себе роскошь исследовать весь ваш ассортимент. Одним не нравится терять время на поиски. Другие избегают глубоких поисков, чтобы удержаться от импульсных покупок.

В зависимости от того, что вы продаете, вы можете сделать список категорий, к которым относятся ваши товары. Например, при продаже автомобилей используют эффективный формат, в котором клиенты заполняют поля и указывают в них свои конкретные потребности.

## **Метод №11: Предлагайте простые способы покупки**

Современные системы платежей позволяют потребителям совершать через интернет любые покупки. Большинство из них сотрудничают с определенными компаниями, обеспечивающими работу кредитных карт, так что это наиболее распространенный способ оплаты на сегодняшний день.

Ваш бизнес только выиграет, если вы сможете принимать различные виды кредитных карт. Иначе вам придется отказываться от потенциальной сделки только потому, что ваша система не принимает этот вид платежей.

## **Метод №12: Расширьте географию доставки**

Добавляйте буквально километр за километром в зону доставки "к дверям" ваших покупателей. Когда потребитель видит, что вы не можете осуществить доставку в его регион, возникает неприятная заминка.

Начните сотрудничать со службами доставки. Вы от этого только выиграете, если у вас ограниченное количество каналов сбыта, или если каждый сервис покрывает свой регион. Некоторые интернет-бизнесмены сначала организуют реальные магазины, и лишь затем приходят с ним в интернет. То есть у них уже, возможно, имеется серьезная система доставки по всему миру.

## **Метод №13: Ориентируйтесь на читателя**

Помните, что вы обращаетесь к интернет-читателям, которые являются вашими потенциальными клиентами. Помните об этом и отражайте это в своих статьях, на странице подписки на рассылки; все, что вы пишете, должно исходить из понимания этого факта.

Вместо того, чтобы сосредотачиваться на "я", пишите "вы", даже если речь идет о личном опыте. Заставьте читателя приобщиться к написанному, упоминая общие обстоятельства, в которых они могли оказаться в определенные периоды своей жизни.

## **Метод №14: Не спешите призывать к покупке**

Покупатели терпеть не могут, когда продавцы им указывают, что делать. Вы станете изучать весь сайт, если всё, что вы видите на нем - это призывы купить?

С технической точки зрения вы продаете что-то и хотите, чтобы люди это купили. Но есть способ подать продукт, более деликатный, чем прямолинейное предложение купить его. Постарайтесь не использовать слово "купите", а сосредоточьтесь на преимуществах своего продукта.

Это можно сделать на странице подписки или на продающей странице. Покажите потребителям преимущества, но не перегружайте их характеристиками продукта. Большинству покупателей абсолютно всё равно, как он выглядит. Им важно одно: решает ли этот продукт их задачи?

## **Метод №15: Гарантируйте удовлетворение или возврат денег**

Поставьте себя на место клиента. Если поставщик возмещает вам неудовлетворительный товар и услугу, у вас возникнет ощущение, что у этого бизнеса высокие стандарты.

Такая стратегия повышает уровень доверия. Благодаря гарантии возврата денег новые потребители будут склоняться к тому, чтобы рискнуть и купить. После того, как они попробуют ваш продукт и получают от него удовлетворение, создастся новый слой доверия.

Чтобы защитить свои интересы, наложите некоторые ограничения на возмещение платы. Например, откажитесь принимать обратно поломанные продукты, или те, что были использованы более чем на 3/4. Дайте потребителям четкие критерии.



## **Метод №16 Используйте всплывающую рекламу**

Она отличается от поп-апов, но имеет ту же HTML-основу. Из-за их схожести интернет-пользователи часто устанавливают программы, блокирующие поп-апы, чтобы спокойно пользоваться интернетом.

Однако всплывающие окна (Hover ads) ведут себя совсем по-другому. Они остаются на месте во время прокручивания страницы, так что пользователи видят их, даже когда доходят до низа страницы. Эти окна можно использовать в качестве технической платформы для предоставления пользователям дополнительной информации о ваших продуктах.

Исследования показали, что всплывающие рекламные окна могут эффективно увеличить продажи, так как пользователям не нужно будет тратить время на дальнейший поиск. Благодаря всплывающим окнам потребители быстрее приходят к решению совершить покупку.

Так что используйте креативный формат, чтобы сделать свою рекламу привлекательной. Не надо просто ставить на сайт плавающее окошко для красоты. Используйте его с максимальной отдачей.

## **Метод №17: Получайте выгоду от рейтинга страниц**

Оптимизация под поисковые системы (SEO) стала популярным словосочетанием на просторах интернета. Она включает в себя создание статей по особым алгоритмам, помогающим попасть на первые страницы поисковой выдачи.

Для этого можно воспользоваться сервисом SEO. Масса компаний предложат вам подходящие статьи и разместят их для вас в каталогах статей. Если вы в этом не особо разбираетесь, процесс может показаться чересчур сложным. Просто позвольте этим компаниям сделать свою работу и получите результаты.

## **Метод №18: Подчеркивайте необходимость купить прямо сейчас**

Привнесите в рекламные сообщения ощущение срочности. Например, вы можете установить временные ограничения на специальные предложения. Пусть читатели поймут, что отказавшись от выгодной сделки, они упустят отличную возможность.

Это касается любого продукта, который вы продаете. Будь то страховка, биологически активная добавка или антивозрастная сыворотка, подчеркивайте важность и выгодность немедленного принятия решения.

## **Метод №19: Разработайте эффективную систему подписки**

Список контактов, который вы собрали на своей странице подписки, может послужить рычагом, улучшающим вашу систему обратной связи. Регулярно рассылайте интересные и информативные письма.

Всегда держите своих подписчиков в курсе событий. Пусть они с нетерпением ждут от вас новостей - например, обновления до текущей версии или бесплатного образца новинки. Учтите, что не все подписчики будут долго получать ваши письма - некоторые из них откажутся от рассылки.

Каждого, кто захочет отписаться, перенаправляйте на страницу опроса. Сделайте для них опросник с вариантами ответов, почему они решили отписаться. Не скатывайтесь на негативный тон. Наоборот, сделайте все в таком контексте, и создайте у них такое ощущение, что они еще вернуться.

## **Метод №20: Используйте сплит-тестирование**

Проверка эффективности сайта может во многом помочь определить следующие шаги. Сплит-тестирование - это технический и научный способ определения наиболее эффективной маркетинговой стратегии.

Используя различные переменные, сплит-тестирование может предоставить вам солидную базу для принятия решений. Сюда входит проверка одной стратегии с одними пользователями, и другой - с другими пользователями. Поменяйте их местами, и вы получите другие результаты.

Покупатели по-разному реагируют даже на самые незначительные изменения на сайте. Это может быть небольшое увеличение размера шрифта или выбор немного более яркого цвета заголовка.

Фиксируйте результаты, и вы сможете разработать сайт, который поможет отхватить существенную долю рынка.

## **Метод №21: Проводите регулярный методологический анализ**

Описанные выше методы могут создать эффективную маркетинговую стратегию конкретно для вашего бизнеса. Найдя для себя правильную формулу, вы сможете вздохнуть свободней, чем в начале пути.

Но не расслабляйтесь. Времена меняются, это касается и личных рекомендаций. Тенденции моды и образа жизни могут повлиять на решения потребителей о покупке. Поэтому вам постоянно надо быть начеку.

Всегда оставайтесь конкурентоспособны. Если вы не можете быстро изменить свой продукт, ищите способы обновить сайт или переосмыслить стратегию. Переформируйте свою страницу подписки, измените заголовок или создайте новое бесплатное предложение. Просто поставьте перед собой цель сделать так, чтобы клиенты почувствовали разницу.

## Заключение

Не так уж просто продавать продукт, особенно если он новый. Потребителям бывает трудно принять факт появления чего-то лучшего, чем то, к чему они привыкли. Но имея время и терпение, вы сможете проникнуть в этот консервативный аспект рынка и достичь в нем успехов.

Ничего не оставляйте на произвол судьбы. Используйте любые доступные средства для повышения продаж. Первые несколько попыток составят этап проб и ошибок. Со временем вы изучите все тонкости бизнеса. Вы даже сможете разработать собственную стратегию на основании всего того, что вы перепробовали.

Увеличение продаж через интернет может произойти различными путями, но уровень ваших усилий должен быть таким же, как и в любом деле, где вы хотите преуспеть. Большое количество доступных ресурсов не следует воспринимать, как помеху – это, скорее, проверка ваших возможностей, которую вы должны пройти с честью.