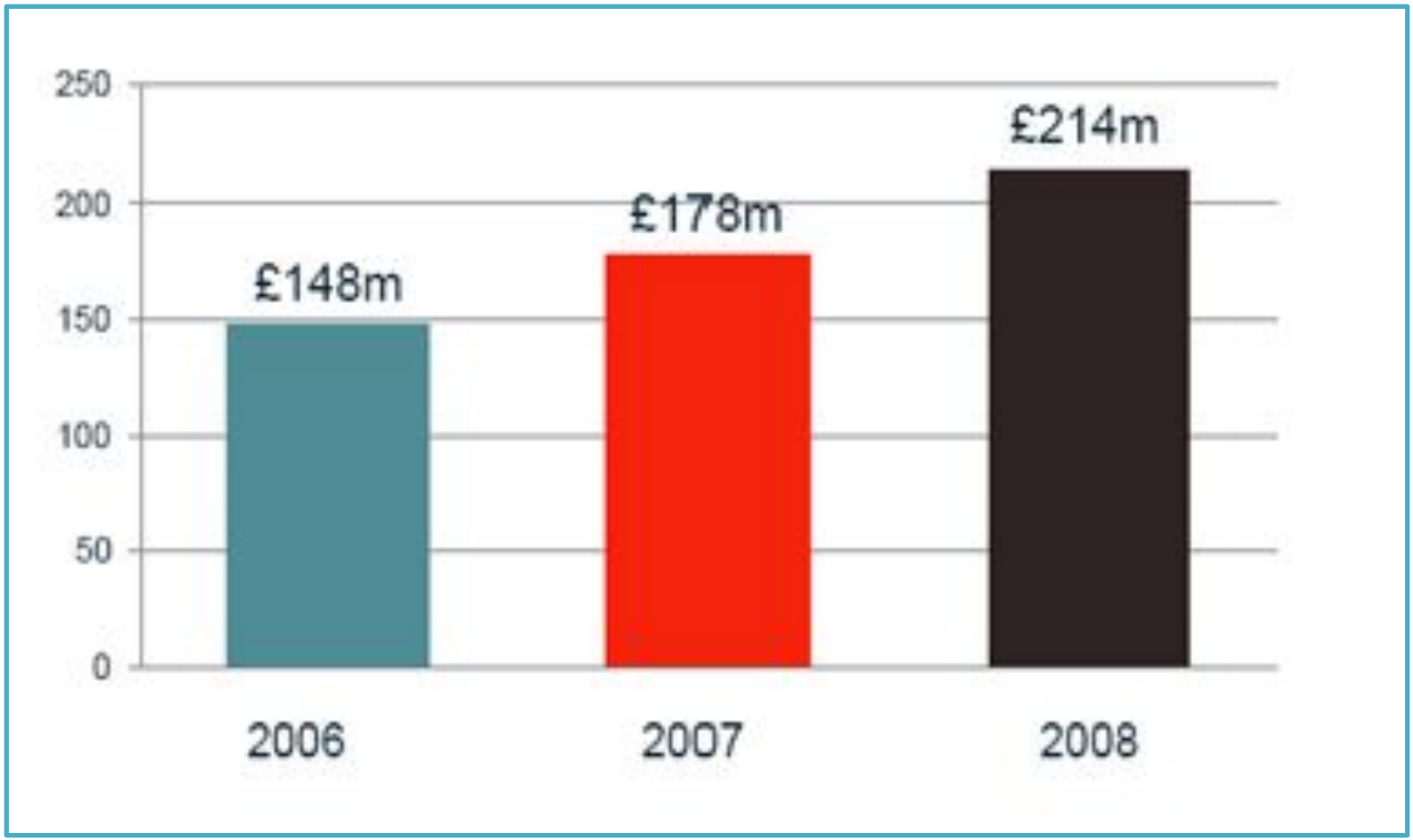
ITM-promo

представляет….

Кутушева Элина

Влияние usability сайта на его конверсию

Размер рынка Usability услуг



Условия кризиса???

Usability услуги

Причины роста

- Производители не могут позволить себе дорогостоящих ошибок, поэтому стараются устранять их еще на стадии разработки.
- Учитывая общее снижение продаж, бизнес старается всеми силами удержать онлайн покупателей
- Большинство компаний постараются сконцентрироваться на достижении высокого ROI рост инвестиций в онлайн маркетинг в целом и в юзабилити

Факторы увеличения внимания к юзабилити в IT

- Все более широко распространяется понимание того, что интересы пользователя должны стоять на первом месте.
- Все больше внимания уделяют увеличению ROI от юзабилити, особенно в условиях кризиса.

Ограничения, влияющие на usability

- Сроки
- Бюджеты
- Внутренние процессы/системные ограничения

Клиентские стратегии могут понижать юзабилити

- Не всегда offline решения покупательского опыта можно перенести в цифровой мир.
- Сроки могут быть затянутыми, что также может мешать улучшению usability.
- Факторы usability постоянно меняются, и компании и агентства должны быть способными оперативно адаптироваться.

Клиентские стратегии могут понижать usability

- Продукты и сервисы, которые меняются в offline, могут оказывать негативное воздействие на UX, если соответствующие изменения не были внесены в их online версию.
- Сайты с особыми требованиями по безопасности пользовательских данных не могут оперативно вносить изменение
- Требуется большее понимание важности offline как дополнения online стратегии.

Конверсия

- Привлечь трафик просто, гораздо сложнее получить хороший уровень конверсии
- Повышая конверсию сайта, можно получить больше прибыли при том же количестве трафика

Целевая страница

- **заполнить форму**

(люди не любят заполнять формы)

- **предоставить персональные данные**

(люди боятся спама)

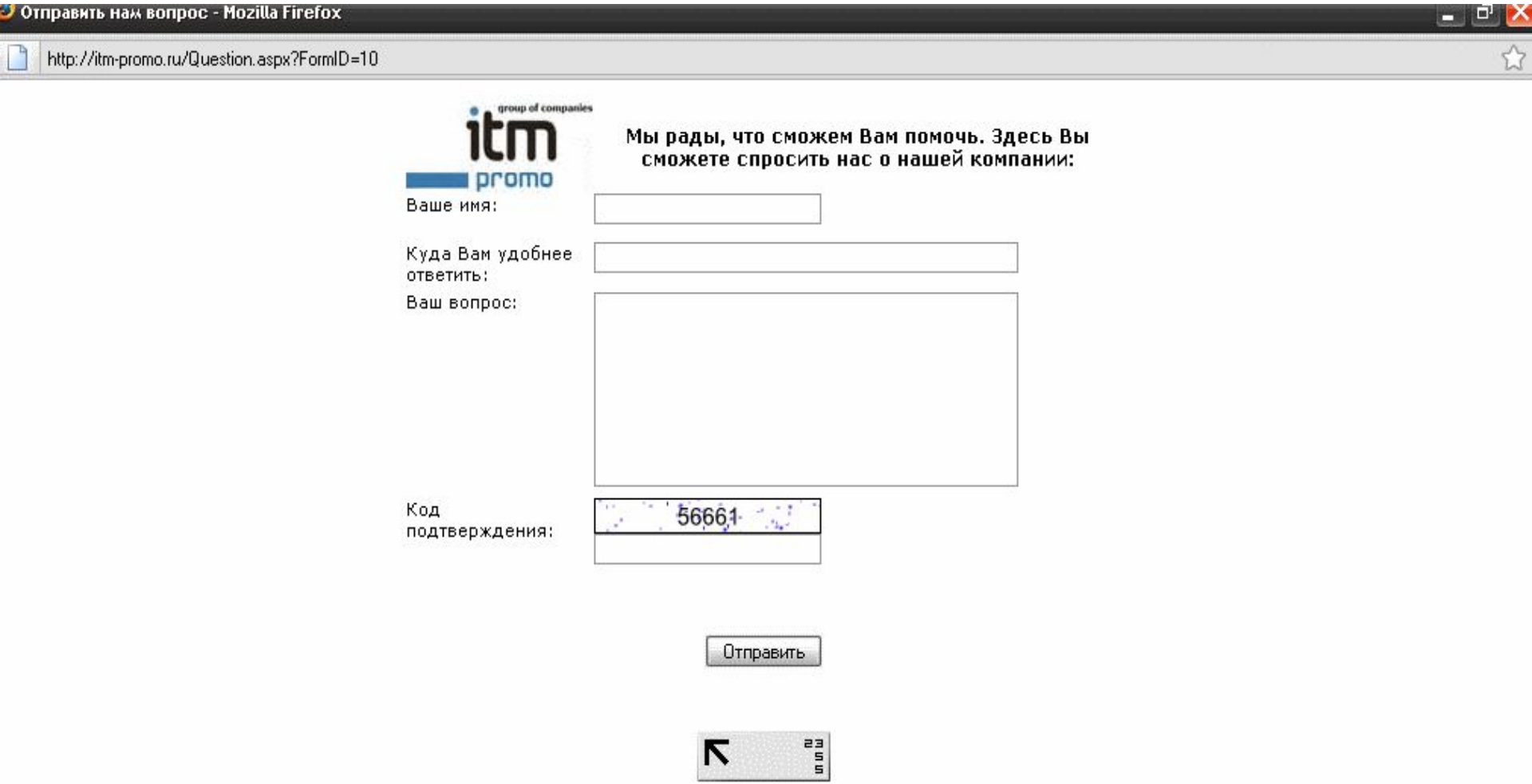
- **купить, что-то**

(люди боятся мошенничества)

- **прочесть много информации**

(люди не любят читать)

Форма заявки



Страница тарифа

Тариф «Комплексный интернет маркетинг» (комплексное интернет продвижение сайта).

Удаленный специалист-маркетолог Вашей компании.

Тарифный план **«Комплексный интернет маркетинг»** подходит для тех компаний, которым требуется постоянный специалист для работы с корпоративным Интернет-сайтом. Постоянное внимание к развитию ресурса и профессиональный комплексный подход к интернет продвижению сайта позволяют усиливать его эффективность сайта как инструмента увеличения прибыли компании и правильного позиционирования на рынке в долгосрочной перспективе.

Высококвалифицированный сотрудник, при участии узких специалистов по продвижению, поможет решить Ваши задачи по построению и реализации комплексной маркетинговой стратегии в сети Интернет.

Задачи, решаемые в рамках тарифа:

- Консультация по вопросам комплексного Интернет-маркетинга.
- Проведение анализа рынка.
- Проработка и согласование плана работ по комплексному Интернет-маркетингу.
- Реализация мероприятий по продвижению (Портфолио).
- Оценка эффективности работы.
- Ежемесячный отчет по всем проведенным мероприятиям в рамках комплексного продвижения сайта.

Ежемесячно оплачивается фиксированная сумма, в зависимости от выбранного количества времени работы специалиста над проектом.

20 чел.ч/мес. – 12 000 руб. (1-1,5 часа в день)
50 чел.ч/мес. – 20 000 руб. (2-2,5 часа в день)
80 чел.ч/мес. – 30 000 руб. (4-5 часов в день)
160 чел.ч/мес. – 55 000 руб. (ставка – 8 часов в день).

Минимальный срок подписания договора – **4 месяца.**

Основная задача тарифного плана «Комплексный интернет маркетинг» - комплексный подход к решению маркетинговых задач компании в сети Интернет (в отличие от узконаправленных методов продвижения – например, поисковое). Он включает разработку и реализацию комплексных мероприятий по продвижению Интернет-сайта компании, как эффективного инструмента для привлечения Ваших потенциальных Клиентов и Партнеров.

Проконсультироваться по тарифу.

Думайте о пользователях

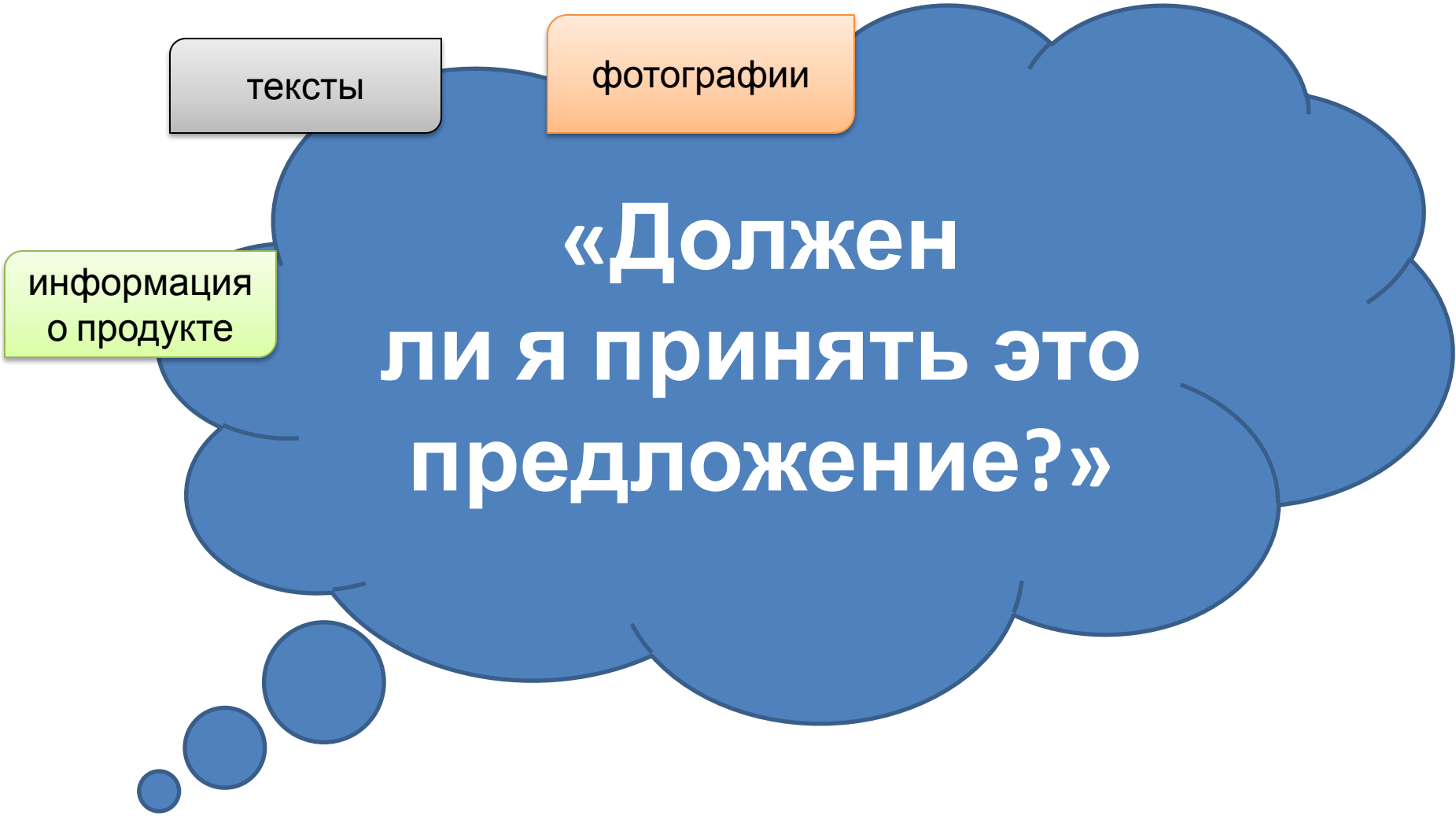
Это именно то место?

Заслуживает ли это доверия?

Должен ли я использовать кнопку «Назад?»

Как много времени это потребует?

И самый главный вопрос



Элементы, влияющие на конверсию

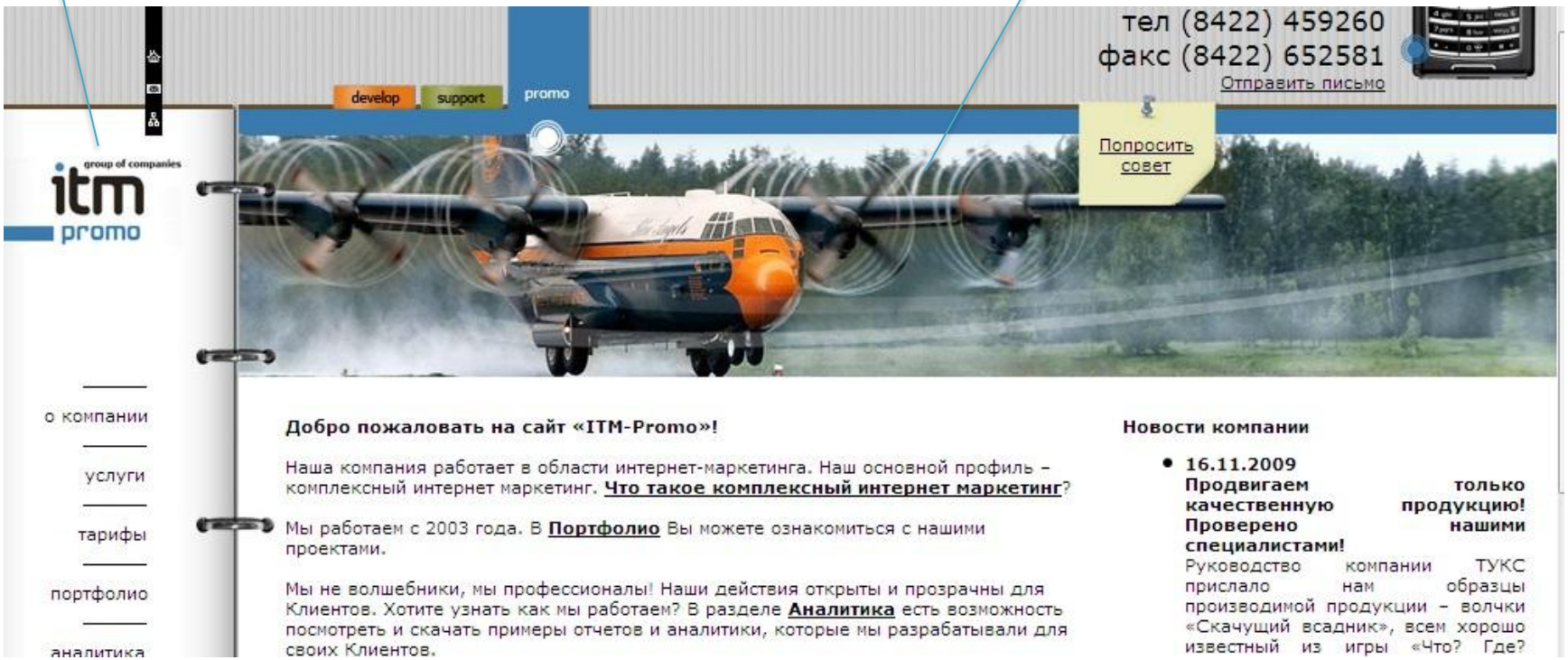
1. Элементы ВНИМАНИЯ
2. Элементы побуждающие к ДЕЙСТВИЮ
3. Элементы (механизмы), которые поддерживают ПОСТОЯННЫЙ КОНТАКТ с посетителями сайта, чтоб они возвращались снова и снова.

1.Элементы ВНИМАНИЯ

- **привлечь** внимание к тексту, ссылке, разделу, товару…
- **удержать** внимание на вашем послании посетителю
- **заинтересовать посланием** и удержать на странице
- **ВОВЛЕЧЬ** в чтение Вашего предложения или разглядывание картинок товаров

Логотип

Рисунок



2. Побуждения к действию

- **Побуждение к действию — это Ваш двигатель конверсии!!!**
- далее>> слабый призыв к действию
  читать далее>> это уже лучше, человек понимает чего от него хотят
  читайте пост полностью>> человек понимает, что ему делать и, что он увидит после нажатия на ссылку

Слабый призыв

побуждающий призыв

тел (8422) 459260
факс (8422) 652581

Отправить письмо

Попросить совет

Добро пожаловать на сайт «ITM-Promo»!

Наша компания работает в области интернет-маркетинга. Наш основной профиль – комплексный интернет маркетинг. **Что такое комплексный интернет маркетинг**?

Мы работаем с 2003 года. В **Портфолио** Вы можете ознакомиться с нашими проектами.

Мы не волшебники, мы профессионалы! Наши действия открыты и прозрачны для Клиентов. Хотите узнать как мы работаем? В разделе **Аналитика** есть возможность посмотреть и скачать примеры отчетов и аналитики, которые мы разрабатывали для своих Клиентов.

Мы не стоим на месте и постоянно учимся!

- Открытые семинары и тренинги, как для сотрудников, так и для всех желающих, позволяют обмениваться опытом, делиться впечатлениями, вместе разрабатывать интересные решения. Самые интересные материалы публикуются в нашем корпоративном **Блоге экспериментов в интернет маркетинге**.
- Аттестация персонала. Регулярно сотрудники ИТМ-Промо проходят аттестацию, чтобы доказать свою компетентность в области интернет маркетинга

Запросить предложение.

Новости компании

- **16.11.2009**
  Продвигаем только качественную продукцию! Проверено нашими специалистами!
  Руководство компании ТУКС прислало нам образцы производимой продукции – волчки «Скачущий всадник», всем хорошо известный из игры «Что? Где? Когда?», и «Салют», также знакомый с детства
  Подробнее >>

- **15.10.2009**
  Аттестация специалистов по маркетингу
  15 октября в подразделении ИТМ-промо Группы компаний ИТМ успешно прошла очередная аттестация специалистов по маркетингу.
  Подробнее >>

Архив новостей

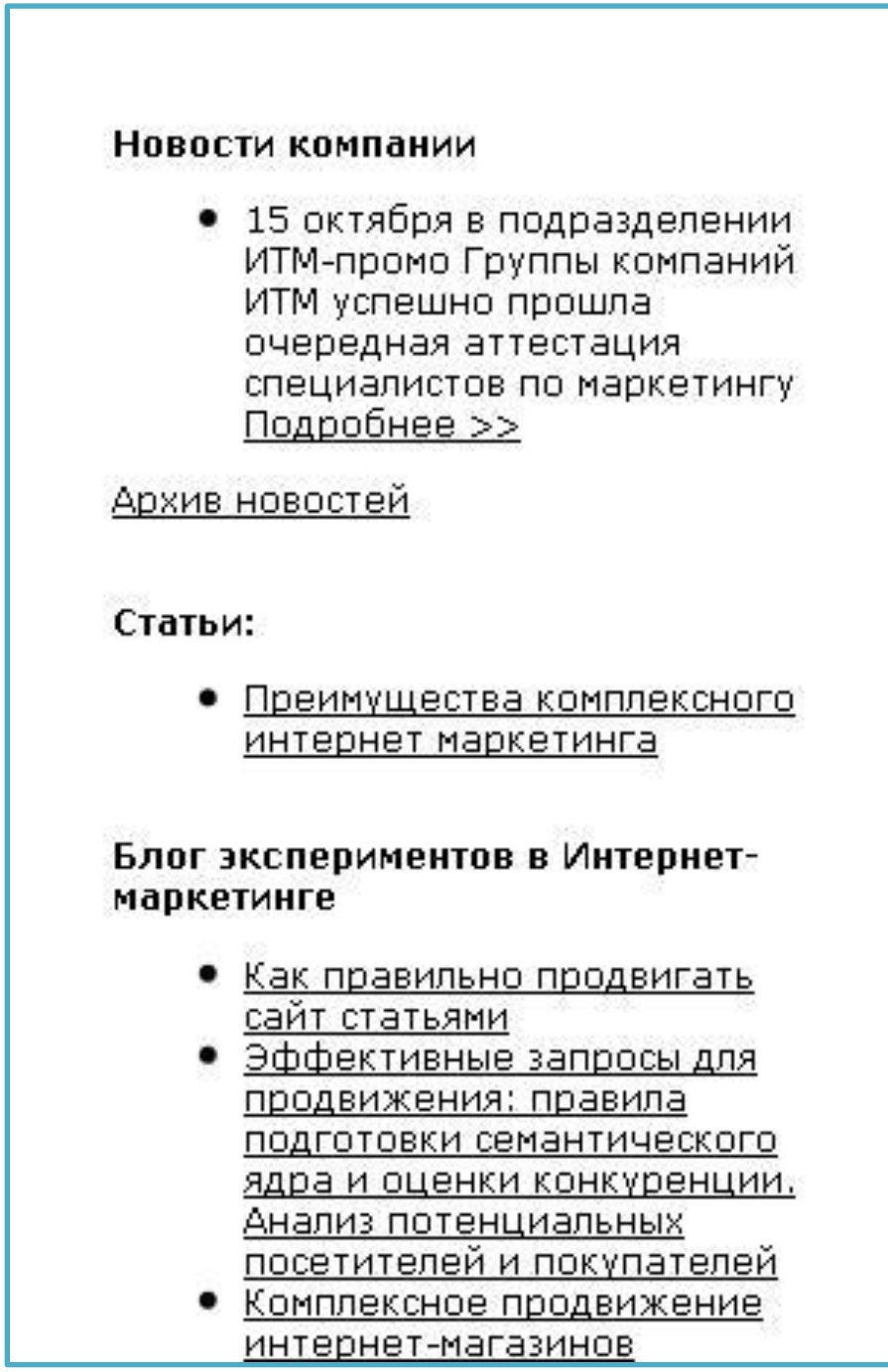
Слабый призыв

Слабый призыв

3.Поддержание контакта

- e - mail рассылки
- форма обратной связи
- контактный телефон
- живой "Чат" со службой поддержки
- RSS рассылки
- Советы и обучающие материалы, которые отправляются с помощью автореспондеров
- Книги, аудио и видео для скачивания с ссылками на сайт или на полезные ресурсы

Обновляемые разделы



Новости компании

- 15 октября в подразделении ИТМ-промо Группы компаний ИТМ успешно прошла очередная аттестация специалистов по маркетингу Подробнее >>

Архив новостей

Статьи:

- Преимущества комплексного интернет маркетинга

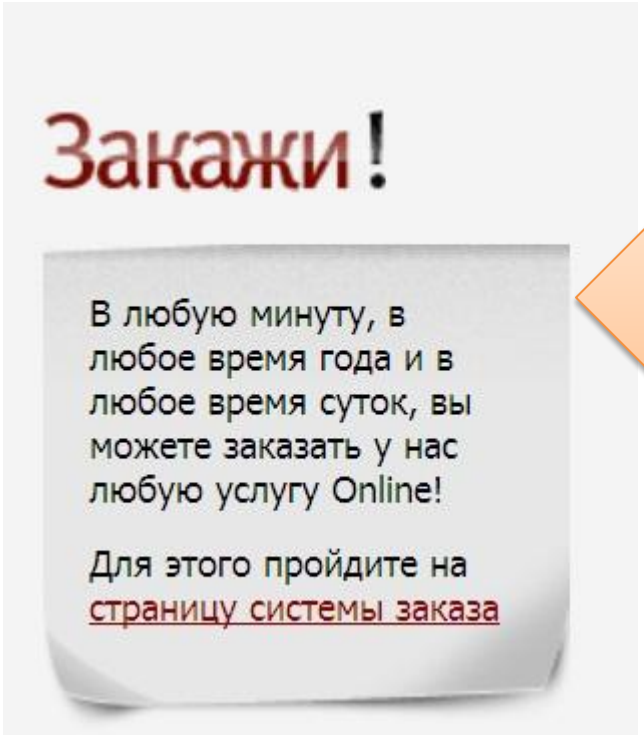
Блог экспериментов в Интернет-маркетинге

- Как правильно продвигать сайт статьями
- Эффективные запросы для продвижения: правила подготовки семантического ядра и оценки конкуренции. Анализ потенциальных посетителей и покупателей
- Комплексное продвижение интернет-магазинов

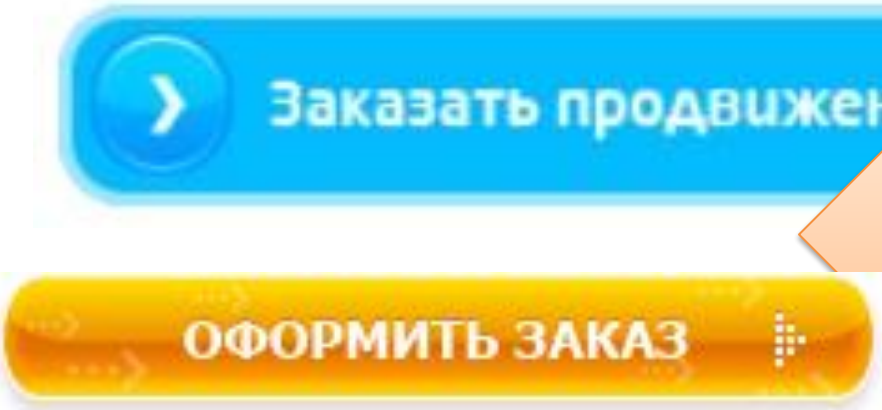
Советы по улучшению целевой страницы

- **Определите, что для вас будет конверсией**

  Заполнение формы заявки
- **Исключите лишние элементы**
- **Сходство оформления**
- **Важные элементы должны быть выше «сгиба»**
- **Упростите начало сделки**
- **Направляйте взгляд пользователя**
- **Оптимизируйте формы**

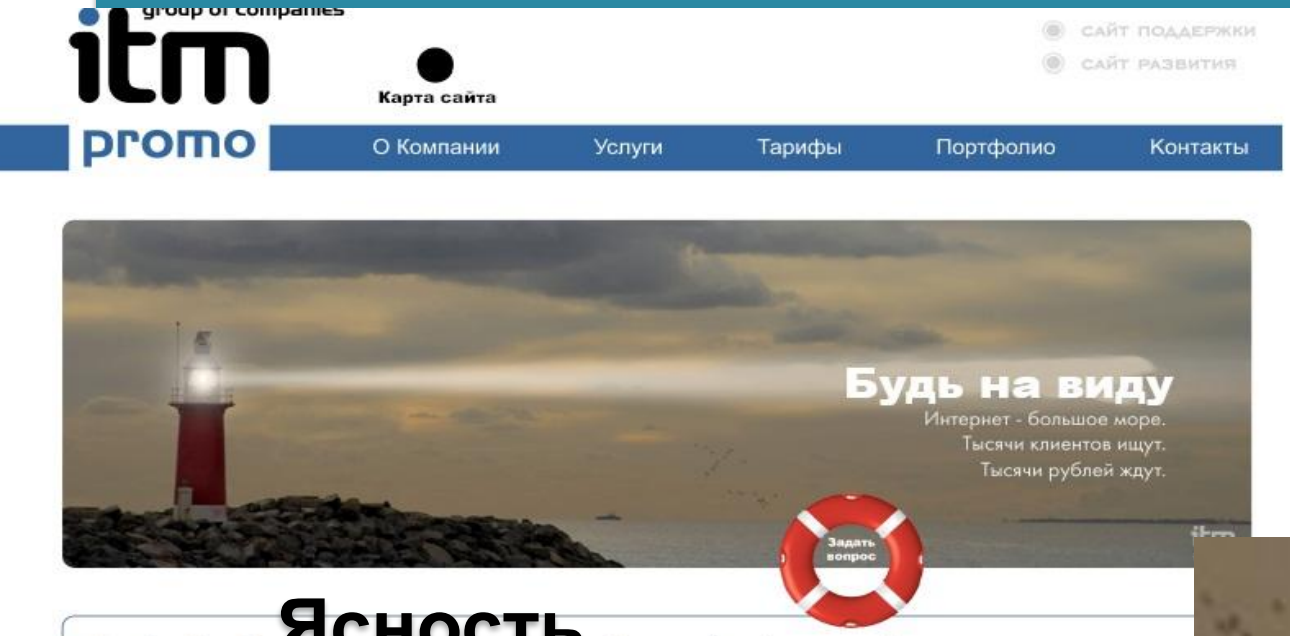


Побуждение к действию



Выделение цветом

Вариант кнопки



Ясность, краткость
Выделение цветом
Привлечение взгляда

Форма обратной связи – это момент истины на любом web-ресурсе.

- вам удалось сформировать доверие к своему ресурсу
- вам удалось вызвать у человека эмоции и желание с Вами пообщаться
- вам удалось наладить контакт и получить столь желаемую обратную связь
- вам удалось заинтересовать человека своими товарами и услугами

Рекомендации по совершенствованию формы обратной связи

- **В дизайне формы - как можно меньше шумовых помех в виде линий таблицы вокруг каждого поля**
- **Не плодите поля**
- **Если поля обязательные к заполнению – пометьте их**
- **На каждом шаге сообщайте человеку где именно он находится**

Рекомендации по совершенствованию формы обратной связи

- **На кнопке отправки :** «отправить комментарий», «пересчитать заказ», «очистить корзину»…
- **После отправки данных через форму:**
  - Обратная связь (что **было сделано):** заявка принята, ожидает модерации…
  - **какие действия от Вас ожидать** в ответ на форму в ближайшее время
  - **в какие сроки будет** сделана обработка заполненной формы
  - предложите человеку, **что делать ему дальше на Вашем сайте:** добавить еще один комментарий, отправить новость другу, вернуться к покупкам, почитать статьи по теме…

Форма заявки

- Контактное лицо*
- URL сайта*
- Телефон*
- e-mail*
- цель обращения (консультация, расчет продвижения, какое продвижение интересует)*
- пожелания (запросы, например)
- планируемый бюджет

Usability конверсия

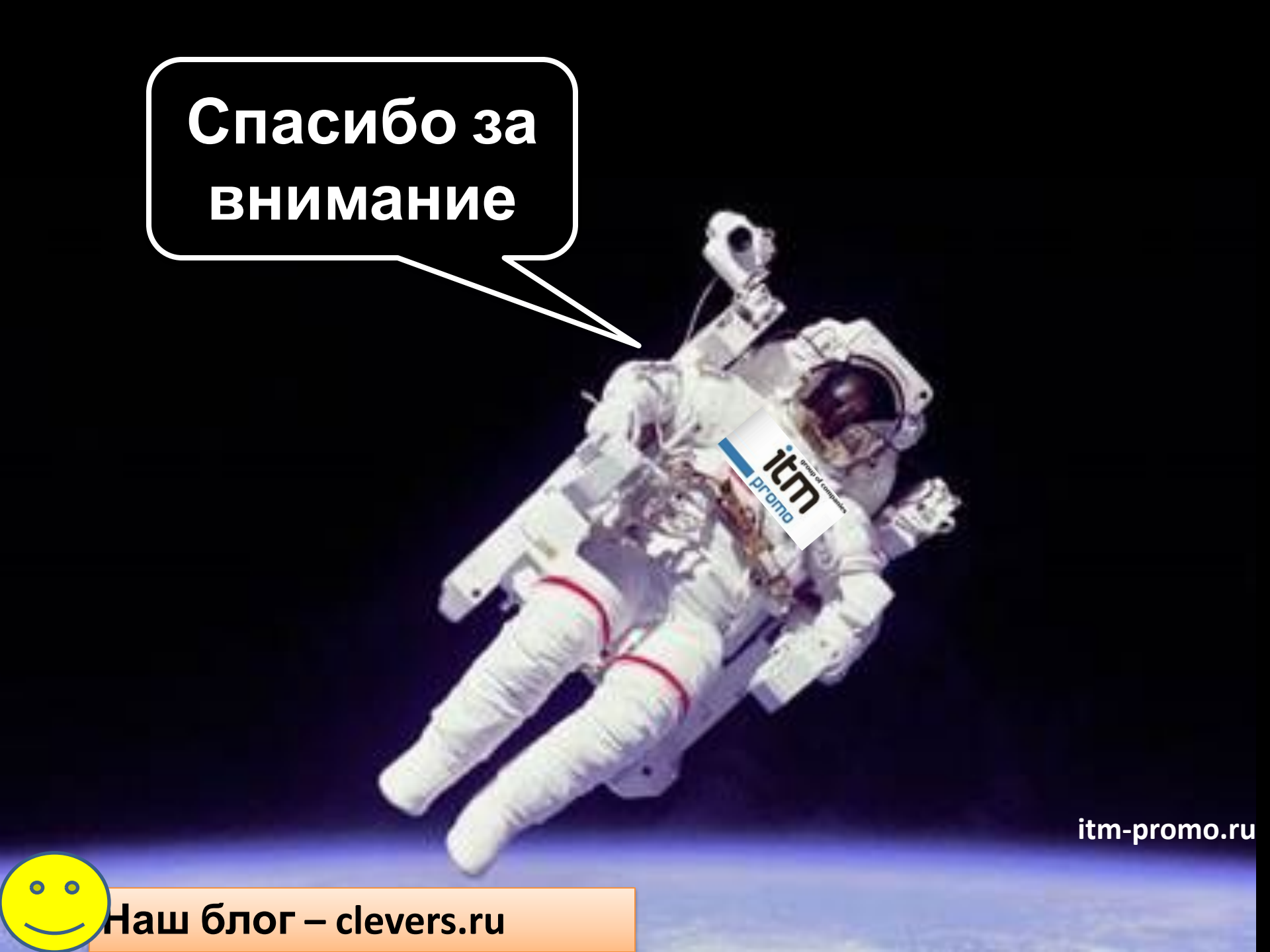
- Улучшение страницы, на которую попадают пользователи, заинтересовавшиеся рекламными материалами, наиболее эффективный способ повысить продажи. Увеличение уровня конверсии всего на 1% при текущем уровне 2% увеличивает продажи на 50%.

Внутреннее тестирование

- Дешевле, чем внешнее.
- Повышает понимание к юзабилити в компании.
- Данные гораздо проще собирать, но могут возникать трудности с точностью оценки и понимания результатов.
- Ограничения, такие как время, отсутствие необходимых технологий и навыков могут сделать тестирование неполным.

Внешнее тестирование

- Внешние подрядчики обычно беспристрастны при оценке и представлении результатов тестирования.
- Обычно, у них гораздо больше опыта и знаний, чем у внутренних отделов юзабилити-тестирования.
- Обычно, у них лучшие технологии, ресурсы, и оборудование.
- Они не связаны внутренними ограничениями, а потому тестирование проходит быстро и аккуратно.


Спасибо за внимание
itm promo
group of companies
itm-promo.ru
Наш блог – clevers.ru