

# **BIZNES W SIECI**

**#20**

***Materiał dodatkowy dla  
subskrybentów bloga  
[blog.mogilewski.pl](http://blog.mogilewski.pl)***



*Grzegorz Mogilewski*

Grzegorz Mogilewski  
<http://blog.mogilewski.pl>

# CZYM JEST LANDINGPAGE?

Marcin Kordowski

[www.k2search.pl](http://www.k2search.pl)

Landing Page nazywany stroną docelową kampanii internetowych. Może to być wybrana podstrona w serwisie dobrze dopasowana do kampanii, bądź stworzona dedykowana strona tylko dla tej jednej kampanii. Celem kierowania ruchu na Landing Page jest przekierowanie użytkownika na stronę dopasowaną do jego potrzeb i dającej najwyższy współczynnik konwersji.



Strona główna



Landing Page

Landing page koncentrują się na jednym temacie. Są zorientowane na wywołanie konkretnej akcji, więc zawierają tylko niezbędną treść. Również ścieżki konwersji są często uproszczone. Dzięki swojej prostej budowie, łatwo jest modyfikować Landing Page w zależności od kanału komunikacji czy kampanii. Pozwala to także szybko optymalizować stronę.



Grzegorz Mogilewski  
[blog.mogilewski.pl](http://blog.mogilewski.pl)



Marcin Kordowski  
[www.k2search.pl](http://www.k2search.pl)

Landing Page może mieć kilka zastosowań. Najpopularniejsze to:

**Informacyjne** - Celem jest przekonanie użytkownika do zapoznania się z treścią i zapamiętanie głównego przekazu.



**Sprzedazowe** – Celem jest wywołanie akcji. Założenie konta, kupno produktu, ściągnięcie wersji testowej itp.



Grzegorz Mogilewski  
blog.mogilewski.pl



Marcin Kordowski  
www.k2search.pl

**Zbierające leady krótkie** – Celem jest pozostawienie podstawowych danych do kontaktów.



**I długie** – Tu celem jest również pozostawienie danych do kontaktu. Długie formularze cechują się niższym współczynnikiem uzupełnienia niż krótkie, jednak wyższym współczynnikiem konwersji



Grzegorz Mogilewski  
blog.mogilewski.pl



Marcin Kordowski  
www.k2search.pl

Przy prawidłowo prowadzonej kampanii Landing Page otrzymuje sprofilowany pod swoją treść ruch. Pozwala to osiągać wysoki współczynnik konwersji, należy jednak pamiętać o kilku ważnych zasadach które zapewnią jego skuteczność:

**Nagłówki** – Powinny być spójne z kampanią i upewniać użytkownika że trafił w odpowiednie miejsce. Będą pierwszą rzeczą z jaką użytkownik będzie miał kontakt. Nie mogą być zbyt skomplikowane ani zniechęcające. Mają zachęcać do dalszego zapoznania się ze stroną. Śródnałówki powinny dzielić treść na wygodne do przeglądania segmenty.

**Grafika** – Jest bardzo ważna. Musi być atrakcyjna, ale nie możemy przesadzić utrudniając nawigację na stronie czy jej szybkie ładowanie. Należy jest utrzymać spójność z główną stroną i wizerunkiem marki. Grafika może pełnić wiele funkcji. Podkreślać unikalne cechy produktu/ usługi, pokazywać jak używać produktu czy rozwiewać obiekcje. Często niedoceniana część Landing Page, podczas gdy zmiana zdjęcia może zmienić współczynnik konwersji o kilkadziesiąt czy nawet kilkaset procent!

**Call to Action** – Element zachęcający do konwersji. Przyciski „KUP”, „ZAPISZ SIĘ” i tym podobne powinny być duże, jasne i widoczne dla użytkownika. Mają bardzo silny wpływ na skuteczność strony i są jednym z najprostszych elementów do optymalizacji.

**Prosta budowa** – Landing Page powinny być jak najmniej skomplikowane. Tak by nic nie odwracało uwagi użytkownika i jego ścieżka do konwersji była jak najszybsza.

**Widoczność** – Najważniejsze elementy powinny być widoczne bez konieczności przewijania ekranu. Pamiętajmy też że nie każdy ma taką rozdzielczość jak my.

**Zaufanie** – Elementy budujące zaufanie takie jak certyfikaty, nagrody czy opinie. Często zwiększają współczynnik konwersji.

**Szczegóły** – Użytkownik prawdopodobnie będzie miał z Landing Page krótki kontakt. Nie zniechęcajmy go błędami, czy niechlujnością.



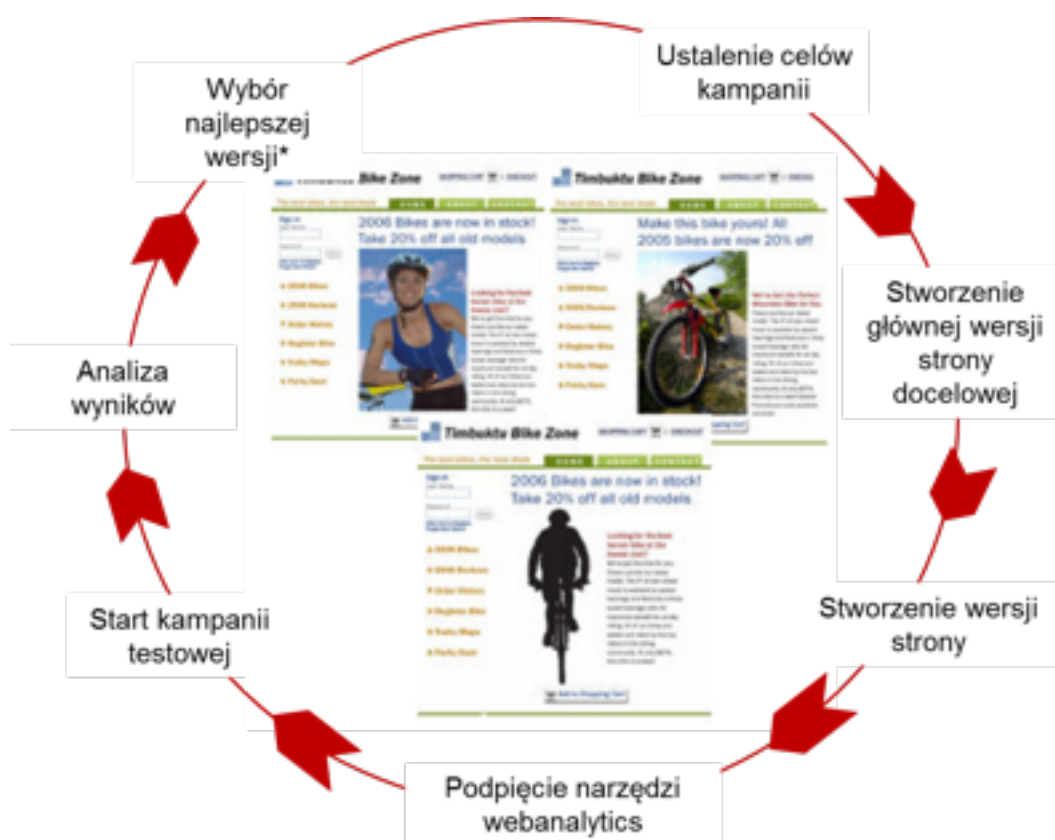
*Grzegorz Mogilewski*  
*blog.mogilewski.pl*



*Marcin Kordowski*  
*www.k2search.pl*

**Optymalizacja** – Landing Page idealny nie istnieje, ale możemy się do niego bardzo zbliżyć wkładając pracę w testy.

## ***Optymalizacja witryny: podejście procesowe:***



*Grzegorz Mogilewski  
blog.mogilewski.pl*



*Marcin Kordowski  
www.k2search.pl*