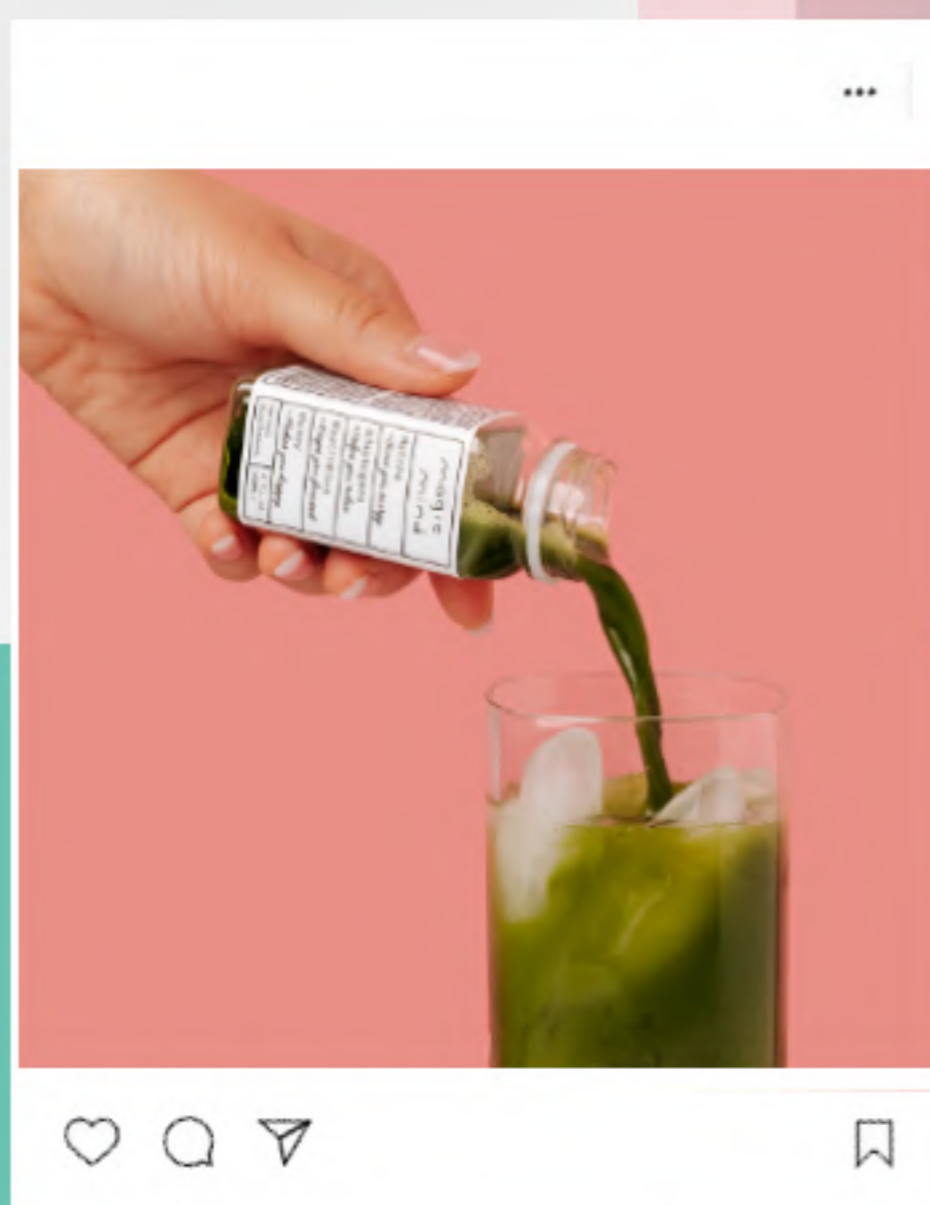
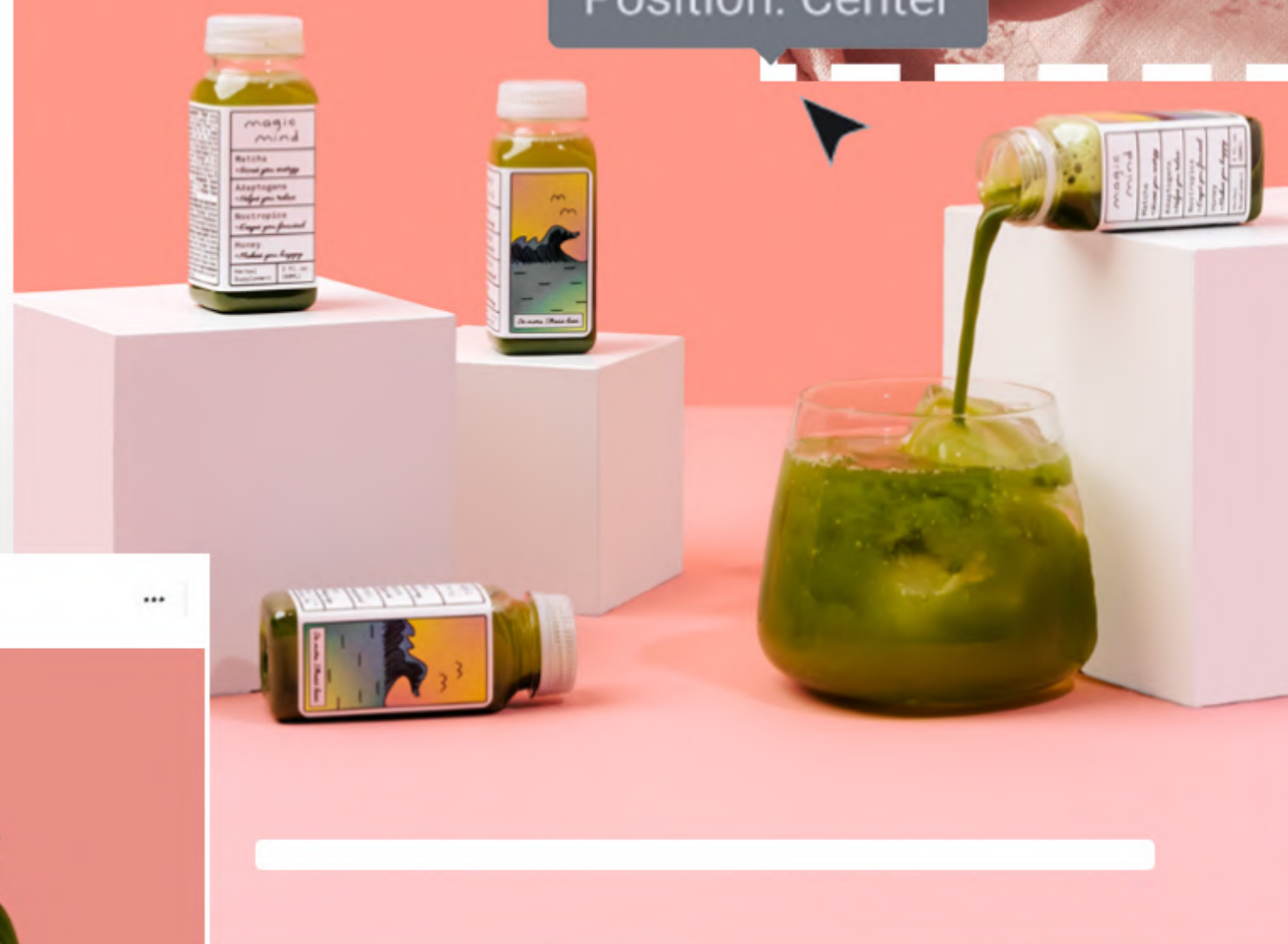


Stwórz konwertujący landing page!



Position: Center



Designed by

BOWWE

Jak stworzyć Landing page, który konwertuje?

Landing page (strona docelowa) to zazwyczaj jednostronicowa witryna zaprojektowana w celu osiągnięcia jednego celu konwersji. Ponieważ skupia się tylko na jednym celu, jego treść również dotyczy tylko niego. Dlatego jest mniej rozbudowany niż zwykła strona internetowa. Ale dlaczego tworzone są Landing Page, skoro strony internetowe są również nastawione na konwersję?

Landing page różni się od stron internetowych tym, że ma realizować jeden cel konwersji, podczas gdy zwykłe strony mogą mieć ich nawet kilkanaście! Jeśli chcesz podnieść konkretne wyniki konwersji, najlepiej użyć do tego celu Landing page. Czemu? Ponieważ nie rozprasza odbiorców (ze względu na ograniczoną zawartość), przez co ma większą szansę na przekonanie ich do istotnej akcji.

Z tego materiału dowiesz się, jak stworzyć Landing page, który osiągnie cel i wysokie wyniki konwersji. Zebrane tutaj informacje zostały przygotowane na podstawie wielu analiz Landing pages z różnych branż oraz wieloletniego doświadczenia w tworzeniu Landing pages dla klientów BOWWE.

Jeśli w tym materiale brakuje ważnych dla Ciebie informacji lub chcesz dowiedzieć się więcej o tworzeniu Landing page i rozwijaniu firmy, zajrzyj na **Blog BOWWE** (<https://bowwe.com/pl/blog>) lub skontaktuj się z nami (<https://bowwe.com/pl/kontakt>)!

Sprawdź czy Twój Landing page...

Koncentruje się na jednym celu

Uwzględnienie wielu ofert może zmniejszyć konwersji Landing page nawet o 266%.*

Strona docelowa różni się od zwykłych witryn tym, że koncentruje się na jednym celu konwersji. W efekcie daje o wiele lepsze efekty, ponieważ nie odwraca uwagi odbiorców pokazując im np. wiele ofert.

Jak stworzyć Landing page z jasnym celem?

1. Jasno określ ofertę

Landing page powinien przedstawiać ofertę związaną z jego przeznaczeniem. Jeśli na przykład chcesz zwiększyć sprzedaż jednego ze swoich produktów, nie pokazuj na stronie docelowej, że masz również inne oferty.

2. Sprawdź, czy jest łatwa w nawigacji

Jeśli użytkownicy mogą łatwo i szybko poruszać się po Twojej stronie docelowej, znajdując to, czego potrzebują, to jest ona tworzona z myślą o jednym celu.

3. Uwzględnij bezpośrednio wezwanie do działania (CTA)

Jeśli Twój Landing page ma jasno określony cel, przyciski CTA tylko go podkreślają. Jeśli np. Twój Landing page ma gromadzić odbiorców na webinar, to treść przycisku CTA będzie wyglądała mniej więcej tak – „Zapisz się na webinar”.

*Źródło: BLULEADZ

Jest konkretnie ukierunkowany

Uwzględnienie obaw kupujących w Landing page może zwiększyć współczynniki konwersji o 80%.*

Strach jest potężnym czynnikiem motywującym, a gdy potencjalni kupujący widzą, że rozumiesz ich obawy i poruszasz je na swoich stronach docelowych, jest bardziej prawdopodobne, że dokonają konwersji.

Jak stworzyć Landing page dla konkretnych odbiorców?

1. Określ kim są Twoi odbiorcy

Odbiorcy muszą od razu wiedzieć, dla kogo przeznaczony jest Landing page. Można to nawet wyrazić wprost „Kurs szybkiej jogi – dla zabieganych mam”. Jeśli odbiorcy utożsamiają się z komunikacją Landing page, zostaną na nim dłużej.

2. Dostosuj wszystkie treści do odbiorców

Jeśli Twój Landing page ma na celu sprzedaż np. fotelików dziecięcych do samochodu, będzie oczywiste, że będzie on adresowany do rodziców z małymi dziećmi. Dlatego warto pokazać to w swoich treściach zamieszczając zdjęcia rodziców z dziećmi i podobne treści nawiązujące do odbiorców.

3. Odwołaj się do doświadczeń i problemów odbiorców

Podkreśl, jaki problem rozwiązuje Twój produkt lub usługa. Odbiorca musi mieć pewność, że to, co jest promowane na Landing page, jest skierowane do niego i spełnia jego potrzeby.

*Źródło: <https://grippd.io/b2b-inbound-marketing/10-lessons-from-inbound-2019/>

Zawiera angażujące treści

9 na 10 osób czytających Twój nagłówek również przeczyta CTA.*

Świetny tekst na stronie docelowej zwykle oznacza, że tekst jest dobrze napisany, zwięzły i łatwy do odczytania. Zazwyczaj oznacza to również, że tekst jest dostosowany do konkretnych odbiorców odwiedzających stronę.

Jak zrobić świetne treści na Landing page?

1. Zachowaj umiar

Ludzie nie lubią i nie mają czasu na długie teksty. Treści do nich kierowane muszą być krótkie, chwytliwe i przekonujące.

2. Uczyń je przekonującymi

Pamiętaj, że masz tylko kilka sekund, aby zwrócić uwagę odbiorcy i sprawić, by chętnie zapoznał się z całym Landing Page. Dlatego treści nie mogą być bezosobowe ani nijakie. Mogą być one też bardziej kreatywne, o ile przekonuje to odbiorców.

3. Uwzględnij bezpośrednio wezwanie do działania (CTA)

Wezwanie do działania to obowiązkowy element każdej strony docelowej. Nie powinno się go ograniczać tylko do przycisków CTA, ale także dodawać je do pozostałych treści na stronie.

*Źródło: MarketingSherpa

Jest atrakcyjny wizualnie

Widzowie są o 80% bardziej skłonni do czytania treści z kolorowymi grafikami.*

W kontekście strony docelowej atrakcyjność wizualna ogólnie oznacza, że strona jest przyjemna dla oczu, wykorzystuje atrakcyjne elementy wizualne do przyciągnięcia uwagi widza i jest łatwa w nawigacji.

Jak zrobić atrakcyjnie wizualnie Landing page?

1. Używaj obrazów wysokiej jakości

Publikuj tylko obrazy dobrej jakości, które wyraźnie nawiązują się do treści Twojej strony docelowej. Pamiętaj, aby przekonwertować i skompresować każdy obraz, aby strona nie była przeciążona.

2. Dołącz różne multimedia

Odbiorcy chętniej zwracają uwagę na interesujące treści (takie jak grafiki, filmy i podcasty). Urozmaicenie Landing page'a zwiększy szanse odbiorców na dłuższe pozostanie na stronie i dokonanie kluczowej konwersji.

3. Zachowaj równowagę

Umieszczanie różnych treści na Landing page jest niezbędne, ale się zapomnieć i uwzględnić ich zbyt dużo, co odciągnie odbiorcę od celu Landing page. Dlatego upewnij się, że publikujesz tylko wartościowe treści, które mogą pomóc w zwiększeniu konwersji.

*Źródło: Xerox

Jest responsywny

86% najlepszych stron docelowych jest przyjaznych dla urządzeń mobilnych. *

W kontekście Landing page responsywność oznacza, że strona jest w stanie dostosować się do rozmiaru ekranu urządzenia, na którym jest wyświetlana. Oznacza to, że tekst ma odpowiedni rozmiar, obrazy są wyświetlane poprawnie, a strona jest łatwy w nawigacji.

Jak sprawić, by Landing page był responsywny?

1. Używaj dużych, łatwych do odczytania czcionek

Przeważnie, każda strona powinna zawierać nie więcej niż trzy rodzaje czcionek, które są łatwe do odczytania i pasują do tematu oraz wyglądu Landing page.

2. Ogranicz do minimum obrazy i inne multimedia

Media przyciągają uwagę odbiorców, ale mogą też odciągać ich od prawdziwego celu strony docelowej. W wielu przypadkach nieodpowiednio zoptymalizowane spowalniają szybkość strony. Dlatego ogranicz multimedia do tych niezbędnych.

3. Sprawdź stronę na różnych urządzeniach i rozmiarach ekranu

Twoja strona docelowa musi dobrze działać i dobrze wyglądać na monitorach komputerów i innych urządzeniach mobilnych. Jeśli Twój Landing page nie zachowuje się, tak jak powinien na którymś urządzeniu, jego konwersja znacznie spadnie.

*Źródło: <https://niftymarketing.com/optimal-local-landing-page-infographic/>

Posiada dowód społeczny

Okolo 9 na 10 konsumentów ufa recenzjom i rekomendacjom*

Rzadko zdarza się, aby ludzie ślepo kupowali produkt lub korzystali z usług. Większość osób przed podjęciem decyzji zakupowej poszukuje opinii i recenzji, które traktują jako dowód zaufania do danego produktu lub usługi.

Jak zaprezentować opinie na Landing page?

1. Publikuj tylko uczciwe i dokładne recenzje

Jedna prawdziwa i uczciwa opinia jest warta więcej niż kilka fałszywych i kupionych rekomendacji. Ponadto nie jest tak trudno zweryfikować ich prawdziwość, więc zamieszczaj tylko autentyczne opinie.

2. Upewnij się, że recenzje są odpowiednie do celu strony docelowej

Jeśli Landing page przekonuje ludzi do zakupu Twojego produktu, opinie powinny dotyczyć go, a nie np. samej firmy.

3. Zadbaj o ich formę

Pamiętaj, że opinie mogą występować w różnych formach. Niekoniecznie musi to być sam tekst. Możesz dodać wersję wideo rekomendacji dla odmiany. Jednak zawsze upewnij się, że format jest dostępny i zachęcający.

*Źródło: Search Engine Land

Jest zoptymalizowany

Testowanie z odpowiednim nakierowaniem na odbiorcę może zwiększyć konwersję o 300% lub więcej.*

Testowanie Landing page polega na sprawdzeniu, które rozwiązania działają, a które nie i zoptymalizowaniu go adekwatnie do uzyskanych wyników.

Jak przetestować i zoptymalizować Landing page?

1. Przeprowadź testy A/B

Tworząc różne wersje Landing Pages, możesz lepiej zobaczyć, który z nich osiąga najlepsze wyniki i stworzyć ostateczną wersję Landing page.

2. Kontroluj wyniki

Sprawdzaj wyniki swojej strony docelowej przez cały czas. Przede wszystkim zwróć uwagę na wielkość konwersji, liczbę odwiedzin czy czas spędzony na stronie. W ten sposób szybciej zareagujesz na gorsze wyniki i dokonasz niezbędnych poprawek.

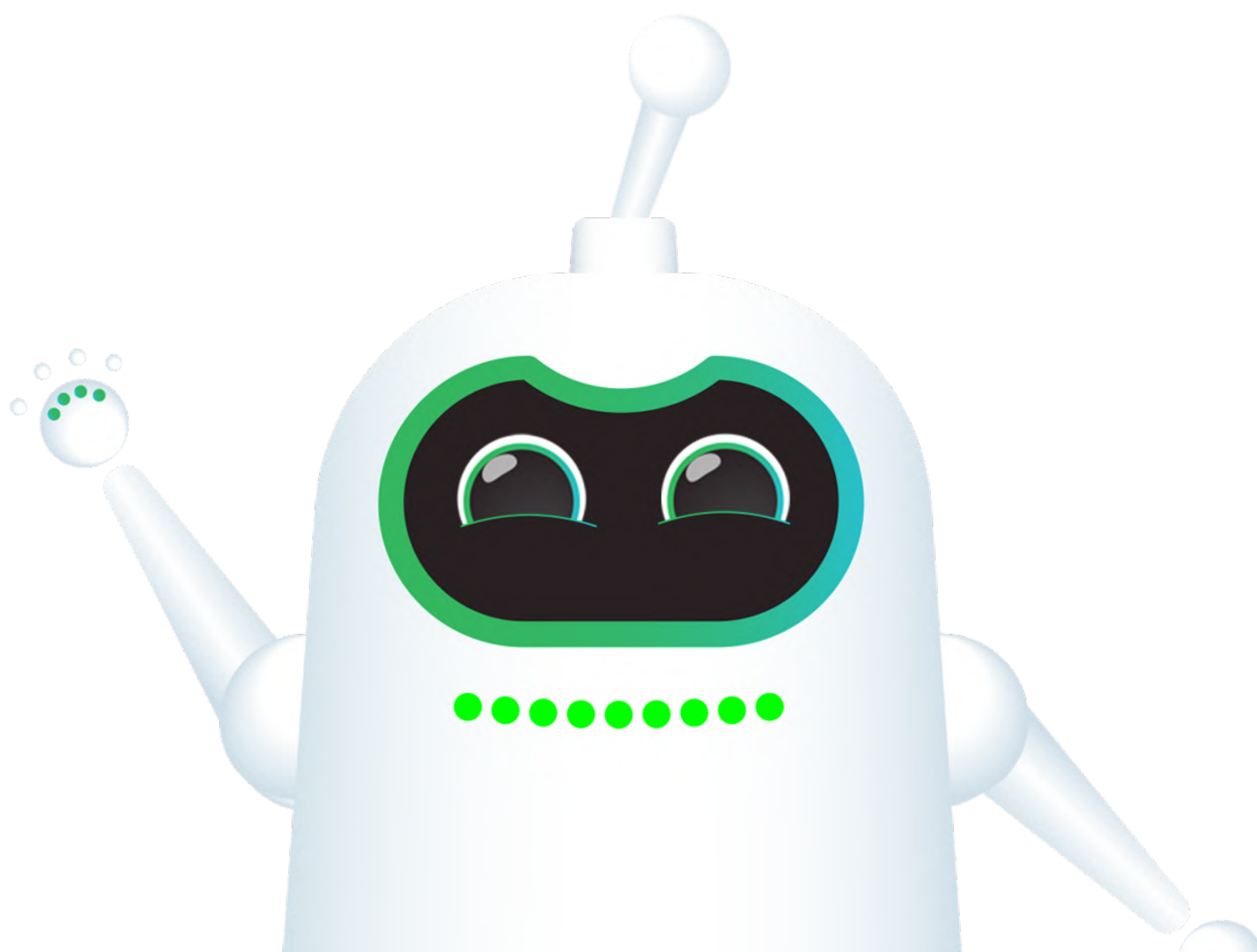
3. Wprowadzaj poprawki

Na przykład, jeśli Twój odbiorca nie spędza wiele czasu na Landing page, musisz zacząć szukać powodu. Może się okazać, że jest to spowodowane zbyt długim ładowaniem strony. Jeśli szybko zidentyfikujesz problem i wprowadzisz niezbędne poprawki, unikniesz znaczącego spadku konwersji, a nawet ją poprawisz.

*Źródło: <https://techjury.net/blog/landing-page-statistics/#gref> (STEELHOUSE)

Stwórz Landing page - podsumowanie

Powyższa lista kontrolna z poradami pomoże Ci stworzyć skuteczny Landing page, aby osiągnąć wysoką konwersję. Ten materiał jest również częścią obszerniejszego i bardziej szczegółowego artykułu na temat Landing page, który można znaleźć tutaj: <https://bowwe.com/pl/blog/czym-jest-landing-page-jak-go-stworzyc>. Sprawdź go i dowiedz się, jak stworzyć wysoce konwertujący Landing page, który przyniesie Ci świetne wyniki!



BOWWE

Autor: Karol Andruszków

Współautorzy: Jakub Kopacz, Karolina Krawczyńska

Grafika i ilustracje: Katarzyna Komsta, Mykhailov Maksym

© 2022 BOWWE

ISBN: 978-83-958707-3-6

**Masz pytania lub chciałbyś się
z nami podzielić swoją wiedzą?**

Prosimy o kontakt z zespołem BOWWE.com

poprzez pocztę

hello@bowwe.com

ISBN 978-83-958707-3-6



Autor:

Karol Andruszków
CEO BOWWE

Źródło:

[Konwertujący Landing Page - jak go stworzyć?](#)

Sprawdź również:

[Jak pisać chwytliwe tytuły? 17+ niezawodnych technik \[+ SZABLONY TYTUŁÓW\]](#)

[Power Words. Czym są i czemu powinieneś ich używać? \[Lista do pobrania!\]](#)

[Najlepsze \(i darmowe\) fonty na stronę internetową!](#)

[CZYTAJ WIĘCEJ!](#)

Czym jest BOWWE?

Kreator, z którym stworzysz imponującą stronę, konwertujący landing page, przykuwające portfolio... I wiele więcej - nie pisząc ani jednej linijki kodu!

Dzięki intuicyjnemu kreatorowi drag-and-drop, z BOWWE wcielisz w życie wszystkie swoje projekty. Teraz możesz edytować dowolny element Twojej strony z dokładnością co do piksela. Uwolnij swoją kreatywność i stwórz stronę na własnych warunkach. Bez ograniczeń.

BOWWE to wszystko, co niezbędne dla web designera, agencji marketingowej lub firmy, by stworzyć imponującą stronę i zdobywać coraz więcej klientów z sieci. Rozwijaj swój biznes dzięki zaawansowanemu SEO, potężnym aplikacjom biznesowym i olbrzymim wsparciu danych dostępnych w BOWWE!

Projektuj, wdrażaj, optymalizuj i osiągnij swoje cele z nielimitowanym kreatorem BOWWE!

Strona:

<https://bowwe.com/pl/>

Blog:

<https://bowwe.com/pl/blog>

Facebook:

<https://www.facebook.com/BowweBuilder/>

Instagram:

https://www.instagram.com/bowwe_websitebuilder/

Pierwszym krokiem do rozwoju w sieci jest Twoja strona.

Rozwijaj się, zyskaj klientów i prawdziwą niezależność w sieci! Twórz z BOWWE już teraz!

[ZAŁÓŻ KONTO](#)

BOWWE