

پاسخ ۵ سوال درباره تبلیغ نویسی صفحه محصول سایت

منبع: دیجیتال مارکتینگ سایتک

برای مطالعه مقالات بیشتر به وب سایت ما مراجعه کنید.

www.sitek.ir



متن صفحه محصول سایتان می تواند شما را ثروتمند کند. اگر با تبلیغ نویسی آشنا باشید می توانید صفحات بسیار بهتری در سایت درست کنید و فروش سایتان را افزایش دهید. این مقاله به شما کمک می کند دیدگاه درستی نسبت به صفحه محصول داشته باشید. بپردازیم به ۵ سوال کلیدی درباره تبلیغ نویسی صفحه محصول سایت و پاسخ های آنها.

۱. متن صفحه محصول طولانی باشد یا کوتاه؟

هر چه صفحه محصول طولانی تر باشد و متن و توضیحات بیشتری درباره محصول بدهد احتمال خرید بیشتر می شود. این کار باعث می شود شخص اعتماد بیشتری بکند، محصولمان از دید بازدیدکننده باارزش تر می شود و به طور کلی شخص حس بهتری نسبت به محصول پیدا می کند. اگر بخواهیم موبایلی بفروشیم و فقط در ۴ خط توضیحاتی راجع به آن داده باشیم کمتر کسی آن موبایل را خواهد خرید، مگر اینکه قبلا در مورد آن اطلاعات کاملی داشته باشد و انتخاب خود را انجام داده باشد، ولی اگر توضیحات طولانی تر راجع به آن بدهیم احتمال خرید بسیار بیشتر خواهد شد. در سایت منظور از یک صفحه، حدود ۸۰۰ کلمه است. ما نباید محصولی داشته باشیم که توضیح آن یک صفحه باشد. برای هر محصول بهتر است حداقل ۴ تا ۵ صفحه و حتی بیشتر مطلب بنویسیم.

۲. اگر متن طولانی باشد آیا خوانده خواهد شد؟

شاید جالب باشد بدانید اغلب افرادی که محصولی را خریداری می کنند کل متن آن صفحه را نخوانده اند. بنابراین لزومی ندارد بازدیدکننده کل متن ما را بخواند تا خرید کند. البته بسیار مهم است که چیدمان متن مناسب باشد تا بازدیدکننده از صفحه محصول خارج نشود و به بررسی آن ادامه بدهد.

با اینکه متن باید تا حد ممکن طولانی باشد، ولی به هیچ وجه نباید پیوسته باشد. یعنی کل صفحه محصول ما باید متشکل از بخش‌های بسیار کوچکی باشد که شاید حدود ۵ تا ۶ سطر است و خواندنش بسیار راحت است و زمان زیادی نمی‌طلبد.

بین دو پاراگراف بهتر است حداقل دو یا سه تا Enter بزنید تا فضای سفید کافی وجود داشته باشد و شخص در اطلاعات زیاد گم نشود. بازدیدکننده همیشه باید احساس کند حق انتخاب با خودش است و بین تمام توضیحاتی که داده‌اید به راحتی انتخاب کند که کدام قسمت را بخواند. همچنین بهتر است هر کدام از این پاراگراف‌ها یک عنوان مناسب و مرتبط داشته باشد که شخص با یک نگاه بتواند تشخیص دهد کدام بخش‌ها را بخواند و از کدام قسمت‌ها عبور کند.

۳. کدام قسمت‌های متن بیشتر خوانده می‌شود؟

اولین سطرهای صفحه محصول و انتهای صفحه مهم‌ترین بخش‌هایی هستند که همیشه بیشترین توجه را به خود جلب می‌کنند. از این قسمت‌ها بهتر استفاده کنید. به خصوص پایین‌ترین بخش صفحه محصول. چون در این قسمت بازدیدکننده تصمیم می‌گیرد که از صفحه خارج شود یا بررسی بیشتری انجام دهد. عنوان‌ها مهم‌ترین بخش‌هایی هستند که خوانده می‌شوند همچنین جاهایی که ما عمداً با رنگ یا فونت متفاوت برجسته کرده‌ایم.

نکات مهمی که می‌خواهیم حتماً دیده شود باید با رنگ متفاوت یا اندازه بسیار بزرگتر یا استفاده از گرافیک مناسب برجسته شود.

۴. نقش گرافیک در صفحه محصول و تبلیغ‌نویسی چیست؟

در کل هدف و نقش گرافیک در صفحه محصول و هر تبلیغی «کمک به انتقال پیام بازاریابی» است. بنابراین در تبلیغ‌نویسی همیشه توجه کنید که گرافیک باید کمک می‌کند تا محصول بهتر فروخته شود. اگر گرافیک خودش آن قدر جذاب باشد که کل توجه را به خود جلب کند کمکی به انتقال پیام بازاریابی نخواهد کرد. توصیه می‌شود در سایت‌های حرفه‌ای و کسب‌وکاری (به جز سایت‌هایی که برای کودکان طراحی شده است) بیش از حد از گرافیک استفاده نکنید و طراحی ساده و با حداقل اجزا باشد.

۵. صفحات محصول سایت چند بار خوانده می‌شود؟

مغز در مواجهه با یک متن طولانی ابتدا آن را اسکن می‌کند یعنی با یک نگاه اجمالی سعی می‌کند ارزش آن را تخمین بزند تا تصمیم گرفته شود که ارزش مطالعه بیشتر را دارد یا خیر.

در اولین اسکن، تصمیم می‌گیریم چه جاهایی از متن خوانده شود، سپس در دومین اسکن که عمیق‌تر است شروع به خواندن بخش‌هایی می‌کنیم که از دید ما ارزشمندتر است. پس هر متن تبلیغاتی حداقل دو بار خوانده می‌شود.

با دانستن جواب سوال پنجم به این نتیجه می‌رسیم که صفحه محصول خود را باید برای اسکن اول طراحی کنیم. بهترین معیار آن است که اگر بازدیدکننده در کمتر از ۷ ثانیه صفحه محصول ما را بررسی کند، آیا آن قسمت‌هایی که از دید ما بسیار مهم است مورد توجهش قرار می‌گیرد.