

10 РАБОЧИХ ФИШЕК В СОСТАВЛЕНИИ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ

МАКСИМ СЛОБОДЯН
Web-студия Fire

Очень контрастно выглядит разница между рекламой сайтов в Украине или Рунете и например Американских сайтов. Чем же отличаются наши сайты и наша интернет реклама от тех же американских? Я сознательно говорю именно об американских сайтах, т.к. европейские отчасти схожи с отечественными интернет ресурсами.

В подавляющем своем большинстве - это неяркие (пастельные тона) в оформлении сайтов, стандартная сетка разметки страницы, зачастую, использование более чем 3-х цветов в оформлении. Но самый удручающий фактор - это отсутствие "рабочих", "убойных" предло-

жений. В 70-80% случаев оформления сайтов компаний, магазинов вы не увидите ничего более, кроме такой картины, как: "Здравствуйте! Мы продаем очень качественный товар! Покупайте!" Думаю, вы согласитесь, что такое предложение не зацепит потенциального покупателя!

Как подобное рекламное обращение выглядело бы на зарубежном сайте: "Весь товар со скидкой 12% - каждый понедельник! Каждый вторник выезд мастера бесплатно! Сделайте 2 покупки в нашем магазине и покупайте дешевле на 5% - каждый день!" Думаю, такое предложение будет более интересным и «цепляющим».



В интернет рекламе есть важнейшее правило: пользователь должен отреагировать на Вашу рекламу в течении 3-х секунд, далее пройти по сайту, перезвонить, или зайти на страничку "Контакты". Если он этого не сделал - клиент потерян.

Проблема нерабочей рекламы отечественных интернет сервисов, зачастую заключается в отсутствии маркетинговой стратегии и цели проекта. Клиент ставит вебмастеру задачу примерно так: "Главное чтобы звонили!!!", "Главное чтобы продавалось!!!" или еще хуже "Главное чтобы было красиво и... наш логотип побольше!" Такая постановка целей не работает и не несет за собой никакого развития интернет ресурса компании.

Есть ряд проверенных рабочих фишек для представления своих товаров на сайте так, чтобы они по максимуму касались Вашего посетителя и превращали его в клиента.

1) "Бесплатно" - волшебное слово, которое работает во все времена. Сде-

лайте на сайте раздел "Бесплатно"! Выгрузите туда все, что Вы можете дать клиенту бесплатно. Это например: инструкции Вашего товара, демо-версии продукта, калькулятор стоимости продукта (услуги), обучающий ролик и т. п.

2) "Доступно по паролю" - когда во Францию завезли картофель, народ не принимал и не понимал этот продукт. Тогдашний министр продовольствия, установил внушительную охрану вокруг картофельных полей. Люди посчитали, что продукт должен быть достаточно хорошим, если его так охраняют. Сейчас картофель один из самых популярных продуктов. Сделайте на своем сайте закрытый раздел, например "Товары со сниженной ценой", доступ к которому может быть только по паролю и рассылайте пароли зарегистрированным пользователям. Например за Лайки в соц сети. Раздел будет иметь успех не меньший чем в описанном примере.

3) "Характеризующие названия" - не нужно в каталоге своих товаров называть



рубрики так, как это делают все. Называйте рубрику отвечая на вопрос - какой? или для чего? Например: не Люстры, а люстры для спальни, не Ноутбуки, а ноутбуки для учебы, не гипсокартон ВС ГТСРке123463, а гипсокартон для ванной.

4) "Ограничение по времени" - в самом просматриваемом месте сайта, сделайте блок "товар дня". Здесь указывается старая и новая, очень привлекательная цена товара. Под товаром размещается анимированный счетчик, который отсчитывает секунды до того, как товар перестанет продаваться по цене со скидкой. Еще лучше работает скрипт, когда человек ходит по сайту, а в подобном блоке система выдает ему информацию, что на данную минуту товаров на складе осталось 9, пользователь делает движение мышью - цифра меняется на 8 и так далее. Работает убойно!

5) "Сравнения" - все помнят рекламу, в которой рекламируемый стиральный порошок сравнивался с "обычным порошком". Делайте тоже самое, со своим товаром по отношению к "обычному товару". В данном случае не допускается сравнение с какими-то конкретными названиями брендов.

6) "Лотерея" - на сайт можно установить модуль, который будет путем выбора случайного числа выбирать и публиковать на главной странице победителя. 2013-2014 году, как самый востребованный приз в розыгрышах, прекрасно рекомендовали себя планшеты и смартфоны. Как приз воспринимается на "ура" практически в любой сфере бизнеса.

7) "Найдите на сайте - получите приз" - В 1797 году Наполеон Бонапарт, решив не мелочиться, запустил рекламную акцию для всей страны и валюты (дей-

ствует она, кстати, и по сей день). Было распространено известие о том, что в одной из монеток в 5 франков запечатан чек на миллион долларов. До сих пор французские банки готовы выплатить эту сумму нашедшему чек. Сделайте тоже на сайте - таким образом, Вы не просто привлекаете аудиторию, а в силу специфики значительно способствуете своему бесплатному продвижению сайта в поисковых системах.

8) "Гарантия" - значек "Гарантия" должен обязательно быть на видном месте сайта. Он должен быть красиво и ярко отрисован. Хорошо работает цифра 100% на данном объекте. Нажав на него, пользователь читает, все гарантии, которые Вы предоставляете. Даже если гарантия для Вас весьма очевидна, например "Возврат в течении 14 дней" - пишите все! Чем больше Вы опишите Ваши гарантии - тем более спадает уровень недоверия клиента к Вашему ресурсу.

9) "Цифры в рекламных обращениях" - не используйте сухие, не интересные рекламные обращения на сайте. Используйте цифры в заголовках и обращениях - они сильнее привлекают внимание и заставляют пользователя читать далее. Например: вместо "Вы будете стройной и привлекательной" напишите «5 шагов к идеальной фигуре», вместо "качественная заливка фундамента" напишите "Третий недостающий элемент прочного фундамента"

10) "Группоны на скидку" - прошло время скидочных купонов! Сейчас отлично востребованны пользователями сайта "группоны". Это покупка товаров со скидкой, обязательно целым комплектом из нескольких вещей. Прекрасная идея увеличить свой средний чек.