

Как сделать сайт продающим?

Этот вопрос я слышу в свой адрес постоянно, и несмотря на то, что он общий и совершенно неконкретный, попробую дать на него ответ.

Насколько это возможно в коротенькой заметке.

Чтобы иметь возможность сделать продающий сайт, необходимо вначале сделать правильный выбор трех ключевых компонентов любой стратегической линии продаж, а затем увязать их воедино:

- 1) Кому продавать (аудитория);
- 2) Что продавать (коммерческое предложение);
- 3) Как продавать (способ доставки коммерческого предложения аудитории).

Вот и вся анатомия. Просто и элегантно.

Как видите, все начинается с аудитории, с клиентов.

С ответа на вопрос «Кому?»

Почему? Элементарно, Ватсон.

У Вас может не быть ни своего сайта, ни рассылки, ни товара – ничего вообще, но до тех пор, пока к Вам в очередь стоит толпа народу, размахивающая кошельками и доверяющая Вам на сто процентов – у Вас все будет хорошо.

Если же у Вас, наоборот, есть самый лучший в мире товар, классный сайт и отличная рассылка, но при этом ни одного действительно целевого заинтересованного покупателя – все будет напрасно и бесполезно.

Как видите, приоритеты расставить очень просто.

Итак, в первую голову – кому?

Поиск целевой аудитории и фокусировка на ней, изучение ее интересов, радостей, страхов, потребностей, предпочтений и всего остального, что ее касается.

При этом в работе с аудиторией сосредоточьтесь на тех чертах, которые ОБЪЯДИНЯЮТ Ваших покупателей, а не тех, которые их разделяют (как делают те, кто ноет о том, что «моя аудитория такая разношерстная...» – ну, разношерстная, и что? Все равно есть черты, которые ее объединяют – и это главное).

Второй пункт – товар или услуга. Отменного качества и реально решающая проблемы покупателей. За которую не стыдно брать деньги, и за которую Вы бы сами отдали свои кровные – с любовью и благодарностью.

Товар или услугу можно сделать свои, можно работать в партнерках. А можно – и так, и эдак сразу – в этом случае перспективы доходности максимальные.

Третья часть – инструменты продаж. Как Вы донесете свое коммерческое предложение до аудитории и соедините первый пункт со вторым?

Вам понадобятся каналы коммуникации – блог, рассылка, группы в социальных сетях и все остальное. Все сразу или в определенной комбинации.

И через эти каналы Вы будете доносить свою продающую презентацию в том формате, который сами и выберете.

Это может быть одностраничник классической формы (да, они до сих пор работают и работают отлично, кто бы что ни говорил!), видеопродажник, живой вебинар, автовебинар или что бы там ни было еще.

Вот так выглядит «мозаика успешных продаж» в Интернет-бизнесе.

Соберите воедино все ее части – и будет Вам счастье. Неминуемо и обязательно.

А чтобы у Вас все получилось наилучшим образом – изучите все технические детали и моменты с помощью вот этого пошагового руководства – http://boriskorz.com/rd/wtm_241.html

Разумеется, здесь я описал общую картину, чтобы Вы могли увидеть одним взглядом всю «анатомию» продающего ресурса в Интернете.

За подробностями и деталями – на вебинар «Почему Ваш сайт ничего не продает, и как за 2 месяца превратить его в СверхПродавца» – вебинар бесплатный, но количество мест ограничено! –

<http://www.biz-webinar.com>

Он как раз о том самом.