

Jak dobrze zaplanować treści na stronie www?

Może się wydawać, że nie ma nic prostszego, niż wypełnienie strony internetowej ciekawą treścią. Zaprezentowanie dostępnych usług czy produktów, zamieszczenie danych kontaktowych, napisanie kilku słów o tym, kim jest sprzedawca. Choć oczywiście jest to niezbędne i mile widziane w oczach klientów, na tej liście zadań się nie kończy. Co więcej, w przypadku treści na stronę internetową liczy się nie tylko to, co napiszemy, ale także jak to zrobimy. Dzisiejszy odbiorca jest wymagający i nie zawsze zdecydowany. Jak więc mu pomóc, doprowadzić go do zakupu i zaplanować treści tak, by były nie tylko przyjemne, ale i pożyteczne dla potencjalnego klienta? I żeby jednocześnie treści te spełniały wymagania SEO, dzięki którym pojawia się w wyszukiwarkach Google?

Content w przyjaźni ze sprzedażą

Content marketing i związane z nim tworzenie treści oraz sprzedaż idą ze sobą w parze, a wysokiej jakości teksty mogą działać dla wyników sprzedaży naprawdę wiele. Wystarczy spojrzeć na ulubione i najbardziej popularne sklepy online, w których łatwo się poruszamy, i które są dla nas intuicyjne. Kuszą one odbiorców ładnymi fotografiami i dobrze zaplanowaną treścią. Nie zmuszają klienta do zniechęcających i często długich poszukiwań ceny, szczegółów oferty czy przykładów dotychczasowych realizacji. Im łatwiej znaleźć to, czego szukamy, tym chętniej zdecydujemy się na zakup właśnie w tym sklepie online czy stronie internetowej. Wpływa na to bezpośrednio to, w jaki sposób został opisany poszukiwany przez nas produkt lub usługa. Z kolei, kiedy chcemy porównać ofertę i nie jesteśmy pewni, na którą się zdecydować przemówi do nas nie tylko promocja czy też dodatkowy rabat, ale również język korzyści, dzięki któremu uświadomimy sobie wszystkie zalety zakupu i wyobrazimy sobie w roli posiadacza produktu.

Czy sklep internetowy może sprzedawać oferowane produkty czy usługi bez jakiegokolwiek treści? Trudno wyobrazić sobie butik online czy stronę internetową fotografa ślubnego pozbawioną opisu, zdjęć czy video. Odbiorca potrzebuje drogowskazów w formie atrakcyjnego contentu, które ułatwią podjęcie decyzji i utwierdzą w jej słuszności. Niezależnie od tego, jakich narzędzi content marketingowych użyjemy na swojej stronie internetowej, wszystkie muszą być silnie ukierunkowane na potrzeby klienta. Konieczne jest zadanie sobie pytania, czego odbiorca szuka na naszej stronie - jakich treści oczekuje i w jaki sposób chciałby mieć je podane. Jeśli pozwala na to charakter sklepu, zaproponujmy kreatywne treści, materiały video, przyjemne i krótkie FAQ odpowiadające na najważniejsze i najczęściej zadawane pytania. Otoczmy czytelnika wiedzą, której naprawdę potrzebuje, i która naprawdę okaże się dla niego przydatna. Przykładowo, jeśli

przygotowujemy treści na stronę internetową przychodni specjalistycznej opiszmy dokładnie w jaki sposób przebiega konkretne badanie, i jak warto się do niego przygotować.

Pamiętajmy o tym, że na procesie zakupowym się nie kończy. Poprzez content marketing nie tylko sprzedajemy, ale także budujemy także wizerunek marki i wspieramy jej pozycję na rynku.

Opis produktu i usługi - jak go napisać?

Choć wiadomo nie od dziś, że większość odbiorców jest wzrokowcami, nie powinniśmy zapominać o rzetelnych opisach produktu czy też materiałach, dzięki którym klient będzie mógł jak najlepiej poznać naszą ofertę. Jedno z drugim, obraz i słowo, sprawnie się łączą. Prowadząc sklep online z odzieżą na początku odbiorca widzi zdjęcie ubrania, a dopiero później opis, ale oba te elementy są równie ważne. Na zdjęciu zobaczymy jak płaszcz leży na modelce, ale to dzięki opisowi dowiemy się, z jakiego materiału został uszyty, na jaką porę roku jest przeznaczony, jak długo będziemy czekać na przesyłkę, czy do jakich stylizacji będzie pasować. Zadbajmy o szczegółowy opis, jednak jego długość dopasujmy do specyfiki produktu. Nie zawsze obszerny opis będzie dobrym pomysłem, wszystko zależy od klienta, jego wieku czy zainteresowań. Niezależnie od profilu klienta, opis musi zawierać wszystkie podstawowe informacje o produkcie i usłudze: z czego został wykonany, w jaki sposób z niego korzystać, jak o niego dbać, w jakich okolicznościach i terminie można zrealizować usługę, w których obszarach nasz produkt i usługa są lepsze, niż u konkurencji.

Temat content marketingu na stronie internetowej jest bardzo szeroki. Treści na stronie www powinny być skrojone na miarę potrzeb i oczekiwań klienta i wszystkich naszych odbiorców. Zakładki i podzakładki, hasła i tagi, opisy produktów i kategorii, FAQ, zaproszenie do zapisania się do newslettera - wszystko to i pozostałe elementy niech będą zachętą do poznania naszej marki, zaprzyjaźnienia się z nią i podjęcia decyzji zakupowych.