

9 conseils (+1 bonus) pour améliorer les conversions sur vos landing pages

On voit pas mal de moyens pour ramener du trafic sur les sites webs : il faut être actif sur les réseaux sociaux, créer du contenu pour être présent sur Google, engager des influenceurs, créer des vidéos virales, etc... Et si vous avez du trafic c'est très bien. Mais il ne vous rapportera pas d'argent à moins que vous ne puissiez convertir ces visiteurs en prospects ou en clients.

Selon que vous vendez un produit directement à partir de votre landing page, demandez aux visiteurs de télécharger un livre blanc gratuit, faites la promotion d'un webinar ou d'une démonstration, les taux de conversion peuvent aller de 1% ou moins à 50 % ou +.

Voici 10 conseils pour rédiger des pages qui maximisent les taux de conversion en ligne :

CONSEIL 01

Rassurez dès le début :

Le héros (1er écran que voit le visiteur) doit afficher votre logo et votre nom si vous êtes connus, des logos de vos partenaires et de clients, et des témoignages juste en-dessous.

CONSEIL 02

Utilisez des témoignages :

À qui fait-on confiance ? Au marketer ou au client ? Le témoignage doit raconter une histoire chronologique (avant : problème, pendant : solution, après : résultats). Mettez le nom complet et une photo si possible.

CONSEIL 03

Multipliez les listes à puces :

Mettez en évidence les principales fonctionnalités et avantages dans une liste à puces courtes faciles à lire. J'utilise un format où la première partie de la puce est la caractéristique, et après un tiret vient l'avantage.

CONSEIL 04

Suscitez la curiosité dans le titre :

Le titre doit soit éveiller la curiosité, faire une promesse puissante, soit attirer l'attention du lecteur afin qu'il n'ait d'autre choix que de continuer à lire. Essayez d'être spécifique et de ne pas arrondir les chiffres.

CONSEIL 05

Écrivez comme vous parlez :

La plupart des sites Web sont dépourvus d'émotion. Mais une landing page est une lettre d'un être humain à un autre. Même si votre produit est très technique, rappelez-vous qu'il s'agit toujours d'êtres humains, et ils n'aiment pas l'ennui.

CONSEIL 06

Incorporez une accroche émotionnelle :

Puiser dans les émotions est beaucoup plus fort que dans l'intellect, en particulier si vous tapez dans le bon problème. Vous pouvez aussi accrocher avec une offre gratuite, ça fonctionne très bien sur internet.

CONSEIL 07

Résolvez le problème du lecteur :

Une fois que vous avez accroché le lecteur avec une copie émotionnelle dramatisant son problème ou une offre gratuite puissante, montrez comment votre produit - ou vos informations gratuites - peuvent aider à résoudre son problème.

CONSEIL 08

Mettez à jour les informations :

Plus votre copie en ligne est liée à l'actualité, plus vos taux de réponse sont élevés. C'est vrai pour les assurances ou dans les finances par ex. Cela vous positionne comme une autorité.

CONSEIL 09

Insistez sur la garantie ou le peu d'engagement de l'utilisateur :

Si la page sert à vendre et que votre produit est bon et votre copie véridique, les demandes de remboursements n'excéderont pas 1%. Si vous cherchez à générer des prospects, soulignez que votre offre, qui peut être un livre blanc, une démonstration en ligne ou un webinar, est gratuite. Dites qu'il n'y a aucune obligation d'achat et qu'aucun vendeur ne vous rendra visite.

BONUS

Attention à la navigation :

Pour de meilleurs résultats, enlevez toute navigation sur ce genre de pages, pour forcer l'achat ou l'adhésion. Vous pouvez également ajouter une exit pop-up pour récupérer le mail en cas de non-achat.

DISCUTONS

Sans engagement - gratuit