

## 5 tipů na optimalizaci vstupních stránek

**Podoba vstupních stránek, na které vedou kampaně, je jedním z nejvíce podceňovaných aspektů výkonového marketingu. Průměrný marketér nemá schopnosti vstupní stránku sám navrhnout a správně vyladit. Sice existuje mnoho nástrojů, které vám s optimalizací pomohou, ale bez potřebných znalostí není možné úspěšnou vstupní stránku vytvořit. Agentura LCG New Media nabízí několik tipů, které vám pomohou stránky vhodně optimalizovat.**

### 1. Zaměřte se na rychlost

Podle Google 53% návštěvníků z mobilních zařízení opustí stránku, která se načítá déle než tři vteřiny. To je opravdu velmi krátká doba na to zaujmout návštěvníka a udržet ho na webu delší čas.

Korelace mezi rychlostí načítání a skóre kvality je jasná.

K měření rychlosti můžete využít některý z online nástrojů:

- [Pingdom Speed Test](#)
- [Google PageSpeed Insights](#)

### 2. Důležité informace umístěte nad ohyb

Termín „nad ohybem“ (z angl. above the fold) historicky pochází z novin. Nejláikavější příběhy byly umístěny na první stránku nad ohyb tradičních novin, aby zákazníci na první pohled viděli titulky a chtěli si noviny koupit.

Totéž můžete udělat u vstupních stránek. Nejdůležitější prvky umístěte nad digitální ohyb (místo, ve kterém už uživatel musí scrollovat, aby viděl zbytek stránky). To je v dnešní době, kdy lidé používají různá zařízení, velmi obtížné. Proto je potřeba důkladně web testovat a obsah přizpůsobovat podle rozlišení.

Nad ohyb se snažte vměstnat nadpis stránky, jednu až dvě věty se shrnutím obsahu a „call-to-action“ prvek (např. tlačítko).

### 3. Zjednodušte stránky na minimum

Vstupní stránka pro kampaně má jediný cíl: dovést návštěvníka ke konverzi. Proto odstraňte všechno, co by mohlo návštěvníkovi stát v cestě.

Vyskakovací okno se slevovou akcí nebo anketa spokojenosti má určitě v online marketingu své místo, nikoliv však na vstupní stránce pro placené kampaně.

Nikoho také nebaví číst rozsáhlé texty nebo čekat než se načte ilustrační obrázek.

Ujistěte se, že na stránce jsou pouze informace, které návštěvníkům přináší nějakou přidanou hodnotu.

### 4. Testujte i zdánlivé maličkosti

Nevyhýbejte se optimalizaci drobných věcí:

- Využívejte titulky a meta data a testujte různé varianty.
- Testujte formuláře - styl, počet polí, barvy tlačítek apod. Je nepravděpodobné, že by pouze změna barvy tlačítka sama o sobě měla velký dopad. Ale i postupné zlepšování může být přínosem pro výkon vstupní stránky.
- Vyzkoušejte různé podoby obsahu - slohový styl, délku, obrázky.
- Umožněte lidem odejít na jinou stránku webu. V opačném případě může být web potrestán za uzamčení návštěvníků na jedné stránce. Nemluvě o frustraci a špatný pohled na vaši firmu.

### 5. Nabídněte více způsobů, jak vás kontaktovat

Někteří zákazníci rádi telefonují, jiní píšou emaily a ostatní raději vyplní poptávkový formulář.

Neomezujte se proto pouze na jednu možnost, jak vás kontaktovat. Dejte návštěvníkům možnosti volby.

Velmi žádoucí je také na stránky přidat odkaz na nejčastěji kladené otázky (FAQ) či centrum nápovědy, kde návštěvníci naleznou všechny potřebné informace.

Testujte, testujte, testujte.

Testujte vše a stále. Čím více A/B testů provedete, tím více dat získáte.

### **Kontakt pro média:**

#### **Martin Eckstein**

PR Consultant

Tel.: 731 46 48 46

Mail: [martin@eckstein.cz](mailto:martin@eckstein.cz)

---

### **O LCG NEW MEDIA:**

*LCG New Media je fullservisová digitální agentura specializující se na brandovo-výkonnostní kampaně. Zaměřujeme se na vytváření strategií fungování značek a společností v digitálním prostředí. Navrhujeme unikátní ekosystémy pro společnosti na míru ať už prodejní, brandové nebo v rámci reputation managementu. Specializujeme se na propojování akvizitních kanálů a budování značky skrze sociální sítě a influencer marketingu. Jsme partnerem Google. Pro naše klienty řídíme kampaně na území Evropy, Ruska a US. Propojujeme online a offline strategie pro dosažení maximálních výsledků. Více informací na [www.lcgnewmedia.cz/](http://www.lcgnewmedia.cz/).*

---