

Landing Page

di Silvia Contessi (SEO Specialist 1mas) – 18/11/2008

La landing page è un utilissimo strumento on line per la vendita di prodotti e servizi. La struttura e i contenuti hanno lo scopo di aiutare il prodotto ad essere venduto e quindi di convertire il visitatore in cliente e migliorare il posizionamento nei motori di ricerca.

Una importanza sempre crescente per la conversione di un visitatore in "cliente web" è data dall'utilizzo delle "**Landing Page**", ovvero le **pagine "di atterraggio" a cui giungono gli utenti** dopo aver cliccato su un collegamento da un motore di ricerca, da una e-mail promozionale, da una campagna pubblicitaria o da altri mezzi di web advertising utilizzati per promuovere prodotti e servizi.

I vantaggi del progetto

- **Migliorare il posizionamento** nei motori di ricerca di un prodotto o servizio
- **Aumentare le vendite** di un prodotto o di un servizio
- Concentrare l'attenzione di un visitatore ad **un'unica azione possibile** da effettuare, traducendola in un ordine, prenotazione, iscrizione, ecc...
- **Abbreviare il percorso del visitatore** dal momento in cui lascia il motore di ricerca seguendo il link al sito a quello in cui individua l'oggetto della sua ricerca sul sito stesso
- **Convertire i visitatori in clienti**
- **Valorizzare il ROI** (*return on investment*) delle campagne di web advertising riducendo i costi e aumentando i risultati preventivati (in genere vendite)
- **semplificare la fruizione** dei messaggi da parte del visitatore, eliminando ogni interferenza o fattore di distrazione
- **soddisfare** immediatamente il visitatore

- **monitorare le azioni** effettuate dall'utente registrando, a fini di studio, le azioni effettuate dal visitatore in relazione alla chiave di ricerca che lo ha condotto alla pagina:
 - URL di provenienza (come è arrivato alla pagina? con quale parola chiave?)
 - visita alla pagina (quante volte la pagina è stata visitata?) e compimento o meno dell'azione predisposta (il visitatore ha effettuato l'azione richiesta?).

Target

La landing page si propone a:

- è interessato a vendere e/o promuovere prodotti e/o servizi nel web
- è interessato ad investire in azioni di web marketing (banner advertising, campagne pay per click, annunci sponsorizzati Google Ad Words)
- è interessato a raggiungere i migliori risultati di posizionamento nei motori di ricerca per uno specifico prodotto/servizio o più prodotti/servizi differenti

Applicazioni

Le migliori applicazioni di una Landing Page per ottenere la conversione di un visitatore in un cliente web sono:

- associazione ad azioni di e-mail marketing
- segnalazione di promozioni in newsletter
- associazione a campagne pay per click, in particolare Google Ad Words
- associazione a campagne di web advertising (campagne banner o link)

Obiettivi

Una Landing Page è una pagina progettata con l'obiettivo di:

- rispondere subito alle esigenze possibili dell'utente in relazione ai servizi o prodotti pubblicizzati dalla pagina stessa
- convertire quanto più facilmente possibile tale utente in un cliente o fargli fare azioni utili (esempio compilazione di un form, invio di un'email, etc).

Si intuisce facilmente che le Landing Page hanno un ruolo fondamentale per il raggiungimento di obiettivi (vendita di un servizio on-line, vendita di un prodotto, iscrizione ad una newsletter, registrazione ad un sito, effettuazione di una prenotazione online, ecc..).

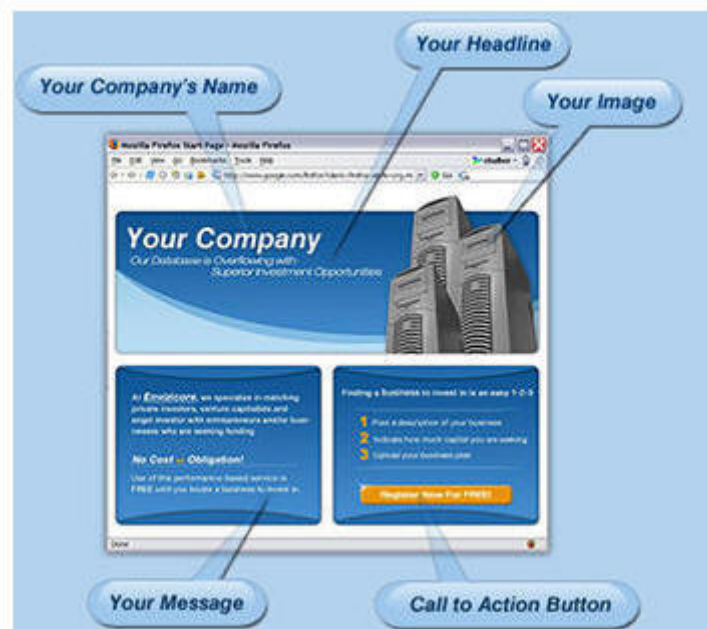
L'utente si trova subito davanti ad un bivio: **"mi iscrivo o non mi iscrivo?"** oppure **"acquisto o non acquisto?"** oppure ancora **"prenoto o non prenoto?"**.

Struttura ed elementi di una Landing Page

Le caratteristiche base di una Landing Page sono:

- essere ottimizzata con pochissime parole chiave (anche solo una) o addirittura essere esclusa dagli indici ed avere traffico mediante campagne pay per click mirate
- avere una grafica minima e nessun colore che possa distrarre
- contenere solo il messaggio che si ritiene soddisfi la ricerca fatta
- contenere una sola azione principale (acquisto, richiesta contatto, richiesta preventivo, ecc)

Una tipica Landing Page è così strutturata:



1. Brand, Company Name
2. Headline
3. Immagine del prodotto o del servizio o sua rappresentazione
4. Messaggio o testo promozionale
5. Call to action: invito all'azione

Brand, ha il compito di fornire credibilità e permettere all'utente di riconoscere l'azienda ed averne fiducia.

L'**headline** ha il compito di riassumere in una frase cosa offre la pagina e i benefici che può acquisire il cliente, motivandolo a leggere i contenuti della pagina.

L'**immagine del prodotto** o servizio ha valore attrattivo: visualizzare il prodotto nel modo più accattivante possibile. Se ci si riferisce ad un servizio, invece, l'immagine dovrebbe evidenziare lo status (vantaggio) che gli utenti devono ottenere usufruendo del servizio in questione.

Il **messaggio o testo promozionale** ha il compito di esprimere le caratteristiche del prodotto o servizio proposto, evidenziandone i vantaggi o benefici che può portare al cliente.

Call To Action, invita l'utente a compiere azioni evidenziando con link ben evidenti e immagini i punti dove "agire". L'utente deve in qualunque momento poter concludere la sua navigazione con un'azione propedeutica la vendita o meglio con l'acquisto.

Una Landing Page efficace richiede l'utilizzo di tecniche di:

- Web Copywriting
- Persuasive Copywriting
- Search Engine Optimization

Fasi di un progetto di Landing Page

Il progetto di Landing Page richiede le seguenti fasi:

- Analisi dei dati e delle informazioni sul prodotto, sul mercato, sul target e sulla concorrenza del prodotto o servizio che si vuole proporre.
- Analisi delle parole chiave inerenti al settore di appartenenza, tenendo conto di quelle parole che hanno un alto numero di ricerche ma un basso numero di competitors.
- Realizzazione del layout grafico della Landing Page.
- Realizzazione dei contenuti testuali ottimizzati tramite le keyword ed utilizzando tecniche di *web* e *persuasive copywriting*.
- Pubblicazione della Landing Page sul sito del Cliente.
- Attivazione delle statistiche di accesso alla Landing Page e registrazione della provenienza delle visite e delle azioni effettuate dal visitatore; realizzazione del pannello di controllo per la visualizzazione di tali dati.
- Indicizzazione nei motori di ricerca della Landing Page.
- Attivazione di campagne di web advertising associate alla Landing Page e monitoraggio dei risultati.
- Individuazione di portali e directory di settore in cui segnalare la Landing Page per incrementarne la link popularity e migliorarne di conseguenza il posizionamento nei motori di ricerca.

Tutte le informazioni ed immagini presenti in questo articolo potranno essere utilizzate esclusivamente per scopi personali e non commerciali. L'adattamento, diffusione e pubblicazione, sotto qualsiasi forma, anche parziale, dei contenuti di questo articolo è ammessa solo se esplicitamente autorizzata da 1mas srl. In questo caso le informazioni divulgate devono obbligatoriamente essere accompagnate dalla dicitura "© 1mas srl " e dall'indicazione esplicita della URL del sito da cui sono state tratte "www.1mas-posizionamento-motore-ricerca.it". Per qualsiasi richiesta d'autorizzazione di riproduzione e diffusione rivolgersi per e-mail a 1mas srl - seo@1mas.it