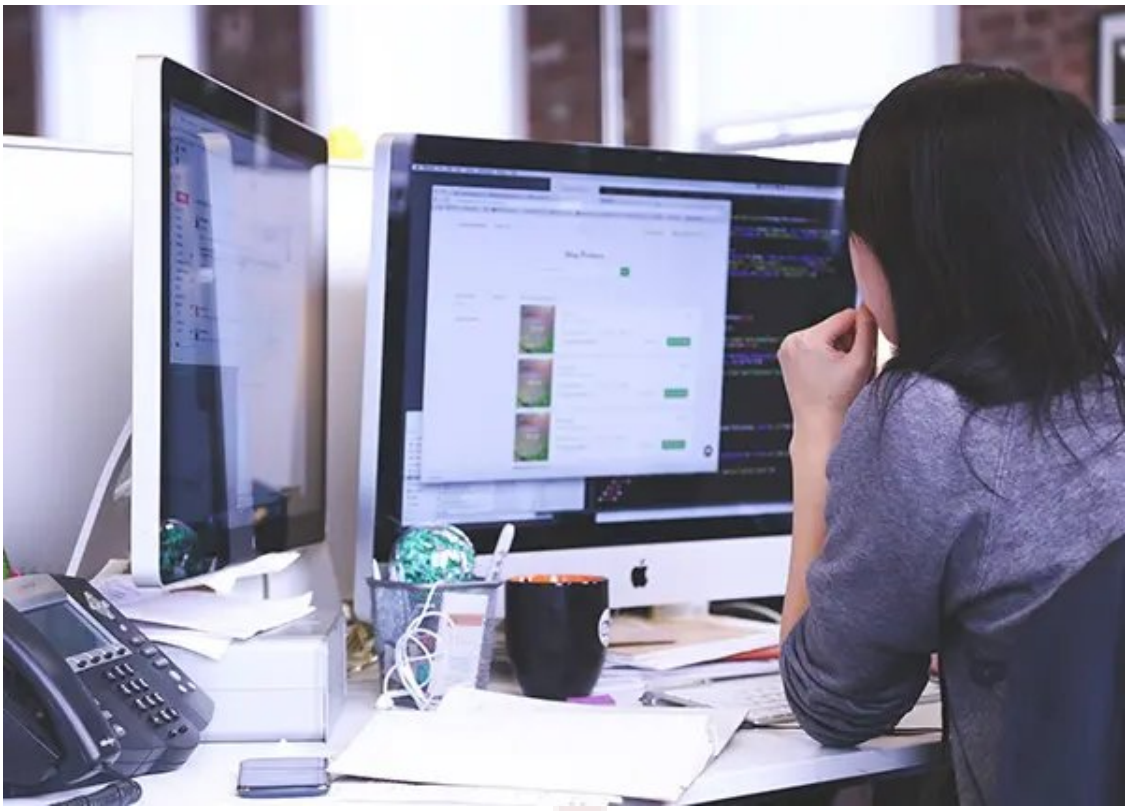
Come si crea una landing page di successo?

Data: Invalid Date | Autore: Redazione



Il termine **landing page**fa riferimento ad una “pagina di atterraggio” dove un utente può richiedere informazioni, scaricare un contenuto speciale come una guida o un’infografica, scoprire le offerte del momento e molto altro, semplicemente inserendo la propria email.

La maggior parte delle*campagne pubblicitarie*si realizzano basandosi su una landing page. Queste, possono essere utilizzate in qualsiasi fase di una strategia di marketing ma sono particolarmente importanti durante la prima fase di una**strategia di inbound marketing**.

Come strutturare una landing page

Qualsiasi agenzia di marketing si occupa di realizzare il sito web e di pubblicizzarlo, creando numerose inserzioni pubblicitarie e landing page che puntano ad obiettivi differenti. Agenzie come Italiaonline, conoscono l’importanza di collegare ogni annuncio ad una landing page studiata e presentata in ottica di aumentare le conversioni e acquisire maggiori clienti.

Quando un utente atterra sulla pagina, ovvero clicca sul link e trova la landing page, ha pochi secondi per prendere una decisione e scegliere se continuare la navigazione o tornare indietro. La landing page ha il compito di convincere l’utente ad approfondire, navigare nella pagina ed**indurre all’azione**(scarica qui, iscriviti qui e così va).

Ogni landing page deve rispondere ad alcuni requisiti che danno un valore maggiore alla pagina, ovvero:**Deve soddisfare le aspettative dell'utente**

L'utente non deve perdere l'interesse dopo aver cliccato sul link proposto dall'inserzione. La regola è quella di realizzare una landing page che mostra, in modo molto chiaro, ciò che viene promesso nell'annuncio pubblicizzato.

La landing pages deve essere vista come una pagina di approfondimentoriguardo all'argomento accennato nell'inserzione e deve essere in grado di mantenere l'attenzione del visitatore, fino a condurlo all'azione, quindi all'obiettivo di conversione.

L'utente naviga con facilità nella pagina?

Dopo aver convinto l'utente a cliccare sul link dell'annuncio e ad esplorare la landing page, questa deve mantenere l'attenzione del visitatore. Per farlo, l'utente deve poter navigare in modo semplice e veloce nella pagina, i contenuti devono essere di facile fruizione e il pulsante deve rimandare all'azione in pochi secondi.

In questo caso, la user experience è fondamentale sia da mobile che da desktop, altrimenti il pericolo di abbandono da parte dell'utente diventa reale.

L'importanza dell'invito all'azione

Quando si realizza una *campagna pubblicitaria*, devono essere stabilite le azioni che l'utente deve compiere una volta approdato sulla landing page.

L'*invito all'azione*, chiamato anche call-to-action, deve essere chiaro, ben visibile e deve essere preceduto da un testo capace di guidare il visitatore verso il pulsante.

In questo caso, il *copywriting*è tutto, perché deve saper guidare in modo incisivo l'azione dell'utente verso un solo elemento, che sia il formper l'iscrizione ad una newsletter o il pulsante per scaricare un documento gratuito. I form, detti anche *moduli di rilascio*, devono essere caratterizzati da una grafica sobria ma attraente e deve richiedere i dati necessari (dato principale: email).

Prima di allegare il link della landing page in una inserzione, è fondamentale svolgere dei test che permettono di analizzare l'aspetto grafico e i contenuti presenti sulla pagina, la funzionalità del pulsante e le sensazioni suscitate dai colori e dal layout inserito.

Articolo scaricato da www.infooggi.it
https://www.infooggi.it/articolo/come-si-crea-una-landing-page-di-successo/122918