

Açılış Sayfası Deneyimi



adres**gezgini**

Açılış Sayfası Nedir?

Bir kullanıcının sitenize giriş sağladığı sayfaya verilen isimdir. İniş Sayfası (Landing Page) olarak da adlandırılır.

Neden Önemlidir?

Tıklama oranı yüksek anahtar kelimelere sahip bir kampanyanız olabilir; ancak kaliteli açılış sayfaları olmadan maliyeti düşük dönüşümlere ve hedefinize ulaşamayabilirsiniz.

Ayrıca açılış sayfası; kalite puanı, reklam sıralaması, bütçe ve kullanıcı deneyimine etki eden önemli bir faktördür.

Açılış Sayfamı Nasıl Test Edeceğim?

Açılış sayfanızı test etmek bazen maliyetli olabilir. Ancak listelenen önerileri uygulamanız durumunda, açılış sayfanızda ciddi geliştirmeler yapabilirsiniz.

Açılış Sayfanızı AdWords kampanyanız ile etkili kullanmanın 10 kolay yöntemini sizinle paylaşıyoruz.

1. Hedeflerinizi Belirleyin

Kaliteli açılış sayfası oluşturmanın ilk adımı pazarlama hedeflerinizi belirlemektir.

Satış mı?

Form Kaydı mı?

Üye Kazanmak mı?

Açılış sayfanızı bu hedefler doğrultusunda oluşturmanız faydalı olacaktır.



Bu süreçte rakiplerinizin açılış sayfasını incelemeniz size fikir verebilir.

2. Hedef Pazarınızı Belirleyin

Açılış sayfanızı ziyaret edecek kullanıcıların demografisini belirlemeniz faydalı olacaktır. İlgi alanı, buldukları yerler, yaş, cihaz tercihi gibi bilgileri bilmek ve ölçümlemek hedef kitlenizi belirlemeniz açısından önemlidir.

Kendinizi kullanıcıların yerine koymak sitenizi düzenlemenize oldukça katkı sağlar. Ne aramak istediklerini ve ne ile karşılaşacaklarını kıyaslayın.

3. Ziyaretçilerinizin Nasıl Geldiklerini Belirleyin

Bir reklam kampanyasından gelen kullanıcılar ile sosyal medya veya e-posta kampanyasından gelen kullanıcıların beklentileri farklı olabilir. Bu sebeple sitenize trafik sağlayan kaynak ve kitleyi tanıyarak onlara özel açılış sayfası deneyimi yaşatın. Sitenize erişim sağlayan kitleyi ve kaynakları en iyi Google Analytics üzerinden ölçümleyebilirsiniz.

4. Her Reklam Grubuna Özel Açılış Sayfası Kullanın

Her ne kadar farklı açılış sayfaları oluşturmak zor olsa da, reklam grubunuz ve kampanyanız ile ilgili farklı bir açılış sayfası belirlemek kullanıcıları aradıklarıyla buluşturmak açısından önemlidir.

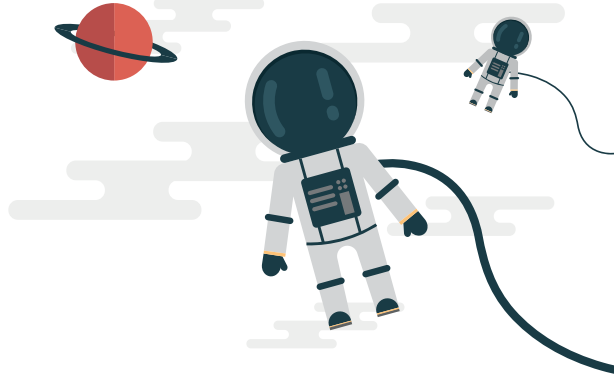
Google, site içinde yer alan birden fazla aynı içerikte sayfayı tespit ettiğinde, bu sitenin reklamlarının kalite puanı düşük olabilmektedir. Bu sebeple her sayfa en az %20 özgün içerik içermelidir.



Trafięi ana sayfanıza yönlendirmeyin

Kullanıcılar aradıklarını bulma konusunda oldukça sabırsız olabilir. Onları ilgisiz sayfalara yönlendirmek ve vakit harcatmak size daha az dönüşüm sağlayabilir.

Bu sebeple kullanıcıları ana sayfaya yönlendirmektense, **dönüşüm oranı yüksek, ilgili sayfalara** yönlendirmelisiniz.



5. Güven Yaratın

Açılış sayfasının amacı güven yaratmak ve dönüşüm sağlamaktır. Bu sebeple şeffaf ve güvenilir bir içeriğe sahip olmanız gerekir.

- ✓ **Hakkımızda** ve **Referanslar** gibi sayfalar her zaman şeffaflık ve güven yaratır.
- ✓ Sayfada iletişim bilgilerine yer vermek güvenilirliği artırır.

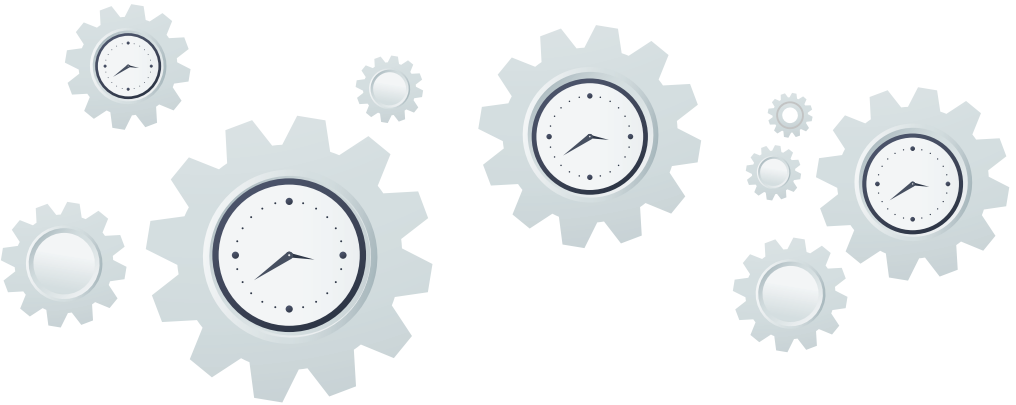
6. Sayfanız Hızlı ve Kolay Kullanılabilir Olmalıdır

Sayfanızın hızlı yüklenmesi, kalite puanları ve kullanıcı deneyimi açısından oldukça önemlidir.



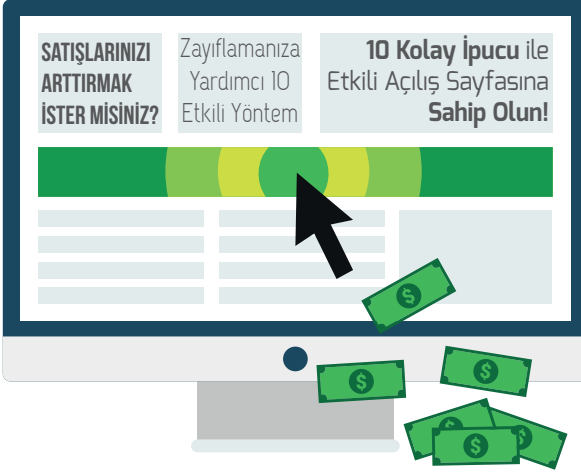
Etkili kalite puanları ile AdWords'te daha uygun maliyetlerle reklam verilebileceğini unutmayın. Bknz: Google AdWords Kalite Puanı Rehberi by AdresGezgini.

Web sitenizin hızı birçok etmene bağlıdır; ancak Google'ın öncelikli olarak ilgilendiği birkaç faktör bulunmaktadır. Web sitenizin performansını etkileyen bu faktörler ile ilgili önerileri linkten inceleyebilirsiniz: <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>



7. Sayfanızı, Dönüşümler için Optimize Edin

Sayfanızda doğru, etkili ve ilgili bir başlık kullanın. Şüphesiz ki herkes ilk önce manşeti okur. Başlıkta kullanacağınız metin çözüm üretmeli, merak uyandırmalı, kısa, etkili ve reklamlar ile tutarlı olmalıdır.



“Hemen başvurun!”, **“Satın Alın!”** gibi eylem ifade eden (call-to-action) kutucuklar etkileşim yaratmak için önemlidir. Bu tarz kutucuk ve ifadeleri denemeniz faydalı olacaktır.

- ✓ Ziyaretçilerinizin biyografisine ihtiyacınız yok. Sadece ihtiyacınız olan bilgileri isteyin. Bu durum kullanıcıları daha az tedirgin edeceği gibi dönüşümleri de artırır.
- ✓ Dikkat çekici metin, içerik, görsel ve renkler ile kullanıcıları eyleme yönlendirin. Pazarlama hedefinize göre sayfanıza bir telefon numarası, kayıt formu veya direk satışa yönlendirecek bir aksiyon butonu da koyabilirsiniz.
- ✓ Butonun veya formun kolay fark edilebilir olmasına dikkat edin. Sayfanın geneline zıt bir renk kullanmanız bunu kolaylaştırır.



8. Alakalı ve Orijinal İçerik Kullanın

- ✓ Sayfayı temiz ve kolay okunabilir hale getirin. Gereksiz bilgilerden kaçının; bunlar kullanıcının esas aradığını bulamamalarına sebep olur.
- ✓ Kullanıcıların aradığı kelimelere sayfa içeriğinde kesinlikle yer verin.
- ✓ Kopya, taklit ve tekrar eden içerikler size hem Google hem de kullanıcı bazında değer kaybettirir.

9. Kullanıcıları Dinleyin

Açılış sayfanızı geliştirmek için en güçlü mesajlar müşterilerinizden gelecektir. Satış ve site ile ilgili deneyimlerini paylaşmaları için onlara imkan tanıyın.

Kullanıcı yorumlarına yer verin. Hakkınızda yapılan pozitif yorum ve görüşler kullanıcıların ürün ve hizmetinizi benimsemesine yardımcı olabilir.

- ✓ Verilen hizmetten son derece memnun kaldım. – Can B.
- ✓ Ürünü kullandıktan sonra gözle görülür bir değişiklik hissettim. – Seda Ç.

Canlı destek hizmetini kullanın. Sitenize kuracağınız bir çevrimiçi destek eklentisi kullanıcıların sitenizde kalmalarını sağlayacağı gibi, tüm sorularını cevaplamanızda da faydalı olacaktır.

Sosyal medya hesaplarınızı etkin kullanın.



10. Farklı Cihaz ve Arayüzlerle Dost Olun

Sayfanızın farklı cihaz ve ekran boyutlarına uygun tepki vermesi gerekir (Responsive). Mobil cihaz ve tablet kullanımının hızla artması, farklı cihazlara uygunluk gereksinimi de arttırmaktadır. Kullanıcıların ne zaman hangi cihazdan sitenize gireceğini bilemezsiniz. Size doğru bir şekilde ulaşabilmeleri için sayfanızın bu cihaz ve kullanıcılara karşılık vermesi oldukça önemlidir. Mobil cihazları dikkate almamak, çoğu potansiyel kullanıcıyı kaçırmaya sebep olabilir.

Mobil tasarım için birkaç öneri:

- ✓ Çok fazla içerikten kaçının.
- ✓ Telefon numaranızın belirgin olmasına özen gösterin. Mümkünse tıkla – konuş özelliğini aktif hale getirin.
- ✓ İçeriklerin okunabilirlik ve tıklanabilirliğini kontrol edin.
- ✓ Görsellerinizi mobile göre optimize edin.
- ✓ Form ve ödeme sayfalarını oldukça sade tutun. Sonuç olarak kullanıcının sitenizde gezinmesini kolaylaştırın ve sitenizi hızlandırın.
- ✓ Yapılan araştırmaya göre, bir mobil sitede aradığını bulamayan kullanıcıların %40'ı en kısa zamanda rakip bir web sitesine geçiş yapmaktadır.



Sitenizin mobil uyumluluğunu test etmek için linki kullanabilirsiniz:
<https://www.google.com/webmasters/tools/mobile-friendly/>

En Önemlisi: Deneyin!

Yazılan maddeleri uyguladığınızda daha iyi bir açılış sayfasına sahip olabilirsiniz. Ancak hepsinden önemlisi test etmenizdir. Sayfalarınızı düzenli olarak gözden geçirmeyi ve test etmeyi unutmayın.

Açılış sayfalarını test etmenin en iyi yolu, dönüşümlerinizi ve hemen çıkma oranını incelemektir. Hemen çıkma oranı, kullanıcı davranışı ile ilgili bir sorun olduğunu gösteren önemli bir metriktir.

Farklı araçları kullanmak ve yenilikleri takip etmek sayfanızı optimize etmenize katkı sağlayacaktır.



Kaynakça:

1. unbounce.com
2. ppchero.com
3. wordstream.com

Çeviri - Düzenleme:

Can BENGİSU

Tasarım:

Çağla NACİR





Google AdWords Certified Partner

444 0 964

www.adresgezgini.com