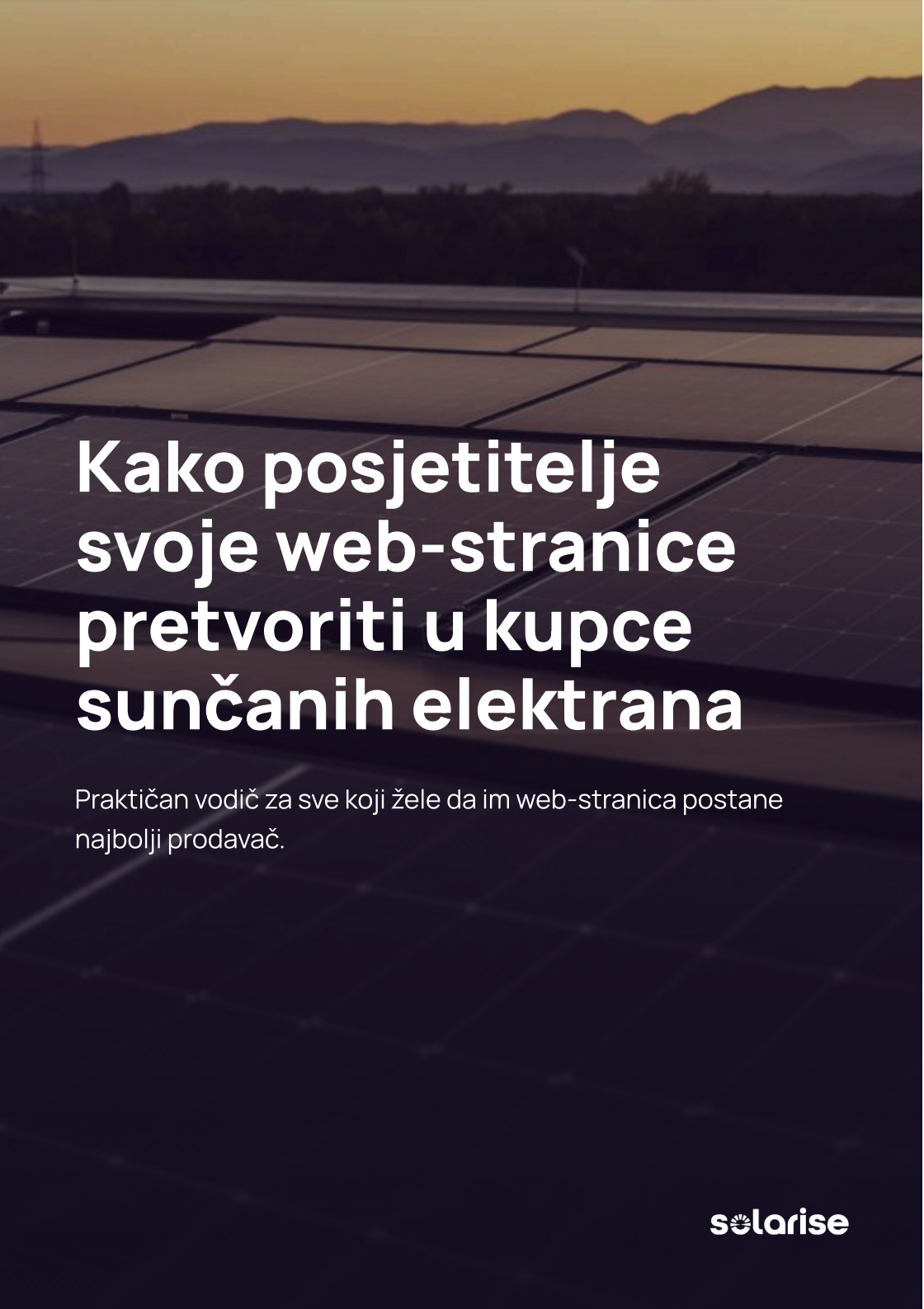

Kako posjetitelje svoje web-stranice pretvoriti u kupce sunčanih elektrana

Praktičan vodič za sve koji žele da im web-stranica postane najbolji prodavač.

solarise

Zašto je to važno?

Privući ljude na web-stranicu već je uspjeh. Ipak, to je tek prvi korak.

Jedan mi je instalater rekao da je prvi na Googleu u svojoj zemlji. Imao je tisuće posjeta tjedno, a gotovo nitko mu se nije javljao. Zašto?

Broj posjeta malo znači ako ne znate kako posjetitelje pretvoriti u kupce.

Ako vam posjetitelji ne ostave kontakt niti dogovore razgovor, ulažete vrijeme i novac u anonimne posjete koje ne donose prihod.

Uz pravi pristup web-stranica može postati jedan od vaših najboljih prodajnih kanala.

Hoće li vam se netko javiti ovisi o tome kako uredite stranicu i čime ćete ga zainteresirati.

Pogledajmo kako to izgleda u praksi.

Sadržaj

1. Jasno recite što nudite

2. Gradite povjerenje. O njemu ovisi prodaja

3. Istaknite jedan jasan poziv na akciju

4. Olakšajte slanje upita

5. Odgovorite dok je kupac još zainteresiran

6. Pomozite posjetiteljima da donesu odluku

7. Još nekoliko savjeta

1. Jasno recite što nudite

Posjetitelji u nekoliko sekundi odluče vrijedi li ostati na vašoj stranici.

Ako odmah ne vide što dobivaju, odgovor će potražiti drugdje.

Na početnoj ili odredišnoj stranici odgovorite na tri pitanja.

Što radite? „Ugrađujemo sunčane elektrane na kuće u Bavarskoj.“

Komu je ponuda namijenjena? „Vlasnicima kuća koji žele manje račune za struju.“

Što dobivaju? „Besplatnu ponudu za manje od 60 sekundi.“*

*Odgovor možete dati i jasnim pozivom na akciju. „Zatražite ponudu“ posjetitelju govori što dobiva, dok mu „Javite nam se“ to ne otkriva.

1. Jasno recite što nudite

Ovako izgleda odredišna stranica s jasnom ponudom.

Komu je namijenjeno?

Za vlasnike kuća u Bavarskoj

Što radite?

Želite manje račune za struju uz sunčanu elektranu na krovu?

Što posjetitelj dobiva? (Gumb za akciju)

Želim besplatnu ponudu

Glavna ponuda treba biti vidljiva čim posjetitelj otvori stranicu, bez pomicanja zaslona. Istaknite je upečatljivim naslovom i jednim jasnim pozivom na akciju.

2. Gradite povjerenje. O njemu ovisi prodaja

Ugradnja sunčane elektrane veliko je ulaganje i dugoročna odluka. Razumljivo je što su posjetitelji oprezni.

Pokažite im zašto upravo vama mogu povjeriti taj posao.

Na stranici to možete pokazati iskustvima i rezultatima koji potvrđuju da stojite iza svoje ponude.

Evo što možete dodati na stranicu.

Dojmovi kupaca, po mogućnosti uz ime i fotografiju. Najviše znače kada dolaze od nekoga sa sličnim potrebama.

Primjeri izvedenih projekata s konkretnim rezultatima, primjerice „Godišnje smo uštedjeli 450 €“.

Recenzije na platformama Google ili Trustpilot.

2. Gradite povjerenje. O njemu ovisi prodaja

Najuvjerljivije preporuke stavite odmah uz poziv na akciju ili obrazac.

Želite da posjetitelj klikne na gumb. Pokažite mu zašto vam može vjerovati upravo ondje gdje donosi tu odluku.

3. Istaknite jedan jasan poziv na akciju

Šest gumba sa šest različitih poruka zbunit će posjetitelja. Pažnja mu odluta, a vi gubite klik koji je mogao dovesti do upita.

Odaberite jedan glavni poziv na akciju i ponovite ga gdje treba.

„Zatražite besplatnu ponudu“

„Saznajte koliko možete uštedjeti“

„Dogovorite besplatno savjetovanje“

Na mobitelu neka gumb bude stalno nadohvat ruke, a da pritom ne zaklanja sadržaj.

4. Olakšajte slanje upita

Kad posjetitelj ispuni obrazac, dobivate kontakt potencijalnog kupca.

Dug, nespretno složen obrazac može odbiti i nekoga tko vam se već htio javiti.

Olakšajte ljudima taj korak.

Tražite samo ono što vam doista treba, primjerice ime, adresu e-pošte, poštanski broj i eventualno vrstu krova.

Neka obrazac bude kratak. Ako ima više koraka, prikažite napredak kako bi posjetitelj znao koliko mu je preostalo.

Odmah im ponudite nešto korisno, primjerice ponudu ili okvirni izračun na zaslonu.

Za podatke koje vam ostave uzvratite informacijama koje njih zanimaju.

4. Olakšajte slanje upita

Ove savjete možete i odmah primijeniti. U tome vam možemo pomoći.

Zato smo razvili Solarise. Posjetitelj odmah dobiva ponudu, a vi podatke za kontakt dobivate izravno sa svoje stranice.

Koji god pristup odaberete, imajte ovo na umu.

Dajte posjetiteljima razlog da ostave podatke.

Tako ćete doći do novih kupaca i izdvojiti se od konkurencije.

5. Odgovorite dok je kupac još zainteresiran

Čak 78 % kupaca bira tvrtku koja im prva odgovori.

Ako vam za odgovor trebaju 24 sata ili dulje, potencijalni je kupac vjerojatno već dobio ponudu od nekog drugog.

Brzina čini razliku, osobito u prodaji.

Ali kako stići odgovoriti na svaki zahtjev za ponudu?

5. Odgovorite dok je kupac još zainteresiran

Automatizirajte dio posla.

Pošaljite automatsku potvrdu e-poštom čim kupac ispuni obrazac.

Prikažite prvu, okvirnu ponudu odmah, bez čekanja.

Uključite podsjetnike i automatizirane zadatke u CRM-u kako nijedan upit ne bi ostao bez odgovora.

Solarise to radi automatski. Odmah izrađuje ponudu, prikuplja kontakte i sinkronizira ih s CRM-om. Razvili smo ga za tvrtke koje se bave sunčanom energijom.

Možete izraditi i vlastiti obrazac koji kupcu daje nešto korisno, povezati ga s CRM-om i postaviti automatske naknadne poruke.

Odaberite način koji vam odgovara.

Nemojte dopustiti da prodaja trpi samo zato što odgovor stiže prekasno.

6. Pomozite posjetiteljima da donesu odluku

Sasvim je u redu ako posjetitelj još nije spreman zatražiti ponudu.

Neki tek razgledavaju, a drugima treba još informacija prije nego što se odluče.

I jednima i drugima možete pomoći korisnim informacijama i dati im razlog da vam vjeruju.

U tome vam pomaže sadržaj koji prati kupca dok razmatra svoje mogućnosti.

Kao i ulaganje u sunčanu energiju, odnos s kupcem donosi rezultate s vremenom. Koristan odgovor u pravom trenutku može pretvoriti „možda“ u „da“.

6. Pomozite posjetiteljima da donesu odluku

Posjetiteljima koji još razgledavaju možete pomoći na nekoliko načina.

Blog. Objavljujte razumljive, korisne tekstove koji odgovaraju na česta pitanja i grade povjerenje. Dobar članak može privući čitatelja na vašu stranicu i poboljšati vašu poziciju na Googleu.

Chatbot. Ljudi koje zanimaju sunčane elektrane imaju mnogo pitanja. Odgovorite im bez višesatnih telefonskih razgovora. Chatbot može preuzeti česta pitanja kao što su „Trebam li dozvolu?“ i „Koliko traje ugradnja?“.

Interaktivni alati. Chatbot odgovara na opća pitanja, ali kupca zanimaju njegova kuća i njegova potrošnja. U obrascu za trenutnu ponudu može bez pritiska provjeriti moguću uštedu ili usporediti sustave. Dobiva koristan odgovor i razlog da nastavi.

6. Pomozite posjetiteljima da donesu odluku

Takav sadržaj pomaže ljudima razumjeti ponudu, steći povjerenje i zapamtiti vašu tvrtku.

Kad budu spremni, javit će se vama.

Alati kao što su Landbot, Tidio i Intercom omogućuju vam da chatbot obučite na podacima o sunčanoj energiji. Za vlastite obrasce možete koristiti, primjerice, Typeform.

Želite li alat razvijen baš za instalatere, pogledajte Solarise kalkulator za trenutne ponude i ugrađenog AI asistenta.

7. Još nekoliko savjeta

Želite li povećati prodaju putem web-stranice, krenite od jednostavnog pitanja.

„Zašto uopće imamo web-stranicu?“

Da bi nas pronašli na internetu? Naravno. Da bismo objasnili kako sunčana energija funkcionira? Svakako.

Ali stranica može biti i vaš najbolji prodavač. Dostupna je 24 sata dnevno, svaki dan, radi bez stanke i nikad ne zaboravlja ponovno se javiti kupcu.

Kako?

Dajte stranici svrhu. Neka posjetiteljima pomogne postati kupcima.

7. Još nekoliko savjeta

Katkad i male izmjene donose vidljivu razliku.

Brzina učitavanja. Ako se stranica učitava dulje od 3 sekunde, polovica posjetitelja odlazi. U alatu PageSpeed Insights provjerite što usporava stranicu i otklonite uzrok.

Česta pitanja. Odgovorite na 5 pitanja koja najčešće čujete u prodajnim razgovorima. Tako štedite vrijeme i odmah gradite povjerenje.

Ponudite koristan materijal za preuzimanje, primjerice „Sunčana energija za početnike: vodič za 3 minute“, u zamjenu za adresu e-pošte. Nastavite kupcu slati informacije koje su mu važne.

Samo jedna sekunda duljeg učitavanja može smanjiti stopu konverzije na stranici i do 70 %.

Pretvorite posjetitelje u kupce

Već ste obavili teži dio posla i privukli ljude na stranicu.

Sad iskoristite tu priliku.

Budite jasni, brzi i korisni. I uvijek se ponovno javite.

Dovoljno je nekoliko promišljenih izmjena i pravih alata. Ne trebaju vam složeni prodajni procesi ni veliki timovi.

Postoji mnogo provjerenih pristupa i alata. Odaberite one koji odgovaraju vašem načinu prodaje sunčanih elektrana.

Ako vam ovo zvuči zanimljivo, želim s vama podijeliti još nešto →

Pretvorite posjetitelje u kupce

Više od 90 % kupaca sunčanih elektrana počinje pretragom na Googleu. U tvrtki Solarise pomažemo vam da pronađu upravo vašu ponudu.

Naš dodatak za izradu trenutnih AI ponuda na web-stranici, AI asistent i CRM pomažu vam prikupiti upite i pretvoriti ih u prodaju.

Želite li vidjeti kako sve to radi, slobodno mi se javite.

Tina iz tvrtke Solarise, suosnivačica i izvršna direktorica

Demonstraciju možete dogovoriti i na stranici Solarise.

Neka vaša stranica postane vaš najvrjedniji prodavač.

tina@solarise.app

www.solarise.app/hr/book-a-demo

Solarise objedinjuje alate za prodaju sunčanih elektrana, od prvog upita do novog kupca.

Kalkulator ponude na stranici. Posjetitelji odmah dobivaju prilagođenu ponudu izrađenu uz pomoć umjetne inteligencije. Tako im prvi dajete koristan odgovor.

Ugrađeni chatbot. Budući kupci imaju mnogo pitanja. Naš AI stručnjak za sunčanu energiju odgovara umjesto vas, a možete ga upoznati i s pojedinostima o svojoj tvrtki.

Ugrađeni CRM. Svaki upit iz kalkulatora automatski stiže u CRM. Filtrirajte kupce prema interesu i solarnom potencijalu kako biste znali komu se prvo javiti.

Spremni za sljedeći korak u prodaji sunčanih elektrana?

Dogovorite demonstraciju ili saznajte više o platformi Solarise.

www.solarise.app/hr/book-a-demo