

【香港網站設計】企業網站如何設計才能提升網站用戶的轉化率？

瀏覽：761 2020-03-20 編輯：香港網站設計 來源：互聯網

怎樣將網站的訪問者轉化為成交的顧客?這就涉及到提高用戶轉化率的問題了。對企業特別是中小型企業來說，用戶轉化率都至關重要，它關係著網站的存亡，尤其是對那些進行網上銷售的公司來說。網站運營那點事兒：設計一個簡單、美觀的網站對用戶點擊率轉化為購買率很有必要。以下是整理的可以有效提高用戶轉化率的四大建議：

一、企業產品展示頁面優化

在網站上展示產品時，我們可以使用一些有關產品的大圖吸引顧客的注意力，著重展示產品的細節和優點;

在網站的主頁上，最好使用一張全屏照片，可以是當季非常流行的，也可以是最暢銷的產品的(只要是能夠吸引顧客注意力、有助於產品宣傳的都行)，不過要注意選用的圖片是否與網站的整體風格一致。

其次，使用的全屏圖片要保證高質量，並且可以適用於不同的設備(電腦，平板、手機等)。在現在這個互聯網快速發展的時代，很多人都是通過移動設備來瀏覽網頁，因此將網站設置成適應多種設備必不可少。

二、企業網站簡化支付環節

讓支付變得更簡單!簡化支付環節，可以避免顧客因繁瑣的程序而放棄購物車裡的"寶貝"，這也意味著顧客能更快速完成交易。

在店鋪中設置綜合多種功能的購物車，可以最小程度的減少摩擦，讓顧客擁有流暢的購物體驗，促進訂單的完成，減小用戶流失的可能。

三、企業網站讓按鈕更明顯

將"行為引導"的按鈕設置的更醒目，使用突出的顏色，以此來刺激顧客購買的慾望。一個按鈕越容易被找到，人們越有可能去點擊，一筆訂單可能就這樣輕易的完成了。

一方面，"行為引導"按鈕的顏色應該符合網站的整體配色，不能顯得太突兀，太不"合群";

另一方面，它的顏色也必須能和頁面上的其他設計元素區別開來，不能掩蓋在花叢中。將大膽的顏色比如紅色、黃色設為按鈕的顏色一般很受人歡迎，因為這些顏色足夠醒目，我們還可以在按鈕周圍加上邊框，更能讓他們看起來富有吸引力。

四、企業網站簡潔的排版

所有與銷售過程相關的程序都應該遵循"簡單"這一原則，當然這也包括你在網站上使用的語言和字體。

簡化"行為引導"按鈕的語言，設置成"立即購買""添加購物車"這些直白的詞語，不要想著委婉的表達;在提到字體時，微軟雅黑字體或者其它非襯線字體(MAC比較多)不管大小看起來都很舒心。在網站的主頁面，我們可以嘗試設置成幾種不同的字體，放在不同的位置，看看哪種組合效果最佳。

