



Vodič po spletnih straneh

3 napake, zaradi katerih
obrniki izgubljajo stranke na
spletu

Ura je 8.30 zjutraj. Ravno ste dobro prijeli za orodje, se osredotočili na detajl vašega projekta in ujeli pravi ritem dela. Nakar v žepu zazvoni telefon. Odložite orodje, si obrišete roke, se oglasite in na drugi strani slišite vprašanje: "Dober dan, a vi izdelujete tudi kuhinje po meri? Kakšne so pa kaj cene? Kje pa sploh delujete?" Ali vam je znano? Točno takšni pogovori so del vsakdana nešteti drugih obrtnikov.

Čeprav ste veseli vsakega zanimanja za vaše storitve, vas nenehno odgovarjanje na vedno ista osnovna vprašanja pošteno izčrpava. Vsaka minuta, ki jo preživite na telefonu in pojasnujete stvari, ki bi morale biti jasne že na prvi pogled, je minuta, ko ne ustvarjate vrednosti in ne zaključujete projektov.

Vaša spletna stran bi morala biti rešitev za ta problem. Morala bi delovati kot vaš zaposleni – osebni pomočnik, ki dela 24 / 7, ne zahteva dopusta in nikoli ne zboli. Njena glavna naloga je, da filtrira vprašanja, informira obiskovalce in vam na koncu pripelje samo tiste stranke, ki so dejansko pripravljene na nakup.

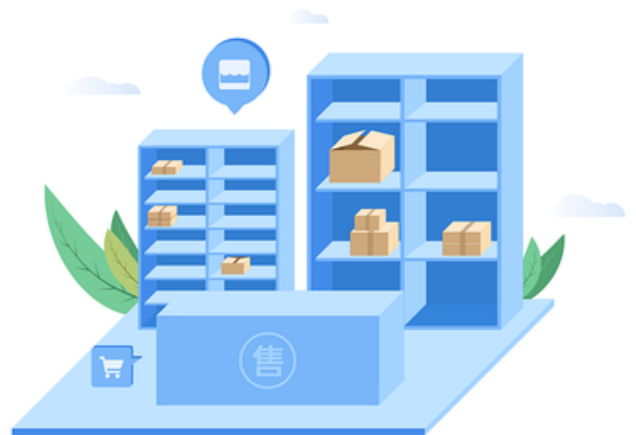
Kljub temu pa večina spletnih strani obrtnikov tega ne počne. Namesto da bi delo olajšale, ga otežujejo ali pa obiskovalce celo odženejo naravnost h konkurenci. Razlog za to se najpogosteje skriva v treh ključnih napakah, ki jih lastniki spletnih strani storijo popolnoma nevede.

V tem vodiču si bomo podrobno ogledali te tri napake.

Napaka #1: Skrivanje ključnih informacij (prazna izložba)

Predstavljajte si, da imate fizično trgovino. V izložbo postavite čudovito sliko vaše ekipe in pripišete "Tradicija in kvaliteta".

Nikjer pa ne piše, **kaj** sploh prodajate, **kakšen** je delovni čas in **koliko** stvari stanejo. Stranke bi najverjetneje stopile mimo.



Na spletu se dogaja popolnoma ista stvar. Ljudje danes ne berejo; ljudje "skenirajo". Če v **prvih treh sekundah** ne najdejo tistega, kar iščejo, **gredo nazaj** na Google.

Napaka #1 (Rešitev)



Kaj morate nujno dodati

Odstranite dolge, zapletene odstavke o zgodovini podjetja. Zamenjajte jih z jasnimi informacijami na vrhu strani:

- **Točen seznam storitev:** Namesto "Gradbena dela" zapišite specifično "Izdelava fasad in polaganje tlakovcev". Stranka mora takoj vedeti, ali lahko rešite njen problem.
- **Območje delovanja:** Jasno zapišite regijo, da preprečite klice iz napačnega konca države.
- **Pogosta vprašanja (FAQ):** Zberite 5 najpogostejših vprašanj s terena in nanje odgovorite na strani. Število nepotrebnih klicev bo drastično padlo.

Napaka #2: Ignoriranje telefonov (Prepočasno in neberljivo)

Časi, ko so ljudje obrtnike iskali izključno doma za velikim računalniškim zaslonom, so minili.

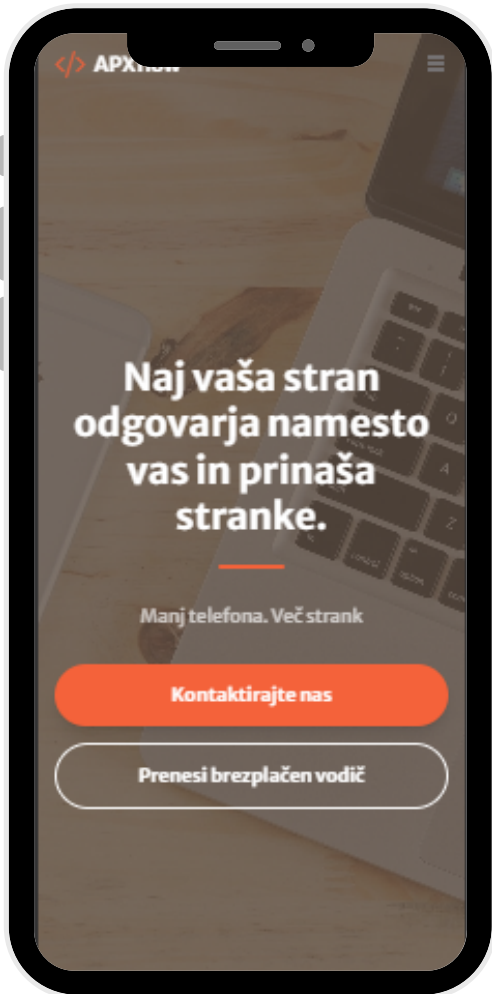
Več kot 60 % (včasih celo 80 %) vseh iskanj lokalnih storitev poteka preko pametnih telefonov.

Če vaša stran na telefonu izgleda **pomanjšano**, besedilo ni **berljivo**, gumbi pa so **premajhni** (sindrom "debelega prsta"), obiskovalci doživijo **frustracijo** in stran takoj zapustijo.



Če vaša spletna stran ni tehnično prilagojena in optimizirana za pametne telefone, delate ogromno napako.

Napaka #2 (Rešitev)



Optimizacija za hitrost in dotik

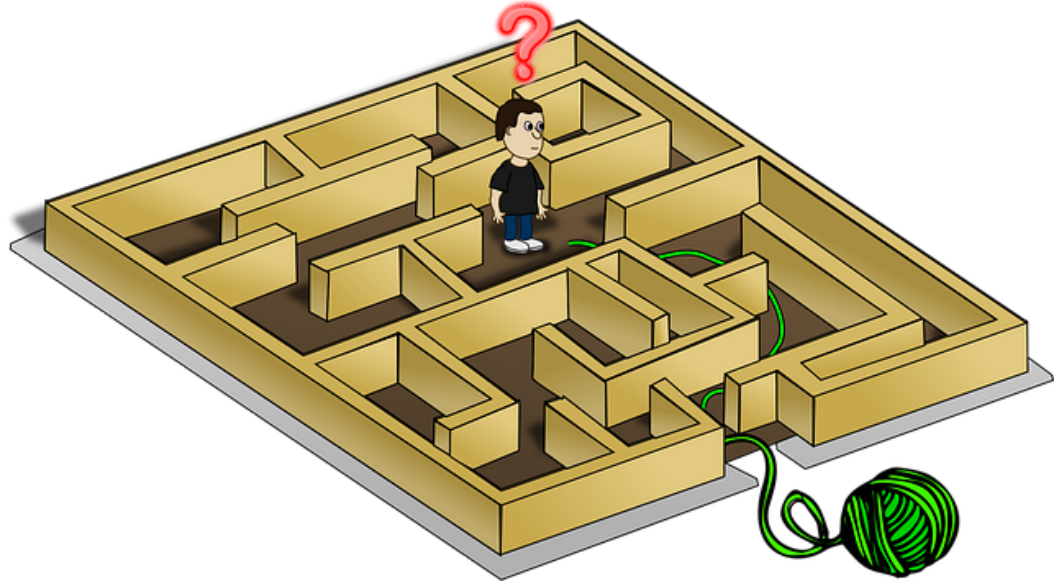
Slaba mobilna stran podzavestno sporoča pomanjkanje profesionalnosti. Vaša spletna stran mora biti tehnično prilagojena:

- **Hitro nalaganje:** Slike morajo biti stisnjene za takojšnje nalaganje. Z vsako sekundo čakanja izgubite približno 20 % potencialnih strank.
- **Velikost pisave:** Besedilo mora biti dovolj veliko za branje brez ročnega približevanja ekrana.
- **Klic z enim klikom:** Gumb "Pokliči nas" mora biti na dosegu palca in mora samodejno zagnati klic na telefonu.

Strani se vedno izdelujejo po principu “Mobile first” (najprej za telefon)

Napaka #3: Brez jasnega poziva k dejanju

Predstavljajte si, da ste stranko prepričali. Prebrala je vaše storitve, videla, da delujete v njenem kraju, stran ji je všeč, vi ste ji všeč. **Kaj pa zdaj?**



Presenetljivo veliko obrtnikov na tej točki stranko prepusti sami sebi. Na strani imajo napisano vse mogoče, nimajo pa jasnega gumba ali navodila, **kaj mora stranka storiti naprej**. Številka je pogosto skrita na dnu strani, kontaktni obrazec pa zahteva 15 različnih podatkov. - Ustvarili ste **labirint**.

Ljudje na spletu ne marajo razmišljati. Če jim ne poveste natančno, kaj morajo storiti, ne bodo storili ničesar. Upati, da bodo sami pobrskali za vašim e-mailom, ni poslovna strategija.

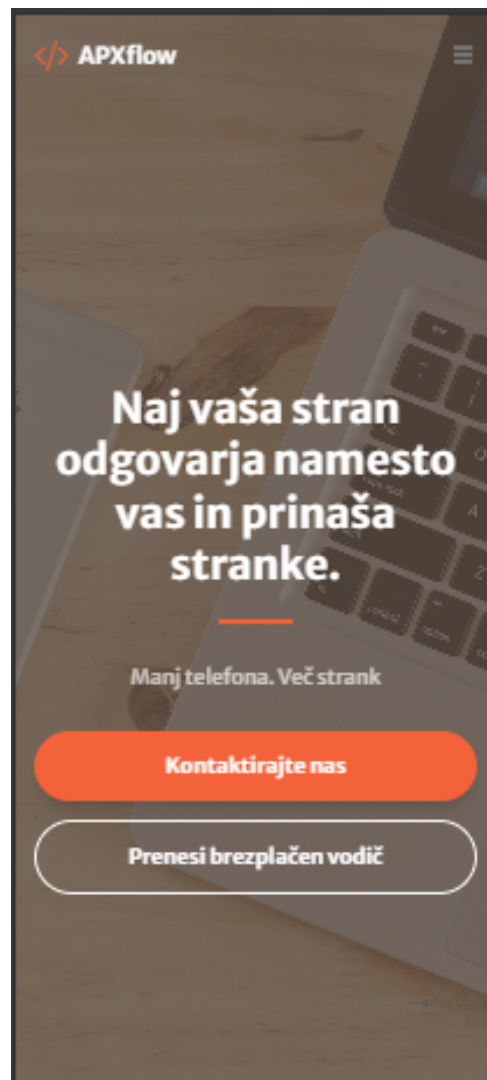
Napaka #3 (Rešitev)

Vodite stranko za roko:

V spletnem razvoju temu rečemo jasen "**Call to Action**" (CTA) oziroma poziv k dejanju. Vaš poziv k dejanju mora izstopati iz ozadja. Biti mora v drugi, kontrastni barvi in mora se ponavljati čez celotno spletno stran.

Nahajati se mora v Z obliki:

- **V navigaciji** (vedno zgoraj desno) mora biti gumb "Kontaktirajte nas".
- **Na sredini strani**, pod opisom storitev, dodajte gumb "Pošljite povpraševanje".
- **Na koncu strani** pa naj obiskovalca pričaka drzen napis: "Ste pripravljeni na sodelovanje? Pokličite nas takoj."



Uporabite tudi **ločeno barvo** rezervirano za te gumbe da se jasno vidijo. Priporočen je tudi **dodaten CTA**, kjer s stranko gradite zaupanje (npr. naš pdf vodič)

Manj telefona. Več strank

Odprava teh napak vam povrne dragocen čas. Ko spletna stran jasno komunicira ponudbo, vas kličejo le še resne stranke, pripravljene na posel.

Ker ste mojster svoje obrti, se s tehnologijo in programiranjem ne obremenjujte – to prepustite nam. Ekipa APXflow vam zgradi spletno stran, ki služi kot avtomatizirano prodajno orodje.

Naš preprost potek dela:

- **Kontaktirajte nas:** Zaupajte nam svoje želje brez tehničnega kompliciranja.
- **Mi prevzamemo tehniko:** Izdelamo hitro in varno stran, vi pa v miru delate.
- **Prihranite čas:** Vaša nova stran 24/7 informira obiskovalce in zbira povpraševanja.

Ne odganjajte strank z zastarelo stranjo in prenehajte izgubljati čas z razlaganjem osnov!

Manj telefona. Več strank

[Kontaktirajte nas](#)

 **APXflow**