



SALES PAGE

TEMPLATE

selmamulder.nl

De Sales Page

De Sales Page, of Verkoop Pagina, is een pagina die helemaal op zichzelf staat. Het is namelijk de bedoeling dat, zodra een bezoeker hier naartoe heeft doorgeklikt, deze verder gaat met 'kopen'. En dus niet afgeleid wordt door andere pagina's of een mogelijkheid heeft om weg te klikken.

Dat betekent voor de praktijk dat een Sales-Page geen menu heeft, ook niet in de footer. De enige actie die er op een Sales-Page mogelijk is, is het klikken op de Koop-Knop.

Hieronder vind je de omschrijving van de elementen van een goede en aantrekkelijke Sales-Page. Ik heb ze in de volgorde gezet die je het beste kunt aanhouden als je dit werkblad gebruikt om je eigen Sales-Page te maken.

Naam

Bovenaan de pagina staat de naam van het product.

Die kun je uitbreiden met een slogan en eventueel al een koop-knop voor de bezoeker die al weet wat ze wil.

Als je geen leuke slogan kunt verzinnen kun je ook gewoon een openingszin neerschrijven.

Voordelen of resultaten

Je schrijft uitgebreid wat de resultaten zullen zijn als de bezoeker het product koopt en gaat gebruiken. Hou dit vooral positief. Probeer een plaatje te schetsen van de doelen en de dromen van de bezoeker.

Daarmee laat je ook zien dat je precies snapt wat ze wil, waar ze naar op zoek is.

Dit kun je doen door middel van een paar kleine alinea's die iedere keer een resultaat belichten. Je kunt hier ook een verhaal vertellen. Of verrassende feiten onthullen hoe het product gewerkt heeft voor anderen.

Missie

Als de sales-page alleen bereikbaar is via doorklikken op jouw website, dan hoef je jouw missie niet uitgebreid nog eens te vertellen.

Maar het kan ook zijn dat bezoekers op jouw sales-page komen via doorklikken in een advertentie, op social media of een directe link in je blog of nieuwsbrief.

Dan is het handig om op de sales-page ook iets te vertellen over jou, je missie en je bedrijf.

Investering

Natuurlijk ga je ook aangeven wat de prijs is van het product. Dat kan op verschillende manieren:

- De prijs zonder poespas
- De prijs als de bezoeker binnen 20 minuten beslist
- De prijs met bonussen
- de prijs in termijnen of ineens
- De prijs zoals die in de advertentie (aanbieding) staat
- Anders . . .

Garantie

Heb je een niet-goed-geld-terug-garantie? Zet die hier dan neer en geef aan wat de hoofdvoorwaarden zijn.

Bonussen

En om het de wijfelende koper nog lekkerder te maken geef je ook een of meer bonussen bij de koop. Dat kunnen gratis toevoegingen zijn of toevoegingen met een gereduceerde prijs.

Call To Action

Helemaal bovenaan je sales-page heb je al een koop-knop gezet, een call-to-action knop. Die kun je op meerdere plekken op je sales-page zetten, maar in ieder geval onderaan. Mijn aanbeveling is om er ook eentje halverwege te zetten na de voordelen en een stukje social proof.

Bewijs

Hoewel ik dit element als laatste beschrijf, is het niet de bedoeling dat je het ook helemaal als laatste toevoegt aan je sales-page. Er zijn verschillende vormen van Bewijs en daarmee ook verschillende plekken waar je dat kunt plaatsen. Je kunt meerdere vormen op dezelfde sales-page gebruiken.

Testimonials

Dit is de bekendste vorm van bewijs en wordt Social Proof genoemd. Je kunt deze stukjes ervaringen van klanten op meerdere plekken zetten, maar gebruik dan niet steeds dezelfde ervaringen. Testimonials zijn des te sterker als er gegevens bij staan van degen die haar ervaring heeft gedeeld.

Getallen

Het kan voor de bezoeker prettig zijn om te zien hoeveel mensen haar voorgingen, of hoe lang jij al het betreffende product uitontwikkelt, of hoeveel jaren ervaring je hebt. De getallen verzin je niet, maar welke getallen op deze pagina voor jou en de verkoop van het product zullen werken, daar is veel in mogelijk.

Onderzoek

Als je resultaten uit onderzoek gebruikt, zorg er dan voor dat de onderzoeker, of het onderzoeksinstituut, erbij genoemd staan. En eventueel de 'plek' waar het volledige onderzoek ingezoen kan worden.