Atrapa A Tus Visitantes Mejorando El Landing Page De Tu Web

Al utilizar algún programa de publicidad de pago; es importante hacer un correcto uso de las **páginas de destino ó Landing Page** para crear una experiencia agradable de sus anuncios, mejorando la **efectividad de la publicidad para su sitio web**.

Frecuentemente la interacción inicial de un visitante con su sitio web es una página de destino, es por eso que es tan importante dar una **primera impresión que impacte**.

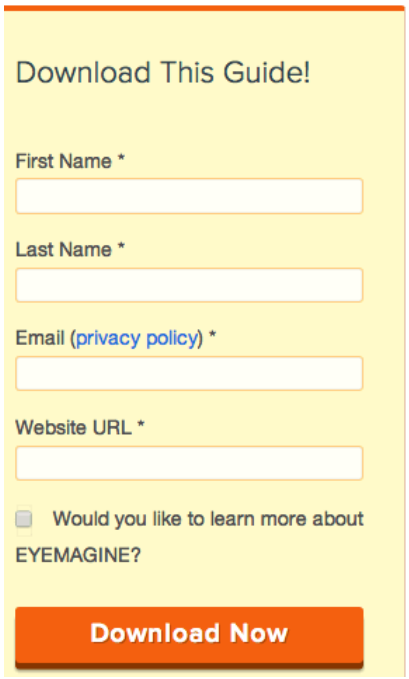
Un **Landing Page** debe ser una página sencilla, debe de tener ciertos aspectos de SEO, como el tiempo de carga y distribución de contenido, con esto nos aseguramos de que sea una **pagina de alta calidad**. Pero, la página de destino debe de omitir ciertas características: Eliminar la barra de navegación superior y así evitar distraer a una persona.

Hay otros elementos de la página que pueden ayudar a mejorar las probabilidades de que el visitante realice la acción

deseada por nosotros, como la suscripción a un boletín de noticias , la descarga de un libro electrónico u otros medios para **atrapar al visitante**. Es por estos que compartimos algunos consejos para que pueda atrapar a un cliente fácilmente por medio del **Landing Page**.

1. Utilice Un Formulario Simple, Pero Completo

El uso de un formulario sencillo en sus páginas de destino hará que el proceso de registro sea mucho más ágil. Incluya un par de campos donde pueda recopilar información realmente importante como un nombre, dirección de correo electrónico y página web.



Asegúrese de encontrar un punto medio entre la recopilación de suficiente información y mantener el proceso simple, para hacer la interacción lo más fácil posible como ventaja para completar.

---

2. Muestra Una Descripción De

Los Beneficios

Lo que terminas **ofreciendo en la pagina de destino debe ser bastante claro**. Ya sea que se trate de una descarga, oferta ó un simple registro, debemos de mostrar los beneficios que puede tener el cliente con el producto.

Los beneficios que una persona recibe al suministrar su información a su compañía deben ser claros, estos se pueden mostrar en una lista con viñetas o el texto **resaltado en el Landing Page**.

Al llevar estos beneficios a la atención del visitante, **son más propensos a convertirse** y reclamar su oferta.

3 . Resalte Su Marca Con Imágenes Ó Vídeo

La página de destino debe ser sencillo, pero ciertamente no significa que no pueda usar imágenes ó un video que resalte la marca de su empresa. Utilizar **elementos descriptivos de su marca en el Landing Page**, como el color, logo, texto, etc; causa un efecto de asociación, el cual ayuda para **mejorar el branding de nuestra empresa**.

Use imágenes o vídeo para resaltar las ventajas de la empresa, el uso de estos elementos visuales como un trailer de lo que su negocio ofrece.

4 . Añada Elementos De Confianza

Vídeos e imágenes pueden ayudar a construir la confianza de un visitante, especialmente un visitante por primera vez , ¿quién necesita convencer a tomar una acción con su negocio. Los elementos que pueden construir la confianza incluyes testimonios, los logotipos de los últimos clientes o clientes activos, premios ganados, certificaciones y más.

5 . Centrarse En Dispositivos

Moviles

Además de eliminar la barra de navegación superior de la página de destino, también es importante que estas páginas tengan un buen diseño responsive.

La situación ideal es **tener un sitio web diseñado bajo parametros responsive,** que cambie de tamaño para adaptarse al dispositivo que está siendo utilizado por el usuario, para proporcionar una mejor experiencia. Al tener una experiencia óptima, es más fácil para un usuario interactuar con sus páginas de destino en el móvil y por lo tanto, aumenta la probabilidad de tener una conversión.

6. Paginas De Prueba

Regularmente probando sus páginas de destino puede saber con certeza qué elementos funcionan mejor para impulsar las conversiones, esto es sumamente importante para continuar y conocer los resultados de sus campañas publicitarias.

Tal vez pueda ser algo que lleve tiempo, ya que entre mas tiempo, mas datos para tener datos sumamente confiables. Ademas de obtener datos, podemos tener un punto fuerte para **seguir mejorando el Landing Page de la marca**, con esto mejorar y asegurar una mejor posición tanto de la marca como de los anuncios.

¿Tienes otro útil consejo para atrapar visitantes y futuros clientes por medio del Landing Page? Compártelo en un comentario ;)