

**Povećanje prihoda
WordPress sajta
kroz optimizaciju
stepena konverzije**

ĆAO!

Ja sam Stefan
Sovrlić.

Možete me naći na:

stefan@w3-lab.com

w3-lab.com

linkedin: /in/stefan-neumans

FB: /glavni.dasa



**Kako zaraditi više sa
istim saobraćajem na
sajtu i/ili
marketinškim
budžetom?**

A person wearing a light-colored, ribbed sweater is shown in profile, looking down at a smartphone held in their hand. The background is a blurred indoor setting, possibly a cafe or office. A large, solid blue diamond shape is overlaid on the center of the image, containing the text 'O MENI I W3 LAB-U' in white, uppercase letters.

O MENI I W3 LAB-U

ŠTA JE STOPA KONVERZIJE?

- Stopa konverzije je procenat posetilaca na vašem sajtu koja obavi željenu radnju.
- To može biti prodaja, sign up (registracija), prijavljivanje za obavljanje neke usluge itd.
- primer: Prodajete nakit. Danas je na sajt ušlo 1000 ljudi i prodali ste 30 komada nakita. Vaša stopa konverzije je 3%.
- $30/1000 * 100 = 3\%$



KOME OVO MOŽE
KORISTITI?

KAKO VAM POVEĆANJE STOPE KONVERZIJE MOŽE KORISTITI?

- Primer prethodno pomenutog sajta za nakit
- Kako duplirati broj prodaja?
- Bolje iskorišćavanje saobraćaja

Primer iz prakse: UpCart



ŠTA JE CILJ?

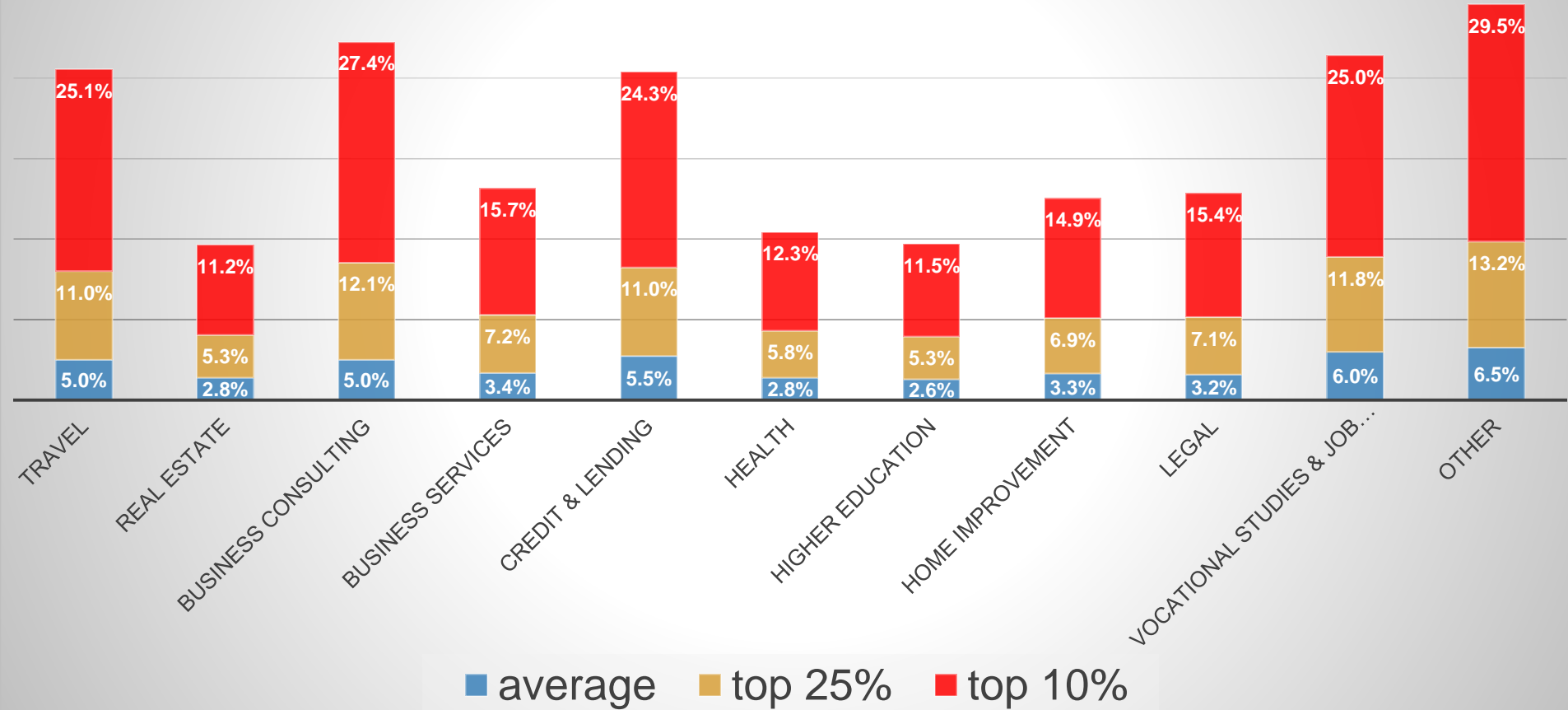
Da ispričate priču.

KOJA JE DOBRA STOPA KONVERZIJE?

Zavisi od više faktora*.

- Za lead-generation je oko **5%****
- Za ecommerce je **1.95%**
- Za Google Ads Search Network je oko **3,75%**
- Za Google Ads Display Network je oko **0,77%**

Stopa konverzije po industrijama



Cilj je biti u prvih 25%

- Primera radi, za legal industriju je prosek 3.2%
- Ako biste „ušli“ u prvih 25%, vaša konverzija bi u tom slučaju skočila za više od 100% -> na 7.1%
- Budući da CPC za legal u SAD-u ide do \$45, možete pretpostaviti o kakvim se uštedama priča.
- Ulazak u prvih 10%? Do 5x veća konverzija od proseka!

Alati

- Postoje razni alati pomoću kojih možete testirati svoj landing page.
- Kao i brojni benchmark-ovi.
- I svi oni mogu da vam pomognu, ali na duže staze ne znače ništa.
- Jedini način da znate šta radi, a šta ne je **TESTIRANJE.**

Šta treba da ima svaka landing strana

1. Hero Shot
2. Value Proposition
3. Prednosti
4. CTA (Call to Action)
5. Social Proof



4 GENERATIONS OF PLUMBERS

PROVIDING AFFORDABLE, QUALITY PLUMBING FOR
NEARLY A CENTURY. GET YOUR FREE ESTIMATE TODAY!

[TELL US ABOUT YOUR ISSUE](#)

5 STAR REPUTATION EARNED BY OUR PLUMBING PROFESSIONALS

“We were so relieved.”

“Called first thing and they said they’d call back after they made the schedule. 10 minutes later, they called with an appointment time. Ramon arrived on time and solved our clogged drain pipe under our house. He was friendly and helpful, explaining what he was doing. We were so relieved.”

- Gordon M.

[PREV](#)

[NEXT](#)

1. Hero Shot

- Generičke slike su kontraproduktivne
- Bitno je ne samo imati sliku, nego izazvati emociju
- Hero Shot treba da priča priču
- Ako posetilac posle 5 sekundi gledanja u sliku* ne zna o čemu se radi na sajtu – Hero Shot je loš.



2. Value Proposition

- Pravilo od 5 sekundi i ovde važi.
- Šta value proposition u idealnom slučaju treba da sadrži?
- Idealno, 6 reči koje su na govornom nivou učenika prve godine srednje škole, gde je jedna od tih reči ti/Vi (You).
- VP je najbitniji deo teksta sajta



DO YOU HAVE A PLUMBING EMERGENCY?

PROVIDING AFFORDABLE, QUALITY PLUMBING FOR
NEARLY A CENTURY. GET YOUR FREE ESTIMATE TODAY!

[TELL US ABOUT YOU ISSUE](#)

POTENCIJALNO
REŠENJE



3. PREDNOSTI

4. CTA (Call to Action)

- Reči koje koristite su jako bitne.
- Uvek treba testirati više različitih varijacija.
- Stvoriti osećaj hitnosti (call now, call today itd)
- Za dobar CTA morate razmišljati kao roditelj – precizirajte koju akciju mora posetilac da obavi (Download now, Sign up now itd).

4. CTA (Call to Action)

- U idealno slučaju treba da postoji samo jedna akcija koja može da se obavi na landing strani.
- To nije uvek primenjivo, ali ako imate dedicated landing za nešto, svakako će drastično da vam poveća CR.
- Stvoriti jasan put kupovine (ili bilo koje druge akcije)
- Social media dugmići (FB, IG, Twitter itd), polices itd.



100

→ Preporučan broj reči na stranici – 100*

Broj reči

- 100 je samo preporuka
- Za neke sajtove je nemoguće napisati content od samo 100 reči
- Broj reči utiče na konverziju za oko +/- 25%
- **8/10 čita headline, samo 2/10 ceo tekst**
- Flesch Reading Ease score može uvećati CR za 50%,

5. Social Proof

- Direct Quote
- Slika
- Hiperbole
- Treba da uliva poverenje u firmu/sajt
- Konkretni primeri

5 STAR REPUTATION EARNED BY OUR PLUMBING PROFESSIONALS

“We were so relieved.”

“Called first thing and they said they’d call back after they made the schedule. 10 minutes later, they called with an appointment time. Ramon arrived on time and solved our clogged drain pipe under our house. He was friendly and helpful, explaining what he was doing. We were so relieved.”

- Gordon M.

PREV

NEXT

Copywriting

- Emocija > razum i analitičko razmišljanje
- Kako se donose odluke?
- Udjite u priču sa posetiocem na ličnom nivou (Get personal)
- Koristiti „power words“ i prideve
- Izazvati radoznalost
- Strah od gubitka je jači od dobiti
- Odgovoriti na potencijalne zamerke/prigovore



HEAT MAPPING

LasikPlus
Imagine your life in focus

0.5% #8

PATIENT STORIES

1.1% #6

TREATMENT

0.5% #8

AFFORDABILITY

4.0% #2

RESOURCES

0.5% #8

ABOUT LASIKPLUS

0.8% #7

20/20 vision puts the important things in sight

Get Started

Schedule your Free
LASIK Consultation

SCHEDULE NOW

2.1% #3

\$500 off LASIK
Schedule Today

Must have treatment by 11/17/12

Save up to \$1,200 on LASIK using your Flex-Spending Account

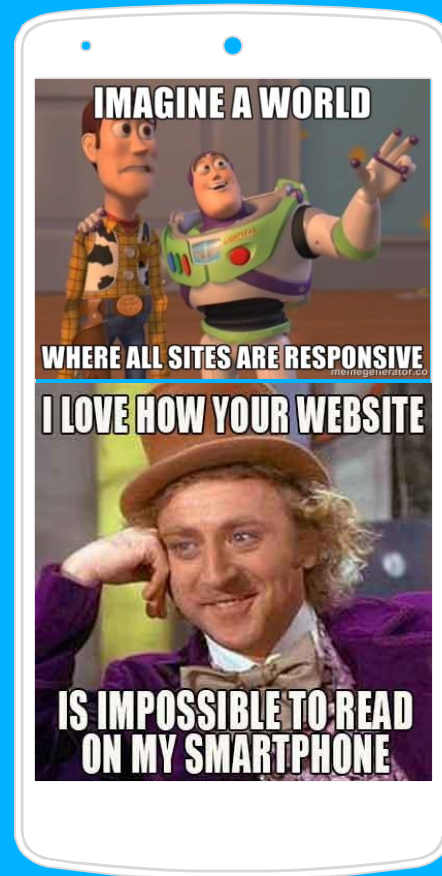
LEARN MORE

1.6% #4



Page load speed i tehnička optimizacija sajta

- Podrazumeva se da u 2019. imate responsivan sajt.
- Ukoliko imate sajt koji nije responsivan, automatski gubite 3 od svaka 4 posetioca koja dodju na Vaš sajt.



Zašto je brzina učitavanja sajta bitna?

- Ako se vaš sajt očitava duže od 3 sekunde, 54% posetilaca će ga napustiti pre nego što se on očita. To je značajan deo publike, značajan deo potencijala koji gubite.
- 85% svih sajtova se očitava duže od 5 sekundi na mobilnom. To je već deo koji vrlo lako i sa malo tehničkog znanja možete unaprediti.

Povećavanje vremena za koji je potrebno da se stranica očitava na mobilnom za 1 sekundu u proseku uzrokuje:

8.3%

→ veći bounce rate

3.5%

→ niža stopa konverzije

2.1%

→ manja veličina korpe

9.4%

manji broj page views-a

Kako proveriti optimizaciju svog sajta?

- <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>
- <https://gtmetrix.com/>
- <https://www.dareboost.com>
- <https://tools.pingdom.com/>
- Google Chrome developer tools

Plugin-ovi za unapredjenje optimizacije

- Swift (Free/paid)
- WP Rocket (Paid)
- WP Fastest Cache (Free/Paid)
- WP-Optimize (Paid)
- Gomila drugih

Još par stvari:

- AMP (Accelerated Mobile Pages)
- Brzina očitavanja > video sadržaj i animacije na sajtu
- (polovina ljudi bi radije da im se sajt brže očita nego da imaju video snimak ili animaciju na njemu)
- Forme za mobilni

Telefonski broj na sajtu

- 70% klijenata je pozvalo kada dolaze sa search-a
- 61% potrošača kažu da su pozivi važni ili jako važni, a 47% kaže da bi verovatno potražili neki drugi brend ako nema broja uključenog u rezultate pretrage
- Konverzija i prosečna vrednost korpe su veći za pozive
- Stope konverzije su 10x veće kod poziva, a prosečna vrednost korpe 2x veća

Izazovi koji vas očekuju:

- Ubedjivanje da se menja sajt često zahteva puno vremena i puno ljudi kojima to treba da se objasni. Takodje je izazov ako nemate dev iskustvo.
- Ukoliko nije vaš sajt, problem je što imate manje opcija za testiranje, jer za sve morate da pitate(za dozvolu)
- Rigidnost teme: ako je popularnija tema za WP u pitanju, koju niste mnogo modifikovali ili nemate dovoljno znanja da je modifikujete – biće problema.



*“Pare su kod ljudi koji vam
odmah kazu „ne“.”*

Hvala!

A grayscale photograph of a hand holding a piece of white chalk, writing on a chalkboard. The background is slightly blurred, showing some faint white markings on the board.

Imate pitanja? Nadjite me
posle predavanja ili na:

stefan@w3-lab.com

w3-lab.com

[linkedin: /in/stefan-neumans](https://www.linkedin.com/in/stefan-neumans)

[FB: /glavni.dasa](https://www.facebook.com/glavni.dasa)

Korisni linkovi

- <https://unbounce.com/landing-page-analyzer>
- <https://unbounce.com/docs/The-Unbounce-Conversion-Benchmark-Report%E2%80%93March-2017.pdf>
- <https://www.wordstream.com/blog/ws/2014/03/17/what-is-a-good-conversion-rate>
- <https://unbounce.com/conversion-centered-design/attention.html>
- Chris Voss – Never split the difference

A top-down view of a desk with a spiral notebook, a pen, a watercolor palette, and a pair of headphones. The notebook is open and has a blue horizontal band across the middle. The pen is white and lies on the right page. The watercolor palette is in the top right corner, and the headphones are in the bottom left corner.

bit.ly/optimizacijakonverzije