

# Праздничное обновление дизайна компании или 7 способов заявить о себе в праздники

Если назревает праздник в off-line, скажите об этом on-line. Сейчас время такое — огромное количество времени большая часть людей проводит в интернете. Естественно, закапываясь в рутинной работе и трудовых буднях, они могут позабыть о праздниках.

А как поднимается настроение клиентов по отношению к тем, кто возвращает их в праздничное настроение?

Об этом стоит задуматься. Поскольку, когда человек наполнен яркими положительными эмоциями, он больше склонен к совершению покупки, чем, если бы его состояние было подавлено каждодневной рутинной.

Сегодня мы говорим об обновлении дизайна компании в отдельных инструментах и в целом.

Вы получите ряд советов, как использовать праздники для увеличения продаж on-line и off-line. Используйте каждый из них, потому что они уже проверены на практике и готовы давать результат.

Поехали.

## 1. Что такое «хорошо» и что такое «плохо» в праздничном дизайне?

Вернее, что делать можно и что категорически запрещается?

Дизайн может помогать продажам, а может и напрочь отбить у клиента желание что-либо покупать. Поэтому будьте внимательны при чтении этих советов.

### **Праздничный дизайн не должен мешать пониманию тематики сайта.**

То есть, как только пользователь зашёл на сайт, он должен сразу понять, зачем этот ресурс создан. Что на нём продаётся или предлагается? Какую пользу можно из этого извлечь?

Если вы в порыве креативного извержения мыслей оформите сайт в праздничных ленточках, шариках и добавьте весёлую музыку, которая начинает проигрываться сама по себе, как только пользователь открыл сайт — готовьтесь к банкротству. Такой сайт ничего продавать не будет. Клиенты уйдут сразу.

Знайτε меру.

### **Помогите клиенту быстро понимать контент.**

В этом вам помогут заголовки и подзаголовки.

Но не стоит лепить подзаголовок каждой второй строкой. Это раздражает, и никакого понимания сути нет.

Заголовок отражает суть страницы, а подзаголовок — суть следующих нескольких абзацев.

Берите пример с этой статьи (которую вы читаете прямо сейчас). Тут из заголовка и подзаголовков вы знаете, что вас ждёт в ближайшем будущем.

### **Мигающий текст — ужасы времён прошлого**

Если у вас на сайте есть текст, который мигает разными цветами, немедленно удаляйте и забудьте об этом навсегда. Пожалейте своих посетителей.

Мы все уже этого насмотрелись 5-10 лет назад. Тогда это считалось «крутым» инструментом. Сейчас это неоправданные капризы владельцев сайтов. Посетители этого не любят и убегают. Продажа не состоится.

### **Используйте понятную систему навигации**

Вы и сами, наверное, заходили на сайты, которые сразу хочется закрыть только потому, что вообще непонятно, как на нём себя вести.

Речь идёт о пунктах меню и других элементах навигации.

Посетитель сайта должен понимать, что произойдёт, когда он нажмёт на ту или иную кнопку или ссылку. Это его право. Не отнимайте его.

### **Осторожнее с анимацией**

Представьте, как вы заходите на сайт, чтобы совершить покупку. И тут сразу начинают выскакивать множество всяких элементов, которые вместо того, чтобы привлечь внимание и порадовать, отталкивают и раздражают.

Естественно, прибыли такие приёмы не дадут.

Праздничный сайт — не новогодняя ёлка. Тут не нужно вешать множество элементов, которые должны якобы создавать праздничное настроение.

Такой дизайн должен напомнить о празднике и поднимать настроение. Помочь клиенту принять решение о покупке. Этого будет достаточно. Не перестарайтесь.

## **2. Праздничное совершенствование сайта**

Необязательно на сайте что-то кардинально менять. Можно добавить элементы в честь праздника, а потом их убрать.

### **Простой способ оформления**

Можно немного изменить шапку сайта и украсить логотип традиционными праздничными атрибутами.

Этот вариант подойдёт в том случае, если вы и ваши клиенты предпочитают строгий деловой стиль и не любят пёстрых картинок.

### **Декоративные элементы**

Это касается элементов, которые располагаются по всему сайту, но не так, чтобы они сразу и резко бросались в глаза.

Цель такого оформления поддержать праздничную атмосферу у посетителей сайта и создать настроение, которые напомним о празднике.

### **Анимированные открытки и баннеры в честь события**

Всё просто — вы размещаете у себя на сайте открытку с поздравлением и рассылаете клиентам ссылку на это поздравление.

Естественно, к поздравлению необходимо приложить бонус в виде скидки или небольшого подарка. В зависимости от специфики вашего бизнеса.

### **Создание отдельных страниц**

Это отличный способ привлечь внимание клиентов в праздники.

Вместо того чтобы что-то менять на сайте, вы можете создать отдельную страницу с поздравлениями вместе со всеми акциями и подарками. Включая специальное предложение для клиентов, которые перейдут на эту страницу.

Это один из самых эффективных способов. Именно он конвертирует большую часть клиентов. Особенно в праздники.

Причём дизайн таких страниц может кардинально отличаться от дизайна основного сайта. Таким образом, вы можете точно направить внимание читателя на условия акции и предложение, которое делаете в честь праздника.

### **Полный редизайн сайта**

Это эффективный вариант, но он требует большего количества ресурсов.

Круто — показать пользователям новый сайт в Новом году, более приятный, удобный и симпатичный.

Клиенты понимают, что вы стараетесь быть лучше для них и совершенствуетесь, пока все остальные остаются на месте.

Естественно, это вызывает доверие и положительно сказывается на продажах.

### **3. SMM-активность в праздничные дни**

Социальные сети — отдельный эффективный инструмент ведения бизнеса. Учитывая активность пользователей в соц. сетях, грех — не использовать этот инструмент в праздничные дни.

#### **Праздничное оформление аккаунтов**

Добавить праздник в свои аккаунты в социальных сетях легко. Для этого достаточно создать обложку в тему праздника с поздравлениями.

Как только пользователь попадёт на вашу страницу, он вспомнит о празднике и увидит ваше акционное праздничное предложение.

Как вы знаете, в процессе праздников, клиенты более активны и склонны к покупкам. Это нужно использовать.

#### **Конкурсы в честь праздников**

Кто-то придумывает и внедряет акции, чтобы привлечь клиентов. А кто-то проводит конкурсы. Инструменты отличаются друг от друга, но эффективность у обоих высокая. Особенно если конкурс совмещён с акцией.

Делайте конкурс в тандеме с акцией, а акцию в тандеме с конкурсом. Так вы добьётесь большего отклика аудитории.

При этом не забывайте о визуальной составляющей. Помните, оформление может, как привлечь внимание, так и отбить у клиентов желание что-либо купить.

#### **Благодарности**

Социальные сети — самый быстрый способ поблагодарить подписчиков и клиентов за активность (например, за прошедший год).

Можно создать отдельную страницу или открытку и дать на неё ссылку в сообществе вашей компании. Конечно, сообщив о том, что на странице поздравления подписчиков ждёт подарок.

И теперь ловите клиентов сетью.

### **4. Праздничный e-mail маркетинг**

Как отправлять письма в праздники? Ведь это один из самых активных периодов, когда клиенты готовы тратить деньги.

Вот вам несколько рекомендаций.

1. Посмотрите статистику уже прошедших мероприятий, во время которых вы делали рассылку и оцените реакцию пользователей на ваш контент.

Если реакция была хорошей (то есть, если вы неплохо заработали), используйте те же инструменты, только постарайтесь сделать всё гораздо круче. Это касается и оформления и части контента. Старайтесь всегда быть круче.

Если реакция была негативной, кардинально всё меняйте — и контент и оформление. Если всё оставить как есть, вы ничего не заработаете.

2. Посмотрите, что делают ваши конкуренты или вспомните, что они делали в прошлые праздники.

Показались ли их инструменты для вас хорошими. Будь вы клиентом, совершили бы покупку у своих конкурентов. Если да, то почему?

Выпишите все причины своего решения купить у конкурентов и сделайте свою рассылку в разы интереснее и полезнее для пользователей.

3. Подарите настоящий праздник прямо в письме. Вы ведь и сами знаете, как надоедают праздничные письма, которые похожи друг на друга.

В праздничные дни ваши клиенты получают десятки и даже сотни таких писем. Поэтому отличайтесь тем, что не просто делаете акцию и даёте скидки (как все это делают), а делаете реально оригинальные подарки.

Например, книга с автографом автора, и персональное видео поздравление. Покажите клиенту, что он для вас особенный, и вы сами станете для него особенным.

## 5. Полиграфическая продукция

Ой, как много мы этого видим, и как мало об этом знаем.

Используете ли вы в своём бизнесе полиграфическую продукцию?

- ✓ брошюры
- ✓ блокноты
- ✓ календари
- ✓ наклейки
- ✓ грамоты
- ✓ открытки
- ✓ пригласительные билеты
- ✓ визитки
- ✓ листовки
- ✓ буклеты

Это малая часть из возможных. Такую продукцию создают с целью привлечь клиентов, но, как правило, она не работает только по той причине, что к оформлению подошли халатно. Или, если хотите, спустя рукава.

При создании такой продукции, продавец думает: «У нас такая крутая акция. Все будут покупать. Зачем нам ещё и про оформление париться?» И создают листовки, которые, попав в руки клиенту, сразу летят в мусорное ведро.

Ван нужен именно такой результат? Вы ведь не для этого создавали бизнес.

Поэтому подходите предельно серьёзно к созданию полиграфической продукции. Иногда грамотно продуманный дизайн способен спасти самую сложную рекламную акцию.

## 6. Веб-баннеры

Это отдельный эффективный инструмент, который стоит использовать в своём бизнесе. Особенно в праздники.

Баннеры создаются индивидуально под каждый продукт, акцию или мероприятие. При этом все детали просчитывают до мелочей заранее.

- ✓ Аудитория, на которую ориентирован баннер
- ✓ Конкретная краткая информация
- ✓ Креативность, понятная клиенту
- ✓ Броский дизайн (но не вульгарный и раздражающий)

При верном подходе, один баннер может увеличить продажи в разы. А при участии других инструментов маркетинга и правильной их настройке, результаты могут быть куда выше.

## 7. Праздничная упаковка товара

Всё время мы говорим об инструментах маркетинга, но ничего не говорим о товаре.

А ведь товар — основная составляющая маркетинга. Если нет товара, то и маркетинг не нужен.

А если маркетинг оформлен в праздничной тематике, а товара нет — у пользователя рождается несоответствие акции к товару. Это может сказаться на прибыли.

Будьте последовательны. Товар тоже должен говорить о празднике клиенту, как и вся акция. Независимо от того, что вы продаёте.

Делайте упор на дизайн упаковки. Это первое, на что клиент обращает внимание при покупке. И от этого многое зависит. Действительно ли клиент захочет отдавать за это свои деньги?

Каждый инструмент хорош по отдельности и каждый способен генерировать продажи. Но в совокупности при использовании всех инструментов в комплексе вы можете создать единый механизм продаж, эффективность которого может быть гораздо выше, чем у ваших конкурентов.

Всегда думайте наперёд. Ваши клиенты тоже развиваются и используют праздники для увеличения продаж. опередите их и зарабатывайте больше.

Конечно, вы бы могли сделать всё самостоятельно. Но сможете ли вы сделать это качественно и не отпугнуть клиентов, как это чаще всего бывает?

При разработке дизайна, лучше работать руками тех, кто делает это профессионально. Обращайтесь в компанию «Дизайн Аутсорсинга». Тут знают, как заставить клиента совершить покупку именно у вас.