

ЛЕНДИНГ В СФЕРЕ ЛОГИСТИКИ
LENDING IN THE FIELD OF LOGISTICS

Ковга Е.В., Мацко В.А.

Научный руководитель – Стефанович Н.В., старший преподаватель

Белорусский национальный технический университет,

г. Минск, Беларусь

vikamatsko16@gmail.com

E. Kovga, V. Matsko

Supervisor– Stefanovich N., senior lecturer

Belarusian national technical university, Minsk, Belarus

Аннотация. На основе анализа тенденций

развития лендинга рассмотрены основные компоненты, способствующие повышению конверсии, и протестированы сайты белорусских автомобильных грузоперевозчиков.

Abstract. Based on the analysis of the main trends

in the development of the landing page, the main components contributing to the increase in conversion are considered and the websites of Belarusian automobile cargo carriers are tested.

Ключевые слова: логистика, транспорт, лэндинг, структура, пользователи

Key words: logistics, transport, landing, structure, users

Введение.

Лендинговые страницы являются ключевым инструментом в digital-маркетинге, ориентированным на конверсию посетителей сайта

в клиентов автомобильной компании. Эти страницы сосредоточены на конкретных предложениях и имеют четкую структуру для эффективной передачи информации.

Основная часть.

Лендинг-пейдж (от англ. landing page) — это посадочная страница, на которую пользователи переходят из социальных сетей, благодаря релевантно настроенному таргетингу или баннерной рекламе.

Сайт-лендинг знакомит пользователя с продуктом или услугой привлекая внимание потенциальных клиентов и побуждая их совершить заказ или другое целевое действие: подписаться на рассылку, зарегистрироваться, лид-магнит.

Лид-магнит — полезный пользователям контент, для получения которого необходимо заполнить форму, оставив о себе информацию, например, имя и электронную почту.

Лендинг помогает бизнесу повышать текущие продажи и не является площадкой для представления всего ассортимента товаров или услуг. Визуальные элементы при этом являются ключевой составляющей.

Первостепенное значение имеет создание заметной кнопки призыва к действию (call-to-action).

Простота восприятия в лендинге представляет собой минималистичный дизайн и четкую структуру, которые позволяют пользователям быстро освоить информацию.

Меньше отвлекающих факторов способствует тому, что пользователь сосредоточен на целевом действии. На лендинге нет навигационных панелей или ссылок.

A/B-тестирование и оптимизация различных элементов лендинга позволяет определить, что работает оперативнее, улучшает контент и повышает конверсию.

Лендинги:

1) часто имеют легкую структуру и небольшое количество медиа-контента, что снижает время загрузки;

- 2) легко адаптируются под мобильные устройства;
- 3) прямое обращение к целевой аудитории: контент на лендинге можно настроить так, чтобы он был максимально релевантным для определенной группы пользователей;
- 4) могут включать формы для сбора информации о пользователях;
- 5) повышение доверия: использование отзывов клиентов, кейсов и логотипов известных брендов.

Гибкость контента в лендинге проявляется в возможности комбинировать различные форматы контента: текст, изображения, видео и инфографику.

Выбор типа лендинг-пейдж (таблица 1) зависит от целей бизнеса и целевой аудитории.

Таблица 1 – Типы лендинга

Тип лендинга	Цель
Лендинг пейдж (landing page)	Конвертация посетителей в клиентов или ладов
Продажная страница (Sales Page)	Прямые продажи товаров и услуг
Страница захвата лидов (Lead Generation Page)	Сбор контактной информации пользователей (e-mail)
Страница подписки (Subscription Page)	Подписка на рассылку или сервис
Страница мероприятия (Event Page)	Привлечение участников на мероприятие (вебинар, конференция)
Страница предварительного заказа (Pre-order Page)	Сбор заказов на продукт до его официального запуска
Страница благодарности (Thank You Page)	Подтверждение успешного выполнения действия
Промо-страница	Продвижение специального предложения или акции

(Promotional Page)

Информационная страница (Informational Page)

Предоставление информации о компании или услуге

Сравнительная страница (Comparison Page)

Сравнение различных продуктов или услуг

Создание эффективной посадочной страницы для автотранспортного предприятия требует акцента на ключевых аспектах (таблица 2).

Таблица 2 – Состав landing page

Раздел	Возможные составляющие
Заголовок	<ul style="list-style-type: none">– название компании;– привлекающий слоган.
“О нас”	<ul style="list-style-type: none">– краткое описание компании;– миссия и ценности.
Услуги	<ul style="list-style-type: none">– перечень предоставляемых услуг.
Маркетинговая составляющая	<ul style="list-style-type: none">– преимущества (опыт и квалификация водителей, цены);– отзывы клиентов (рейтинг и оценки);– призыв к действию (наличие кнопки «Заказать услугу»);– контактная информация (телефон и электронная почта).

Представленная в таблице 2 структура контента поможет создать информативную и привлекательную посадочную страницу для автотранспортного предприятия.

В таблице 3 оценим качество контента стартовой страницы трех сайтов белорусских автомобильных перевозчиков.

Таблица 3 – Оценка качества контента на стартовой странице

Критерий	ООО«БелАвтоТранс»	ООО«Грузовичкоф»	ООО«ТрансГрупп»
Навигация	9/10	7/10	8/10
Дизайн	9/10	7/10	8/10
Форма обратной связи	9/10	8/10	8/10
Мобильная адаптивность	10/10	8/10	9/10
Информация о услугах	9/10	8/10	9/10
Общая оценка	9,2/10	7,6/10	8,4/10

На основании выставленных оценок выявлено, что лендинговая страница ООО «БелАвтоТранс» является самой современной и наиболее информационной.

Заключение.

Создание эффективной лендинг-пейдж для автотранспортного предприятия: шаг к повышению конверсии и привлечению клиентов. Предоставление четкой и убедительной информации об услугах, создание интуитивно понятного интерфейса, который облегчает пользователям процесс взаимодействия, правильная структура, ясный контент и его оптимизация под аудиторию — возможные направления развития.

Литература

1. Что такое лендинг?. Лендинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://medium.com/ux-ux-protips/3-fb2eba9881af> Дата доступа: 26.10.2024.

2. Лендинг: что это, виды, структура, отличия от сайта - как создать landing page самостоятельно с нуля, этапы разработки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://practicum.yandex.ru/blog/chto-takoe-lending-i-kak-ego-sozdat/>– Дата доступа: 26.10.2024.

3. Что такое лендинг простыми словами [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.unisender.com/ru/glossary/chto-takoe-landing-page/>– Дата доступа: 26.10.2024.

4. Как сделать продающий лендинг: советы продуктового дизайнера [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://practicum.yandex.ru/blog/chto-takoe-lending-i-kak-ego-sozdat/>– Дата доступа: 25.10.2024.

5. Что такое лендинг и как его создать его самостоятельно [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://serpstat.com/?ref=1918233> – Дата доступа: 25.10.2024.

6. Плюсы и минусы лендинга: разбираем преимущества и недостатки одностраничных сайтов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://raish.ru/blog/plyusy-i-minusy-lendinga-razbiraem-preimushchestva-i-nedostatki-odnostranichnyh-sajtov> – Дата доступа: 26.10.2024.

7. Что такое лендинг и какие виды существуют [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://zhir.media/chto-takoe-lending-i-kakie-vidy-sushhestvuyut/>– Дата доступа: 26.10.2024.

8. Посадочные страницы: Лучшие практики и конверсия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://appmaster.io/ru/blog/luchshie-praktiki-raboty-s-tselevymi-stranitsami> – Дата доступа: 26.10.2024.

Представлено 5.11.2024