



Munich Personal RePEc Archive

## Features of selling products on landing page

Miller, Galina

Omsk State Technical University

2017

Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/78489/>  
MPRA Paper No. 78489, posted 17 Apr 2017 10:37 UTC

## Особенности продажи товаров на одностраничных сайтах

Миллер Галина Андреевна

Омский государственный технический университет

**Аннотация:** *Статья посвящена продаже товаров при помощи одностраничных сайтов. В статье отмечены главные особенности и отличия таких сайтов от интернет-магазинов. Также приведена схема работы, выделены плюсы и минусы одностраничных сайтов. Исходя из большого количества недостатков приведено обоснование низкой эффективности подобного вида продаж.*

**Ключевые слова:** *Одностраничные сайты, посадочные страницы, лэндинг, интернет-магазин, реклама.*

### Features of selling products on landing page

Miller Galina Andreevna

Omsk State Technical University

**Summary:** *The article is devoted to the sale of goods using one-page websites. The article highlights the main features and differences of such sites from online stores. Also led the scheme of work, the highlighted pluses and minuses of single-page sites. Based on a large number of deficiencies, the rationale for the low efficiency of this type of sales is provided.*

**Keywords:** *One-page websites, landing pages, landing, online store, advertizing.*

В последние годы люди стали проводить много времени в интернете. Одни заходят посмотреть свою электронную почту, другим интересны социальные сети. И те, и другие представляют интерес для предпринимателей, которые организовали свой бизнес в интернет пространстве. Ведь по последним подсчётам в интернете проводит своё свободное время более 85% платёжеспособного населения.

Идей как организовать свой бизнес в интернете великое множество. Отдельно следует рассмотреть продажи с помощью продающих одностраничных сайтов (landing page). Такие сайты ещё могут называться «посадочными страницами», «целевыми страницами» и «лэндингами». В соответствии со своим названием такие сайты состоят из одной страницы. Он наполнен максимально привлекательными с точки зрения маркетинга текстами. Имеется большое количество графических изображений. Помимо этого может быть добавлено видео и отзывы. Главная задача таких сайтов сделать из посетителей клиентов. Конечно такая задача стоит перед всеми коммерческими сайтами, на лэндинги отличаются более высокой конверсией (5-10%, а иногда и все 30%).

На данный момент одностраничные сайты пользуются популярностью и позволяют продать большее количество товара, чем продажи через интернет-магазины и бесплатные доски объявлений. Всё дело в том, что покупатель видит только один товар на странице и на сайте. Он не может уйти с сайта и ему остаётся только заказать товар или закрыть сайт. Когда человеку предоставлены только эти два варианта, то вероятность того, что человек купит товар, резко повышается.

Хотя одностраничный сайт и похож на интернет-магазин, но, всё же имеет ряд отличий. Так, например, в отличие от магазина с помощью одностраничного сайта продаётся только один товар или предоставляется только одна услуга. Также на одностраничнике можно увидеть более подробное и качественное описание.

Товар для продажи на одностраничном сайте подбирается такой, который сложно приобрести в магазинах. Зачастую такими товарами становятся какие-либо новинки, оригинальные сувениры и так далее. В качестве примеров, которые очень хорошо продавались, можно привести игрушку «Говорящий хомяк», убегающий будильник, многофункциональную лазерную указку, браслет Pandora и всеми известные часы G-Shock.

Итак, по какой схеме строится работа на одностраничных сайтах:

1. Продавец создаёт одностраничный сайт. Для этого оформляет доменное имя и хостинг (место расположения). У продавца есть выбор у какой компании приобретать хостинг и домен. Нужно просмотреть все варианты и выбрать самый выгодный, т. к. стоимость у различных компаний может отличаться.

2. Следующий этап заключается в поиске продукции. На сегодняшний день продавать товар на одностраничниках, можно несколькими способами:

- продавец закупает товар самостоятельно (либо в Китае, либо у местных оптовиков);

- продавец использует помощь партнёрских площадок [1, С. 54].

Такие торговые партнёрские площадки делают практически всё за продавца. Они позволяют делать простые одностраничные сайты при помощи примитивного конструктора. Также они доставляют товар клиенту и обрабатывают звонки. Продавцу остаётся только продвигать свой сайт и получать процент с продаж. Кажется, что в таком варианте одни преимущества. Однако и здесь есть минусы. Например, может случиться так, что рекламируемого продавцом товара не окажется в наличии. Таким образом, рекламный бюджет уйдёт в никуда.

Или же может случиться другая ситуация. На одностраничнике продавца написано, что товар будет отгружаться клиентам в течение нескольких дней. На самом же деле

отгрузка может затянуться на несколько недель. Это, естественно, увеличит процент отказов. А, так как партнёрские площадки, в большинстве случаев платят продавцу комиссию только за завершённые заказы, то процент отказов, которые произошли по вине партнёрки, продавцу никто не оплатит. Работая с партнёрскими площадками, продавец должен понимать, что основные деньги делает сама платформа, а не он. Серьёзного и прибыльного бизнеса при такой системе построить нельзя.

Остаётся более сложный способ, когда продавец закупается самостоятельно. В этом варианте также можно создать простой одностраничный сайт, используя те же конструкторы. Здесь продавцу придётся самому общаться с клиентами и логистическими компаниями, которые будут доставлять его товар.

3. Далее требуется организовать процесс оплаты. Для этого продавец может подключать разные платёжные системы.

4. Для того чтобы товары продавались необходимо организовать рекламную компанию. Если её не будет, то и продаж не будет тоже. Для организации и настройки рекламы существуют специальные сервисы типа Google Adwords, Yandex Direct и другие. Можно обратиться за помощью к социальным сетям и группам, но в этом случае есть угроза обмана. Просмотры могут накрутить и деньги, таким образом, будут потрачены зря. Поэтому стоит воспользоваться предложениями крупных компаний, которые доказали свою надёжность и эффективность [2, С.48].

Среди плюсов одностраничных сайтов выделяют следующие:

**1) Для начала бизнеса потребуются минимальные финансовые вложения.** Стартовый капитал может быть до 1000 долларов. Часть этой суммы пойдёт на то, чтобы создать сайт, часть потребуется для закупки товара, а часть будет потрачена на рекламу.

**2) Данный бизнес отличается мобильностью и динамичностью.** Бывает, что продавца не устраивает продукт или уровень продаж, или же поставщик прекратил поставки. В этих случаях, в любой момент, можно переделать сайт под другой продукт.

**3) Экономия денег на аренде склада.** Людям, которые продают товары через такие сайты, не нужно арендовать складские помещения. Товар находится у них одну или две недели. Постепенно его становится всё меньше, т. к. каждый день осуществляются продажи.

**4) Товар для продажи закупается оптом** и поставщик предоставляет скидку.

Минусы одностраничных сайтов:

1) Выше отмечалось, что с помощью одностраничных сайтов можно продавать не только товары, но и услуги. Но диапазон таких услуг очень узкий. Например, есть сайты, которые предлагают услуги по озеленению интерьеров или сайт рассказывающий о

вакансиях в Альфа Банке. Для того, чтобы услуга приносила деньги её необходимо сделать уникальной и востребованной. Соответственно, с услугами всё сложнее и менее прибыльно.

2) Ситуация, когда товар не выкупается. У каждого товара есть свой процент выкупа. У одних товаров это 85-90%, а у других – 55-60%. Всё зависит от качества товара, скорости его доставки и того насколько обдуманно покупатель совершил свою покупку, т. к. он может сначала заказать товар, а потом передумать.

3) Нехватка оборотных средств. В первые дни после того как стартовали продажи на сайте делается много заказов. Продавец отправляет товары, но деньги не возвращаются. Они будут возвращены в течении 5-30 дней. А продавцу всё это время нужно работать и развиваться.

4) На товар больше не находится покупателей. Такая ситуация может возникнуть у продавцов, которые продают только один товар. И поэтому, для начала, нужно продавать от 2 до 5 различных товаров. И по 2-5 источников клиентов для каждого из них. Только тогда можно говорить об устойчивости.

Почему нельзя говорить об эффективности продаж с помощью одностраничных сайтов.

Лендинг является сайтом, где представлен только один товар или услуга. Для такого типа продаж обязательно нужна реклама, поскольку одностраничные сайты не продвигаются в поисковиках и их эффективность зависит от трафика. Но, как отмечалось выше, чтобы говорить об устойчивости нужно продавать от 2 до 5 различных товаров. Соответственно, при рекламе нескольких товаров нужно создавать отдельный одностраничник для каждого товара или для нескольких похожих товаров. А это ведёт к ограничению возможностей продаж товаров в интернете. Также не рационально размещать на одном одностраничнике несколько товаров. При этом эффективность сайта снижается и стоит подумать о создании полноценного интернет магазина [3, С. 68].

С помощью одностраничников продаётся товар конкретной модели и производителя. Потенциальный покупатель может узнать подробности о товаре и уйти на другой сайт и посмотреть похожие товары и цены в других интернет-магазинах. Т.е. с помощью одностраничника покупатель может быстро получить информацию о товаре и не купить его на этом сайте.

Помимо этого, одностраничные сайты могут вызывать недоверие у потенциальных покупателей, т.к. всегда призывают к действию (заказать звонок или заполнить форму обратной связи и т.д.).

Также нельзя утверждать, что одностраничный сайт лучше многостраничных, полноценных интернет-магазинов. У одностраничников более простая рекламная компания и это может вызвать обратный эффект. Так же покупка товаров на одностраничных сайтах не дает гарантии покупателям, нет защиты покупателей. Одностраничные сайты менее информативны, а некоторые покупатели предпочитают полноценные магазины, где представлен широкий выбор товаров и информации в виде статей, новостей и большим количеством предложений покупателю.

Таким образом, можно сделать вывод, что создание и работа на одностраничных сайтах больше подойдет для новичков, которые пока не уверены в собственных силах, и боятся полноценных интернет – магазинов. Для них это будет неплохим инструментом начать что-либо продавать.

### **Библиографический список:**

1. Прискарь И.И. Интернет-маркетинг как современная форма для развития бизнеса / Пискарь И.И. // Бизнес информ. – 2015. – С. 333-339
2. Калужский М.Л., Карпов В.В. Сетевые интернет-коммуникации как инструмент маркетинга // Практический маркетинг. – 2013. – № 2 (192). – С. 32-39.
3. Андреева К.А., Лидогенерация. Маркетинг, который продает/ Андреева К.А – 2015.