Homepage B2B

messaggio, prove e percorsi verso il contatto

Dove mandare il visitatore, che cosa dirgli subito, come convincerlo

1 Il link porta dove c’è ciò che ha promesso

Chi arriva…	…deve trovare
cerca il nome della tua azienda	**la homepage**
cerca un prodotto o un’applicazione	**la pagina del prodotto**
apre l’invito a una dimostrazione	**la pagina della dimostrazione**
ha un solo prodotto per un solo pubblico	**home e offerta coincidono**

Esempio: un produttore di reti metalliche

chi cerca il suo nome trova nella home materiali e applicazioni;
chi apre l’invito alla dimostrazione va subito a quella prova:
mandarlo alla home lo costringerebbe a ricominciare a cercare

Una pagina esistente che mantiene la promessa basta

non serve una pagina nuova per ogni annuncio

2 Prima schermata: che cosa fornisci, per chi, per fare che cosa

prima

«Innovazione al servizio del tuo futuro»

Qualità, esperienza e tecnologia al tuo servizio

Scopri di più

dopo

«Sistemi di visione per il controllo qualità su linee di produzione»

Verifica presenza, orientamento e difetti visibili dei componenti

Guarda le applicazioni | Invia i requisiti del controllo

Lo stesso vale per titoli e pulsanti

Soluzioni innovative	**Impianti di lavaggio per componenti metallici** — chiarisce la fornitura
Scopri di più	**Guarda le applicazioni** — chiarisce la destinazione
Qualità superiore	**Consulta le specifiche dell’impianto** — chiarisce che cosa esaminare

Il pulsante anticipa ciò che c’è dopo il clic

e l’azienda deve avere davvero quelle pagine e capacità

3 Prove vicine alla promessa, poi la prova da telefono

Caso
problema, lavoro svolto e risultato

Dato
come è stato ottenuto e a quale periodo si riferisce

Testimonianza
persona, ruolo e contesto riconoscibili

Il solo logo di un cliente dice poco

e una certificazione aziendale non prova le prestazioni del prodotto

La prova completa, dall’apertura all’invio

1. apri la homepage da telefono: titolo e pulsanti restano leggibili
2. fai dire a un esterno che cosa fornite, a chi e dove chiederebbe
3. segui il menu fino a un prodotto o a un’applicazione
4. premi il pulsante: la pagina dopo mantiene la promessa?
5. invia il modulo di prova e controlla che la richiesta arrivi

Correggi il primo ostacolo e ripeti la prova

poi verifica con il commerciale quanto sono pertinenti le richieste

Fonte: esempi e metodo dell’articolo; indicazioni di Google

KLC www.klc.it