



如何延长客户浏览 你网站的时间

2019.10.22

70%到96%的人看过你的网站后就再也不会回来了。

作为一个市场营销人员，你的首要目标应该是把那些一次性的访问者转化成客户。如果访问者没有停留下来阅读你的内容，你就无法实现这个目标。

你的访问者在你的网站上停留的时间越长，他们就会越投入，转化他们的机会也就越大。

网站的访问者在你的网站停留的时间越长，转化他们的机会也就越大。
这里有些方法让你的访问者参与进来，并使你的跳出率（**bounce rate**）最小化。



1、实现你的标题承诺

获得标题点击是一回事，但如果你想让人们在你的网站上停留更长时间，你的内容需要与标题匹配。**标题不要做出内容无法兑现的承诺。**

如果内容是标题不符，一个再好的能获得大量点击的标题也没有用。

2、创建更多可扫描的内容

你知道吗，用户平均只花**5.59秒**浏览一个网站的内容。

人们很少逐字逐句地阅读你的内容。相反，他们浏览网页来挑选重要的单词和短语。

如果你的内容是由长句子和段落组成的，很难被浏览，那么就没有人会留下来继续阅读了。相反，他们会去寻找更容易“读”的内容。这里有一些可操作的技巧让你的内容更容易被浏览：

- **确保可读性：**确保您的字体大小和行间距足够大，以便阅读，而不会造成眼睛疲劳。就简单地增加网站上的字体大小和行间距通常可以快速提高用户参与度。
- **分解你的内容：**没有视觉上中断的文章很难吸引眼球。为了达到最佳的可扫描性，你的句子应该尽量简短，段落最多不超过三到四个句子。
- **吸引人的副标题：**副标题是吸引读者的有力工具。它们不仅在你的内容中提供了视觉上的停顿，而且一个精心制作的副标题可以激起读者的好奇心，使他们不会失去兴趣和点击离开。
- **使用项目符号列表：**bullet points可以从你的文章中脱颖而出，帮助读者浏览你的内容，找到重点。

3、在每篇文章的结尾添加一个call-to-action

要求访问者采取行动的最佳时间是在他们读完一篇文章之后。

一旦读者找到了他们想要的信息，他们就会离开你的网站。但是通过适当的行动号召(call-to-action)，你可以给他们一个留在你的网站上的理由，或者通过你的电子邮件通讯保持联系。

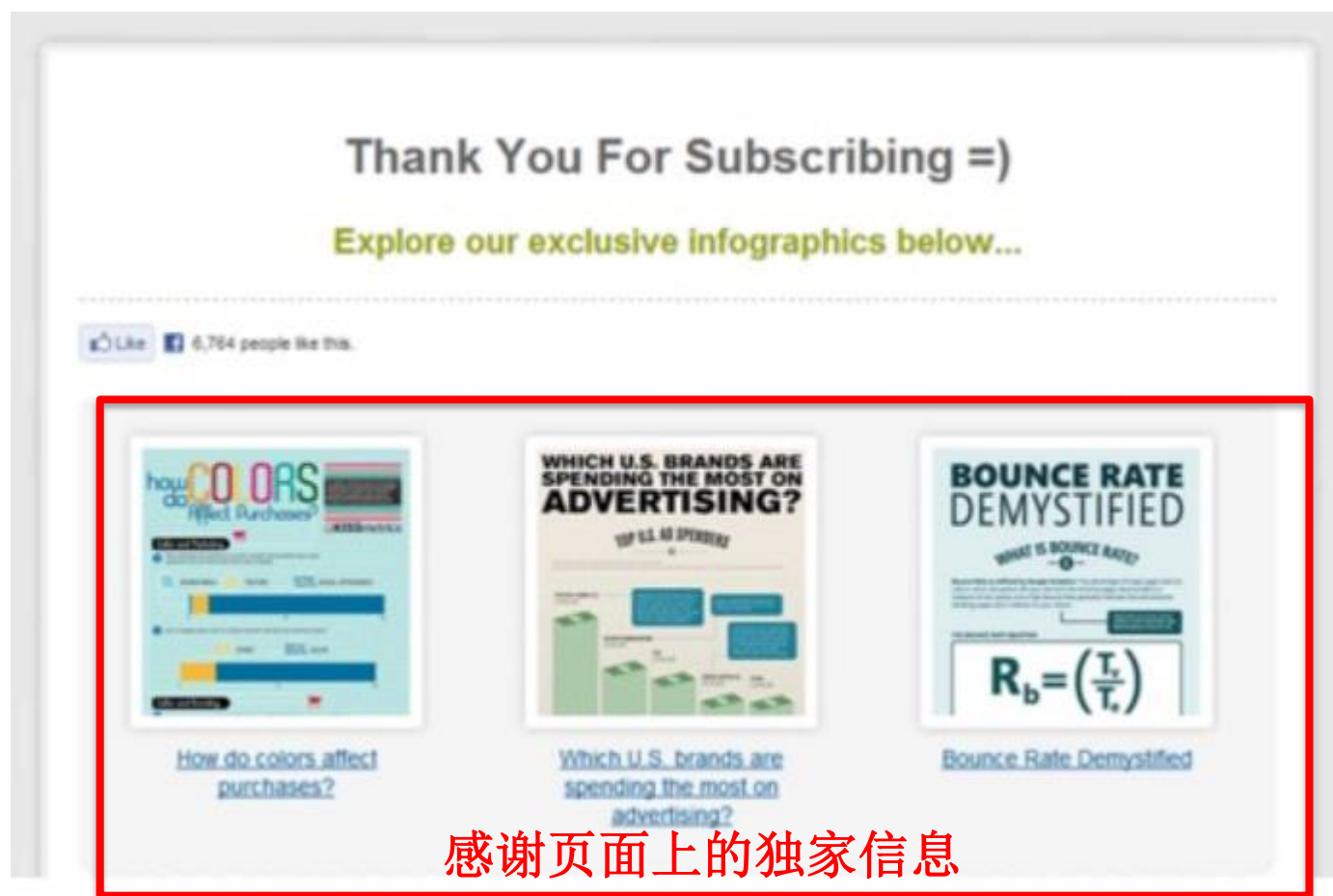
但问题是，你的读者是否注意到了你的call-to-action？静态的CTA放在你文章的内容区域下面的问题是，你的大多数访问者往往会忽略它。

4、为访问者制定有用的感谢页面

一旦你的访问者参与了你的call-to-action，他们更有可能离开你的网站。尤其当你的感谢页面没有任何对访问者有帮助的信息的时候。

你的感谢页面应该不仅仅是一个确认，而是和访问者熟络起来的起点。

例如在感谢页面上放几个独家信息：



5、使用视频

许多访问者宁愿看视频也不愿阅读文本。超过一半的受访高管表示，他们更愿意看视频，而不是阅读文本。使用视频的营销人员收入增长速度比非视频用户快49%。

在你的网站上添加视觉内容可能看起来是一项艰巨的工作，但它可以并不像看起来那么沉闷。要创建视频，您可以简单地将基于文本的内容转换为演示视频。

6、减少页面加载时间

你需要做的一件重要的事情是减少你的网站加载的时间，从而让访问者在你的网站上停留更长时间。

就算是世界上最好的内容，如果你的访问者等不及它加载，那对你也是没有意义的。即使页面响应延迟1秒，也会导致转换减少7%。

7、退出弹出窗口（Exit intent popup）

当大多数关掉你网页的访问者永远不会回来的时候，这意味着你的营销努力是白费的。

有了exit intent popup，你可以检测到你的访客何时打算离开你的网站，并提示他们有什么针对性的活动，以保持参与。

Exit intent popup是非常有效的，因为他们非常吸引注意力，但也不至于打扰到访客。

除了鼓励用户留在你的网站，Exit intent popup已被证明可以减少放弃购物车和提高整体转化率。

以下是退出弹出窗口的几种形式：

- 邀请访问者与支持客服聊天
- 推荐相关的阅读材料
- 提供一个难以抗拒的“好处”，以换取对方订阅你的内容

希望以上内容能给你一些关于如何让访问者在你的网站上停留更长时间的见解。并将他们转变为客户。