

CLAVES PARA CREAR

LANDING PAGES QUE GENEREN CONVERSIONES

Si el objetivo de tu próxima campaña de marketing es generar clientes potenciales y ventas, deberás centrar tus esfuerzos en perfeccionar la landing page a la que los usuarios lleguen al hacer clic. Asegúrate de considerar cada uno de estos elementos antes de publicar tu próxima landing page—de esta forma conseguirás más conversiones.

LISTADO DE ELEMENTOS CLAVE PARA CREAR LANDING PAGES QUE CONVIERTAN



- ❑ **No estás usando tu homepage (página de inicio) como tu landing page**
- ❑ **Tu página se enfoca en un resultado**
 - ❑ Tu landing page NO tiene una barra de navegación
 - ❑ Tu landing page NO tiene enlaces a redes sociales

La única opción para el usuario de tu landing page es continuar con la acción que quieres que realice (venta, rellenar un formulario, etc.)
- ❑ **Los usuarios entienden tu oferta de inmediato.**
 - ❑ Tu landing page NO tiene un título que contradiga el texto del anuncio alguno de los elementos que ha propiciado la visita
 - ❑ Todo el contenido de la página es valioso para el visitante y respalda la acción final que deseas obtener (venta, formulario, etc.)
 - ❑ Todas las imágenes, videos y animaciones son valiosas para el usuario.
 - ❑ Todas las imágenes, videos y animaciones son relevantes para el mensaje de tu página de destino
- ❑ **El diseño de tu llamada a la acción (CTA) es convincente**
 - ❑ Tu botón o botones de CTA están visibles
 - ❑ Has utilizado un color que contrasta y el diseño alrededor del CTA está despejado
 - ❑ Tu CTA se repite en varias ocasiones a lo largo del scroll
 - ❑ Has creado una ruta visual hacia tu CTA con flechas u otros elementos de diseño
 - ❑ Tu CTA no es genérico, se refiere expresamente a la oferta en cuestión e implica una acción
 - ❑ El CTA utiliza pronombres en primera persona, verbos orientados a la acción o una combinación de ambos
 - ❑ Has incluido una declaración en relación a las objeciones a tu CTA como “cancelar en cualquier momento”

- Tu formulario es sencillo y fácil de completar**
 - Solicita únicamente aquella información que necesita para el seguimiento
 - Tiene el menor número posible de campos a rellenar
 - Está bien organizado y no fuerza al visitante a tomar decisiones
 - Cada campo está claramente etiquetado

- Incluye elementos de anclaje social para aumentar el factor de la confianza. Esto significa que has incorporado uno o varios de los siguientes elementos:**
 - Testimonios de clientes
 - Comentarios
 - Logotipos del cliente
 - Sellos de confianza (transacciones seguras, acreditaciones, etc.)
 - Cobertura en medios (“Visto en”)
 - Publicaciones en redes sociales creadas por fanáticos y clientes
 - Enlace a la política de privacidad
 - Números (descargas, número de visitas o clientes, etc.)

- Has empezado con una plantilla que ha demostrado ser efectiva, or have an aggressive A/B testing plan in placeo tienes un plan de tests A/B implementado**

COMIENZA TU CAMPAÑA

Dirige el tráfico correcto para obtener más conversiones e ingresos con Taboola.

[Crea una campaña»](#)