

Quando pensiamo una landing page o in generale un pagina che deve produrre un interesse da parte di un utenza specifica e vogliamo fare leva su quella che possiamo chiamare *leva sociale* possiamo riferirci a questo elenco per verificare di aver fatto tutto il possibile per ottenere la maggior possibilità di conversione possibile.

- Utilizzare i commenti dei clienti all'interno della pagina e possibilmente vicino alle aree relative alla call to action
- Utilizza testimonianze di celebrità o persone dotate di alta credibilità nel settore per evidenziare le qualità del tuo servizio o prodotto
- Mostra il numero di like presenti sulla tua pagina di facebook o il numero di iscritti alla newsletter
- Mostra quanti ordini sono stati evasi in un dato periodo
- Se non hai a disposizione gli elementi sopraindicati prendili in prestito da dati statistici, ricerche ufficiali citazione famose che possano supportare le tue offerte o i tuoi prodotti

E' chiaro però che senza un test su un pubblico e senza la comprensione delle esigenze del target a cui ci rivolgiamo questo elenco può perdere valore, rimane comunque un punto di partenza per riflettere sul lavoro che stiamo mettendo in campo.

5 (100%) 1 vote