

KOULUTUSTEN MYYNTISIVUSTON RAKENNUSOHJEET

NÄIN MYYT KOULUTUKSIA
VERKKOSIVUILLASI



Ilpo Tuononen

Sisällys

Sisällys	2
Esipuhe	3
Johdanto	4
Kaksi tapaa rakentaa myyntisivuja: Vertailu	4
Laadukkaan koulutusten myyntisivuston 22 elementtiä	8
1. Huomion nappaava otsikko	8
2. Sisältöä tukeva ingressi	9
3. Selkeä ongelman määrittely ja ratkaisu	9
4. Hyödyt ja arvolupaus esiin selkeästi	11
5. Kouluttajan uskottavuus rakentaa luottamusta	12
6. Kurssin sisältö esiteltynä selkeästi	13
7. Sosiaalinen todiste vakuuttaa epäröivän	15
8. Videot, ikonit ja visuaalisuus tekevät vaikutuksen	16
9. Selkeä hinnoittelu ilman yllätyksiä	17
10. Verkkokaupan maksutavat Suomessa ja kansainvälisesti	19
11. Laskutuslomakkeet yritys- ja yhteisömyyntiä varten	19
12. Toimintaan kehottavat paikkeet	19
13. Bonukset ja lisäarvon tuottajat	20
14. Niukkuus ja kiireellisyys motivoi toimimaan heti	21
15. Takuu poistaa riskin	22
16. Usein kysytyt kysymykset vastaavat epäilyksiin	23
17. Lailliset ja käytännön asiat kuntoon	25
18. Opiskelijan ohjeistus varmistaa hyvän käyttökokemuksen	26
19. Mobiiliystävällisyys on ehdoton vaatimus	27
20. Yhteystiedot ja asiakaspalvelu	28
21. Analytiikka ja jatkuva kehittäminen	29
Yhteenveto: Erinomainen myyntisivu on investointi, ei kulu	30
Myyntisivun rakentamisen tarkistuslista	30

Esipuhe

Hyvä lukija,

Pidät käsissäsi opasta, joka voi mullistaa tapasi luoda ja markkinoida verkkokursseja – ja sitä kautta koko verkkokoulutuksesi kannattavuuden.

Olen työskennellyt verkkokoulutusten parissa vuodesta 2014 lähtien ja auttanut kymmeniä yrityksiä ja yhteisöjä rakentamaan menestyvää verkkokoulutusliiketoimintaa. Tässä ajassa olen nähnyt saman haasteen toistuvan yhä uudelleen: asiantuntijat luovat upeita verkkokursseja, mutta kompastuvat niiden myyntiin ja markkinointiin.

Liian usein näen, kuinka intohimoisesti tehdyt kurssit jäävät vaille ansaitsemaansa huomiota ja myyntiä, koska niiden myyntisivut eivät vakuuta potentiaalisia ostajia. Monet asiantuntijat keskittyvät lähes yksinomaan sisällön luomiseen ja jättävät myyntisivun suunnittelun viime hetkeen – ikään kuin se olisi vain pieni muodollisuus ennen julkaisua.

Totuus on, että erinomainen verkkokurssi ansaitsee rinnalleen yhtä laadukkaan myyntisivun. Myyntisivu ei ole vain tekninen välttämättömyys – se on keskustelu potentiaalisen asiakkaasi kanssa. Se on tehokkain myyjäsi, joka työskentelee puolestasi 24 tuntia vuorokaudessa.

Tämän kirjan tarkoitus on antaa sinulle käytännönläheiset työkalut myyntisivun rakentamiseen, joka ei vain esittele kurssiasi vaan aktiivisesti myy sitä puolestasi.

Toivon, että tämä kirja auttaa sinua rakentamaan myyntisivun, joka nostaa verkkokurssisi seuraavalle tasolle ja auttaa sinua saamaan ansaitsemasi korvauksen asiantuntemuksestasi.

Tsemppiä myyntisivun rakentamiseen!

Ilpo Tuononen

Johdanto

Oletko luomassa verkkokurssia ja pohdit, miten saisit siitä oikeasti kannattavan? Loistavakaan verkkokurssi ei valitettavasti myy itseään – se tarvitsee kumppanikseen yhtä laadukkaan myyntisivun.

Totuus on, että turhan moni kouluttaja keskittyy rakentamaan mahtavan kurssin sisällön, mutta jättää myyntisivun suunnittelun viime hetkeen. Tämä on yksi yleisimmistä syistä, miksi monet kurssit eivät saavuta niille asetettuja myyntitavoitteita.

Myyntisivun tehtävä on yksinkertainen mutta kriittinen: muuttaa sivulle saapuvat vierailijat maksaviksi asiakkaiksi. Käymme tässä oppaassa läpi kaikki tärkeimmät elementit, jotka tekevät myyntisivustasi tehokkaan myyntikoneen.

Kaksi tapaa rakentaa myyntisivuja: Vertailu

Verkkokurssin myyntisivun toteutukseen on kaksi pääasiallista lähestymistapaa: valmiin verkkokurssialustan käyttäminen tai erillisen verkkosivuston rakentaminen esimerkiksi WordPressillä. Molemmilla on omat etunsa ja rajoituksensa.

1. Valmiit verkkokurssialustat (all-in-one ratkaisut)

Alustat kuten Teachable, Thinkific, Kajabi tai suomalainen Campwire tarjoavat integroidun ratkaisun, jossa sekä myyntisivu että kurssialusta toimivat saman järjestelmän sisällä.

Edut:

- **Nopea käyttöönotto:** Myyntisivu ja kurssialusta toimivat saumattomasti yhteen

- **Ei teknistä osaamista vaadittu:** Drag-and-drop -rakentajat tekevät sivun luomisesta helppoa
- **Automaattinen ostoprosessi:** Opiskelija pääsee ostamisen jälkeen välittömästi kurssille
- **Sisäänrakennetut maksutavat:** Useimmat alustat tarjoavat valmiit maksutaparatkaisut
- **Kaikki yhdessä paikassa:** Yhden järjestelmän alla on analytiikka, markkinointi ja kurssinhallinta

Rajoitukset:

- **Rajattu kustomointi:** Ulkoasua ja toiminnallisuuksia voi muokata vain alustan sallimissa rajoissa
- **Vähäiset räätälöintimahdollisuudet:** Kurssirakenteita, oppimispolkuja ja interaktiivisia elementtejä ei usein voi muokata oman pedagogisen näkemyksen mukaisiksi
- **Rajoitetut integraatiot:** Kolmansien osapuolten palveluiden ja työkalujen integrointi on usein rajattua ja tukee vain ennalta määritettyjä kumppaneita
- **Jatkuvat kustannukset:** Useimmat alustat veloittavat kuukausimaksun sekä mahdollisesti provision myynnistä
- **Alustariippuvuus:** Jos vaihdat alustaa, myyntisivut ja kurssisisältö on rakennettava uudelleen
- **Rajoitetut SEO-mahdollisuudet:** Hakukoneoptimointi on usein rajatumpaa kuin omassa WordPress-sivustossa

Kenelle sopii: Aloitteleville kouluttajille, teknisesti vähemmän kokeneille, pienellä budjetilla toimiville tai niille, jotka haluavat päästä nopeasti alkuun.

2. Erilliset verkkosivustot (esim. WordPress)

WordPress tai muut CMS-järjestelmät tarjoavat enemmän joustavuutta myyntisivun rakentamiseen, mutta vaativat erillistä kurssialustaa tai lisäosaa.

Edut:

- **Täysi vapaus ulkoasussa:** Voit muokata sivuston jokaista yksityiskohtaa brändisi mukaiseksi
- **Ominaisuuksien laajennettavuus:** Tuhansia lisäosia toiminnallisuuksien lisäämiseen
- **Tehokas hakukoneoptimointi:** Täysi kontrolli SEO-asetuksiin
- **Ei provisiomaksuja:** Maksat vain hosting-palvelusta, et jatkuvia prosenttiosuuksia myynnistä
- **Skaalautuvuus:** Järjestelmä kasvaa liiketoimintasi mukana
- **Omistajuus:** Kontrolloit täysin omaa dataasi ja sisältöäsi

Rajoitukset:

- **Tekninen osaaminen:** Vaatii WordPress-osaamista tai teknisen asiantuntijan palkkaamista
- **Useita järjestelmiä:** Kurssialusta, maksujärjestelmä ja sähköpostimarkkinointi vaativat erilliset integraatiot
- **Ylläpitovastuu:** WordPress-sivuston tietoturva, päivitykset ja ylläpito ovat vastuullasi
- **Pidempi käyttöönotto:** Sivuston suunnittelu ja toteutus vie enemmän aikaa

WordPress-pohjaiset ratkaisut:

- WordPress + LearnDash/LifterLMS (kurssialusta)
- WordPress + WooCommerce (verkkokauppa)
- WordPress + MemberPress (jäsenyyssivusto)

Kenelle sopii: Kouluttajille, joilla on jo WordPress-sivusto, teknisesti osaavammille, laajempaa kurssiliiketoimintaa harjoittaville tai niille, jotka haluavat täyden kontrollin brändistään.

Päätöksenteon kriteerit

Valitse valmis alusta, jos:

- Haluat päästä nopeasti alkuun
- Tekninen osaamisesi on rajallista
- Budjettisi on rajallinen
- Kurssivalikoimasi on suppea
- Et tarvitse laajaa kustomointia

Valitse WordPress tai vastaava, jos:

- Haluat täyden kontrollin ulkoasuun ja toiminnallisuuksiin
- Sinulla on jo WordPress-sivusto
- Liiketoimintasi on laajempi (useita kursseja, jäsenyysohjelma)
- Haluat maksimoida hakukonenäkyvyyden
- Et halua maksaa jatkuvia provisioita myynnistä
- Tarvitset erikoistuneita ominaisuuksia

Muista, että voit myös aloittaa valmiilla alustalla ja siirtyä myöhemmin WordPress-pohjaiseen ratkaisuun liiketoiminnan kasvaessa. Tärkeintä on valita ratkaisu, joka sopii nykyiseen osaamiseesi, budjettiisi ja liiketoimintasi vaiheeseen.

Laadukkaan koulutusten myyntisivuston 22 elementtiä

1. Huomion nappaava otsikko

Ensivaikutelma ratkaisee kaikessa, myös myyntisivullasi. Otsikko on usein ensimmäinen asia, jonka potentiaalinen asiakkaasi lukee. Siksi sen merkitystä ei voi liikaa korostaa.

Hyvän otsikon tunnusmerkit:

- On lyhyt ja ytimekäs (ideaalisti alle 10 sanaa)
- Kertoo selkeästi kurssin tärkeimmän hyödyn
- Keskittyy asiakkaan ongelmaan tai tavoitteeseen
- Herättää uteliaisuuden
- Sisältää mielellään konkreettisen lupauksen

Käytännön esimerkkejä:

Heikko otsikko: "Digitaalisen markkinoinnin verkkokurssi" *Miksi heikko:* Geneerinen, ei kerro mitään erityistä hyötyä asiakkaalle.

Parempi otsikko: "Tuplaa verkkokauppasi myynti 60 päivässä – ilman lisäbudjettia" *Miksi parempi:* Selkeä lupaus (tuplaa myynti), aikaraja (60 päivässä), ainutlaatuinen myyntiväittäjä (ilman lisäbudjettia).

Käytännön esimerkki tyyllilajista riippuen:

Jos kohderyhmäsi on aloittelijat: "Instagram-yrittäjän starttipaketti: Ensimmäiset 1000 seuraajaa 30 päivässä"

Jos kohderyhmäsi on edistyneemmät: "Google Ads -tehotreeni: Laske mainontasi hintaa 40% ja kasvata konversioita"

Jos myyt premium-kursseja: "Executive LinkedIn Strategy: Verkostoidu suoraan päättäjien kanssa ja tuplaa liidimääräsi"

2. Sisältöä tukeva ingressi

Ingressi on 1-3 lauseen pituinen teksti heti otsikon jälkeen. Sen tehtävä on syventää otsikon lupautusta ja saada lukija jatkamaan eteenpäin.

Tehokkaan ingressin ominaisuudet:

- Täydentää otsikon lupautusta
- Tuo esiin kurssin ainutlaatuisuuden
- Motivoi lukemaan lisää
- Puhuttelee suoraan lukijaa

Käytännön esimerkki:

Otsikko: "Tuplaa verkkokauppasi myynti 60 päivässä – ilman lisäbudjettia"

Ingressi: "Tämä käytännönläheinen kurssi opettaa sinulle samat konversio-optimoinnin tekniikat, joilla olen kasvattanut yli 200 verkkokaupan myyntiä – ilman senttiäkään lisää mainosbudjettiin. Saat käyttöösi 12 testattua työkalua, jotka toimivat riippumatta siitä, mitä myyt tai miten iso yrityksesi on."

Huomaa, miten ingressi vahvistaa otsikon lupautusta, tuo uskottavuutta (200 verkkokauppaa) ja korostaa, että menetelmät toimivat kaikille.

3. Selkeä ongelman määrittely ja ratkaisu

Ennen kuin voit myydä ratkaisun, sinun täytyy varmistaa, että asiakas tunnistaa ongelman. Tämä on yksi tärkeimmistä myyntisivun osioista.

Tehokkaat tavat määritellä ongelma:

- Käytä suoria kysymyksiä, joihin lukija vastaa mielessään "kyllä"
- Nimeä tarkasti määritellyjä kipupisteitä
- Käytä tarinaa, johon lukija voi samaistua
- Anna selkeä lupaus siitä, miten kurssisi ratkaisee ongelman

Käytännön esimerkki verkkokauppurssille:

"Tunnistatko itsesi näistä tilanteista?"

- Käytät tunteja tuotteiden lisäämiseen verkkokauppaasi, mutta vierailijat poistuvat ostamatta mitään
- Mainostat Facebookissa ja Instagramissa, mutta mainokset eivät tuota riittävästi myyntiä kattaakseen kustannukset
- Kilpailijasi näyttävät kasvavan, vaikka heidän tuotteensa eivät ole yhtä hyviä kuin sinun
- Olet kokeillut erilaisia alennuskampanjoita, mutta ne syövät katettasi ilman pysyvää vaikutusta

Jos vastasit yhteenkään kysymykseen kyllä, et ole yksin. Olen työskennellyt satojen verkkokauppiaiden kanssa, jotka kamppailevat täsmälleen samojen haasteiden kanssa.

Ongelma ei ole sinussa tai tuotteissasi – ongelma on tavassa, jolla verkkokauppaasi myy. Konversio-optimointi kuulostaa tekniseltä, mutta pohjimmiltaan se tarkoittaa verkkosivusi muuttamista sellaiseksi, että se puhuttelee asiakkaitasi juuri oikealla tavalla, oikeaan aikaan.

Tämä kurssi opettaa sinulle, miten:

- Tunnistat verkkokauppaasi kriittiset pullonkaulat ja korjaat ne
- Muutat verkkokauppaasi paikaksi, jossa asiakkaat ostavat enemmän ja useammin
- Rakennat automaattisen myyntikoneiston, joka toimii puolestasi 24/7"

4. Hyödyt ja arvolupaus esiin selkeästi

Ihmiset eivät osta kursseja – he ostavat tuloksia ja muutosta. Siksi sinun täytyy tehdä kurssisi hyödyt kristallinkirkkaaksi.

Hyötyjen esittämisen parhaat käytännöt:

- Käytä luettelomerkkejä helpottamaan lukemista
- Keskity konkreettisiin tuloksiin, joita kurssi tuottaa
- Korosta aikasäästöä, rahallista hyötyä tai muuta mitattavaa etua
- Käytä vahvoja verbejä (tuplaa, tehosta, varmista)
- Esitä hyödyt asiakkaan näkökulmasta, ei kurssin ominaisuuksina

Käytännön esimerkki:

"Tämän kurssin käytyäsi:

- ✓ **Kasvatat konversioastettasi vähintään 30%** – käytännössä se tarkoittaa, että jos nyt 100 vierailijasta 2 ostaa, kurssin jälkeen vähintään 2,6 ostaa (jo tämä voi tarkoittaa tuhansien eurojen lisätuloa kuukaudessa)
- ✓ **Nostat keskiostostasi 20-40%** suosittelujärjestelmien ja tuotesivujen optimoinnin avulla
- ✓ **Rakennat automaattisen asiakashankintaputken**, joka tuo sinulle uusia asiakkaita nukkuessasikin
- ✓ **Luot verkkokauppaasi psykologisia ostotriggereitä**, jotka tekevät ostamisesta asiakkaallesi helppoa ja miellyttävää
- ✓ **Säästät satoja tunteja** kokeilemalla valmiiksi testattuja strategioita sen sijaan, että opettelisit kaiken kantapään kautta
- ✓ **Vähennät mainoskustannuksiasi** paremman kohdentamisen ja korkeamman konversion ansiosta"

Huomaa, miten jokainen hyöty on konkreettinen ja mitattava. Numerot ja prosentit tekevät lupauksista uskottavampia.

5. Kouluttajan uskottavuus rakentaa luottamusta

Ihmiset ostavat ihmisiltä, joihin he luottavat. Siksi on tärkeää rakentaa kouluttajan uskottavuutta ja asiantuntijuutta.

Uskottavuutta rakentavat elementit:

- Laadukas, ammattimainen valokuva kouluttajasta
- Tiivis kuvaus kouluttajan taustasta ja kokemuksesta
- Merkittävimmät saavutukset ja tulokset
- Mediaosumat, kirjoitetut kirjat tai artikkelit
- Tunnetut asiakkaat tai yhteistyökumppanit
- Myös persoonan ja inhimillisyyden esiin tuominen

Käytännön esimerkki:

"### Kuka on kurssin takana?

[Ammattimainen kuva kouluttajasta]

Matti Meikäläinen on verkkokaupan konversio-optimoinnin asiantuntija, joka on erikoistunut suomalaisten pk-yritysten verkkokauppojen kasvattamiseen.

Mattiin luottavat niin pienet yrittäjät kuin suuremmatkin toimijat – hän on kasvattanut mm. Verkkokauppa.comin, Varusteleka.fi

ja yli 200 muun verkkokaupan myyntiä ainutlaatuisilla menetelmillään.

Ennen yrittäjäksi ryhtymistään Matti toimi digitoimisto Koodarin konversio-optimoinnin johtajana 5 vuotta ja rakensi siellä tiimin, joka

kasvatti asiakkaiden myyntiä keskimäärin 43% ensimmäisen 6 kuukauden aikana.

Matti on kirjoittanut verkkokaupan optimoinnista kaksi kirjaa: 'Verkkokaupan kasvun kaava' (2019) ja 'Konversio-optimoinnin käsikirja' (2021). Häntä on haastateltu aiheesta mm. Kauppalehdessä, Yrittäjät-lehdessä ja Talouselämässä.

Vapaa-ajallaan Matti harrastaa maastopyöräilyä ja viettää aikaa perheensä kanssa Turun saaristossa."

Huomaa, miten esittelyssä yhdistyvät ammattimaiset saavutukset ja henkilökohtaiset elementit, jotka tekevät kouluttajasta helposti lähestyttävän.

6. Kurssin sisältö esiteltynä selkeästi

Anna asiakkaalle selkeä käsitys siitä, mitä hän saa ostaessaan kurssisi. Tämä poistaa epävarmuutta ja vahvistaa tunnetta kurssin arvosta.

Kurssin sisällön esittelyn parhaat käytännöt:

- Jäsentele sisältö moduuleittain tai oppitunneittain
- Käytä otsikoita, jotka korostavat hyötyjä pelkän sisällön sijaan
- Kerro kunkin osion kesto (videot, harjoitukset, jne.)
- Tarjoa mahdollisuuksien mukaan ilmainen esimakua sisällöstä

Käytännön esimerkki:

"### Kurssin sisältö – 6 viikon matka verkkokauppasi tuplaamiseen

Viikko 1: Verkkokauppasi konversioanalyysi (2h videota + työkirja) Opi analysoimaan verkkokauppasi nykyinen tila ja tunnistamaan kriittiset pullonkaulat, jotka estävät myyntiäsi. Tässä moduulissa saat käyttöösi

ainutlaatuisen konversioanalyysi-työkalun, jolla kartoitat verkkokauppasi vahvuudet ja heikkoudet 30 minuutissa.

Viikko 2: Tuotesivujen optimointi – verkkokaupan sydän (3h videota + mallipohjat) Tuotesivut ovat verkkokauppasi tärkein yksittäinen elementti. Tässä moduulissa opit rakentamaan tuotesivut, jotka myyvät puolestasi. Saat valmiit mallipohjat viidelle erityyppiselle tuotesivulle sekä 'copy-paste' -tekstimallit, joita voit muokata omiin tuotteisiisi sopiviksi.

Viikko 3: Ostoskorin ja kassaprosessin optimointi (2,5h videota + live-workshop) Tiedätkö, että keskimäärin 70% ostoskoreista hylätään? Tässä moduulissa opit, miten vähennät ostoskorin hylkäämistä 30% ja kasvatat liikevaihtoa välittömästi. Moduuliin kuuluu myös live-workshop, jossa käymme läpi osallistujien verkkokauppoja ja annan henkilökohtaista palautetta.

Viikko 4: Automaattinen asiakashankinta (2h videota + valmiit sähköpostisarjat) Rakenna järjestelmä, joka tuo sinulle uusia asiakkaita automaattisesti. Saat käyttöösi 5 valmista sähköpostisarjaa eri tilanteisiin (tervetuloo-sarja, hylätyn ostoskorin palautus, uudelleenaktivointi, jne.) sekä tarkat ohjeet niiden käyttöönottoon.

Viikko 5: Analytiikka ja mittaaminen (2h videota + analytiikkatyökalu) "Mitä et mittaa, et voi parantaa." Tässä moduulissa opit seuraamaan verkkokauppasi kriittisiä mittareita ja tekemään dataan perustuvia päätöksiä. Saat käyttöösi helppokäyttöisen analytiikkatyökalun, joka näyttää tärkeimmät luvut yhdellä silmäyksellä.

Viikko 6: Jatkuva kehitys ja skaalaus (1,5h videota + 12kk päivitykset) Verkkokaupan optimointi ei ole koskaan "valmis" – se on jatkuva prosessi. Tässä moduulissa opit, miten kehität verkkokauppaasi jatkuvasti ja skaalaat tuloksiasi. Saat myös kurssipäivitykset 12 kuukauden ajan, jotta pysyt aina ajan tasalla uusimmista tekniikoista.

BONUS: Henkilökohtainen konversioanalyysi (arvo 500€) Kurssin alussa saat henkilökohtaisen 30 minuutin konsultaatiopuhelun, jossa käymme läpi verkkokauppasi ja tunnistamme tärkeimmät kehityskohteet."

7. Sosiaalinen todiste vakuuttaa epäröivän

Muiden ihmisten kokemukset ja suosittelut ovat erittäin vahvoja vakuuttamisen keinoja. Ne toimivat "sosiaalisena todisteena" siitä, että kurssisi toimii.

Tehokkaan sosiaalisen todisteen elementit:

- Aitoja, nimellä ja kuvalla varustettuja suositteluja
- Eri tyyppisiä suosittelijoita (aloittelija, asiantuntija, eri alat)
- Konkreettisia tuloksia, joita asiakkaat ovat saavuttaneet
- Vaikuttavia lukuja: osallistujamäärät, asiakastyytyväisyys, jne.
- Video-suosittelut tekstisuosittelevien rinnalla

Käytännön esimerkki:

"### Mitä aiemmat kurssilaiset sanovat

[Kuva henkilöstä] **Maija Virtanen, Lastenvaateverkkokauppa Pomppuliina**

"Olin skeptinen, koska olin kokeillut jo useita kursseja tuloksetta. Matin kurssi oli kuitenkin täysin erilainen – käytännönläheinen ja juuri suomalaisille verkkokaupoille suunnattu. Konversioasteemme nousi 1,2 prosentista 3,5 prosenttiin ensimmäisen kuukauden aikana, mikä tarkoitti yli 15 000€ lisämyyntiä. Kurssin hinta tuli takaisin moninkertaisesti."

[Kuva henkilöstä] **Pekka Järvinen, Urheiluravinnekauppa ProNutrition**

"Olen pyörittänyt verkkokauppaa 7 vuotta ja luulin tietäväni jo kaiken. Olin kuitenkin väärässä! Matin kurssi opetti minulle täysin uusia näkökulmia konversio-optimointiin. Erityisesti ostoskorin optimointi toi meille 28%

kasvun keskiostokseen. Lisäksi kurssin yhteisö on kultaakin kalliimpi – siellä pääsee vaihtamaan ajatuksia muiden verkkokauppioiden kanssa."

[Kuva henkilöstä] **Liisa Korhonen, aloitteleva verkkokauppias, Kotimainen.fi**

"Aloitin verkkokaupan vasta 4 kuukautta sitten, eikä minulla ollut mitään kokemusta markkinoinnista. Matin kurssin avulla olen rakentanut verkkokaupasta kannattavan heti alusta alkaen ilman kalliita virheitä. Erityisesti tuotekuvausten optimointi ja hinnoittelustrategiat olivat minulle silmiä avaavia. Jos olet aloittelija, tämä kurssi säästää sinulta vuosien yrittämisen ja erehtymisen."

Jo yli 500 verkkokauppiasta on kasvattanut myyntiään kurssini avulla. Haluatko sinä olla seuraava?"

Huomaa, miten suositteluissa on eri vaiheissa olevia verkkokauppiaita ja konkreettisia lukuja onnistumisista.

8. Videot, ikonit ja visuaalisuus tekevät vaikutuksen

Myyntisivu, jossa on laadukkaita visuaalisia elementtejä, konvertoi huomattavasti paremmin kuin pelkkää tekstiä sisältävä sivu.

Tehokkaat visuaaliset elementit:

- Myyntivideo (2-3 min), jossa esittelet itsesi ja kurssin
- Laadukkaat kuvat ja grafiikka
- Kuvakaappaukset itse kurssista
- Korostusvärit tärkeimmissä kohdissa
- Ikonit selkeyttämässä sisältöä

Käytännön esimerkki ikonien käytöstä:

"### Mitä kurssiin sisältyy?"

 **12 tuntia käytännönläheistä video-opetusta** – selkeästi jäsenneltynä ja helposti seurattavana

 **Toimintaorientoituneet työkirjat joka moduuliin** – muunna oppiminen välittömästi tuloksiksi

 **Henkilökohtainen verkkokauppa-analyysi** – tunnista juuri sinun kauppasi kriittiset kehityskohteet

 **Pääsy VIP-yhteisöön** – verkostoidu muiden verkkokauppioiden kanssa ja opi heidän kokemuksistaan

 **Valmiit työkalut ja mallipohjat** – säästä aikaa käyttämällä valmiita, testattuja ratkaisuja

 **Mobiilisovellus** – opiskele missä ja milloin tahansa, jopa ilman internetyhteyttä

 **12 kuukauden päivitykset** – pysy ajan tasalla verkkokaupan jatkuvasti muuttuvassa maailmassa

 **Sähköpostituki kurssin ajan** – saat vastaukset kysymyksiisi 24 tunnin sisällä"

Huomaa, miten ikonit tekevät listasta visuaalisesti miellyttävämmän ja helpommin silmäiltävän.

9. Selkeä hinnoittelu ilman yllätyksiä

Hinta on tärkeä, mutta arvo on tärkeämpi. Hinnoitteluosiossa on tärkeää korostaa, mitä asiakas saa rahojensa vastineeksi.

Hinnoittelun parhaat käytännöt:

- Esitä hinta selkeästi, ilman piilokustannuksia
- Tarjoa erilaisia maksuvaihtoehtoja (kertamaksu, osamaksu)

- Vertaa hintaa johonkin tuttuun (esim. "vähemmän kuin yksi konsultointitunti")
- Näytä selkeästi suomalaiset maksutavat logoineen

Käytännön esimerkki:

"### Investoi verkkokauppasi kasvuun

Verkkokaupan konversio-optimointi -kurssi

997€ **697€** (rajoitettu tarjous)

TAI

3 x 249€ kuukausierissä

Investointisi on pienempi kuin yhden päivän konsultointi – mutta hyödyt jäävät käyttöösi pysyvästi

Kurssiin sisältyy:

- 6 moduulia käytännön opetusta (arvo 997€)
- Työkirjat ja mallipohjat (arvo 297€)
- VIP-yhteisön jäsenyys (arvo 197€/vuosi)
- Henkilökohtainen konversioanalyysi (arvo 500€)
- 12kk kurssipäivitykset (arvo 197€)

Kokonaisarvo: 2188€

[Maksutapojen logot: Verkkopankki, MobilePay, Visa, Mastercard, Lasku]

100% tyytyväisyystakuu – Jos et ole tyytyväinen 30 päivän sisällä, saat rahasi takaisin kysymättä"

Huomaa, miten hinnan yhteydessä korostetaan kurssin kokonaisarvoa, joka on huomattavasti korkeampi kuin veloitettava hinta.

10. Verkkokaupan maksutavat Suomessa ja kansainvälisesti

Tässä luvussa käsitellään:

- Suomalaisia maksutapoja (verkkopankit, mobiilimaksut, laskut, luottokortit)
- Kansainvälisiä maksutapoja (PayPal, Stripe, alueelliset maksutavat)
- Maksutapojen integrointia myyntisivulle
- Käytännön esimerkkejä maksutapojen esittämisestä myyntisivulla

11. Laskutuslomakkeet yritys- ja yhteisömyyntiä varten

Tässä luvussa käyn läpi:

- Tehokkaan B2B-laskutuslomakkeen elementit
- Konkreettisen koodipohjan laskutuslomakkeelle
- Yritysmyyntin erityispiirteitä (ryhmäalennukset, räätälöinti, ALV-käsittely)
- Yritystodistukset ja -raportit

12. Toimintaan kehottavat paikkeet

CTA (Call to Action) -painikkeet ovat myyntisivun tärkeimpiä elementtejä. Ne ohjaavat vierailijaa kohti ostopäätöstä.

Tehokkaan toimintapainikkeen ominaisuudet:

- Erottuva väri, joka pomppaa sivulta esiin
- Toimintaan kehottava teksti
- Strateginen sijoittelu pitkin sivua
- Pääväitteen toistaminen napin lähellä

Käytännön esimerkki:

"[EROTTUVA PAINIKE: Aloita verkkokauppasi kasvu nyt]

Kyllä, haluan tuplata verkkokauppani myynnin seuraavan 60 päivän aikana!"

Sijoita tällaisia nappeja ainakin:

- Sivun yläosaan, heti ingressin jälkeen
- Kurssin sisällön esittelyn jälkeen
- Suosittelujen jälkeen
- Hinnoitteluosion yhteyteen
- Sivun loppuun

Varmista, että painikkeen väri erottuu selkeästi sivun muusta värimaailmasta, mutta sopii silti brändisi ilmeeseen.

13. Bonukset ja lisäarvon tuottajat

Bonukset tekevät tarjouksestasi vastustamattoman ja voivat olla juuri se tekijä, joka saa epäröivän ostajan tekemään ostopäätöksen.

Tehokkaiden bonusten ominaisuudet:

- 2-3 laadukasta bonusta, jotka täydentävät kurssia
- Selkeästi ilmoitettu todellinen arvo (mutta realistinen)
- Mahdollisesti aikarajoitettu bonus kiireellisyyden luomiseksi
- Tarkka selitys, miten bonukset tukevat kurssin tavoitteita

Käytännön esimerkki:

"### Erikoisbonukset nopeille toimijoille

BONUS 1: Verkkokaupan konversio-checklist (arvo 97€) 60-kohtainen tarkistuslista, jonka avulla käyt läpi verkkokauppasi kaikki kriittiset elementit ja varmistat, ettei mikään tärkeä yksityiskohta jää huomiotta. Tämä on sama työkalu, jota käytän omissa konsultoinneissani!

BONUS 2: 5 valmista sähköpostisarjaa (arvo 197€) Saat käyttöösi 5 valmista, konversiotestattu sähköpostisarjaa eri tilanteisiin:

- Tervetuloa-sarja uusille tilaajille
- Hylätyn ostoskorin palautussarja
- Uusintaosto-sarja aiemmin ostaneille
- Uudelleenaktivointi-sarja passiivisille asiakkaille
- Suositteluohjelman-sarja parhaimmille asiakkaillesi

BONUS 3: AIKARAJOITETTU – Ryhmävalmennus (arvo 297€) Vain 50 ensimmäiselle ilmoittautujalle Osallistu 90 minuutin live-valmennukseen, jossa käymme läpi osallistujien verkkokauppoja ja annan henkilökohtaista palautetta. Tämä on erinomainen mahdollisuus saada suoraa palautetta omasta kaupastasi ja oppia muiden esimerkeistä."

Huomaa, miten bonukset on suunniteltu tukemaan kurssin tavoitetta (verkkokaupan myynnin kasvattaminen) eivätkä ole irrallisia elementtejä.

14. Niukkuus ja kiireellisyys motivoi toimimaan heti

Ihmiset lykkäävät päätöksiä luonnostaan. Siksi on tärkeää luoda syy toimia juuri nyt.

Tehokkaita niukkuuden ja kiireellisyyden elementtejä:

- Rajoitettu määrä paikkoja kurssilla
- Aikarajoitettu tarjous
- Hinnan nousu tietyn ajan jälkeen
- Aikarajoitetut bonukset
- Laskuri, joka näyttää jäljellä olevan ajan tai paikkojen määrän

Käytännön esimerkki:

"### Rajoitettu tarjous – toimi nyt!

Verkkokaupan konversio-optimointi -kurssi on avoinna ilmoittautumisille vain seuraavan **72 tunnin** ajan.

[LASKURI: 3 päivää : 7 tuntia : 23 minuuttia : 11 sekuntia]

Miksi ilmoittautuminen on rajoitettu? Haluan varmistaa, että voin tarjota kaikille kurssilaisille parasta mahdollista tukea ja palvelua. Siksi otan kurssille vain rajatun määrän osallistujia kerrallaan.

Kurssin hinta palaa normaaliin 997€ hintaan, kun tämä tarjous päättyy. Lisäksi aikarajoitetut bonukset poistuvat.

Vain 50 paikkaa jäljellä tällä ilmoittautumiskierroksella! [Edistymispalkki: 70% paikoista täytetty]"

Muista, että niukkuuden ja kiireellisyyden elementtien täytyy olla aitoja – valheellinen niukkuus voi vahingoittaa luottamusta brändisi!

15. Takuu poistaa riskin

Ostopäätöksen suurin este on pelko siitä, ettei tuote toimi tai sovellu ostajan tarpeisiin. Takuu poistaa tämän riskin tehokkaasti.

Tehokkaan takuun elementit:

- Selkeä tyytyväisyystakuu (14-30 päivää)
- Takuun ehdot selkeästi ilmaistuna
- Takuuta korostava grafiikka (kuten sinetti tai leima)
- Positiivinen muotoilu ("Rahat takaisin -tyytyväisyystakuu")

Käytännön esimerkki:

"### 100% tyytyväisyystakuu – ei riskiä sinulle

[TAKUUSINETTI-GRAFIIKKA]

30 päivän rahat takaisin -takuu

Olen niin varma, että kurssini toimii verkkokauppasi myynnin kasvattamisessa, että tarjoan täyden 30 päivän rahat takaisin -takuun.

Kokeile kurssia 30 päivän ajan. Jos et jostain syystä ole täysin tyytyväinen tai et näe konkreettisia tuloksia verkkokauppassasi, lähetä minulle sähköpostia, ja palautan rahasi välittömästi – kysymyksiä kysymättä.

Haluan, että voit tehdä tämän päätöksen täysin ilman riskiä. Kaikki riski on minun puolellani."

Huomaa, miten takuu on muotoiltu positiivisesti ja se rakentaa luottamusta. Se myös osoittaa, että kouluttaja uskoo omaan tuotteeseensa niin paljon, että on valmis kantamaan kaiken riskin.

16. Usein kysytyt kysymykset vastaavat epäilyksiin

FAQ-osio (Frequently Asked Questions) on tärkeä myyntisivun osa, joka auttaa ostajaa ylittämään viimeiset epäilykset ennen ostopäätöstä.

Tehokkaan FAQ-osion ominaisuudet:

- Vastaa yleisimpiin vastaväitteisiin ja kysymyksiin
- Käsittelee ajan, rahan ja osaamisen haasteita
- Selventää teknisiä yksityiskohtia (käyttöoikeus, materiaalit)
- Auttaa epäröivää ostajaa ylittämään viimeiset esteet

Käytännön esimerkki:

"### Usein kysytyt kysymykset

Sopiiko kurssi aloittelijalle, jolla ei ole teknistä osaamista? Ehdottomasti!

Kurssi on suunniteltu siten, että se sopii sekä aloittelijoille että kokeneemmille verkkokauppiaille. Ohjeet ovat vaihe vaiheelta eteneviä, eikä

sinulla tarvitse olla erityistä teknistä osaamista. Kaikki kurssin tekniikat voidaan toteuttaa ilman koodausosaamista.

Minulla on jo verkkokauppa, mutta myynti ei vedä. Auttaako tämä kurssi minua? Juuri tällaisessa tilanteessa kurssista on eniten hyötyä! Kun sinulla on jo liikennettä verkkokauppaasi, pienetkin konversioasteen parannukset näkyvät välittömästi myynnissä. Monet kurssilaiset ovat nähneet 30-50% myynnin kasvun 60 päivän sisällä kurssitekniikoiden käyttöönotosta.

Minulla ei ole paljon aikaa. Kuinka paljon kurssi vaatii ajallista panostusta? Kurssi on suunniteltu kiireisille yrittäjille. Jokainen moduuli on jaettu 10-20 minuutin videoihin, jotka voit katsoa omaan tahtiisi. Suosittelen varaamaan 2-3 tuntia viikossa parhaan tuloksen saavuttamiseksi. Saat kuitenkin elinikäisen pääsyn materiaaleihin, joten voit edetä juuri sinulle sopivassa tahdissa.

Mikä on kurssin ja henkilökohtaisen konsultoinnin ero? Konsultointi maksaa tyypillisesti 150-200€/tunti, ja 10 tunnin konsultointipaketti voi maksaa 1500-2000€. Kurssi tarjoaa samat tiedot ja tekniikat huomattavasti edullisemmin, ja voit palata materiaaliin aina uudelleen. Lisäksi kurssiin sisältyvä VIP-yhteisö ja henkilökohtainen konversioanalyysi tuovat mukaan henkilökohtaisen tuen elementin.

Mitä jos minulla on kysyttävää kurssin aikana? Saat käyttöösi kurssin VIP-yhteisön, jossa voit kysyä kysymyksiä ja saada vastauksia sekä minulta että muilta kurssilaisilta. Lisäksi vastaan henkilökohtaisesti sähköpostikysymyksiin 24 tunnin sisällä kurssin ajan.

Milloin saan pääsyn kurssimateriaaleihin? Välittömästi maksun jälkeen! Saat kirjautumistiedot sähköpostiisi, ja pääset heti aloittamaan ensimmäisen moduulin.

Kuinka kauan minulla on pääsy kurssimateriaaleihin? Sinulla on elinikäinen pääsy kurssimateriaaleihin, mukaan lukien kaikki tulevat päivitykset 12 kuukauden ajan.

Voiko kurssin maksaa osissa? Kyllä, tarjoamme joustavan osamaksuvaihtoehdon: 3 x 249€.

Mitä jos kurssi ei sovi minulle? Tarjoamme 30 päivän rahat takaisin -takuu. Jos et ole tyytyväinen kurssiin mistä tahansa syystä, palautan rahasi kysymyksiä kysymättä."

Huomaa, miten FAQ-osio käsittelee yleisimpiä vastaväitteitä (aika, raha, tekninen osaaminen) ja antaa selkeät vastaukset, jotka helpottavat ostopäätöstä.

17. Lailliset ja käytännön asiat kuntoon

Ammattimaisella myyntisivulla huolehditaan myös laillisista ja käytännön asioista, jotka lisäävät luotettavuutta.

Tärkeät lailliset ja käytännön elementit:

- Selkeät tilaus- ja maksuehdot
- GDPR-mukainen rekisteri- ja tietosuojaseloste
- Evästehyväksynät
- Helposti löydettävät yhteystiedot
- Y-tunnus ja muut yritystiedot

Käytännön esimerkki:

"### Tilaus- ja maksuehdot

Tilaamalla kurssin hyväksyt [\[linkki\]](#)tilaus- ja maksuehtomme[\[/linkki\]](#). Kaikki hinnat sisältävät arvonlisäveron 24%.

Tietosuoja

Käsittelemme henkilötietojasi EU

tietosuoja-asetuksen (GDPR) mukaisesti. Lue [linkki]tietosuojaselosteemme[/linkki] saadaksesi tarkempia tietoja.

Yritystiedot

Verkkokauppavalmentaja Oy Y-tunnus: 1234567-8 Osoite: Myyntikatu 5, 00100 Helsinki Sähköposti: info@verkkokauppavalmentaja.fi Puhelin: 040 123 4567"

Nämä elementit lisäävät myyntisivun uskottavuutta ja luotettavuutta merkittävästi. Ne osoittavat, että kyseessä on vakavasti otettava yritys, joka toimii asianmukaisesti.

18. Opiskelijan ohjeistus varmistaa hyvän käyttökokemuksen

Pelkkä myyminen ei riitä – sinun täytyy varmistaa, että asiakas pääsee sujuvasti alkuun kurssillasi.

Tehokkaan ohjeistuksen elementit:

- "Näin pääset alkuun" tai "Miten kurssi toimii" -osio
- Selkeät, kuvalliset ohjeet kirjautumiseen ja kurssin aloittamiseen
- Kurssin perustoiminnot ja navigointiohjeet
- Mahdollinen lyhyt esittelyvideo oppimisalustasta
- Tieto saatavilla olevasta teknisestä tuesta

Käytännön esimerkki:

"### Näin pääset alkuun kurssilla

1. Rekisteröityminen (2 min) Heti ostoksen jälkeen saat sähköpostiisi vahvistuksen ja linkin, josta pääset luomaan salasanan kurssialustalle. Kirjaudu sisään sähköpostiosoitteellasi.

2. Orientaatio (10 min) Katso lyhyt tervetulovideo, jossa esittelen kurssialustan ja näytän, mistä löydät tärkeimmät materiaalit. Video löytyy kurssialustan etusivulta.

3. Tee konversioanalyysi (30 min) Aloita lataamalla konversioanalyysi-työkirja ja täytä se verkkokauppasi tämänhetkisen tilanteen pohjalta. Tämä antaa selkeän kuvan lähtötilanteestasi ja auttaa mittaamaan edistymistäsi.

4. Aloita moduulilla 1 (2h) Siirry ensimmäiseen moduuliin ja aloita opiskelu. Suosittelen suorittamaan moduulit järjestyksessä, mutta voit halutessasi hypätä itseäsi eniten kiinnostavaan aiheeseen.

5. Liity VIP-yhteisöön (5 min) Kurssialustalta löydät linkin yksityiseen Facebook-ryhmään. Esittele itsesi ja verkkokauppasi ryhmässä – näin saat heti tukea muilta kurssilaisilta.

Tekninen tuki Jos kohtaat teknisiä ongelmia, lähetä sähköpostia osoitteeseen tuki@verkkokauppavalmentaja.fi. Vastaamme 24 tunnin sisällä, useimmiten nopeammin. Kiireellisissä tapauksissa voit soittaa numeroon 040 123 4567 arkisin klo 9-16."

Tämä osio auttaa opiskelijaa pääsemään sujuvasti alkuun ja vähentää heti oston jälkeistä katumusta, joka voi johtaa takuupalautuksiin.

19. Mobiiliystävällisyys on ehdoton vaatimus

Yli puolet verkkoliikenteestä tulee nykyään mobiililaitteista, joten myyntisivusi on ehdottomasti toimittava hyvin myös mobiilissa.

Mobiilioptimoidun myyntisivun ominaisuudet:

- Responsiivinen design, joka mukautuu eri näyttökokoihin
- Helposti luettavat tekstit myös pienellä näytöllä

- Riittävän isot CTA-napit, jotka toimivat hyvin kosketusnäytöllä
- Optimoitu sivun latausnopeus myös mobiiliyhteyksiä varten
- Tarkistettu toimivuus eri mobiililaitteilla ja selaimilla

Käytännön vinkit:

- Testaa sivusi itse eri mobiililaitteilla ennen julkaisua
- Varmista että videot toimivat hyvin myös mobiilissa
- Käytä Google Mobile-Friendly Test -työkalua testaukseen
- Optimoi kuvat mobiililatausnopeutta ajatellen
- Tarkista, että lomakkeet ovat helposti täytettäviä mobiilissa

Mobiilioptimoidut sivut parantavat konversioastetta merkittävästi verrattuna sivuihin, jotka on suunniteltu vain tietokoneille. Älä siis sivuuta tätä tärkeää osa-aluetta!

20. Yhteystiedot ja asiakaspalvelu

Laadukas asiakaspalvelu rakentaa luottamusta ja auttaa epäröivää asiakasta tekemään ostopäätöksen.

Tehokkaan asiakaspalvelun elementit:

- Selkeät ja helposti löydettävät yhteystiedot
- Monipuoliset yhteydenottokanavat
- Luvattu vastausaika kyselyihin
- Mahdollinen live-chat -toiminto

Käytännön esimerkki:

"### Kysymyksiä? Olemme täällä sinua varten

Sähköposti: info@verkkokauppavalmentaja.fi (vastaamme 24h sisällä)

Puhelin: 040 123 4567 (arkisin klo 9-16)

Live-chat: Käytä sivun oikeassa alakulmassa olevaa chat-ikkunaa saadaksesi välittömän vastauksen kysymyksiisi (online arkisin klo 9-18)

Varaa ilmainen konsultaatiopuhelu: Haluatko keskustella tarkemmin siitä, sopiiko kurssi juuri sinun tilanteeseesi? [VARAA AIKA] -napista voit varata 15 minuutin ilmaisen konsultaatiopuhelun, jossa käymme läpi verkkokauppaasi tilanteen ja miten kurssi voisi auttaa sinua."

Live-chat -toiminto on erityisen tehokas myyntisivuilla, sillä se mahdollistaa välittömien kysymysten ja epäilysten käsittelyn juuri sillä hetkellä, kun potentiaalinen asiakas harkitsee ostoa.

21. Analytiikka ja jatkuva kehittäminen

Myyntisivun rakentaminen ei pääty sen julkaisuun. Parhaiten menestyvät ne, jotka seuraavat sivunsa toimivuutta ja kehittävät sitä jatkuvasti.

Analytiikan ja jatkuvan kehittämisen työkalut:

- Asenna analytiikkatyökalut (Google Analytics, Hotjar, jne.)
- Testaa erilaisia otsikoita, kuvia ja CTA-tekstejä A/B-testauksella
- Seuraa, missä kohdassa sivua vierailijat poistuvat
- Kerää ja analysoi asiakaspalautetta
- Kehitä sivua jatkuvasti datan pohjalta

Käytännön vinkit:

- Testaa ensin sivun tärkeimpiä elementtejä (otsikko, CTA-napit, hinnoittelu)
- Tee vain yksi muutos kerrallaan, jotta tiedät mikä vaikutti tuloksiin
- Kerää palautetta uusilta asiakkailta heti kurssin oston jälkeen
- Seuraa konversioastetta eri liikenteen lähteistä (some, sähköposti, hakukoneet)
- Analysoi myös peruutusten syitä kehittääksesi kurssia

Esimerkki: Eräs verkkokauppakouluttaja huomasi analytiikasta, että 60% mobiililla sivua selaavista poistui heti kurssin sisältö -osiossa. Tarkempi analyysi paljasti, että sisältöosio oli mobiilissa vaikealukuinen. Korjauksen jälkeen mobiilikonversio parani 40%.

Yhteenveto: Erinomainen myyntisivu on investointi, ei kulu

Hyvin rakennettu myyntisivu on kuin parhaiten palkattu myyjäsi, joka työskentelee puolestasi vuorokauden ympäri. Se rakentaa luottamusta, poistaa epäilyksiä ja ohjaa kävijän ostopäätökseen askel askeleelta.

Muista, että myyntisivu ei ole vain tekninen suoritus – se on keskustelu potentiaalisen asiakkaasi kanssa. Puhu suoraan hänen tarpeistaan, toiveistaan ja peloistaan. Kerro selkeästi, miten kurssisi muuttaa hänen elämänsä paremmaksi.

Erityisesti suomalaiselle yleisölle suunnatulla myyntisivulla on tärkeää huomioida kotimaiset maksutavat, selkeät yhteystiedot ja luotettavuutta rakentavat elementit. Suomalaiset arvostavat läpinäkyvyyttä ja selkeyttä, joten varmista että nämä arvot välittyvät myyntisivultasi.

Myyntisivun rakentamisen tarkistuslista

Tässä vielä kirjan loppuun tarkistuslista:

- ✓ Huomion nappaava otsikko
- ✓ Sisältöä tukeva ingressi
- ✓ Selkeä ongelman määrittely ja ratkaisu
- ✓ Hyödyt ja arvolupaus esiin selkeästi

- ✓ Kouluttajan uskottavuus rakentaa luottamusta
- ✓ Kurssin sisältö esiteltynä selkeästi
- ✓ Sosiaalinen todiste vakuuttaa epäröivän
- ✓ Videot, ikonit ja visuaalisuus
- ✓ Selkeä hinnoittelu ilman yllätyksiä
- ✓ Verkkokaupan maksutavat Suomessa ja kansainvälisesti
- ✓ Laskutuslomakkeet yritys- ja yhteisömyyntiä varten
- ✓ Opiskelijan ohjeistus kurssin käyttämiseen
- ✓ Toimintaan kehottavat napit
- ✓ Bonukset ja lisäarvon tuottajat
- ✓ Niukkuus ja kiireellisyys motivoi toimimaan
- ✓ Takuu poistaa riskin
- ✓ Usein kysytyt kysymykset vastaavat epäilyksiin
- ✓ Lailliset ja käytännön asiat kuntoon
- ✓ Opiskelijan ohjeistus
- ✓ Mobiiliystävällisyys varmistettu
- ✓ Yhteystiedot ja asiakaspalvelu
- ✓ Analytiikka ja jatkuva kehittäminen

Vaikka täydellisen myyntisivun rakentaminen vie aikaa, se maksaa itsensä takaisin moninkertaisesti parantuneena konversioasteena ja tyytyväisempinä asiakkaina, jotka tietävät tarkalleen mitä ovat ostamassa.

