**Te elementy powinna zawierać strona internetowa firmy z branży przemysłowej**

**Jakie elementy powinna zawierać strona internetowa firmy z branży przemysłowej? Co jest kluczowe dla klientów? Warto zwrócić uwagę na fakt, że branża przemysłowa jest obecnie w trudnej sytuacji. Jak informuje Główny Urząd Statystyczny, spadek produkcji sprzedanej odnotowano w wielu kategoriach, np. meble zanotowały spadek o 15,7 proc., urządzenia elektryczne o 15 proc., papier i wyroby z papieru o 14,1 proc., a komputery, wyroby elektroniczne i optyczne o 10,4 proc. Jak – mając na uwadze te dane – zbudować stronę internetową, by zwiększyć sprzedaż? Oto kilka sposobów.**

Strona internetowa to ważne narzędzie w procesie sprzedażowym. Zdaniem ekspertów firmy Strategy&Polska, w okresie od 2021 do 2027 roku wartość rynku e-commerce w Polsce wzrośnie o 94 miliardy złotych. Jak podaje Izba Gospodarki Elektronicznej, odsetek internautów kupujących w sieci wzrósł w ciągu ostatniej dekady z 45 proc. do 87 proc., czyli bez mała 2-krotnie. Wzrost liczby sklepów internetowych osiągnął dynamikę rzędu 14 proc. rocznie, co stawia Polskę w czołówce najszybciej rozwijających się rynków e-commerce w Europie. Na coraz bardziej zatłoczonym rynku warto więc się wyróżnić. W jaki sposób zbudować stronę internetową, by była ona ciekawa dla odbiorców? Podpowiadamy.

**Postaw na Web Usability**

Strona internetowa to narzędzie do komunikacji z klientami, a także realizowania procesów sprzedażowych. Aby konsumenci wykonali określone kroki, strona musi być dla nich użyteczna i prowadzić ich na kolejnych etapach ścieżki zakupowej. Co wpływa na Web Usability? 5 kluczowych elementów:

* *learnability*, czyli stopień trudności w wykonywaniu podstawowych zadań;
* *efficiency*, czyli czas potrzebny użytkownikowi na wykonanie konkretnych zadań, np. dodania produktu do koszyka;
* *memorability*, czyli szybkość dojścia do wprawy w poruszaniu się po stronie internetowej;
* *satisfaction*, czyli stopień satysfakcji w trakcie korzystania ze strony;
* *errors*, czyli liczba błędów popełnianych przez użytkowników.

Wzięcie pod uwagę tych elementów sprawi, że strona będzie przyjazna dla odbiorcy – uważa Sebastian Kopiej, Prezes Zarządu agencji PR Commplace.

 – *Dobre Web Usability sprawia, że strona jest atrakcyjniejsza dla użytkowników. Odbiorcy preferują strony, które są łatwe w nawigacji, intuicyjne i dostarczają pozytywnego doświadczenia. Dzięki temu mogą szybko i efektywnie znaleźć potrzebne informacje lub wykonać zamierzone akcje, takie jak zakupy online. Użyteczność przekłada się na skuteczność strony. Użytkownicy, którzy mogą łatwo znaleźć to, czego szukają, są bardziej skłonni do podejmowania pożądanych działań, takich jak dokonywanie zakupów lub rejestracja na stronie. Dobrej jakości Web Usability jest więc kluczowym czynnikiem wpływającym na konwersje* – wyjaśnia Sebastian Kopiej.

Reasumując: dobra strona dla firmy z branży przemysłowej powinna być użyteczna, prosta w nawigacji, atrakcyjna wizualnie i przejrzysta. Należy pamiętać, że branża przemysłowa często trafia do odbiorcy B2B, czyli klienta biznesowego. Ten chce szybko uzyskać informacje o produktach i dokonać zakupów bez zbędnych komplikacji.

**Zbadaj eyetracking użytkownika**

Przed opublikowaniem strony internetowej warto wykonać analizy. Jedną z nich jest ta eyetrackingowa, czyli badanie ścieżki wzrokowej klienta. W ten sposób można zbadać proces decyzyjny klienta.

 – *Za pomocą tej metody określimy, gdzie klient skupia wzrok po wejściu na stronę internetową, a także które elementy przykuwają jego uwagę. Istotne są także informacje, jakie elementy pomija wzrokiem. W efekcie badania powstaje mapa cieplna, która odzwierciedla zainteresowanie użytkownika konkretnymi obszarami –* dodaje Sebastian Kopiej.

Podsumowując, strona internetowa firmy z branży przemysłowej powinna spełniać kilka istotnych kryteriów, zwłaszcza w obliczu obecnej sytuacji na rynku. Branża przemysłowa boryka się z wyzwaniami, takimi jak spadek produkcji sprzedanej, dlatego skoncentrowanie się na efektywnym wykorzystaniu strony internetowej może być kluczowe dla wsparcia sprzedaży.