

Як Створити Цільова Сторінка Пожертвувань, Яка Конвертує

Що Таке Цільова Сторінка Пожертвувань?

[Цільова сторінка пожертвувань](#) – це веб-сторінка, призначена для того, щоб переконати відвідувачів зробити пожертву на конкретну справу або організацію. Цільова сторінка для збору пожертв відрізняється від звичайного веб-сайту або блогу тим, що вона має чітку і єдину мету: спонукати людей робити пожертви.

Посадкові сторінки для збору пожертв мають вирішальне значення для краудфандингу – практики збору коштів від великої кількості людей, як правило, в Інтернеті. Краудфандинг можна використовувати для різних цілей, таких як соціальні ініціативи, творчі проекти, стартапи або особисті потреби. Однак [краудфандинг](#) – це нелегка справа. Це вимагає багато планування, маркетингу та комунікації для залучення та переконання потенційних донорів.

Одним з найважливіших елементів успішної краудфандингової кампанії є успішної краудфандингової кампанії це цільова сторінка для збору пожертв, яка дійсно працює. Ефективна цільова сторінка для пожертвувань – це сторінка, яка переконує відвідувачів зробити пожертву, а також робить процес пожертвування простим і безперешкодним. Ефективна цільова сторінка для збору пожертв може суттєво вплинути на суму зібраних коштів, кількість донорів та загальний вплив кампанії.

Чому Неприбуткові Організації Повинні Мати Цільові Сторінки Для Збору Пожертв?

Некомерційні організації повинні мати цільові сторінки для збору пожертв, тому що вони можуть допомогти їм підвищити ефективність та результативність фандрейзингу. Цільові сторінки для пожертвувань – це веб-сторінки, спеціально розроблені для того, щоб переконати відвідувачів зробити пожертву на конкретну справу або організацію. Вони відрізняються від звичайних веб-сайтів чи блогів тим, що мають чітку і єдину мету: спонукати людей робити пожертви.

Ось деякі з переваг таких цільових сторінок:

- **Вони можуть підвищити коефіцієнт конверсії.** Коефіцієнт конверсії – це відсоток відвідувачів, які виконують бажану дію, наприклад, роблять пожертву. Цільові сторінки для пожертвувань можуть підвищити коефіцієнт конверсії, надаючи чітку і переконливу пропозицію цінності, сильний і терміновий заклик до дії, а також простий і безпечний процес пожертвування. Цільові сторінки для збору пожертв також можуть зменшити відволікаючі фактори, такі як непотрібна навігація, посилання або інформація, які можуть завадити відвідувачам зробити пожертву.
- **Вони можуть збільшувати суми пожертв.** [Цільові сторінки для пожертв](#) можуть збільшити суму пожертв, пропонуючи оптимальні суми пожертв, пропонуючи варіанти повторних пожертв і заохочуючи або винагороджуючи за більші пожертви. Цільові сторінки для збору пожертв також можуть використовувати соціальні докази, такі як відгуки, огляди або рейтинги, щоб підвищити довіру і авторитет, а також мотивувати відвідувачів до більших пожертв.
- **Вони можуть підвищити утримання донорів.** Утримання донорів це відсоток донорів, які продовжують робити пожертви з плином часу. [Цільові сторінки для пожертв](#) можуть підвищити рівень утримання донорів, забезпечуючи позитивний і незабутній досвід

пожертвування, надсилаючи персоналізовані та своєчасні повідомлення з подякою, а також демонструючи вплив і результати пожертв. Цільові сторінки для збору пожертв також можуть використовувати email-маркетинг, соціальні мережі та інші канали, щоб підтримувати зв'язок з донорами та заохочувати їх до повторних пожертв.

- **Вони можуть збільшити залучення донорів.** Залучення донорів це процес залучення нових донорів до справи чи організації. Цільові сторінки пожертв можуть збільшити залучення донорів за допомогою пошукової оптимізації, платної реклами або вірусного маркетингу для залучення більшої кількості трафіку на сторінку. На цільових сторінках збору пожертв також можна використовувати реферальну програму, конкурси або завдання, щоб заохотити існуючих донорів запросити своїх друзів, родичів або колег зробити пожертву.

Ось деякі з причин, чому неприбуткові організації повинні мати цільові сторінки для збору пожертв. Вони можуть допомогти неприбутковим організаціям залучити більше коштів, охопити більше донорів та мати більший вплив.

Як Створити Цільову Сторінку Для Пожертв?

Ось кілька порад і найкращих практик, яких варто дотримуватися:

- **Майте переконливий заголовок.** Заголовок – це перше, що бачать відвідувачі, коли потрапляють на вашу сторінку. Він повинен привернути їхню увагу, зацікавити і викликати бажання читати далі. Заголовок також повинен передавати основну перевагу або ціннісну пропозицію вашої кампанії та відповідати на питання: чому я повинен зробити пожертву? Наприклад, заголовок на кшталт “Допоможіть врятувати зникаючих слонів” є більш переконливим, ніж “Пожертвуйте на наш проект зі збереження дикої природи”.
- **Розкажи історію.** Люди більш схильні робити пожертви, коли відчувають емоційний зв'язок з вашою справою чи організацією.

Один з найкращих способів створити цей зв'язок – розповісти історію. Історія може показати проблему, яку ви намагаєтеся вирішити, вплив, який ви зробили або хочете зробити, а також людей або тварин, яким ви допомагаєте. Історія також може показати вашу пристрасть, достовірність та автентичність. Використовуйте зображення, відео, свідчення або кейси, щоб зробити вашу історію більш привабливою та переконливою.

- **Покажіть терміновість.** Люди більш схильні жертвувати, коли відчують нагальну потребу або обмежені можливості. Ви можете створити відчуття терміновості, показавши поточну ситуацію, наслідки бездіяльності, дедлайн або мету вашої кампанії. Наприклад, ви можете використовувати таймер зворотного відліку, індикатор прогресу або тактику дефіциту (наприклад, “залишилося лише 10 місць”), щоб показати нагальність вашої кампанії.
- **Зробіть пожертвування простими.** Люди більш схильні до донорства, коли вони мають безперешкодний і безпроблемний досвід донорства. Ви можете полегшити процес пожертвування, розмістивши чітку і помітну кнопку із закликом до дії (CTA), просту і безпечну форму для пожертвування та кілька варіантів оплати. Ви також можете використовувати соціальні докази, такі як логотипи партнерів, спонсорів або засобів масової інформації, щоб підвищити довіру та авторитет. Ви також можете використовувати стимули, такі як винагороди, визнання або звіти про вплив, щоб мотивувати і подякувати своїм донорам.
- **Оптимізуйте свою сторінку для мобільних пристроїв.** Люди більш схильні робити пожертви, коли вони можуть отримати доступ до вашої сторінки з будь-якого пристрою, особливо мобільного. Ви можете оптимізувати свою сторінку для мобільних пристроїв за допомогою адаптивного дизайну, швидкого завантаження та зручного макета. Ви також можете використовувати спеціальні мобільні функції, такі як SMS, QR-коди або мобільні гаманці, щоб полегшити пожертвування для мобільних користувачів.

Створіть Найкращі Цільові Сторінки Для Пожертвувань За Допомогою

WhyDonate

Тепер ви знаєте деякі поради та найкращі практики щодо створення цільової сторінки для збору пожертв, яка конвертує. Однак не існує універсальної формули ідеальної цільової сторінки для збору пожертв. Ви завжди повинні тестувати та експериментувати з різними елементами, такими як заголовки, зображення, відео, кольори, шрифти або заклики до дії, щоб побачити, що найкраще працює для вашої аудиторії та вашої кампанії.

Припустимо, ви хочете створити сторінку для пожертвувань, яка працює. У такому випадку ви можете скористатися вбудованим інструментом, таким як WhyDonate – потужною і простою у використанні платформою для пожертвувань, яка допоможе вам створити красиві та ефективні цільові сторінки для пожертвувань за лічені хвилини. WhyDonate також пропонує такі функції, як регулярні пожертви, управління донорами, аналітика, інтеграція та багато іншого, що допоможе вам керувати фандрейзингом і розвивати його.

WhyDonate довіряють понад 40 000 власників фандрайзерів, благодійних організацій, шкіл, церков та приватних осіб по всьому світу, які зібрали понад 25 мільйонів доларів за допомогою WhyDonate. Платформа стягує 0% комісію, що дозволяє кожному користуватися платформою, коли йому потрібні кошти.

Приклади Цільових Сторінок Для Пожертвувань

Ось 2 приклади, щоб ви мали уявлення про те, як виглядають успішні цільові сторінки для збору пожертв

Почніть Роботу Над Дизайном [Цільової Сторінки Для Збору Пожертв](#)

Роль цільових сторінок для пожертвувань у краудфандингу полягає в тому, щоб переконати відвідувачів зробити пожертву на конкретну справу або організацію. Ці цільові сторінки можуть допомогти краудфандинговим кампаніям зібрати більше коштів, охопити більше донорів і мати більший вплив. Однак створити цільову сторінку для збору пожертв, яка б працювала, не просто. Це вимагає багато планування, тестування та оптимізації, щоб знайти найкращу комбінацію елементів, які приваблюють цільову аудиторію та відповідають цілям кампанії.

для отримання додаткової інформації : [Цільові сторінки для пожертв](#)