Visual Growth Audit

بررسی راهکارهای بصری جهت افزایش نرخ تبدیل و یکپارچگیِ برند «دیدار»

پیشنهاد استراتژیک هویت بصری | استودیو Com Graph

تحلیل بصری و محتوایی

فراتر از فیچرها؛ ارزش ادراک‌شده

دیدار در مرحله‌ای از بلوغ محصول قرار دارد که «فروش» دیگر فقط با لیست کردن قابلیت‌های فنی انجام نمی‌شود. هدف این ممیزی، تبدیل «شلوغی‌های بصری» به «مسیرهای شفاف رشد» است تا مخاطب در کسری از ثانیه، ارزش دیدار را نه با خواندن، که با دیدن درک کند.

چالش‌های شناسایی‌شده در لندینگ‌های دیدار:

۱. Cognitive Overload (بار شناختی):

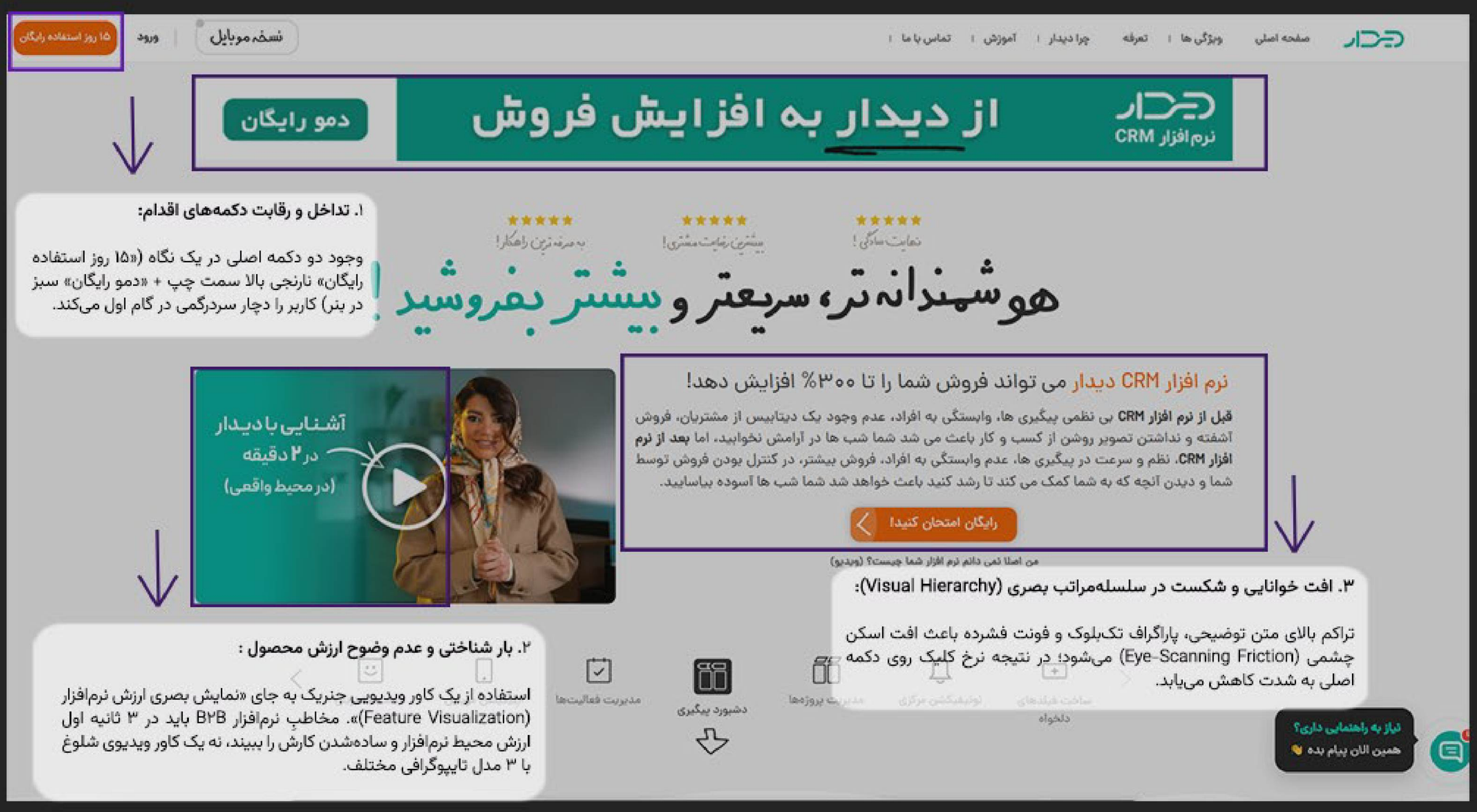
غلبه‌ی اسکرین‌شات‌های شلوغ نرم‌افزار بر پیام اصلی (کاهش نرخ تبدیل).

۲. Visual Inconsistency:

عدم یکپارچگی زبان بصری میان تبلیغات شبکه‌های اجتماعی و فضای وب‌سایت (Dilution of Brand).

۳. CTA Friction:

رقابت بصری دکمه‌های متعدد (دمو، ثبت‌نام، تماس) که باعث فلج تصمیم‌گیری کاربر می‌شود.



معماری رشد بصری (Proposed System):

۱. Feature Visualization:

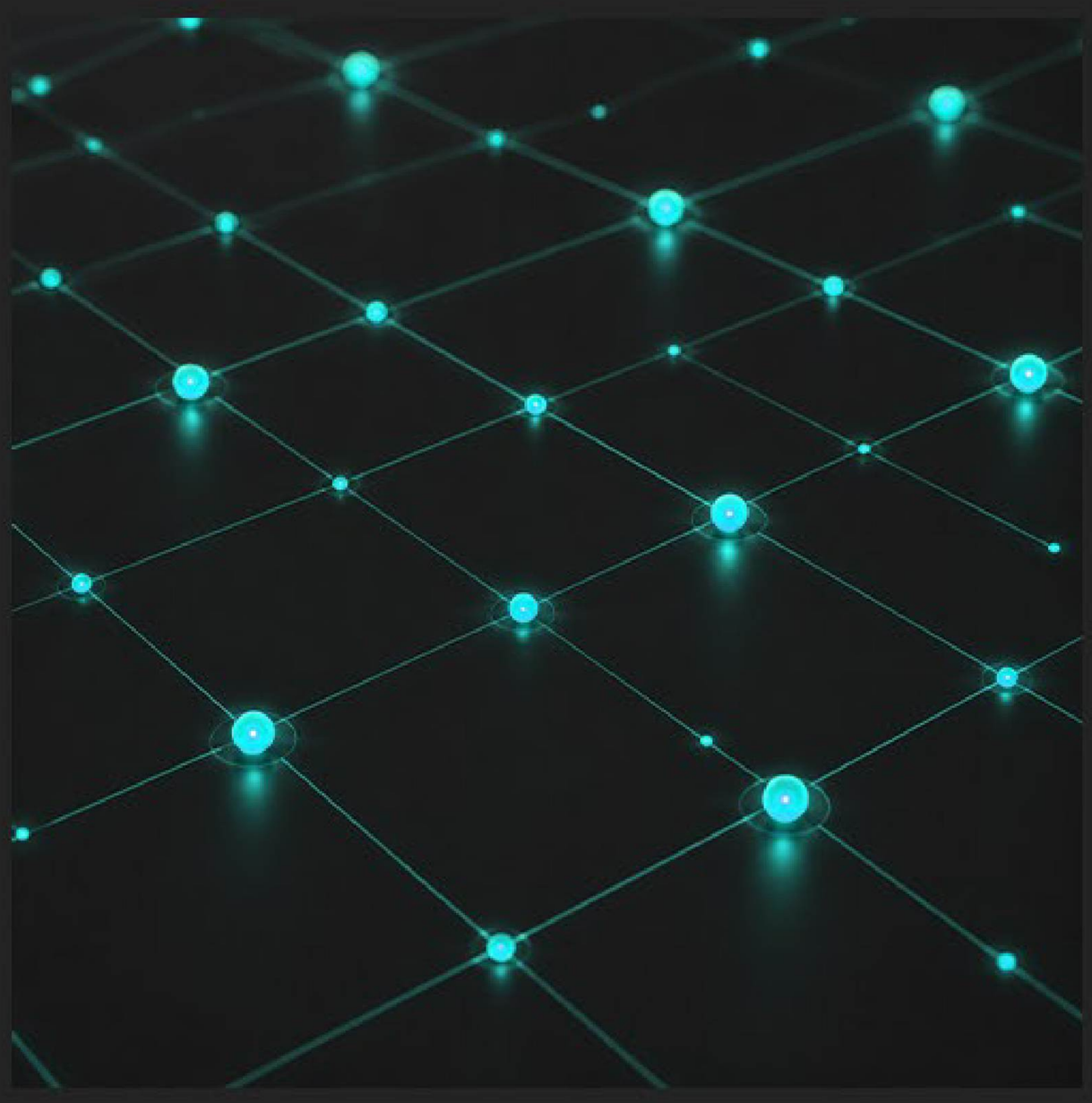
تبدیل اسکرین‌شات‌های شلوغ به اینفوگرافیک‌های انتزاعی و مینیمال (کاهش اصطکاک کاربر).

۲. Design SOP:

تدوین راهنمای استایل برای تیم مارکتینگ (جهت حفظ هویت یکپارچه در همه کانال‌ها).

۳. Hierarchy Optimization:

اولویت‌بندی بصری Call-to-Action اصلی برای هدایت بی‌وقفه کاربر به سمت خرید.



مسیر پیاده‌سازی و اصلاح

این ممیزی تنها بخشی از نقاط کور شناسایی‌شده است. برای دسترسی به «نقشه راه جامع اصلاح لندینگ» و بررسی زیرساخت‌های متصل، درخواست خود را ثبت کنید تا سیستم اختصاصی دیدگاه شما طراحی شود.

دریافت مشاوره استراتژیک