

优化Web表单的 9个技巧





你在工作的过程中也遇到过类似的对话场景吗？你是否也在试图找到一种方法，将网页流量转化成高质量的线索？

众所周知，潜在客户开发就是为了吸引人们来关注企业的生意。企业可以发起一个市场活动，可以做广告，参加贸易展，或者举办网络研讨会。所有这些都是为了让人们对企业的产品感兴趣，从而说服他们更多地了解企业的产品！

通过使用一个好的web表单构建器，可以更好的完成这些工作。如果表单构建器有一个所见即所得的编辑器，就可以在几分钟内拖放并创建web表单！



在这本电子书中，我们来看看**9**个关于如何优化web表单的技巧。与此同时，我们一起学习如何结合Zoho CRM来使用这9个优秀的技巧。

- #1** 将web表单与**CRM**连接起来。
- #2** 提供链接和提示来完善字段。
- #3** 避免太多必填字段，保持表单简洁。
- #4** 自动为多个表单传递隐藏值。
- #5** 消除垃圾邮件，自动提交表单。
- #6** 通过重定向到其它页面引导访客更多参与。
- #7** 回复个性化的邮件。
- #8** 自动分配记录给销售代表，以便快速跟进。
- #9** 在添加到CRM系统之前过滤记录。

技巧#1

将web表单与CRM连接起来。

为什么要等到收集大量线索的时候，才将它们转移到CRM系统呢？一次性获得一堆线索是很难管理的。但是如果每获得一个线索就立即处理，就可以轻松将它分配给销售人员，并添加任务、安排通话，那么线索跟进就变得容易多了。

使用与CRM系统连接好的web表单，可以将数据直接导入CRM数据库。

完全不用担心通过web表单捕获到的数据准确性，将收集到的数据轻松分配给销售人员访问和处理。



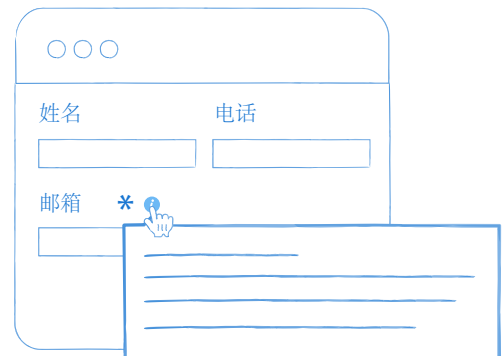
Zoho CRM - Web表单

技巧#2

提供链接和提示来完善字段。

通常人们不愿意泄露信息，特别是涉及到个人隐私的邮箱地址、电话号码等信息。提供一个隐私策略链接，并向他们保证这些信息在你这里是安全的。

对诸如数据和时间格式、包含或不包含地区代码的电话号码等信息提供提示，对于维护企业干净的CRM系统数据库非常有用。它确保所有的数据都以相同的格式收集，并帮助访客填写详细信息。



Zoho CRM - 为字段提供帮助链接或文本



避免太多必填字段 保持表单简洁。

如果你的网页流量很大，但却无法足够吸引用户来填写web表单，那么对企业来说将是一种损失。同样不可否认的是，收集尽可能多的访客信息对企业是一件非常有吸引力的事情。但是你是否知道，一个信息冗长、布局拙劣的web表单，只会将网站访客吓跑！

减少不必要的字段，保持表单简洁是一个明智的选择。用少于2分钟就可以填写完毕的必填字段来构建web表单，也许添加一个额外的字段看起来会更好，但请仔细思考它是否值得添加。只收集那些销售人员跟客户取得联系并跟进时用到的必要信息就可以了。

Zoho CRM - 设置字段必填和表单布局。



自动为多个表单传递隐藏值。

有时候可能需要将一些默认信息与新创建的线索关联起来，而这些信息不需要展示给访客。这些信息可能是生成线索的市场活动，可能是线索收集的来源，也可能是任意跟线索详情有关的隐藏值。

添加隐藏值可以帮助进一步完善收集到的线索信息。例如，你想要在多个不同的页面上嵌入“请求演示”的表单，通过自动传递隐藏的线索来源值，你可以得到一个清晰的线索生成来源的图像。

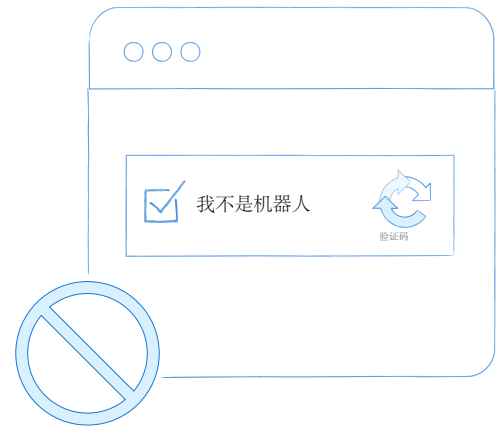
Zoho CRM - web表单中的隐藏字段



消除垃圾邮件 自动提交表单。

企业最不想看到的就是网站被“机器人”攻击，这种情况会导致网站在一分钟内被注册上百次。此外，企业肯定也不想接收那些被认为是垃圾邮件的请求。这种情况下，验证码是一个常用的解决方案。

验证码的使用场景很多，也确实很有用！验证码可以区分人和机器，在很大程度上消除自动表单提交。它可以减少垃圾表单的数量，给企业提供高质量的信息收集。



Zoho CRM - 使用验证码



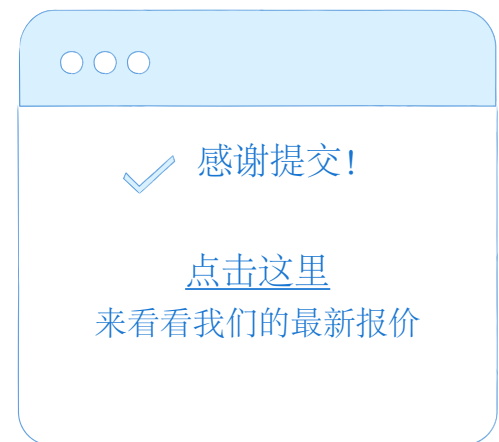
通过重定向到其它页面 引导访客更多参与。

说服访客填写表单并不是唯一的目标，可以让用户进一步参与更多活动，获取更多信息。把他们的注意力引导到其它页面上，给他们提供更多有用的相关资料。

可以将用户重定向到诸如以下页面：

- 重点介绍最近的更新、最新产品和折扣的页面。
- 以视频或交互方式提供产品概览的页面。
- 列出已有客户推荐信的页面。

或只是简单地重定向到一个‘感谢’页面。



Zoho CRM - 落地页URL



回复个性化的邮件。

试想一下，当走进附近的一家咖啡馆，如果你听到诸如“晚上好！你想要点什么？”这样的话语时，听起来是不是就是很“平常”、“普通”的服务口号？

谁不喜欢个性化的服务 - “你好！欢迎光临咖啡厅。你想尝尝“今日特饮” – 加了少许橙汁的冰雪咖啡吗？”

发送邮件来确认线索提交的请求是线索培育的一个好习惯，如果能让这个行为自动触发并执行就更是一件有趣的事情。在邮件中添加个性化的信息，并为客户关系和销售设置正确的备注。让客户知道你是真心想帮助他的。



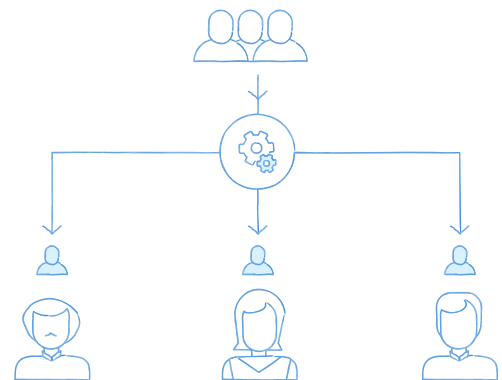
Zoho CRM - 自动发送个性化电子邮件或自动回复规则



自动分配记录给销售代表以便快速跟进。

线索可能会通过填写表单来留下他的信息，以便进一步了解你的产品，或者下载一份白皮书/电子书。不管怎样，这里的问题是—你的销售人员通过会需要多长时间来跟进这些线索并有效回复他们？每个人都可能会有很多方法连接线索或潜在客户，但时机很重要。

如果花费的时间太长，那么就需要重新考虑线索管理和跟进流程。抓住机会，不要让线索等待太长时间。创建一个简单的工作流程，自动分配线索给销售人员，并帮助他们快速跟进。



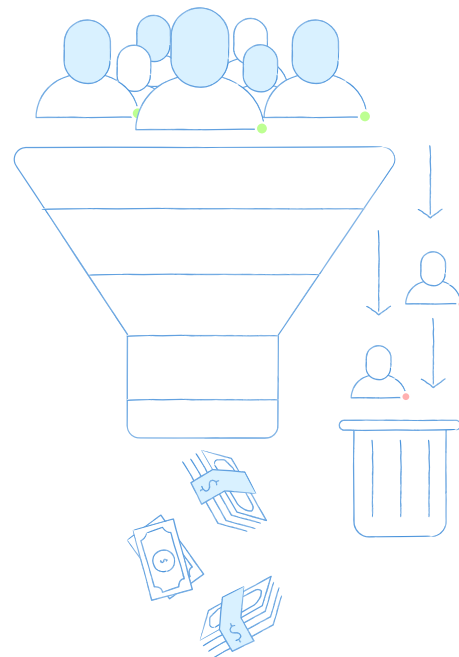
Zoho CRM - 记录所有者的分配规则和后续跟进任务



在添加到CRM系统之前过滤记录。

在销售团队中，可能有其他人需要对添加到CRM系统中的线索提供支持。验证码是避免垃圾信息的基础方案。但是对于那些已经进入CRM系统中的垃圾信息如何处理呢？

当web表单和CRM系统连接时，可能会导致“不太感兴趣”的线索也被添加进来。企业绝对不希望销售人员把时间浪费在垃圾信息上。在销售团队正式跟进之前，重新检查并审批那些自动添加的记录，以确保添加到CRM系统中的信息都是有效的。



Zoho CRM - 审批通过web表单生成的记录



联系我们

Zoho中国

- 公司地址
- Zoho Corporation
- 中国, 北京
- 海淀区后屯路28号,
- KPHZ国际技术转移中心三层,
- 邮编: 100192
- 网址: www.zoho.com.cn
- 电话: +86-400-660-8680

产品购买/代理加盟

- 电话: 010-82637815
- cn-sales@zohocorp.com

技术支持

- 电话: 400-660-8680
- support@zohocorp.com.cn

媒体与市场合作

- 电话: 010-826378395

Zoho CRM资源中心

www.zoho.com.cn/crm/help