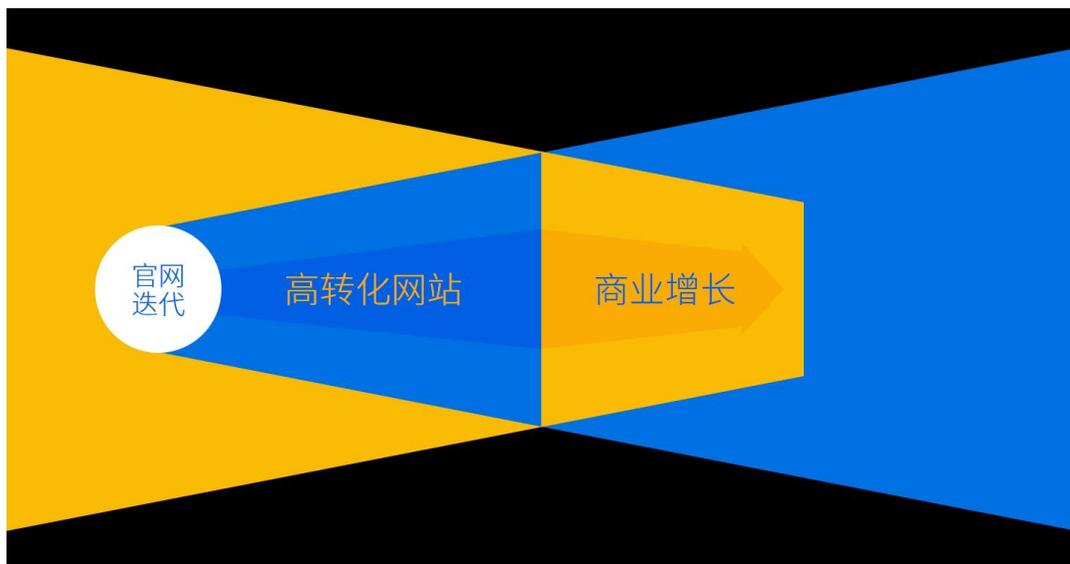


商业增长秘籍： 头部企业的高转化网站迭代策略

蒙特网站自2000年成立以来累计服务客户10000余家，包括国内外主板上市客户超过500家。蒙特与华为、字节跳动等行业头部企业的合作涵盖官网、专用的商业网站系统、微信公众号/小程序等领域的策划、开发、建设等。



在我们多年的网站服务实践中，头部企业进行官网迭代普遍以打造高转化网站、实现商业增长为最终目标，希望迭代后的官网能进一步巩固、增强自身的商业生态圈。官网为什么能帮我们实现



商业增长？怎么通过官网迭代构造高转化网站？本文将结合常见的商业场景，以新能源汽车网站迭代为例，解读头部企业的商业网站建设策略和官网迭代思维。

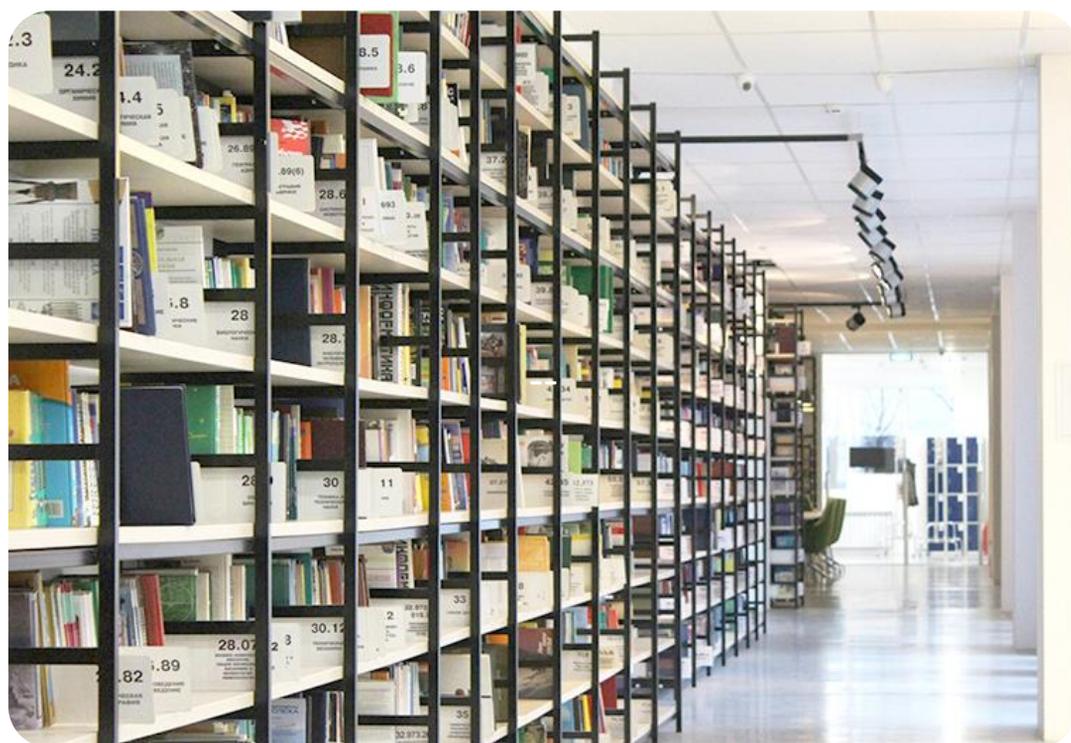


官网承担商业角色

优秀的商业网站建设，能牢牢吸引潜在客户，把每一次访问都转化成商业契机。



在这个数字营销时代，官网早就不是10年前那个只展示公司基本信息的冷冰冰的公告栏，而是摇身一变，在企业商业生态圈中发挥着多重重要作用：为品牌注入活力、打通营销渠道、成为用户成长的摇篮以及客户服务的中心。因此，打造一个优秀的网站，对于提升品牌形象、吸引潜在客户、促进业务发展具有重要意义。



官网为什么要迭代



你可能会会有这样的疑问：

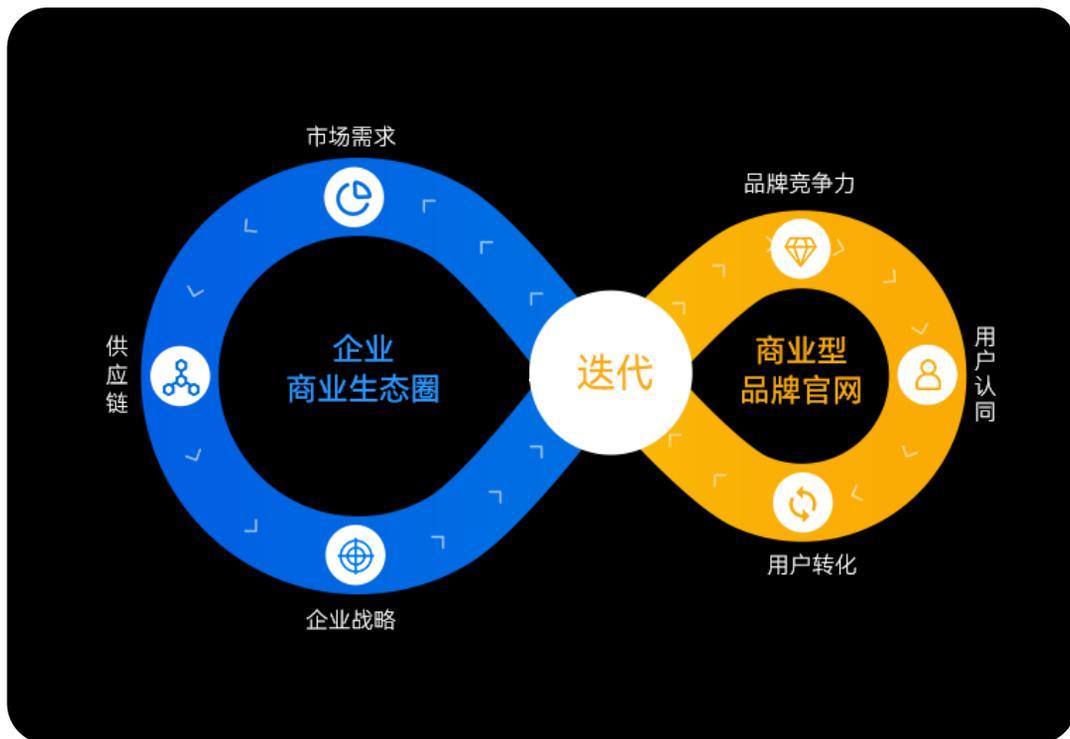
我们公司的业务没变，为什么还要费尽心思去迭代官网呢？

其实，这个道理和传统书店的变迁很相似。你还记得上一次因为兴趣在传统书店买书是什么时候吗？相比而言，你是不是更愿意把时间花在更具特色的新型书店里？

新型书店之所以能够迅速崛起并保持热度，主要是因为它们准确地捕捉到了目标用户需求的升级，迎合了当前的市场趋势。新型书店不再仅仅是“搭个货架卖书”，而是将书店打造成集文化体验、社交互动于一体的多功能场所。这样的变革让新型书店能够立刻吸引用户的注意力，轻松激发人们的阅读热情，从而产生更强烈的购书欲望和持续的消费行为。

这个原理同样适用于我们的企业官网。在数字化时代，企业间的竞争已经超越了单纯的产品比拼。官网作为企业的重要商业工具，必须紧跟企业商业生态圈的演变，与用户需求的升级保持同步，主动进行迭代更新。这样才能真正帮助企业在激烈的商业竞争中脱颖而出，赢得优势。



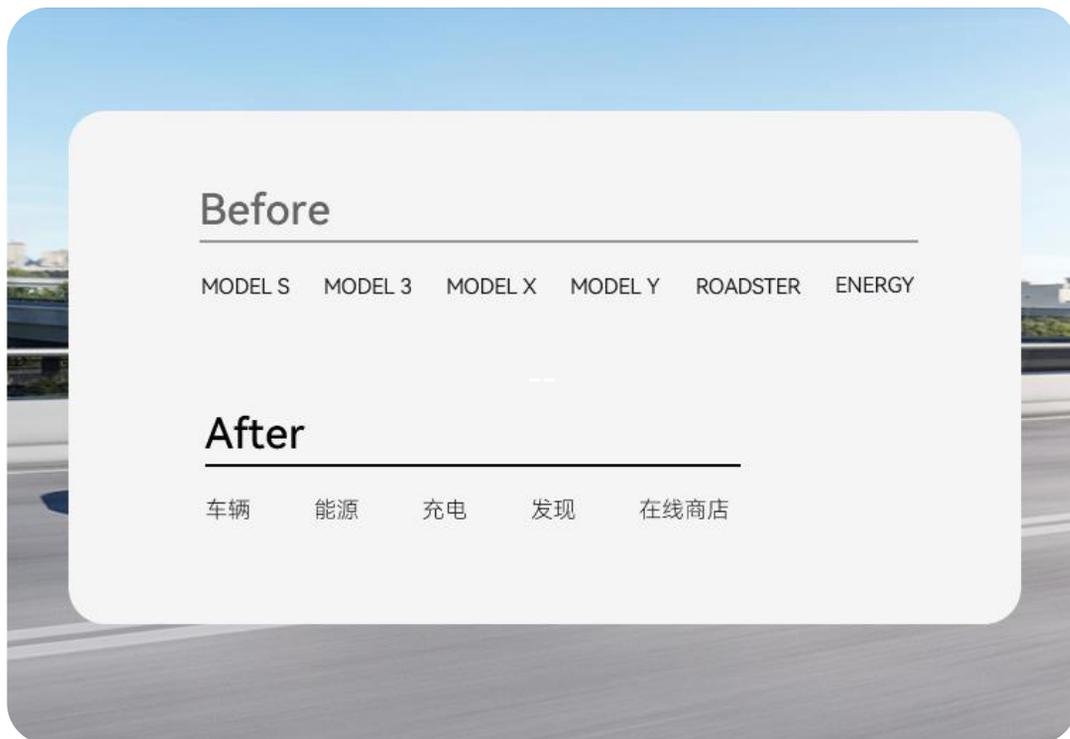


为什么行业大佬们都热衷于官网迭代？

原因其实很简单，因为他们深知一个跟得上时代和企业发展的官网，不仅是展示公司产品和服务的地方，更是巩固企业商业生态圈的关键平台。官网本身也是一个产品，就像App一样，需要不断地根据市场的变化和用户的反馈来进行更新和迭代，才能保持蓬勃的生命力。

在官网的迭代过程中，最明显的变化通常是视觉设计的提升，但有些看似微小的改变，实际上蕴含着深远的意义和价值。





他们这样迭代官网

来看看，这位大佬做官网迭代都“捣鼓”了点什么：

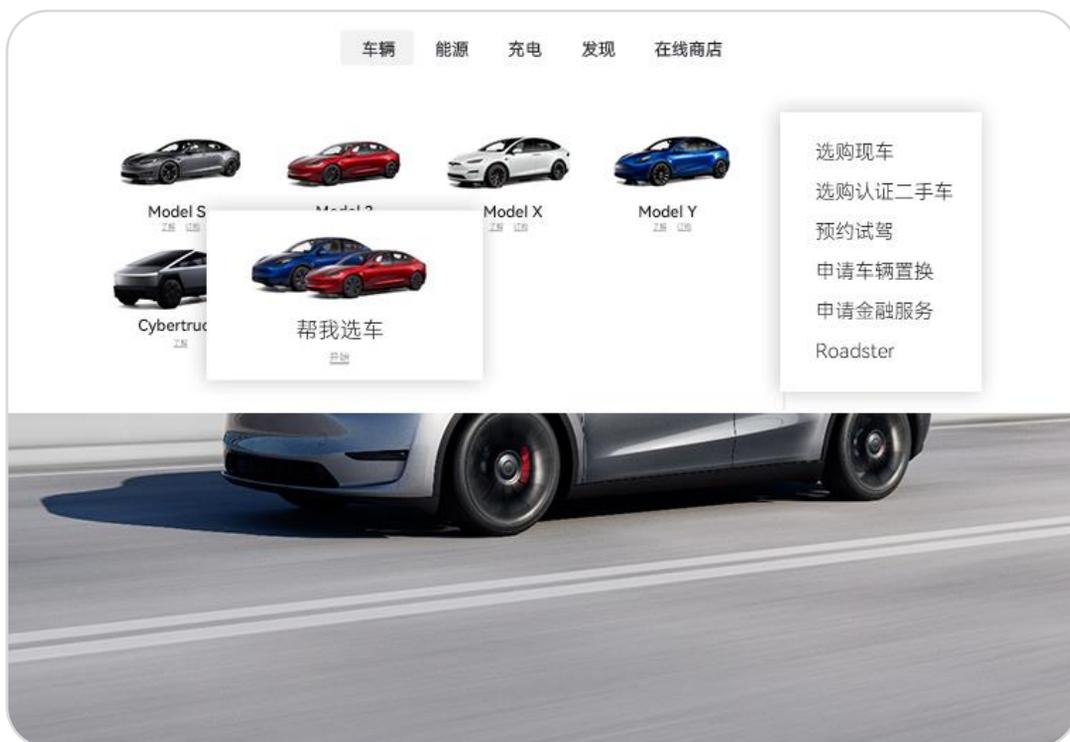
2023年，特斯拉悄咪咪地给官网做了个升级。

乍一看，迭代前后仿佛一个样，但再细细一瞧，你会发现首页导航栏发生了翻天覆地的变化。

原来的导航只展示车型，新版官网则把所有车型合并为自此外，“能源”和“充电”升级为一级菜单，凸显了特斯



拉在新能源汽车领域的整体解决方案提供商角色。这意味着特斯拉不仅关注汽车产品本身，更注重整个电动汽车生态系统，包括家用和商用储能解决方案、充电网络布局等，全方位展示其推动可持续能源发展的决心和能力。



再往细的看，“车辆”菜单下，特斯拉不仅详尽展示了各类车型，更是把购车相关的一系列服务打包，涵盖了认证二手车、预约试驾、车辆置换、金融服务等一站式解决方



案，不管你是初次购车还是换车升级，只要点一点“车辆”按钮，就可以get到你想要的所需信息。

特别值得一提的是新添的“帮我选车”功能，买车时不用再一款款辛苦比对，只要输入自己的偏好，特斯拉给你选最符合的车型。这项功能背后，是特斯拉“以用户为中心”的服务理念，通过智能化筛选和匹配，解决了不少用户在传统购车过程中的“选择困难症”，让选车变得更加方便快捷。



新增的“发现”菜单则是特斯拉品牌故事和互动体验的集中展示。通过“资源”、“地点”、“公司”三个子栏目，分别解答了用户心中“为什么选择特斯拉”“在哪里可以找到特斯拉”以及“如何与特斯拉取得联系”等关键问题，从而构建起一个立体丰满的品牌形象。

总体来看，特斯拉的这次官网迭代并不局限在产品本身的更新，而是巧妙地优化了业务线的展示方式，着重突出了服务体系。随着新能源汽车产业的成熟，消费者对高质量购车体验和服务的需求不断升级，特斯拉敏锐地捕捉到了这一趋势，并通过官网迭代予以响应。





这里还有一个小细节：

发现没有，“车辆”“能源”“充电”三个涉及到业务和产品的菜单，全都采用了左右分隔的形式，左边展示具体产品图，右侧则根据使用场景和对象来规划。这样的设计既方便用户直观看到产品，又能轻松根据自身情况选择对应产品或服务的入口，提高了便捷性和体验感。

这次官网迭代看似不起眼的“小变化”，背后却是特斯拉对市场趋势和用户需求升级敏锐捕捉后的积极响应。通过



持续强化线上展示和营销能力，特斯拉旨在最大程度地满足用户需求，确保其商业价值的最大化。而这，也正是行业大佬们热衷于官网迭代的根本动因。



迭代助力商业制胜

当然，迭代的意义和价值远不止上面提到的那些，下面我们来说一说：



官网迭代究竟能为企业商业发展，带来哪些实实在在的好处？

一、知——保持品牌竞争力

在当今竞争激烈的市场中，企业必须努力确保自己的品牌始终在客户心中具有无可替代的地位。这意味着品牌不仅要在视觉上和信息传递上与消费者建立稳固的联系，还需要根据市场和用户需求的变化，灵活调整策略，不断加强这种心智上的优势。在官网上，这种不断改进的策略主要表现在两个方面：

1. 打造独特品牌印象

为了让用户对我们的品牌有更深刻的理解和记忆，企业需要确保官网的视觉设计与与时俱进，跟品牌形象保持一致。这包括颜色、字体和图形等元素，所有都要符合我们的品牌理念，并形成自己独有的视觉风格。比如，特斯拉的官网以灰色和黑色为主，字体锐利，这样设计是为了强调其科技感和高端定位；而小米汽车官网则选择暖色调背景和圆润字体，以此来传达他们品牌的青春活力。采用这些不同的视觉策略，可以有效地增强用户对我们品牌的认知和记忆。





2. 提升品牌行业形象

市场环境和消费者的喜好是会随着时间而改变的。为了保持竞争力，企业可以利用网站的更新迭代，根据用户的最新喜好和需求，灵活改变品牌在官网上的传播内容和展示方式。这样，品牌信息就能跟上市场的步伐，精确地满足目标客户的需求。比如，在2024年，特斯拉更新了其官网首页的产品大图，将Model Y描述为“2023年度全球乘用车销冠”。这不仅展示了特斯拉在市场上的领先地位，还快速提升了用户对品牌实力的认同感，有效地在目标用户心中树立了品牌形象。





二、选——快速赢得用户认同

官网是企业用来和用户直接交流的重要媒介，它不仅能快速建立我们品牌的信誉，还能在用户做出购买决策前进行有效引导。官网的重要性不仅在于它所传递的信息，更在于它如何搭建一个平台，以促进与用户的有效互动和情感联系，从而迅速赢得用户的认可。因此，官网需要不断优化迭代，确保用户在使用官网时能够获得最佳的体验，建立起对品牌的信任感：



1. 提升信息获取效率

在这个快节奏的数字时代，用户的时间和注意力都是非常宝贵的。企业官网作为我们与用户互动的主要渠道，应该让用户能够迅速找到他们所需要的信息。官网迭代更新要根据用户的真实需求，不断改进产品、解决方案以及服务信息的展示方式。以前面提到的特斯拉官网为例，他们对导航栏进行了全新的升级，这是一个很好的实践。现在，想要购买特斯拉汽车的顾客只需点击导航栏中的“车辆”选项，就能看到所有与购车相关的信息和服务。这样做大大简化了用户在官网上查找和比较信息、以及寻找配套服务的时间，有效地减少了用户在做决定时的成本。



TESLA CN

Model Y

预计交付日期: 2-6 周

后轮驱动版	¥249,900
554 公里 续航里程 (CLTC)*	
5.9 秒 百公里加速	
217 公里/小时 最高车速	

长续航全轮驱动版	¥290,900
688 公里 续航里程 (CLTC)*	

高性能全轮驱动版	¥354,900
615 公里 续航里程 (CLTC)*	
3.7 秒 百公里加速	

* 了解 CLTC 续航里程

查看详情

选择颜色

^
¥249,900 实际价格
|
¥178,500 减去节省的燃油费

2. 提升用户体验和信任

如今，提供极致的用户体验已经成为一种趋势。为了留住客户，企业的官网需要在深入了解用户的行为和喜好后，提升互动性。在官网迭代过程中，精心设计与用户互动建立起深厚的信任感。特斯拉官网的购车定制流程就是一个很好的例子。他们考虑到了购车者的实际需求，提供了多种配置选择和付款方式，并且实时显示预估价格。此外，还为潜在购车者贴心计算了与燃油车相比每月能节省的费

iTi 蒙特网站
用体验创造商业增长

0571- 8823 0881

扫一扫，了解更多

用。这些细节体现了特斯拉的严谨态度和对顾客的关怀，确保了用户在每一步都能获得满意的体验，从而建立起牢固的信任关系。



二、购——激发用户购买欲望

商业网站建设的核心目的是促成用户购买。这不仅仅意味着要有效地传达产品的价值，更重要的是激发起潜在顾客的购买欲望，并最终促使他们采取实际行动。通过官网迭代，我们可以重点优化以下两个影响用户购买决策的关键因素：



1. 增强产品吸引力

当用户在官网上挑选类似的产品时，什么最能打动他们的心，往往决定了他们的最终选择。因此，在产品更新和官网迭代的时候，我们需要充分考虑到这一点。拿特斯拉举例，2024年他们主推的Model Y中型SUV，凭借其出色的实用性和安全性，赢得了2023年全球乘用车销量冠军。在特斯拉最新的官网产品页上，你不仅能看到详细的产品数据，还能通过视频直观感受到“超大载物空间”，或是通过3D模拟场景了解到“设计以安全为先”的理念。

这种以场景化的方式呈现产品亮点的做法，不再是一味地堆砌数据和图片，而是更深入地触动用户的情感需求，让他们对产品有更强烈的喜爱，进而激发购买欲望。这样的官网设计，无疑更有利于促进用户的购买决策。





2. 巧妙注解“短板”

在我们了解商品的过程中，每个人因为自己的生活经验、角色和行业知识的差别，可能会有不同的看法。比如，小米初涉新能源汽车领域，有些人可能会担心他们的技术是否成熟、产品质量是否可靠。面对这些疑虑，小米汽车在官网上做出了巧妙的回应。他们在首页显眼的位置明确提到了自己虽然进入这个行业只有三年，但是投入的研发资源和精力却是别人的十倍。这样一来，小米就像拥有了三十年的行业经验。这不仅让小米在时间上迅速赶上了比



亚迪、蔚来和小鹏这些有先发优势的竞争对手，还成功地把自己的时间短板变成了展示他们高效创新和强大执行力的独特优势。原本可能是劣势的因素，经过小米的巧妙处理，反而变成了他们的独特优势。

你的网站

有绝佳的用户体验吗？

立即开始官网迭代

总而言之，官网迭代就像是企业的一次自我革新。不仅可以
让品牌形象更鲜明、用户体验更美妙、营销效果更显著，



还能培养用户忠诚度，助力企业不断创新和发展。所以，千万别小瞧了官网迭代这件事！

看到这里，你可以问自己几个问题：

1. 我们现在的官网，已经全方位考虑用户需求，能让用户有绝佳的体验了吗？
2. 我们的官网有多久没迭代了？现在还能跟上时代趋势、承接好企业战略？
3. 现有的官网架构和设计是否充分发挥了营销潜能，带来了明显的业务增长？

如果你没办法立刻给出肯定的答案，或者对这些问题无从下手，那不妨联系我们，听听有23年经验的专业网站创新服务机构是怎么解构你家官网，对比行业内头部企业网站，深挖商业网站建设中可能存在的改进空间，并为你提供量身定制的高转化网站迭代方案。

