

## 22 ZŁOTE ZASADY E-COMMERCE

CHCESZ ODNIEŚĆ SUKCES W RAMACH SWOJEJ INTERNETOWEJ DZIAŁALNOŚCI BIZNESOWEJ? NIE MA TU „ZŁOTEJ STRZAŁY”, ALE MOŻNA ZNALEŹĆ SPORO INNEJ BRONI: OTO 22 ZŁOTE ZASADY E-COMMERCE OD DHL.

---

W 2017 roku emarketer.com opublikował dane, że sprzedaż detaliczna e-commerce na świecie wzrosła o 23,2 %, osiągając wartość 2,29 trylionów dolarów. Tak więc prawidłowe, (lub nieprawidłowe) podejście do rynku e-commerce będzie miało ogromny wpływ na twoje cyfry pod dolną kreską.

### ZASADA #1 WCIAŻ TESTUJ

Produkty, obrazy, design, opisy, obniżki, linki, upsell, cross-sell, kolory... testuj wszystko i nigdy nie przestawaj. Taki system testowania może okazać się pomocny. Komunikat „Nie można otworzyć strony” to odwieczny zabójca sprzedaży. Jeśli nie będziesz identyfikować problemów, to nie zostaną one usunięte.

### ZASADA #2 UNIKAJ NIEŁADU

Pilnuj, by twoja strona była czysta i nieskomplikowana, nawet jeśli prowadzisz hurtownię dyskontową. Powstrzymaj się od potrzeby upchania na stronie docelowej wszystkiego, co tylko przyjdzie ci do głowy. Nie kombinuj z czcionką, animacjami flashowymi czy wyskakującymi obrazkami.

### ZASADA #3 ROZWAŻ WPROWADZENIE WSKAŹNIKA ODLICZANIA

Wskaźniki pokazują ile czasu pozostało do końca danej oferty, lub ile sztuk danego produktu pozostało w magazynie. Zakładając, że dane te są prawdziwe (np. klient nie zobaczy tej samej techniki i cyfr w kolejnym tygodniu), mogą one wywołać u klienta poczucie lęku, że za chwilę straci daną ofertę.

#### ZASADA #4 ZAOFERUJ SZYBKĄ I DARMOWĄ DOSTAWĘ

Nie zawsze jest to możliwe, ale znacznie zwiększa sprzedaż. Oczywiście „darmowa” oznacza, że koszty dostawy ukryte są gdzie indziej, ale to wciąż kluczowy punkt sprzedaży. Jeśli ją zaoferujesz, pochwal się nią na swojej stronie internetowej oraz w reklamach.

Szybka dostawa również sprzyja podejmowaniu decyzji przez kupujących kiedy potrzebują zakupy na już.



#### ZASADA #5 WYKORZYSTAJ REKOMENDACJE KLIENTÓW

Nic tak nie przemawia jak rekomendacje innych ludzi. Tak więc porozrzucaj pozytywne opinie równo po całym sklepie internetowym. Spróbuj szczęścia wykorzystując jakąś sławną osobę- ich polecenia są szczególnie wartościowe. Podlinkuj się do rekomendacji osób trzecich, takich jak np. TrustPilot i wykorzystaj możliwość odpowiadania na opinie, zarówno te dobre, jak i złe.

#### ZASADA #6 NIECH OPISY BĘDĄ ŚPIEWAJĄCE

Nie dosłownie. Niech jednak twoje opisy produktów będą atrakcyjne i sugestywne. Zawrzyj w nich wystarczająco dużo szczegółów, tak by zaspokoić ciekawość klienta, ale pamiętaj, że w świecie cyfrowego marketingu, ludzi bardziej kręca uzyskane korzyści niż listy szczegółowych danych.

#### ZASADA #7 PROGRAM POLECENÍ

Znany jako “Member Get Member” program polecenia innym zachęca ludzi do poszukiwania nowych klientów, poprzez obietnicę nagród, takich jak zniżki dla jednej lub obu ze stron.

## ZASADA #8 ZAUFANIE I BEZPIECZEŃSTWO STRONY

Opublikuj zasady ochrony danych klienta, wyświetl swój symbol certyfikatu SSL, jak również rozważ skorzystanie ze sprawdzonych platform e-commerce, takich jak Shopify.



## ZASADA #9 PISZ

Zdobądź nowych klientów pisząc posty jako gość na stosownych blogach. Oprzyj się pokusie zbytniego promowania swojej strony, ale pamiętaj, by swój wpis podlinkować do twojego własnego bloga.

## ZASADA #10 ZRÓB KROK DALEJ

Dołącz gratisowy upominek do pierwszego zamówienia, dołącz niewielką kwotę do zwrotu, wyślij napisane odręcznie podziękowanie nowym klientom. To wszystko to proste i szybkie rzeczy, które pokazują na twoją dobrą wolę i zachęcają do powtórzenia zakupów.

## ZASADA #11 ZACHĘĆ DO DZIELENIA SIĘ

Poproś kupujących, by podzielili się informacją o swoim nowym zakupie na mediach społecznościowych. Skorzystaj z urządzenia takiego jak Checkout Share, by ułatwić klientom napisanie czegoś pozytywnego o twoim produkcie/usłudze.

## ZASADA #12 WYKORZYSTAJ TREŚCI VIDEO

Może to być demo produktu, lub krótki instruktaż, lub też po prostu 60- sekundowy zabawny filmik z wykorzystaniem danego produktu. Ludzie uwielbiają oglądać i dzielić się filmikami wideo; udowodniono, że zwiększa to sprzedaż i jest kluczowym czynnikiem w marketingu online.

## ZASADA #13 ODPOWIADAJ NA ZAPYTANIA

W sytuacji, gdy zapytań, telefonów lub e-maili jest niewiele, z pewnością jest to proste. Ale jeśli twoja strona e-commerce zaczyna generować 20, 50, czy też może nawet setki wiadomości dziennie, zainteresuj się działaniem instant-chat'u, czy może nawet chatbot'a.

## ZASADA #14 UŻYTKOWNIK NA PIERWSZYM MIEJSCU

Innymi słowy, skoncentruj się na użytkowniku, myśląc o jego doświadczeniach (z obsługą strony). Każdy kolejny krok powinien wydawać się (użytkownikowi) naturalny i logiczny, z jak najmniejszą ilością kliknięć, w celu dotarcia do produktu, a następnie od produktu do kasy.

## ZASADA #15 NIE OSZCZĘDZAJ NA ZDJĘCIACH

Skorzystaj z usług profesjonalnego fotografa dla najważniejszych zdjęć twojej „marki”. Wiemy jednak, że takie działanie może być ogromnie kosztowne w przypadku zdjęć pojedynczego produktu, zwłaszcza, gdy twoja linia produktów wciąż podlega zmianom. Najczęściej porządny aparat w telefonie, jednolite tło, dużo naturalnego światła i statyw powinny ci wystarczyć.

## ZASADA #16 NIE ZARZUCIA OFERTAMI I OPCJAMI

Jeśli ludzie są gotowi na zakup, zbyt wiele dystraktorów może ich od tego zamiaru odwieść.

## ZASADA #17 NO-MOBILE, NO-COMMERCE

Nie możesz obecnie poważnie rozważać strategii e-commerce bez omówienia wersji mobilnej. W jednym z artykułów magazynu Forbes ujawniono: “Przewiduje się, że mobilny e-commerce osiągnie poziom 218 miliardów dolarów do roku 2019. Niektóre szacunki podają, że do roku 2020, 45% zakupów e-commerce będzie dokonywanych na urządzeniach mobilnych.” Innymi słowy, czas spędzony na ulepszaniu wersji mobilnej twojej strony naprawdę się opłaca.

## ZASADA #18 NIE ZAPOMINAJ

Wysyłaj wiadomości “przypominające” do twoich klientów, po tym jak upłynął jakiś określony czas (od ostatniego zakupu). Zaproponuj ten sam lub podobny produkt z dodatkową nagrodą za ponowny zakup, taką jak, na przykład rabat lub darmowa przesyłka.

## ZASADA #19 NIE UKRYWAJ OPŁAT

Znana historia: klient radośnie udaje się do kasy, dostaje “strzał” w postaci dodatkowej opłaty za wysyłkę i bum!...ucieka. Opłaty za wysyłkę to najczęstsza przyczyna opuszczonych wózków na zakupy. Platforma e-commerce, Shopify oferuje trzy możliwe rozwiązania: zaoferuj darmową wysyłkę od określonej minimalnej kwoty zakupu, uwzględnij koszty wysyłki w cenie produktu i w ogóle się ich pozbądź, lub zainstaluj urządzenie, które pozwoli klientowi wprowadzić dane i sprawdzić obecny koszt wysyłki. Pamiętaj, transparentność króluje!

## ZASADA #20 NIE KAŻ UŻYTKOWNIKO SKAKĆ POMIĘDZY TREŚCIAMI I STRONAMI

...czy wtedy, gdy coś kupują, CZY kiedy chcą zwrócić towar. Zachowają lepszą opinię o twoim biznesie jeśli te procesy będą proste i szybkie.

## ZASADA #21 NIE WYMAGAJ REJESTRACJI BEZ DOBREGO POWODU

Nigdy nie domagaj się rejestracji w celu dokonania zakupu – proś o szczegółowe informacje opcjonalnie, ale zawsze daj możliwość dokonania zakupu jako gość. Ludzie nie spodziewają się podawania takich danych w sklepie stacjonarnym, dlaczego więc mieliby to robić w sieci?

## ZASADA #22 NIDGY NIE WYMAGAJ REJESTRACJI BEZ DOBREGO POWODU

Nigdy dość przypomnień w tym temacie.

# NASTĘPNY KROK.

Jeżeli uważasz te treści za interesujące zapraszamy po więcej na [dhlexpress.pl/swiat](https://dhlexpress.pl/swiat). Zapisz się do newslettera.

**Skontaktuj się z DHL Express** omówić szanse i możliwości dla Twojego biznesu