



22 DE REGULI DE AUR ÎN E-COMMERCE

NU EXISTĂ O REȚETĂ DE SUCCES,
DAR AVEȚI LA DISPOZIȚIE O MULȚIME DE SOLUȚII



VREȚI SĂ DAȚI LOVITURA CU MAGAZINUL DUMNEAVOASTRĂ ONLINE? NU EXISTĂ O REȚETĂ STANDARD DE SUCCES, DAR AVEȚI LA DISPOZIȚIE O MULȚIME DE SOLUȚII: 22 DE REGULI DE AUR ÎN E-COMMERCE BAZATE PE EXPERIENȚA ȘI COLABORAREA CU SUTE DE MAGAZINE ONLINE DIN ÎNTREAGA LUME. ÎN 2017, EMARKETER.COM A ARĂTAT CĂ VÂNZĂRILE DIN COMERȚUL ELECTRONIC AU CRESCUT LA NIVEL MONDIAL CU 23,2%, PÂNĂ LA 2,290 TRILIIARDE DE DOLARI, ASTFEL ÎNCÂT O PRACTICĂ BUNĂ ÎN DOMENIU POATE AVEA UN IMPACT DECISIV.

REGULA 1:

TESTAȚI ÎN PERMANENȚĂ

Produsele, pozele, design-ul, descrierea produselor, reducerile, link-urile, vânzările suplimentare, culorile... încercați orice variante, fără încetare. **Testarea permanentă** poate fi de folos. "Page cannot be displayed" este calea garantată spre eșec. Dacă nu identificați problema, aceasta nu se va rezolva de la sine.

REGULA 2:

UN WEBSITE SIMPLU

Mențineți website-ul simplu de utilizat, să nu creeze confuzii, chiar dacă gestionați un depozit de reduceri. Rezistați tentației de a încărca în pagina lucruri inutile. Folosiți font-uri simple, limitați pop-up-urile și flash-urile.

REGULA 3:

LUAȚI ÎN CONSIDERARE UN INDICATOR CLEPSIDRĂ

Acestea arată timpul rămas din valabilitatea unei oferte sau numărul de bucăți în stoc dintr-un anumit produs, cu condiția ca informația să fie autentică (clienții să nu vadă aceeași tehnică folosită și după ce aceasta ar trebui să expire). Acest lucru poate stimula clienții la cumpărături impulsive.

REGULA 4: OFERIȚI LIVRAREA "GRATUITĂ"

Nu funcționează întotdeauna, dar poate aduce o creștere a vânzărilor. Desigur, "gratuit" înseamnă că respectivul cost este inclus în altă parte, dar reprezintă totuși un punct de diferențiere. Dacă oferiți acest lucru, aveți grijă ca acesta să fie foarte vizibil, pe home page sau în reclame.

REGULA 5: PROFITAȚI DE RECOMANDĂRI

Nimic nu oferă o mai mare încredere decât recomandarea clienților. Împărtășiți recomandările pozitive pe website-ul dumneavoastră. Încercați-vă norocul cu o persoană cunoscută – recomandările acestora de cele mai multe ori cântăresc destul de mult. Faceți referire la recomandări externe, cum ar fi TrustPilot și creați o secțiune cu răspunsuri la mesaje – fie ele bune sau rele.

REGULA 6: CREAȚI UN MENU ATRĂGĂTOR

Realizați descrierea produselor într-un mod atractiv și persuasiv. Includeți suficiente detalii pentru a satisface curiozitatea vizitatorilor, dar rețineți că potențialii consumatori sunt mai degrabă seduși de beneficii, decât de lista de specificații.



REGULA 7: IMPLEMENTAȚI UN PROGRAM DE RECOMANDĂRI

Creați un program prin care vă încurajați clienții să vă recomande către alți clienți potențiali, iar pentru acest lucru recompensați cu premii sau reduceri ambele părți implicate.

REGULA 8: SECURIZAȚI-VĂ WEBSITE-UL

Publicați o politică de protecție a datelor utilizatorilor și afișați certificatul SSL. Luați în considerare să utilizați o platformă

REGULA 9:
ÎNCEPEȚI SĂ SCRIEȚI

Câștigați clienți noi prin articole găzduite pe blog-uri relevante. Rezistați tentației de a dezvolta doar propriul website și nu uitați să vă conectați la propriul blog. **Iată cum.**

REGULA 10:
DIFERENȚIAȚI-VĂ!

Includeți un cadou gratuit, adăugați ceva în plus drept mulțumire pentru comandă sau trimiteți un card de mulțumire personalizat către clienții noi. Sunt modalități simple și rapide de a face o impresie bună și de a-i încuraja pe clienți să repete experiența cumpărării pe website-ul dumneavoastră, de a-și crea un obicei de cumpărare.



REGULA 11:
ÎNCURAJAȚI SHARE-UL

Sugerați-le clienților să împărtășească cumpărăturile lor pe social media. Utilizați un instrument precum **Checkout Share** pentru a le fi foarte simplu acestora să laude experiența cumpărării și produsele de pe website-ul dumneavoastră.

REGULA 12:
INCLUDEȚI CONȚINUT VIDEO

Poate fi o demonstrație de utilizare a produsului, un video cu instrucțiuni de utilizare sau doar 60 de secunde distractive cu referire la produsele pe care le comercializați. Oamenilor le place să privească și să își transmită conținut video, și s-a demonstrat că acesta aduce o **creștere a vânzărilor**.

REGULA 13:
RĂSPUNDEȚI LA MESAJE ȘI ÎNTREBĂRI

Pentru mesaje ocazionale de la potențiali clienți, emailul și telefonul pot fi suficiente. Dar dacă magazinul dumneavoastră online va genera 20, 50 sau sute de mesaje zilnic, veți avea nevoie de un instrument de **chat instant** sau chiar **chatbot**.

REGULA 14:
FOCUS PE EXPERIENȚA UTILIZATORULUI

Considerați experiența utilizatorului ca fiind prioritatea dumneavoastră. Pașii de parcurs în utilizarea website-ului ar trebui să fie simpli și logici, cu cât mai puține click-uri până la găsirea unui produs și apoi către finalizarea comenzii.

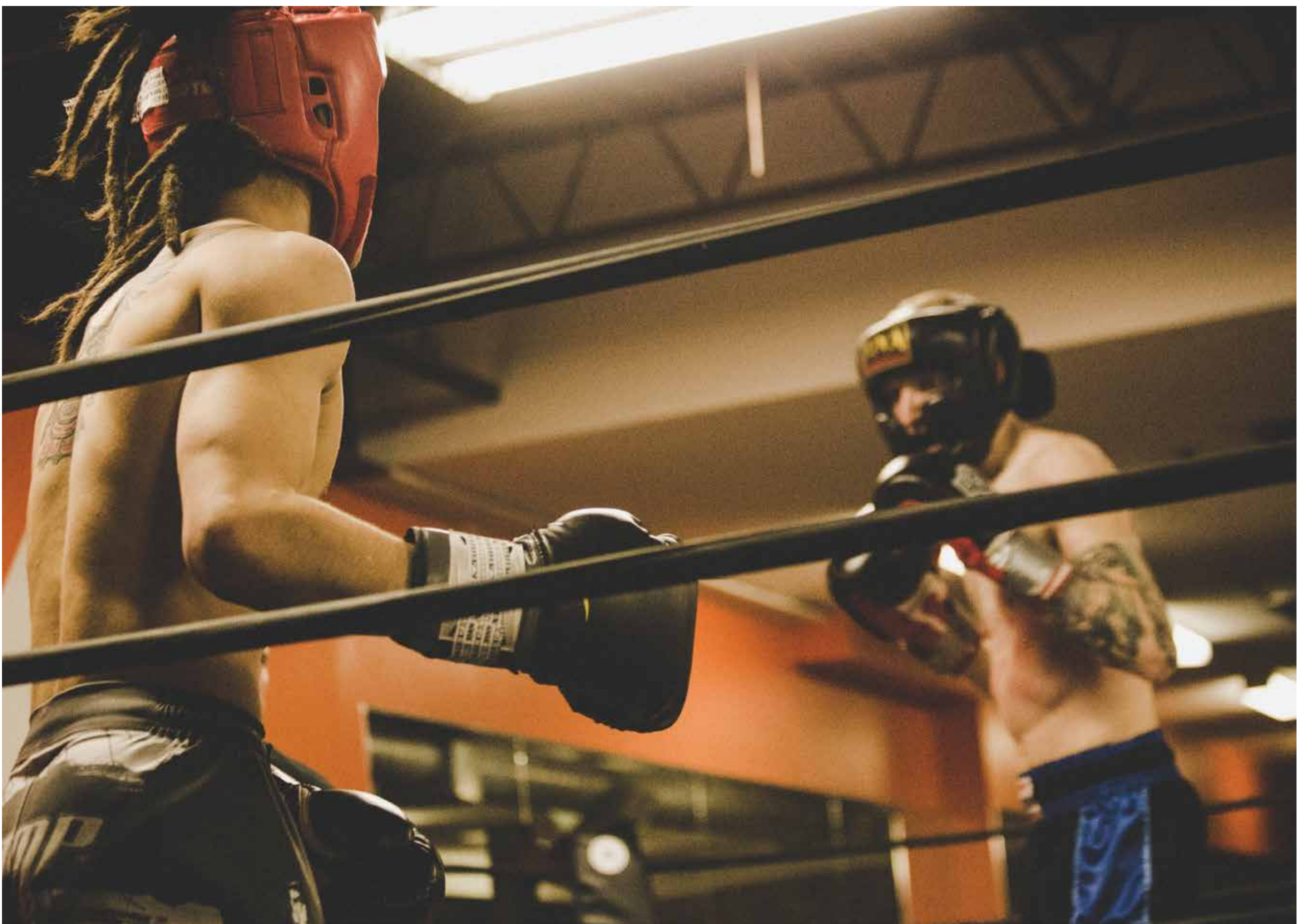
REGULA 15:
UTILIZAȚI FOTOGRAFII PROFESIONISTE

Apelați la un fotograf profesionist pentru câteva fotografii care să vă reprezinte. Acest lucru poate deveni însă costisitor pentru fotografii individuale de produse, mai ales dacă linia dumneavoastră de produse evoluează rapid.

De aceea, puteți utiliza un telefon cu cameră bună, un fundal simplu, multă lumină naturală și un trepied pentru a obține fotografii de bună calitate.

REGULA 16:
NU VĂ COPLEȘIȚI CLIEȚII CU OFERTE ȘI OPȚIUNI

Dacă oamenii sunt pe cale să facă o achiziție, prea multe elemente de distragere a atenției îi va descuraja.



REGULA 17:
NU IGNORAȚI UTILIZATORII DE TELEFON MOBIL

Nu puteți discuta la modul serios despre o strategie în e-commerce în zilele noastre dacă nu luați în considerare utilizatorii de instrumente mobile (Smartphone, tabletă). După cum a arătat recent un studiu Forbes: “se previzionează ca până în 2019 acești utilizatori să genereze 218 miliarde de dolari. Unele estimări arată că 45% din vânzările magazinelor online vor proveni de la utilizatori mobili până în 2020.” Cu alte cuvinte, investiția în a vă face magazinul online simplu de utilizat și adaptat la utilizarea de pe mobil, poate face diferența.

REGULA 18:

NU UITAȚI

Trimiteți email-uri clienților dumneavoastră după o perioadă de timp adecvată. Oferiți aceleași produse sau produse similare cu o recompensă suplimentară la reînchiziționarea produsului, cum ar fi o reducere sau o livrare gratuită.

REGULA 19:

NU PRACTICAȚI COSTURI ASCUNSE

Cazurile clasice: un client este la un pas de confirmarea coșului virtual, însă la pasul final îi apar costurile de transport, și gata, este calea sigură spre abandonare. Costurile de livrare reprezintă cea mai frecventă cauză a coșurilor virtuale abandonate. Platforma pentru magazine online Shopify are trei soluții: oferiți livrarea gratuită la o valoare predefinită a coșului de cumpărături, includeți costul de livrare în costul produselor sau utilizați un instrument care permite utilizatorilor să vadă în timp real ce costuri de transport presupune comanda lor în funcție de destinație și detaliile pentru care optează. Nu uitați, transparența este cheia pentru o relație de succes.

REGULA 20:

NU CREAȚI CURSE CU OBSTACOLE PENTRU UTILIZATORI

Chiar dacă vor să cumpere sau vor să returneze produsele, vor aprecia mai mult afacerea dumneavoastră dacă procesul va fi simplu și rapid.

REGULA 21:

NU ÎI PUNEȚI SĂ SE ÎNREGISTREZE FĂRĂ UN MOTIV ÎNTEMEIAT

Oamenii nu se așteaptă la acest lucru într-un magazin, de ce ar trebui să o facă în mediul online? Țineți minte: niciodată să nu faceți procesul de achiziție greoi pentru client!

REGULA 22:

SERIOS! NICIODATĂ NU LE SOLICITAȚI SĂ SE ÎNREGISTREZE FĂRĂ UN MOTIV ÎNTEMEIAT

Nu poate fi spus de suficiente dați ;)

ÎN CONTINUARE:

Înregistrați-vă pe [Discover.DHL](#) pentru a avea acces la recomandările [Dos and Don'ts](#). O să vă ajute să ajungeți la următorul nivel.

Solicitați oferta DHL pentru magazinele online acum.

Contactați Departamentul de [Relații cu Clienții DHL](#) pentru a discuta pe seama acestui subiect