

A díjbekérő alapján aztán a vevő el tudja utalni a vételárat, és a pénz most már azonnal meg is érkezik a számlánkra.

Ezután elkészül a számla, és a megrendelés előtt felemelkedik a sorompó: lehet csomagolni és szállítani.

Elméletben már van

- termékünk,
- tudjuk mik a sikeres webshop ismérvei,
- lekutattuk a piacot,
- megismertük az ideális vásárlónkat,
- van üzleti és marketing stratégiánk meg tervünk,
- kiválasztottuk és „megvettük” a domain nevet,
- van tárhelyünk,
- találtunk logisztikai partnert,
- kiválasztottuk a webshop motort,
- tudunk számlázni, és
- becsatornáztuk a vállalkozásunkba a vásárlók pénzét.

Ezek tulajdonképpen mind technikai körülmények, de hogyan fogjuk rávenni az érdeklődőket, hogy nálunk hagyják a pénzüket?

A kulcsszó a

Bizalom

Ez a varázsszó, ami a sikeres online biznisz alapja. Hogyan építsük fel a bizalmat a leendő vásárlónkban, hogy megrendelje a terméket, és ki is fizesse nekünk.

A bizalomépítésnek számos eleme van. Minél több elem van beépítve a webshopodba és a folyamataidba, annál nagyobb eséllyel vásárolnak nálad, és térnek vissza újra meg újra.

Mielőtt elkezdenéd kialakítani az értékesítési rendszeredet, a célközönséged ismeretében kell meghatároznod a kommunikációs stílusodat. A célcsoportod nyelvén kell beszélned: a tegeződés, vagy a magázódás lesz a megfelelő hangnem? Komoly, tisztelettudó, vagy laza, baráti, akár vicces hangnem a számukra megfelelő?

Az első benyomás nagyon sokat számít. Különféle ökölszabályokat lehet fellelni a neten arról, hogy hány másodperced van rá, hogy az érdeklődőt maradásra késztesd. 3-6 mp a legelterjedtebb. Őszintén szólva különböző statisztikákból próbálják kicsalogatni ezt az adatot a szakemberek, de teljesen más lesz ez az érték attól függően, hogy mennyire impulzív a termék kínálatod: „csak” vágyik rá az érdeklődő, vagy szüksége is van rá?

Előbbire példa egy tizenhatodik telefon tok, utóbbira a pedig egy tévé, ha elromlott, ami otthon van, és valamilyen csoda folytán csak egyetlen darab volt a lakásban.

Szintén nagyon sokat számít az első pár másodperc, ha a kínálatod olyan, ami számtalan másik webshopban fellelhető. Ha tévét fogsz kínálni, akkor nagyon komoly a kihívás, hogy az első 2-3 másodpercben meg tudj fogni valamivel a weboldaladra érkezőt. Viszont, ha ritka autóalkatrészekre specializálódasz, akkor árkon-bokron át fogja magát verekedni az, akinek pont egy olyanra van szüksége, ami nálad kapható.

Alapvető, hogy a weboldalon azonnal látható legyen a telefonszámod, és egy email cím, ahol érdeklődni lehet.

Különösen jó, ha van chat lehetőség. Lehetőleg olyan, ahol élő emberrel is tud csevegni az érdeklődő. A chatbotok nagyon divatosak manapság, de az élő ügyfélszolgálat még mindig nagyon bizalomgerjesztő.

Érdemes a főoldalba is beépíteni egy modult, ahol egy rövid bemutatkozással tudod tovább fokozni a bizalmat. Ha még fényképeket is kiteszel magadról és a csapatedről, az egy újabb pirospont: szeretjük látni akitől vásárolni fogunk.

Külön „Rólunk” bemutatkozó oldal nagyon hasznos, ahol elmesélheted a történetedet is. Van, akit érdekel hogyan jutottál idáig.

A Kapcsolat oldalon pedig minden elérhetőségedet feltüntetheted a telefonszámtól kezdve a székhelyeden keresztül a személyes átvételi ponton át, a bankszámlaszámodig.

A professzionális kinézet szintén plusz pont a bizalom tábládon.

A valódi vásárlói vélemények elengedhetetlenek.

A Trustindex kiválóan alkalmas arra, hogy bemutasd a weboldaladon a vásárlók véleményét akár a főoldalon, akár a termékoldalakon. A Trustindex integrációval a Google értékelések vagy a Facebook ajánlások is meg tudnak jelenni a weboldalon. Ezek kiemelten hitelesek, mert az emberek nem gondolják, hogy ezeket lehet manipulálni. De számos más integráció is létezik:



A marketplacek, mint pl. az Árkereső szintén nagy hatékonysággal gyűjti az ajánlásokat, így, ha van ott fiókod, akkor egy bizonyos számú ajánlás után ilyen tanúsítványt is el tudsz helyezni a weboldaladon:



Ez az ajánlóí widget (nevezhetjük kisalkalmazásnak) pedig szintén jól bizonyítja, hogy a vásárlóknak tetszik az adott webshop:

1407 vélemény alapján

DIGIEXPERT.HU
webstore



95.81% a vásárlók közül ajánlana ismerősének ezt a boltot.

Elégedettség a bolttal: ★★★★★

Szállítási idő: ★★★★★

A bolt áttekinthetősége: ★★★★★

Ügyfélszolgálat/kommunikáció: ★★★★★



A(z) DigiExpert elnyerte az Árkereső Megbízható Bolt minősítést a vásárlók valós visszajelzései alapján.

© 2004-2023 arukereso.hu Minden jog fenntartva.

Vásárlói vélemények

Fontos szerepet tölt be a bizalomépítésben

A design

de számos más funkciója is van.

Webshopos életed további részében számtalan alkalommal fogsz találkozni a design, UX és UI kifejezésekkel. Célszerű ezeket alaposan megérteni ahhoz, hogy tudd mire költs és mire ne (az elején).

A design hagyományos értelemben a formatervezést jelenti, de a szó többet jelent annál, mint szépség vagy szemrevalóság. Magában foglalja a használhatóságot is, ami a webshopok esetében – szerintem – sokkal fontosabb annál, hogy milyen színeket használsz.

Sokan beleesnek abba a hibába, hogy már az elején elkezdik „csinosítgatni” a webshopjukat, és rengeteg időt töltenek azzal, hogy