



# AZ ONLINE KERESKEDELEM 22 ARANYSZABÁLYA



## 2 Az online kereskedelem 22 aranyszabálya

2017-BEN AZ EMARKETER.COM SZERINT AZ ONLINE KERESKEDELMEL ADÁSOK VILÁGSZERTE 23,2 SZÁZALÉKKAL NŐTTEK, ÍGY ELÉRTÉK A 2,29 BILLIÓ DOLLÁRT. KÖNNYEN BELÁTHATÓ TEHÁT, HOGY AZ E-KERESKEDELEM – AKÁR JÓL, AKÁR ROSSZUL CSINÁLJA – ÓRIÁS HATÁSSAL VAN ÜZLETE EREDMÉNYEIRE.

SZERETNÉ, HOGY INTERNETES ÜZLETE SIKERT ARASSON? CSODAFEGYVERREL NEM, DE NÉMI MÚNÍCIÓVAL TUDUNK SZOLGÁLNI: KÖVETKEZZÉK AZ ONLINE KERESKEDELEM 22 ARANYSZABÁLYA A DHL-TŐL, TÖBB EZER SIKERES ONLINE MÁRKA TAPASZTALATAI ALAPJÁN.

### 1. SZABÁLY: TESZTELJEN FOLYAMATOSAN

Legyen szó termékekről, képekről, arculatról, termékleírásokról, akciókról, linkekről, upsellingről, keresztértékesítésről vagy akár színekről, mindig teszteljen mindent, és sose hagyja abba. Ebben segítségére lehetnek **ezek a tesztelő eszközök**. Az „Oldal nem található” hibaüzenet azonnal elveszi a vásárlók kedvét. Ha nem azonosítja a problémákat, akkor nem is tudja őket kijavítani.



#### 2. SZABÁLY: KERÜLJE A ZSÚFOLTSÁGOT

Oldala mindig legyen letisztult és sallangmentes, még akkor is, ha diszkontáruházat üzemeltet. Álljon ellen a kísértésnek, és ne zsúfolja tele kezdőoldalát mindennel, ami eszébe jut. A betűtípusok, villódzó elemek és felugró ablakok terén a kevesebb mindig több.

#### 3. SZABÁLY: FONTOLJA MEG EGY VISSZASZÁMLÁLÓ HASZNÁLATÁT

Ez az elem egy adott akcióból hátralévő időt, vagy egy adott termékből még készleten lévő darabszámot mutathatja. Ha ezek a számlálók hitelesek (azaz a vásárlók nem ugyanazokat a számokat látják viszont a következő héten), akkor segítségükkel kiaknázhhatja a vásárlók azon félelmét, hogy lemaradnak egy jó ajánlatról.

#### 4. SZABÁLY: BIZTOSÍTSON „INGYENES” KISZÁLLÍTÁST

Erre nem mindig van lehetőség, azonban mindenképpen növeli az eladásokat. Az „ingyenesség” nyilvánvalóan csak annyit jelent, hogy a szállítás költsége máshova lesz beépítve, de ettől még kulcsfontosságú szerepet játszik az eladásokban. Ha pedig ingyenes kiszállítást biztosít, reklámozza is, és említse meg kezdőlapján és hirdetéseiben.

#### 5. SZABÁLY: HAJTSON HASZNOT A VÁSÁRLÓI ÉRTÉKELÉSEKBŐL

Ha meg akar győzni valakit, semmi sem fogható a többi ember ajánlásához. Jól teszi tehát, ha online boltjában lépten-nyomon megjelennek a pozitív visszajelzések. Próbáljon megnyerni magának egy hírességet – az ismert nevektől származó ajánlások nagy értéket képviselnek. Vegyen igénybe egy külső értékelő szolgáltatást, mint amilyen például a TrustPilot, és váljon szokásává, hogy reagál az értékelésekre – jókra és rosszakra egyaránt.

#### 6. SZABÁLY: ZENGJEN ÓDÁKAT

Persze nem szó szerint. Az azonban fontos, hogy termékleírásai hívogatóak és meggyőzőek legyenek. Közöljön annyi részletet, amennyi kielégíti a vásárlók kíváncsiságát, és ne feledje, hogy az embereket elsősorban az előnyök érdeklik, kevésbé a termékspecifikációs listák.





#### 7. SZABÁLY: HOZZON LÉTRE AJÁNLÁSI RENDSZERT

Az „ügyfél hoz új ügyfelet” (Member Get Member) néven is ismert ajánlási rendszer arra ösztönzi az embereket, hogy új vásárlókat keressenek az Ön számára, ha cserébe jutalmat, például kedvezményt ad az ajánló félnek vagy mindkettőjüknek.

#### 8. SZABÁLY: ÜZEMELTESSEN BIZTONSÁGOS OLDALT

Tegye közzé a vásárlói adatvédelmi tájékoztatót és helyezze el oldalán az SSL tanúsítvány logóját, valamint fontolja meg olyan bevált online kereskedelmi platformok használatát, mint például a Shopify.

#### 9. SZABÁLY: KEZDJEN KÖRMÖLNI

Írjon vendégbejegyzést releváns blogokon, és szólítson meg új vásárlókat. Ne essen abba a hibába, hogy túlreklámozza saját oldalát, de mindenképp legyen bejegyzésében a weblapjára mutató hivatkozás.



#### 10. SZABÁLY: ADJON EGY KIS PLUSZT

Csomagoljon ingyenes ajándékot az első rendelésekhez, adjon némi kamatot pénzvisszafizetés esetén, és küldjön kézzel írt köszönőlapot új vásárlóinak. A fenti módszerekkel könnyen keltheti saját jó hírét és szerezhethet visszatérő vásárlókat.

#### 11. SZABÁLY: TÁMOGASSA A MEGOSZTÁSOKAT

Kérje meg vevőit, hogy osszák meg vásárlásaikat a közösségi médiában. Használjon olyan eszközöket, mint a Checkout Share, amelyek segítségével vásárlói pillanatok alatt megoszthatják a termékkel vagy szolgáltatással kapcsolatos tapasztalatukat.



#### 12. SZABÁLY: HASZNÁLJON VIDEÓKAT

Legyen szó termékbemutatóról, használati útmutatóról vagy csak 60 másodpernyi, termékeihez köthető mókás anyagról. Az emberek imádják nézni és megosztani a videós tartalmakat, melyek bizonyítottan növelik az eladásokat.



### 13. SZABÁLY: REAGÁLJON AZ ÉRDEKLŐDÉSEKRE

Az alkalmi érdeklődések esetében megteszi a telefon vagy az e-mail is. Ha azonban online boltjába 20, 50, vagy több száz üzenet érkezik naponta, akkor lehet, hogy szüksége lesz valamilyen instant chat szolgáltatásra, vagy akár egy chatbot használatára.



### 14. SZABÁLY: NÖVELJE A FELHASZNÁLÓI ÉLMÉNYT

Vagyis a felhasználói élmény (UX) elsődlegesen mindig magáról a felhasználóról szóljon. A folyamatok legyenek egyszerűek és logikusak, és a lehető legkevesebb kattintással legyen elérhető a termék, majd végül a fizetés opció.

### 15. SZABÁLY: NE SPÓROLJON A FOTÓKON

A márkájához tartozó fontosabb fényképeket hivatásos fotós készítse el. Persze az egyedi termékfotók tekintetében ez nagy kiadással járhat, főleg ha folyton bővíti termékpalettáját. Legtöbb esetben egy jobb kamerával rendelkező mobiltelefon, egy egyszínű háttér, valamint sok természetes fény és egy állvány megoldja a problémát.



## 16. SZABÁLY: NE ESSEN TÚLZÁSOKBA AZ AJÁNLATOK ÉS OPCÍÓK TERÉN

Ha valaki hajlik is a vásárlásra, meggondolhatja magát, ha a túl sok részlet eltereli a figyelmét.



## 17. SZABÁLY: NE FELEDKEZZEN MEG A MOBILESZKÖZÖKRŐL

Manapság a mobileszközök említése nélkül nem is lehet komolyan beszélni az online kereskedelmi stratégiákról. Egy friss Forbes cikk szerint „az előrejelzések alapján a mobilon bonyolított online kereskedelmi forgalom 2019-re eléri a 218 milliárd dollárt. Egyes becslések szerint 2020-ban az internetes vásárlások 45 százaléka mobileszközről fog történni.” Egyszóval, ha időt áldoz rá, hogy oldalát mobileszközökre is optimalizálja és felhasználóbaráttá tegye, az meg fog térülni.

## 18. SZABÁLY: NE HAGYJA MAGÁT FELEDÉSBE MERÜLNI

Küldjön „figyelemfelkeltő” e-maileket vásárlóinak bizonyos időközönként. Ajánljon nekik hasonló termékeket és jutalmat, például kedvezményt vagy ingyenes kiszállítást, az újbóli vásárlás esetére.

### 19. SZABÁLY: NE LEGYENEK REJTETT KÖLTSÉGEK

Ismerjük a történetet: a vevő épp elégedetten fizetni készül, amikor szembesül a szállítási díjjal, és... fuccs! Máris inába száll a bátorsága. A szállítási díj a legfőbb ok, amiért a vevők végül nem fejezik be a vásárlásukat. A Shopify online kereskedelmi felület három lehetséges megoldást kínál: biztosítson ingyenes kiszállítást egy meghatározott minimális rendelési mennyiség felett, építse be a szállítás díját a termékek árába és szabaduljon meg tőle egyszer s mindenkorra, vagy telepítsen egy olyan eszközt, amely a vásárló adatait bekérve valós idejű árajánlatot ad a szállításra. Ne feledje, az átláthatóság mindenek felett áll.

### 20. SZABÁLY: NE FUTTASSON FELESLEGES KÖRÖKET A VÁSÁRLÓKKAL

... sem a vásárláskor, sem az áru visszavételekor. Többre fogják tartani cégét, ha a folyamat gyors és egyszerű.

### 21. SZABÁLY: NE KÖVETELJE MEG A REGISZTRÁCIÓT, HA NINCS RÁ OKA

Soha ne kösse a vásárlást regisztrációhoz – persze választható opcióként kérhet adatokat, de mindig biztosítsa a vendégként történő fizetés lehetőségét. Az emberek a boltban sem számítanak arra, hogy regisztrálniuk kell, miért is kellene hát elviselniük ezt az interneten?

### 22. SZABÁLY: NE, TÉNYLEG NE. SOHA NE KÖVETELJE MEG A REGISZTRÁCIÓT OK NÉLKÜL.

Ezt nem lehet elégszer elmondani ;)



Az online kereskedelem 22  
aranyszabálya

Minden jog fenntartva. A kiadó írásos engedélye nélkül tilos a jelen kiadvány bármely részének elektronikus, kézi, vagy más módon történő sokszorosítása, vagy továbbítása, ideértve fénymásolat vagy felvétel készítését, és bármilyen adattároló és adatelérési rendszer használatát.

## TÖBBRE KÍVÁNCSI?

Látogasson el a [discover.dhl.com](https://discover.dhl.com) oldalra, ahol további érdekességeket is talál angol nyelven, vagy írjon nekünk az [ertesites.hu@dhl.com](mailto:ertesites.hu@dhl.com) email címre.