

## Jak zwiększyć sprzedaż w sklepie internetowym

mgr inż. Sebastian Wyrwał tel.: 664 15 99 33

<http://www.FOXE.pl>

20 lipca 2016

## Jak zwiększyć sprzedaż w sklepie internetowym

### Typowe problemy i postępowanie

problemy	PROBLEMY	POSTĘPOWANIE
BRAK LUB MAŁY RUCH	Brak ruchu, ruch niskiej jakości, ruch nie ma charakteru zakupowego tylko, informacyjny	<p>Sprawdzić frazy na jakie pozycjonowany / reklamowany jest sklep</p> <p>Sprawdzić, czy są to frazy zakupowe czy informacyjne, sprawdzić natężenie wyszukiwań fraz</p> <p>Sprawdzić pozycje tych fraz w SERP, sprawdzić pozycję reklam AdWords</p> <p>Sprawdzić linki z banerów, czy prowadzą do sklepu, sprawdzić, czy reklama banerowa jest dobra dla naszego sklepu / towarów. Sprawdzić gdzie mamy banery, czy ta sama grupa docelowa serwisu z banerami i naszego sklepu</p> <p>Sprawdzić do jakich podstron naszego sklepu prowadzą wyniki w SERP wyszukiwarki</p> <p>Sprawdzić opisy w SERP</p> <p>Sprawdzić konkurencję</p> <p>Sprawdzić opisy konkurencji</p> <p>Czy w snippetach konkurencji są ceny</p>

## Jak zwiększyć sprzedaż w sklepie internetowym

mgr inż. Sebastian Wyrwał tel.: 664 15 99 33

<http://www.FOXE.pl>

20 lipca 2016

BRAK REJESTRACJI KLIENTÓW (RUCH JEST I MA DOBRĄ JAKOŚĆ)	Problemy w procesie rejestracji	Testować proces rejestracji z wielu maszyn i środowisk, różni testerze, sprawdzić przyciski ich napisy i linki. Sprawdzić czy proces rejestracji nie jest zbyt złożony, wieloetapowy etc.
BRAK LUB MAŁA SRPZEDAŻ (RUCH JEST I MA DOBRĄ JAKOŚĆ)	Klienci nie inicjują procesu składania zamówienia	Sprawdzić ceny, koszty przesyłki, sprawdzić czy sklep budzi zaufanie: protokół https, dane formalne i adresowe, regulamin, warunki dostawy i zwrotów
PORZUCONE KOSZYKI	<p>Proces składania zamówienia urywa się, klienci wykonują scenariusz alternatywny zamiast zakończyć proces sprzedaży, mało widoczny końcowy przycisk powodujący zatwierdzenia zamówienia</p> <p>Za wysokie koszty dostawy, brak sposobu dostawy preferowanego przez klientów, brak obiecanej darmowej dostawy</p> <p>brak sposobu płatności preferowanego przez klientów</p> <p>brak informacji o tym, że zamówienie jest złożone i trzeba płacić</p> <p>Problemy z certyfikatem w systemie płatniczym</p>	<p>Przetestować proces składania zamówienia, uprościć go, usunąć wątki wątki alternatywne, usunąć przyciski i linki umożliwiające wykonanie scenariuszy niekończących się złożeniem zamówienia</p> <p>Sprawdzić oferowane metody dostawy, uzupełnić w razie potrzeby, sprawdzić cenę dostawy, stosować wszystkie sensowne sposoby dostawy zwłaszcza tanie</p> <p>jw. tylko w odniesieniu do płatności</p> <p>Wyświetlać zarówno stronę z informację explicite, że zamówienie zostało złożone i wysyłać informację emailem</p> <p>przetestować i poprawić</p>

## Jak zwiększyć sprzedaż w sklepie internetowym

mgr inż. Sebastian Wyrwał tel.: 664 15 99 33

<http://www.FOXE.pl>

20 lipca 2016

	Problemy z wywołaniem callback z systemu płatniczego	
ZAMÓWIENIA SĄ, PŁATNOŚCI BRAK	brak informacji o tym, że zamówienie jest złożone i trzeba płacić  Problemy z certyfikatem w systemie płatniczym  Problemy z wywołaniem callback z systemu płatniczego	Wyświetlać zarówno stronę z informacją explicite, że zamówienie zostało złożone i wysyłać informację emailom  przetestować i poprawić
NIEKOMPLETNE DANE DO ZAMÓWIENIA	Sprawdzić jakie dane są obowiązkowe	Testować i poprawiać składanie zamówienia
KLIENCI NIE KUPUJĄ NIGDY WIĘCEJ	Towary złej jakości, zła obsługa, nieterminowa przesyłka  emailing z ofertami nie jest wysyłany bądź nie dochodzi	Badać zadowolenie klientów  Budować listę adresową wysyłać mailingi

### Zwiększanie sprzedaży w sklepie internetowym

na podstawie <http://www.foxe.pl/jak-zwiekszyc-sprzedaz-w-sklepie-internetowym>

- zwiększenie wartościowego i odpowiedniego dla danego sklepu ruchu
- poprawę jakości ruchu
- optymalizację konwersji
- uprościć proces rejestracji i składania zamówienia, dać możliwość zamawiania bez rejestracji
- wprowadzić wszystkie możliwe i sensowne formy dostawy i płatności
- pobierać zgody na emailing, budować listę mailingową i wysyłać mailingi
- porównanie cen z cenami konkurencji (porównywarki)
- problemy techniczne mogą powodować utratę wielu zamówień
- zbyt skomplikowana i niejednoznaczna nawigacja może powodować przerwanie procesu składania zamówienia (klient przerywa scenariusz składania zamówienia i rozpoczyna inny proces po przyciski były niejednoznacznie opisane)
- na koszt wygenerowania ruchu wpływa jego jakość i to w ten sposób, iż wygenerowanie dużego ruchu o niskiej jakości powoduje niepotrzebne zwiększenie kosztów