

SPRIEVODCA ONLINE MARKETINGOM PRE E-SHOPY



ÚVOD

PREČO SME NAPÍSAI TOHTO SPRIEVODCU?

Tak ako všade vo svete, tak aj na Slovensku sa počet e-shopov neustále zvyšuje. Takisto sa zvyšuje počet ľudí, ktorí cez ne nakupujú a často ich uprednostnia pred kamennými predajňami. Rozšíril sa záujem ľudí verejne ich hodnotiť, písať recenzie a zdieľať informácie o produktoch, ktoré ich z ponuky e-shopov zaujali.

Vytvoriť internetový obchod je stále jednoduchšie a dostupnejšie, no jeho majitelia často robia zásadné chyby, ktoré môžu zákazníkov pri nákupe odradiť. Preto v tomto sprievodcovi prejdeme viacerými témami, ktoré by mali majiteľom uľahčiť prácu pri budovaní kvalitného internetového obchodu a povedomia o ňom.

PRE KOHO JE URČENÝ?

Sprievodcu sme napísali pre všetkých, ktorí chcú mať kvalitné a výkonné e-shopy. Už dávno nie je online predaj len o nízkych cenách produktov. Naučíme vás, ako robiť kvalitný online marketing pre e-shopy od A po Z a ako nestratiť svojich zákazníkov.

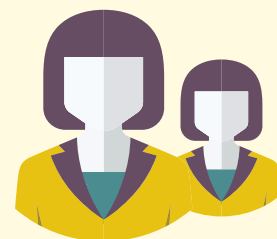
1. KAPITOLA

AKO VYBUDOVAŤ ÚSPEŠNÝ E-SHOP



2. KAPITOLA

BUDOVANIE ZNAČKY
A VZŤAHOV SO ZÁKAZNÍKMI



3. KAPITOLA

CONTENT MARKETING A KOMUNIKÁCIA NA
SOCIÁLNYCH SIEŤACH PRE E-SHOPY



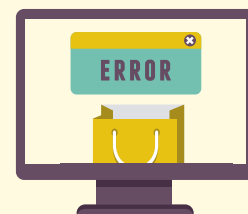
4. KAPITOLA

ON-PAGE SEO A PPC REKLAMA



5. KAPITOLA

NAJČASTEJŠIE CHYBY V POUŽITEĽNOSTI E-SHOPOV



6. KAPITOLA

POUŽITEĽNOSŤ E-SHOPOV A WEBOVÁ ANALYTIKA



1. KAPITOLA



AKO VYBUDOVAŤ ÚSPEŠNÝ E-SHOP?

AUTOR: MAREK ŠULIK

Počet a tržby e-shopov na Slovensku prudko rastú a nakupuje v nich stále viac spotrebiteľov. Podľa prieskumu, ktorý **zverejnil porovnávač Heureka.sk** v januári tohto roka, máme na Slovensku viac ako 7000 e-shopov, čo je o tretinu viac ako v predchádzajúcom roku. Potenciál trhu je oveľa väčší, v susednej Českej republike je ich až 37 000.

Neustále sa zvyšuje aj počet ľudí, ktorí v nich nakupujú. Podľa **výskumu Mediaresearch Slovakia pre Slovenskú asociáciu elektronického obchodu** za posledný štvrtrok v e-shope nakúpilo až 58 % internetových používateľov. Používatelia v e-shopoch nielen nakupujú, ale ich aj verejne hodnotia. Na Heureka.sk mesačne pribudne **až 70000 hodnotení e-shopov** a toto číslo sa za posledné dva roky strojnásobilo.

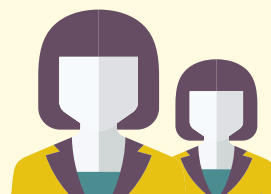
Aj napriek týmto pozitívnym číslam sa stále stretávame s tými istými chybami, ktoré naše slovenské e-shopy opakujú. Konkurencia je veľká a ak sa chcete presadiť, tak musíte zákazníkom ponúknuť oveľa viac ako len najnižšie ceny.

Konverzný pomer slovenských e-shopov je veľmi malý, **podľa Tomáša Kasmana z Google** je na úrovni 1 %. To znamená, že zo sto návštevníkov vášho webu nakúpi iba jeden z nich. Tí ostatní nekúpia nič alebo nakúpia u konkurencie. Na porovnanie, priemerný konverzný pomer amerického e-shopu Amazon je na úrovni 10 %.

Priestor na zlepšovanie je teda obrovský, a to je aj dôvod, prečo sme sa rozhodli venovať tejto téme.



2. KAPITOLA



BUDOVANIE ZNAČKY A VZŤAHOV SO ZÁKAZNÍKMI

TÝCHTO 25 RÁD OVLÁDAJÚ E-SHOPY S NAJVERNEJŠÍMI ZÁKAZNÍKMI

AUTOR: JÚLIA MICHÁLEKOVÁ

Udržať si existujúcich zákazníkov je pre väčšinu firiem výrazne lacnejšie, ako si získať nových. Preto by vašou prioritou mala byť práve ich spokojnosť.

Pravdepodobne sa vám to zdá ako samozrejmosť. Keď sa však pozriete na zákaznícku podporu a servis väčšiny slovenských e-shopov, je jasné, že v praxi sa so skvelými službami pre zákazníkov stretneme len zriedka.

Nasledujúcich 25 bodov pomôže (nielen) e-shopom poskytovať skvelé služby zákazníkom a dosiahnuť ich spokojnosť. Nájdete v nich ako všeobecné (filozofické :) rady, tak aj konkrétne kroky a postupy.

- 1.** **Sústredte sa na zákazníka**, ktorý u vás už nakúpil viac, ako na získavanie nového. Investujte do toho viac času, úsilia, lásky.
- 2.** Dávajte verným zákazníkom **niečo špeciálne** (odmeny za vernosť).
- 3.** Vezmite veľkú časť ziskov a **investujte ich do služieb zákazníkom** namiesto neefektívnej platenej reklamy. Ak reklamu využívate, dbajte na jej efektivitu a návratnosť.
- 4.** **Zdieľajte svoje know-how.** Ideálny priestor je na firemnom blogu. O tom, ako to pomáha SEO a celkovej content stratégii, sme toho na našom blogu napísali už **veľa**.
- 5.** **Doprava zdarma.** Áno, stojí to nemalé investície. Skúste sa na to však pozeráť, ako na náklad na marketing.

6. **Dajte dlhšiu** záruku na vaše produkty ako konkurencia.
7. Na každý mail, telefonát, rozhovor so zákazníkom sa pozerajte ako **na príležitosť budovať si značku**. A naučte to aj svojich zamestnancov. Všetkých, nielen tých na helpdesku.
8. Ukážte, že s ľuďmi chcete hovoriť. Na každú stránku svojho webu **dajte na viditeľné miesto kontakt na helpdesk**, resp. support.
9. Zariadte, aby sa užívatelia cítili na vašom webe **pohodlne**.
10. Robte prácu **zodpovedne a kvalitne**.
11. **Buďte poctiví**. Nesnažte sa ľudí klamať a zavádzať.
12. **Buďte osobní**. Nehovorte s masou ľudí, hovorte s každým zákazníkom osobne. Pýtajte sa ho na názor, odpovedajte mu, zaujímajte sa o neho. Skvelý priestor na takúto komunikáciu je na sociálnych sieťach.
13. **Prekvapte!** Ako a čím? Záleží od toho, čo predávate. Myslíte out-of-the-box. Krásny príklad nájdete na **FB page Martinus.sk**.
A **príbeh** pokračuje:
14. **Posielajte po každej registrácii** mail, kde zákazníkovi poďakujete za dôveru a oboznámite ho s tým, že ste tu stále pre neho. Viac sa dočítate **v tomto článku**.
15. Posielajte **personalizované newslettre**, podľa toho, čo u vás zákazníci nakúpili a o čo sa zauímajú. Nezabudnite na prania k sviatkom. Napríklad k meninám či narodeninám. Určite k takémuto sviatku poteší napríklad malá zľava. Vás to veľa nestojí a zákazník má pocit osobného prístupu.
16. Postarajte sa o to, aby **reklamácia prebehla pre zákazníka bezbolestne**. V prípade, že ste naozaj pochybili, tak je vašou povinnosťou urobiť všetko preto, aby ste chybu odstránili a dali klientovi niečo navyše, aby vám ju odpustil.
17. **Ak ste sa chyby možno dopustili**, platia zásady z predošlého bodu. Radšej byť trochu stratový na tomto konkrétnom klientovi, ako si vytvoriť „úhlavného“ nepriateľa a šíriteľa zlého mena vašej značky.

18.

Ak ste chybu určite neurobili, tak sa to zákazníkov snažte vysvetliť. Pokiaľ vás to nebude stáť veľa (peňazí či úsilia), platí postup popísaný v bodoch 15 a 16.

19.

Ak problém stále pretrváva, možno ide len o nedorozumenie. Buďte k zákazníkom úprimní a povedzte im, čo vám prekáža. Možno niečo nerobia správne a ani o tom nevedia. Viac na túto tému sa dočítate v **článku**.

20.

Nájdu sa zákazníci, ktorí sú nepríjemní na vašich zamestnancov a stresujú ich. Prípadne takí, pre ktorých robíte maximum, no oni napriek tomu nikdy nie sú spokojní. Čo s tým? **Treba sa ich zbaviť**. Nebojte sa nechať „zlých“ klientov odísť. Prípadne s nimi sami ukončíte spoluprácu.

21.

Budujte **zdravú firemnú kultúru**. Napríklad pomocou definovania **firemných hodnôt**.

22.

K svojim dodávateľom a zamestnancom sa správajte rovnako ako k zákazníkom. Nielen oni radi zdieľajú svoj názor. Rovnako tak aj ľudia, ktorí pracujú pre vás alebo spolupracujú s vašou firmou, sa radi podelia o svoje postoje. Aj oni sú šíriteľom vášho mena.

23.

To isté platí pre bývalých zamestnancov. Pokiaľ je to čo i len trochu možné, rozchádzajte sa s nimi v dobrom (áno, je mi jasné, že nie vždy sa to dá).

24.

Neohovárajte konkurenciu a neútočne na ňu, aj v prípade, že od vás niečo okopírovala. Fajn, asi to robíte dobre. Tešte sa z toho.

25.

Nikdy vás nebudú mať radi všetci. Zmierte sa s tým a budete šťastnejší.



PIKOŠKA NA ZÁVER

Akúrat, keď som písala túto kapitolu, tak som si vybehla kúpiť koláčik do **nového bistra** oproti našej kancelárii. A stalo sa mi **toto**. Áno, určite sa tam zastavím znova. True story.