

Ghid de recunoaștere a competențelor dobândite

Modulul 1: Comandă

[Introduction to module 1]

Procesul de comandă este o parte importantă a oricărei afaceri online și contribuie foarte mult la atingerea satisfacției complete a clienților. Cu un proces de comandă intuitiv, robust și eficient, companiile și clienții pot avea încredere în efectuarea unor tranzacții zilnice. Combinația corectă a soluțiilor de comerț electronic legate de procesul de comandă - cu posibilitatea de a crește în timp - este esențială pentru succesul afacerii dvs. pe termen lung.

[Action 1.1]

Profilul utilizatorului

Profilurile utilizatorilor și istoricul individual al cumpărăturilor sunt strâns legate și oferă informații utile pentru a sprijini o strategie de marketing de succes. Pe lângă nume și e-mail, utilizatorii pot înregistra, de asemenea, informații personale suplimentare, cum ar fi sexul, locația etc., transformând astfel baza de date într-o sursă inspirată pentru recomandări și oferte personalizate.

[Benefits of action 1.1]

Acum pot să...

- Obțin o rată de retenție mai mare
- Obțin un volum mai mare de vânzări

[Description of benefits 1.1]

- **Creșterea ratei de retenție – Ce înseamnă asta?**

Cu ajutorul profilurilor detaliate de utilizator, puteți crea campanii de promovare prin a trimite mesaje relevante pentru utilizatorii dvs. Prin colectarea datelor și segmentarea corectă a pieței țintă, puteți crea canale de comunicare bazate pe obiectivele și nevoile clienților. Această abordare de a implica clienții în afacere asigură crearea unei relații fidele și loiale.

- **Creșterea volumului de vânzări – Ce înseamnă asta?**

Moda este unul dintre domeniile care sensibilizează cumpărătorul. Dacă reușiți să implementați campanii personalizate cu mesaje care să țintească în inimă potențialul client, sporiți șansele ca utilizatorul să acceseze site-ul dvs. și să facă o achiziție, ceea ce poate duce la o creștere a volumului de vânzări.

[connected to:
<http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/1-OR1>]

[Action 1.2]

Instrumente de potrivire dimensionale

Nepotrivirea dimensională este cel mai frecvent motiv de retur în comerțul online, deoarece clienții nu pot încerca fizic un produs înainte de a plasa o comandă. Instrumentele de potrivire dimensională facilitează alegerea mărimii corecte și eventual lățimea. Aceste instrumente îi pot face pe clienții să se simtă încrezători să cumpere și, prin urmare, pot reduce numărul de returnări.

[Benefits of action 1.2]

Acum pot să...

- Obțin o rată de retur mai mică
- Cresc numărul de clienți satisfăcuți
- Cresc numărul de clienți care revin pentru o altă achiziție

[Description of benefits 1.2]

- **Scăderea ratei de retur – Ce înseamnă asta?**

Dacă clienții sunt asistați în ceea ce privește alegerea dimensiunii corecte a încălțăminte, rata de retur se va reduce semnificativ.

- **Creșterea numărului de clienți satisfăcuți – Ce înseamnă asta?**

Datorită instrumentelor de potrivire dimensională- mai mulți clienți vor fi mulțumiți de produsele comandate, astfel satisfacția clientului în general va crește.

- **Sporirea numărului de clienți care revin pentru o altă achiziție – Ce înseamnă asta?**

Clienții mulțumiți cel mai probabil vor reveni pe site-ul dvs. pentru a face noi achiziții.

[connected to: <http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/1-OR2>]

[Action 1.3]

Informații despre produs

O descriere bună a produsului vândut într-un magazin online face parte dintr-o experiență pozitivă de cumpărături online și contribuie la credibilitatea magazinului dvs. virtual.

[Benefits of action 1.3]

Acum pot să...

- Obțin un volum mai mare de vânzări
- Obțin o rată de retur mai mică
- Obțin un clasament mai bun în căutările organice

[Description of benefits 1.3]

- **Creșterea volumului de vânzări – Ce înseamnă asta?**

O descriere de calitate a produsului explică beneficiile și particularitățile acestuia și convinge clienții că au nevoie de acel produs, motivându-i astfel să ia o decizie de cumpărare.

- **Diminuarea ratei de retur – Ce înseamnă asta?**

Clienții dvs. nu pot atinge fizic produsele, motiv pentru care descrierea produsului va fi răspunsul la întrebările lor, cum ar fi: ce material este, care sunt instrucțiunile de îngrijire etc. Astfel, o descriere mai detaliată și mai realistă a produsului va micșora riscul dezamăgirii și va duce la scăderea ratei de retur.

- **Clasament mai bun în căutările organice – Ce înseamnă asta?**

Descrierile unice ale produselor vă ajută să îmbunătățiți clasamentul în motorul de căutare, ceea ce înseamnă că mai mulți oameni vor putea să vă găsească și să comande produsele oferite de dvs..

[connected to: <http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/1-OR3>]

[Action 1.4]

Compararea produselor

Posibilitatea de a compara produsele este utilă în special pentru cumpărătorii online în faza finală de luare a deciziei de achiziție. Instrumentele de comparație a produselor permit clienților să selecteze produsele pe care doresc să le compare și apoi să facă o comparație detaliată comparativă a fiecărei specificații.

[Benefits of action 1.4]

Acum pot să...

- Obțin un număr mai mare de tranzacții
- Obțin un număr mai mare de clienți care revin pentru o altă achiziție

[Description of benefits 1.4]

- **Creșterea numărului de tranzacții – Ce înseamnă asta?**

Datorită unui instrument de comparare a produselor, clienții primesc o imagine de ansamblu foarte clară, care îi ajută să ia decizia de cumpărare și va duce la creșterea vânzărilor.

- **Creșterea numărului de clienți care revin pentru o altă achiziție – Ce înseamnă asta?**

Experiențele bune vor crește întotdeauna numărul de achiziții repetate. Cu cât produsele sunt mai tehnice (de ex. încălțăminte pentru alergare, drumeții sau ciclism), cu atât mai mulți clienți vor aprecia instrumentul de comparație și cu atât mai probabil vor reveni pentru a face achiziții noi.

[connected to: <http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/1-OR4>]

[Action 1.5]

Informații privind stocul de produse

Informația despre stoc este una dintre cele mai critice puncte pentru un magazin online. De ce? În primul rând, deoarece răspunde la cea mai importantă întrebare a clientului: produsul dorit este disponibil aici? Și în al doilea rând, pentru că - chiar dacă un articol nu este pe stoc - există încă lucruri pe care le puteți face pentru a vă asigura că, clienții dvs. au o experiență satisfăcătoare de cumpărături.

[Benefits of action 1.5]

Acum pot să...

- Obțin un număr mai mare de vânzări
- Obțin o rată mai mare de satisfacție a clienților
- Obțin o creștere a performanței produsului

[Description of benefits 1.5]

- **Creșterea numărului de vânzări – Ce înseamnă asta?**

Numărul redus de produse disponibile pe stoc îl face pe client să se grăbească în luarea deciziei de cumpărare și conduce la creșterea vânzărilor. Dacă un produs nu este disponibil pe stoc, este recomandat să oferiți clienților o alternativă adecvată (a se vedea: Sugestii de produse), pentru a crește șansele de vânzare. Cazul în care un produs nu este pe stoc, dar urmează să reapară, îi puteți propune clientului să îl notificați atunci când produsul va reveni pe stoc, sporind astfel numărul de vânzări.

- **Creșterea satisfacției clienților – Ce înseamnă asta?**

Orice comunicare ulterioară face ca experiența de cumpărături să fie mai plăcută, mai interactivă și să sporească satisfacția clienților. Prin comunicare se poate referi la: oferirea de informații despre posibilele întârzieri de livrare, oferirea de sugestii de produse alternative sau oferirea de informații despre stoc.

- **Creșterea performanței produsului – Ce înseamnă asta?**

Un sistem integrat care oferă în timp real informații cu privire la stoc asigură baza necesară pentru gestionarea portofoliului de produse: care dintre produsele au cea mai mare cerere și care sunt produsele mai puțin populare?

[connected to: <http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/1-OR5>]

[Action 1.6]

Instrumente de personalizare

Personalizarea în comerțul electronic oferă utilizatorilor posibilitatea de a crea un produs unic printr-un proces de design extrem de interactiv, intuitiv și distractiv. Rezultatul exprimă gustul personal al clientului și îl face pe purtător să iasă în evidență din mulțime. Implicarea clientului în procesul de proiectare al produsului îl face să treacă printr-o experiență îmbunătățită de cumpărare față de cumpărăturile online obișnuite și crește loialitatea acestuia.

[Benefits of action 1.6]

Acum pot să...

- Cresc gradul de conștientizare a mărcii și a traficului utilizatorilor de pe site
- Obțin un volum mai mare de vânzări și de clienți care revin pe site pentru a cumpăra din nou
- Obțin o rată mai mare de satisfacție a clienților și o rată mai mică de retur

[Description of benefits 1.6]

- **Creșterea gradului de conștientizare a mărcii și a traficului utilizatorilor pe site – Ce înseamnă asta?**

Dacă instrumentul de personalizare este distractiv și produsele îndeplinesc așteptările clientului, publicitatea de tip din vorbă în vorbă va atrage în curând noi vizitatori.

- **Creșterea volumului de vânzări și numărului de clienți care revin pe site pentru a cumpăra din nou – Ce înseamnă asta?**

Oferirea unui instrument de personalizare înseamnă o investiție substanțială care influențează puternic organizarea și procesul de producție. Totodată, instrumentele de personalizare oferă o experiență de cumpărături îmbunătățită și pot crește semnificativ rata de conversie, volumul vânzărilor și veniturile. Clienții acceptă prețuri mai mari pentru încălțăminte concepută special pentru ei, deoarece consideră că experiența și serviciul primit justifică plata unui supliment.

- **Creșterea ratei de satisfacție a clienților și micșorarea ratei de retur – Ce înseamnă asta?**

Oferind clientului rolul de co-designer îi permiteți să treacă printr-o experiență unică de cumpărături ceea ce favorizează creșterea satisfacției clientului. În plus, produsele făcute la comandă sunt mai rar returnate decât produsele de pe raft. **[connected to:**

<http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/1-OR6>]

[Action 1.7]

Bara de căutare

O bară de căutare permite utilizatorilor să caute un produs sau o informație dorită pe orice site web. Este un instrument care asigură o experiență prietenoasă. Multe companii de comerț electronic își intensifică investițiile în acest instrument, deoarece recunosc beneficiile pe care le poate aduce afacerii, cum ar fi creșterea conversiei și scăderea ratei de respingere.

[Benefits of action 1.7]

Acum pot să...

- Obțin o rată de conversie sporită
- Obțin o rată de respingere scăzută

[Description of benefits 1.7]

- **Sporirea ratei de conversie – Ce înseamnă asta?**

Clienții care utilizează o bară de căutare sunt dispuși să finalizeze o achiziție deoarece știu ce caută și cel mai probabil au ajuns pe site cu intenția de a cumpăra. Bara de căutare simplifică procesul de găsire a produsului dorit și / sau sugerează alternative.

- **Scăderea ratei de respingere – Ce înseamnă asta?**

O călătorie perfectă și rapidă de la "căutare" la "finalizare comandă" este esențială pentru a asigura satisfacția clienților. În cazul în care clienții nu pot găsi ceea ce caută, aceștia vor părăsi nemulțumiți site-ul, deoarece nevoile lor nu au fost îndeplinite. O bară de căutare, în special una cu o funcție de auto-completare care oferă sugestii atunci când utilizatorul introduce un cuvânt cheie, are avantaje uriașe pentru o afacere de comerț electronic. Acest lucru accelerează procesul de căutare pentru client și asigură afișarea unui rezultat.

[connected to: <http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/1-OR7>]

[Action 1.8]

Selectarea și modificarea comenzilor

Clienții care doresc să modifice o comandă nu fac acest lucru din plăcere. De regulă, motivul unor astfel de modificări este o eroare sau schimbarea anumitor circumstanțe, însoțite de un stres emoțional. Este recomandat să li se ofere clienților posibilitatea de a efectua modificări online parcurgând un proces cât mai simplu.

[Benefits of action 1.8]

Acum pot să...

- Obțin un număr mai mare de clienți satisfăcuți care revin pe site pentru a face o nouă achiziție
- Reduc numărul de apeluri telefonice în vederea modificării comenzii
- Obțin procese interne rapide

[Description of benefits 1.8]

- **Creșterea numărului de clienți satisfăcuți care revin pe site pentru a face o nouă achiziție – Ce înseamnă asta?**

Dacă un magazin online are un proces simplu de modificare a comenzii, satisfacția clientului va crește pe măsură ce clienții vor deveni mai încrezători să cumpere de pe site-ul dvs. Clienții mulțumiți au mai multe șanse să revină pe site pentru a face noi cumpărături și să-și împărtășească satisfacția printre prieteni și familie.

- **Reducerea numărului de apeluri telefonice în vederea modificării comenzii – Ce înseamnă asta?**

Dacă clienții pot efectua modificări ale comenzilor direct din contul lor, serviciul dvs. de relații clienți va primi mai puține apeluri, ceea ce înseamnă că vor fi consumate mai puține resurse.

- **Procese interne rapide – Ce înseamnă asta?**

Permiterea modificării comenzilor online va ajuta să vă îmbunătățiți și să accelerați procesele interne de operare.

[connected to: <http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/1-OR8>]

[Action 1.9]

Sugestii de produse

Potrivit analiștilor de comerț electronic, motoarele de recomandare a produselor sunt instrumente importante care stimulează ratele de conversie, valorile tranzacțiilor și, în consecință, veniturile. Se spune că acestea sunt capabile să crească valoarea comenzii în medie cu 50%, rata de conversie cu 150% și veniturile cu până la 300%.

[Benefits of action 1.9]

Acum pot să...

- Sporesc rata de conversie, valorile tranzacțiilor și veniturile

[Description of benefits 1.9]

- **Creșterea ratei de conversie, valorilor tranzacțiilor și a veniturilor – Ce înseamnă asta?**
.....

Motoarele de recomandare a produselor sunt capabile să analizeze clienții în timp real și să personalizeze toate paginile cu care intră în contact. Acest instrument îmbunătățește experiența de cumpărături (care este esențială pentru satisfacerea clienților și fidelizarea lor) și permite vânzarea mai multor produse prin sugestiile potrivite.

[connected to: <http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/1-OR9>]

[Action 1.10]

Progresul comenzii

Procesul de finalizare a comenzii este momentul adevărului: anume atunci cumpărătorul plasează comanda pe site. Provocarea pentru designerii magazinelor web este de a păstra clientul pe site. În esență, în această fază, vânzătorul trebuie să se asigure că, clientul introduce toate datele necesare pentru a încheia tranzacția de vânzare-cumpărare. Din acest motiv procesul de cumpărare și interfața coșului de cumpărături trebuie să fie proiectată astfel încât să încurajeze acest proces de cumpărare.

[Benefits of action 1.10]

Acum pot să...

- Îmbunătățesc ratele de conversie
- Micșorez numărul de tranzacții întrerupte

[Description of benefits 1.10]

- **Îmbunătățirea ratelor de conversie – Ce înseamnă asta?**

Procesul de finalizare a comenzii va fi mai eficient dacă va exista o bară care va reda progresul comenzii. Clienții vor aprecia acest lucru, ceea ce va avea un impact asupra ratelor de conversie.

- **Micșorarea numărului de tranzacții întrerupte – Ce înseamnă asta?**

Din punctul de vedere al clienților, decizia cea mai critică este alegerea produsului. Restul sunt formalități. Dacă procesul de comandă este prea obositor, există riscul ca, clientul să abandoneze coșul de cumpărături. Pentru a evita acest lucru, se poate concepe o bară care va oferi clientului următoarele detalii:

1. ce informații sunt necesare și de ce
2. în ce fază este acum
3. câte etape mai sunt înainte de finalizarea comenzii.

Instrumentele ce permit clientului să vadă etapa în care se află sunt foarte utile pentru încurajarea acestuia să apese pe butonul "Trimiteți comanda".

[connected to: <http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/1-OR10>]

Modulul 2: Plată

[Introduction to module 2]

Oferirea metodelor de plată care să corespundă așteptărilor cumpărătorilor dvs., garantând în același timp tranzacții sigure și protecția datelor, precum și posibilitatea de a efectua plăți prin intermediul diferitor dispozitive reprezintă o provocare în comerțul electronic. Magazinele online care nu au niciuna dintre aceste funcționalități nu vor mai fi competitive pe piața încălțăminte.

[Action 2.1]

Securizarea plății

Furnizarea de măsuri de securitate pentru garantarea tranzacțiilor sigure este o necesitate. Managerii trebuie, de asemenea, să știe cum să protejeze datele sensibile, să ia măsuri de securitate și să verifice clienții.

[Benefits of action 2.1]

Acum pot să...

- Asigur tranzacții de garantare și protecția datelor
- Formez o relație loială cu clienții
- Sporesc ratele de conversie

[Description of benefits 2.1]

- **Protecția datelor și tranzacții de garantare – Ce înseamnă asta?**

Funcțiile și tranzacțiile din magazinul web vor fi securizate din momentul în care finalizați implementarea.

- **Formarea unei relații loiale cu clienții – Ce înseamnă asta?**

Cumpărătorul va avea o altă atitudine față de magazin când va vedea că tranzacțiile și datele cu caracter personal sunt protejate.

- **Sporirea ratelor de conversie – Ce înseamnă asta?**

Cu ajutorul unor măsuri de securitate sporite, numărul de vizitatori ai magazinului online va crește. Timpul în care se va produce această modificare depinde de amploarea activităților și de popularitatea site-ului dvs..

[connected to: <http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/2-PT1>]

[Action 2.2]

Metode de plată

Odată cu creșterea concurenței și a schimbărilor în tendințele de cumpărături, este esențial să fiți la curent în ceea ce privește metodele de plată alternative existente pentru a oferi clienților cele mai convenabile variante (în funcție de țară).

[Benefits of action 2.2]

Acum pot să...

- Scad rata de abandon
- Atrag noi piețe
- Formez o relație loială cu clienții
- Sporesc ratele de conversie

[Description of benefits 2.2]

- **Scăderea ratei de abandon – Ce înseamnă asta?**

Disponibilitatea diferitelor tipuri de plăți și instrucțiuni în diferite limbi vor duce la scăderea abandonului coșurilor de cumpărături în etapa de plată. Legate de aceasta sunt și monedele internaționale și ratele de schimb benefice.

- **Atragerea unor piețe noi – Ce înseamnă asta?**

Diversitatea clienților va crește odată cu varietatea metodelor de plată, sporind astfel probabilitatea de a ajunge pe piețe noi.

- **Formarea unei relații loiale cu clienții – Ce înseamnă asta?**

Activarea unei metode de plată va influența relația dvs. cu clienții. Este mult mai probabil ca un client să revină pe site-ul dvs. atunci când i sa oferit o metodă de plată favorabilă.

- **Sporirea ratelor de conversie – Ce înseamnă asta?**

Cumpărătorii vor rămâne pe pagina dvs. mai mult timp atunci când le sunt oferite metode de plată și portaluri ce le convin.

[connected to: <http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/1-OR2>]

[Action 2.3]

Plata mobilă

Odată cu apariția dispozitivelor mobile în viața de zi cu zi, metoda de plată preferată pentru clienți a devenit cea mobilă, ceea ce face ca magazinele online să integreze această soluție de plată în afacerile lor.

[Benefits of action 2.3]

Acum pot să...

- Îmbunătățesc fluxul de numerar într-un timp scurt
- Formez o relație loială cu clienții
- Sporesc ratele de conversie și numărul de clienți care revin pentru o altă achiziție

[Description of benefits 2.3]

- **Îmbunătățirea fluxului de numerar – Ce înseamnă asta?**

Cu cât mai repede veți implementa această metodă de plată, cu atât mai repede veți putea observa o creștere a profitului, deoarece majoritatea cumpărătorilor preferă plata mobilă. De asemenea, plățile mobile elimină costurile suplimentare (adică achiziționarea de echipamente noi).

- **Formarea unei relații loiale cu clienții – Ce înseamnă asta?**

Telefoanele mobile reprezintă un element constitutiv al vieții de zi cu zi, astfel se poate crea o relație loială cu clienții oferindu-le posibilitatea de a alege această metodă de plată.

- **Sporirea ratei de conversie și a numărului de clienți care revin pentru o altă achiziție – Ce înseamnă asta?**

Afișând pe site opțiunea de plată mobilă veți atrage mai mulți consumatori. Plățile mobile au un potențial ridicat datorită dezvoltării continue a noilor tehnologii. Facilitând clienții dvs. să efectueze o plată puteți crește conversiile.

[connected to: <http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/2-PT3>]

Module 3: Livrare

[Introduction to module 3]

Serviciile de livrare joacă un rol major în luarea deciziei de cumpărare de către un client. Trebuie să oferiți opțiunile de livrare pe care clienții și le doresc pentru a îi menține și a fi competitivi. Conform unui **sondaj privind comerțul electronic din 2015** (<https://www.mycustomer.com/selling/ecommerce/ecommerce-delivery-trends-what-contributes-to-a-positive-experience>), 66% dintre cumpărători au preferat să cumpere bunuri de la un anumit comerciant deoarece condițiile și serviciile de livrare oferite au fost mai atractive.

De asemenea, 96% dintre aceiași cumpărători au declarat că o experiență de livrare pozitivă îi va încuraja să facă din nou cumpărături pe același site.

[Action 3.1]

Opțiuni de urmărire a comenzii

Prin oferirea clienților posibilității de a urmări comanda se poate îmbunătăți nivelul magazinului online. Este relativ ușor de implementat și poate oferi beneficii substanțiale atât clienților online, cât și vânzătorilor. Opțiunea de urmărire a comenzilor se referă la datele trimise clientului după finalizarea comenzii.

[Benefits of action 3.1]

Acum pot să...

- Obțin un număr scăzut de solicitări din partea clienților cu privire la statutul de livrare
- Cresc numărul de clienți care revin pentru a face o nouă achiziție

[Description of benefits 3.1]

- **Scăderea numărului de solicitări din partea clienților cu privire la statutul de livrare – Ce înseamnă asta?**

Oferind clienților posibilitatea de a urmări comenzile individual economisiți timpul dvs. prețios prin faptul că numărul apelurilor telefonice efectuate de clienți pentru a verifica starea comenzii este redus semnificativ.

- **Creșterea numărului de clienți care revin pentru o nouă achiziție – Ce înseamnă asta?**

Oferirea opțiunii de urmărire a comenzilor a devenit o bună practică în comerțul electronic, deoarece este o modalitate ușoară de a oferi clienților dvs. o experiență online mai bună. Astfel îi încurajați pe clienți să revină pe site-ul dvs. sau să rămână mai mult timp pe el, crescând astfel șansele unor achiziții suplimentare.

[connected to: <http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/4-DE1>]

[Action 3.2]

Politica de returnare a produselor

Opțiunea de returnare a produsului este un serviciu care permite clienților care nu sunt complet satisfăcuți de achiziția făcută să returneze bunurile fără costuri suplimentare sau cu unele foarte reduse. O bună practică este oferirea transportului gratuit pentru retur. De asemenea, prin afișarea acestor informații într-o zonă vizibilă pentru client, se poate influența semnificativ rata de conversie.

[Benefits of action 3.2]

Acum pot să...

- Sporesc volumul de vânzări
- Cresc ratei de conversie

[Description of benefits 3.2]

- **Sporirea volumului de vânzări – Ce înseamnă asta?**

O politică de returnare bine gândită afișată în mod clar pe site este cheia atragerii și păstrării clienților dvs. O politică definitivă de returnare poate contribui la creșterea vânzărilor, deoarece aceasta oferă credibilitate companiei în ochii unui procent covârșitor al populației consumatoare. Consumatorii continuă să o vadă ca o garanție ce reflectă încrederea comercianților în produsele pe care le vând.

- **Creșterea ratei de conversie – Ce înseamnă asta?**

În afară de faptul că legislația UE face ca politica de returnare și rambursare să fie o cerință obligatorie, această politică poate fi, de asemenea, un instrument important de marketing pentru firmă. Studiile (Studiul UPS Online Shopping: Consumatorii care schimbă viitorul comerțului cu amănuntul, 2018) arată că peste 60% dintre cumpărători revizuiesc politica de returnare a unui comerciant înainte să facă o achiziție.

[connected to: <http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/4-DE2>]

[Action 3.3]

Evaluarea serviciului de livrare

Serviciul de livrare este un factor important în gestionarea unui magazin web de succes. Este important ca transportatorul să poată fi evaluat de către clienți. Comentariile clienților ar putea ajuta magazinul să îmbunătățească serviciile oferite.

[Benefits of action 3.3]

Acum pot să...

- Obțin un număr mai mic de reclamații
- Cresc numărul de vânzări

[Description of benefits 3.3]

- **Micșorarea numărului de reclamații – Ce înseamnă asta?**

Succesul unei afaceri electronice depinde de livrarea rapidă și adecvată a produselor. Oferind clienților posibilitatea de a evalua serviciile de livrare, pot fi stabilite condiții optime pentru a reduce numărul reclamațiilor.

- **Creșterea numărului de vânzări – Ce înseamnă asta?**

Clienții au încredere într-un site web de comerț electronic dacă acesta asigură o livrare adecvată, iar utilizatorii vor ignora orice site care nu poate asigura acest lucru. Evaluarea serviciului de livrare permite creșterea calității serviciului, motivând clienții să cumpere mai des.

[connected to: <http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/4-DE3>]

[Action 3.4]

Reprogramarea livrării

Reprogramarea livrării, înainte sau după o încercare ratată și oferirea clienților posibilității de a-și indica preferințele personale pentru primirea bunului achiziționat online este un serviciu apreciat în mod special de către aceștia și folosit pe scară largă de către vânzătorii online.

[Benefits of action 3.4]

Acum pot să...

- Obțin un număr mai mare de tranzacții
- Diminuez rata de abandon a coșului
- Sporesc numărul de clienți care revin pentru a face o nouă achiziție

[Description of benefits 3.4]

- **Creșterea numărului de tranzacții – Ce înseamnă asta?**

Pentru majoritatea oamenilor, programarea livrării poate fi o sarcină dificilă. Datorită faptului că utilizatorul i se permite să reprogrameze livrarea sau să schimbe datele de livrare, numărul de tranzacții poate fi mărit.

- **Diminuarea ratei de abandon a coșului – Ce înseamnă asta?**

Atunci când consumatorul nu este sigur că livrarea va avea loc în timp util și că ar putea fi nevoit să ridice coletul de la compania de curierat sau chiar să rateze livrarea, există riscul ca potențialul client să abandoneze coșul de cumpărături fără a finaliza comanda. Informând clientul despre posibilitatea de a reprograma livrarea, acest risc poate fi redus semnificativ.

- **Sporirea numărului de clienți care revin pentru a face o nouă achiziție – Ce înseamnă asta?**

Experiențele bune vor crește întotdeauna numărul de achiziții repetate. Reprogramarea livrării este cu siguranță o experiență bună pentru client.

[connected to: <http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/4-DE4>]

[Action 3.5]

Informații despre taxe vamale

Furnizarea informațiilor referitoare la taxele vamale este o necesitate pentru clienți, oferindu-le astfel posibilitatea de a calcula întregul angajament financiar privind achiziția ce o vor face. Aceste informații sunt de obicei adăugate în caseta cu informațiile despre prețul articolului. Cheltuielile personalizate se referă la costuri suplimentare de expediere, taxe bancare, etc.

[Benefits of action 3.5]

Acum pot să...

- Obțin un număr mai mare de vânzări transfrontaliere
- Sporesc numărul de vânzări
- Cresc vizibilitatea brandului

[Description of benefits 3.5]

- **Creșterea numărului de vânzări transfrontaliere – Ce înseamnă asta?**

Prin indicarea taxelor vamale puteți atrage clienți din alte țări interesați de achiziționarea produselor dvs..

- **Sporirea numărului de vânzări – Ce înseamnă asta?**

Atragerea de noi clienți din alte țări va duce la o creștere a volumului vânzărilor.

- **Creșterea vizibilității brandului – Ce înseamnă asta?**

Creșterea numărului de clienți internaționali va crește vizibilitatea magazinului dvs. online și numărul de noi potențiali clienți.

[connected to: <http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/4-DE5>]

[Action 3.6]

Sistem de căutare și verificare a adreselor internaționale

Un sistem informatic bine gândit poate ajuta la livrare, la găsirea adresei exacte a clienților și posibilitatea de a detecta orice informații despre adresă. Acest sistem permite reducerea pierderilor potențiale cauzate de trimiterea unor colete la adrese greșite.

[Benefits of action 3.6]

Acum pot să...

- Obțin un număr mai mare de clienți internaționali
- Sporesc volumul de vânzări
- Diminuez numărul de livrări repetate

[Description of benefits 3.6]

- **Creșterea numărului de clienți internaționali – Ce înseamnă asta?**

Sistemul de verificare validează adresa destinatarului înainte de expediția coletului, sesizează detaliile eronate descriptive și oferă opțiuni pentru adrese nevalide, ceea ce facilitează procesul de expediere chiar și pentru clienții transfrontalieri.

- **Sporirea numărului de vânzări – Ce înseamnă asta?**

Sistemul de verificare a adresei oferă clienților o experiență mai bună, deoarece simplifică procesul de finalizare a comenzii și mărește semnificativ ratele de conversie.

- **Diminuarea numărului de livrări repetate – Ce înseamnă asta?**

Prin utilizarea unei aplicații de validare a adresei, companiile pot reduce posibilele întârzieri sau livrări nedorite cauzate de introducerea incorectă a adresei și poate reduce taxele suplimentare cerute de transportator pentru corectarea acesteia.

[connected to: <http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/4-DE6>]

[Action 3.7]

Informații speciale de livrare

Complementar serviciului de livrare este oferirea clienților posibilității de a furniza instrucțiuni speciale de livrare în mod obișnuit legate de data și locul livrării. Această opțiune oferă mai multă siguranță clienților și le permite să planifice data și ora de livrare, ceea ce este foarte relevant pentru câștigarea loialității clienților.

[Benefits of action 3.7]

Acum pot să...

- Obțin un număr mai mare de tranzacții
- Obțin o rată mai mică de abandon
- Sporesc numărul de clienți care revin pe site pentru a face o nouă achiziție

[Description of benefits 3.7]

- **Creșterea numărului de tranzacții – Ce înseamnă asta?**

Această opțiune oferă o experiență de cumpărare mai bună și poate crește semnificativ ratele de conversie și numărul de tranzacții.

- **Diminuarea ratei de abandon – Ce înseamnă asta?**

Posibilitatea de a adapta livrarea la cerințele și nevoile clienților devine un avantaj competitiv important în rândul magazinelor online și poate influența decizia clientului de a finaliza comanda.

- **Sporirea numărului de clienți care revin pe site pentru a face o nouă achiziție – Ce înseamnă asta?**

Posibilitatea de a planifica datele și orele de livrare asigură câștigarea loialității clienților, îi face să se simtă mai apreciați și, astfel, duce la creșterea numărului de achiziții repetate.

[connected to: <http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/4-DE7>]

[Action 3.8]

Informații despre transportator

Alegerea unei firme bune de curierat a devenit o decizie de afaceri esențială pentru magazinele online, deoarece livrarea reprezintă o parte esențială a experienței de shopping online. Partenerul de livrare are o influență semnificativă atât asupra deciziilor de pre-cumpărare, cât și asupra vânzărilor repetate.

[Benefits of action 3.8]

Acum pot să...

- Sporesc numărul de tranzacții
- Diminuez rata de abandon
- Sporesc numărul de clienți care fac achiziții repetitive

[Description of benefits 3.8]

- **Sporirea numărului de tranzacții – Ce înseamnă asta?**

Majoritatea clienților preferă să primească comanda de la o firmă de curierat despre care au auzit. Clienții introduc cu mai multă încredere datele bancare atunci când există siguranță în firma de curierat.

- **Diminuarea ratei de abandon – Ce înseamnă asta?**

Informațiile despre compania de transport trebuie să fie afișate pe pagina de confirmare a comenzii pentru a convinge clientul să finalizeze procesul de cumpărare.

- **Sporirea numărului de clienți care fac achiziții repetitive – Ce înseamnă asta?**

Unii operatori de transport au o reputație mai bună decât alții și, prin urmare, colaborarea cu transportatorii care înregistrează mai multă apreciere din partea clienților poate duce la creșterea numărului de achiziții repetate.

[connected to: <http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/4-DE8>]

[Action 3.9]

Opțiuni de livrare

Opțiunile de livrare pot ajuta clientul să personalizeze primirea bunurilor achiziționate în funcție de disponibilitatea lor. Acesta este un aspect relevant pentru cumpărăturile online și companiile trebuie să înțeleagă așteptările clienților în ceea ce privește opțiunile de livrare și ratele de transport, deoarece acestea joacă un rol crucial în reducerea abandonului coșurilor de cumpărături și creșterea veniturilor.

[Benefits of action 3.9]

Acum pot să...

- Obțin un număr mai mare de tranzacții
- Diminuez rata de abandon
- Sporesc numărul de clienți care fac achiziții repetitive

[Description of benefits 3.9]

- **Creșterea numărului de tranzacții – Ce înseamnă asta?**

Oferind clienților posibilitatea de a alege una dintre diversele opțiuni de livrare se poate influența esențial numărul de tranzacții.

- **Diminuarea ratei de abandon – Ce înseamnă asta?**

Alegerea opțiunii de livrare îi ajută pe clienți să știe exact când vor fi livrate comenzile sau vor fi disponibile pentru ridicare și vor elimina orice incertitudine în timpul procesului de achiziționare.

- **Creșterea numărului de clienți care fac achiziții repetitive – Ce înseamnă asta?**

Odată ce consumatorul va fi mulțumit de livrare și anume de posibilitatea de a alege cea mai potrivită opțiune de livrare, acesta cu siguranță va reveni pe site-ul dvs. pentru a face o nouă achiziție.

[connected to: <http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/4-DE9>]

Module 4: Comunicare

[Introduction to module 4]

Comunicarea este elementul cheie în ceea ce privește procesul de cumpărare. Indiferent cine este clientul dvs. și de unde vine este esențial să știți să comunicați cu el.

Prima comunicare cu clientul se face prin intermediul site-ului, astfel trebuie să ne asigurăm că imaginea magazinului este suficient de atractivă pentru cumpărători, precum și destul de simplă și intuitivă pentru a converti vizitele în vânzări.

[Action 4.1]

Detalii despre livrare furnizate prin SMS și reprogramarea livrării prin SMS

Pentru a spori satisfacția clienților este necesar să le oferiți informații atât cu privire la statutul comenzii cât și cu privire la statutul de livrare. Este important să informați clienții pe tot parcursul procesului de livrare și să le oferiți posibilitatea de a modifica datele de livrare (data, intervalul de timp, locația). Cea mai bună modalitate de a ține clienții la curent cu aceste detalii este să le trimiteți notificări de livrare prin SMS. SMS-ul este încă utilizat pe scară largă și rămâne unul dintre canalele de bază în comunicarea cu clienții.

[Benefits of action 4.1]

Acum pot să...

- Îmbunătățesc rata de satisfacție a clienților
- Îmbunătățesc calitatea afacerii

[Description of benefits 4.1]

- **Îmbunătățirea ratei de satisfacție a clienților – Ce înseamnă asta?**

Trimiterea unor mesaje informative mărește satisfacția clienților datorită faptului că:

Este o metodă cuprinzătoare. Chiar dacă clienții sunt într-o deplasare, nu au la îndemână un calculator sau nu au acces la internet, aceștia oricum vor primi mesajul scris pe telefon.

Este o metodă convenabilă. Clienții pot trimite rapid un mesaj pentru a solicita detalii de livrare fără a fi nevoiți să aștepte în telefon. În plus, clienții au posibilitatea de a reprograma livrarea prin utilizarea SMS-urilor.

Oferă clienților posibilitatea de a păstra mesajele. Mesajele reprezintă o evidență scrisă a unei conversații. Clienții pot cu ușurință reveni la informațiile trimise prin mesaj.

- **Îmbunătățirea calității afacerii – Ce înseamnă asta?**

Îmbunătățirea proceselor de expediere este crucială atât pentru client, cât și pentru afacerea dvs.. Informarea clienților prin SMS pe parcursul întregului proces de livrare și oferirea posibilității de a reprograma livrarea sunt esențiale pentru competitivitatea afacerii în cadrul industriei și pentru reducerea costurilor adiționale.

[connected to: <http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/3-CO1>]

[Action 4.2]

Linie telefonică pentru clienți

Un serviciu tip call center este important deoarece este primul și posibil singurul contact direct cu clientul. Chiar dacă clienții achiziționează produse de la magazinul dvs. online, aceasta nu înseamnă că sunteți suficient de interconectați cu ei. Prin intermediul site-ului puteți face clienții să i-a decizia de cumpărare și să achiziționeze anumite produse - fără a fi nevoie de a vorbi vreodată cu un reprezentant al serviciului de relații cu clienții. Serviciul de relații cu clienții devine important atunci când acesta este singurul contact pe care îl are clientul cu reprezentanții dvs. (mai ales dacă este primul lor contact) și vă oferă posibilitatea de a presta cele mai bune servicii pentru clienți.

[Benefits of action 4.2]

Acum pot să...

- Ofer clienților viteză și asertivitate
- Cresc gradul de inovare al firmei
- Sporesc calitatea afacerii și îmbunătățesc serviciile
- Fiu disponibil pentru clienți oricând

[Description of benefits 4.2]

- **Viteză și asertivitate – Ce înseamnă asta?**

Prin scăderea ratei de respingere utilizatorii vor naviga prin paginile dvs. web pentru o perioadă mai lungă și, prin urmare, există mai multe șanse să găsească produsul pe care îl doresc și să-l cumpere. O modalitate bună de a susține acest lucru este de a face site-ul dvs. cât mai simplu și intuitiv, astfel, clientul să facă cât mai puține clicuri pentru a ajunge în punctul dorit.

- **Inovare – Ce înseamnă asta?**

Furnizarea unui serviciu imediat și eficient îmbunătățește imaginea unei companii printr-un statut de responsabilitate și angajament.

- **Calitate - Ce înseamnă asta?**

Înregistrarea apelurilor și analiza lor mărește oportunitățile companiei de a îmbunătăți caracteristicile care nu corespund așteptărilor clienților.

- **Disponibilitate – Ce înseamnă asta?**

Furnizarea unui serviciu de specialitate permite clienților să i-a legătura cu compania fără întârzieri sau restricții.

[connected to: <http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/3-CO2>]

[Action 4.3]

Chat live

Chat-ul live are avantajul de a rezolva nevoile unui potențial client în timp real. Un client dintr-un magazin fizic poate găsi cu ușurință pe cineva care să-i răspundă la anumite întrebări. Prin urmare, chat-ul are rolul de a compensa deficiențele sociale ale comerțului electronic. Este o formă de serviciu pentru clienți în vederea sprijinirii lor în procesul de cumpărare .

[Benefits of action 4.3]

Acum pot să...

- Sporesc numărul de vânzări
- Reduc cheltuielile
- Îmbunătățesc serviciul pentru clienți

[Description of benefits 4.3]

- **Sporirea numărului de vânzări – Ce înseamnă asta?**

Chat-ul live are un rol important în generarea unor clienți noi și de creștere a numărului de vânzări. Deoarece chat-ul live oferă vizitatorilor acces instantaneu la serviciul suport clienți și echipa de vânzări, aveți mai multe oportunități de a transforma acești vizitatori în clienți care ar face o achiziție.

- **Reducerea cheltuielilor – Ce înseamnă asta?**

Chat-ul live transcende limitele internaționale și lingvistice. Costul acestui serviciu nu depășește costul serviciilor de e-mail și este mult mai ieftin decât asistența telefonică. Conform cercetărilor recente, serviciul de relații cu clienți tip chat live este cu 17% mai ieftin decât un apel telefonic. Acest lucru se datorează în primul rând faptului că chat-ul live permite agenților dvs. să acționeze multilateral și să ofere asistență mai multor vizitatori simultan.

- **Îmbunătățirea serviciului pentru clienți – Ce înseamnă asta?**

Chat-ul live este un instrument eficient și convenabil, deoarece facilitează consumatorii să primească un răspuns în câteva secunde, în loc să petreacă timp citind mai multe recenzii pentru a își face o părere despre produs sau a găsi informațiile necesare. Deși este vorba de câteva minute, și ele contează cu adevărat - clienții se grăbesc și doresc să facă o achiziție bună într-un timp cât mai scurt.

[connected to: <http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/3-CO4>]

[Action 4.4]

Monitorizare și comunicare prin rețelele sociale

Social media este un instrument puternic în comerțul electronic. Facebook, Twitter, LinkedIn și Instagram sunt aproape omniprezente în viața noastră. Folosim aceste rețele pentru a comunica, pentru a găsi informații rapid și, din ce în ce mai mult, pentru a cumpăra produse.

[Benefits of action 4.4]

Acum pot să...

- Analizez clienții
- Ofer clienților servicii de calitate
- Atrag noi clienți
- Creez o relație mai specială cu clienții

[Description of benefits 4.4]

- **Analiza clienților – Ce înseamnă asta?**

Social media este un instrument rentabil și profund pentru a obține informații despre clienți, piață, imaginea mărcii și alte aspecte importante ale cercetării de piață. Social media permite schimbul rapid de idei și opinii. Social media deschide orizonturile de comunicare și antrenează comercianții într-o discuție cu piața țintă.

- **Furnizarea de servicii clienți de calitate – Ce înseamnă asta?**

Social media este un instrument excelent pentru asigurarea serviciului clienți. Rețelele sociale permit companiilor să dobândească rapid cunoștințe despre nevoile clienților și să le răspundă în timp util. În plus, social media vă poate ajuta să identificați și să răspundeți clienților nesatisfăcuți.

- **Atragerea unor clienți noi – Ce înseamnă asta?**

Social media este un loc bun pentru a câștiga noi clienți. Profilurile sociale ale companiei pot fi utilizate ca fața magazinului. Clienții folosesc acum rețele sociale pentru a studia companii și produse.

- **Crearea unei relații mai speciale cu clienții – Ce înseamnă asta?**

Rețelele sociale sunt în măsură să ajute la creșterea ratei de satisfacție a clienților. Prin intermediul rețelelor sociale, puteți să intrați în contact cu clienții (vechi, actuali și potențiali) la un nivel mai personal; puteți propune oferte speciale și promoții, să obțineți o reacție din partea publicului dvs. și să oferiți clienților posibilitatea de a vă contacta.

[connected to:

<http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/3-CO5>]

Modulul 5: Promovare

[Introduction to module 5]

Indiferent dacă compania dvs. se află la început sau este deja bine stabilită pe piață, este foarte important să fiți mereu la curent cu cele mai recente tehnici de promovare pentru afacerea dvs.. Odată cu creșterea numărului de opțiuni de shopping online, promovarea a devenit din ce în ce mai importantă pentru a convinge vizitatorii dvs. să finalizeze o achiziție.

[Action 5.1]

Instrumente PPC

Instrumentele PPC sunt elemente cheie în marketing-ul digital pentru o afacere tip e-commerce!

Aceasta este una dintre cele mai profitabile strategii de marketing pentru a poziționa pagina în top-ul motoarelor de căutare promovându-vă afacerea.

[Benefits of action 5.1]

Acum pot să...

- Îmbunătățesc gradul de conștientizare a brandului la nivel global
- Sporesc traficul pe site
- Micșorez rata de respingere

[Description of benefits 5.1]

- **Îmbunătățirea gradului de conștientizare a brandului la nivel global – Ce înseamnă asta?**

Instrumentele PPC vă pot ajuta să măriți gradul de conștientizare a mărcii de către clienții noi sau existenți. Efectuând o anumită plată către Google acesta va afișa site-ul dvs. în top-ul motorului de căutare. În acest fel, utilizatorii care introduc cuvinte cheie specifice vor vedea site-ul / marca dvs. și în cele din urmă vor crește șansele de a achiziționa anume produsele dvs..

- **Sporirea traficului pe site – Ce înseamnă asta?**

Prezentarea paginii în partea de sus a unei căutări Google ar trebui să mărească numărul de clicuri pe site-ul web și, prin urmare, să crească gradele de conștientizare și conversii ale mărcii.

- **Micșorarea ratei de respingere – Ce înseamnă asta?**

Scăderea ratei de respingere are drept rezultat mărirea timpului petrecut de către utilizatori pe site-ul dvs. web, ceea ce crește șansele de găsire a produsului pe care îl doresc să cumpere. O modalitate bună de a susține acest lucru este de a face site-ul dvs. cât mai simplu, intuitiv, astfel încât clientul să facă cât mai puține clicuri pentru a ajunge la pagina dorită.

[connected to: <http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/6-PR1>]

[Action 5.2]

Analiza site-urilor și a consumatorilor

Datorită volumului atât de mare de date disponibile privind interacțiunile cu clienții, întreprinderile le pot folosi pentru a lua decizii esențiale în afaceri. Aceste informații le permit să economisească timp și bani și își pot concentra efortul asupra elementelor afacerii care fac o diferență și asigură un profit esențial.

[Benefits of action 5.2]

Acum pot să...

- Personalizez ofertele
- Optimizez prețurile
- Minimizez riscul de fraudă

[Description of benefits 5.2]

- **Personalizarea ofertelor – Ce înseamnă asta?**

Analiza poate fi utilizată de către o companie pentru a identifica clienți cu valoare ridicată și pentru a le oferi ceea ce își doresc. Companiile pot folosi rezultatele analizei pentru a-și îmbunătăți strategia de marketing și pentru a propune ofertele potrivite publicului țintă.

- **Optimizarea sistemului de prețuri – Ce înseamnă asta?**

Analiza poate fi folosită ca un instrument eficient de către companiile de comerț electronic pentru a determina politica de prețuri. Acestea pot ajuta proprietarul afacerii să înțeleagă interesul și părerea clienților referitoare la prețuri, de asemenea, să ajute la analiza prețurilor oferite de concurență, în concordanță cu piața globală. Companiile pot utiliza aceste analize pentru a dezvolta un model de tarifare care atrage clienții și extinde baza de clienți, astfel crescând veniturile.

- **Minimizarea riscului de fraudă – Ce înseamnă asta?**

Orice tranzacție online are un risc mai mare de a fi supusă fraudelor. Google Analytics poate monitoriza comportamentele utilizatorilor și poate fi folosit pentru a evidenția orice interacțiune neobișnuită prevenind astfel activitățile ilegale.

[connected to: <http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/6-PR2>]

[Action 5.3]

Tehnici de promovare

Site-urile de comerț electronic pot utiliza diferite instrumente de promovare, cum ar fi oferirea de reduceri, transport gratuit, etc., stimulând astfel noi clienți să cumpere de pe site-ul lor și motivând clienții deja existenți să facă achiziții în continuare.

[Benefits of action 5.3]

Acum pot să...

- Stimulez clienții să cumpere produsele oferite
- Ofer reduceri clienților pentru a spori rata de conversie și traficul web
- Îmbunătățesc rata de loialitate

[Description of benefits 5.3]

- **Stimularea clienților să cumpere produsele oferite – Ce înseamnă asta?**

Odată cu dezvoltarea comerțului electronic și a concurenței în acest domeniu, clienții se așteaptă la un discount și vor avea tendința de a face cumpărături de pe site-ul care le oferă ceva mai mult.

- **Oferirea de reduceri pentru a spori rata de conversie și traficul web – Ce înseamnă asta?**

O scurtă perioadă de promoții poate fi extrem de atrăgătoare pentru clienți. Ei se vor grăbi să acceseze site-ul dvs. web pentru a beneficia de reducere. Probabilitatea de a cumpăra mai mult decât intenționează crește.

- **Îmbunătățirea ratei de loialitate – Ce înseamnă asta?**

În cazul în care clientul este mulțumit în ceea ce privește prețul și calitatea produsului pe care îl primește, șansele ca acesta să revină pe site în viitor sunt mai mari. Acest lucru se aplică în mod special clienților care au achiziționat produsul din cauza unei oferte promoționale. Acești clienți sunt mai predispuși să devină clienți fideli și să vă recomande celor din jur.

[connected to: <http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/6-PR3>]

[Action 5.4]

Optimizarea motorului de căutare

Este imposibil să nu luați în calcul SEO drept un instrument de bază pentru îmbunătățirea performanței unui site web de comerț electronic. Punerea în aplicare a tacticii SEO ar trebui să genereze o creștere a traficului pe site-ul dvs. O creștere a traficului, sporește foarte mult șansa ca acești clienți să achiziționeze și, prin urmare, să sporească vânzările.

[Benefits of action 5.4]

Acum pot să...

- Economisesc timp
- Eficientizez costurile
- Sporesc traficul

[Description of benefits 5.4]

- **Economisirea timpului – Ce înseamnă asta?**

Deși în etapele inițiale este o strategie mai consumatoare de timp decât alte opțiuni (cum ar fi instrumentele PPC sau anunțurile plătite), aceasta vă va economisi timp pe termen lung. Timpul și efortul pe care l-ați depus vor genera rezultate durabile. Munca nu va dispărea când se va încheia o campanie promoțională, ci mai degrabă va continua să aducă rezultate suplimentare în timp.

- **Eficientizarea costurilor – Ce înseamnă asta?**

SEO este o metodă rentabilă în comparație cu alte metode de marketing și poate fi menținută în mod regulat pentru a continua să genereze rezultate.

- **Sporirea traficului – Ce înseamnă asta?**

Punerea în aplicare a tacticii SEO ar trebui să genereze o creștere a traficului pe site-ul dvs., iar o creștere a traficului, sporește foarte mult șansa ca acești clienți să achiziționeze și, prin urmare, să sporească vânzările.

[connected to: <http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/6-PR4>]

[Action 5.5]

Rețele de socializare

Rețelele de socializare reprezintă un instrument de marketing extrem de eficient în era digitală de astăzi. O afacere ar trebui să aibă o pagină de Facebook, un cont Twitter și un cont LinkedIn pentru a intra în contact cu clienții și pentru a le oferi servicii de calitate. Fiecare dintre aceste rețele reprezintă un instrument util pentru menținerea loialității clienților, sporirea gradului de conștientizare a mărcii și obținerea respectului în cadrul industriei.

[Benefits of action 5.5]

Acum pot să...

- Obțin o clasare mai bună în motorul de căutare
- Ofer clienților o experiență mai bogată
- Monitorizez clienții

[Description of benefits 5.5]

- **Obținerea unei poziții mai bune în motorul de căutare – Ce înseamnă asta?**

SEO este cel mai bun mod de a câștiga trafic prin intermediul motoarelor de căutare, totuși, motoarele de căutare pun o mare importanță pe prezența în rețelele de socializare atunci când estimează clasamentul. Acest lucru se datorează faptului că majoritatea mărcilor de top sunt prezente pe rețelele de socializare, ceea ce le permite motoarelor de căutare să considere marca dvs. ca fiind una de încredere, legitimă și credibilă.

- **Oferirea unei experiențe mai bogate clienților – Ce înseamnă asta?**

Rețelele de socializare permit să intrați în contact mai apropiat cu clienții dvs. într-un timp foarte scurt. Prin acest mijloc puteți răspunde direct și într-un timp util plângerilor. De asemenea, puteți interacționa cu un feedback pozitiv, mulțumind clienților și făcând recomandări pentru următoarele achiziții.

- **Monitorizarea clienților – Ce înseamnă asta?**

Social media vă permite să monitorizați comentariile pentru a vă forma o idee în ceea ce privește opinia oamenilor despre afacerea dvs. Puteți monitoriza ce tipuri de conținut generează cel mai mult interes pentru clienți, continuând să produceți același tip de conținut.

[connected to: <http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/6-PR5>]

[Action 5.6] - Start Here

Buletin informativ

Buletinele informative reprezintă o formă extrem de valoroasă de marketing pentru orice afacere de comerț electronic. Deoarece clienții nu au opțiunea de a merge într-un magazin real, aceasta este o metodă indispensabilă pentru a îi ține la curent cu ceea ce se întâmplă în afacere, informându-i fie despre o promoție ce este în curs de desfășurare, fie despre apariția unui produs nou.

[Benefits of action 5.6]

Acum pot să...

- Cresc gradul de conștientizare al clienților
- Creez o impresie asupra clienților
- Obțin un număr mai mare de achiziții repetate

[Description of benefits 5.6]

- **Creșterea gradului de conștientizare al clienților – Ce înseamnă asta?**

Un buletin informativ ar trebui să ofere clienților suficiente informații despre ceea ce face firma dvs.. Acest lucru ar trebui să ofere clientului o idee generală despre marca / compania dvs. și ar trebui să-i convingă să acceseze site-ul pentru a afla mai multe.

- **Impresionarea clienților – Ce înseamnă asta?**

Acest instrument promoțional poate fi utilizat pentru a crea o primă impresie sau pentru a menține impresia deja creată de către clienții vechi. Instrumentele de marketing reprezintă o modalitate de a face diferența între companii concurente.

- **Creșterea numărului de achiziții repetate – Ce înseamnă asta?**

Un buletin informativ este o modalitate excelentă de a păstra legătura cu clienții care au cumpărat de pe site-ul dvs. înainte. Acesta vă permite să păstrați legătura cu ei până când sunt gata să cumpere din nou.

[connected to: <http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/6-PR6>]

[Action 5.7]

Marketing prin e-mail

Marketing-ul prin e-mail este mereu de actualitate! Ca și tehnică de promovare este cea mai directă și este esențială pentru orice afacere care dorește să-și sporească vânzările și să-și stabilească identitatea.

[Benefits of action 5.7]

Acum pot să...

- Construiesc o relație loială cu clienții
- Sporesc rata de conversie cu costuri mici
- Consolidez competențele de scriere a conținutului

[Description of benefits 5.7]

- **Construirea unei relații loiale cu clienții – Ce înseamnă asta?**

E-mail-ul poate ajuta să vă consolidați relația cu clienții noi sau existenți printr-o comunicare valoroasă și directă. În acest fel, puteți să le aduceți aminte clienților despre existența dvs., să informați pe cititori cu privire la anumite subiecte de interes și să vă exprimați aprecierea, anunțându-i despre ofertele speciale.

- **Sporirea ratei de conversie cu costuri mici – Ce înseamnă asta?**

Chiar dacă între timp au apărut alte mijloace de comunicare, mulți oameni preferă să folosească în continuare e-mailul. Profitând de aceasta, vă puteți mări gradul de conștientizare a mărcii, traficul către site-ul dvs. și, prin urmare, rata de conversii, având în vedere că marketingul prin e-mail este relativ ieftin, cu costuri operaționale reduse.

- **Consolidarea competențelor de scriere a conținutului – Ce înseamnă asta?**

E-mailurile permit să vă personalizați mesajele și să faceți oamenii să reacționeze la promoții. Testarea conținutului vă poate ajuta să identificați stilul care se potrivește cel mai bine publicului dvs. În plus, aici nu există limite de caractere!

[connected to: <http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/6-PR7>]

Modulul 6: Servicii generale

[Introduction to module 6]

Serviciul general este esențial pentru succesul unei afaceri de vânzări online. Oferirea unor produse de calitate la prețuri bune nu mai garantează o vânzare eficientă. Consumatorii de astăzi decid cum să cumpere pe baza experienței generale. Consumatorii deseori caută și compară aspectele generale ale unei experiențe online.

Un serviciu general de înaltă calitate poate promova satisfacția și loialitatea clienților. Una dintre cele mai critice probleme este identificarea diferitelor dimensiuni ale serviciului și înțelegerea importanței relative a acestora în ceea ce privește afectarea satisfacției clienților și comportamentul lor în viitor.

[Action 6.1]

Comerț mobil

Datorită faptului că telefonul mobil și tableta a devenit o parte nelipsită din viața unui om, este necesară o pregătire a platformelor de e-commerce pentru dispozitivele mobile. Implementarea unui șablon web adaptat pentru dispozitivele mobile este crucială și necesară, dar nu garantează succesul. Dar dacă este făcută în mod corespunzător, aceasta poate genera o marjă de profit decentă.

[Benefits of action 6.1]

Acum pot să...

- Cresc volumul de vânzări
- Sporesc valoarea brand-ului

[Description of benefits 6.1]

- **Creșterea volumului de vânzări – Ce înseamnă asta?**

Un site care este pregătit pentru a funcționa pe dispozitive mobile atrage mai mulți vizitatori, care pot deveni cumpărători. Dacă experiența vizitării magazinului online este bună, va crește și rata de conversie. Dacă site-ul dvs. este receptiv și experiența de navigare este bună, numărul de clienți care revin pentru a face o nouă achiziție va crește și el, iar per ansamblu vor crește vânzările online globale.

- **Sporirea valorii brand-ului – Ce înseamnă asta?**

Făcând un magazin online receptiv și adaptat funcționării pe telefoane mobile și tablete, puteți ajunge la un grup țintă mai larg, astfel trebuie să vă îmbunătățiți produsele făcându-le mai interesante pentru o gamă mai largă de oameni. Vă valorificați produsele și extindeți cunoașterea mărcii dvs.

[connected to: <http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/5-OS1>]

[Action 6.2]

Informații despre livrare

Experiența de livrare este unul dintre cele mai importante elemente ale serviciilor generale pentru un magazin online. Livrarea poate deveni un motiv pentru care oamenii nu cumpără online. Pentru un client este important să primească informații clare, transparente și la timp privind procesul de livrare, să i se ofere o varietate de opțiuni de expediere care să acopere nevoile sale specifice și să primească notificări regulate privind starea comenzii făcute. Toate aceste elemente contribuie cel mai mult la o experiență de livrare pozitivă.

[Benefits of action 6.2]

Acum pot să...

- Îmbunătățesc vânzările online
- Sporesc diferențierea serviciilor

[Description of benefits 6.2]

- **Îmbunătățirea vânzărilor online– Ce înseamnă asta?**

În cazul în care serviciul dvs. de livrare este de bună calitate, oferă claritate și transparență, în mod automat rata de abandonare a coșului la finalizarea comenzii va scădea și respectiv se va consolida numărul de vânzări. În plus, acest serviciu de calitate va provoca creșterea nivelului de încredere din partea consumatorilor dvs., care se vor întoarce cu siguranță pentru a repeta achiziția. Rezultatul global va fi sporirea volumului de vânzări.

- **Sporirea diferențierii serviciilor – Ce înseamnă asta?**

Puteți diferenția magazinul dvs. prin dezvoltarea unor opțiuni de livrare personalizate în funcție de nevoile și particularitățile clienților dvs., în acest fel arătându-vă considerația și grija pentru nevoile și dorințele clienților.

[connected to: <http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/5-OS2>]

[Action 6.3]

Recenziile clienților

Opiniile clienților au avut întotdeauna potențialul de a influența atitudinile celorlalți față de o afacere, iar internetul le-a dat o expunere mai largă. Oamenii citesc comentarii despre bunurile și serviciile oferite pe site-uri, blog-uri și alte medii sociale. Pentru cei care vând online, este esențial să furnizeze recenzii ale clienților și să le gestioneze în mod eficient pentru a aduce clienți noi și vânzări mai mari.

[Benefits of action 6.3]

Acum pot să...

- Cresc poziția în clasamentul SEO
- Sporesc gradul de încredere în afacere/ brand
- Creez o relație mai apropiată cu clienții

[Description of benefits 6.3]

- **Creșterea poziției în clasamentul SEO – Ce înseamnă asta?**

Comentariile și recenziile clienților fac afacerea dvs. mai vizibilă, crescând astfel posibilitatea de a apărea în topul căutărilor. Cu cât se vorbește mai mult despre afacerea/ brand-ul dvs., cu atât mai vizibilă devine aceasta în ceea ce privește SEO.

- **Sporirea gradului de încredere în afacere/ brand – Ce înseamnă asta?**

Dacă este o recenzie pozitivă, aceasta va juca în favoarea afacerii, dacă este negativă, va acționa împotriva acesteia.

- **Crearea unei relații mai apropiate cu clienții – Ce înseamnă asta?**

Referenții mențin un contact regulat cu afacerea / marca dvs. Acest contact, dacă este bine gestionat, va consolida o anumită piață pentru produsele dvs.. Cu ajutorul recenziilor se poate deduce un feedback care vă va permite creșterea și îmbunătățirea afacerii. Astfel trebuie ținut minte că orice recenzie trebuie valorificată.

[connected to: <http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/5-OS3>]

[Action 6.4]

Împachetare premium

Pentru a surprinde clientul trebuie să îi oferiți un pic mai mult decât i-ați promis. Împachetarea premium poate reprezenta o strategie de creștere a achizițiilor repetate și este o mare oportunitate de a crește gradul de încredere a cumpărătorului și o modalitate de a ieși în evidență în raport cu firmele concurente. Prima comandă făcută de client este crucială în formarea unei imagini, de aceea totul trebuie să fie la un nivel ridicat.

[Benefits of action 6.4]

Acum pot să...

- Îmbunătățesc vânzările online
- Cresc atractivitatea magazinului online
- Sporesc numărul de clienți care fac achiziții repetate

[Description of benefits 6.4]

- **Îmbunătățirea vânzărilor online – Ce înseamnă asta?**

Similar cu alte servicii pe care le puteți oferi prin magazinul online, împachetarea premium îmbunătățește / consolidează strategia dvs. de livrare și, prin urmare, rata de achiziție va fi mai mare nu numai datorită cumpărătorilor dvs. reali care finalizează achizițiile mai ușor, ci și datorită beneficiarilor achizițiilor. Atunci când cineva primește un produs frumos ambalat (oferit de alții), devine automat un potențial cumpărător.

- **Creșterea atractivității magazinului online – Ce înseamnă asta?**

Prezentând o gamă largă de opțiuni de ambalare, creșteți un serviciu de calitate pe care îl oferiți clienților dvs. și obțineți în mod automat curiozitatea acestora. În funcție de creativitate, acest serviciu poate fi un instrument puternic în diferențierea magazinului dvs. online de concurență.

- **Creșterea numărului de clienți care fac achiziții repetate – Ce înseamnă asta?**

Serviciul de împachetare premium poate avea un impact asupra luării deciziei de a reveni pe site și poate chiar de a efectua o altă achiziție. O experiență bună pe care o oferiți clientului dvs. este cheia către o relație de încredere.

[connected to: <http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/5-OS4>]

[Action 6.5]

Calitatea imaginii produsului

Imaginile de calitate ale produselor sunt importante pentru un magazin online. Imaginile produselor au capacitatea de a comunica clienților dvs. despre detaliile produsului sporind astfel vânzările. În ziua de azi oamenii se așteaptă să vadă poze care să le permită să vizualizeze produsul din toate unghiurile. Calitatea imaginii produselor va influența nu doar aspectul magazinului dvs.; ci și ratele de conversie, vânzările și, de asemenea, cantitatea de trafic organic primit.

[Benefits of action 6.5]

Acum pot să...

- Reduc rata de retur
- Sporesc numărul de distribuiri pe rețelele de socializare
- Ridic poziția site-ului în clasamentul SEO

[Description of benefits 6.5]

- **Reducerea ratei de retur – Ce înseamnă asta?**

Dacă calitatea imaginilor produsului dvs. corespunde produsului în sine cumpărătorul va fi satisfăcut atunci când primește produsul pe care tocmai l-a cumpărat. Probabilitatea de a returna produsul este minimă.

- **Sporirea numărului de distribuiri pe rețelele de socializare – Ce înseamnă asta?**

Cazul în care calitatea pozelor prezentate în magazinul dvs. online este bună, posibilitatea de a fi distribuită în mass-media crește foarte mult. Oamenilor le place să împărtășească conținuturi interesante și frumoase, mai ales dacă acestea sunt de o calitate bună. În acest fel, prezența online a produselor dvs. va fi sporită prin această publicitate gratuită, ceea ce poate duce la creșterea vânzărilor online.

- **Creșterea poziției în clasamentul SEO – Ce înseamnă asta?**

Imaginile de o calitate bună apar mai des în sistemul de căutare, sporesc numărul de vizitatori și cresc vânzările online prin extinderea numărului de clienți.

[connected to: <http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/5-OS5>]

[Action 6.6]

Vizualizări alternative

O imagine ar trebui să captureze vizitatorul online și să-l influențeze în a deveni cumpărător. Vederile alternative ale produsului dvs. (zoom-uri, priveliști, vizualizări din unghiuri diferite, o gamă largă de perspective) pot oferi o idee precisă despre produs. Utilizând vizualizările alternative, puteți să informați vizitatorul online cu privire la ceea ce este produsul în realitate, să specificați dimensiunile și alte caracteristici fizice ale acestuia și să nu lăsați nici-o îndoială în legătură cu acesta, sprijinind pe vizitator să i-a decizia de a finaliza comanda.

[Benefits of action 6.6]

Acum pot să...

- Micșorez rata de retur
- Sporesc numărul de achiziții repetate
- Cresc volumul de vânzări

[Description of benefits 6.6]

- **Micșorarea ratei de retur – Ce înseamnă asta?**

O bună calitate a pozelor și vederile alternative pot oferi clientului o idee mai clară despre produs. Datorită faptului că poza redă pe cât se poate de bine aspectul produsului real, șansele nemulțumirii clientului sunt minimale.

- **Sporirea numărului de achiziții repetate – Ce înseamnă asta?**

Dacă produsul a confirmat așteptările clientului, aceasta va influența revenirea cumpărătorului pe site și îl va convinge să facă o nouă achiziție, sporind încrederea în brand.

- **Creșterea volumului de vânzări – Ce înseamnă asta?**

Datorită vederilor alternative mai mulți vizitatori își vor finaliza achizițiile, deoarece pot obține o idee corectă cu privire la produsul de care au nevoie, reducând astfel îndoielile și incertitudinile. Acest instrument sporește transparența și crește încrederea clientului în magazin. De asemenea, acest instrument ajută la reținerea vizitatorului pe site, timp în care acesta analizează toate perspectivele produsului, verifică diferite variante (culori) și își imaginează posibila utilizare a produsului. Toate acestea se vor reflecta într-un număr mai mare de achiziții și o cifră de afaceri mare în viitor.

[connected to: <http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/5-OS6>]

[Action 6.7]

DEMO (demonstrația produsului)

O demonstrație este o ocazie perfectă de a prezenta încălțăminte în cea mai bună lumină. Aceasta poate oferi o înțelegere imediată a beneficiilor, a performanței, a aspectelor diferențiate și a celor mai bune modalități de utilizare a acesteia. Acest instrument întărește mesageria consistentă prezentată pe aceeași pagină web. Demo-urile produselor sunt însoțite în principal de videoclipuri. Videoclipurile au evoluat într-un instrument puternic de marketing pe care magazinele online nu le pot ignora. Un videoclip are capacitatea de a arăta produsul în uz, consolidând mesajul despre marcă, companie sau produs specific având capacitatea de a transmite un volum mare de informații într-o perioadă scurtă de timp. Un videoclip care prezintă un produs va oferi clientului mai multe informații despre cum arată produsul și chiar va crea o legătură emoțională între client și produs.

[Benefits of action 6.7]

Acum pot să...

- Reduc rata de retur
- Sporesc numărul de distribuiri pe rețelele de socializare
- Ridic poziția site-ului în clasamentul SEO

[Description of benefits 6.7]

- **Reducerea ratei de retur – Ce înseamnă asta?**

Existența unui videoclip de înaltă calitate permite clientului să vadă cât de bine posibil cum arată produsul în realitate, influențând cumpărătorul să finalizeze achiziția. Probabilitatea de returnare a produsului scade, deoarece acesta corespunde așteptărilor avute.

- **Sporirea numărului de distribuiri pe rețelele de socializare – Ce înseamnă asta?**

Tipul de conținut pe care oamenii îl distribuie cel mai mult pe rețelele sociale este tip video. Prin distribuirea unor filmulețe de calitate crește prezența online a produselor dvs. și respectiv cresc vânzările online.

- **Creșterea poziției în clasamentul SEO – Ce înseamnă asta?**

Videoclipurile de o calitate bună apar mai des în căutarea utilizatorilor, sporesc numărul de vizitatori și cresc vânzările online prin extinderea numărului de clienți.

[connected to: <http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/5-OS7>]

[Action 6.8]

Integrarea sistemelor ERP și CRM

ERP (Enterprise Resource Planning) și CRM (Customer Relationship Management) sunt două resurse interconectate și similare în multe feluri, deoarece ambele sunt folosite pentru a crește productivitatea și calitatea managementului, atât la nivel comercial, cât și la nivelul de producție / planificare. CRM este un sistem pentru înregistrarea și stocarea tuturor informațiilor legate de interacțiunile clienților. Aceste date pot fi utilizate pentru a crește vânzările, pentru a gestiona clienții și pentru a face relațiile cu clienții mai eficiente. ERP este un sistem de îmbunătățire a eficienței proceselor de afaceri.

[Benefits of action 6.8]

Acum pot să...

- Sporesc rata de retenție
- Sporesc numărul de vizitatori
- Sporesc productivitatea companiei

[Description of benefits 6.8]

- **Sporirea ratei de retenție – Ce înseamnă asta?**

CRM crește numărul, intensitatea și calitatea relațiilor dintre dvs. / compania dvs. și clienți prin acțiunile constante de comunicare, marketing / promovare. Cu ajutorul acestui sistem veți cunoaște mai bine clienții dvs., și anume nevoile și aspirațiile lor, astfel acordându-le anumite oferte / promoții care îi vor face mai conectați și loiali cu brand-ul dvs.

- **Sporirea numărului de vizitatori – Ce înseamnă asta?**

Prin CRM puteți atrage mai mulți vizitatori în magazinul dvs. online, crescând astfel șansele de a îi transforma în cumpărători.

- **Sporirea productivității companiei – Ce înseamnă asta?**

ERP este un sistem ce permite gestionarea resurselor, asigurând comunicarea între toate departamentele companiei. CRM și ERP împreună pot oferi standarde mai înalte de organizare și performanță în compania dvs., îmbinând latura comercială cu cea de producție.

[connected to: <http://boost4shoes.staging.civiccomputing.com/genie/strategy/action/5-OS7>]