

Uruchomienie sklepu internetowego krok po kroku. Oto najważniejsze kwestie, na które zwrócić uwagę

Data publikacji: 5.01.2022 11:00

Błyskawicznie rosnąca popularność e-commerce sprawia, że naturalne stało się przeniesienie handlu do internetu. Na co zwrócić uwagę, jeśli proces tej migracji dopiero się zaczyna? Gdyby od wszystkich kwestii wydzielić te związane z e marketingiem, można łatwo wskazać 7 najważniejszych zadań do realizacji.

□

Wraz z rozwojem i upowszechnieniem internetu mobilnego oraz ugruntowanie znaczenia internetu stacjonarnego zakupy w sieci stały się szybką bezpieczną i wygodną formą transakcji. Trzeba mieć jednak świadomość, że nie wystarczy wyłącznie samo uruchomienie handlu przez internet. To zdecydowanie szersza machina, w której pod uwagę trzeba wziąć przynajmniej 7 kluczowych parametrów.

Szybki i sprawny internet dla firmy

To podstawa jakiegokolwiek działania i sprzedaży w sieci. Trudno wyobrazić sobie bowiem sklep internetowy, którego oferta wczytuje się bardzo wolno, a handlowcy mają kłopot z szybkim odpisywaniem na wiadomości e-mail ze względu na słabe parametry łącza. Szykując ją więc do ekspansji w sieci, trzeba starannie wybrać dobrego dostawcę usługi. Optymalny [internet](#) musi być z jednej strony szybki i stabilny, a z drugiej – tani. Bardzo przydatna będzie w tym kontekście platforma PanWybierak.pl, czyli porównywarka cen i ofert operatorów telekomunikacyjnych. Po wpisaniu danego adresu wskazuje ona, jakie są oferty internetu w konkretnej lokalizacji. Taki przegląd możliwości jest szczególnie ważny w miejscach ograniczonym dostępem do internetu lub w sytuacji, kiedy firma chce znaleźć no i tańszy internet na lokalnym rynku.

Nazwa sklepu internetowego

Uruchamiając sklep internetowy, trzeba mieć świadomość siły marki. Klienci bardzo chętnie wracają do tych, które zapamiętali w przeszłości z wysokiej jakości usługi. Stąd tak ważne jest, żeby sklep miał ciekawą, niebanalną i oryginalną nazwę przychodzącą jako pierwsza do głowy w momencie potrzeby zakupowej. Oczywiście wiąże się to od razu zarezerwowaniem tej nazwy na giełdzie domen internetowych.

Wygląd sklepu internetowego

Kwestia wizualnego odbioru sklepu internetowego jest w sieci nie mniej ważna jak to, w jaki sposób wygląda w rzeczywistości. Czy chętnie robilibyśmy zakupy w miejscach, które są brudne, zaniedbane a regały z towarami poukładany chaotycznie? Podobnym zasady obowiązują w sprzedaży internetowej. Sklep internetowy musi być poukładany według konkretnego schematu i uporządkowany tak, by odbiorca nie miał żadnego problemu ze znalezieniem tego, czego szuka.

Doświadczenia użytkownika

Równie istotny jest stopień wygodnego użytkownika sklepu przez klienta. Dotyczy to przejrzystej prezentacji oferty oraz intuicyjnego procesu zakupowego. Ważny będzie prosty w obsłudze interfejs czy uruchomiona wyszukiwarka pomagająca łatwo odnaleźć to, czego szuka potencjalny klient. Osławiony UX, czyli ogólne doświadczenia użytkownika sklepu internetowego sprowadzić można do prostej zasady. Proces zakupowy powinien być

zminimalizowany do jak najmniejszej ilości kliknięć. Im jest ich więcej, tym gorsza ocena całej procedury, a więc również ryzyko utraty klienta.

Reklama sklepu internetowego

Trudno wyobrazić sobie aktywność sklepu internetowego bez działalności reklamowej. System Google Ads działa tak, by premiować te marki, które dysponują ciekawymi złożonymi serwisami internetowymi i są skłonne regularnie płacić za wyświetlanie swoich reklam na określone frazy składane przez użytkownika. Uruchamiając więc sklep internetowy, trzeba pamiętać o tym, by nie mały budżet przeznaczyć właśnie dla tego rodzaju aktywność.

Pozycja sklepu internetowego

Pozycjonowanie sklepu internetowego polega na dbałości o to, by znajdował się on relatywnie wysoko na stronach wyszukiwania rankingu Google. Klienci najchętniej wybierają właśnie te marki, które mają najwyższe pozycje w sieci wyszukiwania. Stąd bardzo ważna dla rozwoju sklepu internetowego jest regularna dbałość o rozwój treści i inne zabiegi związane z optymalizacją strony pod kątem wyszukiwarek.

Efektywny kontakt skupują

Nie ma nic gorszego w przypadku sklepu internetowego niż proces, w którym dochodzi do ściągnięcia go na stronę internetową, kuszeniem ofertą oraz powszechnym błędem w postaci braku reakcji na zapytanie. Należy położyć bardzo duży nacisk na wszechstronny kontakt z klientem. Nie może się on ograniczać wyłącznie do samego połączenia telefonicznego. Dobry sklep internetowy zapewniają również szybkie odpisywanie na wiadomości e-mail, kontakty poprzez chatboty, rozbudowane samouczki czy możliwość zadawania pytań o towar poprzez popularne komunikatory internetowe.

Artykuł sponsorowany