

CENTRUM ANALIZ



Fundacja
PROSPEKT



JAK ZAŁOŻYĆ SKLEP INTERNETOWY?

Jacek Litwin

Jak budować sklep internetowy?



Tytuł: **Jak zbudować sklep internetowy?**

Autor: **Jacek Litwin**



Sfinansowano przez Narodowy Instytut
Wolności - Centrum Rozwoju
Społeczeństwa Obywatelskiego
ze środków Programu Rozwoju
Organizacji Obywatelskich
na lata 2018 – 2030



Jak budować sklep internetowy?

Budowa strony eCommerce może wydawać się trudnym zadaniem, ale w rzeczywistości może być dość prosta i intuicyjna. Jeśli masz odpowiednie narzędzia, możesz szybko uruchomić sklep internetowy!

I. Badanie branży i badanie odbiorców

Nim przystąpisz do prac przygotowawczych budowy sklepu internetowego warto odrobić pracę domową. Niezależnie czy startujesz z nowym biznesem czy chcesz poszerzyć swoją ofertę o eCommerce, powinieneś zadbać o badania. Sprawdź co dzieje się w Twojej branży i bądź na bieżąco z najnowszymi trendami (Np.: Google Trend), abyś mógł lepiej pozycjonować się na rynku. Rozejrzyj się, co podobne sklepy robią dobrze, a co robią źle? Pomoże Ci zrozumieć, jak Twoja firma może się wyróżniać, jakie są słabe strony konkurencji i jakie są ich zalety.

Pamiętaj o grupach docelowych! Oprócz badania branży, scharakteryzuj swoich klientów, pod względem płci, wieku i zainteresowań. Zidentyfikuj, co kupują najczęściej i znajdź sposób, aby Twój sklep internetowy był ich ostatnim przystankiem.

II. Od czego zacząć?

Po zakończeniu badań możesz zacząć myśleć o:

1. Wyborze platformy eCommerce.

Twoja strona będzie twarzą Twojej marki. Aby wywrzeć jak najlepsze wrażenie na klientach, spraw, aby Twoje strony były oszałamiające. Wybierz platformę eCommerce, która oferuje profesjonalne narzędzia biznesowe i pełne dostosowanie projektu.

Do wyboru jest wiele platform do tworzenia stron internetowych, w tym Wix, WordPress i Shopify.

Jak budować sklep internetowy?

Oto kilka czynników, które należy wziąć pod uwagę przy wyborze platformy eCommerce:

- **Ceny:** czy platforma ma pakiet, który spełnia Twoje potrzeby eCommerce? Czy narzędzia marketingowe i zarządzanie przedsiębiorstwem są wbudowane w plan?
- **Możliwości projektowe:** czy platforma oferuje szablony stron internetowych? Jak łatwo jest dostosować wygląd witryny sklepu?
- **Funkcje eCommerce:** jak łatwo poruszać się po galerii produktów platformy? Czy możesz spersonalizować swoją kasę lub dodać czat online?
- **Widok mobilny:** czy program do tworzenia witryn optymalizuje się pod kątem urządzeń mobilnych? Czy kupujący będą mogli przeglądać na swoich telefonach?

Kreator stron internetowych, taki jak Wix, spełnia wszystkie te kategorie, zwłaszcza z przystępnymi planami cenowymi i elastycznymi możliwościami projektowania.

2. Rzeczywistym układzie i projekcie swojej witryny.

Pamiętaj, bo to bardzo ważne: Pierwsze spojrzenie i wyrażenie opinii o stronie zajmuje tylko **50 milisekund**. Dlatego tak ważny jest świetny układ, który jest wizualną strukturą twoich stron. Oczywiście możesz zacząć od zera z pustym szablonem i zbudować fundament samodzielnie. Ale może to być przytłaczające, zwłaszcza jeśli jesteś nowy w tej dziedzinie. Właśnie po to są szablony.

Zasadniczo szablony są witrynami o wstępnie zaprojektowanym układzie stworzonym przez profesjonalnych projektantów. Aby je dostosować na własne potrzeby, wystarczy usunąć, dodać lub zmienić dowolny element (tekst, obrazy, kolory itp.). Wix oferuje bibliotekę setek darmowych i wspaniałych **szablonów stron internetowych**, które już zawierają narzędzia potrzebne dla każdego rodzaju działalności.

Budując witrynę sklepową, pamiętaj o wrażeniach użytkownika. Ponieważ ponad 60% kupujących online porzuca koszyk, ważne jest, aby zdawać sobie sprawę z podróży, jaką

Jak budować sklep internetowy?

pokonuje użytkownik, aby dokonać zakupu. Projektuj tak, aby Twoja strona internetowa była tak prosta, jak to tylko możliwe, aby odwiedzający mogli z łatwością dokonać zakupu, a dlatego uprość im obsługę! Dodaj wyraźne wezwanie do działań, takich jak odważne przyciski „Kup teraz” na każdej stronie.

Dobra rada jak zacząć i gdzie szukać inspiracji. Weź więc pióro, papier, i zanotuj pomysły podczas przeglądania stron internetowych i platform społecznościowych (**Pinterest** jest doskonałym źródłem inspiracji). Zapisz linki do stron, które wydają się Tobie ciekawe. Oglądaj je i analizuj pod kątem układu, koloru, przycisków do nawigacji itp.

3. Nazwa domeny

Mówiąc prosto, twoja **nazwa domeny** to Twój adres w Internecie. To, co widzą twoi użytkownicy na pasku przeglądarki, zaraz po „www.”. Rejestracja Twojego konta ma kluczowe znaczenie dla sukcesu online. Strony internetowe z określoną domeną są automatycznie postrzegane przez użytkowników Internetu jako bardziej profesjonalne i godne zaufania. Po wybraniu mądrze, nazwa domeny pomaga wyszukiwarkom (takim jak Google i Bing) zrozumieć, na czym polega Twoja witryna, wpływając pozytywnie na SEO. Posiadanie własnej nazwy domeny jest pierwszym krokiem do uzyskania niestandardowego adresu e-mail.

Teraz, jak wybrać niezapomnianą domenę dla swojej marki? To musi być:

- **Krótko mówiąc:** im dłuższa, tym większe szanse na błędy w pisowni.
- **Proste:** Unikaj symboli, znaków specjalnych i liczb.
- **Transparentne:** nazwa domeny powinna zawierać nazwę Twojej marki, aby uniknąć nieporozumień.
- **Sugestywne:** wstaw odpowiedź, co robisz bezpośrednio do nazwy domeny, szukając słów związanych z Twoją firmą.

Jak budować sklep internetowy?

Jeśli Twoja wymarzona nazwa domeny jest dostępna, nie czekaj i zarezerwuj ją w Internecie. Jeśli nie, nie panikuj! Wypróbuj różne odmiany oryginalnego wyboru - przyrostek na końcu domeny. Od .org do .com i .net można wybierać spośród 45 rozszerzeń domeny najwyższego poziomu (TLD). Wybierz taki, który pasuje do Twojego rodzaju działalności.

4. Treściach pisemnych, galeriach produktów, pięknych zdjęciach Twoich produktów, filmach.

Uporządkuj wszystkie potrzebne treści pisemne i przygotuj wszystkie zdjęcia i filmy produktów. Zebranie wszystkich materiałów z wyprzedzeniem pozwoli ci bezproblemowo złożyć ze sobą elementy, aby stworzyć swoją witrynę eCommerce.

Pierwsze przykazanie: Przedkładaj jakość nad ilość!

Oznacza to, że Twój tekst ma być oryginalny, jasny i łatwy do odczytania. Pamiętaj, że ludzie czytają o 25% wolniej na ekranie, a zatem są mniej cierpliwi. Przykuj ich uwagę profesjonalnym zdjęciem produktu lub ciekawym układem galerii. Zrób wszystko, aby zainteresować klienta i bądź jego przewodnikiem w podróży do Twojego koszyka zakupów.

5. Tożsamości swojej marki (ikony, kolory, czcionki, logo) i profesjonalnym wizerunku.

Myśl o swoim sklepie internetowym jak o osobie online. Ta „osoba”, powinna reprezentować Ciebie w świecie online. Czyli to, kim jesteś, od kolorów po czcionki i logo. Właśnie... LOGO. Jeśli go jeszcze nie masz, to teraz jest dobry moment, aby je stworzyć.

Utwórz logo o prostych kształtach i czytelnych słowach. Będziesz chciał stworzyć obraz, który będzie natychmiast rozpoznawalny, bez względu na to, czy będzie to mała ikona społecznościowa, czy część twojego opakowania.

Dobłą praktyką jest powiązanie LOGO ze stroną główną (linkowanie do strony głównej/home), aby ludzie mogli łatwo poruszać się po witrynie.

Jak budować sklep internetowy?

Twoja marka już posiada własny język. Poprzez teksty i obraz tworzysz jej skuteczną tożsamość i od samego początku może wspierać lojalność klientów.

Biorąc pod uwagę profesjonalną stronę internetową i spójną markę, Twój klienci są bardziej skłonni do zakupu.

6. Zoptymalizowaniu witryny pod kątem urządzeń mobilnych

Nie tylko więcej osób czyta będąc w ruchu, ale także robi zakupy w drodze, dlatego konieczne jest zoptymalizowanie witryny pod kątem urządzeń mobilnych. Na szczęście edytor Wix automatycznie tworzy wersję witryny dostosowaną do urządzeń mobilnych! Oczywiście automat nie zawsze zoptymalizuje nam układ tak jak tego byśmy chcieli. Dlatego mamy możliwość pełnej ingerencji i jeśli się nie zgadzamy z propozycją Wix, możemy przebudować wygląd mobilny według naszych potrzeb.

Zapewnienie, że Twój sklep internetowy jest przyjazny dla urządzeń mobilnych, jest najwyższym priorytetem. Użytkownicy mobilni stanowią 52% globalnego ruchu internetowego. Dzisiaj, w czasach pandemii, ten współczynnik znacznie podskoczył o kilkanaście procent, być może i kilkadziesiąt.

Na czym powinieneś się skupić? Około 60% wszystkich wyszukiwań pochodzi od użytkowników mobilnych, więc upewnij się, że witryna sklepu ładuje się szybko. Jeśli chodzi o dostosowanie projektu witryny do urządzeń mobilnych, usuń niepotrzebne elementy projektu, które mogą spowolnić działanie witryny. Pamiętaj również o przetestowaniu przepływu płatności w kasie mobilnej. Transakcje mobilne i kasa muszą być usprawnione i przyjazne dla użytkownika, aby odwiedzający nie utknęli i nie kupowali gdzie indziej.

III. Budujemy sklep: porady dla właścicieli witryn internetowych

Od strony głównej po koszyk. Najlepsze praktyki, które powinieneś wdrożyć do rentownego sklepu internetowego.

STRONA STARTOWA – zwana stroną główną, domową czy home page.

1. Pokaż, że jesteś dostępny

Gdy odwiedzam stronę internetową najbardziej mnie frustruje, gdy nie mogę znaleźć danych kontaktowych. Dlatego dostępność jest ważna, ponieważ buduje moje zaufanie do firmy. Wiem gdzie i do kogo mogę się zwrócić w razie problemów i jeśli potrzebuję więcej informacji na temat zaproponowanego produktu czy usługi.

Upewnij się, że wszystkie twoje dane kontaktowe są natychmiast widoczne, umieszczając je w nagłówku lub stopce każdej strony witryny. Oczywiście nie powinno to uniemożliwiać posiadania dedykowanej strony „Kontakt”, na której informacje te (i więcej) będą powtarzane i rozwijane.

Jeśli masz sklep fizyczny, warto jest dodać adres wraz z bezpłatnym i dostosowanym widżetem Map Google, aby klienci wiedzieli, gdzie i kiedy mogą Cię znaleźć w mieście.

2. Kategorie produktów

Jasno określone kategorie swoich produktów umieść na górze strony, aby nie można było ich pominąć. Jeśli posiadasz kilka kategorii, możesz je uwypuklić zamieszczając odpowiednią galerię ze zdjęciami, bestsellerami, aby klient mógł je przewijać i tym samym wprowadzisz subtelny element animacji na Twojej witrynie.

Zadaniem strony startowej jest również, aby klient w pełni zrozumiał co masz jemu do zaoferowania. Często zadajemy naszym rozmówcom pytanie - „Czy rozumiesz o co mi chodzi?” Tak przedstaw swój produkt, jak chciałbyś, aby inni go widzieli.

Jak budować sklep internetowy?

3. Konkurencja – dlaczego Ty?

Pochwal się. Nie ma się czego wstydzić. Skoro wierzysz w swój produkt, chcesz z niego wykarmić rodzinę i odłożyć pewien kapitał, aby czasami udać się na urlop do wymarzonych miejsc. Powiedz o zaletach, które zapewniają Twojej firmie przewagę nad konkurencją.

To jednak nie zawsze jest czynnik, który spowoduje zakup. Czasami wystarczy mała ikona z krótkim napisem np.: „bezpłatna dostawa” lub „przyjazna polityka zwrotów kosztów”, czy w przypadku usług może to być „darmowa konsultacja” albo inna wartość dodana, która sprawi, że klient natychmiast zrozumie, dlaczego lepiej jest kupować u Ciebie, niż u konkurencji.

4. Menu

Pomyśl o swoim menu jako o sposobie prowadzenia użytkowników przez Twoją witrynę. Powinno pojawić się na każdej stronie, aby klienci mieli dostęp do dowolnej kategorii z dowolnego miejsca w Twojej witrynie. Aby zmniejszyć liczbę wymaganych przewijań strony, wybierz zamrożone menu, które nie przesuwają się, gdy klienci przeglądają stronę. Biorąc to wszystko pod uwagę, upewnij się, że nie zapomniałeś o żadnej stronie i uporządkuj je w menu w logicznej kolejności.

IV. STRONY PRODUKTU lub USŁUGI

Tutaj odwiedzający odkrywają, co masz do zaoferowania. Musisz ich zauroczyć, zaczarować i wzbudzić zaufanie. Zamień przypadkowego przechodnia w lojalnego klienta.

1. Wizualne zabiegi

„Kolor to siła, która bezpośrednio wpływa na duszę” - powiedział kiedyś malarz Wassily Kandinsky. Ten element projektu jest bardzo silnym narzędziem marketingowym.

Jak budować sklep internetowy?

Promocje, nowa kolekcja lub podkreślenie starych zapasów, to będziesz chciał zaprezentować jak najlepiej. Dzięki zabiegom wizualnym możesz zainteresować klienta i pokazać mu co masz do zaoferowania. A jeśli poświęcisz dodatkową uwagę tym zabiegom wizualnym, może to zadziałać jako wyzwalacz do podjęcia decyzji lub skupienia się na danym produkcie, czy usłudze.

2. Referencje klientów

Buduj zaufanie. Pochwal się opiniami na temat Twojej firmy, produktu. Pamiętaj, że większość konsumentów nim podejmie jakąkolwiek decyzję o zakupie, wcześniej szuka opinii klientów.

Mając to na uwadze, ułatw im ten proces, umieszczając recenzje bezpośrednio na stronie produktu. W ten sposób możesz zapewnić swoich gości, że jesteś przejrzystą i wiarygodną firmą.

3. Gif-y zamiast zdjęć

Pomyśl o tym. Czasami bywa, że posiadamy produkt w kilku kolorach i te interaktywne pliki są doskonałym wyborem, to zaprezentowania Twoich produktów. Zaleca się jednak nie nadużywać tej funkcji. Warto pomyśleć o oczach klientów i pomyśleć o tych, którzy chcą dokładniej obejrzeć Twój produkt. Dobrą zasadą jest umieszczanie max jednego lub dwóch plików GIF na stronie produktu.

4. Powiedz klientom jak się mogą z Tobą skontaktować

Według badań, jeśli klienci widzą Twoje dane kontaktowe, to częściej klikają „KUP”. Podświadomie uwiarygadnia to Ciebie, że istniejesz i w razie problemu pomożesz w jego rozwiązaniu. Dlatego umieść swój numer telefonu i e-mail na stronie produktu.

Nie ma wątpliwości, że Twoi klienci będą mieli pytanie lub dwa. Pokaż, że jesteś dostępny, dodając aplikację CZAT NA ŻYWO i zwiększ z nimi kontakt.

Jak budować sklep internetowy?

Kupujący online oczekują, że witryny eCommerce będą świadczyć usługi przez całą dobę, dlatego coraz więcej stron zwraca się do obsługi klienta za pośrednictwem czatu na żywo lub chatbota.

Dzięki czatowi na żywo możesz być zawsze dla kupujących, gdy będą cię potrzebować. To świetny sposób na budowanie relacji z klientami, a nawet zwiększenie sprzedaży. Dzięki Wix możesz dostosowywać swój chatbox, ustawiać niestandardowe godziny, wysyłać kupony i rozmawiać z dowolnego miejsca za pomocą aplikacji mobilnej Wix.

Dla kontrastu, chatboty to programy AI, które symulują prawdziwe żywe osoby. Pozwalają klientom na interakcję z Twoją witryną za pomocą głosu lub wiadomości tekstowych, korzystając z automatycznych odpowiedzi. Chatboty mogą służyć do odpowiadania na pytania klientów i sprzedawania produktów, gdy czat na żywo jest wyłączony. Niezależnie od tego, co wybierzesz, kupujący uwielbiają zwiększoną szybkość reakcji i spersonalizowane usługi oferowane przez czat na żywo lub chatboty.

Innym sposobem, w jaki klienci mogą się skontaktować z Tobą, jest poprzez profile w mediach społecznościowych, więc stwórz dedykowaną przestrzeń, w której zamieścisz linki do Facebooka, Instagrama itp. Zasadniczo bądź dostępny wszędzie i o każdej porze.

V. STREFA ZAMÓWIENIA

1. Zachęcaj klientów

Dobrym sposobem na wywarcie dobrego wrażenia jest dodanie klientom słów zachęty tuż przed dokonaniem ich zakupu. Możesz pogratulować im, gdy dodają przedmioty do koszyka, mówiąc: „Dokonałeś doskonałego wyboru!”. Możesz również podziękować im po zakończeniu procesu: „Dziękuję za zakupy u nas, Twoje produkty są w drodze do Ciebie!”. Tworzenie takich wiadomości to mały szczegół, który może zachęcić Twoich klientów do ponownego zakupu.

Jak budować sklep internetowy?

2. Udowodnij, że Twoja witryna jest bezpieczna

Bezpieczeństwo podczas zakupów online powinno być najwyższym priorytetem dla wszystkich właścicieli sklepów internetowych. Dlatego aby odwiedzający poczuli się na tyle „bezpiecznie”, aby wyjąć kartę kredytową, powinni wiedzieć, że witryna jest w 100% bezpieczna. Możesz to osiągnąć, umieszczając ikonę SSL (Certyfikat bezpieczeństwa strony) na stronie koszyka. To natychmiast rozwieje wątpliwości kupujących.

Jeśli korzystasz z Wix, ikona „Bezpieczne zakupy SSL” automatycznie pojawia się na stronie kasy w Wix Store. Nie musisz więc nic robić, tylko obserwuj, jak przechodzi sprzedaż.

3. Pokaż swoje zasady (anulowanie, dostawa, zwrot pieniędzy)

Bądź szczerzy i uczciwy. Opisz dokładnie wszystkie swoje zasady, aby uniknąć niezadowolonych klientów. To pokazuje również klientom, że jesteś godny zaufania jako firma. Niezależnie od tego, czy dotyczy to anulowania, zwrotu lub polityki dostawy, upewnij się, że są one dostępne i widoczne na stronie. Najlepszym sposobem na wyświetlenie tego jest dobrze przemyślana **strona FAQ**.

Jeśli zasady, regulaminy są ukryte, klienci mogą mieć wrażenie, że próbujesz ich oszukać. Jak można się domyślić, prawdopodobnie nie przeprowadzą transakcji, jeśli te niezbędne informacje nie będą dostępne.

5. Wyjaśnij pozostałe kroki w procesie realizacji transakcji

Ile razy zrezygnowałeś z koszyka, ponieważ było 100 rzeczy do wypełnienia? Dokonując zakupu, Twoi klienci chcą wiedzieć, gdzie są w trakcie realizacji transakcji. Uprość im to wyświetlając pasek postępu lub wyjaśniając pozostałe kroki, klienci będą bardziej zachęceni do dotarcia do mety.

Jak budować sklep internetowy?

Pamiętaj. Gdy klienci dokonują zakupu, kroki powinny być ponumerowane. Od szczegółów dostawy po numer karty kredytowej, cały proces powinien być ułożony.

ZARZĄDZANIE

Gdy już wszystko będzie gotowe dla Twoich gości, musisz za kulisami skutecznie zarządzać swoim sklepem. Dzięki Wix Store Manager możesz monitorować swoje zapasy w czasie rzeczywistym, wybierać oferty specjalne i aktualizować je 24/7.

Wix Store Manager pozwala na:

- **Ustawianie szczegółów dotyczących wysyłki i podatków:**

Wybierz spośród różnych opcji wysyłki, takich jak „bezpłatna wysyłka” lub „wysyłka według ceny produktu”. A jeśli chodzi o konfigurowanie przepisów podatkowych, możesz wybierać spośród opcji takich jak „brak podatku” lub „ten sam podatek we wszystkich regionach”.

- **Ustawianie języka swojego sklepu:**

Zmień język, który widzą Twoi klienci, gdy odwiedzają Twój sklep, i oczywiście określ swoją walutę.

- **Śledzenie wszystkich nadchodzących zamówień:**

Łatwo jest wyświetlić swoje zamówienia i zaktualizować status płatności oraz wysyłki zamówienia.

- **Ustawienie opcji płatności:**

Możesz zaoferować wiele opcji, takich jak karta kredytowa i PayPal, PayU lub odbiór osobisty.

- **Dodatkowa wskazówka! Tworzenie automatycznych wiadomości e-mail:**

Włączając Inteligentne akcje promocyjne, będziesz mógł wysyłać automatyczne wiadomości e-mail z potwierdzeniem do klientów, dziękując im za zakup i wiele więcej.