

[006] Šesť funkcií, ktoré musí zvládať internetový obchod v 21. storočí

Internetové obchody sa od tých kamenných **diametrálne odlišujú**. Predajcovia by sa tejto skutočnosti mali prispôbiť, a to poskytnutím detailného opisu služby či produktu, ktorý ponúkajú. Čo by však ešte mal mať dobrý e-shop? Týchto 6 vlastností:

1. Kvalitná prezentácia produktu či služby

Zaobstaraj si kvalitnú **fotografiu** produktu, ideálne z viacerých uhlov, prípadne **video** alebo **3D prezentáciu**. Takisto uveď všetky **popisné informácie o produkte** (veľkosť, hmotnosť, materiálové zloženie či iné technické špecifikácie), aby mal klient čo najlepšiu predstavu, pretože ty vieš, čo je preňho rozhodujúce.

2. Jednoduchý spôsob platby

Každý zákazník je iný, preto je výhodou ponúkať viacero možností platby (online platba kartou, prevod na účet či dobierka). Pre online platby je nutná **platobná brána**, buď však obozretný pri výbere jej poskytovateľa.

3. Efektívna doprava

Daj si záležať aj na výbere **prepravnej spoločnosti** a možností doručenia, pretože neúspešné dodanie môže ohroziť tvoje renomé. Zákazníci radi sledujú svoje zásielky a žiadajú aj **notifikácie** o odoslaní tovaru. Môžeš tiež ponúknuť **dopravu zadarmo**.

4. Registrácia zákazníkov

Ak si získaš stálych klientov, je vítané ponúknuť im registráciu. Vďaka nej si pri najbližšom nákupe vyplnia údaje **jedným klikom**. Pozor ale na ochranu osobných údajov a dodržanie zákonných podmienok – tzv. **GDPR** a celkovo **bezpečnosť** tvojho webu. Nezabúdaj, že zákazník musí byť informovaný o všetkých (aj obchodných) podmienkach a musí s nimi súhlasiť.

5. Jasná reklamačná podmienka

Reklamácia či vrátenie tovaru patria k obchodu. Neboj sa toho. Buď proaktívny a navrhni výhodnejšie spôsoby spätného prevzatia tovaru. Napríklad, že kuriéra zaplatíš ty. Aj tu platí, že **zákazník musí byť informovaný o všetkých podmienkach** a musí s nimi **súhlasiť**. A musí to fungovať!

6. Neustála pomoc zákazníkom

Otázky sa vynárajú vždy a všade. Premysli si, ako chceš komunikovať so svojimi zákazníkmi. Môžeš mať online chat či e-mail alebo odpovedať telefonicky. Nezabudni všetky kontaktné údaje umiestniť na svoj web. Nutnosť odpovedať môžeš výrazne znížiť spracovaním „**často kladených otázok**“, tzv. **FAQ**, ktoré tiež umiestni na web a daj zákazníkom možnosť vyhľadať si odpovede svojpomocne.

Existujú aj nástroje, ktoré reagujú na nečinnosť zákazníka, resp. keď váha s výberom produktu. Ide o tzv. chatovacie boty alebo podobné „pop-up“ okná, ktoré automaticky vyskočia niekde dole v rohu s otázkou: „Ako vám môžem pomôcť?“

Rada na záver: zamysli sa, kto je tvoja **cieľová skupina**. Personifikuj ju do čo najväčšieho detailu a popremýšľaj, čo by v tvojom e-shope hľadala daná osoba. Uvidíš, že sa ti vynoria odpovede na to, čo máš kam dať a ako to popísať.

Ak chceš ďalšie rady a nápady, tak sa nechaj inšpirovať na <https://www.nastartujeshop.sk>.

