

Sklepy internetowe

# Obsługa klienta

- E-mail
- Telefon
- Live chat
- Tradycyjne komunikatory internetowe
- skype

# Program lojalnościowy

- Czym są programy lojalnościowe?
- Rodzaje nagród
  - Rabaty na kolejne zakupy
  - Upominki twarde i miękkie
  - Członkostwo w klubach
  - Punkty
  - Mieszana współpraca z innymi firmami

# Jak tworzyć program?

- Budowanie relacji
- Jak wydzielać korzyści?
- Wyselekcjonowanie stałych klientów
- Przywileje dla wszystkich

# Działania promocyjne

- Upominki, gratisy – jak oferować?
- Rabaty, promocje, wyprzedaże
  - Rabat dla każdego zależnie od kwoty
  - Rabaty w zależności od łącznej kwoty
  - Kupony rabatowe dla stałych klientów
- Promocje
  - Obniżki lub rezygnacja z kosztów wysyłki
  - Kup coś, dostaniesz coś dodatkowo

# Obsługa po sprzedaży

- Zdobyć zaufanie klienta
- Informowanie klienta
- Zdobyć stałego klienta
- Podjęcie odpowiednich działań w sytuacjach „kryzysowych”

# O czym informować?

- Informowanie o stanie zamówienia
- Śledzenie wysyłki
- Informowanie w sytuacji problemowej

# Ankietowanie po sprzedaży

- Jak ankietować?
- Co zyskamy ankietując?



# Przygotowujemy kampanię reklamową

- Drogeria z kosmetykami, jest kwiecień
- Promocja
  - Co 100 darmowe zamówienie
  - Co 20 darmowa przesyłka
  - Co 10 upominek niespodzianka
- W pierwszym rzędzie informacja dla prasy
- Korzytsniejsze warunki współpracy dla partnerów

# Przygotowujemy kampanię reklamową

- Regulamin promocji
- Psychologicznie zamawiają więcej
- Trzy progi oddziałują lepiej

# Grafika w sklepach internetowych

- Grafika w parze z funkcjonalnością i dostępnością
- Jakie elementy graficzne są niezbędne?
- Kolory w sklepie internetowym
- kilka wytycznych do projektowania
- Reklamy w sklepie internetowym

# Użyteczność

- Intuicyjność nawigacji
- Ułatwieniu skanowania w poszukiwaniu informacji
- Zapewnieniu zrozumiałej dla użytkownika komunikacji

# Co zyskamy przez użyteczność?

- Produkty bardziej przyjazne w użyciu
- Użytkownicy będą chętniej korzystać, polubią je
- Nie będą frustrować sposobem użycia
- Użytkownicy będą zadowoleni, polubią twórców
- Produktów tych będzie się używać częściej

# Rozmieszczenie najważniejszych elementów w sklepie

- Utonąć w szarzyźnie i być wiernym standardom czy być oryginalnym?
- Logotyp
- Tagline
- Menu
- Wyszukiwarka
- Ikona lub łącze „koszyk”
- Ikona lub łącze „moje konto”

# Rozmieszczenie najważniejszych elementów w sklepie

- Ikona lub łącze „pomoc”
- Prezentacja towaru
- Newsletter
- Ważne informacje
- Standardy, a by nie utonąć w szarzyźnie jakości