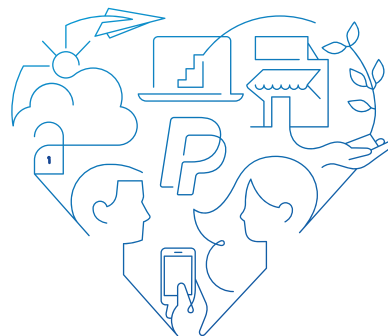


A jobb eladási konverzió az online felhasználói élménnyel kezdődik



Növelje meg részesedését a növekvő e-kereskedelmi piacból.

Az online kereskedelem világszerte egyre nagyobb tért hódít, de az elfoglalt vásárlók olyan zökkenőmentes felhasználói élményt várnak, amely egyszerűvé és biztonságossá teszi számukra a vásárlást. Az Ön által biztosított felhasználói élmény fontos megkülönböztető jellemző, amely segít az online siker felépítésében.



Miért fontos a kitűnő online felhasználói élmény.

Egyre több ember vásárol világszerte, de a kényelem és a bizalom elengedhetetlen a vásárlási folyamatok lezárásához:

17%

Éves e-kereskedelmi növekedés¹

73%

használ mobil eszközt vásárlásra vagy fizetésre²

70%

a megszakadt online tranzakciók aránya³

80%

elhagyja a weboldalt egy kellemetlen élmény hatására⁴

Növelje eladásait a fizetési élmény optimalizálásával.

Tegye lehetővé vásárlóinak, hogy magabiztosan és zavaró tényezők nélkül vásárolhassanak.

1

Tegye elérhetővé a PayPal-fizetési lehetőséget minden termékoldalon,

hogy vásárlói minél gyorsabban fizethessenek, növelve a konverziót. 5-ből 3 vásárló hajlandó ismeretlen webáruházban vásárolni, ha elérhető a PayPal-fizetés.⁵

2

Egyszerűsítse le fizetési folyamatát,

hogy csökkentse a kosárelhagyások számát. Tegye lehetővé a **PayPal-fizetést** a vásárlási oldalakon, a mini kosár-pop-up oldalakon, a termék részletező és a fizetési mód oldalakon.

3

Optimalizálja oldalát mobilra,

hogy vásárlóinak ne kelljen személyes adatokat beírni apró érintőképernyőn. A PayPal gyors és egyszerű mobilfizetési lehetőséget biztosít.

Más módok a felhasználói élmény optimalizálására.

A vásárlási lehetőségek elérhetősége és a fizetési élmény optimalizációja nagyon fontos, de egyéb tényezők optimalizációjával is növelheti vásárlói bizalmát.

Tegye rendbe az alapokat – Tisztítsa meg weboldalát a nem működő linkektől, a hiányzó képektől, az elírásoktól és a nyelvi hibáktól.

Biztosítson teljes termékleírásokat – Mondja el vásárlóinak, amire kíváncsiak, például a specifikációkat, funkciókat, méreteket stb.

Mutassa meg a bizalmat növelő tényezőket – Növelje a bizalmat a biztonságot igazoló pecsétekkel, szakmai szervezetekben való részvételének bemutatásával, ajánlásokkal és vásárlói véleményekkel.

Mutasson meg különböző pénznemeket – A vásárlók szívesebben vásárolnak külföldi webáruházban, ha a saját pénznemükkel fizethetnek.⁶

Hogyan kezelheti jobban online megrendeléseit.

Tegye látogatóit törzsvásárlóvá azzal, ahogy a rendeléseket, a szállítást és a vásárlói kérdéseket kezeli.



Pontos szállítási határidők.

Ne ígérjen túl nagyot. A nemzetközi szállítást tartsa 20 nap alatt.



Egy nagyszerű visszavételi módszer.

Csökkentse le a panaszokat egy egyértelmű, „kérdés nélküli” visszavételi vagy visszatérítési irányelvvel.



Használjon megbízható szállítási szolgáltatókat.

Ellenőrizze a hátterüket: méret, tapasztalat, más ügyfelek.



A panaszokat kezelje gyorsan.

A gyors, udvarias válaszok lecsökkentik a visszatérítési ügyeket és a vitákat.



Használjon követési azonosítót.

Ossza meg vásárlóival, hogy követhessék a csomag útját.



Legyen könnyen elérhető.

Használja az e-mailt, a telefont, az online chatet, a közösségi médiát és az automatikus válaszadást.

„A PayPal egyszerűen megváltoztatta a szabályokat. Egy csapásra eltüntette a vásárlók aggodalmait azáltal, hogy lehetővé tette a biztonságos online fizetést. A PayPalt javasoljuk vásárlóinknak a nagy értékű termékek megvásárlásához. Segít vásárlóinknak a gyorsabb és egyszerűbb vásárlásban.”

– Hemo, vezérigazgató, LastPrice

¹ A PayPal által megrendelt Ipsos MORI PayPal kutatás 2018. n=34000, 31 piacon. Online kérdőív (18+ éves) felnőttek bevonásával 2018. március-május között.
² PayPal (Q3 2019). Ipsos kutatás a PayPal megrendelésére, Mobilis kereskedelmi kutatás 11 országban (Nagy-Britannia, Franciaország, Németország, Olaszország, Spanyolország, Ausztrália, India, Japán, USA, Mexikó és Brazília) közel 22 000 vásárló és 4602 üzleti szereplő megkérdezésével az online vásárlási szokások témakörében.
³ Baymard Intézet (2020). Az online vásárlások félbeszakítási aránya 2006-tól 2019-ig [Grafikon]. 2020. decemberi adatok a következő forrásokból: <https://www.statista.com/statistics/477804/online-shopping-cartabandonment-rate-worldwide/>, <https://baymard.com/lists/cart-abandonment-rate>

⁴ HubSpot (Frissítve: 2020). Kíméletlen igazságok a vásárlók megnyerésének áráról (és az életmentő vásárlókról) /The Hard Truth About Acquisition Costs (and How Your Customers Can Save You):// <https://blog.hubspot.com/service/customer-acquisition-study>
⁵ PayPal (2018). A Logica Research 2018. novemberi online felmérése a PayPal megbízásából, 2000 vásárló bevonásával, akiknek a fele PayPal-használó volt, a másik fele pedig nem.
⁶ PayPal (2019). 2019-es Ipsos MORI PayPal-kutatás a PayPal megbízásából. N=34 000, 31 piacon. Online kérdőív (18+ éves) felnőttek bevonásával 2018. március-május között.