



5 Tips att fånga kunderna på nätet!

I dessa dagar har i princip alla företag, från butiken nere på hörnet till de stora multinationella företagen närvaro på webben. Emedan Internets väldiga utbredning ger företag möjlighet att nå fler potentiella kunder, utsätter Internet även företagen för fler konkurrenter än någonsin. Som ett resultat av detta har företagen svårare att göra besökare till betalande kunder. Vissa bedömningar gör gällande att 9 av 10 användare loggar ut utan att köpa någonting.

Eftersom företag inte kan bryta upp armen på konsumenterna och tvinga dem att köpa företagets produkter, har man tvingats utveckla metoder för att öka sannolikheten för att en transaktion skall uppstå. Nedan följer fem tips från e-handelse experter som kan fresta konsumenter att köpa just dina produkter.

Tips 1: Förenkla navigering på webbsidan

Webbsidans design är avgörande för en positiv användarupplevelse, ändå misslyckas omkring 95% av de mer välkända webbsidorna att möta minimala krav på användarvänlighet, enligt Todd Follansbee, vice vd på Web Marketing Resources. Inledningsvis fokuserar företag på att göra sin webbsida funktionell, dvs när den lanseras försöker de säkerställa att de flesta funktioner fungerar. Dock är det skillnad på att ha en fungerande webbsida och en effektiv webbsida.

”Om ett företag inte har viljan att lägga den tid och ansträngning det krävs för att testa sidan, har de ingen chans att bygga en användbar och övertygande sida” säger Follansbee till E-Commerce Times. ”Det är som att förvänta sig att en gymnast skall bli världsmästare utan redskap och tränare. Gymnasten kan ha talang, men om idrottaren inte har någon som kan sporten, som kan ställa de rätta frågorna och ge de rätta rekommendationerna, kommer inte idrottaren att nå sitt mål.”

Tips 2: Följ kundtendenser med Webbanalyserande verktyg

Tack vare utbudet av olika monitoreringsverktyg kan nu företagen generera oerhörda mängder information rörande hur kunderna interagerar med deras webbsidor. På grund av det uppstår en ny utmaning vilken består i att sammanfatta all denna information till något användbart.

”webbanalyserande verktyg är en ny genre av mjukvara utvecklad för att korrelera insamlad information med meningsfulla mätetal,” säger Gene Alvarez, forskningschef vid Gartner.

Dessa program är designade för att korrelera information om besökarnas surfvanor med deras köptendenser. De potentiella mätetalen fokuserar ofta på kundförvärv och vändningsgrader associerade med sådant som nyckelord, sökmotorer, försäljningskampanjer eller ”pay-per-click” kampanjer. Fungerar detta så kan ett företag ta lärdom av dessa mätetal och se vilka av deras idéer som fungerar och vilka som behöver finjustering, och sedan göra de rätta förändringarna.



Tips 3: Anpassa infrastrukturen till dina produkter

Olika produkter genererar olika krav på ett företags IT-infrastruktur. "E-handelssidor som agerar på marknader som kräver hög överföringskapacitet, såsom e-böcker eller direktsända videofiler, behöver system som kan hantera kraven som dessa applikationer genererar," säger Eric J. Hansen, VD på SiteSpect.

Dessa produkter kräver högpresterande servrar som kan söka igenom stora filer snabbt, och massor med bandbredd för snabb överföring av filer. Vanligt är att hosting-företag erbjuder baspaket som svarar mot de flesta företags behov och sedan erbjuder de uppgraderingar till företag som behöver mer bandbredd eller lagringsyta.

Tips 4: Säkerställ att du har flyt i din webbsida

Besökare vill använda så få klick eller tangenttryck som möjligt för att hitta och köpa de varor de eftertraktar. Företag kan strömlinjeforma upptäckande- och undersökningsprocessen genom att skapa olika sektioner av webbsidorna för olika marknader, tillhandahålla relevant information, olika produkter för olika kunder och slutligen följa dem genom hela undersökningsprocessen.

E-handelsaktörer kan konstruera flödesbilder som visar var kunden startar på webbsidan och vilken process de måste klicka sig igenom för att uppnå en önskad händelse. Företaget kan sedan använda webbanalyserande verktyg för att bestämma i vilken fas kunderna hoppar av och göra förändringar för att öka sannolikheten för att nå den önskade händelsen.

Tips 5: Öka trovärdigheten med feedback

Det finns många metoder för att öka trovärdigheten beroende på den produkt eller tjänst ett företag säljer. "Företag bör uppmuntra kunderna att lämna feedback på sina köpupplevelser," säger Patti Freeman, analytiker på marknadsundersökningsbyrån JupiterResearch.

Omdömen och rangordning från kund kan ge kraftfull påverkan i en kunds köpbeslut. Eftersom en kund förväntar sig att ett företag skall ge partisk information ses omdömen och rangordning från andra kunder som mer informativa och de väger tyngre i ett köpbeslut. Butiksinnehavare uppmuntras att även tillåta sakliga negativa omdömen då kunder kommer att anse de positiva omdömena som ännu mer trovärdiga om även negativa omdömen publiceras.

Att få kunderna att besöka din webbsida är första steget i säljprocessen. Alla företag behöver ta ytterligare steg för att göra det mer sannolikt att deras kunder återkommer. Om de lyckas kan de nå stora framgångar.

Amerikanska företag sålde varor för 166 miljarder dollar över internet 2006, enligt JupiterResearch, och det väntas öka till 171 miljarder innan 2011.

Fritt översatt av H1 Communication 2008

Källa: www.ecommercetimes.com februari 2008