

Jak zawrócić klienta do sklepu?

CZYLI O WEWNĘTRZNEJ SIECI RETARGETINGOWEJ

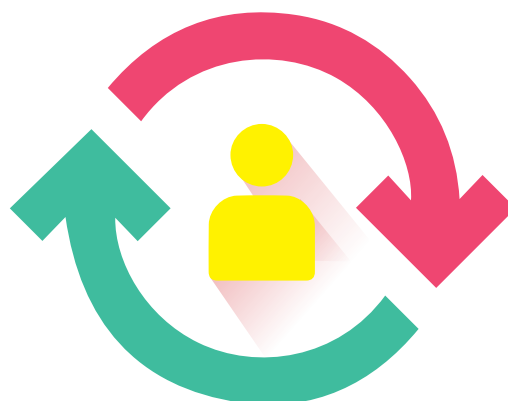


Podczas gdy ceny za kampanie reklamowe stale rosną, przestrzeni do ich realizacji nie przybywa. Najlepszą a zarazem darmową powierzchnią reklamową jest strona Twojego sklepu. Optymalizacja witryny jest podstawowym działaniem, które znacząco wpływa na zaangażowanie użytkownika i tym samym na wzrost dochodów e-biznesu. Jak zatem skutecznie zoptymalizować stronę, by ta przyczyniła się do realizacji celów sprzedażowych firmy? Odpowiedź jest prosta: rozwijać ją o treści przydatne dla potencjalnych klientów. Strona powinna być skonstruowana tak, by z każdego kluczowego miejsca, zwracała użytkownika do sklepu. Dzisiaj omawiamy, czym jest wewnętrzna sieć remarketingowa i jak wprowadzić ją na przestrzeń e-sklepu.

ARTYKUŁ JEST KOLEJNYM Z SERII “JAK SKUTECZNIE ZOPTYMALIZOWAĆ SKLEP I OBRÓCIĆ NIEZAGOSPODAROWANĄ PRZESTRZEŃ W ZYSK”. POKAZUJEMY, GDZIE E-COMMERCE TRACI SIĘ SPRZEDAŻ I JAK TEGO UNIKNĄĆ.

CO TO JEST RETARGETING?

Retargeting, nazywany również remarketingiem, jest skuteczną metodą, polegającą na docieraniu do potencjalnych klientów, którzy kiedyś odwiedzili już nasz sklep, ale nie dokonali konwersji. Po zamknięciu witryny sklepu, w którym klient nie dokonał zakupu, wyświetlane mu są reklamy na kolejno wyświetlanych stronach. To zaplanowane działanie, które dociera do odbiorcy i przypominając mu o obejrzanych produktach, ma na celu zawrócić go do sklepu



Remarketing **efektywnie wpływa na wygenerowanie sprzedaży** od użytkowników, którzy wcześniej z jakiegoś powodu nie zdecydowali się na zakup. Dodatkowo **sprzyja budowaniu pozytywnej wizerunku firmy i skutkuje długotrwałą relacją z klientem**. Za szereg korzyści stoi jednak jedna wada: remarketing oczywiście sporo kosztuje. A co gdyby zaadaptować tę strategię i wykorzystać ją wewnątrz na podstronach własnej witryny? Wspominaliśmy już, że własny sklep jest najlepszą i jednocześnie darmową powierzchnią reklamową. Poniżej omawiamy szczegóły tego rozwiązania.

CZYM JEST WEWNĘTRZNA SIEĆ REMARKETINGOWA?

Obecnie wiele sklepów internetowych inwestuje nie tylko w bezpośrednią sprzedaż, ale też w edukowanie potencjalnych klientów,

które następnie przyczynia się do wzrostu zysków. Często witryna sklepu online połączona jest z blogiem lub bazą wiedzy z danej dziedziny. Dla przykładu: firmy oferujące okulary i soczewki kontaktowe, udostępniają na swojej stronie porady dotyczące doboru właściwych okularów lub szczegółowo opisują diagnostykę wady wzroku. Działanie to ma na celu zawrócenie klienta do sklepu i zakup odpowiedniego produktu. Aby jednak efektywnie wykorzystać potencjał publikowanych treści eksperckich, należy zastosować w tym miejscu wewnętrzną sieć remarketingową. Co to oznacza?

Wprowadzenie spersonalizowanych rekomendacji dobranych pod indywidualne potrzeby klienta, które maksymalnie skrócą proces wyszukiwania produktu! Jeśli klient czyta artykuł o tym, jakie soczewki są właściwe przy danej wadzie wzroku, tuż pod tekstem zaproponuj mu odpowiedni produkt dostępny w Twoim sklepie.



Takie rozwiązanie zawarte jest w pakiecie rekomendacyjnym Quarticon.com. Oparte na sztucznej inteligencji algorytmy, na których oparty jest system, automatycznie rejestrują treści, którymi zainteresowany jest potencjalny klient. Następnie na podstawie zgromadzonych danych wyświetlają spersonalizowaną ofertę w czasie rzeczywistym. W efekcie czas podejmowania decyzji o zakupie zostaje maksymalnie skrócony. Klient, który wcześniej nie wiedział dokładnie, który produkt jest dla niego odpowiedni, teraz wzbogacony o nową wiedzę wraca do sklepu i świadomie dokonuje właściwego zakupu.

Podsumowując...

- Remarketing, to jedna z najefektywniejszych strategii, która nie tylko zwiększa sprzedaż, ale też buduje świadomość marki i długotrwałą relację z klientem.
- Aby maksymalnie wykorzystać potencjał tej metody, warto wprowadzić ją na przestrzeń sklepu online w formie wewnętrznej sieci remarketingowej.
- Wewnątrz remarketing pomaga maksymalnie skrócić proces dokonywania decyzji o zakupie, zmniejszyć bounce rate strony i skutecznie generować sprzedaż, przy jednoczesnych niskich kosztach.

