

Najlepszy pop-up dla e-commerce

INTELIĞENTNE OKIENKO, KTÓRE MUSISZ MIEĆ

Na pierwszy rzut oka wydaje się, że pop-upy zostały stworzone w jednym celu: by jak najszybciej je zamknąć. Nie ulega jednak wątpliwości, że pop-up, czyli komunikat w formie wyskakującego okienka, wyjątkowo skutecznie przyciąga uwagę. O tym, czy zirytuje odwiedzającego czy zachęci go do przejścia o krok dalej, decyduje zawartość. Wystarczy umiejętnie dopasować treść komunikatu.

Dzisiaj przyjrzymy się bliżej pop-upom, czyli najbardziej kontrowersyjnej formie reklamy w sieci. Dowiedz się, który z nich jest kluczowym narzędziem w e-commerce i zwiększ konwersję nawet o 44%.

ARTYKUŁ TEN JEST CZĘŚCIĄ SERII, W KTÓREJ POKAZUJEMY CI, JAK ZOPTYMALIZOWAĆ PRZESTRZEŃ TWOJEGO SKLEPU ONLINE, ABY WYGENEROWAĆ WIĘKSZĄ SPRZEDAŻ.

POP-UP TO TYLKO FORMA!

Po pierwsze, należy wyzbyc się wszelkich skrajzeń i przestać patrzeć na pop-upy tylko jak na agresywną reklamę. W końcu są z powodzeniem używane przez najlepszych sprzedawców internetowych. Pop-up to tylko forma! Oznacza nie więcej niż „wyskakujące okienko”. Najważniejsza jest treść komunikatu, która powinna być trafnie dopasowana pod preferencje indywidualnego

użytkownika. Dobry pop-up to taki, który podnosi zaangażowanie klienta i wyświetlany jest w miejscu, które gwarantuje maksymalną skuteczność. Czyli docelowo przyniesie korzyści dla Twojego biznesu. Co to dokładnie oznacza i jakie dodatkowe warunki musi spełnić?

1. TREŚĆ

Treść pop-upu powinna być zdefiniowana na podstawie zachowań odwiedzającego i idealnie dostosowana do jego zainteresowań. Tylko wtedy klient przeczyta wyświetlaną informację do końca, zamiast szukać krzyżyka w prawym górnym rogu. W praktyce oznacza to, że każdy użytkownik powinien zobaczyć inną wersję dopasowaną dokładnie pod to, co oglądał na stronie.

Spersonalizowane rekomendacje na pop-upie to obecnie **jedna z najskuteczniejszych metod** prezentowania propozycji produktowych. Jednak muszą one zostać wyświetlone w jednym jedynym, strategicznym momencie, o czym mowa poniżej.

2. CZAS

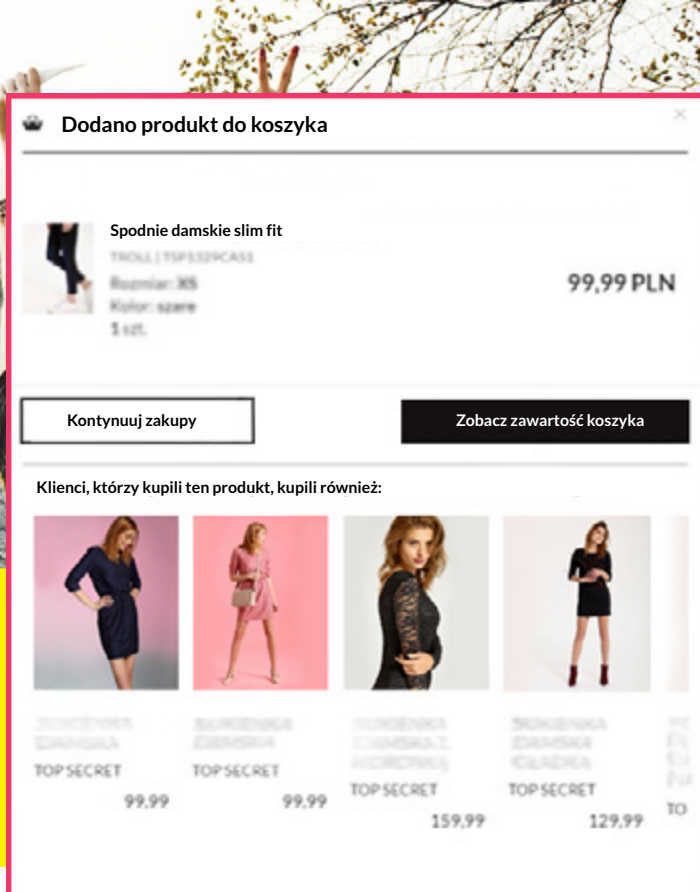
Kluczową kwestią jest to, kiedy pop-up pojawi się na stronie. **W e-commerce najlepiej sprawdzają się rekomendacje wyświetlane zaraz po dodaniu produktu do koszyka.** Klient jest wtedy maksymalnie zaangażowany w proces zakupowy i **polecane produkty stanowią dodatkowy impuls.**

Zamiast nudnego tekstu potwierdzającego dodanie produktu do koszyka, klient zobaczy akcesoria uzupełniające wybrany towar. Pozwala mu to odkryć produkty komplementarne (cross-selling), bez konieczności podejmowania dodatkowych akcji. To po pierwsze wygodne dla użytkownika: **spersonalizowana oferta, maksymalnie skrócony czas wyszukiwania.** Po drugie dobre dla Twojego biznesu: **wyższa konwersja i większa sprzedaż.**





Przykład pop-upu rekomendacyjnego QuarticON. Właściwy produkt polecany we właściwym czasie: spersonalizowana rekomendacja wyświetlana jest zaraz po dodaniu produktu do koszyka.



3. STRATEGIA

Wyżej wspomnieliśmy już o strategii cross-sell polegającej na rekomendowaniu produktów uzupełniających. To właśnie ta taktyka osiąga najlepsze wyniki. **Ważne jest, by propozycje obejmowały tylko produkty tańsze od znajdującego się w koszyku** i jedynie nieznacznie zwiększały wartość koszyka. Trafnie dobrane produkty komplementarne nie będą dezorientować a zachęcą użytkownika do dodatkowego zakupu. Przykładowo: Klientowi, który włożył do koszyka buty piłkarskie, wyświetlone zostają ochraniacze i getry. Rekomendacje budzą potrzebę, klient ją sobie uświadamia i ponieważ całkowita cena zamówienia wzrasta tylko nieznacznie, dodaje dodatkowy produkt do koszyka.

4. INTERFEJS

Aby pop-up spełniał swoje zadanie, oprócz wartościowej treści, powinien cechować go przyjazny interfejs. Należy uszanować decyzję klientów niezdecydowanych na dodatkowy zakup i pamiętać o **widocznym krzyżyku**

umożliwiającym zamknięcie okna. Poza tym okienko powinno być w pełni dostosowane do wyglądu strony i stanowić jej integralną część. Sprawdzą się tu wyłącznie ramki natywne. Wówczas pop-up nie będzie odbierany jako reklama a dodatkowa, pomocna funkcja strony.

PODSUMOWUJĄC...

- Dobrze zaprojektowany pop-up wyraźnie zwiększa konwersję i generuje dodatkową sprzedaż;
- treść pop-upu powinna być dopasowana pod indywidualne zainteresowania użytkownika;
- najlepsze wyniki osiąga pop-up wyświetlany bezpośrednio po dodaniu produktu do koszyka, czyli wtedy, kiedy klient jest najbardziej zaangażowany w proces zakupowy;
- najskuteczniejszą strategią jest cross-sell, czyli rekomendowanie produktów komplementarnych, w niskiej cenie;
- należy zadbać o wygląd okna: najlepiej sprawdzają się ramki natywne.

