

**Produkt niedostępny
w sklepie też może
sprzedawać!**

**DO CZEGO TAK NAPRAWDĘ
SŁUŻĄ PRODUKTY PODOBNE**

Użytkownicy trafiają na stronę produktową z rozmaitych powodów i przez wiele różnych kanałów. To na nią przekierowują wyniki wyszukiwania Google, porównywarki cen i reklamy. Klienci zazwyczaj nie wiedzą dokładnie, co chcą kupić, a jedynie mają ogólne wyobrażenie, jak ten produkt powinien wyglądać. Dlatego tak ważne jest, by na stronie produktowej zastosować strategie, które pomogą im podjąć decyzję o zakupie i jednocześnie przyniosą korzyści dla Twojego biznesu.

Istnieje rozwiązanie, które idealnie spełnia te dwa założenia: rekomendacje produktów podobnych. **Według specjalistów QuarticON.com aż 98% nowych użytkowników na stronie sklepu nie jest zdecydowanych na zakup.**

Oprócz tego, że niewątpliwie ułatwiają proces zakupowy, zwiększając tym samym zadowolenie klienta, mają jeszcze jedną bardzo ważną funkcję: umożliwiają inteligentne zarządzanie asortymentem. W tym artykule odkrywamy tajniki, do czego tak naprawdę służą produkty podobne.

ARTYKUŁ JEST KOLEJNYM Z SERII, GDZIE POKAZUJEMY CI, JAK ZOPTYMALIZOWAĆ PRZESTRZEŃ TWOJEGO SKLEPU ONLINE, ABY WYGENEROWAĆ WIĘKSZĄ SPRZEDAŻ.

„PRZEPRASZAMY, WYBRANY PRODUKT JEST JUŻ NIEDOSTĘPNY!”

I CO DALEJ... ?

Na pewno Twój sklep internetowy musiał zmierzyć się już z sytuacją, kiedy produkt, który cały czas widnieje na stronie, został wyprzedany. Co zrobi klient, kiedy okaże się, że interesującego go produktu zabrakło w magazynie? Znajdzie go u konkurencji! Jest też druga możliwość: kupi inny z Twojej oferty. O ile zaprojektujesz stronę produktu niedostępnego tak, by zatrzymała klienta w sklepie i skłoniła do zakupu alternatywnego produktu! W roli głównej bohater naszego dzisiejszego artykułu: rekomendacje produktów podobnych.

SPÓJRZMY NA TĘ – TYLKO POZORNIE – TRUDNĄ SYTUACJĘ Z INNEJ PERSPEKTYWY:

- 1. Po pierwsze:** produkt został wyprzedany, ponieważ spodobał się klientom i istnieje na niego zapotrzebowanie. Wykorzystaj te informacje!
- 2. Po drugie:** skoro produkt sprzedaje się tak dobrze, oznacza to, że skutecznie przyciąga uwagę klientów i sprowadza ich do Twojego sklepu. Nadal będzie to robić! Dla Ciebie to szansa na sprzedaż innych pozycji z oferty.

W tym miejscu przedstaw produkty podobne do aktualnie wyświetlanego. Klient, który jest świadomy swojej potrzeby, szukał będzie odpowiedniej alternatywy dla niedostępnego już towaru. Rekomendacja produktów podobnych sprawi, że znajdzie ją w Twoim sklepie zamiast rozpocząć poszukiwania u konkurencji.





👍 PODOBNE PRODUKTY



BioTech Iso Whey Zero -
908g
99,00 PLN



BioTech Iso Whey Zero -
500g
55,00 PLN



Fitness Authority Gold Whey
Protein Isolate - 2270g
219,99 PLN



BioTech Hydro Whey Zero -
1816g
229,00 PLN



Trec Isolate 100 - 1800g
207,99 PLN

Strategia ta dodatkowo pomoże Ci:

- ↗ zwiększyć konwersję;
- ↘ obniżyć bounce rate;
- ↻ wydłużyć czas przebywania na stronie.

ZBYT DŁUGI CZAS DOSTAWY, WIĘC KLIENT PRZECHODZI DO...

...konkurencji? Niekoniecznie! Za to na pewno rozpocznie poszukiwania alternatywy, która zostanie doręczona wcześniej. To od Ciebie zależy, czy uda mu się szybko i sprawnie znaleźć trafną propozycję w Twojej ofercie. Warunek: należy mu ją przedstawić. Pamiętaj o najważniejszym. Oglądający w tym przypadku dokładnie wie, co chce kupić: np. sportowy zegarek w prezencie dla brata. Co więcej, nie może tego odłożyć na później, bo ten obchodzi urodziny już za 3 dni.

KLIENT DOKONA ZAKUPU W TWOIM SKLEPIE INTERNETOWYM, O ILE ZNALEZIENIE WŁAŚCIWEJ POZYCJI KOSZTOWAĆ GO BĘDZIE MNIEJ CZASU I WYSŁUKU NIŻ PRZEJŚCIE NA WITRYNĘ KONKURENCJI.

Ważne, by Twój system rekomendacji działał dynamicznie, co umożliwi dopasowanie odpowiedniej oferty w czasie rzeczywistym. Silnik rekomendacyjny QuarticON.com wykorzystuje algorytmy oparte na sztucznej inteligencji, które rejestrują zachowania każdego użytkownika z osobna i dzięki temu mogą stworzyć najbardziej efektywne powiązania między produktami. Tylko bezbłędne dobranie produktu przekona klienta na tyle, że doda go do koszyka. W tym przypadku będzie to produkt podobny, o krótszym czasie dostawy.

ZGADZA SIĘ WSZYSTKO... ZA WYJĄTKIEM CENY!

Klient, którego stać na zakup najwyższej klasy zegarka i tak go kupi. Wielu cena może jednak odstraszyć. Nie zmienia to faktu, że nadal są zainteresowani zakupem zegarka, będą zatem szukać tańszego odpowiednika. I z pewnością po niego sięgną, o ile tylko przedstawiś go w zasięgu ich wzroku! Oparty na nowoczesnej technologii inteligentny algorytm zbada ich preferencje i przedstawi produkty podobne, ale o nieco niższych parametrach i co za tym idzie - w przystępnej cenie. Klient zobaczy je w ramce rekomendacyjnej wyświetlonej zaraz pod aktualnie przeglądany produkt.

CO TYM RAZEM OSIĄGNIESZ DZIĘKI PRODUKTOM PODOBNYM?



Trafisz do różnych grup klientów, którzy nie muszą nawet przechodzić na kolejną stronę, aby zobaczyć idealnie dobrany pod ich preferencje produkt;



tym samym zwiększysz zadowolenie klienta, który z pewnością doceni trafnie dopasowaną ofertę;



zatrzymasz użytkownika na stronie i zmniejszysz współczynnik bounce rate;



zwiększysz konwersję;



zwiększysz sprzedaż: klient, którego stać na zakup drogiego produktu i tak go kupi, a dodatkowo pozostali nabędą tańsze produkty podobne.

**W KOLEJNYM ARTYKULE WYJAŚNIMY,
W JAKI SPOSÓB REKOMENDACJE
'WYBRANE DLA CIEBIE' MOGĄ ZARZĄDZAĆ
SPRZEDAŻĄ W TWOIM SKLEPIE ONLINE.**

