

Jak wykorzystać potencjał Thank You Page

O OPTYMALIZACJI STRONY Z PODZIĘKOWANIAM

Czy zastanawiałeś się, jak możliwie najefektywniej wykorzystać całą przestrzeń Twojego sklepu online? Odpowiedź brzmi zapewne „tak”. A czy udało Ci się tego dokonać? Patrząc na większość e-sklepów, nasuwa się odpowiedź „nie”. Jeśli przeanalizujesz raport Google Analytics, od razu zauważysz, że prawie każdy użytkownik opuszcza stronę po dokonaniu zakupu. W końcu sfinalizował transakcję, może zatem odejść od wirtualnej kasy. Wystarczy jednak wprowadzić jedną niewielką zmianę, by go zawrócić i wygenerować dodatkową sprzedaż. Pamiętaj, że nowy proces zakupowy zaczynamy zaraz po zakończeniu ostatniego! Należy zatem możliwie szybko wykreować kolejną potrzebę. Klient będzie chciał spełnić ją od razu lub wróci w tym celu za kilka dni... Sukces leży w optymalizacji strony thank you page. Zobacz, jak podziękować swojego klientowi, aby ten zechciał kupić więcej.

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

THANK YOU PAGE, CZYLI STRONA Z PODZIĘKOWANIAM

Thank you page, czyli strona z podziękowaniami, to strona zamykająca proces zakupowy. Wyświetlana jest użytkownikowi po zrealizowaniu celu sklepu, czyli sfinalizowaniu transakcji. Czasami podziękowaniu towarzyszy dodatkowy komunikat, że potwierdzenie zamówienia zostało wysłane na podany adres e-mail.



Dziękuję

PODZIĘKOWANIA WYŚWIETLANE SA WŁAŚCIWIE W KAŻDYM BIZNESIE E-COMMERCE. NIESTETY, ZAZWYCZAJ OGROMNY POTENCJAŁ STRONY THANK YOU PAGE POZOSTAJE NIEZAUWAŻONY!

JEŚLI INTELIGENTNIE GO WYKORZYSTASZ, STRONA PODZIĘKOWAŃ MOŻE:



Zbadać profil i potrzeby Twojego klienta;



Zwiększyć sprzedaż;



Budować świadomość marki.

POKAŻ, ŻE CI ZALEŻY! ZAPYTAJ SWOICH KLIENTÓW O OPINIE

Pamiętaj, strona thank you page to idealne miejsce, by dotrzeć do Twoich lojalnych klientów. Trafili na nią tylko Ci, którzy dokonali zakupu. Pokaż im, że ich zdanie się dla Ciebie liczy! Poproś o wypełnienie krótkiej ankiety, a dowiesz się, kim jest Twój klient oraz co możesz zrobić, aby jeszcze lepiej spełnić jego potrzeby. Poniżej kilka wskazówek, jak skonstruować ankietę tak, by była skuteczna:

- Na samym początku poinformuj klienta, jak długo zajmie udzielenie odpowiedzi;
 - Zadaj maksymalnie 5 pytań, aby użytkownik nie zniechęcił się w połowie wypełniania ankiety;
 - Wykorzystaj estetyczny, gotowy szablon, który wpasuje się w interfejs Twojej witryny;
 - Zadaj pytania, które pomogą Ci udoskonalić Twoje działania. Jednocześnie staraj się, by były to pytania zamknięte, niewymagające udzielania opisowych odpowiedzi, np.:
 - Co jeszcze możemy zrobić, by ułatwić Ci proces zakupowy?
- a) wprowadzić płatność przez PayU
 - b) umożliwić odbiór osobisty towaru
 - c) informować Cię o nowościach w sklepie na Twój adres e-mail

ZAINSPIRUJ DO DODATKOWYCH ZAKUPÓW I ZWIĘKSZ SPRZEDAŻ

Strona thank you page ma ogromny potencjał sprzedażowy. W końcu docierają do niej tylko klienci, którzy zdecydowali się na zakup, czyli ci najbardziej zdecydowani. Pamiętaj, że kluczem do wygenerowania większego zysku nie jest już przyciągnięcie nowego klienta na stronę – w końcu kampanie reklamowe słono kosztują. Najlepszą, a zarazem darmową powierzchnią reklamową jest Twój własny sklep. A dodatkowy zysk wygeneruje klient, który już się w nim znajduje: poprzez zakup większej ilości produktów. Przekonaj użytkownika, który dokonał pierwszego zakupu, aby wrócił po kolejną rzecz! Strona podziękowań to idealne miejsce na wprowadzenie spersonalizowanych rekomendacji. Silnik rekomendacyjny Quarticon.com opiera się na zaawansowanych algorytmach, które umożliwiają **wyświetlenie najbardziej trafnych połączeń produktowych w czasie rzeczywistym**. System badający zachowania klienta opiera się na **rekomendacjach dynamicznych**. Co to oznacza w praktyce? Algorytm rejestruje zakup laptopa i na stronie thank you page rekomenduje produkty do niego komplementarne i jedynie nieznacznie zwiększające wartość zamówienia, takie jak podkładka pod komputer czy myszka. Klient uświadamia sobie potrzebę, **rekomendacje wywołują dodatkowy impuls zakupowy i kolejny produkt trafia do koszyka**. W tym miejscu warto pokazać ofertę promocyjną sklepu. Klient chętniej skusi się na zakup przecenionego produktu.

ZWIĘKSZ ŚWIADOMOŚĆ MARKI

Chyba nie chcesz, aby Twoi klienci zapomnieli o Tobie zaraz po dokonaniu zakupu? Twoim celem powinno być zaangażowanie ich przez inne kanały sklepu, które będą im o Tobie przypominać. Zaraz pod podziękowaniem na stronie thank you page poproś użytkowników, by zaczęli obserwować Twoje social media. Ikony Facebooka czy Instagrama się sprawdzają, w końcu wizualny przekaz lepiej trafia do odbiorcy. Możesz również zachęcić do udostępnienia Twojej strony oraz zaproponować dołączenie do newslettera. Ostatnia opcja na pewno ich przekona, jeśli w zamian zaoferujesz rabat na kolejne zakupy. Zoptymalizuj stronę thank you page i obserwuj wskaźnik konwersji!

