

'Twój  
koszyk  
jest pusty!'

JAK UNIKNĄĆ  
NAJCZĘSTSZEGO BŁĘDU  
W E-COMMERCE



Czy ten komunikat zachęca do dalszych zakupów? Aby zwiększyć jego atrakcyjność, należy zacząć od ustalenia, komu jest wyświetlany. Następnie warto pomyśleć nad rozwiązaniem, które zamiast jedynie informować, że koszyk jest pusty, zachęci klienta do dokonania zakupu. Jak sprawić, aby użytkownik nie wychodził ze sklepu z niczym? W dzisiejszym artykule krok po kroku omówimy strategię dla jednego z kluczowych miejsc sklepu online: strony pustego koszyka.

**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.**

### 'TWÓJ KOSZYK JEST PUSTY!' - KTO ZOBACZY TEN KOMUNIKAT?

Na początku zastanówmy się, komu wyświetlana jest informacja o pustym koszyku. W końcu nie jest to etap standardowego procesu zakupowego. **Możemy wskazać 4 sytuacje, kiedy użytkownik odwiedza stronę koszyka, pomimo, że ten jest pusty:**



Użytkownik chce przejrzeć pozycje, które dodał do koszyka przy ostatniej wizycie. Niestety jego zawartość już wygasła.



Użytkownik dodał produkty do koszyka, jednak był niezalogowany i pozycje nie są widoczne na jego koncie.



Użytkownik weryfikował zawartość koszyka, po czym usunął z niego wszystkie produkty.



Użytkownik do końca nie wie, jak przebiega proces dokonywania zakupów online.

**W ŻADNYM Z TYCH PRZYPADKÓW INFORMACJA O PUSTYM KOSZYKU NIE MA ŻADNEJ INNEJ FUNKCJI, POZA INFORMACYJNĄ. ZNAMY JEDNAK COŚ, CO DZIAŁA! ZOPTYMALIZUJ STRONĘ PUSTEGO KOSZYKA I POMÓŻ KLIENTOWI ZNALEŹĆ PRODUKT, KTÓREGO POTRZEBUJE.**

## DOSTOSUJ KOMUNIKAT DO KONKRETNEJ SYTUACJI

Kiedy klient odwiedza stronę koszyka, robi to w konkretnym celu. Automatyczny komunikat nie jest dla niego w żaden sposób pomocy. Dostosuj go do konkretnej sytuacji, a **pomożesz użytkownikowi szybciej znaleźć odpowiedni produkt.**

Dla przykładu: 'Twój koszyk jest pusty. Zobacz ostatnio oglądane produkty!' osiągnie dużo lepszy efekt niż samo 'Pusty koszyk'.

Podobnie w przypadku klienta, który nie wie, jak dokonać zakupu online i znalazł się na stronie koszyka nie do końca świadomie. Należy go wówczas poinstruować i w tym miejscu pokazać wybrane dla niego produkty. Od zakupu dzieli go wówczas tylko jedno kliknięcie. **Prosty przekaz**, maksymalnie **uproszczony proces** wyszukiwania produktu.

Sama treść to jednak za mało. Niezbędne są towarzyszące jej elementy wizualne. Najlepiej sprawdza się inteligentny system rekomendacji, który pomoże im w dokonaniu wyboru. O tym poniżej.

## POMÓŻ KLIENTOWI ZNALEŹĆ PRODUKT, KTÓREGO POTRZEBUJE

Strona pustego koszyka to jedno z miejsc witryny o ogromnym potencjale sprzedażowym, który pozostaje zazwyczaj niewykorzystany. Rozwiązanie QuarticON.com skutecznie i kompleksowo optymalizuje tę przestrzeń. W jaki sposób? W oparciu o strategię spersonalizowanych rekomendacji.

Inteligentne algorytmy badają zachowanie każdego użytkownika z osobna, a następnie w oparciu o zebrane dane, dobierają produkty pod jego indywidualne preferencje. Użytkownikowi, który odwiedza sklep po raz kolejny, rekomendowane są ostatnio oglądane przez niego pozycje.

Jeśli klient jest na stronie po raz pierwszy, polecane mu są produkty 'Wybrane dla Ciebie', które:

- korespondują z obejrzanymi przez niego produktami
- obejmują obecne trendy lub promocje.

Rekomendacje wyświetlane są w czasie rzeczywistym, a zawartość ramek jest dynamiczna. W praktyce oznacza to, że jeśli klient właśnie usunął produkt z koszyka, automatycznie zmienia się przygotowana dla niego oferta. Rekomendacje wzbudzają impuls zakupowy i ponownie angażują klienta w proces zakupowy, zwiększając tym samym szanse na sprzedaż!

**Twój koszyk jest pusty! Dodaj do niego towary, aby móc rozpocząć składanie zamówienia.**

WYBRANE DLA CIEBIE

mac

PROMOCJA mac

PROMOCJA mac

JUKA

Pudło Pomysłów

Bajki w zielonych sukienkach

Moje ćwiczenia. Matematyka. Klasa 2, część 3

Pluszowy Miś Jukuś brązowy 17cm Juka

