

Unikaj strony z brakiem wyszukiwania!

SPRAWDZONA STRATEGIA DLA ZERO SEARCH

Kiedy użytkownik szukając odpowiedniego produktu trafia na brak wyników wyszukiwania, istnieje duże ryzyko, że opuści stronę. Jeśli tylko poświęcisz chwilę uwagi stronie zero search, możesz łatwo obrócić potencjalną porażkę w szansę na odkrycie oferty Twojego sklepu. A jak wiadomo, im większe zaangażowanie w proces zakupowy, tym większa szansa na sprzedaż. **Poznaj sprawdzoną strategię jako konwertującą alternatywę dla strony zero search!**

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

UNIKAJ STRONY Z BRAKIEM WYNIKÓW

Oprócz samej obecności wyszukiwarki na stronie ważne też jest, aby działała w pełni sprawnie. Co roku publikowanych jest wiele artykułów dotyczących wydajności bazy danych i optymalizacji algorytmów wyszukiwania, jednak brakuje skutecznych strategii dla strony zero search. Najpopularniejsze rozwiązania nie przekładają się ani na poprawę sprzedaży, ani na czas sesji. Jeśli użytkownik nie znajdzie produktu, którego szukał, po prostu zamknie stronę Twojego sklepu i poszukiwania kontynuował będzie... u konkurencji.

UPS... TA STRONA NIE ZAWIERA PRODUKTÓW

Nawet jeśli jedynym komunikatem jest „brak produktu”, strona zero search wciąż ma szansę konwertować! Każda wizyta klienta powinna być okazją do sprzedaży, poniższe rozwiązanie pomoże Ci jej nie stracić.



W MIEJSCIE BRAKU WYSZUKIWANIA ZASTOSUJ REKOMENDACJE PRODUKTÓW

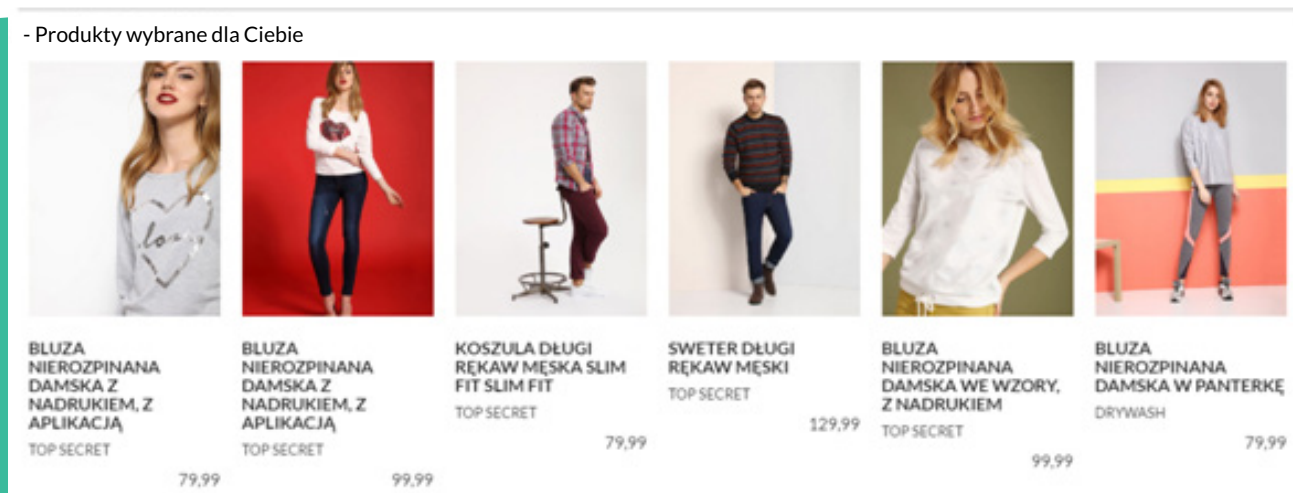
Najskuteczniejszym rozwiązaniem jest pokazanie klientowi alternatywy dla brakującego produktu oraz zachęcenie go do kontynuowania procesu zakupowego. Zasada jest bardzo prosta: „nie posiadamy produktu A, ale mamy produkt B, który może Cię zainteresować”. W tym miejscu idealnie sprawdzi się spersonalizowany system rekomendacji. Ważne, by zaproponowane rekomendacje wyświetlone były w czasie rzeczywistym i odpowiadały preferencjom odwiedzającego – wówczas szansa na sprzedaż wzrasta. A już na pewno zatrzymamy potencjalnego klienta na stronie.







Oparte na sztucznej inteligencji algorytmy silnika rekomendacyjnego Quarticon.com zbierają dane o zachowaniach użytkowników i na ich podstawie tworzą profile behawioralne. Rekomendacje dobrane są na podstawie m.in. historii wyszukiwania, historii odwiedzin stron produktowych itd. Rekomendacja stanowi impuls zakupowy dla użytkownika i wzbudza zainteresowanie innym produktem, dzięki czemu jego uwaga zostaje odwrócona od odstraszającego komunikatu „brak wyników”. A Ty generujesz sprzedaż tam, gdzie dotąd ją traciłeś!

Oops!

Nic nie znaleźliśmy!

- Produkty wybrane dla Ciebie



					
BLUZA NIEROZPINANA DAMSKA Z NADRUKIEM, Z APLIKACJĄ TOP SECRET	BLUZA NIEROZPINANA DAMSKA Z NADRUKIEM, Z APLIKACJĄ TOP SECRET	KOSZULA DŁUGI RĘKAW MĘSKA SLIM FIT SLIM FIT TOP SECRET	SWETER DŁUGI RĘKAW MĘSKI TOP SECRET	BLUZA NIEROZPINANA DAMSKA WE WZORY, Z NADRUKIEM TOP SECRET	BLUZA NIEROZPINANA DAMSKA W PANTERKĘ DRYWASH
79,99	99,99	79,99	129,99	99,99	79,99

NIE ZAPOMINAJ O ZAMIESZCZENIU OKNA WYSZUKIWANIA

Pamiętaj, by dać swojemu klientowi szansę ponownego wyszukania produktu. Zamieszczenie okna wyszukiwania jest bardzo ważne, gdyż użytkownik może podjąć kolejną próbę znalezienia produktu, którego szuka. Zatrzymując go na stronie dajemy mu dodatkowy czas na zastanowienie i może okazać się, że sam zorientuje się, że źle wpisał frazę (powszechne literówki). Może też podjąć próbę znalezienia produktu po innych słowach kluczowych lub też przypomni sobie, że to nie była jedyna rzecz, której zakup planuje. Tym samym będzie kontynuował

poszukiwania, bardziej zaangażuje się w proces oraz doceni funkcjonalność witryny Twojego sklepu, co ostatecznie przełoży się na sprzedaż.

PODSUMOWUJĄC...

- unikaj strony z brakiem wyszukiwania, na której tracisz sprzedaż;
- w jej miejsce stosuj spersonalizowane rekomendacje, dzięki którym maksymalnie efektywnie wykorzystasz szansę na sprzedaż;
- nie zapominaj o oknie wyszukiwania i daj swojemu klientowi szansę na znalezienie odpowiedniego produktu.

