

Warunki dostawy a rentowność w e-commerce

ZOBACZ JAK SKUTECZNIE
ZWIĘKSZYĆ KONWERSJĘ

Konwersja jest decydującym wskaźnikiem dla e-przedsiębiorców. Zachodzi ona wtedy, gdy użytkownik wykona ważną dla Twojej firmy czynność. Spośród wszystkich oczekiwanych działań, jedno jest oczywiście najważniejsze: dokonanie zakupu. Nie oszukujmy się, dobra oferta to już za mało, żeby przekonać klienta. Najlepiej, aby cały proces zakupowy był maksymalnie uproszczony i zamykał się w 24h. Jak to zrobić? Dostawa produktów musi działać jak w zegarku!

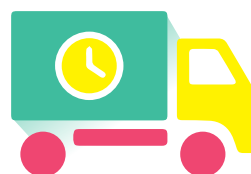
Dowiedz się, jak polityka dostawy towarów wpływa na konwersję oraz jakie wymogi stawia jej obecnie e-commerce.

**ARTYKUŁ JEST CZĘŚCIĄ SERII, GDZIE POKAZUJEMY CI, JAK ZOPTYMALIZOWAĆ
TWÓJ SKLEP ONLINE, ABY WYGENEROWAĆ WIĘKSZĄ SPRZEDAŻ.**

DLACZEGO CO TRZECI KLIENT NIE KUPIJE U CIEBIE

Czy wiesz, że czynnikiem, który wpływa na porzucenie koszyka zakupowego jest niepewność związana z dostawą? Według badań Gemiusa wskazuje na nią ponad 30% użytkowników. Ten wskaźnik potwierdza, jak ważna dla sukcesu e-commerce jest polityka dostawy. Wynik jasno pokazuje, że co 3 potencjalny klient odchodzi z Twojego sklepu z niczym,

bo warunki dostarczenia produktu skłoniły go do zakupu gdzie indziej. Jako podstawowe problemy wymieniają koszt dostawy i jej czas.



WYSOKI KOSZT DOSTAWY

Użytkownik jest świadomy tego, że cena produktu najczęściej nie stanowi ceny ostatecznej. Po doliczeniu kosztów wysyłki oferta często przestaje być już na tyle atrakcyjna, by przekonać go do zakupu. Niski koszt dostawy produktów to obecnie wymóg e-commerce, którego nie można zlekceważyć. **Aż 48% potencjalnych klientów rezygnuje z zakupu ze względu na zbyt wysoki koszt przesyłki.**

Udowodnił to Dzień Darmowej Dostawy. Akcja skutecznie przekonała Polaków do zamówień, którzy złożyli ich ponad dwukrotnie więcej niż dzień wcześniej!

Najważniejsze to maksymalnie obniżyć kwotę za przesyłkę. Jak to zrobić? Być może zabrzmiało banalnie, ale zwyczajnie negocjuj ceny z Twoją firmą kurierską. Walczysz o połowę potencjalnych klientów, czyli nawet dwukrotne zwiększenie sprzedaży.

ZBYT DŁUGI CZAS OCZEKIWANIA

Nawet w przypadku darmowej wysyłki bardzo liczy się czas dostawy. Wyniki badań Gemius wskazują, że **aż dla 37% użytkowników problem stanowi zbyt długi czas oczekiwania na przesyłkę.** Klient decyduje się wtedy zazwyczaj na zakup podobnego produktu u konkurencji, która gwarantuje krótszy czas doręczenia.

Niekorzystna dla klienta polityka dostawy wzmaga również efekt ROPO. Użytkownik znalazł w internecie wszystkie informacje na temat produktu i jest już zdecydowany, zakupu dokonuje jednak w kanale offline. Wyobraź sobie sytuację, kiedy potencjalny klient potrzebuje konkretnej rzeczy i znajduje ją w Twoim sklepie. Czas dostawy wynosi jednak 10 dni roboczych. Co robi? Spisuje parametry i idzie kupić ją dziś w sklepie stacjonarnym. To właśnie ROPO. A jeśli prowadzisz wyłącznie sklep internetowy, to ROPO zabija sprzedaż Twojej oferty.

POLITYKA DOSTAWY, KTÓRA WCIAŻ ZACHĘCA DO ZAKUPU

Darmowa dostawa i czas doręczenia zamykający się w 24h to marzenie każdego e-biznesu. Wiadomo natomiast, że nie zawsze da się spełnić takie warunki dla wszystkich towarów i usług. Istnieje jednak kilka kluczowych zasad, aby polityka dostawy wciąż przyczyniała się do zwiększenia konwersji i rentowności e-commerce. Szczegóły poniżej.



Zadbaj o strukturę informacji w Twoim sklepie internetowym. Zdecydowana większość użytkowników czyta warunki dostawy przed dokonaniem zakupu. Przedstaw im zasady jasno i zrozumiale. Najlepiej jest umieścić krótką informację o czasie dostawy już na stronie produktowej.



Zejdź poniżej psychologicznego progu 15 złotych. Konsument ma pełną świadomość, że na ostateczną cenę towaru składa się też koszt dostawy. I często po jego doliczeniu oferta przestaje być już tak atrakcyjna. Badania dowodzą jednak, że koszt przesyłki do 15 złotych jest akceptowany przez większość użytkowników.





Zamknij czas dostawy w 2 dniach roboczych. Jeśli okaże się to niemożliwe, koniecznie zaproponuj klientowi podobne produkty, dla których czas doręczenia jest krótszy. Masz na to zaledwie 90 sekund. Jeśli ich nie wykorzystasz, klient przejdzie do konkurencji. Inteligentną opcję badania potrzeb i proponowania odpowiadającym ich produktów ma silnik rekomendacji Quarticon. Narzędzie bada zachowanie użytkownika na stronie i jeśli ten szuka innego rozwiązania, system wyświetla mu rekomendacje produktów o podobnych parametrach, ale krótszym czasie dostawy. Dzięki temu klient dokona zakupu w Twoim sklepie.



CZÓŁENKA INGRID

449,90 zł

Dostawa w 48 godzin!



CZÓŁENKA INGRID

449,90 zł

Dostawa w 48 godzin!



CZÓŁENKA INGRID

469,90 zł

Dostawa w 48 godzin!



CZÓŁENKA INGRID

449,90 zł

Dostawa w 48 godzin!



Pokaż klientom, że Ci zależy! Przeprowadź ankietę wśród użytkowników. Pamiętaj, że najważniejsze jest indywidualne podejście. Każdy klient ma inne potrzeby i najważniejsze to je poznać i stworzyć ogólny system, który pomoże spełnić większość z nich. Zapytaj swoich klientów, co jeszcze możesz dla nich zrobić. Na pewno wskażą, jaki czas dostawy jest dla nich optymalny. Dobrym rozwiązaniem jest również darmowa dostawa przy pierwszym zakupie. Nie tylko pozytywnie wpływa na konwersję, ale również buduje lojalność nowych klientów.



Zoptymalizujemy Twój biznes za Ciebie
www.quarticon.com

Prawidłowo zbudowanej stronie produktowej poświęciliśmy oddzielny artykuł.