O tvorbe e-shopu od A (nápadu) po Z (marketing) :)

Viete o tom, že s novým e-shopom môžete zarábať už do 24 hodín po jeho sprevádzkovaní? Stačí vedieť :) ako na to.

Na začiatku je nápad

Chcete predávať cez Internet? Ak neplánujete predaj vami vyrábaných produktov (čo je dnes zriedkavosťou), musíte v prvom rade vyhľadať a kontaktovať dodávateľov. Overte si ceny, sortiment a spôsob predaja u konkurencie. Naplánujte si obchodnú stratégiu podľa vašej cieľovej skupiny. A najmä – premyslite si, akou konkurenčnou výhodou sa chcete odlíšiť od iných e-shopov s rovnakým alebo podobným sortimentom.

Buďte nezabudnuteľní :)

Nudných bezmenných e-shopov sú tisíce. Postarajte sa o to, aby bol váš e-shop jedinečný a pre návštevníkov nezabudnuteľný. Jedinečnosť e-shopu plánujte už pri výbere domény, sortimentu a plánovaní obsahu. Ponúknite nadštandardné služby a záruky, osloboďte sa od klasickej formálnej komunikácie so zákazníkmi. Podporte budovanie značky špičkovým obchodným sloganom, zaujímavým logom, úprimnosťou k zákazníkom a spoľahlivými službami.

Tvorba e-shopu

Technickú stránku veci ponechajte na odborníkov, pre ktorých je tvorba e-shopu a webových stránok každodennou prácou. E-shop potrebuje doménu, hosting, redakčný systém, grafický dizajn. Medzi užitočné funkcie a vlastnosti patrí používanie tzv. pekných url, automatická tvorba SEO title a meta description, možnosť filtrovania produktov podľa ich parametrov, online platby, jednoduchá práca s fotogalériami produktov, newsletter, import a export tovarov.

Aj malý e-shop má šancu na úspech

Výhodou veľkých e-shopov s tisíckami produktov je extrémne široký záber kľúčových slov, často ich však z hľadiska SEO oslabujú duplicitné produktové texty. Malé e-shopy s desiatkami alebo stovkami produktov môžu získať výhodu v nižších prevádzkových nákladoch a v detailnejšom spracovaní produktových popisov. Produktové popisy by mali byť vždy unikátne (neduplicitné), doplnené tematicky súvisiacimi článkami, recenziami, radami a tipmi pre zákazníkov.

Ziskový e-shop už do 24 hodín?

Po spustení e-shopu (s aspoň časťou sortimentu) do ostrej prevádzky nestrácajte týždne čakaním na výsledky SEO a organickú návštevnosť z Google. Verifikujte svoj e-shop pre služby Google Analytics a Google Webmaster Tools, aby ste získali kvalitné štatistiky návštevnosti a iné užitočné dáta. Zaregistrujte sa ihneď do služby Google AdWords a spustite vlastnými silami (alebo prostredníctvom špecialistov) svoju prvú PPC kampaň. Prvých zákazníkov tak môžete získať už v prvý deň existencie e-shopu.

E-shop marketing – najčastejšie chyby:

- E-shop nie je v očiach zákazníkov dôveryhodný. Príčinou býva amatérsky grafický dizajn, neuvedenie obchodných a kontaktných údajov prevádzkovateľa e-shopu, nejasné obchodné podmienky a reklamačný poriadok, nezverejnenie informácií o ochrane osobných údajov zákazníkov, klamanie ohľadne dostupnosti produktov v e-shope, negatívne recenzie na Internete.
- E-shop je neprehľadný – väčšinou následkom neodborne navrhnutého grafického dizajnu alebo nesprávnej štruktúry produktových kategórií.
- E-shop sa návštevníkom pomaly načítava, v niektorých prehliadačoch sa zobrazuje nesprávne alebo dokonca nefunguje. Takéto problémy dokážu spoľahlivo odradiť značný objem potencionálnych zákazníkov. Vyhnete sa im objednávkou tvorby internetového obchodu od profesionálnej firmy, ktorá zabezpečí aj kvalitný (rýchly a spoľahlivý) hosting.
- E-shop nie je pripravený pre mobilných návštevníkov. Stále viac zákazníkov pristupuje k online nákupom z mobilov a tabletov. Doprajte vášmu e-shopu responzívny dizajn alebo prinajhoršom dodatočnú mobilnú verziu webu.
- Podcenenie pravidelného plánovania, vyhodnocovania a optimalizovania marketingových aktivít vrátane PPC reklamy v systémoch AdWords, Etarget a Facebook. Linkbuilding, SEO ani reklamné kampane nesmú bežať bez odborného dozoru a A/B testovania.
- Najímanie lacných neodborných pracovných síl na významné marketingové aktivity. Keď e-shop hľadá

Copyright © 2013 - 2026 Encyklopédia poznania

„lacného linkbuildera, najlepšie študenta“ prípadne iných nízkonákladových marketérov, stratí cenné mesiace alebo aj roky čakaním na výsledky lacných a pochybných aktivít takýchto “špecialistov“.

- Prevádzkovanie nekoncepčného náhodného marketingu. Váš e-shop potrebuje sústavné, pravidelné marketingové aktivity vo mnohých oblastiach – od tvorby zaujímavého obsahu cez SEO a linkbuilding až po PPC kampane, porovnávače cien tovarov, sociálne médiá, reklamu na tematických portáloch a e-mail marketing. Bez definovania zákazníckej skupiny a vypracovania vhodnej stratégie s merateľnými cieľmi budú vaše marketingové úspechy len výsledkom náhody.
- Nebudujte úspech internetového obchodu na jedinej forme marketingu, nech sa vám zdá akokoľvek dokonalá. Neustále hľadajte nápady na slogany a kampane, kombinujte, skúšajte, vyhodnocujte a porovnávajte rôzne možnosti ako získať viac spokojných zákazníkov.

Zdroje

Prevzaté a upravené z:

- **http://www.lemonwebsites.sk/tvorba-eshopu-od-napadu-az-po-marketing.**

Copyright © 2013 - 2026 Encyklopédia poznania