**20 narzędzi do zwiększenia sprzedaży w sklepie internetowym**

**Dziś wśród sklepów internetowych praktycznie wszystkich segmentów rynku występuje bardzo duża konkurencja. Jak wygrać w tej walce? Jak przyciągnąć na stronę e-sklepu odwiedzających i przekonać ich do siebie tak, aby stali się naszymi stałymi klientami? Istnieje szereg narzędzi, które pomagają przedsiębiorcom. W tym SeoKurierze postaramy się pokrótce opowiedzieć o skutecznych i efektywnych narzędziach, które zwiększają sprzedaż w e-sklepie.**

**Zapraszamy do lektury!**

**Pozyskiwanie nowych klientów.**

**1. Reklama kontekstowa w wyszukiwarce Google**

Jest to chyba najbardziej skuteczne narzędzie do pozyskiwania klientów "tu i teraz". Oczywiście, przy prawidłowej konfiguracji. Potencjalni klienci szukając towaru w najbardziej popularnej wyszukiwarce w Polsce **Google.pl** przechodzą na stronę docelowych zapytań z reklam.

Minus — **wysoka cena za kliknięcie**

**2. SEO - optymalizacja**

Tworząc sklep internetowy, ważne jest, aby prawidłowo wykonać SEO czyli konfiguracje i ustawienia związane z prawidłową **optymalizacją treści i kodu** e-sklepu i wszystkich jego stron, a także warto zadbać o **unikalność i jakość tekstów, zdobywanie linków**. Jest to konieczne do tego, aby strona internetowa po indeksacji przez wyszukiwarkę mogła uzyskać **maksymalnie wysokie pozycje** w organicznych wynikach wyszukiwania Google.pl. Organiczny ruch jest **darmowy** i kluczowy dla sklepów internetowych.

Minus — pierwsze wyniki mogą pojawić się dopiero **po kilku miesiącach**.

Obejrzyj film o [znaczeniu SEO dla sklepów internetowych >>](https://www.seopilot.pl/weblive-14.html)

**3. Rozmieszczenie towarów w serwisach porównywarki cen**

Dodając asortyment sklepu internetowego do najbardziej popularnych **serwisów-porównywarek** towarów i ich cen, można uzyskać dodatkowe zamówienia. Im niższe ceny na produkty i lepsze opinie, tym więcej tych zamówień będzie miał właściciel sklepu internetowego.

Wiadomo najpopularniejsze porównywarki (np. Ceneo, Kupujemy.pl, Skąpiec, Nokaut) są płatne, lecz warto z nich korzystać ponieważ często generują duży ruch. Na stronie [www.porownywarki.info](http://www.porownywarki.info/) można znaleźć także **listę darmowych i branżowych porównywarek** cen!

Płatność w takich serwisach pobierana jest od kliknięcia i od ewentualnego zakupu. To dobre rozwiązanie, jeśli jesteśmy w stanie zaoferować niską cenę, należy jednak pamiętać, że im niższa cena, tym lepsze miejsce można uzyskać w wynikach wyszukiwania wybranego serwisu.

Warto również zwrócić uwagę na **Zakupy Google (Google Shopping)**, czyli porównywarka cen od Google. Platforma reklamowa Google Shopping jest już dostępna w Polsce.

**4. Sieci społecznościowe**

Za pomocą **przycisków społecznościowych** użytkownicy będą mogli dzielić się ze znajomymi informacjami o produktach w sklepie internetowym na swoich stronach, na Facebook, Twitter i innych popularnych serwisach.

Najbardziej popularne przyciski społecznościowe to Addthis.com, Shareaholic, Sociable, Social Sharing Toolkit, Share Buttons by AddThis, Social Media Widget, Digg Digg

**Facebook** niedawno wprowadził też sekcję **Sklep**, która umożliwia sprzedawanie produktów **bezpośrednio z poziomu strony**. Jeżeli prowadzisz fanpage swojej firmy i masz tam wielu “followersów” warto rozważyć uruchomienie takiej opcji.

**Utrzymanie klienta na miejscu**

**5. Online-konsultant (np. czater.pl, smartsupp.com, livesupport.pl, livechat1.pl, sugester.pl)**

Widget pozwala **komunikować się z klientami** np. z tymi, którzy nie lubią rozmawiać przez telefon i wolą korespondencję on-line. Możliwe są **dwa warianty**: klient samodzielnie może zwrócić się do operatora bezpośrednio na stronie internetowej (zazwyczaj, klikając na ikonę w prawym dolnym rogu) i otrzyma odpowiedzi na wszystkie pytania, lub sam operator oferuje swoje doradztwo klientowi podczas wyboru towaru. Więcej na ten temat znajdziesz [**tutaj**](https://www.seopilot.pl/subscribe/how_-_to_jak_skonfigurowac_prace_konsultanta_online.html).

**6. Usługa natychmiastowych zwrotnych połączeń CALLBACK czyli 100% kontaktu z klientem (np. zadarma.com)**

Widget oferuje odwiedzającym e-sklepu **zostawić swój numer telefonu**, aby właściciel sklepu internetowego mógł szybko nawiązać kontakt z potencjalnym klientem. Warto pamiętać że w rozmowie człowieka znacznie łatwiej przekonać do dokonania zakupu, rozwiać wątpliwości i odpowiedzieć na wszystkie nurtujące go pytania.

**Powrót utraconych klientów**

**7. Technologia retargetingu; (na przykład: Google, Facebook)**

Stosowany w wyszukiwarkach, portalach i sieciach reklamowych i społecznościowych. Pozwala wyświetlać reklamy tylko dla tych osób, które na przykład, nie zrealizowały zamówienia i porzuciły koszyk.

**8. E-mail i SMS-mailing do klientów (np. inis.pl, mrtarget.pl, redlink.pl, freshmail.pl, serwersms.pl)**

Narzędzie, które pozwala regularnie przypominać o e-sklepie obecnym klientom. **Cel** — powtórne sprzedaże i zwiększenie lojalności.

Można także zorganizować E-mail i SMS - mailing do potencjalnych klientów przyciągając ich uwagę za pomocą różnych **promocji, bonusów, konkursów**, oferując dodatkowe relewantne i analogiczne towary... To działa !

**Wzrost sprzedaży**

**9. Przyjmowanie płatności online (np. payu.pl, przelewy24.pl, dotpay.pl, paypal.com, tpay.com)**

Dostępność możliwości zapłaty za towar bezpośrednio na miejscu wygodny sposób (kartą kredytową, ekspresowe przelewy bankowe online, bitcoin, Paypal, SMS Premium itp.) — już nie tylko modne, ale i **konieczne**. Dzięki takim możliwościom można zwiększyć kilkakrotnie sprzedaż i wzbudzić zaufanie u klientów.

Teraz cały szereg usług różnych typów i metod płatności można zawrzeć jedną umową, co jest bardzo wygodne.

[Metody opłaty on-line](https://www.seopilot.pl/subscribe/20_narzedzi_do_zwiekszenia_sprzedazy_w_sklepie_internetowym.html)

**10. Sprzedaż towarów na kredyt czyli płatności odroczone (np. FerBuy, platformaratalna.pl, eraty.pl )**

Rodzaj płatności online. Pozwala zapłacić za towar “tu i teraz”, nawet tym klientom, którzy nie posiadają środków na zakup towarów. Pożyczone środki, zazwyczaj są dostępne już w ciągu 15 minut ! Bardzo wygodne rozwiązanie, które **ułatwia sprzedaż**.

**11. Rabaty**

Nic tak skutecznie nie stymuluje sprzedaż, jak **rabat**! Zniżka to najlepszy silnik handlu, gdyż jest to najbardziej atrakcyjny warunek zakupu towaru i mega potężne narzędzie oddziaływania na nabywcę. Można przeprowadzić **wyprzedaż**, wprowadzić **zniżki** np. z okazji świąt, jubileuszu, otwarcia/zamknięcia sezonu itp.

[Przyklad realizacji promocji](https://www.seopilot.pl/subscribe/20_narzedzi_do_zwiekszenia_sprzedazy_w_sklepie_internetowym.html)

**12. Zalecane produkty**

Klient, który zamawia w sklepie internetowym telefon, na pewno będzie potrzebował etui lub folii ochronnej. Ale sam klient w momencie zakupu może o tym zapomnieć.

Wniosek: zaproponuj mu **podobne produkty przy zakupie głównego towaru**. Dzięki temu e-sklep może zwiększyć średni rachunek i zyski z samej sprzedaży.

**13. Etykiety promocyjne**

Świetny sposób, aby zainteresować klientów konkretnymi towarami, które chcesz szybciej sprzedać, typowe **etykiety** promocyjne np. "Promocja", "Nowość", "Hit", "Wyprzedaż", "Produkt dnia", "Produkt miesiąca" lub "Produkt tygodnia". Popyt na oznaczone w ten sposób towary gwarantuje pomyślną sprzedaż!

**14. Kody promocyjne**

Narzędzie to pozwala na ustawienie indywidualnych cen na towary konkretnej grupy nabywców i potencjalnych klientów, przy tym nie zmieniając ceny dla wszystkich innych odwiedzających sklep internetowy!

**Kupony, kody promocyjne** można rozpowszechniać w mediach i sieciach społecznościowych, e-mail i SMS, rozdawać ulotki itp..

**15. Minutnik, który odlicza czas promocji**

Świetny sposób, aby poinformować odwiedzających o kończących się już promocjach i wyprzedażach.

Minutnik zachęca odwiedzających e-sklep kupić towar jak najszybciej!

[Przyklad realizacji odliczania](https://www.seopilot.pl/subscribe/20_narzedzi_do_zwiekszenia_sprzedazy_w_sklepie_internetowym.html)

**16. Od zamówienia do zakupu jeden klik**

Nie zawsze wygodniej jest zamawiać towar przez klasyczny e-koszyk, rutynowo wypełniając wszystkie pola formularza. Część klientów woli nacisnąć jeden przycisk i zostawić swój numer telefonu, aby operator sklepu internetowego oddzwonił. Podłączając taką opcję, można **zmniejszyć liczbę “porzuconych koszyków"** i **zwiększyć sprzedaż**.

**17. Sprzedające trigge’y**

Są to elementy, które można zazwyczaj spotkać na głównej stronie sklepu internetowego. Przyciągają uwagę gości i użytkowników sklepu zachęcając ich do składania zamówień.

Na przykład **wzmianka o darmowej wysyłce** w Polsce lub **gwarancji** na wszystkie produkty na 10 lat.

**18. Wyszukiwanie, sortowanie i filtry w katalogu towarów**

Klientom należy dać możliwość jak najszybciej znaleźć potrzebny towar i jego modyfikacje w katalogu. Można do tego użyć **paska wyszukiwania, sortowania** i wszelkiego rodzaju **filtry**. Im szybciej klient znajdzie to, czego szukał, tym większa szansa na sprzedaż.

**Wzrost zaufania do sklepu internetowego**

**19. Poczta w domenie (np. poczta dla firm info@nazwasklepu.pl)**

Korespondencję z klientami najlepiej prowadzić z elektronicznej poczty podłączonej do swojej domeny. Na przykład info@nazwasklepu.pl. Zwiększa to zaufanie do sklepu internetowego ze strony klientów, a więc pozytywnie wpływa na sprzedaż.

**20. Opinie klientów**

Decydującym argumentem na rzecz zakupu w konkretnym sklepie internetowym mogą być pozytywne, wartościowe i ciekawe **opinie klientów**. W opinii obowiązkowo powinno być nazwisko, imię i zdjęcie klientów.

**Podsumowanie**

Praktycznie wszystkie te narzędzia są uniwersalne i zrozumiałe zarówno dla klienta, jak i dla właściciela sklepu internetowego, nadają się do każdego rodzaju e-sklepu.

Jeśli jeszcze nie korzystasz z powyższych narzędzi, to już najwyższa pora przetestować teraz i ocenić ich skuteczność. Sukcesów i dobrych sprzedaży!