

Najsilniejsze trendy e-commerce w roku 2019

Marketing i sprzedaż | Artykuły / Zespół www.setup.pl

Sprawdź, co zapowiadają trendy w rozwoju branży e-commerce w 2019 roku.

TREŚĆ ARTYKUŁU:



Jeszcze większe wykorzystywanie trójwymiarowości oraz rozszerzonej rzeczywistości

Każdy sprzedawca internetowy wie, że szczegółowa i przejrzysta prezentacja produktów w sklepie internetowym ma pozytywny wpływ na decyzję zakupową klienta. Dlatego też coraz ważniejszą rolę odgrywają zdjęcia 3D i rozszerzona rzeczywistość (AR). Dzięki trójwymiarowym zdjęciom produktowym potencjalny kupujący ma okazję obejrzeć produkt ze wszystkich stron, co może mieć decydujące znaczenie dla decyzji zakupowych, podobnie jak w przypadku produktów sfotografowanych z wielu perspektyw. Augmented Reality (AR) przypomina nieco zakupy w sklepach stacjonarnych, lecz z poziomu kanapy: produkt może zostać wyświetlony w środowisku domowym np. nowy fotel ujrzymy we własnym salonie, na ekranie telefonu lub tabletu.

Dalszy rozwój social shopping

Instagram już to pokazał na początku minionego roku: sieć społecznościowa uruchomiła funkcję, która umożliwiła sprzedawcom oznaczenie do pięciu produktów w jednym poście wraz z opisem produktu i linkiem do sklepu online. Szacuje się, że ten trend zakupowy wzrośnie w 2019 roku. Reklamy są już integralną częścią sieci społecznościowych, takich jak: Instagram, Facebook, Pinterest czy Snapchat, więc dlaczego by nie rozwijać ich jako kanału sprzedaży? Jeśli Twoja firma jest na Facebooku, Instagramie i Snapchacie, zdecydowanie powinieneś sprawdzić i przetestować możliwości zakupów przez sieci społecznościowe!

Wykorzystywanie filmów produktowych

80% całkowitego ruchu internetowego w 2018 roku to filmy. Apetyt użytkowników na treści wideo jest nienasycony i dlatego sprzedawcy powinni tworzyć filmy wideo dotyczące produktów, które oferują. Istnieje wiele możliwości: filmy produktowe, animowane, instruktażowe, recenzje kupujących, FAQ, webinar. Główną zaletą korzystania z filmów jest fakt, że klienci są bardziej zaangażowani i otwarci na nowości, ze względu na wygodę i braku długich tekstów. Sprzedawcy korzystający z filmików o swoich produktach odnotowują rzadsze

zwrotu towaru oraz lepsze recenzje. Kupujący przed zakupem mogą lepiej poznać dany produkt.

Zapobieganie porzuconym koszykom: optymalizuj swój sklep internetowy

Prosty system płatności i realizacji zamówienia stał się obowiązkowym elementem każdego sklepu online. Osoba kupi tam, gdzie jest to możliwe najszybciej i bez problemów. Jeżeli Twoi klienci zauważą, że u konkurencji jest łatwiej i szybciej, to możesz być pewien, że odejdą natychmiast. Wskaźnik porzuconych koszyków wynosił około 79% w 2017 roku. 37% zapytanych w sondażu podało za powód konieczność zakładania konta w sklepie internetowym, a 28% respondentów stwierdziło, że check-out trwał za długo i był zbyt skomplikowany. Co możesz zrobić, by ułatwić kupującym proces zamówienia? Oto kilka sugestii:

- check-out na jednej stronie,
- pola typu auto-fill,
- brak obowiązkowych rejestracji.

Automatyzacja w każdej dziedzinie e-commerce

Potęgą automatyzacji jest widoczna w wielu branżach, a handel online nie jest wyjątkiem: e-commerce może być jednym z jej największych beneficjentów. Automatyzacja w tym kontekście odnosi się do tworzenia i stosowania technologii w celu usprawnienia szeregu procesów, takich jak: sprzedaż, marketing, zarządzanie stanami magazynowymi, usługi produkcyjne oraz dostawy. Jest to istotne zwłaszcza dla jedno- lub kilkusobowych firm zajmujących się sprzedażą w internecie.

Kupujący coraz chętniej korzystają z filtrów przy wyszukiwaniu produktów

Wdrażając szczegółowe filtrowanie produktów, klienci mogą szybciej znaleźć pożądaną przedmiot. Filtrowanie po atrybutach, takich jak: rozmiar, kolor, materiał, cena itp. może znacznie zwiększyć przyjazność użytkownika. W przypadku obszernej oferty produktów ważne jest zaproponowanie klientom opcji ich filtrowania w sposób oszczędzający czas. I teraz apel do Was - w 2019 roku pomóżcie swoim klientom znaleźć to, czego potrzebują. Wymaga to również dokładnego podawania szczegółów na stronie produktu. Dotyczy to własnego sklepu internetowego, ale również listingów na Amazonie oraz aukcji na eBay.

--

Zespół www.setup.pl.