

Checklist

pre zníženie miery opustenia nákupného košíku

Až 70% online nakupujúcich si vloží produkt do košíka, no nákup nedokončia. Uistite sa, že nerobíte najčastejšie chyby podľa tohto zoznamu.

Strana 1 / 2

Výber produktov, informácie o cenách a službách

- Informujte o možnostiach a cene dopravy. Okrem samostatnej stránky s týmito informáciami sa pokúste na detaile produktov uviesť aspoň minimálnu cenu za dopravu, aby si vaši zákazníci mohli spraviť predstavu o nákladoch.
- Poskytnite možnosť dopravy do výdajných miest či automatických boxov. Mnohí ľudia sa nenachádzajú doma v čase kedy kuriéri rozvážajú zásielky.
- Uvedte na stránke možnosti vrátenia tovaru alebo jeho výmeny za iný. Obchodníci, ktorí sú si istí kvalitou svojich produktov často dovoľujú výmenu tovaru aj nad rámec zákonných povinností.
- Zobrazujte skladovú dostupnosť produktov a ideálne čo najpresnejší dátum alebo aspoň časový odhad, kedy bude zákazníkovi objednaný produkt doručený.
- V prípade, že to povaha vami predávaných produktov vyžaduje, ponúknite používateľovi možnosť pridávania produktov do wishlistu/nákupného zoznamu a nevyžadujte prihlásenie.

Podmienky nákupu

- Ak má váš obchod minimálnu hodnotu objednávky, ukážte túto informáciu viditeľne a čím skôr (ideálne na každej stránke).
- Uistite sa, že podmienky pre uplatnenie zľavových kupónov nie sú nastavené tak, že nie je možné tento kupón využiť (napr. nemožnosť kombinovania so zľavneným produktom ale všetky produkty na stránke sú v zľave).
- Ak účtujete ďalšie poplatky (napr. manipulačné, balné a pod.) uveďte túto informáciu čím skôr v košíku (nie až v pokladni) a vysvetlite, prečo tento poplatok účtujete.

Dôveryhodnosť stránky

- Dbajte na profesionálny a kvalitný vizuálny dizajn vášho webu. Okrem vzhľadu sa sústreďte aj na pravopis či preklepy a nepresnosti.
- Pravidelne aktualizujte obsah stránky, aby nepôsobila "mŕtvo".
- Zabezpečte komunikáciu medzi serverom a prehliadačom prostredníctvom HTTPS certifikátu.
- Poskytnite dostatočné informácie o prevádzkovateľovi e-shopu. Je dobré, ak prevádzkujúca firma nie je len "schránková", ale má reálne sídlo, telefonický a e-mailový kontakt.
- Ak o vašom e-shope píšú na iných stránkach, pridajte si odkazy na tieto informácie na váš web.
- Budte prítomní a aktívni na sociálnych sieťach a odkazujte sa na ne na vašom e-shope.
- Zobrazte na stránke "odznaky" (badges), ktoré ste získali za kvalitu produktov či poskytovaných služieb (napr. Heureka Overené zákazníkmi a iné).
- Zobrazujte hodnotenia e-shopu ako aj produktov zákazníkmi. Hodnotenia musia byť od reálnych ľudí, ideálne aj z platforiem, ktoré vy ako prevádzkovateľ stránky nespravujete (tj. Heureka, Google, Facebook a pod.). Neskrývajte negatívne hodnotenia, ale pridajte svoju odpoveď.
- Platby kartou realizujte dôveryhodnou platobnou bránou.
- Umožnite platbu na dobierku (pri prevzatí tovaru), hlavne ak ste menej známy / začínajúci e-shop.
- Nevyžadujte od používateľov (citlivé) informácie, ktoré nepotrebujete (napr. dátum narodenia a pod.) Pokiaľ ich chcete zbierať, uveďte na aký účel a dovoľte tieto údaje nevyplniť.
- Všeobecné obchodné podmienky a iné právne dokumenty píšete formou, ktorá je jednoduchá na porozumenie.

Checklist

pre zníženie miery opustenia nákupného košíku

Technické problémy

- Pravidelne kontrolujte funkčnosť vášho webu. Technické problémy (na niečo sa nedá kliknúť, neprechádza platba a pod.) sú častým dôvodom nedokončenia nákupu.
- Pri validovaní údajov zadaných používateľmi sa uistite, že
 - máte správne nastavené validačné pravidlá
 - nemáte príliš prísne kritériá (napr. min/max dĺžka mena, nemožnosť zadať tel. číslo zahraničného operátora)
 - zobrazujete zmysluplné chybové hlášky
- Pamätajte si údaje, ktoré používatelia vyplnili v nákupnom procese - ak sa vráti o krok späť aby niektorý údaj opravili, nenúťte ich znovu vyplniť informácie, ktoré už raz zadali.
- Poskytnite možnosť nahlásiť chybu na vašom webe. Chyby môžu byť technického charakteru ale aj nesprávne popisky či fotografie a iné obsahové časti. Urobte nahlásenie chyby čo najjednoduchšie, aby ľudia mali minimum prekážok ho odoslať.
- Ak váš e-shop používa zákaznícke účty a do týchto je možné sa registrovať/prihlásiť prostredníctvom sociálnych sietí, uistite sa, že máte rovnaké siete dostupné ako pri registrácii tak aj pri prihlásení. Pamätajte tiež na to, že niekedy ľudia sociálne siete opúšťajú, ale radi by sa dostali k svojim zákazníckym účtom. Umožnite získanie prístupu napr. prostredníctvom e-mailu naviazaného na účet na soc. Sieti.

Súvisiace produkty

- Zvážte kedy, aké a koľko produktov zobrazujete ako súvisiace či podobné. Niektoré formy cross-sale a up-sale dostávajú používateľov do paradoxu voľby - nemožnosť vybrať si z príliš veľa možností, prípadne neschopnosť zorientovať sa v zložitej ponuke.
- Ak počas nákupu ponúkate doplnkový tovar (napr. batérie k prístroju), uistite sa, že ponúkate kompatibilný tovar, a že tento tovar nie je už v produkte obsiahnutý.

Checkout - pokladňa

- Nevyžadujte registráciu alebo prihlásenie používateľa na uskutočnenie nákupu. Registráciu je možné ponúknuť počas procesu vyplňania osobných údajov, ale nie na nej trvať. Výnimkou sú obchody, ktoré poskytujú špeciálne ceny alebo podmienky konkrétnemu typu zákazníkov (napr. B2B a pod.)
- Ak zobrazujete typy dopravy až na základe adresy (pre výpočet poštovného), neskrývajte dopredu túto sekciu, ale zobrazte ju s nemožnosťou výberu kým nebude vyplnená adresa.
- Poskytnite používateľom nejakú formu pre kontaktovanie podpory počas nákupu. Ideálna forma je telefonická linka alebo online chat so živou osobou. Mimo pracovných hodín je možné toto nahradiť zanechaním odkazu v chate, alebo automatizovanými odpoveďami chatbota.
- Pokiaľ máte jednoduchý nákupný proces a neposkytujete veľa možností či nastavení, zvážte jednoduchú pokladňu zobrazenú na jednej stránke. Pre zložitejšie procesy rozdeľte dokončenie nákupu do menších, logicky súvisiacich častí.
- Umožnite používateľom vybrať si nimi preferovaný spôsob platby a nezabúdajte ani na Apple Pay/ Google Pay, ktoré sú čoraz viac žiadané, špeciálne pri nákupoch cez mobilné zariadenia.
- Ak používate zľavové kupóny a kódy, uistite sa, že pole pre zadávanie kupónu je dostatočne viditeľné.

Merajte a testujte

- Uistite sa, že máte dobre nastavenú analytiku. Aplikujte zmeny na e-shope postupne, aby ste vedeli správne vyhodnotiť vplyv zmien.
- Pravidelne testujte web s reálnymi používateľmi. Použitelnosť webu môže byť negatívne ovplyvnená novými funkciami, vývojom a akýmkoľvek zásahmi. V článku <https://www.ui42.sk/blog/testovanie-pouzitelnosti-a-jeho-vyznam> si môžete prečítať viac o testovaní použiteľnosti.