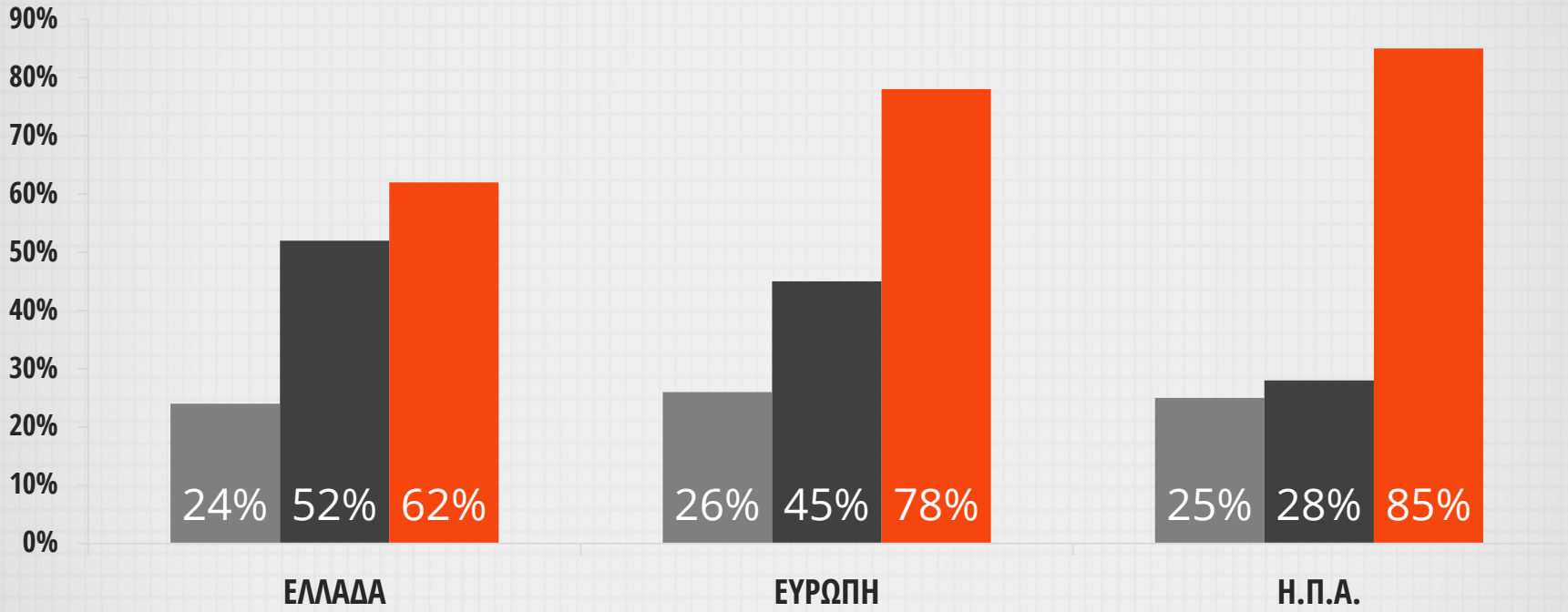
E-COMMERCE 2014

Προκλήσεις & παράγοντες επιτυχίας

Χριστιάνα Κογεβίνα, Greek Geeks

ΤΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΣΤΟ INTERNET

Δεν μπορείτε να αγνοήσετε το κοινό του Internet



** Στατιστικά Google Consumer Barometer 2014*

- Αγοράζουν online
- Κάνουν έρευνα στις μηχανές αναζήτησης πριν αγοράσουν
- Έχουν πρόσβαση στο Internet

ΤΟ ΙΔΑΝΙΚΟ E-SHOP (FRONT)

ΕΙΝΑΙ ΓΡΗΓΟΡΟ & ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ

- Φορτώνει γρήγορα
- Δεν κουράζει & δεν αποσπά
- Ξεκάθαρη πλοήγηση
- Εύχρηστες λειτουργίες.

ΕΙΝΑΙ SEO FRIENDLY

Σχεδιασμένο για υψηλή απόδοση στις **μηχανές αναζήτησης**.

ΕΙΝΑΙ MOBILE OPTIMIZED

Περίπου το **30%** των επισκεπτών σας χρησιμοποιούν **κινητά ή tablets**.

ΔΙΑΘΕΤΕΙ MARKETING TOOLS

Ενσωματωμένα προωθητικά εργαλεία: **cross selling**, **newsletter**, **εκπτωτικά κουπόνια**.

ΕΙΝΑΙ SOCIAL

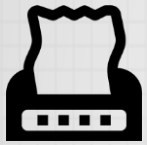
Διευκολύνει τους επισκέπτες να διαδώσουν το brand σας.

SHARE – REVIEW - DISCUSS

ΕΙΝΑΙ PERSONAL

Εξατομικευμένες προσφορές & επικοινωνία σύμφωνα με το προφίλ, τις συνήθειες & την **αγοραστική συμπεριφορά** του πελάτη.

ΤΟ ΙΔΑΝΙΚΟ E-SHOP (BACK)



ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟ - ΑΠΟΘΗΚΗ

- Εξοικονόμηση χρόνου &
- Ενημερωμένο site (αλλαγές τιμών, διαθεσιμότητα προϊόντων & status παραγγελιών)

ONLINE ΠΛΗΡΩΜΕΣ

Υποστηρίζει online πληρωμές με διαφορετικούς τρόπους για να καλύψει περισσότερους πελάτες.

ΔΙΑΣΥΝΔΕΣΗ COURIER

- Ακριβής υπολογισμός εξόδων αποστολής &
- Αυτοματοποίηση των αποστολών.

REPORTING - BI

Προσφέρει εργαλεία για να:

- Μετρήσετε την απόδοση των ενεργειών σας &
- Να προσαρμοστείτε ανάλογα.

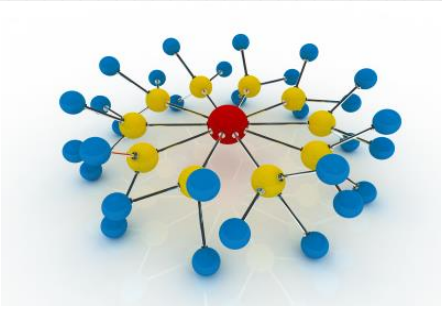
AND
NOW
WHAT?

ΠΩΣ ΘΑ ΕΡΘΟΥΝ ΟΙ ΠΕΛΑΤΕΣ;

Πλάνο διαφήμισης & προώθησης

DIGITAL ADVERTISING

SEO



DIGITAL PR / LINK BUILDING

SOCIAL MEDIA MARKETING

EMAIL MARKETING

CONTENT MARKETING

greek geeks

ΦΡΟΝΤΙΣΑΤΕ ΤΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ;

ΚΕΙΜΕΝΑ

Καλογραμμένες περιγραφές προϊόντων με λεπτομέρειες, στις απαραίτητες γλώσσες, άρθρα σε blogs, κριτικές, διαφημίσεις.

ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΕΣ

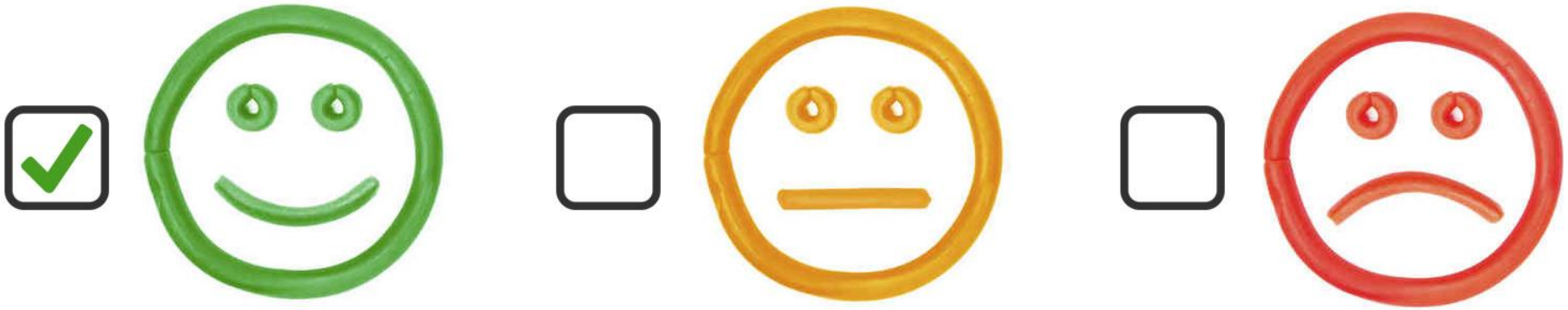
Πολλαπλές φωτογραφίες από διαφορετικές οπτικές γωνίες σε υψηλή ανάλυση. Φωτογράφος – μοντέλα.

VIDEO

Παρουσιάσεις, tutorials & διαφημίσεις video.

ΘΑ ΜΕΙΝΟΥΝ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ;

το **45%** των πελατών εγκαταλείπουν την online αγορά
όταν δεν βρίσκουν γρήγορα απαντήσεις στις ερωτήσεις τους



ικανοποιημένοι πελάτες = πωλήσεις

ΠΩΣ ΘΑ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΘΟΥΝ;

Στα e-shops λειτουργεί το self-service, όμως οι υπηρεσίες και η ποιότητα εξυπηρέτησης σας διαφοροποιούν από τον ανταγωνισμό.

Απαντήστε στα πιθανά ερωτήματα των πελατών σας μέσα από το site.

Οργανώστε το call center σας:
- Προσωπικό εξυπηρέτησης
- Ωράρια εξυπηρέτησης
- Κανάλια επικοινωνίας (email, τηλεφωνικά, φόρμες ticketing, online chat / skype)
- CRM ιστορικό επικοινωνίας

Εξετάστε την δυνατότητα τηλεφωνικών παραγγελιών.

ΓΡΗΓΟΡΗ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΠΑΡΑΔΟΣΗ

ΠΩΣ ΘΑ ΓΙΝΕΙ Η ΠΑΡΑΛΑΒΗ;

ΕΞΟΔΑ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ | ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΙΣ | ΑΠΟΘΗΚΗ | ΕΠΙΣΤΡΟΦΕΣ

ΤΡΟΠΟΙ & ΕΞΟΔΑ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ

Κούριερ, ταχυδρομείο, pick up points, αντικαταβολή, παραλαβή από το κατάστημα. Δυσπρόσιτες περιοχές & εξωτερικό. Χρεώσεις, φόροι, δασμοί.

ΑΠΟΘΗΚΗ

Θα διατηρείτε αποθήκη, θα γίνεται παραλαβή back-to-back από τον προμηθευτή ή drop-shipping. Εσωτερική αποθήκη ή third party logistics.

ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΙΣ

Ογκώδη αντικείμενα, εύθραυστα & ευπαθή. Παράδοση σε όροφο. Περιορισμοί στις χώρες αποστολής.

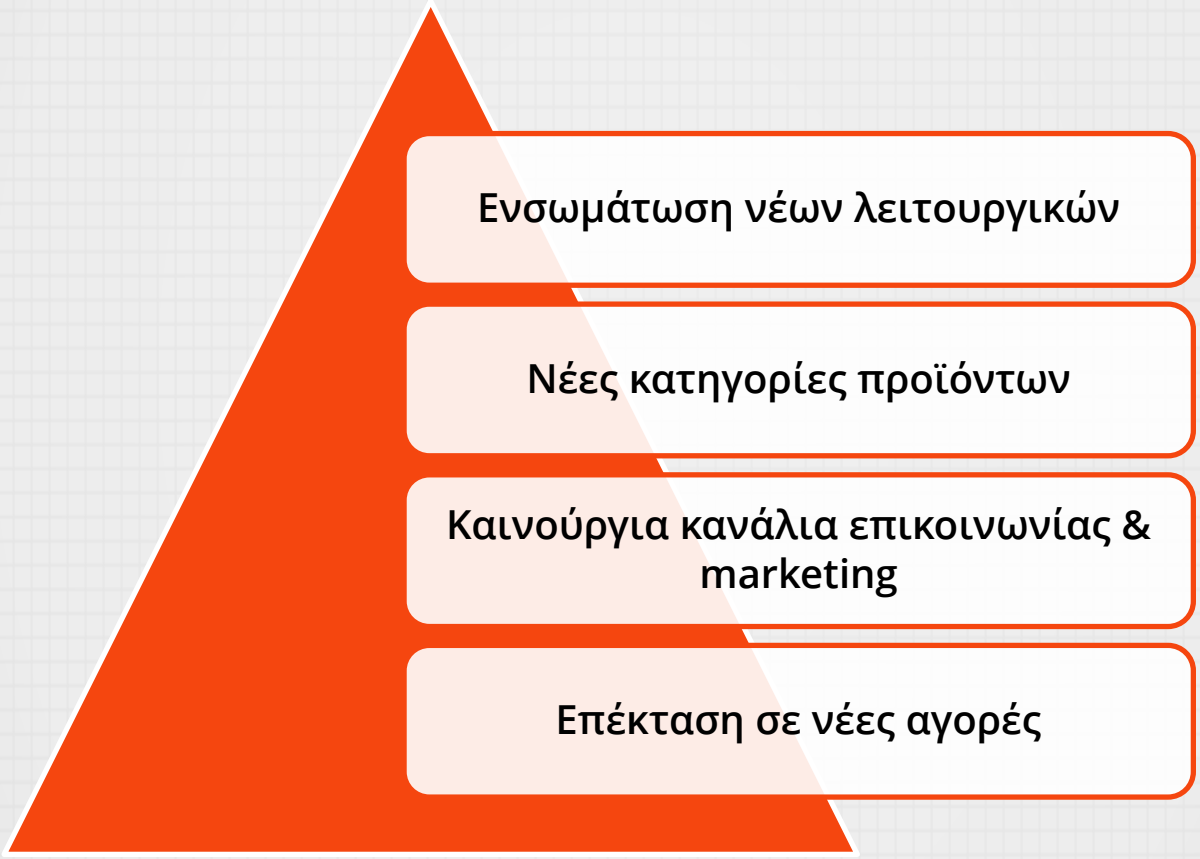
ΕΠΙΣΤΡΟΦΕΣ

Νέα νομοθεσία από 13/6/2014. Υποχρεούστε να επιστρέψετε αξία προϊόντων + εξόδων αποστολής εντός 14 ημερών από την ενημέρωση για υπαναχώρηση.

ΝΟΜΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ

ΠΩΣ ΧΕΙΡΙΖΕΣΤΕ ΤΙΣ ΕΠΕΚΤΑΣΕΙΣ

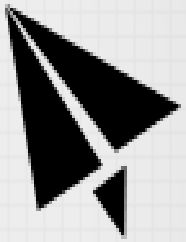
Έχετε πλάνο για τις μελλοντικές επεκτάσεις ή αλλαγές;



ΟΙ 6 ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΤΟΥ E-COMMERCE

Πως θα σας βρουν;	• Digital Marketing
Τι θα δουν;	• Ποιοτικό περιεχόμενο
Πως θα τους ικανοποιήσετε;	• Εξυπηρέτηση πελατών
Πως θα παραλάβουν;	• Τρόποι & έξοδα αποστολής
Είστε καλυμμένοι;	• Νομικά θέματα
Πως χειρίζεστε την αλλαγή;	• Πλάνο επεκτάσεων / τροποποιήσεων

ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ ΠΟΛΥ



Χριστιάνα Κογεβίνα
Business Development Manager, Greek Geeks