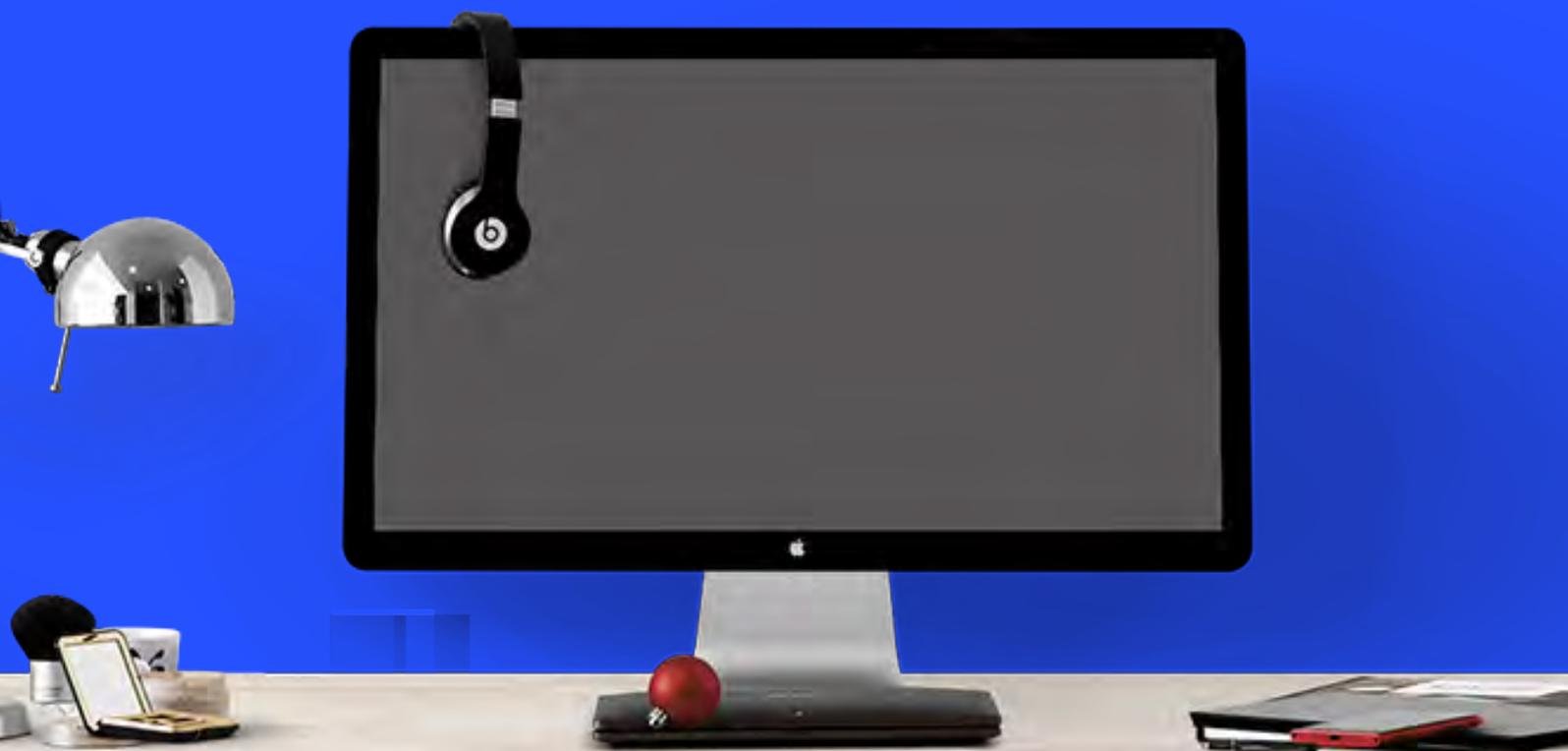


Чек-Лист

22 стратегии развития интернет-магазина



Чек-Лист по развитию интернет-магазина

Как работать с чек-листом

1. Распечатайте документ
2. Отмечайте то, что сделали
3. Сделайте то, что еще не реализовано
4. Перейдите к следующему пункту

Целевая Аудитория

1. Составьте портрет своего идеального клиента

- заполните таблицу 1 на следующей странице
- если портретов несколько, то заполните на каждого клиента отдельную таблицу
- используйте данные из аналитики, опросов, социальных сетей и интервью с клиентами

2. Подумайте на каких качествах продукта следует делать акцент

- Что действительно важно вашим идеальным клиентам
- Для чего они используют ваши товары?

Таблица 1: Портрет идеального клиента

Признак b2c	Описание
Возраст	
Пол	
Средний уровень дохода, социальный статус	
Статус в браке	
Если женат/замужем - кто его/ее супруг	
Дети	
Увлечение и хобби	
Чем занимается, на что живет (сколько зарабатывает)	
Сокровенные желания	
Где он любит развлекаться	
Самая большая неудовлетворенность	
Чего он боится	
Что его раздражает и сердит	
Цели декларируемые (при покупке продукта)	
Цели реальные (при покупке продукта)	
Что ожидает от сервиса	
Чего не приемлит при покупке	
Чему будет приятно удивлен	

Идеальный клиент

Повышение конверсии

3. Проверьте качество изображений

- Вы используете изображения высокого качества?
- С разных ракурсов?
- На фотографиях есть лица довольных клиентов?

4. Видео

- У вас есть видеообзоры продуктов?

5. Описание

- Описание скопировано от производителя? Если да, то замените
- В описании делается акцент на выгодах от использования продукта?
- Используете в описании ключевые поисковые запросы из wordstat?

6. Увеличение среднего чека

- Вы используете апселлы?
- Предлагаете рекомендованные товары при оформлении заказа?
- Предлагаете рекомендованные товары в карточке продукта?
- Предлагаете рекомендованные товары в корзине?

7. Пользовательский интерфейс

- Можно купить товар в один клик?
- Проведите тестирование пользовательского интерфейса: попросите знакомых сделать заказ и записывайте каждое их действие или воспользуйтесь специальными сервисами (например, askusers.ru)

8. Exit Intent

- У вас есть всплывающие окошки, которые появляются при уходе посетителя с сайта? Если нет, то сделать это можно с помощью сервиса keplerleads.com (установите настройки показа не чаще 1 раза в день)
- Продумайте ценность предложения, которое будет появляться в попапе

9. Социальное подтверждение

- У вас есть отзывы на страницах товаров?
- Вы размещаете контент от пользователей в своих социальных сетях?
- Клиенты размещают фотографии с вашим хэштегом? Если нет, проведите конкурс для этого
- О вашем магазине есть отзывы на независимых площадках (например, Яндекс Маркет)? Если нет, попросите своих клиентов оставить там отзывы

10. Планирование рекламы

- Проанализируйте последний год
- В какие дни продаются лучше топовые модели?
- В какие дни происходит снижение продаж по категориям?
- Составьте план рекламы на год
- Укажите варианты акций на год в соответствии с прошлым годом
- По каким каналам будет продвижение акций?
- Какие материалы надо подготовить?

11. Клиентские программы

- У вас есть программа лояльности для постоянных покупателей?
- Создайте реферальную программу. Для этого можно воспользоваться специальным ПО (например, amarket.io)

12. Программы лояльности

- Добавьте значки подтверждения
- Добавьте премии и сертификаты
- Добавьте экспертные обзоры
- У вас много вариантов оплаты?
- Используйте логотипы известных брендов партнеров
- Разместите политику возврата
- Создайте отзывы от известных людей (лидеров мнений или звезд)

Email - маркетинг

13. Брошенные корзины

- Вы собираете контакты тех, кто бросает заказ? Если нет, то сделать это можно с помощью сервиса keplerleads.com
- Вы отправляете серию писем по брошенным корзинам? Если нет, то сделать это можно с помощью сервисов mailchimp.com, unisender.com или getresponse.ru
(минимум 3 письма: первое - сразу, второе через 3 часа или сутки, третье через сутки или 3 суток)

14. Сбор базы адресов электронной почты

- Вы собираете контакты посетителей сайта или блога? Если нет, то сделать это можно с помощью сервиса keplerleads.com
- Вы ведете постоянную email рассылку?
- Вы рассылаете полезные для целевой аудитории письма?
- Вы создали автоматическую воронку продаж?
- Вы запрашиваете отзывы после покупки? Если нет, то сделать это можно с помощью сервиса mneniya.pro
- Вы запрашиваете обратную связь после покупки?
- Вы отправляете письма с рекомендованными товарами? Если нет, то сделать это можно с помощью сервиса retailrocket.ru

Социальные сети

15. Кольцевая реклама в Instagram

- Вы используете кольцевую рекламу в Instagram? Если нет, изучите подробнее об этом здесь: <https://www.facebook.com/business/ads-guide/clicks-to-website/instagram-carousel>
- Вы рассказываете истории для своих клиентов?
- Вы используете видео в Instagram?

16. Таргетинг и ретаргетинг

- Вы используете таргетинговую рекламу в Facebook, Instagram и Вконтакте?
 - Насколько хорошо указаны там интересы вашей целевой аудитории?
- Вы используете ретаргетинг в Facebook, Instagram и Вконтакте? Если нет, тогда установите специальный код и создайте объявления

17. Привлекательный контент

- Вы подписаны на экспертов вашей ниши?
- Вы подписаны на ведущие сайты вашей ниши?
- Вы отслеживаете контент, который интересен вашей аудитории? Если нет, то сделать это можно с помощью сервисов popsters.ru, smmbox.com, buzzsumo.com

18. Конкурсы

- Вы проводите ежемесячные конкурсы в социальных сетях для увеличения подписчиков?
- Вы проводили совместные конкурсы с другими компаниями (магазины, которые не являются вашими конкурентами и имеют вашу целевую аудиторию)? Если нет, найдите партнеров и проведите

Бизнес процессы

19. Воронка продаж

- Вы изучаете данные из аналитики каждую неделю?
- Какая самая посещаемая страница?
- С какой страницы чаще всего уходят люди? Почему? (Это можно узнать в Google Analytics: Меню Аудитория -> Пути пользователей)
- На какую страницу чаще всего приходят? Как можно ее улучшить?
- Вы используете CRM?

20. Стоимость доставки

- У вас есть бесплатная доставка от определенной суммы?
- У вас есть бесплатная доставка для брошенных корзин?

Клиентоориентированность

21. Улучшение обслуживания

- Вы используете службу поддержки для своих клиентов?
- Сотрудники могут принимать независимые решения при обслуживании клиентов?
- Вы используете благодарственные письма от руки?

22. Бонусы

- Вы используете низкокзатратные бонусы в качестве приложения к заказу? Если нет, то подумайте об этом.

Этот чек-лист создан для того, чтобы вы использовали лучшие инструменты и методы для увеличения дохода в своем бизнесе