

БИЗНЕС В ИНТЕРНЕТЕ

Как привлечь клиентов в интернет-магазин?

электронная коммерция



СТЭЛЛА МАРИУС

12+

Стэлла Мариус

Как привлечь клиентов в интернет-магазин?

*http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=50185284
SelfPub; 2020*

Аннотация

Над вопросом "Как привлечь клиентов в интернет-магазин?" владельцу бизнеса необходимо задуматься ещё до самого его создания и открытия. Во многом на данном понимании будет построена структура сайта (интернет-магазина) и предложений. Главное помнить, что само привлечение покупателей всегда основано на разностороннем подходе.

Содержание

Хороший бренд, хорошая цена	5
Маркетинг "из уст в уста"	7
Конец ознакомительного фрагмента.	8

При планировании бизнеса, основанного на продаже товаров или услуг, в настоящее время невозможно игнорировать Интернет как один из маркетинговых инструментов. Есть много предпринимателей, для которых вполне разумно основывать свои продажи на интернет-магазине, в то время как для некоторых этот тип магазина остается лишь еще одним из многих возможных вариантов. Многое, конечно, зависит от характера и отрасли бизнеса. Если специфика продукта позволяет бесплатно распространять его по всей стране и даже за рубежом, то хорошо рекламируемый интернет-магазин может стать успешным источником продаж.

Когда вы уже вложили средства в создание интернет-магазина, то есть готовый инструмент для проведения онлайн-продаж, стоит сразу позаботиться о его продвижении, потому что худшее в бизнесе – пассивное ожидание покупателя. На конкурентном рынке нужно быть в состоянии провзвить себя, чтобы быть замеченным и оцененным.

Хороший бренд, хорошая цена

Есть много способов увеличить количество покупателей в интернет-магазине. Электронная коммерция, то есть все, что связано с электронными продажами, может стать очень четко определенным планом действий. Сама цель в основном очень ясна – увеличение прибыли за счет увеличения количества клиентов. Путь к достижению цели не так прост и очевиден, как выяснили многие владельцы интернет-магазинов. Многие из них допустили основную ошибку – они открыли магазин и стали ждать появления множества покупателей. Во времена высокой конкуренции вы должны предложить потенциальному клиенту предложение, способное заинтересовать его. Однако, прежде чем это сделать, стоит убедиться, что предлагаемые вами товары или услуги хорошего качества, безопасны и конкурентоспособна ли их цена.

Однако недостаточно проявить инициативу к покупателю, поскольку показ ему места – в данном случае интернет-магазина – еще не гарантирует продажу товара или услуги, предлагаемой через магазин. В ситуации, когда потенциальный покупатель попадает на нужную страницу, но обнаруживает, что цена товара слишком высока, или, когда марка и качество вызовут сомнения, магазин может стать страницей так называемых "пустых посещений". Как это предотвратить? Просто сбалансируйте цену с качеством товара или услуги.

Стоит убедиться, что бренд ассоциируется хорошо, а сам продукт собирает хорошие отзывы.

Маркетинг "из уст в уста"

Существует несколько эффективных способов увеличить количество посещений и, следовательно, количество покупателей в интернет-магазине. Одним из них является, например, сарафанный маркетинг. Этот метод основан на том факте, когда потенциальные клиенты распределяют между собой информацию о данном рекламном объявлении, продукте. Но здесь следует понимать, что все действие может происходить двумя способами. Первая, идеальная ситуация – создать такой продукт или такую рекламу, которая начнет жить своей жизнью, то есть маркетинговая акция не требует вложения средств, потому что данное видео, фотография или даже сам продукт являются таким ощущением, что они отправляются в интернет-пользователей по электронной почте, в социальных сетях. Однако вторая версия активного маркетинга потребует больше усилий и усилий. Владелец магазина может поручить рекламной компании или фрилансеру сознательно и намеренно проводить такие действия.

Очень часто используемым методом является организация розыгрыша, который включает, например, размещение ответа на заданный вопрос в комментарии и обязывает пользователя сделать рекламу доступной для своих друзей.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.