

## Úspešný internetový obchod.

V priebehu niekoľkých rokov sa stane prevádzka vlastnej internetovej predajne samozrejmosťou pre každú solídnu obchodnú prezentáciu firiem na internete. V súčasnosti sa môžete na výstavbu Vašej internetovej predajne dívať z dvoch strán.

Ako na:

- novú podnikateľskú aktivitu
- doplnenie ďalšieho predajného kanálu pre váš existujúci sortiment a zároveň oživenie internetovej prezentácie

**Čo urobiť pre to**, aby internetová predajňa nielen **zarábala** na svoju prevádzku, ale tiež prinášala aj zisk. Pri výstavbe vašej predajne na internete si musíte predovšetkým zodpovedať na otázku, **prečo** by mali zákazníci nakupovať práve **u Vás** na internete, a nie klasicky.

Ako urobiť úspešný internetový obchod :

### 1. Zľavy:

- 1.1. *Stále zľavy* – predaj na internete by mal byť pre vás menej nákladný, ako predaj v normálnej predajni. Doprajte preto zákazníkom zľavy. Na každom tovare by mala byť aspoň minimálna zľava
- 1.2. *Mimoriadne zľavy* - určitý tovar by mal byť niekedy zľavnený radikálne, napríklad pravidelná týždenná zľava na vybraný tovar 40 %.
- 1.3. *Osobné zľavy* – zvýhodnite stálych zákazníkov pridelením ich osobnej zľavy.

Toto je veľmi dobrý spôsob ako naučiť zákazníkov chodiť do vašej internetovej predajne. Skúsenosti z iných predajní ukazujú, že to funguje.

**2. Darčeky** – skúste k internetovým objednávkam ponúkať malý darček.

**3. Poštovné** – za každej okolnosti musí zákazník poznať cenu poštovného (doporučene zaslaný tovar), keďže ho platí.

- 3.1. *Zjednodušte* poštovné na čo najmenší počet sadzieb.
- 3.2. *Odpustite* ho zákazníkovi pri určitom objeme.

**4. Čas** doručenia má byť čo najkratší a zákazník by mal vedieť, kedy tovar dostane !!!

**5. Skutočná adresa** vašej firmy (obchodu) musí byť zverejnená a dobre viditeľná. Nemal by tam byť P. O. Box. Je veľmi dobré keď je zverejnený aj telefonický kontakt. Zvýraznite maximálnu ochotu pomôcť vašim zákazníkom aj pri telefonických otázkach.

**6. Vrátenie tovaru** – v našich podmienkach je tento bod zatiaľ dosť diskutabilný, ale v západnej Európe je to jeden z hlavných bodov úspechu spotrebného priemyslu. Zákazník, pri nákupe na internete, nemá možnosť si tovar chytiť, takže sa môže stať, že si vyberie tovar nesprávne prípadne sa mu v skutočnosti nepáči.

**7. Informácie** – ku každému tovaru pridajte čo **najviac** informácií. V tomto bode máte jednoznačný náskok oproti klasickému predaju. Ku knihám pridajte recenzie a úryvky, obálky. K hudobným nosičom môžete pridať zvukové ukážky. K videokazetám videoukážky. A tak ďalej. Fantázii sa medze nekladú.

**8. Sortiment** – *maximálna* ponuka. Práve internetové predajne si môžu dovoliť inzerovať a predávať tovar, ktorý je menej objednávaný, takže jeho predaj sa v štandardnej predajnej sieti nevypláca. Preto sa snažte ponúkať skutočne široký sortiment.

**9. Reklama** – propagujte internetovú adresu vášho obchodu všade kde sa dá.

*Súhrn:* Váš internetový zákazník musí mať istotu, že vo vašej internetovej predajni nakúpi lacno, nájde vždy čo hľadá, ku všetkému nájde najviac informácií práve u vás a objednaný tovar skutočne dostane v sľúbenom termíne.