

# چگونه یک فروشگاه اینترنتی

**موفق** راه اندازی کنیم؟

 amilo digikala



هر آن چیزی که باید از یک فروشگاه اینترنتی موفق بدانید

نویسنده : جاوید گرشاسبی

**همیارو**

یک فروشگاه اینترنتی خوب چه ویژگی هایی دارد؟ شاید سوال خیلی از دوستانی که قصد راه اندازی یک فروشگاه اینترنتی را دارند همین باشد. مطمئن هستم دغدغه بسیاری از افرادی که می خواهند فروشگاه اینترنتی داشته باشند این است که فروشگاه شان دقیقا باید چه شکلی باشد.

چیدمان محصولات به چه شکلی باشد؟ فرایند خرید در فروشگاه اینترنتی آن ها به چه صورتی باشد؟ چه طور باید اعتماد سازی کنند؟ چگونه فروش محصولات خود را افزایش دهند و بسیاری از سوالاتی که هر کسی که قصد راه اندازی یک فروشگاه اینترنتی را دارد در ذهنش مرور می کند.

واقعیت این است که امروزه فروشگاه های اینترنتی خوبی در ایران مشغول به فعالیت هستند و یک جورایی می توان گفت رقابت با آن ها کمی دشوار است. به خاطر همین به راحتی نمی توان یک فروشگاه اینترنتی را بدون در نظر گرفتن مزیت های خاص رقابتی راه اندازی کرد و انتظار داشت در این حوزه رقابتی موفق شد.

از آن جایی هم که راه اندازی یک فروشگاه اینترنتی نسبت به دیگر کسب و کارهای اینترنتی سرمایه بیشتری می خواهد نمی توان بی گذار به آب زد و حتما باید با برنامه ریزی دقیق و هدف مشخصی پا به این عرصه گذاشت.

چون غیر از این باشد صد درصد با شکست مواجه خواهید شد. درست مثل فروشگاه های اینترنتی که میلیاردری هزینه تبلیغات کردند و به جایی هم نرسیدند.

روزانه فروشگاه های اینترنتی زیادی در ایران راه اندازی می شوند ولی چرا هیچ کدام از آن ها دیجی کالا یا بامیلو نمی شوند؟ واقعا چه راضی در پشت پرده این دو فروشگاه اینترنتی برتر ایرانی است؟

مدت ها است که فروشگاه های اینترنتی ایرانی و خارجی زیادی را زیر نظر دارم و تقریبا می توانم بگویم نقاط ضعف و قوت هر یک از آن ها را پیدا کرده ام. در این کتاب الکترونیکی هم قصد دارم ویژگی های یک فروشگاه اینترنتی موفق را با توجه به بررسی های موردی که روی فروشگاه های برتر اینترنتی ایران مثل دیجی کالا و بامیلو داشته ام را عنوان کنم.

در این ای بوک هر آن چیزی که نیاز دارید تا یک فروشگاه اینترنتی موفق را راه اندازی کنید را عنوان می کنم.

## یک فروشگاه اینترنتی موفق چه ویژگی هایی دارد؟

خیلی خوب است که همیشه وب سایت ها و فروشگاه های اینترنتی موفق ایرانی و حتی خارجی را بررسی کنید و با ریز شدن در این کسب و کارها متوجه آن شوید که چه طور موفق شده اند. کاری که دقیقا من انجام داده ام و در ادامه قصد دارم با بررسی هایی که از قبل انجام دادم به طور کلی ویژگی ها و چهارچوب اصلی یک فروشگاه اینترنتی موفق را عنوان و هر کدام را مختصرا توضیح بدهم.

### ۱. فرایند خرید در فروشگاه اینترنتی

اولین چیزی که مهم است و باید به آن توجه ویژه ای داشت راحتی خرید از فروشگاه اینترنتی است. علاوه بر زیبایی و طراحی اصولی فروشگاه اینترنتی باید فرایند خرید محصولات در آن نیز آسان باشد. این چیزی است که دقیقا در فروشگاه های اینترنتی که محصولات

متعددی دارند و روزانه ترافیک بالایی دریافت می کنند باید به خوبی رعایت شود.

چرا که همین مورد باعث می شود مشتریان زیادی برای دفعات بعد، خرید از فروشگاه شما را لذت بخش بدانند و به مرور زمان جزئی از مشتری های دائمی شما شوند.

تا جایی که ممکن است مراحل خرید را کوتاه کنید. با توجه به محصولاتی که ارائه می دهید فقط اطلاعاتی که نیاز دارید را از مشتری بگیرید. سعی کنید عضویت در سایت هنگام خرید را اجباری نکنید و طی چند مرحله اطلاعات تماس افراد را دریافت کنید. مثلا اول نام و نام خانوادگی را از مشتریان دریافت کنید و سپس بعد از نهایی کردن خرید خود، آدرس پستی را از آن ها دریافت کنید.

تصور کنید هنگام خرید محصولی همان ابتدا فرم طولانی را برای عضویت اجباری به مشتریان نشان داده شود! چه اتفاقی می افتد؟ مسلما خیلی از افراد حوصله کافی ندارند و همان لحظه صفحه خرید را ترک می کنند.

## ۲. سیستم اتوماتیک سازی فرایند ها

همانطور که اشاره کردم به خاطر ترافیک بالا در فروشگاه های اینترنتی خیلی از کارها را نمی توان به صورت دستی انجام داد و حتما باید سیستم های اتوماتیکی را طراحی و راه اندازی کنید.

به عنوان مثال بسیاری از افراد هنگام خرید از فروشگاه اینترنتی شما ممکن است مشکلی برایشان پیش بیاید و به دلایل مختلفی هنگام نهایی کردن و پرداخت آنلاین وجه مجبور باشند از ادامه کار دست بکشند.

ممکن است همان لحظه ارتباطشان با اینترنت قطع شود. ممکن است همان لحظه بفهمند در کارت بانکی خود موجودی کافی ندارند! یا ممکن است اصلا سایت شما آن لحظه از دسترس خارج شده باشد.

به همین دلیل بهتر است به چنین افرادی دوباره یادآوری کنید که قرار بود چه کاری را انجام دهند. این مورد هم فقط با سیستم های اتوماتیک امکان پذیر است. باید سیستمی در فروشگاه اینترنتی خود داشته باشید تا به افرادی که با چنین مشکلاتی مواجه شده اند ایمیلی ارسال شود و یادآوری برای خرید محصول مورد نظر شود.

مطمئن باشید روزانه افراد بسیاری ممکن است به دلایل مختلف از خرید محصول خود صرف نظر کنند و از دست دادن این افراد ضرر بسیار بزرگی برای کسب و کار شما خواهد بود. در ادامه در مورد استفاده از سیستم های اتوماتیک سازی فرایند ها در بهبود تجربه کاربری در فروشگاه های اینترنتی بیشتر توضیح خواهیم داد.

### ۳. اعتماد سازی در فروشگاه اینترنتی

شاید باورتون نشود ولی با وجود این همه فرهنگ سازی باز هم من از خرید اینترنتی ترس دارم و زمانی که می خواهم کالایی را از سایتی خریداری کنم می ترسم. خیلی از افراد هستند که دقیقا مثل من هستند و اعتماد سازی برای افرادی مثل من بسیار سخت است.

یکی از مهمترین و کلیشه ای ترین مواردی که باعث اعتماد سازی در فروشگاه های اینترنتی می شود داشتن ای نماد است. داشتن اینماد و دیگر مجوز های موجود و قرار دادن آن در جایی از فروشگاه اینترنتی که در دید عموم باشد بسیار واجب است.

البته اعتماد سازی در فروشگاه های اینترنتی فقط به اینماد و دیگر مجوز ها ختم نمی شود ولی تا حدودی ترس از خرید را در بسیاری از افراد به شدت کاهش می دهد.

سعی کنید لوگوی اسپانسر ها و برند هایی که با آن ها همکاری می کنید را در صفحه اول سایت و قبل از فوتر سایت قرار دهید.

صفحاتی اختصاصی به نام پیگیری سفارشات و ثبت شکایات در منوی اصلی فروشگاه اینترنتی خود قرار دهید تا مشخص شود بی تفاوت به مشتریان خود نیستید و همیشه پیگیر سفارشات و درخواست های آن ها هستید.

قوانین بازگشت وجه و مرجوعی کالا را حتما به طور واضح بیان کنید. طوری از قوانین برگشت کالا ننویسید که مشتریان فکر کنند اصلا گارانتی الکی است و شامل کالای آن ها نمی شود. بعضی وقت ها پیچیدگی در بیان قوانین بازگشت کالا باعث می شود مشتری گیج شود و اعتمادش از فروشگاه اینترنتی مورد نظر سلب شود.

پشتیبان آنلاینی که همیشه پاسخ گو باشد بسیار اهمیت دارد. بسیاری از مشتریان بنا به دلایلی دوست ندارند تماس تلفنی با پشتیبانی داشته باشند. به خاطر همین پشتیبانی که همیشه در



سایت آنلاین باشد و قدم به قدم با مشتریان همراه باشد تا مشکلی یا سوالی برایشان پیش نیاید اعتماد سازی را چندین برابر می کند.

خیلی از مشتریان درست هنگام تسویه حساب سوال برایشان پیش می آید و هنگامی که کسی نباشد پاسخ سوال آن ها را بدهد بلافاصله از تکمیل فرایند خرید خود منصرف خواهند شد.

صفحه تماس با ما و درباره ما را به صورت کامل و دقیق طراحی کنید. در صفحه تماس با ما دقیقا مشخص کنید برای چه کاری باید با چه واحد و یا بخشی تماس گرفته شود. در صفحه درباره ما تیم خود را معرفی کنید و تعداد کارکنان و بیو گرافی هر کدام را بنویسید و حتما مشخصات دقیق محل شرکت خود را نیز بنویسید.

#### **۴. صفحه اصلی فروشگاه اینترنتی**

هدف اصلی همه ما در فروشگاه اینترنتی هدایت بازدید کننده به صفحات خرید محصول است. یکی از نکاتی که در صفحه اصلی فروشگاه اینترنتی خود باید حتما به آن توجه کنید قرار دادن محصولات پر فروش، پیشنهاد های ویژه، جدیدترین محصولات و محصولات تخفیف دار است.

موارد ذکر شده را می توانید در قالب اسلاید شو بالای فروشگاه اینترنتی خود قرار دهید. البته که وجود اسلاید شو در فروشگاه اینترنتی بسیار مهم است. تصاویری که در اسلاید شو قرار می گیرد باید بسیار حرفه ای و ترغیب کنند همراه با CTA فوق العاده باشند.

The screenshot displays a website interface with several promotional banners and product listings. At the top, there are two banners: one for 'کد تخفیف: APL306' (Discount Code: APL306) for a 30% discount on purchases over 300,000 Toman, and another for '30 هزار تومان تخفیف' (300,000 Toman discount) for purchases over 300,000 Toman. Below these, there's a banner for a sofa with a '20% تخفیف تا' (20% discount up to) offer. A central banner features the text 'سازو، حال نو' (Sazoo, New Mood) and 'با لوازم نو' (with new accessories), with a price tag of 177,270. To the right, a smartphone listing for 'گوشی موبایل سامسونگ مدل SM-N950FD' (Samsung SM-N950FD mobile phone) is shown with a price of 3,999,000 Toman. At the bottom, there's a listing for 'هارد اکسترنال سیگیت مدل Backup Plus Slim ظرفیت 1 ترابایت' (Seagate Backup Plus Slim 1TB external hard drive) with a price of 275,258 Toman. A navigation bar at the bottom includes categories like 'پخت و پز برقی', 'دیجی استایل', 'پیش فروش galaxy s9', 'گجت های آشپزخانه', and 'فروش ویژه فرش'.

برای ورود به دسته بندی ها بنرهای جذابی طراحی کنید و در میانه صفحه اصلی فروشگاه اینترنتی خود قرار دهید. درست مثل دیجی کالا و بامیلو که بنرهایی برای دسته بندی های خود به صورت نا منظم همراه با دعوت به اقدام های جذاب قرار داده اند.

<p>۹۷</p> <p>عطر منتخب برای شما</p> 	<p>۹۷</p> <p>وسیله ای ضروری در جعبه ابزارتان</p> 	 <p>انواع پوشاک مردانه و زنانه برند Hata Fashion با خرید ۱۰۰ هزار تومان ۳۰ هزار تومان هدیه بگیرید کد تخفیف sv_hata_eydbml</p> <p>تا ۸۰%</p>
 <p>پوشاک مردانه و زنانه RNS ۲۵ هزار تومان تخفیف برای خرید های بالای ۱۰۰ هزار تومان کد تخفیف sv_rns_eydbml</p> <p>تا ۲۵%</p>	<p>۹۷</p> <p>کالای برتر ورزشکاران</p> 	 <p>کالای برتر برای خانم ها</p> <p>۹۷</p>
	<p>۹۷</p> <p>کالای برتر برای آقایان</p> 	

در فوتر فروشگاه اینترنتی خود نماد ها و منوهای ضروری که باید در معرض دید بازدید کنندگان قرار داشته باشد را قرار دهید. دقیقا همان مواردی که مربوط به اعتماد سازی است. منوهای با عنوان: سیاست های حریم خصوصی، سوالات متداول، راهنمای خرید از سایت، پیگیری سفارشات، تماس با ما، درباره ما و ...

## فوتر سایت بامیلو:



The screenshot shows the footer of the Bamiloo website. It features the Bamiloo logo on the left, a list of social media icons (Instagram, Twitter, Telegram, Facebook, LinkedIn, YouTube) in the center, and a list of services on the right. The services listed include 'سوال‌های متداول' (Frequently Asked Questions), 'راهنمای انتخاب سائز' (Size Selection Guide), 'شرایط حمل و تحویل کالا' (Shipping and Delivery Conditions), 'شرایط استفاده از کوپن تخفیف' (Discount Coupon Usage Conditions), and 'سیاست حفظ حریم خصوصی' (Privacy Policy). Below the social media icons, there is a button for 'دانلود اپلیکیشن بامیلو را دانلود کنید' (Download the Bamiloo app) and a 'Download on the SibApp' logo.

## فوتر سایت دیجی کالا:



The screenshot shows the footer of the Digikala website. It features a navigation bar at the top with contact information: 'info@digikala.com', 'سوال‌های متداول', 'پیگیری سفارش', and '۰۲۱ - ۶۱۹۳۰۰۰۰'. Below this, there are several icons representing services: 'تحویل اکسپرس' (Express Delivery), '7 روز ضمانت بازگشت' (7-day Return Guarantee), 'پرداخت در محل' (Cash on Delivery), 'تضمین بهترین قیمت' (Best Price Guarantee), and 'ضمانت اصل بودن کالا' (Authenticity Guarantee). The main content area is divided into three columns: 'خدمات مشتریان' (Customer Services), 'راه‌های خرید از دیجی کالا' (Ways to Buy from Digikala), and 'تضمین بهترین قیمت' (Best Price Guarantee). The 'خدمات مشتریان' column lists 'پاسخ به پرسش‌های متداول', 'رویه‌های بازگرداندن کالا', 'شرایط استفاده', and 'حریم خصوصی'. The 'راه‌های خرید از دیجی کالا' column lists 'ثبت سفارش', 'رویه‌های ارسال سفارش', 'شیوه‌های پرداخت', and 'معرفی دیجی بن'. At the bottom, there are logos for 'SibApp' (iOS), 'کافه بازار' (Kafayaz), and social media icons for Telegram, Facebook, and Twitter.

همچنین کار جالبی که دیجی کالا انجام داده است با توجه به بازدید های قبلی مشتریان از محصولات مورد علاقه شان آن ها را دوباره در معرض دیدشان قرار می دهد. مثلا شما با مراجعات قبلی خود به دیجی کالا از یک سری از محصولات صوتی تصویری دیدن کرده اید با ورود دوباره به سایت دیجی کالا دوباره دیدن آن محصولات به شما پیشنهاد داده می شود. این سیستم هم به فروش بیشتر محصولات در فروشگاه اینترنتی کمک بسیاری می کند.

کالاهایی که دیده‌اید



هدفون پایونیر مدل - SE  
MJ722T



تلویزیون اولد هوشمند ال  
جی مدل OLED65C7GI سایز  
65 اینچ



هدفون جی بی ال مدل  
T450BT



هدفون جی بی ال مدل  
E55BT

## ۵. صفحات فرود در فروشگاه اینترنتی

به نظر من هر وب سایتی با هر موضوعی باید از صفحه فرود استفاده کند. صفحه فرود هر صفحه ای است که بازدیدکننده را تبدیل به سر نخ کند. منظور همان جذب کاربر و تبدیل آن به مشتری است.

بر خلاف خیلی از دوستان که فکر می کنند برای فروشگاه اینترنتی نمی توان صفحات فرود طراحی کرد من به شما می گویم می شود، خوب هم می شود. به پاپ آپ بامیلو که در سایت چطور قرار داده است خوب توجه کنید.

دانلود  
کتاب رایگان  
+  
تخفیف  
هزار  
تومان

گناه نابخشودنی  
در انتخاب لباس برای آقایان  
بامیلو



برای دریافت کد تخفیف و لینک دانلود ایمیل خود را وارد کنید.

ایمیل را وارد کنید

آقا هستم

خانم هستم

یا



چنانچه Gmail دارید بر روی این دکمه کلیک کنید.

بامیلو با همکاری سایت چطور لندینگ پیجی از نوع پاپ آپ طراحی کرده و از طریق آن کتاب چه ای راهنما برای انتخاب لباس برای آقایان تهیه کرده است و از طریق آن اطلاعات تماس افراد زیادی را در روز دریافت می کند. خب مسلما از آنجایی که بامیلو یک فروشگاه اینترنتی دارای کالاهای مختلف از جمله پوشاک آقایان است چنین کاربرانی قطعا به دردش می خورند.

همیارو

این نمونه را به شما نشان دادم تا فکر نکنید چون فروشگاه اینترنتی شما دارای کالاهای فیزیکی است نمی توانید هدیه ای به کاربرانان در ازای دریافت اطلاعات تماس شان بدهید.

البته برای دریافت اطلاعات تماس بازدید کنندگان در یک فروشگاه اینترنتی راه های زیادی وجود دارد. یکی از عمده ترین آن ها لندینگ پیج های ارائه کدهای تخفیف است. ولی چیزی که خیلی مهم است تفکیک جنسیت در دریافت اطلاعات تماس بازدید کنندگان است. اگر اجناسی خاص برای خانم ها و یا آقایان می فروشید حتما این نکته را رعایت کنید.

بارها پیش آمده برای من آفرهای لوازم آرایشی بانوان از طرف بامیلو آمده است! و این یعنی شکست در ایمیل مارکتینگ به مرور زمان!

برای طراحی صفحات فرود در فروشگاه اینترنتی بهتر است جزئیاتی که باعث حواس پرتی کاربر می شود را حذفشان کنید. برای درک بهتر این قضیه بهتر است به لندینگ پیج های بامیلو و دیجی کالا نگاهی بیاندازید. صفحات اختصاصی و بدون داشتن منو را برای صفحات فرود خود طراحی کرده اند و این مورد قطعاً باعث افزایش نرخ تبدیل خواهد شد.

## ۶. دسته بندی محصولات

هر فروشگاه اینترنتی باید دسته بندی دقیقی از محصولات خود را ارائه کند. دسته بندی محصولات بهتر است به صورت مجزا برای دسته ای از محصولات باشد. معمولا دسته بندی محصولات یک فروشگاه بهتر است با نام برند آن محصول مجزا شود. مثل دسته بندی تلویزیون بهتر است با برند های ای جی و سامسونگ و دیگر برند ها مجزا باشد.

بسته به نوع کالا ها سعی کنید با دسته بندی های خاص کاربران را برای رسیدن به هدف اصلی خود راهنمایی کنید. مثل دسته بندی بر اساس نوع برند، سایز یا رنگ بندی و بازه قیمت، بهترین کار برای این است که کاربر زودتر محصول مورد نظر خود را پیدا کند.

سعی کنید از تکنولوژی ای-جکس درست مثل دیجی کالا برای دسته بندی های فروشگاه اینترنتی خود استفاده کنید. البته از تکنولوژی هایی که گوگل بهتر درک شان می کند استفاده کنید تا سئو صفحات فروشگاه اینترنتی شما به مشکل بر نخورد.



## ۷. صفحه محصولات در فروشگاه اینترنتی

یکی از مهمترین قسمت ها در یک فروشگاه اینترنتی صفحه محصولات است. صفحه محصولات باید دارای توضیحات دقیق از محصول مورد نظر باشد. سعی کنید مزیت ها و ویژگی های خاص و اصلی محصول خود را با استفاده از بولت (نقطه های تو پر) مشخص کنید.

تا جایی که امکان دارد توضیحات کامل و مفصلی را در مورد کالای خود ارائه دهید. البته اول توضیحات کوتاه را نشان دهید و سپس با استفاده از دکمه "اطلاعات بیشتر" توضیحات کاملتری را به مشتریان ارائه دهید.

اگر محصول شما با دیگر محصولات قابل مقایسه هستند حتما قسمت مقایسه ای از آن ها را در صفحه محصول خود قرار دهید. قسمت نظرات و پرسش و پاسخ مربوط به محصول مورد نظر باید فعال باشد. بسیاری از مشتریان فقط با دیدن نظرات مشتریان راضی دستشان به سمت دکمه خرید می رود.

اگر محصول شما گارانتی خاصی از شرکتی دارد حتما آن را ذکر کنید.  
اگر محصول شما هدیه ای دارد حتما آن را به کاربر در همان صفحه نشان دهید.

اگر محصول شما تخفیف خاص و محدودی دارد بهتر است آن را به صورت شمارش معکوس در همان صفحه نشان دهید. چرا که این کار باعث می شود کاربران بیشتری ترغیب به خرید آن محصول شوند.  
محصولاتی که مکمل و مرتبط به محصول مورد نظر کاربر هستند را به او نشان دهید. بهتر است بعد از این که کاربر محصول مورد نظرش را به سبد خرید اضافه کرد محصولات مرتبط را به او پیشنهاد دهید.

پرفروش‌های جی بی ال



هدفون جی بی ال مدل T110  
82,900 تومان



هدفون بی سیم جی بی ال مدل MS-881C  
39,000 تومان



هدفون بلوتوثی جی بی ال مدل T110BT  
214,000 تومان



هدفون جی بی ال مدل T290  
139,900 تومان  
475,000

خریداران این محصول ، محصولات زیر را هم خریده اند



چراغ خواب

دستبند چرمی کهن چرم مدل BR93  
55,000 تومان  
78,000



قهوه اسپرسو لامبورگینی مدل BLACK  
175,000 تومان  
200,000



قاب عکس گالری کامران مدل 01KH14 سایز 9...  
33,000 تومان



R سایز 130x40 سانتی...  
! تومان  
700

همیاروب

تصاویر محصولات بسیار مهم هستند. یکی از آیتم های جذب مشتری در فروشگاه اینترنتی تصاویر محصول است. سعی کنید از تصاویر واقعی در زوایای مختلف در صفحه محصولات خود استفاده کنید. جا به جایی تصاویر را آسان کنید تا هر کاربری به آسانی بتواند محصول مورد نظر خود را به صورت کامل بررسی کند. درست مثل دنیای واقعی!

دکمه های افزودن به سبد خرید و تسویه حساب باید کاملا واضح و در معرض دید باشند.

**نکته مهم :** نواری با عنوان گارانتی بازگشت وجه، تحویل فوری، ضمانت اصل بودن کالا، پرداخت وجه در محل به صفحه محصولات خود اضافه کنید تا اعتماد سازی در لحظه خرید قطعی شود.

---

پرداخت در محل  تحویل اکسپرس  ضمانت اصل بودن کالا  تضمین بهترین قیمت  ۷ روز ضمانت بازگشت 

## ۸. بهبود تجربه کاربری در فروشگاه اینترنتی

یکی از مهمترین کارها فراهم کردن محیطی امن برای خریدی لذت بخش است. باید کاری کنید تا مشتری قبل از خرید و حتی بعد از خرید از فروشگاه شما خوشحال و راضی باشد. باید کاری کنید که دوباره میل داشته باشد از محصولات فروشگاه اینترنتی شما استفاده کند. نکات زیادی در بهبود تجربه کاربری وجود دارد که به اختصار به نمونه ای از آن ها اشاره خواهیم کرد.

### ریسپانسیو بودن فروشگاه اینترنتی

هر زمانی که به گوگل آنالیتکس سایتم سری می زنم به قسمت تکنولوژی نگاهی می کنم و متوجه آن می شوم که تقریباً ۴۰ درصد از بازدید کنندگان سایتم کاربران موبایلی هستند. اینکه فروشگاه اینترنتی شما باید ریسپانسیو باشد مسئله بسیار مهمی است.

کاربران موبایلی زیادی ممکن است در روز از فروشگاه اینترنتی شما بازدید کنند و تغییر صفحات فروشگاه اینترنتی شما در دستگاه های موبایلی بسیار حائز اهمیت است. اگر غیر از این باشد مطمئن باشید مشتریان بسیار زیادی را در روز از دست خواهید داد.

سعی نکنید نسخه جداگانه ای برای کاربران موبایلی درست کنید و برای آن ها نسخه دیگری از فروشگاه تان را نمایش دهید. باید فروشگاه اینترنتی خود را برای تمام دستگاه ها بهینه کنید. اینکه صفحه ای با آدرس Mobile / درست کنید به سئو سایت تان بسیار لطمه وارد می کند. این دقیقا اشتباهی است که بامیلو انجام داده است.

### سرعت بارگذاری فروشگاه اینترنتی

سرعت بارگذاری صفحات فروشگاه اینترنتی بسیار مهم است. به خصوص برای وب سایت هایی که ترافیک بالایی در روز دارند. اگر سرعت بارگذاری و جست و جو در فروشگاه اینترنتی شما کند باشد قطعا مشتریان زیادی از خرید محصولات شما منصرف خواهند شد. امروزه تعداد کاربران کم حوصله در اینترنت زیاد شده اند و باید بیش از پیش به فکر آن ها باشید.

سایت آمازون اعلام کرده بود به ازای هر ۱۰۰ میلی ثانیه تاخیر در بارگذاری صفحات یک درصد از فروشش کاهش می یابد.

## استفاده از ایمیل های شگفت انگیز

ابتدای ای بوک به سیستم های اتوماتیک سازی فرایند ها اشاره ای کردم. هم اکنون قصد دارم در مورد بهبود تجربه کاربری توسط ایمیل های شگفت انگیز صحبتی داشته باشم.

بسیاری از مواردی که تا الان ذکر شده ممکن است بسیار هزینه بر باشد ولی باید بگویم واقعا ارزشش را دارد. به عنوان مثال سیستمی طراحی کنید تا افرادی که سبد های خرید سنگین خود را (بر اساس قیمت) به هر دلیلی رها کرده اند را با ایمیلی دوباره شگفت زده کنید. برای این افراد به صورت اتوماتیک ایمیلی با ۲۰ درصد تخفیف ارسال کنید.

یا از ایمیل های بیش فروشی استفاده کنید. به عنوان مثال برای فردی که لپ تاپی خریده است پیشنهاد های مکمل ایمیل کنید. مثلا کیف لپ تاپ یا فن خنک کننده لپ تاپ. توجه داشته باشید که سیستم شما باید طوری عمل کند که بعد از رسیدن محصول به دست فرد برای او ایمیل بیش فروشی ارسال شود. احتمالش بسیار بالا است فردی که لپ تاپ ۳ میلیون تومانی را خریده است یک فن ۵۰ هزار تومانی هم بخرد!

بهتر است از فرصت ها به خوبی استفاده کنید. چند وقت پیش ایمیلی از طرف بامیلو دریافت کردم که پکیج کاملی برای زلزله و روزهای بحرانی پیشنهاد داده بود. بامیلو از زلزله های اخیر استفاده کرده بود و پکیجی رو با وسایل ضروری هنگام زلزله آماده کرده بود. مثلا جادر خواب و هر آن چیزی که بعد از زلزله به آن احتیاج داریم!



شما هم می توانید برای مناسب های خاص کمپین های هوشمندانه ای راه اندازی کنید. مثلا برای روز مادر، روز پدر، روز ولنتاین و ... پیشنهاد ها و آفر های ویژه ای از طریق ایمیل ارائه دهید.

در کل باید ایمیل های منحصر به فردی داشته باشد. برای هر خریدار باید ایمیلی ارسال شود و از او بابت اعتمادی که به شما کرده است تشکر شود. همچنین در ایمیل مورد نظر عنوان کنید که سفارش وی در حال بسته بندی و ارسال است و از بابت اینکه به زودی محصول سفارش داده شده اش به دستش می رسد اطمینان خاطر داشته باشد.

چنین ایمیل هایی حس خوبی به مشتری منتقل می کند و علاوه بر برند سازی باعث می شود او به یک مشتری وفادار تبدیل شود.

### آموزش خرید محصولات

آموزش کاملی از نحوه خرید محصولات از فروشگاه اینترنتی تان تهیه کنید و در منو های اصلی و همچنین صفحه محصولات قرار دهید. آموزش فرایند خرید محصولات از فروشگاه اینترنتی باید به طور کامل باشد. نباید فقط به اضافه کردن محصول به سبد خرید و تسویه حساب اشاره کنید.



بلکه در واقع طوری باید آموزش خود را تهیه کنید که تمام جوانب یک خرید خوب از سایت را پوشش دهد. مثلا در آموزش خود نحوه جست و جوی پیشرفته در سایت از طریق دسته بندی محصولات تا رسیدن به هدف اصلی مشتری را توضیح دهید.

## پاسخ به سوالات متداول

پاسخ به سوالات احتمالی کاربران در بهبود تجربه کاربری و جلب اعتماد بیشتر بسیار تاثیر گذار است. برای اینکه لیستی از سوالات متداول درست کنید و به آن ها پاسخ دهید کافی است خودتان را جای مشتریان تان بگذارید و سوالاتی را که فکر می کنید ممکن است برای آن ها بوجود آید را طرح کنید و به آن ها پاسخ دهید.

همچنین می توانید به ایمیل های دریافتی از مشتریان و کاربران فروشگاه اینترنتی خود سری بزنید. مطمئن باشید آن جا سوالات بسیاری را می توانید پیدا کنید و به آن ها پاسخ دهید.

برای درک بهتر کافی است به سوالات متداول فروشگاه دیجی کالا نگاهی بیاندازید.

## ثبت و پیگیری سفارش

1- دوست داریم از دیجی کالا خرید کنیم، اما هنوز کاملاً به خرید اینترنتی اعتماد نداریم، چگونه مطمئن باشیم که پس از خرید، کالا به دست من می‌رسد؟  
**پاسخ:** علاوه بر سابقه، تجربه و محتوای غنی وب سایت دیجی کالا، دارا بودن نماد اعتماد الکترونیکی دو ستاره به این کسب و کار رسمیت و اعتبار می‌بخشد. پس از بررسی فروشگاه اینترنتی و تطابق نحوه عملکرد آن با قوانین، اعطا می‌شود و کسب و کار اینترنتی دارای نماد به صورت مداوم تحت بررسی این سازما روی نماد از جعلی نبودن آن اطمینان پیدا کنید.  
همچنین دیجی کالا با سابقه سال‌ها فعالیت و تحویل موفق سفارش‌ها به بیش از صدها هزار مشتری و ارائه خدمات مورد انتظار مشتریان، سابقه درخشان مشتریان، نهادهای نظارتی و زنجیره‌های عرضه کالا شناخته شده است. بنابراین با خیال آسوده سفارش خود را ثبت کنید و از خدمات منحصر به فرد دیجی کالا

2- آیا برای خرید از دیجی کالا، حتماً باید در سایت عضو باشیم؟

**پاسخ:** بله، با این که بدون وارد شدن به سایت می‌توانید یک کالا را به سبد خرید اضافه کنید، اما برای انجام مراحل بعدی خرید و ثبت سفارش باید با حساب یا عضویت در دیجی کالا می‌توانید:  
- سریع‌تر و ساده‌تر خرید کنید  
- به سادگی سوابق خرید و فعالیت‌های خود را مدیریت کنید  
- لیست علاقمندی‌های خود را بسازید و تغییرات آنها را دنبال کنید  
- نقد، بررسی و نظرات خود را با دیگران به اشتراک گذارید  
- در جریان فروش‌های ویژه و قیمت روز محصولات قرار بگیرید

## چند نکته اضافی و مهم:

سعی کنید تعداد افرادی که تا این لحظه محصول مورد نظر را خریده اند را در صفحه محصول نشان دهید. همچنین تعداد باقی مانده از محصول فوق در انبار هم نشان دهید. هر دو موارد باعث افزایش فروش محصولات می‌شود.

اگر محصولی در انبار موجود نیست سعی کنید از دید کاربران پنهانش کنید. زمانی که کاربر سعی می‌کند محصول مورد نظر خود را با جست و جو در فروشگاه اینترنتی شما پیدا کند و به محض دیدن با کلمه "ناموجود است" مواجه شود، مسلماً حس بدی به او منتقل می‌شود.

زمانی که محصولی را در انبار موجود ندارید سعی کنید محصولات جایگزین و مرتبطی به مشتریان پیشنهاد دهید.

قیمت بسته بندی و هزینه پست را با قیمت اصلی محصول یکی کنید. تا جایی که براتون مقدور است هزینه های اضافی را از دید کاربر پنهان کنید. بسیاری از سبد های خرید توسط مشتریان با توجه به هزینه های اضافی در مرحله آخر خرید رها می شوند.

## جمع بندی و سخن آخر

در این ای بوک سعی کردم تمام ویژگی های یک فروشگاه اینترنتی موفق را با بررسی فروشگاه های اینترنتی منتخب ایرانی یعنی دیجی کالا و بامیلو عنوان کنم. مطمئن باشید اگر بتوانید تمام مواردی که در این ای بوک عنوان کردم را به خوبی در فروشگاه اینترنتی خود پیاده سازی کنید تا حدود زیادی موفق خواهید شد.

البته همانطور که اشاره کردم بسیاری از مواردی که به آن ها اشاره شد هزینه های زیادی را در بر دارد و باید به تیم برنامه نویسی تان محول شود. ولی واقعا ارزش این را دارد که به یکی از موفق ترین فروشگاه های اینترنتی های ایران تبدیل شوید.

سیستم های هوشمندانه و پیچیده زیادی در فروشگاه های اینترنتی دنیا در حال اجراست که با توجه به بکارگیری آن ها فروش های نجومی می توان ایجاد کرد.

به عنوان مثال فروشگاه آمازون سیستمی دارد با توجه به جنسیت و نوع پرسونای فرد مورد نظر می تواند محصولاتی را به او پیشنهاد دهد که به آن ها علاقه مند است. درست مثل چیزی که در گوگل آنالیتکس می توانید بررسی کنید. البته تا حدودی درست است و می توان گفت چنین ویژگی در یک فروشگاه اینترنتی فوق العاده است.

اگر توجه کرده باشید در فروشگاه اینترنتی بامیلو به هیچ وجه به چنین چیزی توجهی نشده است و شما هر بار به این فروشگاه اینترنتی مراجعه می کنید پلن مربوط به پیشنهاد های ویژه لباس زیر زنانه همیشه در معرض دید همگان است!

امیدوارم از این ای بوک استفاده کافی را برده باشید. فرصت نشد به خیلی چیزها از جمله تولید محتوا در فروشگاه اینترنتی صحبت کنم و خیلی از موارد را خلاصه وار به آن ها اشاره کردم. ممنون از اینکه تا انتهای این ای بوک هم همراه من بودید.

از شما دوستان عزیز درخواست می کنم برای دریافت آموزش های بیشتر در حوزه دیجیتال مارکتینگ به وب سایت ما یعنی "همیاروب" مراجعه کنید. کافی اسم همیاروب را در گوگل جست و جو کنید تا سایت ما را پیدا کنید.

**اگر این ای بوک را دوست داشتید آن را به اشتراک بگذارید**