



El. prekybos vadovas

Pasiekite kitą savo el. prekybos tikslą



Įvadas

Jei užsiimate el. prekyba ir pildote savo pirmąsias virtualias lentynas bei skverbiatės į naujas tarptautines rinkas, laukiančiame kelyje gausu galimybių.

1,4 trln. USD

tikėtinas el. prekybos augimas iki 2025 m.¹

4,6 mlrd.

internetu perkančių žmonių skaičius 2024 m., 34 % augimas nuo 2020 m.²

77 %

tiesiog interneto naudotojų pasaulyje perka internetu kas mėnesį³

Sukūrėme šį vadovą, kad padėtume jums išsiskirti šioje įdomioje ir konkurencingoje aplinkoje. Jis suskirstytas į penkis lengvai perskaitomus skyrius: galite skaityti nuo pradžios iki pabaigos arba gilintis į konkrečius skyrius naudodami patogius spalvotus mygtukus.

**El. prekyba yra ateitis.
Todėl ženkite tolimesnius žingsnius!**

Šiame dokumente pateikta informacija nėra teisinė, mokestinė, finansinė ar prekybinė rekomendacija. Tai tėra bendra su verslu ir komercija susijusi informacija. Čia pateikiamas turinys, informacija ir paslaugos nepakeičia kompetentingo specialisto, pvz., licencijuoto advokato, teisės paslaugų įmonės, buhalterio ar finansininko konsultacijos.

Pastaba: kai nėra vietinės nuorodos versijos, būsite nukreipti į anglšką puslapio versiją arba pradinės šalies versiją.

1. [Euromonitor International](#) 2. Statista, Digital Marketing Outlook, Sept 2020 3. We Are Social/Hootsuite

Turinys

1. El. prekybos veiklos pradžia	P03
2. Sutvarkykite savo parduotuvę	P07
3. Išsiaiškinkite išlaidas	P12
4. Ugdykite klientų lojalumą	P18
5. Atverkite duris į naujas rinkas	P23

Skyriaus mygtukas

GALIMYBĖS

Atraskite naujas galimybes tyrinėdami ir analizuodami

KITAS LYGIS

Gaukite idėjų, kaip patobulinti savo pasiūlymus ir sparčiau pasiekti tikslą

VEIKSMAI

Atlikite praktinius veiksmus, padedančius kurti verslą

NUOMONĖ

Pasinaudokite mūsų žiniomis, kurios padės priimti tinkamus sprendimus

1 skyrius.

El. prekybos veiklos pradžia

Ankstyvuosiuose etapuose aiški strategija, rinkos supratimas ir logistikos organizavimas gali jūsų interneto verslui suteikti didelės naudos.

GALIMYBĖS

Kodėl el. prekyba? Kelių kanalų efektas

El. prekyba yra susijusi su patogumu. Sklandus vartotojų pasiekiamumas keliais kanalais, optimizavus savo svetainę visuose įrenginiuose, gali el. prekyboje padėti išsiveržti į priekį.

90 %

Klientų išsaugojimo rodikliai yra **90 %** aukštesni naudojant kelis kanalus⁴

13 %

Vidutinė užsakymo vertė yra **13 %** didesnė naudojant kelis kanalus, lyginant su tuo kai naudojamas vienas kanalas⁴

2,5 karto

Pirkimo dažnumas yra **2,5 karto** didesnis naudojant kelis kanalus, lyginant su tuo kai naudojamas vienas kanalas⁴

4. „Omnisend“

VEIKSMAI

Planavimo galia

Jūsų verslo planas neturi būti 50 puslapių apimties arba iškaltas akmenyje. Šiandieninėje, greitai kintančioje el. prekybos aplinkoje naudinga sugebėti greitai persiorientuoti. Štai čia keletas svarbių dalykų, kuriuos galite įtraukti į planą:

- **Tikslinė rinka:** kas yra jūsų klientai ir kuriose šalyse jie gyvena? Ar juos lengva pasiekti siunčiant į užsienį? (Daugiau apie siuntimą į užsienį skaitykite [3 skyriuje](#))
- **Rinkodara ir pranešimai:** kaip ketinate pasiekti savo auditoriją ir kurti prekės ženklą?
- **Finansinės perspektyvos:** planuokite numatomas išlaidas, pardavimus ir pelną
- **Gairės ir tikslai:** ko pasieksite ir įvykdysite per mėnesį, šešis mėnesius, metus?
- **Komanda ir ištekliai:** pagalvokite apie komandos narius, partnerius ir tiekėjus

Daug verslo plano šablonų galite rasti internete ir daugelis jų yra nemokami. Patyrinėkite ir raskite sau tinkamą.

Pavyzdžiui, [šis šablonas iš „Shopify“](#) yra nemokamas, išsamus ir lengvai užpildomas.

NUOMONĖ



„ShippyPro“ patarimai norint naudotis keliais kanalais

Naudojantis keliais kanalais galima lengviau pasiekti klientus ir išnaudoti galimybes. Štai čia keletas „ShippyPro“ patarimų, kaip sukurti sėkmingą, keleto kanalų strategiją.

- 1 **Suderinkite technologijas:** sujunkite skirtingas platformas ir investuokite į vieną patikimą užsakymų valdymo sistemą, kad žinotumėte, kas vyksta kiekviename etape ir matytumėte likučius bei siuntas.
- 2 **Išsiaiškinkite klientų poreikius:** paprašykite pirkėjų atsiliepimų, kad geriau suprastumėte jų poreikius ir lūkesčius. Išanalizuokite jų elgesį savo interneto svetainėje ir pakeiskite strategiją atsižvelgdami į rezultatus.
- 3 **Pažinkite rinką:** panagrinėkite konkurenciją pasauliniu mastu. Tyrinėkite įmones, siūlančias tokius pačius produktus kaip jūs, o taip pat ir įmones užimančias didesnę rinkos dalį. Taip suprasite, kaip reikia koreguoti strategiją, kad neatsiliktumėte arba pralenktumėte.

Francesco Borghi, „ShippyPro“ vadovas

VEIKSMAI

Pasiruoškite išplėsti savo tiekimo grandinę

Sklandžiai veikianti tiekimo grandinė yra sėkmingo internetinio verslo esmė. Štai keletas svarbių dalykų, į kuriuos galbūt norėsite atsižvelgti kurdami savo verslą.



Vietinės ir tarptautinės gamybos pranašumai bei trūkumai

Vietinė gamyba gali reikšti mažesnes pristatymo išlaidas, bet tarptautinis tiekimas suteikia didesnę įvairovę. Išnagrinėkite savo verslo modelį, kad pasirinktumėte sau tinkamiausią variantą.



Tvirti ryšiai su tiekėjais

Geri santykiai su tiekėjais suteikia daug pranašumų - nuo gerų kainų pasiūlymų iki mažesnio vėlavimo. O tai padeda pasiekti skaidrumas, atviras bendravimas ir kultūrinių skirtumų suvokimas.



Išnaudokite naujausias tiekimo grandinės technologijas

Tiekimo grandinės programinė įranga sukurta tam, kad jūsų veikla visuose etapuose - nuo likučių iki pardavimų, būtų harmoninga. Ji supaprastinta procesus, kas suteikia ramybę, o jūs tuo tarpu galite daugiau laiko skirti savo prekės ženklo vystymui.



Analizuokite norėdami tobulėti ir diegti naujoves

El. prekybos analizė suteikia įvairių įžvalgų: nuo pirkėjų veiksmų jūsų svetainėje iki sėkmingiausio turinio kūrimo. **(Sužinokite daugiau [4 skyriuje](#))**



Apsvarstykite bendradarbiavimą su trečiosios šalies logistikos paslaugų teikėju (3PL)

3PL paslaugų teikėjai siūlo didelės apimties, dažnai vieno langelio tipo sprendimus, skirtus pakavimui, sandėliavimui, transportavimui ir užsakymų vykdymui. Tai padeda taupyti lėšas ir laiką. Suteikia galimybę plėsti apimtį, didina klientų pasitenkinimą ir suteikia lengvą grąžinimą.



Pasirinkite patikimą logistikos paslaugų teikėją

Sklandi logistika gali nulemti jūsų verslo sėkmę. Naudodamiesi patikimu paslaugų teikėju galite pristatyti taip, kad gautumėte teigiamų atsiliepimų, kas lems pirkėjų grįžtamumą. O taip pat lengvai galite siųsti ir į užsienį. „[FedEx turi daug el. prekybos sprendimų](#)“, kurie gali patenkinti jūsų poreikius: nuo pristatymo kitą dieną, nustatytu laiku iki lanksčių pristatymo galimybių ir integruotų siuntimo sprendimų.

**KITAS LYGIS**

Tobulinkite savo rinkodaros strategiją

Be abejo, jūsų verslo plane yra daug išsamios informacijos apie rinkodarą ir apie tai, kaip ketinate reklamuotis bei didinti pardavimus. Tačiau ką dar galite padaryti?

- **Rimtai žiūrėkite į socialinius tinklus: 53,6 % pasaulio populiacijos** naudoja socialinius tinklus.⁵ Išnaudokite mokamos reklamos galimybes naudodami „Google Ads“, „Microsoft Advertising“ ir „Facebook Ads“, o taip pat naudokitės „Facebook“, „Instagram“ ir „Twitter“ teikiamomis galimybėmis.

Skirkite laiko jūsų verslui tinkamiausių internetinių platformų tyrinėjimui.⁶ Pavyzdžiui, „LinkedIn“ populiariausia B2B segmente. – **Net 96 % B2B vystytojų** naudoja „LinkedIn“ socialinei rinkodarai, o tuo tarpu net **97 % B2C įmonių** naudoja „Facebook“.⁷

- **Apsvarstykite "lūpų į lūpas" rinkodarą: 90 % žmonių** labiau linkę pasitikėti prekės ženklu, kuris buvo rekomenduotas net ir nepažįstamo žmogaus!⁸ Tokia reklama paprastai pasklinda natūraliai, jeigu jūsų produktas yra geras ir gauna teigiamų atsiliepimų. Tačiau tinkama rinkodaros kampanija tai gali dar labiau sustiprinti. Apsvarstykite bendradarbiavimą su nuomonių formuotojais ir prekės ženklų šalininkais.
- **Iššobulinkite paieškos sistemos už puslapio ribų optimizavimą (SEO):** pasitelkite socialinių tinklų platformas, vartotojų įrašus, nuomonių formuotojų ir tinklaraštininkų paminėjimus. Nuorodos į jūsų puslapius kitose populiariose platformose gali stipriai pagerinti jūsų įmonės reitingus paieškos sistemose.

5. [We Are Social/Hootsuite](#) 6. [Content Marketing Institute](#) 7. [Content Marketing Institute](#) 8. [Invesp](#)

2 skyrius.

Sutvarkykite savo parduotuvę

Gausios klientų bazės (kartu ir pelningo verslo) kūrimas prasideda nuo žinojimo, ko reikia šiandieniniams vartotojams. Šias žinias panaudoti galite, norėdami planuoti, paleisti ir valdyti savo el. prekybos svetainę.

GALIMYBĖS

Ko pirkėjai tikisi pirkdami internetu

87 %

klientų sako, kad nori suasmenintos ir nuoseklos pirkimo patirties visuose apsipirkimo kanaluose.⁹

83 %

interneto naudotojų pasaulyje nurodė, kad greitas ir paprastas atsiskaitymas yra svarbiausias pirkimo aspektas.¹⁰

64 %

klientų iš viso pasaulio nori, kad užsakytos prekės būtų siunčiamos nemokamai.¹¹

9. [CisionBRP](#) 10. [iVend Retail](#) 11. [Shopify](#)

VEIKSMAI

Didinkite srautą optimizavę paiešką

Svarbiausia lankytojus pritraukti į savo svetainę. O tuomet paversti juos į potencialius klientus, o klientus į pardavimus. Štai čia keletas skirtingų būdų, kaip optimizavę paiešką galite rasti naujų klientų savo internetiniam verslui.

- **Nusistatykite tinkamus raktažodžius:** naudokite interneto įrankius norėdami nustatyti raktažodžius ir frazes. Tai yra tai, ką interneto naudotojas greičiausiai įveda ieškodamas produkto paieškos sistemose (pvz., „Google“, „Bing“ ir „Yahoo“). Tai labai svarbu norint užtikrinti srautą.
- **Optimizuokite paiešką puslapyje:** kai turite raktažodžius, galite naudoti juos antraštėse, URL, tinklaraščio įrašuose ir metaduomenyse (duomenys, kurie suteikia informacijos apie puslapį HTML kalba ir turi įtakos jūsų tinklalapio srautui bei įtraukimo rodikliams, tiesiogiai paveikdami jūsų paieškos optimizavimą ir reitingus). Programinės įrangos rinkodaros specialistai iš „HubSpot“ rekomenduoja, kad raktažodžiai sudarytų 0,5 % jūsų teksto.¹²
- **Nepamirškite mobiliųjų įrenginių:** plečiantis el. prekybai labai svarbu turėti mobiliems įrenginiams pritaikytą svetainę.
- **Analizuokite savo duomenis:** naudotojų elgesio ataskaitos ir „Google Search Console“ (GSC) gali padėti nustatyti, kurie iš jūsų puslapių sulaukia didžiausio srauto, o kuriuos reikia pritaikyti. **(Daugiau apie analizę žr. 4 skyriuje)**
- **Perpraskite „Google Ads“:** „Google“ aprėptis didžiulė, todėl protinga pritraukti srauto į savo svetainę naudojant mokėjimo už spustelėjimus reklamos modelį. Tai padės pasiekti daugiau potencialių pirkėjų ir padidins jų atliekamų veiksmų skaičių – norėdami valdyti išlaidas galėsite nustatyti mėnesinį biudžetą.



12. [HubSpot](#)



NUOMONĖ



Laikas siųsti: ką apsvarstyti

Pristatymas visame pasaulyje yra jūsų verslo plėtros garantas, todėl norite, kad jis atitiktų siūlomų paslaugų lygį. Tad apgalvokite šiuos siuntimo strategijos dalykus:

- 1 Bendradrabiavimas su patikimu logistikos paslaugų teikėju:** pasirinkite teikėją, kuris, jūsų nuomone, padės užtikrinti jūsų verslo tęstinumą. Įsitikinkite, kad su juo bus lengva dirbti ir, kad jis turi pakankamai žinių, padėsiančių jums augti jūsų šalyje ir visame pasaulyje bei patenkins jūsų ambicijas. „FedEx“ turi per dešimtmečius sukauptų žinių apie muitinės formalumus, puikių **muitynės įrankių** ir teikia daug tarptautinių paslaugų, palengvinančių augimą visame pasaulyje.
- 2 Siuntimo išlaidos:** naudokitės pristatymo „nuo durų iki durų“ ir „viskas įskaičiuota“ paslaugomis, kurios pritaikius vieną mokestį apima paėmimą, pristatymą ir muitinės formalumų tvarkymą. Žvelkite į siuntimą savo kliento akimis - tai padės nuspręsti kurios priemonės tinkamiausios norint išsaugoti jo lojalumą.
- 3 Įkainių nustatymas:** daug žmonių tikisi nemokamo siuntimo, kai perka už tam tikrą sumą. Tačiau jūs galite tai kompensuoti visada, išleisdami nedaug, net jei pirkėjai tos ribos ir nepasiekia.¹³ Šis žingsnis gali padėti padidinti bendrą pirkinių krepšelio vertę.¹⁴
- 4 Jūsų pirkėjų poreikiai:** jie gali skirtis priklausomai nuo rinkos, tačiau pagalvokite, ko jūsų pirkėjai ieško - ar nemokamo siuntimo, ar tvaresnių siuntimo variantų.

Chris Hodge, „FedEx Express“ el. prekybos rinkodaros vadovas

VEIKSMAI

5 veiksmai, padėsiantys pasiekti sėkmės

Štai penki būdai, kaip sukurti pristatymo procesą optimizuojantį išlaidas, efektyvumą ir tvarumą:

- 1 Ištirinėkite geriausius atsargų laikymo vietos variantus
- 2 Pasirinkite tinkamą vykdymo modelį:
Vidinis: kai patys vykdote visas el. prekybos proceso dalis
3PL: kai logistikos paslaugas patikite trečiajai šaliai
Tiesioginis siuntimas: kai nelaikote produktų atsargų, bet įsigyjate jų iš trečiosios šalies, kai pirkėjas pateikia užsakymą
- 3 Sužinokite apie vietinius ir tarptautinius ženklavimo ir pakavimo reikalavimus
- 4 Sukurkite platesnio pasirinkimo mokėjimo būdus, valiutas ir pristatymo galimybes
- 5 Integruokite technologijas, kad galėtumėte valdyti užsakymus skirtingais pardavimo kanalais. Pvz., naudokite „FedEx“ [siuntimo skaičiuoklę](#) nesutartinėms paslaugoms ir [susisiekit su vienu iš mūsų pardavimo atstovų](#), kad išsiaiškintumėte sutartinius įkainius.





4 įkvėpiančios idėjos, kaip sustiprinti savo prekės ženklą

1

Tiesioginiai klausimai ir atsakymai soc. tinkluose

3

Užkulisiniai vaizdo įrašai

2

Aiškūs svetainės turinys

4

Atvejų tyrimai

KITAS LYGIS

Technologijos, kurios pakels jūsų parduotuvę į naujas aukštumas

Kaip el. prekybos įmonė jūs turite platų pasirinkimą, kaip reklamuoti savo pasiūlymus naudojant išmaniąsias technologijas. Štai čia pateikti keturi pavyzdžiai.

- **Asmeninės patirties duomenys:** pažengęs dirbtinis intelektas jums suteikia galimybę geriau patenkinti asmeninius pirkėjų poreikius. Tai apima jiems svarbių pasiūlymų, rekomendacijų ir reklamų siuntimą.
- **Papildytoji realybė siekiant stipriai įtraukiančios patirties:** papildytoji realybė įvairiai pritaikoma el. prekybos parduotuvėse – nuo virtualaus drabužių matavimosi iki virtualių renginių, skirtų naujų gaminių pristatymui.
- **Dirbtinio intelekto valdomi pokalbių robotai:** šie išmanūs virtualūs pagalbininkai idealiai tinka pirkėjams sudominti, greitai atsakyti į klausimus ir praturtinti bendrą klientų patirtį.
- **Lokalizavimo technologija:** lokalizavimo programinės įrangos ir daugiakalbių papildinių naudojimas suteikia galimybę pirkėjams naršyti jūsų svetainėje jų gimtąja kalba.

3 skyrius.

Išsiaiškinkite išlaidas

Pasaulinė pandemija
iškėlė daug iššūkių
įvairioms įmonėms
visame pasaulyje, tačiau
budrumas ir biudžeto
valdymas gali
padėti išsilaikyti bei
pasiruošti ateičiai.



GALIMYBĖS

El. prekyba: kiek tai kainuoja?

Kiek išleidžiate užsiimdami internetiniu verslu, priklauso nuo jo dydžio ir produktų, tačiau yra bendrų išlaidų, į kurias reikia atsižvelgti.



Interneto svetainė

Interneto svetainės kūrimas tai tik pradinės išlaidos. Vėliau atsiranda jos palaikymo išlaidos, tokios kaip: mokestis už domeno vardą, puslapio administravimą, mokėjimo priemonių programinę įrangą, svetainės dizainą / kūrimą / priežiūrą. Išlaidos taip pat gali skirtis atsižvelgiant į tai, ar turite savo svetainę, ar produktus parduodate internetinėje prekyvietėje.



Rinkodara

Sukūrę savo internetinę svetainę, galite bandyti pritraukti klientus skirtingais kanalais. Kiek išleisite priklauso nuo jūsų biudžeto, tačiau dauguma smulkių įmonių tam skiria nuo 7 % iki 12 % bendrųjų pajamų.¹⁵ **(Eikite į 1 skyrių norėdami daugiau sužinoti apie rinkodaros strategiją)**



Saugojimas

Augant jūsų el. prekybos verslui, augs ir atsargos. Produktams laikyti gali reikėti daugiau vietos, todėl atsižvelkite į sandėliavimo išlaidas, tokias kaip: nuoma, draudimas ir neparduotų prekių tolesnio saugojimo kaina.



Siuntimas

Tai priklauso nuo to, kur siunčiate ir kaip sparčiai reikia pristatyti. „FedEx“ siūlo daug paslaugų variantų, tinkamų skirtingiems laikotarpiais ir poreikiams – apsilankykite mūsų [Siuntimo paslaugų puslapyje](#) norėdami daugiau sužinoti ir gauti [asmeninį pasiūlymą](#).



Grąžinimas

Šiandieniniai klientai tikisi sklandaus ir nemokamo grąžinimo politikos.¹⁶ O bet koks grąžinimas jums kainuos, nes reikės prekę vėl įtraukti į atsargas arba pašalinti iš parduotuvės.



Draudimas

Tinkamas draudimas kainuoja, tačiau jis gali apsaugoti jus ir jūsų verslą nuo produktų sugadinimo arba kitų veiklos nelaimių.



Mokesčiai

Įmonės mokesčiai gali būti sudėtingi, ypač kai jūsų verslas pradeda plėstis. Apsvarstykite buhalterinių paslaugų įmonės samdymą, kad tvarkytų jūsų mokesčių deklaracijas ir prekių grąžinimo klausimus.



Parama smulkioms įmonėms iki 50 000 EUR

2021 m. rudenį surengėme „FedEx“ smulkiojo verslo paramos konkursą, kad verslininkai įgytų galimybę žengti tolesnį žingsnį savo verslo plėtroje.

15. [BigCommerce](#) 16. [Invesp](#)



VEIKSMAI

Finansinio modelio pasirinkimas

Finansinis modelis seka jūsų verslo efektyvumą, padėdamas siekti tikslų ir prognozuodamas ateities rezultatus. Štai du pagrindiniai būdai, kuriuos galite išbandyti:

Iš viršaus į apačią

Būsimos sėkmės prognozavimas įvertinus rinką, į kurią žengiate. Rinkos dydžio įvertinimas, pardavimo tendencijų analizė ir apskaičiavimas, kokia rinkos dalis galėtų jums priklausyti.

Iš apačios į viršų

Prognozavimas siekiant nustatyti, ko reikia norint įžengti į rinką. Prognozės yra pagrįstos įvairiais veiksniais, įskaitant darbuotojų poreikį, veiklos išlaidas ir kiek klientų reikia turėti, kad veikla būtų pelninga.

NUOMONĖ

Mokesčių, muitų ir „Incoterms“ paaiškinimas



Muitai ir mokesčiai yra taikomi tarptautinėms siuntoms. Rašydami „Incoterms“ – tarptautinės prekybos sąlygas, jūs nusprendžiate, ar mokate jūs, ar pirkėjas.

Muitai ir mokesčiai paveikia jūsų verslą trimis aspektais.

- **Finansai:** jeigu juos mokate jūs, tai gali paveikti jūsų pelno maržą ir pabranginti prekes, kas gali lėtinti pardavimų tempą.¹⁷
- **Veikimas:** laiku nesumokėti muitai ir mokesčiai gali lemti užlaikymą muitinėje, todėl pristatymas vyks lėčiau.
- **Klientų patirtis:** pirkėjai gali nuspręsti nepirkti jūsų prekių, kai sužino apie papildomas išlaidas.

Jei pasirenkate, kad muitus ir mokesčius mokės pirkėjas, aiškiai tai nurodykite ir pirkimo proceso pradžioje, ir atsiskaitant.

Joost Sarolea, „FedEx“ vyr. el. prekybos produktų vadovas

**VEIKSMAI**

4 būdai, kaip geriausiai išnaudoti savo biudžetą

Kadangi vartotojų poreikiai auga ir keičiasi sparčiai, gali būti sudėtinga išlaikyti savo išlaidas tolygias. Šios idėjos gali padėti padidinti biudžetą, kad patenkintumėte augančią paklausą.

1 Tarptautinis pristatymas

Tarptautinis pristatymas yra tada, kai visas atsargas laikote savo šalyje, o ne sandėliuose įvairiose šalyse, į kurias siunčiate. Tai gali sumažinti atsargų saugojimo kitur išlaidas, padėti greičiau reaguoti į užsakymus ir palengvinti jų valdymą naudojant atsargų likutį, personalą ir infrastruktūrą vienoje vietoje.

Pasirinkę spartesnio siuntimo variantus, užuot laikę atsargas skirtingose vietose, taip pat galite sutrumpinti pristatymo laiką. Atraskite spartaus, patikimo siuntimo paslaugas, kurias teikia „FedEx“, [čia](#).

2 Siuntimo išlaidų pasidalijimas

Siuntimo išlaidos gali didėti, ypač kalbant apie pakavimą, darbuotojus ir importo bei eksporto mokesčius. Siekdami sumažinti poveikį savo biudžetui, galite paprašyti pirkėjų sumokėti už mažesnių siuntų siuntimą.

3 Finansavimo pagalba

Ištyrinėkite savo regione valstybės finansavimo programas, tinkamas jūsų verslo sričiai. „[Your Europe](#)“ yra internetinis šaltinis, rodantis, kokios subsidijų, sutarčių ir finansavimo galimybių yra jūsų šalyje.

Prekių grąžinimo mažinimas

- 4 Negalite užtikrinti, kad produktas nebūtų grąžintas, tačiau galite sumažinti brangiai kainuojančio grąžinimo tikimybę. Pvz., svetainėje pateikdami išsamius produkto duomenis, kad atitiktumėte lūkesčius ir nukreiptumėte rinkodarą, kad produktai patektų į tinkamas rankas, taip pat pratęsti grąžinimo laikotarpį.

KITAS LYGIS

Idėjos, kaip padidinti klientų išlaidas

Štai keletas greitų pasiūlymų, kaip paskatinti pirkimą skirtinguose kliento domėjimosi etapuose.

- **Paryškinkite pasiūlymus svetainėje**

Padarykite reklamas aiškiai matomas visoje svetainėje, ypač pagrindiniame puslapyje, nes tai yra jūsų parduotuvė.

- **Pasiūlykite nemokamą siuntimą, perkant už tam tikrą sumą**

Tai gali paskatinti pirkėjus jūsų svetainėje išleisti daugiau. Taigi, nors ir jūsų pardavimai auga, jūsų kliento siuntimo išlaidos mažėja, o tai naudinga visiems. „FedEx® International Connect Plus“^{*} suteikia galimybę pasiūlyti pigų arba nemokamą siuntimą savo pirkėjams.

- **Nuolat atnaujinkite produktų aprašymus**

Užtikrinkite, kad aprašai ir paveikslėliai būtų atnaujinti, tuomet nekils jokių netikėtumų ir sumažės grąžinimas.

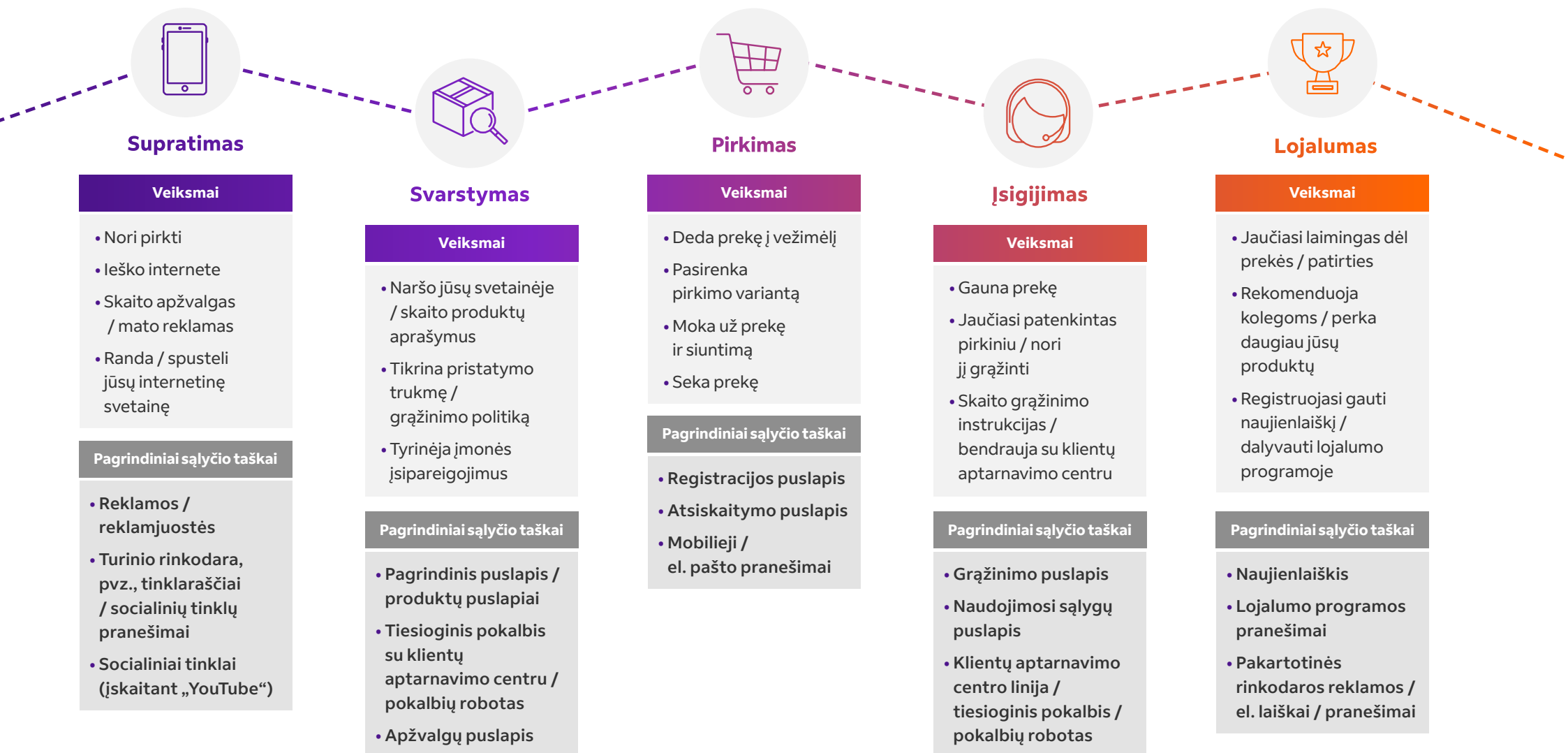
- **Pasinaudokite socialinių tinklų įrankiais**

Apsvarstykite tokių, kaip [„Shopify“](#), [„Instafeed“](#) ir [UGC](#) programų naudojimą, kurios leidžia pirkėjams pirkti tiesiogiai iš jų socialinės erdvės.



*„FedEx® International Connect Plus“ dabar pasiekama 10 šalių: JK, Vokietijoje, Prancūzijoje, Italijoje, Ispanijoje, Lenkijoje, Austrijoje, Švedijoje, Belgijoje ir Nyderlanduose.

El. prekybos kliento veiksmų atvaizdavimas*



*Šis kliento veiksmų planas yra pagrįstas informacija, surinkta iš tokių išorinių šaltinių: „Bright Vessel“, „BigCommerce“ ir „VoiceSage“.

4 skyrius:

Ugdykite klientų lojalumą

Tyrimai rodo, kad pandemijos sukeltas spartus pirkimo internete augimas sukėlė daugybę klientų elgesio pokyčių. Vienas iš jų yra klientų lojalumo sumažėjimas ir pirkėjų, išbandančių naujus prekių ženklus bei produktus, skaičiaus padidėjimas.¹⁸

Todėl klientų lojalumo ugdymas yra svarbesnis nei kada nors anksčiau ir laimė, kad yra daug būdų, kaip tai padaryti...





GALIMYBĖS

Kaip internetinės svetainės analizė gali didinti lojalumą?

Svetainių analizė gali būti veiksminga priemonė, atskleidžianti esamus klientų elgesio modelius ir padedanti didinti lojalumą:

- **Išsamių įžvalgų pasiūlymas** siekiant geriau suprasti kiekvieno kliento poreikius, kad galėtumėte pritaikyti pasiūlymus
- **Tikrojo laiko pirkimo duomenų integravimas** su praeities duomenimis siekiant pardavimo vietoje pateikti tikslinių rekomendacijų
- **Klientų reakcijų stebėjimas** naudojant reklamas ir produktų rekomendacijas

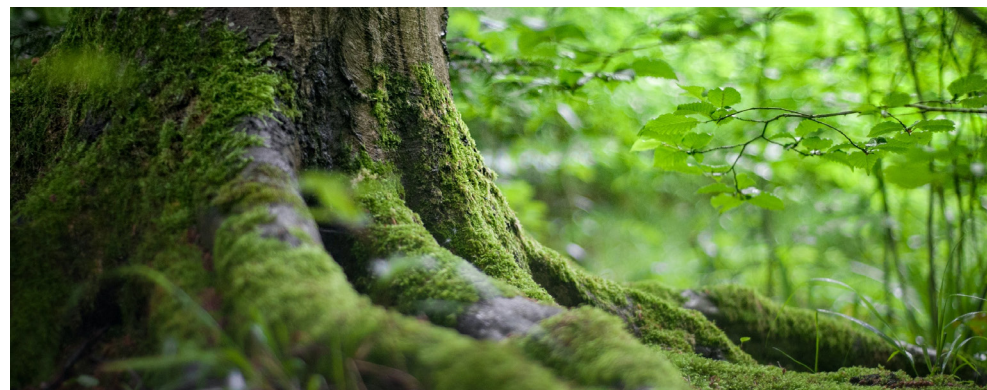
GALIMYBĖS

Tvarumas: atviras kelias sėkmei

Daugelis šiuolaikinių vartotojų galvoja apie tvarumą. Tiesą sakant, vienas iš trijų pasaulio vartotojų teigia nustojęs pirkti tam tikrų prekių ženklų produktus dėl jų požiūrio į tvarumą.¹⁹

Štai čia pateikta keletas būdų, kaip įtraukti tvarumą į savo strategiją siekiant patenkinti klientų lūkesčius:

- Panaudotų / grąžintų prekių perpardavimas
- Tvarių ir etiškų tiekėjų paieška
- Kompensavimo už paslaugą, mokesčio sukūrimas atsiskaitant
- Pagalba vietos bendruomenėms ir gerų tikslų palaikymas
- Produktų siuntimas daugkartinėje pakuotėje – daugkartinio naudojimo „FedEx“ pakuotės yra 100 % perdirbamos ir turi dvigubą juostelę, kad klientams būtų suteiktos ekologiškesnės grąžinimo sąlygos



Sužinokite, kaip „FedEx“ stengiasi kurti tvaresnę ateitį per savo iniciatyvą „Prioritetas – Žemė“.

VEIKSMAI

Sužinokite svarbius duomenis

Duomenys padeda puikiai viską įvertinti: nuo reklamos efektyvumo iki krepšelio atsisakymo bei srauto šaltinių. Štai keletas pagrindinių „BigCommerce“ svetainės duomenų pavyzdžių, skirtų jūsų el. prekybos kanalui. Tai jūsų kliento seka veiksmų nusprendžiant pirkti ir po to.²⁰



VEIKSMAI

Siųskite pasitikėdami

Tinkamų priemonių, sprendimų ir paslaugų naudojimas gali jums ir jūsų klientams suteikti ramybės. Štai čia pateikta keletas kitų dalykų, kuriuos galite atlikti:

- **Turėkite platų pristatymo variantų pasirinkimą:** pasiūlykite pirkėjams tiek pigių, tiek greitų pristatymo variantų ir parodykite juos apsipirkimo pradžioje (pageidautina savo pagrindiniame puslapyje).
- **Pritaikykite pristatymą: „FedEx Delivery Manager®“** atitinka lūkesčius, nes siuntinius galima gauti norimoje vietoje ir norimu metu be jokių papildomų mokesčių.
- **Pasiūlykite paprastą prekių grąžinimą:** grąžinimo valdymas yra labai svarbus. „FedEx® Global Returns“ yra idealus sprendimas, padedantis sumažinti išlaidas ir didinantis klientų lojalumą per teigiamą patirtį.

Idėjų, kaip paruošti siuntimo strategiją, ieškokite [2 skyriuje](#).





KITAS LYGIS

4 būdai, kaip išsaugoti naujus klientus

Jvykdžius užsakymą klientas niekur nedingsta. Bendravimas su pirkėjais pristačius prekę, gali padidinti tikimybę, kad jie vėl pasirinks jūsų paslaugas, todėl padėkite jiems grįžti naudodami tai, kas nurodyta:

Naujienulaiškiai

Gera apgalvokite temų pavadinimus ir kvietimus veikti

Įdomus socialinių tinklų turinys

Išreklamuokite savo balso toną, kad būtumėte iš karto atpažįstami

Investavimas į klientų aptarnavimo centrą

Reaguokite greitai ir atsakingai

Lojalumo programos

Pasirūpinkite atlygiu - nuo atlygio už rekomendacijas iki nuolaidų perkant pirmą kartą

NUOMONĖ



Sukurkite pranašumą su savo pristatymu iki durų

Norėdami pasiūlyti savo pirkėjams internetu konkurencingą pristatymą, pirmiausia apgalvokite savo produktą ir geriausią jo pristatymo būdą. Pavyzdžiui, ar jam taikomi specialūs reikalavimai (pvz., temperatūros režimas)? Sužinokite, ar yra kokių nors regioninių arba vietinių pristatymo pageidavimų.

Tada pažiūrėkite, kaip galite pasiūlyti sklandų, be rūpesčių pristatymo procesą, atitinkantį jūsų kliento tvarkaraštį. Tai padidins pirmojo sėkmingo pristatymo galimybę, kuri bus naudinga klientui ir aplinkai.

Taip pat savo pristatymams galite suteikti papildomo saugumo, leisdami pasirinkti pasirašymo variantą. Toks pasirinkimų lankstumas, pirkėjams suteikia ramybės.

„FedEx Delivery Manager®“ pagrindinė vizija - suteikti klientams daugiau savarankiškumo ir tvaresnius pristatymo variantus. Jis suteikia daug pristatymo galimybių, įskaitant pristatymo datos pakeitimą ir pristatymą kaimynui.

Akanksha Padhi, „FedEx“ vyr. produktų rinkodaros vadovė

5 skyrius.

Atverkite duris į naujas rinkas

Tarptautinė el. prekyba per keletą pastarųjų metų išaugo, nes pirkėjai, suvilioti didesnės įvairovės ir žemesnių kainų, ieško produktų svetur. Tarptautinė el. prekyba šiuo metu sudaro iki 25,5 % visos Europos el. prekybos.

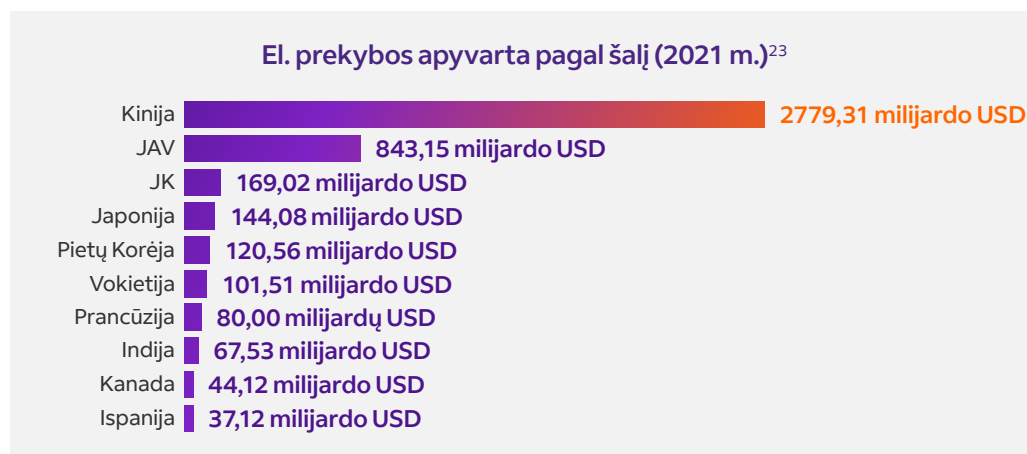


GALIMYBĖS

Atraskite tarptautines galimybes

Nenuostabu, kad Kinija yra didžiausia pasaulio el. prekybos rinka ir turi daugiausiai internetinių pirkėjų.²² Ekonomistai tikisi, kad el. prekybos pardavimo apimtys Kinijoje iki metų pabaigos pasieks 2,8 trilijono USD.

Pasinaudokite galimybėmis Kinijoje ir kitose klestinčiose el. prekybos rinkose naudodamiesi [mūsų žengimo į pasaulio rinkas vedliais](#) ir žemiau pateiktoje diagramoje pamatykite, kuriose kitose rinkose el. prekyba auga:



Kalbant apie galimybes jūsų verslui, reikėtų apsvarstyti tai:

- Rinkos potencialas ir augimas
- Kur yra paklausa jūsų produktams
- Konkurentai ir į kurias šalis jie siunčia
- Siuntimo į pageidaujamas rinkas kaina
- Pasaulio klientų poreikiai / lūkesčiai

²². [Shopify](#) ²³. [Oberlo](#)

NUOMONĖ



„ShippyPro“ tikslo siekimo patarimai

1 patarimas.

Norėdami įžengti į naują rinką pabandykite parduoti naudodamiesi prekyvietėmis. Net jeigu jau turite savo internetinę svetainę, šie kanalai turi aukštą vartotojų pasiekiamumo lygį daugelyje rinkų.

2 patarimas.

Nenuvertinkite pristatymo svarbos kliento pirkimo procese. Naujam rinkos žaidėjui tai gali padėti pagerinti prekės ženklo įvaizdį ir padidinti klientų išsaugojimą.

3 patarimas.

Rinkdamiesi logistikos paslaugų teikėjus, atsižvelkite į jų aprėptį, lankstumą ir pristatymo parinkčių įvairovę naujos rinkos pirkėjų lūkesčių atžvilgiu.

Lauriane Couturier, „ShippyPro“ rinkodaros vadovė

VEIKSMAI

4 idėjos, kaip įgyvendinti augimą

- 1 Apsvarstykite įžengimo į kiekvieną rinką būdą:** kursite, pirksite ar bendradarbiausite su jau įsteigtu verslu ar internetine prekyviute? Išsiaiškinkite skirtingų būdų pranašumus ir trūkumus.
- 2 Lokalizuokite savo svetainę:** pirkėjai pageidauja naršyti savo kalba ir mokėti savo valiuta. Be to, galite išnagrinėti ir pasiūlyti kiekvienoje rinkoje pageidaujamus mokėjimo būdus.
- 3 Ištyrinėkite savo kainodarą:** pažiūrėkite, kiek konkurentai tikslinėje rinkoje įkainoja panašius produktus ir įsitikinkite, kad jūsų kaina ne per aukšta ir ne per žema.
- 4 Pasirinkite logistikos įmonę, kuria galite pasitikėti:** „FedEx® International Connect Plus“* – mūsų speciali el. prekybos siuntimo paslauga, siūlanti greitą pristatymą už patrauklią kainą.

**KITAS LYGIS**

Skaitmenizuokite ir optimizuokite

Naudodamiesi naujausiomis logistikos automatizavimo priemonėmis, galite supaprastinti ir racionalizuoti jūsų tarptautines el. prekybos operacijas. Štai kaip tai vyksta.

- **Spartesnis tarptautinis siuntimas:** automatiniai muitinės įrankiai gali paspartinti sienų kirtimą. [„FedEx Electronic Trade Documents“](#) yra paprastas ir nemokamas sprendimas, leidžiantis pateikti muitinės dokumentus elektroniniu būdu, sutaupyti laiko bei sumažinti delsos pasienyje tikimybę.
- **Efektyvumo didinimas – ir jūsų klientų patirtis:** naujausi siuntimo įrankiai sujungia skirtingas jūsų verslo dalis, kad reikšmingai pagerėtų srautas. Pavyzdžiui, [„FedEx® Compatible Solutions“](#) padeda rasti trečiųjų šalių sprendimus, kurie sklandžiai integruoja „FedEx“ siuntimo paslaugas į verslo įrankius, kuriuos naudojate kiekvieną dieną: nuo prekyviečių sprendimų, tokių kaip: „Magento“, „WooCommerce“ ir „Shopify“, iki verslo sprendimų, tokių kaip: SAP, „Sage“ ir „Salesforce“.
- **Lengvesnis tarptautinių siuntų paruošimas:** naudodami įrankius, tokius kaip [„FedEx International Shipping Assist“](#), galite lengvai ir tiksliai identifikuoti tarptautinės siuntos suderintos sistemos (HS) kodą, įvertinti muitus ir mokesčius bei rasti reikalingų dokumentų šablonus.

*„FedEx® International Connect Plus“ dabar pasiekama 10 šalių: JK, Vokietijoje, Prancūzijoje, Italijoje, Ispanijoje, Lenkijoje, Austrijoje, Švedijoje, Belgijoje ir Nyderlanduose.

KITAS LYGIS

Patogūs ištekliai

Norite pakelti savo interneto verslą į aukštesnį lygį?
Peržiūrėkite šį papildomų išteklių sąrašą ir tobulinkite savo žinias.

Strategija

- [„FedEx“ el. prekybos centras](#)
- [„Shopify“: el. prekybos verslo planas](#)
- [„BigCommerce“: el. prekybos tendencijos, skatinančios internetinę prekybą](#)

Pinigai yra svarbūs

- [„FedEx“: muitai ir mokesčiai](#)
- [„WooCommerce“: norite gauti daugiau pajamų? Patobulinkite naudotojų atsiskaitymo patirtį](#)
- [„PrestaShop“: septyni el. prekybos internetinės svetainės dizaino patarimai, kurie gali padidinti klientų veiksmų skaičių](#)

Augimas

- [„ShippyPro“: kaip optimizuoti siuntimo proceso darbo eigą](#)
- [„Magento“: kaip praturtinti klientų patirtį naudojant dinamišką kainodarą](#)
- [„Shopify“: penki būdai, kaip padidinti vidutinę savo internetinės parduotuvės užsakymų vertę](#)

Parduotuvės konfigūravimas

- [„ShippyPro“: 10 geriausių el. prekybos praktikos pavyzdžių, kuriuos turite žinoti](#)
- [„Google“ smulkiąjam verslui: užtikrinkite savo buvimą internete keletu žingsnių](#)

Klientų lojalumas

- [Išsamus „WooCommerce“ kuponų vadovas](#)
- [„PrestaShop“: internetinės svetainės efektyvumas: kodėl tai svarbu ir kaip tai optimizuoti](#)
- [„ShippyPro“: krepšelio atsisakymas: kaip tai pataisyti \[Geriausia praktika\]](#)

Pakelkite savo interneto verslą į aukštesnį lygį

Pasiekite kitą el. prekybos tikslą naudodami mūsų greitus, patikimus sprendimus bei lanksčias pristatymo galimybes. **Sužinokite daugiau mūsų specialiaame [El. prekybos puslapyje](#) dabar.**