

nullist

5 NÕUANNET ALUSTAVA E-POE OMANIKULE



www.nullist.ee

TERE TULEMAST

Kuigi internetist ostmine on tõusev trend, ei satu kliendid e-poodidesse juhuslikult. Neid tuleb sinna kutsuda ning isegi siis pole veel kindel, et ostude arv kiiresti kasvama hakkab...

Ostu sooritab kõigest 1–2% e-poe külastajatest ja 70–80% neist, kes on kassani jõudnud, jätab ostu sinnapaika.

Põhjuseid selleks võib olla mitmeid, näiteks usalduse puudumine uue brändi vastu, saاتمiskulud ja ka see, et inimene ei saa tootekirjeldusest või toote otstarbest aru.

Sellest lähtudes koostasime 5 nõuannet, mis on aidanud meil oma e-poodi kasvatada ning kindlasti on neist abi ka sulle!

Oma praktilise kogemuse pinnalt õpetame täna teistele Eesti ettevõtetele, kuidas läbi sotsiaalmeedia uute inimesteni jõuda ning äri edendada.

Tänapäevaks on meie Facebooki ja Instagrami koolitustel osalenud üle 1000 turundaja, juhi ja väikeettevõtja ning nüüd oleme kokku pannud ka Eesti esimese turunduskoolituse e-poodide haldajatele, kus jagame enda läbiproovitud strateegiaid ja õppetunde ning räägime sellest, kuidas e-äri üles ehitada.

Teet Torim ja Sven Nuum

Boost Yourselfi ja Nullist asutajad

1. KOGU TOOTELEHELE KLIENTIDE ARVUSTUSI

Uuringu näitavad, et 84% inimestest usaldab netiarvamusi sama palju kui oma sõpradelt kuuldud tagasisidet. Mis veel olulisem – **tervelt 88% kasutajatest võtab ostuotsuste tegemisel arvesse just teiste inimeste arvamusi.**

Järelikult ei tohiks sa hinnangute lisamist kindlasti unustada, sest sinu potentsiaalsed kliendid, kes alles mõlgutavad ostumõtteid, lähivad esimese asjana teiste arvustusi lugema ning sa ei taha ju, et nad ostu sooritamata sinu e-poest lahkuvad?

Kõik e-poe platvormid pakuvad võimalust tootehinnangute kogumiseks ja kuvamiseks.

Sinu ülesanne on lihtsalt paluda klientidel tagasisidet jätta. Miks mitte pakkuda neile motivatsiooni tõstmiseks näiteks allahindluskupongi järgmiseks ostuks?



Crunchy supertoidusegu
smuutidele 170 g / 300 g



(152 arvustust)

17.90€ – 23.90€



Balance Multivitamin
supertoidusegu smuutidele 200 g



(158 arvustust)

23.90€



Energy supertoidusegu
smuutidele 200 g



(118 arvustust)

23.90€

2. PÖÖRA TÄHELEPANU TOOTEKIRJELDUSELE

Füüsilise kaupluse olemasoluta ei saa kliendid tooteid reaalsel kujul vaadata ja katsuda, seega sõltuvad nende ostuotsused vaid toote visuaalset, tootekirjeldusest ja teiste klientide jäetud tagasisidest.

Ära piirdu vaid omaduste kirjeldamisega.

Selgita, kuidas sinu pakutav toode võib neid aidata ja nende igapäevaelu paremaks muuta.

Võimalusel too näiteid ja täpsusta, kus, millal ja kuidas seda kasutada.



ENERGIALAENG KONTORISSE

Energiapuudus pärsib tööl aktiivsust, mõttelendu ja motivatsiooni. Ajurünnakutel tekivad mõtteseisakud ning töötulemused langevad. Kui üks hetk on tunne, et enam lihtsalt ei jaksa, siis on aeg värskenduseks! Oleme siia kombosse kokku pannud kõik vajaliku, et saaksid end toita oluliste vitamiinide ja mineraalainetega.

- ✓ **Energy supertoidusegu** 1 spl on võrreldav tassi kohviga ning segu sisaldab 5 supertoitu.
- ✓ **Immunity supertoidusegu** annab 3 sidruni jagu C-vitamiini, et tugevdada immuunsüsteemi.
- ✓ **Balance Multivitamin supertoidusegu** on 8 supertoitu, mis varustavad keha vajalike vitamiinidega.
- ✓ **Crunchy krõmpsuva seemneseuga** annad oma kehale vajalikke mineraalaineid, vitamiine, kiudaineid ja valke.

5 SOOVITUST TOOTEKIRJELDUSE KOOSTAMISEL

Lähtu inimesest, kellele toode on mõeldud

Kuidas sinu toode tema elu paremaks teeb? Kas toode on mõeldud naisele, mehele? Emale või trenniinimesele? Mida paremini tead, kes on sinu klient, seda suurem on ka tõenäosus, et külastaja sooritab ostu.

Tehniliste omaduste loetlemise asemel selgita igapäevaste näidete abil toote kasulikkust

Blenderi võimsus 800 W ei ütle inimesele midagi. Kui aga kirjelduses tuuakse välja, et see võrdub 800 mälumist ühes minutis ja iga smuuti jääb ühtase tekstuuriga, saan blenderi võimsusest aru.

Kasuta tähelepanu äratamiseks loetelupunkte

Sest lühike loendipunkt on hästi nähtav, pikad laused ei eristu muust tekstist piisavalt.

Tõsta olulist esile suurema fondiga, paksu või värvilise kirjaga

SUURTÄHELINE, **rasvane** ja *kaldkiri* on head lühikeste tekstilõikude või sõnade väljatoomiseks. Värvide kasutamist piira kahe või äärmisel juhul kolmega.

Paranda loetavust tühikute abil

Keegi ei viitsi lugeda teksti, mis on üks suur hall mass. Hoia lõigud lühikesed ja kasuta alapealkirju.

3. PANE OMA FÄNNID SISU LOOMA

Sotsiaalmeedia on suurepärane koht potentsiaalsetele klientidele silma jäämiseks ja seda mitte ainult sinu enda, vaid ka klientide postituste abil.

Paljud ettevõtjad otsivad koostööd tuntud ja suure jälgijaskonnaga suunamudijatega ning on seejuures ära unustanud oma kõige olulisemad mõjutajad – kliendid ja fännid.

Alustuseks üllata oma klienti positiivselt. Pane näiteks mõni armas kingitus või kiri tellimusega kaasa. See tekitab paki avamisel meeldivaid emotsioone ja võid kindel olla, et sinu kliendid tunnevad end tõeliselt erilisena. Just selliseid hetki tahetakse tihti sotsiaalmeedias ning pere ja sõpradega jagada.

Ära unusta pakiga kaasa pandud kirja lisada ka täpsed juhised, kuidas Instagramis jagada, millist hashtagi kasutada jne. Sul jääb üle vaid õnnelike klientide postitusi taaspostitada, et seeläbi kiiremini võita ka nende jälgijate usaldust, kes pole veel sinu kliendid. Mida järjepidevam selles oled, seda tuntumaks sinu ettevõtte sotsiaalmeedias muutub.



4. KASUTA FACEBOOKI REKLAAME

Võrreldes tavapostitustega on reklaamid kordades efektiivsemad, kuna reklaami kasutades kontrollid sina ise, kus ja kellele seda näidatakse. Facebook on üks kõige võimsamaid reklaamimise võimalusi ja hetkel pole olemas ühtegi teist võrdväärsete sihtimisvõimalustega reklaamiplatvormi.

Reklaamide sihtimist saad valida vastavalt asukohale, vanusele, keelele, huvidele jne ning lisaks Facebookile võid näidata oma reklaami ka Instagramis ja Instagram Storydes.

Kui lisad veebisaidile Pixeli, siis saad neile, kes on sinu e-poodi külastanud ja seal tooteid vaadanud või ostu pooleli jätnud, saata eraldi suunatud taasturundusreklaame või pakkumisi.

Purchase ROAS (Return on Ad Spend)	Purchases Conversion Value	Website Purchases Conversion Value	Purchases	Amount Spent
10.96	€2,867.39	€2,867.39	71	€261.53
9.65	€48.65	€48.65	1	€5.04
9.47	€2,687.01	€2,687.01	60	€283.86
3.95	€1,352.58	€1,352.58	36	€342.84
3.45	€1,056.87	€1,056.87	30	€306.73
2.09	€134.39	€134.39	3	€64.35
—	€0.00	€0.00	—	€6.12
—	€0.00	€0.00	—	€3.84
—	€0.00	€0.00	—	€0.00
6.18 Average	€8,146.89 Total	€8,146.89 Total	201 Total	€1,318.12 Total Spent

ROAS: retargeting

ROAS: esimene külastus

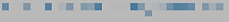
5. ÄRA ALAHINDA MEELITURUNDUST

Inimesed kontrollivad vähemalt kord päevas oma meile, mõned isegi mitu korda päevas.

Tänu nutitelefonidele on sinu kliendid alati online ning saavad oma postkasti piiluda, mil iganes nad seda soovivad. Meiliaadressid on olnud number üks suhtluskanal juba pikka aega ja kindlasti on need seda ka edaspidi.

Lisaks on enamik meist harjunud meili teel saadud reklaami mõjutusel ostma ning eeldame seetõttu, et kuuleme ettevõtte parimatest pakkumistest esimesena just sel viisil.

Meil moodustab e-mail 30% müügistulemustest ja iga investeeritud euro toob tagasi 40-60 eurot.

☐ Campaign	
☐ 	
Sent on Jul 9, 2020 at 10:00 am - Kliendid, Uudiskiri	
☐  A/B Test	
Sent A/B on Jul 2, 2020 at 10:14 am - Kliendid, Uudiskiri	
☐ 	
Sent on Jun 26, 2020 at 9:45 am - Kliendid, Uudiskiri	
☐ 	
Sent on Jun 22, 2020 at 7:00 pm - Kliendid	

Open Rate	Click Rate	Placed Order
42.4%	13.5%	\$275.30
370 recipients	118 recipients	6 recipients
48.4%	11.9%	\$991.70
423 recipients	104 recipients	20 recipients
64.0%	22.4%	\$1,483.10
559 recipients	196 recipients	21 recipients
59.1%	17.8%	\$1,145.05
399 recipients	120 recipients	14 recipients

nullist

PRAKTIILISED TURUNDUSKOOLITUSED

E-poodidele, väike ja keskmise suurusega ettevõtetele, teenusepakkujatele, ettevõtte juhtidele, turundajatele, blogijatele – kõikidele, kes soovivad paremaid tulemusi saavutada ja jõuda rohkemate klientideni



TUTVU LÄHEMALT