



# 9 NUTNÝCH VECÍ NA WEBE,

na ktoré podnikateľ nesmie zabudnúť, aby jeho online predaje neskončili FIASKOM

1

## MINIMÁLNE MENU

Rozhodovacia paralýza je vec, ktorá spôsobí, že ak má návštevník veľa možností na výber, tak si často nevyberie a odíde zo stránky. Preto sa snažte menu zminimalizovať, aby sa nepreklikával inde.

2

## CHYTĽAVÝ NADPIS

Podľa štúdie Copyblogger.com 80% ľudí číta nadpisy a len 20% z nich pokračuje v čítaní stránky ďalej. Preto vytvorte chytľavý nadpis, ktorý zákazníkov prinúti začítať sa ďalej.

3

## ÚŽITKY A BENEFITY

Ľudia si nekupujú produkty, ale výsledky. Preto sa pri popise zamerajte na úžitky, ktoré produkt prináša a nie na vlastnosti, ktoré produkt má.

4

## ČASOVÉ ALEBO MNOŽSTEVNÉ OBMEDZENIE

V dnešnej uponáhľanej dobe ľudia všetko odkladajú na neskôr. Aby ste ich trošku postrčili k akcii, pridajte na web časové alebo množstevné obmedzenie. Napr. akciová cena platí už len 12 hodín.

5

## REFERENCIE ZÁKAZNÍKOV

Ľudia už neveria predajcom. Vedia, že je v ich záujme predať. Ale tomu, čomu veria, sú referencie zákazníkov, ktorí už vyskúšali produkt pred nimi. Referencie sú na webe veľmi dôležité.

6

## ÚŽITKOVÁ HODNOTA

Na základe benefitov potrebujete ľuďom vyčíslit' úžitkovú hodnotu produktu. Aby videli, akú skutočnú hodnotu do ich života prinesie.

7

## AKCIOVÁ CENA

Akciová cena je vždy výrazne nižšia ako úžitková hodnota. Preto, keď ľudia chápu úžitkovú hodnotu, akciová cena bude pre nich veľmi výhodná a kúpu budú zvažovať.

8

## GARANCIA SPOKOJNOSTI

Ľudia nenávidia nakupovanie mačky vo vreci. Majú radi istoty. Ak pridáte garanciu spokojnosti, tak navštevníci budú objednávať viac. Napr. 14 -dňová garancia vrátenia peňazí.

9

## VÝZVA DO AKCIE

Na konci každej stránky webu musí byť výzva do akcie. Napíšte zákazníkovi JASNE, čo očakávate, že by mal urobiť. Napr. vyplniť kontaktný formulár, zavolať, kliknúť na tlačítko, atď.

PRE ĎALŠIE TIPY, AKO ZVÝŠIŤ PREDAJE NA INTERNETE, CHOĎTE NA WEB:

WWW.FUNNELY.SK