

# Slik unngår du forlatte handlekurver på nettbutikken din

Bruk de nyeste markedsføringsteknikkene

# Innledning

Nesten 70 % av handlekurvene på nett blir forlatt – **det er mye tapt inntekt.**

Som nettbutikkeier går du glipp av hundrevis, om ikke tusenvis, av potensielle salg. Selv om du kanskje ikke er i stand til å eliminere problemet helt, er det mye du som nettbutikkeier kan gjøre for å motvirke det.

Denne veiledningen undersøker de vanligste årsakene til at kjøpere forlater handlekurvene og utforsker de nyeste markedsføringsteknikkene du kan bruke for å øke nettbutikkens konverteringsfrekvens.

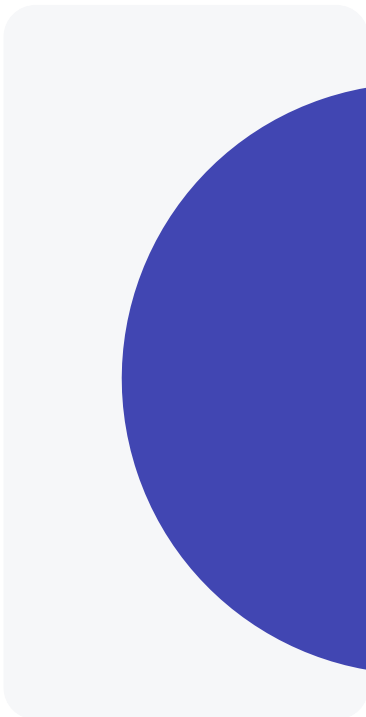


# Forstå hvorfor handlevogner blir forlatt

Bare 3 av 10 nettkunder går fra å legge noe i handlekurven til å fullføre kjøpet. Det er ikke så enkelt å forstå mekanismene bak fenomenet som du kanskje tror.

Joda, en stor del av årsaken er lav kjøpsintensjon. Du har kanskje gjort det selv: bladd gjennom nettbutikker spontant, og lagt forskjellige varer i handlekurven som du kanskje vil ha en dag, eller som du vil lagre til en fremtidig ønskeliste til jul eller en bursdag. Men forlatte handlekurver kan også ofte skyldes manglende tillit, konkurrerende nettbutikker eller høye fraktkostnader – og dette er problemer du som nettbutikkeier kan fikse.

Selv om du ikke kan gjøre alle varer i handlekurvene til et salg, er det mye du kan gjøre for å gjøre den spontane shoppingen til faktiske kjøp og redusere antall forlatte handlekurver. I det følgende skal vi se på de vanligste årsakene til at handlekurven blir forlatt, og deretter diskutere hvordan du kan løse problemet.



## Problemer før betaling

Kunder forlater handlekurvene på forskjellige tidspunkter under handleopplevelsen. Hvis handlekurven er forlatt før betaling, skyldes det vanligvis kjøpsintensjonen, som nevnt ovenfor. Det kan imidlertid også være forårsaket av:

### > Priskonkurransen:

Konkurransen mellom nettbutikker er beinhard. Mange nettbutikker selger de samme motevarene eller populære apparatene, og det gir forbrukerne et utall alternativer. Et raskt Google-søk viser potensielle kunder flere andre butikker hvor de kan kjøpe den samme varen, og hvis de finner den billigere andre steder, vil de mest sannsynlig velge å kjøpe den derfra.

### > Uventede kostnader:

Alle tilleggsgebyrene utover produktet kan skremme kunder. Et eksempel er fraktkostnader, som enten er høye eller dukker opp for sent. Hvis tilleggsgebyret dukker opp sent i handleopplevelsen og overrasker kjøperen, blir de usikre. Det er derfor du bør være fullstendig åpen om prisene dine.

### > Mobiloptimaliserte nettsteder:

Det blir stadig mer populært å handle via mobilen. Nettbutikker må optimere sidene sine for å sikre en god handleopplevelse på mobil. Den må være like god som opplevelsen på PC, med korte beskrivelser, korte overskrifter og et rent brukergrensesnitt som ser bra ut på en liten skjerm. Opplever kunden friksjon på en mobiltelefon, svekker det tilliten betraktelig.



# Problemer under betaling

Kunder som kommer seg forbi de ovennevnte hindringene, må ha en sømløs betalingsopplevelse for å faktisk fullføre kjøpet. Her er den hel liste over fallgruver du bør unngå:

## > Problemer med tillit og sikkerhet:

Sørg for at kundene dine føler seg trygge, og unngå å skape tvil om nettsidens legitimitet. Viderekoblinger for å betale er ett eksempel. Kundernes alarmklokker begynner å ringe hvis de plutselig befinner seg på en annen side enn den de trodde de handlet fra.

## > En enkel betalingsopplevelse:

Gjør det enkelt, og begrens antall trinn kundene må gjennom for å gjennomføre kjøpet. Betalingsløsningen må være så friksjonsfri som mulig. I stedet for at kunden må fylle ut fakturaadresse og deretter leveringsadressen, bør du spør om det er samme adresse. Dessuten bør du sørge for at siden din blir lastet umiddelbart, da forsinkelser er irriterende og gir kundene tid til å revurdere kjøpet.

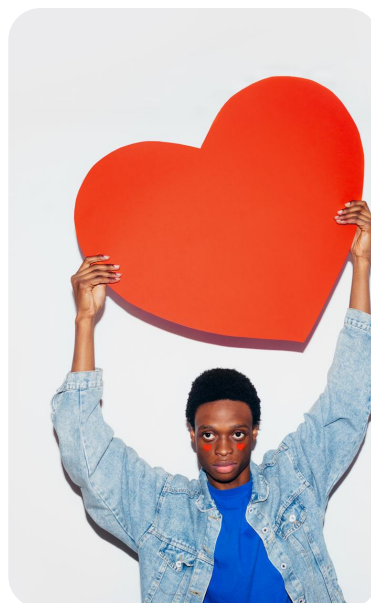
## > Be om riktig informasjon til rett tid:

Opprette en konto, eller handle som gjest? Noen kunder foretrekker å logge på og ha informasjonen lagret. Men ved et spontant kjøp vil kunden kanskje slippe å opprette en konto, eller kanskje logge på en eksisterende – så gi dem alternativer.

## > Begrensede betalingsalternativer:

Passende betalingsalternativer gjør handelen enklere og skaper tillit. Kundene dine ønsker ikke å reise seg opp på jakt etter kredittkortet sitt. De vil ha muligheten til å betale med mobilen, og de kan bli mistenksomme hvis du ikke tilbyr løsningene de er vant til. Det finnes egentlig ingen unnskyldning for ikke å tilby ulike betalingsalternativer som passer alle preferanser.

Den enkle løsningen på forlatte handlekurver er å eliminere alle disse problemene som forårsaker friksjon for kundene dine. Likevel er det uunngåelig at noen kjøpere forlater handlekurven sin, men det betyr ikke at du bør gi opp salget.



## De nyeste markedsføringsteknikkene

Når en kunde har forlatt handlekurven, kan du bruke forskjellige teknikker for å få dem til å revurdere kjøpet. La oss se nærmere på de nyeste tilnærmingene du kan bruke for å unngå forlatte kurver eller få kunden til å komme tilbake.

### > Bruk dataene dine til gjenmarkedsføring (retargeting)

Bruk dataene dine om kundenes atferd og kjøpshistorikk for å gjenmarkedsføre på forskjellige annonseplattformer. Gjenmarkedsføring kan få dem som har forlatt handlekurven til å revurdere varene de har forlatt. Du kan også aktivere et popup-vindu hvis en kunde legger en vare i handlekurven sin, men ikke går til kassen, for å minne dem på at de ikke har fullført kjøpet.

### > Personlige produktanbefalinger

Implementer AI-drevne, skreddersydde produktanbefalinger for å vise kundene flere varer. Hvis du har e-postadressen deres, kan du også sende en e-post om den forlatte handlekurven med anbefalinger om nye produkter, eller tilby rabatter på produktene de vurderte å kjøpe.

### > Brukergenerert innhold

Selv om AI er et fantastisk verktøy for å automatisere produktanbefalinger, kommer de mest overbevisende anbefalingene fra brukere som har prøvd produktene selv. Det samme gjelder influencere. Bruk sosialt salg for å øke salget og konverteringsfrekvensen. Noen nettbutikker har lyktes med å skape et fellesskap rundt produktene sine ved å lokke kunder til å legge ut bilder av kjøpene sine på nettet. Vurder om dette kan fungere for din butikk.

# Ikke glem det fundamentale

Selv om du benytter deg av de nyeste markedsføringsteknikkene, betyr ikke det at du bør glemme det grunnleggende. Før du prøver å implementere de siste AI-salgstriksene, bør du sørge for at du har full kontroll over fundamentet.

Tillit spiller en viktig rolle i å redusere forlatte handlekurver, og derfor er det viktig å vurdere hele kjøpsprosessen. Ta et skritt tilbake og gå gjennom hele kundereisen for å avsløre muligheter for å bygge mer tillit og styrke den generelle handleopplevelsen. Her er noen aspekter du bør vurdere:

## > Forstå målgruppen din

Start med å danne deg en grundig forståelse av kundesegmentet ditt. Forstå smertepunktene, preferansene og kundeatferden, og implementer en «closed feedback loop» for å forbedre nettstedet ditt og tilbudene dine kontinuerlig.

## > Skap sammenheng på tvers av plattformer

Lag en overbevisende og sammenhengende merkevarerhistorie på tvers av kanaler. En godt designet logo og designguide som er gjenkjennelig på tvers av plattformer, skaper tillit og merkevarerbevissthet. Gjenkjennelighet bidrar til at kundene kommer tilbake.

## > Fokuser på å optimere konverteringsfrekvensen

I stedet for å kun fokusere på å skape mer trafikk og trekke flere besøkende til nettstedet ditt, bør du fokusere på å optimere konverteringsfrekvensen for de besøkende du allerede har. Investert i UI- og UX-designet ditt, og optimer nettstedet med en sømløs kjøpsreise. Sørg for at siden din laster raskt, og skriv overbevisende produktbeskrivelser med produktbilder av høy kvalitet.



## De viktigste punktene

Det viktigste fra denne gjennomgangen er at små ting har stor betydning. Hvis du ikke tilbyr en mobil betalingsløsning, eller hvis siden din tar fem sekunder å laste, vil krevende kunder forlate handlekurvene sine. Derfor må du sørge for at kjøpsopplevelsen går sømløst. Gå gjennom betalingsløsningen, fra produksidene til returprosessen minst en gang i måneden for å oppdage eventuelle problemer. Eliminer all friksjon, og vær så åpen som mulig om priser for å gjøre spontane shoppere til kjøpende kunder.

Du er kanskje flink, men hvis du vil lykkes i det konkurransepregede nettbutikklandskapet, **må du være fantastisk!**

