

Optimera din webbshop

En guide till försäljningsoptimering utan att lägga till kostnader





Sänk dina kostnader

Utforska olika alternativ för att spara pengar. Se om du kan förhandla fram bättre priser hos dina leverantörer, agenturer eller webbutvecklare – de är mer intresserade av att behålla dig som kund än att du ska gå i konkurs.



Vårda din relation med befintliga kunder

Ge dina lojala kunder förmåner och överväg att skapa ett lojalitetsprogram med exklusiva erbjudanden. Det är viktigt att dina kunder känner av fördelarna med att återvända till din webbshop och att de som trogna kunder inte bara får ytterligare en ström av erbjudanden.



Öka din kunds kundvagnsstorlek

Sikta på att öka antalet varor i varje kundvagn genom att introducera paket- eller produktförslag eller erbjuda fri leverans efter ett visst köpbelopp.



Stärk ditt varumärke

Titta på nyare och ibland billigare kanaler för marknadsföring för att öka varumärkesmedvetenheten. Liveshopping och Facebook-kampanjer är bland de senaste trenderna, medan Pinterest och Snapchat är bland de nyaste kanalerna för att skapa hållbara resultat för varumärken. Kom dock ihåg att anpassa ditt innehåll till varje kanal.



Utforska nya marknader

Finns det en marknad för dina produkter i andra länder? Utforska olika marknader och se om det finns en matchning för din webbshop.



Utöka din lista över e-postprenumeranter

Ha en e-poststrategi med bra flöden och samla så många behörigheter som möjligt. Kom ihåg att e-postmarknadsföring i allmänhet är det billigaste sättet till konverteringar.



Öka din konverteringsfrekvens

Gör din kundresa så kort, enkel och intuitiv som möjligt. Din kassa är det sista stoppet på köpresan, och kanske det viktigaste. Erbjud alla lämpliga betalningsalternativ, inklusive köp-nu-betala-senare, som blir allt populärare. Du bör se till att kassan fungerar till 100 %.



Undvik returer

Optimera dina produktbeskrivningar och ha en bra storleksguide och produktbilder. Överväg att ta bort gratis returetiketter i varje paket, eftersom det kan minska antalet returer. Var dock medveten om att detta kan påverka kundupplevelsen om kunden skulle behöva en.



Ha transparenta och synliga priser

Övrraska inte dina kunder med leveranspriser och andra extra kostnader. Fundera på om gratis eller delvis gratis leveranser kan löna sig, eftersom leveranskostnader är och förblir den största konverteringsmördaren.



Få kontroll över ditt lager

Ha fysiska eller onlineoutlets och få utrymme för nya produkter trots låg marginal – dina produkter gör inget för dig genom att ligga på lager.

Optimera din webbshop med vår hjälp

Under de globala nedstängningarna växte e-handelsmarknaden med 17,1%, den högsta ökningen i procent någonsin. Många nya webbshoppar dök upp för att pröva lyckan, medan etablerade näthandlare kände av försäljningsökningen. Världen post-corona ser lite annorlunda ut och i takt med att köpkraften minskar blir det svårare för de många webbutikerna att överleva konkurrensen.

Vi hjälper dig att trimma din webbshop, optimera din försäljning och bygga en solid strategi för att överleva det hårda ekonomiska klimatet som ligger framför oss.

Ge din webbshop en hälsokontroll!

BOKA EN HÄLSOKONTROLL

nexi | nets ::



Anders Knudsen
VP of Product and Ecommerce