

# Ghidul managerului de eCommerce

pentru creșterea vânzărilor

28

cele mai bune practici  
în eCommerce

la experiență în web design, UX, SEO, PPC  
optimizare procese, legislație și  
logistică pentru creșterea vânzărilor în 2022





# eCommerce

este o industrie puternică și dinamică în care mulți antreprenori încearcă să reușească, dar nu este atât de ușor.

Acest ghid te va ajuta să crești vânzările, oferind o privire de ansamblu asupra celor mai bune practici în comerțul electronic pentru anul 2022.



## Cuprins

### Design facil si atractiv

- 08 Investește în cel mai bun design
- 10 Focus pe conversie și bounce
- 11 Optimizează navigarea
- 12 Folosește imagini de înaltă calitate
- 14 Acces facil la informațiile de contact
- 15 Adaugă o secțiune de recenzii pentru produse
- 16 Optimizează pagina de produs
- 18 Oferă încredere prin criptarea informațiilor sensibile
- 20 Oferă o experiență facilă de check-out

### eCommerce marketing

- 23 Conturează o strategie de Pay-Per-Click
- 26 Cunoaște-ți audiența
- 30 Importanță A/B Testing
- 32 Retargeting
- 34 Email Marketing
- 36 Nu uita de SEO
- 38 Evaluează eficiența campaniilor de digital folosind Google Analytics

### Experiența de cumpărare

- 41 Oferă cel mai bun Customer Service
- 42 Experiența de livrare care face diferența
- 44 Optimizează versiunea de mobil
- 46 Folosește cel puțin 3 canale de vânzare

### Logistică eficientă

- 51 WMS
- 54 Automatizează livrările

### Echipa eCommerce

- 63 Construiește o echipă eficientă
- 64 Definește rolurile și atribuțiile

### Optimizare procese

- 69 Folosește o metodă simplă de optimizare
- 70 Mapează procesele

### Aspecte juridice importante

- 75 Fii clar și transparent cu termenii și condițiile
- 77 Ocupă-te de afacerea ta înainte ca afacerea ta să se ocupe de tine

### Trend-uri în ecommerce



# Echipa editorială

Editor



**Lucescu Viorela**

Head of Marketing & Growth  
Innoship

Grafică



**Daniel Farcas**

Creative Director  
Innoship



Mulțumim pentru contribuție experților



**Vlad Stoiculescu**

Marketing Coordinator  
VTEX  
Central & Eastern Europe



**Dragoș Matei**

Product Manager  
OLX



**Denis Sgarbură**

Head of Content Strategy  
DWF



**Bianca Lohan**

Head of PPC  
DWF



**Andrei Darie**

PPC Strategy Manager  
DWF



**Liviu Taloi**

Data Analytics Director  
DWF



**Eugen Predescu**

Paid Media Managing Director  
DWF



**Diana Meteș**

Consultant & Marketing  
Manager  
easySales



**Daniel Toma**

Director General  
Senior Software



**Cosmin Costea**

Fondator  
Ecommasters



**Cătălin Grigorescu**

Managing Partner  
bvp GRIGORESCU  
ȘTEFĂNICĂ



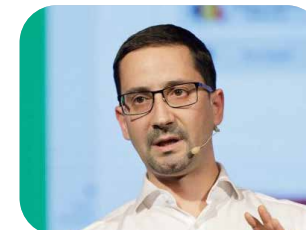
**Vladimir Griga**

Associate  
bvp GRIGORESCU  
ȘTEFĂNICĂ



**Paul Nita**

General Manager ID  
Logistics si Presedinte  
ARILOG



**Andrei Radu**

CEO & Founder  
GPeC



# I Design facil și atractiv

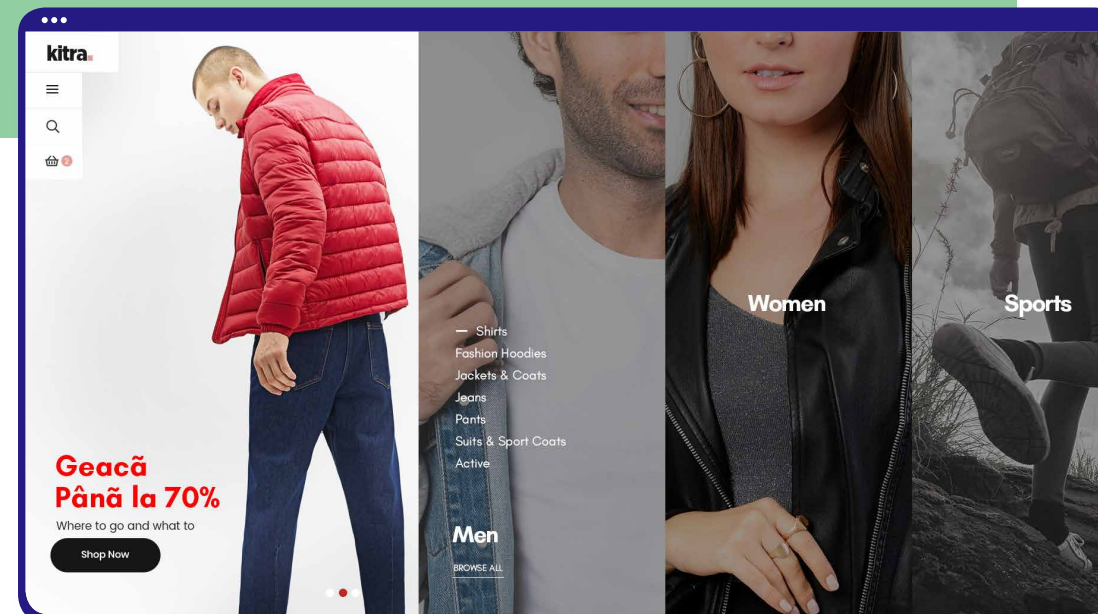
Începe prin a crea un website cu un design cât mai atractiv, folosind o platformă eCommerce precum **VTEX**, **GoMag**, **Magento**, **While(1)** sau **MerchantPro**.

Definește de la început o strategie **PPC** (Pay-Per-Click) puternică pe **Adwords** cu cuvinte cheie alese cu atenție, definește o strategie de **marketing prin e-mail** și una de **Facebook Ads** și creează un conținut care să aibă un **SEO** bun.

Ținând cont de toate aceste aspecte de bază, poți spune că experiența ta în eCommerce a început cu dreptul și că urmezi calea celor mai bune practici în acest domeniu.



## Un homepage care face diferența



Există câteva aspecte mai importante decât altele, însă toate recomandările care urmează sunt interconectate.

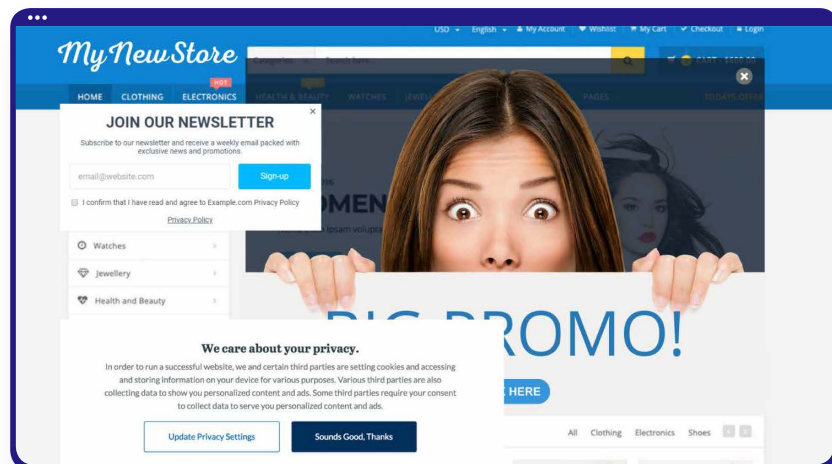
Cu toate acestea, putem considera designul și experiența de navigare în website o prioritate.

01

# Investește în cel mai bun design

Ai vizitat vreodată un site care este prost proiectat, greu de navigat, și prin urmare l-ai părăsit după primele cinci secunde? Probabil că ai avut o astfel de experiență și nu dorești ca site-ul tău să fie unul dintre ele.

**Partenerii noștri de la VTEX ne descriu pe scurt cum ar trebui să arate o pagină principală, respectând cele mai bune practici de comerț digital.**



(Un exemplu fictiv, dar deja familiar de pagină construită greșit)

Greșelile făcute de administratorii site-urilor de comerț rezultă deseori în pagini principale sufocate de bannere, neclare sau construite în jurul unor elemente secundare.

## Cele mai bune practici de implementare UX



În ceea ce privește home page-urile sau landing page-urile, acele pagini care servesc drept prim contact al utilizatorului cu site-ul, există câteva reguli de UX (User Experience) design care pot face site-ul ușor de navigat.

- Delimitarea clară a elementelor de navigație
- Folosirea unei palete de culori coerentă, a unui fundal clar și a unui font lizibil
- Păstrarea meniului de navigație, a filtrelor și a categoriilor de produs mereu în prim plan
- Sublinierea promoțiilor și afișarea unui număr limitat de produse vedetă pe prima pagină
- Sublinierea clară a prețurilor și reducerilor
- Folosirea unor imagini la rezoluție ridicată, chiar și pentru imaginile de tip thumbnail
- Plasarea coșului de cumpărături într-un loc vizibil
- Plasarea în prim plan atât a produselor vedetă, cât și a celor cu recenzii pozitive ("social proof").
- Minimizarea impactului bannerelor și a pop-up-urilor (menținerea celor strict necesare precum consimțământul GDPR).
- Plasarea unui CTA (Call to Action) clar în cazul paginilor promoționale
- Plasarea unor butoane de cumpărare vizibile pe pagină

02

## Focus pe conversie și bounce

### Cheia este să crești rata de conversie și să scazi rata de respingere

(bounce rate = o rată crescută a acestui indicator semnalează că, odată ajunși pe website, vizitatorii îl părăsesc imediat).



Asigură-te că logo-ul site-ului tău nu ocupă prea mult spațiu.

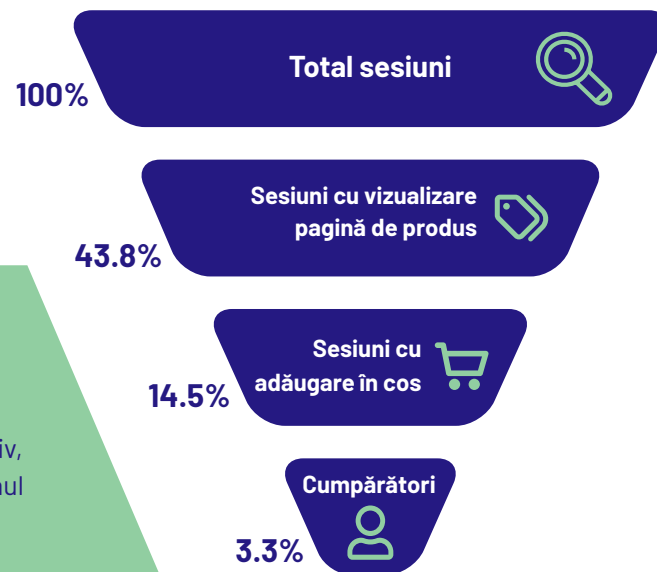
Ar trebui să fie un logo profesional și atractiv, care să nu ocupe mai mult de 10% din ecranul vizitatorilor.

Viitorii tăi cumpărători trebuie să înțeleagă clar care este acțiunea pe care o dorești de la ei.

Dacă ai o promoție, produsele trebuie să fie vizibile și ușor de adăugat în coșul de cumpărături.

Dacă ai un produs în premieră, butonul de „rezervare” trebuie să fie clar vizibil etc.

**O regulă de bază în UX este să nu lași niciodată utilizatorul să ghicească ce dorești să facă.**



03

## Optimizează navigarea

Asigură-te că meniul website-ului este intuitiv și util, cu categorii relevante pentru nișa din care faci parte, conține o secțiune **Despre noi** și **Contactați-ne** și chiar o bară de căutare.



O bară de căutare le permite clienților să găsească exact ceea ce caută rapid și ușor. Se numără printre cele mai bune practici UX pentru magazinele online.



...?

De asemenea, încearcă să răspunzi în avans eventualelor întrebări printr-o secțiune de **Întrebări frecvente**



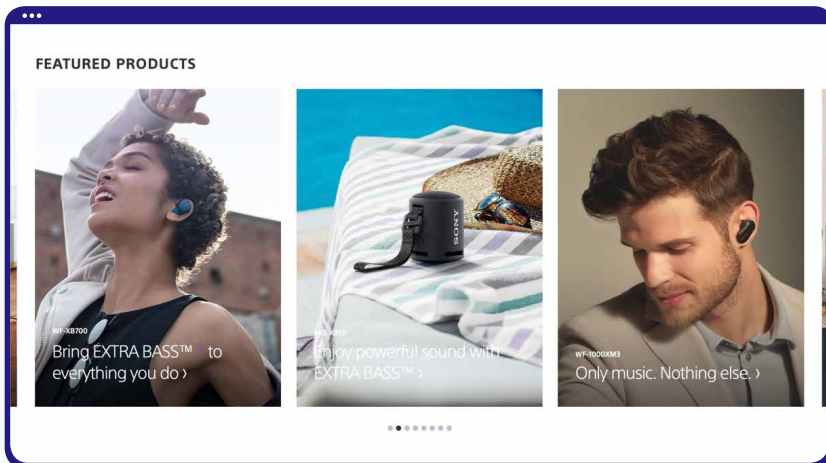
04

## Folosește imagini de înaltă calitate

Imaginile tale ar trebui să fie de cea mai bună calitate și motivaționale.

Ajută-ți clienții să-și imagineze cum s-ar simți folosind produsele tale.

Imaginea alăturată este un exemplu de pagină de pornire foarte bună. Imaginile de campanie sunt profesioniste și atrag atenția. Te imaginezi imediat folosind produsele vândute.



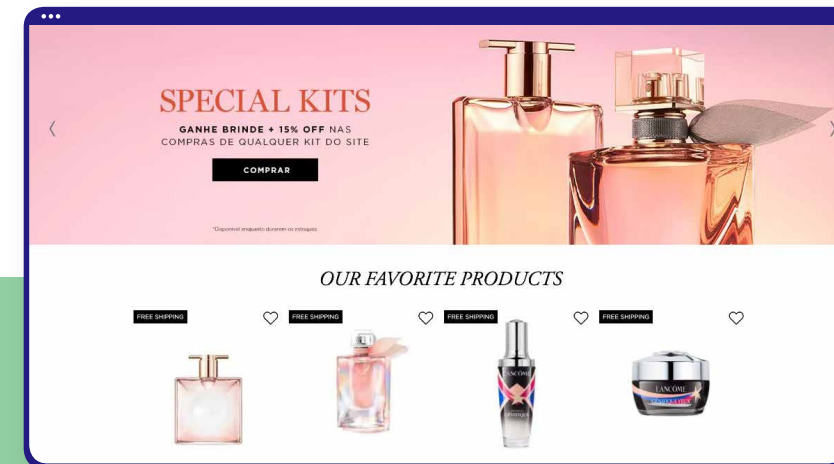
O altă recomandare sunt și imaginile puternice, motivaționale, combinate cu elemente funcționale ale site-ului.



În cazul site-urilor de fashion sau cosmetice, o idee bună este listarea celor mai vândute produse, imediat sub imaginile principale.

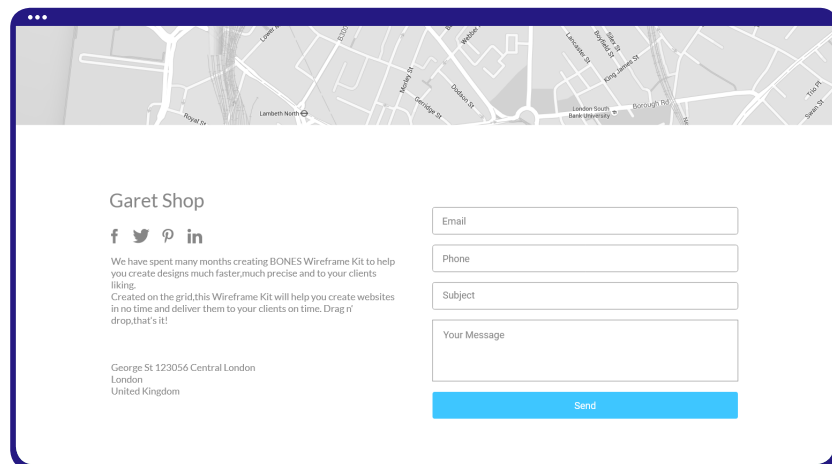


Site-urile cu produse de larg consum (retail & grocery) au nevoie de toate aceste mici "trucuri", în cazul lor scopul fiind atât atragerea de noi cumpărători pe site, cât și creșterea valorii coșului mediu de cumpărături.



05

## Acces facil la informațiile de contact



O altă caracteristică importantă de UX este accesul facil la informațiile de contact, numere de telefon sau chiar o casetă de chat. În plus, prezența linkurilor pentru canalele de socializare în bara de subsol a paginii de pornire, potențiază experiența de navigare.



Nu copleși clienții cu pagini complexe sau cu prea multe informații și conținut. Păstrează site-ul curat și simplu. Nu le distrage atenția de la ceea ce caută. Ghidează-i spre vânzare printr-o experiență simplă și relevantă.

06

## Oferă încredere prin criptarea informațiilor sensibile

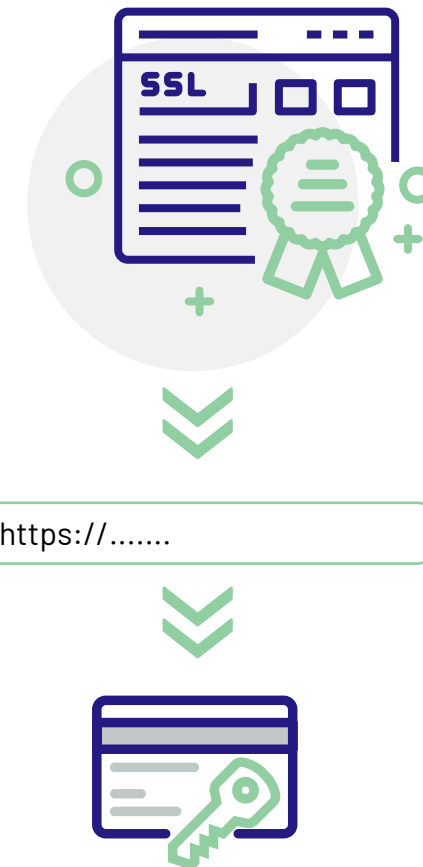
**Certificatul SSL (Secure Sockets Layer) joacă un rol important în securitate pentru un magazin online.**

CertIFICATELE SSL pot fi utilizate de către magazinele online care doresc să creeze tranzacțiile cu carduri de credit, să efectueze transferuri de date și să proceseze autentificări.

Aceasta este o componentă cheie a oricărui site de comerț electronic și a oricărui site adaptat standardelor moderne; este una dintre cele mai importante bune practici pentru site-ul de comerț electronic, deoarece generează încredere.



Certificatul SSL este un mic fișier de date instalat pe un server web care permite o conexiune sigură între server și un browser web.





07

# Optimizează pagina de produs

**Pagina de produs (numită și PDP sau Product Detail Page) este poate cel mai important element al unui magazin online, secundată de pagina de check-out.**

Dincolo de calitatea descrierii și de dezirabilitatea produsului, există câteva elemente care pot menține cumpărătorii pe o pagină de produs:



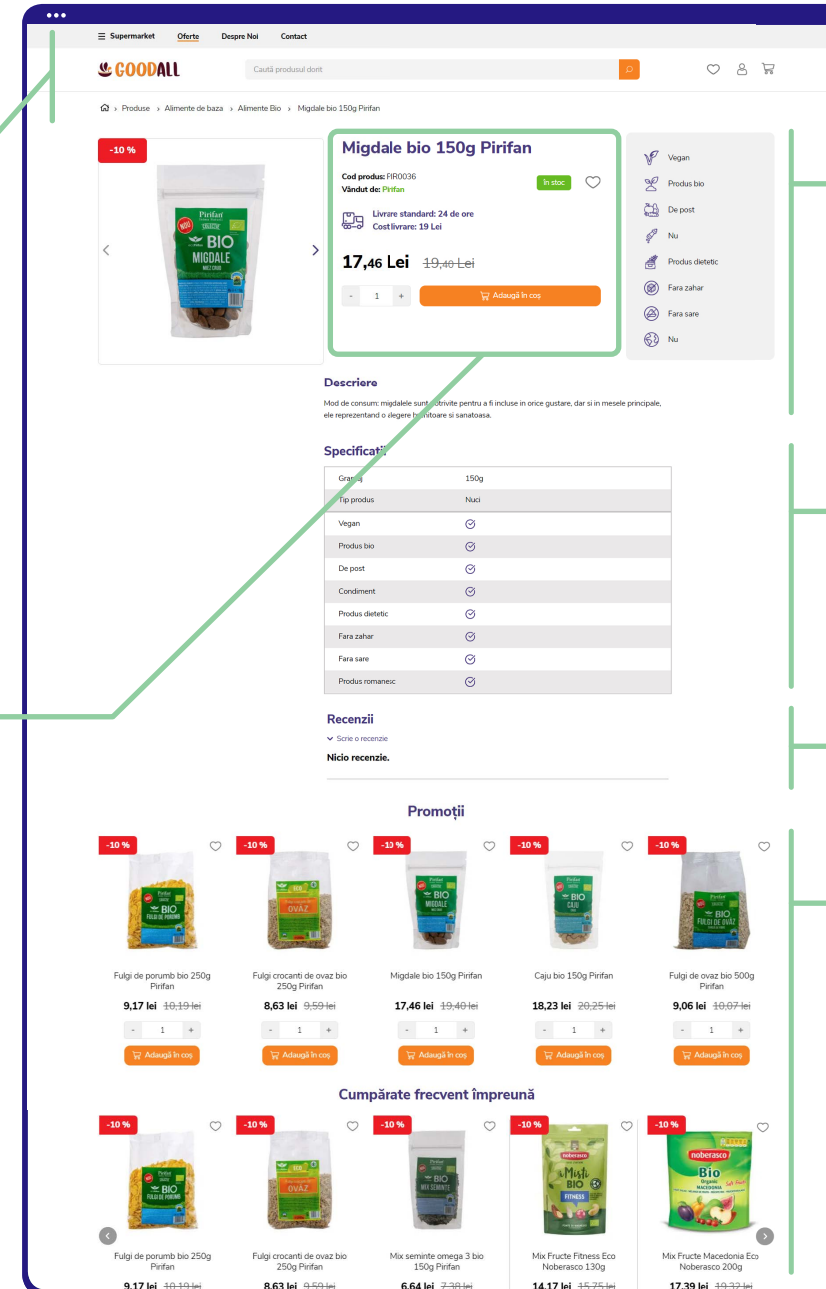
**Adaugă elemente de garanție:** fie garanția efectivă a produsului (în cazul produselor electronice și electrocasnice), fie certificări sau elemente de compoziție a produselor în cazul alimentelor și a altor tipuri de consumabile (eco, bio, fără zahăr, fără sare, fără gluten etc.)

## Meniu ușor de accesat

- ➔ Indiciile de navigație (așa numitele „breadcrumbs”) care îți arată în ce categorie și subcategorie de produs te afli

## Secțiunea titlu produs

- ➔ Un titlu complet de produs (care poate include și specificațiile unui SKU precum gramajul sau culoarea)
- ➔ Cost și timp de livrare vizibil
- ➔ Preț vizibil și posibilitatea de a adăuga mai multe produse fără a fi nevoie să accesezi coșul
- ➔ Un coș permanent prezent pe ecran și un buton de adăugare în coș vizibil și așezat în prim plan.



## Produs

- ➔ O descriere clară a produsului și beneficiilor
- ➔ Imagini de calitate înaltă
- ➔ Elemente de garanție

## Specificații

- ➔ Specificații de produs corecte, utile celor care vor să compare produsul sau caută o anume variantă a lui

## Recenzii

- ➔ Secțiune de recenzii vizibilă și conectare la rețele sociale

## Recomandări

- ➔ Produse promoționale, produse ale aceluiași producător sau produse cumpărate frecvent

**Acest document este o previzualizare a  
Ghidului Managerului de eCommerce  
disponibil pe [www.innoship.com](http://www.innoship.com)**



**Completează datele și  
accesează ghidul gratuit**

**innoship**  
STREAMLINE DELIVERY