

Skuteczny handel online wymaga nowoczesnych narzędzi



Start

Nowoczesne
narzędzia

Wyzwania
e-commerce

Ścieżka
zakupowa

Spersonalizowany
sklep

Szybkie wyszukiwanie
produktu

Efekty
i korzyści

Blisko
klienta

Skuteczny handel online wymaga nowoczesnych narzędzi

Dynamiczne zmiany w gospodarce skłaniają firmy działające w branży e-commerce do wykorzystania na większą skalę cyfrowych narzędzi, takich jak nowoczesna analityka do śledzenia ścieżki klientów czy inteligentne personalizowanie ofert i rabatów.



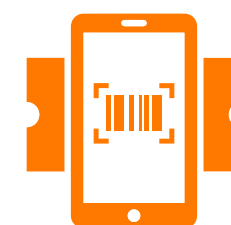
Dziś szybka i responsywna strona WWW dla konsumenta to już elementarz. Gdy zawiesza się lub za długo ładuje – to prosta i pewna droga do utraty zamówienia. Jednak aby odnieść sukces, należy zadbać o dobre doświadczenia klienta, co wprost przekłada się na wzrost sprzedaży. Strona, poza samym jej wyglądem, musi być wyposażona w rozwiązania, które aktywnie analizują wizyty klientów i proponują im optymalny koszyk zakupowy.





Wyzwania współczesnego e-commerce

Z raportu firmy doradczej Deloitte „Wpływ narzędzi cyfrowych na zakupy Polaków 2021” wynika, że:



ponad dwie na trzy wizyty w sklepach odbywają się z wykorzystaniem narzędzi cyfrowych



najbardziej scyfryzowaną grupą wiekową pozostają osoby młode – do 24 lat



wzrasta korzystanie z narzędzi cyfrowych wśród starszych kategorii wiekowych: 35-54 lata

Zatem wspomaganie się technologią w trakcie zakupów nie jest już tylko domeną młodych ludzi.

Start

Nowoczesne
narzędzia

Wyzwania
e-commerce

Ścieżka
zakupowa

Spersonalizowany
sklep

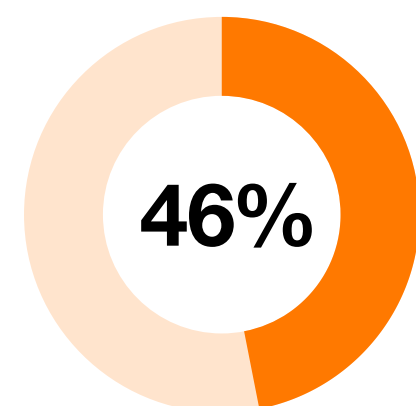
Szybkie wyszukiwanie
produktu

Efekty
i korzyści

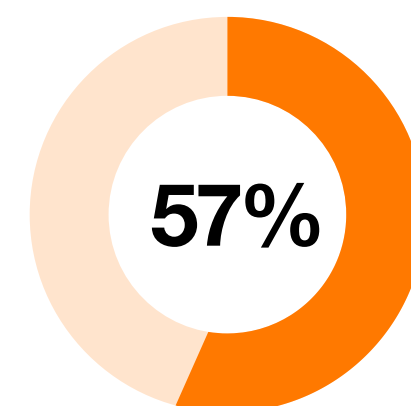
Blisko
klienta



Potwierdzają to wyniki badania VMware przeprowadzonego w grupie 6000 konsumentów z Europy. Dowodzą one, że klienci rzeczywiście oczekują bardziej interaktywnych kontaktów ze sklepami:



badanych chętnie skorzystałoby z technologii wirtualnej rzeczywistości, aby poprawić doświadczenia zakupowe



deklaruje, że natychmiast opuściłoby witrynę internetową sklepu online, gdyby się okazało, że nie udaje się rozwiązać jakiegoś problemu

Start

Nowoczesne narzędzia

Wyzwania e-commerce

Ścieżka zakupowa

Spersonalizowany sklep

Szybkie wyszukiwanie produktu

Efekty i korzyści

Blisko klienta



Krótką ścieżką zakupową nie jest drogą na skróty

Orange Polska w dziedzinie e-commerce ma duże doświadczenie, a w portfolio oferowanych usług znajdują się rozwiązania umożliwiające skrócenie drogi klienta do produktu dzięki nowoczesnej technologii dopasowanej do każdego e-sklepu.

Wśród zrealizowanych projektów znalazły się wdrożenia z wielu branż:

FMCG



Fashion



Home and Garden



Wszystkie są dopasowane do oczekiwań klientów i zachowują przy tym pełną skalowalność adekwatną do zmieniających się potrzeb.

Start

Nowoczesne
narzędzia

Wyzwania
e-commerce

Ścieżka
zakupowa

Spersonalizowany
sklep

Szybkie wyszukiwanie
produktu

Efekty
i korzyści

Blisko
klienta

Z rozwiązania dla e-commerce skorzystało m.in. polskie przedsiębiorstwo, będące największym w kraju producentem i eksporterem produktów kosmetycznych. Produkty tej marki są dostępne w 70 krajach świata. Celem firmy było udoskonalenie procesu zakupowego i zwiększenie konwersji w kanale internetowym poprzez:



usprawnienie procesu wyszukiwania produktów



zwiększenie zaangażowania użytkowników na stronie sklepu dzięki personalizacji oferty produktowej

Start

Nowoczesne
narzędzia

Wyzwania
e-commerce

Ścieżka
zakupowa

Spersonalizowany
sklep

Szybkie wyszukiwanie
produktu

Efekty
i korzyści

Blisko
klienta

Spersonalizowany sklep internetowy

Orange wspólnie z firmą QuarticOn zaproponował rozwiązanie umożliwiające spersonalizowanie całej przestrzeni sklepu internetowego dzięki inteligentnym algorytmom, które:



- rejestrują dane behawioralne każdego klienta,
- tworzą dla niego odrębny profil zakupowy,
- wyświetlają produkty dopasowane do jego potrzeb, zainteresowań i oczekiwań

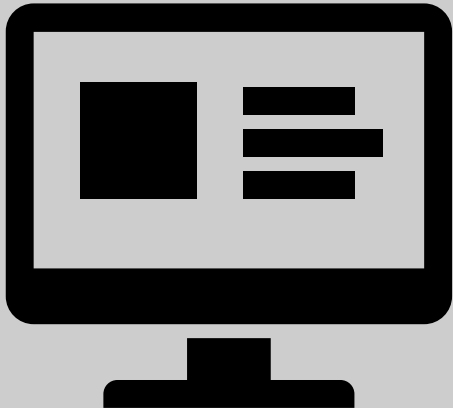
Produkty wyświetlane są w specjalnych „ramkach”, które przejmują rolę niewidzialnego doradcy, wywołują dodatkowy impuls zakupowy i zachęcają do dalszego eksplorowania oferty.



Ramki są umieszczone na stronie sklepu w strategicznych miejscach, do których należą m.in.:



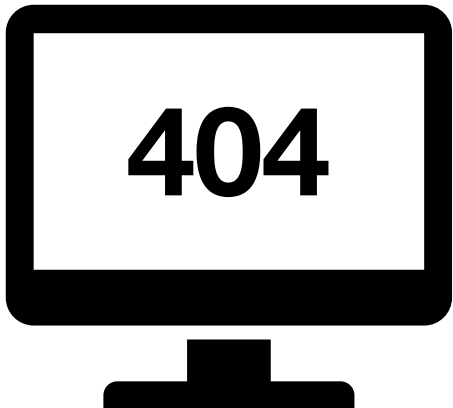
Strona główna – pierwsze miejsce na stronie, do którego trafia klient. Jeśli od razu otrzyma propozycje produktów, które pasują do jego aktualnych potrzeb, zaoszczędzi swój czas spędzony na przeglądaniu poszczególnych zakładek i wyszukiwaniu odpowiedniego produktu. **Zastosowane ramki:** Wybrane dla Ciebie, Bestsellery, Ostatnio oglądane, Porzucony koszyk.



Karta produktu – karta produktu to miejsce, w którym użytkownik jest jeszcze w trakcie procesu oceny oferty i podejmowania decyzji. Przedstawienie produktów podobnych do ostatnio oglądanych wzbudza w nim dodatkowy impuls zakupowy i podsuwa dopasowane do jego wyborów alternatywy. **Zastosowane ramki:** Podobne, Ostatnio oglądane.



Strona koszyka – ramka z produktami komplementarnymi (ponieważ kupiłeś(-eś) produkt X, może spodoba Ci się także), której celem jest zwiększenie wartości koszyka i zaproponowanie klientowi dodatkowych produktów pasujących do jego potrzeb.



Strona błędu 404 – ramka na stronie błędu 404 podświadomie zapewnia odwiedzającego, że wciąż jest na właściwej witrynie, zatrzymuje go na niej i zachęca do kontynuowania procesu zakupowego. **Zastosowanie logik „Wybrane dla Ciebie” i „Ostatnio popularne”** pozwala klientowi znaleźć odpowiedni produkt, co ostatecznie przekłada się na sprzedaż.

Wdrożenie ramek rekomendacji trwało niecałe 3 tygodnie. Prace odbywały się wyłącznie po stronie QuarticOn po uprzednim wpięciu w kod strony skryptu QON przez klienta.

Szybkie wyszukiwanie produktu

Klient korzysta również z rozwiązania AI Smart Search – wyszukiwarki opartej na algorytmach sztucznej inteligencji, która skraca drogę między użytkownikiem a produktem. Proces wyszukiwania produktów jest precyzyjny, szybki i skuteczny dzięki praktycznym funkcjom, takim jak:



rozpoznawanie błędów i literówek w hasłach



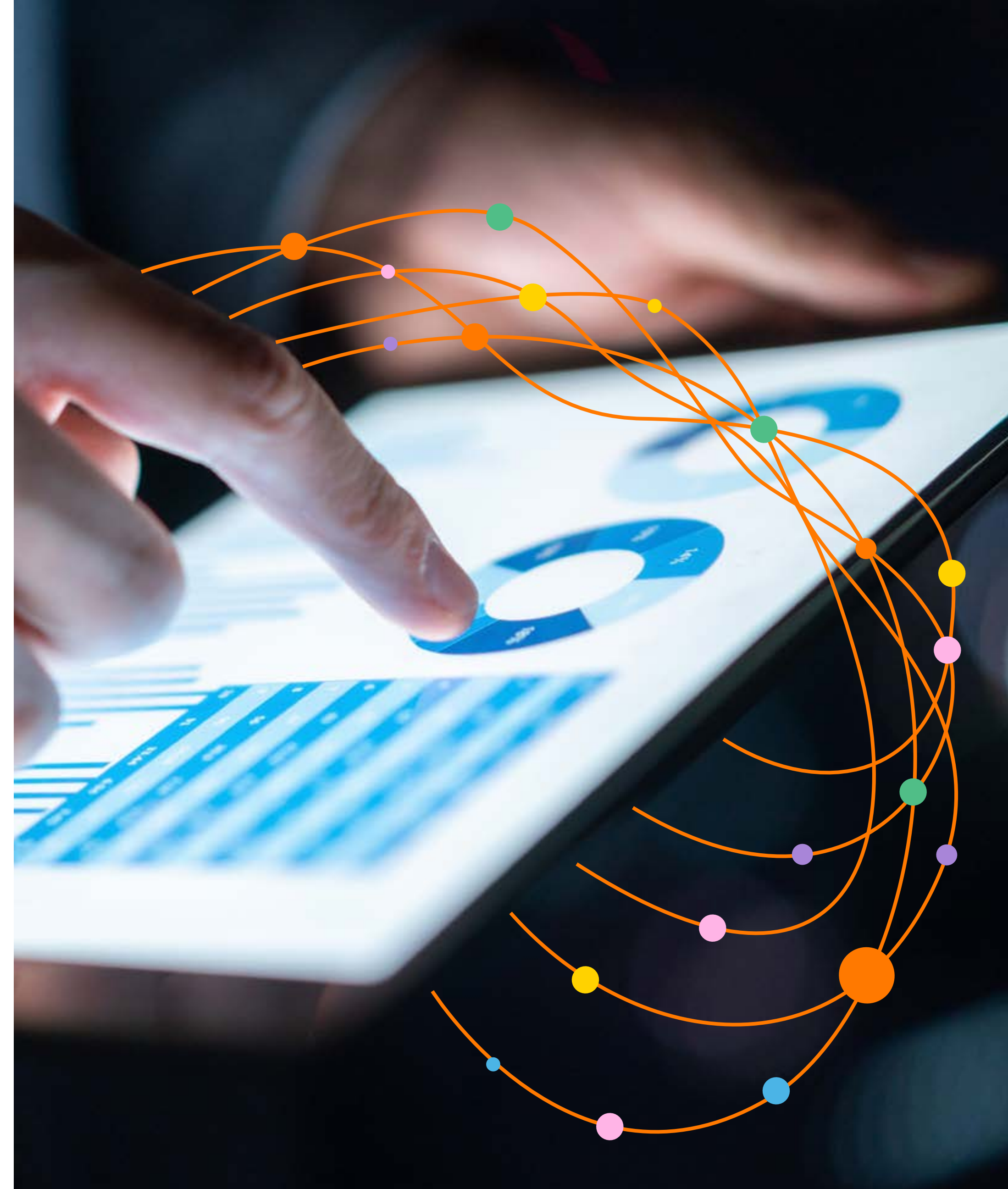
autouzupełnianie



obsługa synonimów



zaawansowane filtrowanie i sortowanie



Efekty i korzyści

Wdrożone rozwiązanie przyniosło szybkie i mierzalne efekty w postaci zwiększenia konwersji dzięki usprawnieniu procesu wyszukiwania i dopasowania produktów. **Średnia konwersja z systemu rekomendacji wyniosła około 10% sprzedaży sklepu, do mniej więcej 3% (za 4 miesiące) zwiększył się również wskaźnik CTR (click through rate).**

Dodatkowe zalety to także:



wygodny i intuicyjny panel klienta – z rozbudowanymi raportami generowanymi w czasie rzeczywistym i możliwością monitorowania najważniejszych parametrów KPI, takich jak CTR czy konwersja



wiarygodny doświadczony dostawca technologii



szybka implementacja rozwiązania



bezpłatna miesięczna konsultacja specjalisty QuarticOn w zakresie optymalizacji wykorzystywanych strategii



wygodna płatność

Blisko klienta

Jak wynika z badania Forrester Consulting, aby poprawiać doświadczenia klientów e-commerce, coraz częściej wykorzystuje się automatyzację, sztuczną inteligencję czy big data.

Nowoczesne narzędzia umożliwiają wzrost liczby wracających do sklepu osób nawet o 57%. Okazuje się, że te sklepy, które nie wprowadziły innowacji na czas i nie potraktowały technologii cyfrowych w czasie pandemii priorytetowo, szybko znalazły się na straconej pozycji.



Rozumiejąc potrzeby swoich klientów, Orange nieustannie stara się dostarczać najnowocześniejsze rozwiązania, które pozwalają im osiągać większe przychody i lepiej zarządzać biznesem.

