predidaplatite.com

Онлайн магазин: 16 въпроса, преди да платите

Не всички въпроси важат за всеки проект: Правилните въпроси зависят от това какво целите като краен резултат. Изберете тези, които пряко се отнасят до крайния продукт или цел, която искате да постигнете. Задаването на всички без релевантна преценка по-скоро ще объркa човека от другата страна.

E1

Как ще влязат продуктите и кой ще поддържа данните им след това?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Първоначалното въвеждане е еднократна задача. Поддръжката е всеки ден, продължава през целия живот на магазина и почти никога не е включена в офертата.

ДОБЪР ОТГОВОР

Преди да предложи решение, изпълнителят пита колко артикула имате, къде се съхранява информацията за тях и колко често се променя. Предлага връзка със системата, в която вече ги водите.

ЛОШ ОТГОВОР

„Вие ще ги качите през администрацията.“. При асортимент от 40 продукта това може да бъде разумно решение. При 4000 артикула обаче подобен отговор означава, че месеци ръчна работа се прехвърлят върху вашия екип.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Преди да подпишете, помолете изпълнителя да въведе десет ваши реални продукта. Така ще видите колко време отнема обработването на един артикул и ще можете сами да изчислите необходимия ресурс за целия асортимент.

E2

Кои методи за плащане и доставка ще бъдат свързани и кой ги договаря?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Всяка интеграция с куриер или платежен доставчик е отделна задача, самостоятелен договор и понякога допълнителна такса. Липсата на един популярен метод е реална загуба на поръчки.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят изброява поименно кои куриерски и платежни услуги са включени в офертата и кои се заплащат допълнително. Освен това уточнява, че търговските договори с куриера и банката се сключват от вашата фирма.

ЛОШ ОТГОВОР

„Поддържаме всички методи.“ Това, че дадена възможност съществува в платформата, не означава, че е свързана с вашия акаунт, настроена според условията на вашия договор и проверена с реална поръчка.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Направете една истинска поръчка с реална карта след старта, след това я анулирайте и върнете. По-добре е вие да откриете навреме, че връщането не работи, отколкото първият сигнал да дойде от недоволен клиент.

E3

Ако имам стар магазин, какво става с адресите на продуктите?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Това е най-скъпата грешка в целия този сайт. Магазин, преместен без пренасочвания, губи натрупания трафик и връщането отнема месеци.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят сам повдига темата за пренасочванията и обяснява, че всеки стар адрес трябва да води към съответната страница в новия магазин.

ЛОШ ОТГОВОР

„Новият магазин ще е по-добър, Google ще го открие." Google вероятно ще открие новите страници, но без пренасочвания те ще започнат да изграждат своята история отначало.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Преди преместването запазете адресите на десет от най-посещаваните или най-продаваните си продукти. След старта на новия магазин ги отворете един по един. Всеки стар адрес трябва автоматично да ви отвежда до съответния продукт в новия магазин.

E4

Как ще виждам кои продажби откъде идват?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Без проследяване не можете да прецените нито реклама, нито SEO, нито социални мрежи. Ще плащате за канали, без да знаете кои работят.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят говори за проследяване на завършените поръчки, тяхната стойност и съдържанието на количката, а не само за отчитане на посещенията. Обяснява кои събития ще бъдат настроени, как ще се разпознава източникът на клиента и кой ще провери дали данните се предават правилно.

ЛОШ ОТГОВОР

Темата изобщо не се обсъжда или получавате общото уверение: „Платформата има вградена статистика.". Вградената статистика не знае откъде е дошъл клиентът.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Направете тестова поръчка и проверете дали тя се отчита с правилната стойност. След това за период от една седмица сравнете броя на поръчките с този в администрацията на магазина. Разлика над 10 % значи некоректно измерване.

E5

Какъв е планът, когато асортиментът стане три пъти по-голям?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Структурата на категориите се залага в началото и се променя най-трудно после. Магазин, построен за 200 артикула, се разпада при 2 000.

ДОБЪР ОТГОВОР

Преди да предложи категории и навигация, изпълнителят пита как планирате да разширите асортимента. Говори за филтри, за подкатегории и за това кои страници ще се появят автоматично.

ЛОШ ОТГОВОР

Приема структурата от стария сайт или от шаблона, без да попита нищо за асортимента в бъдеще.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Помолете изпълнителя да ви покаже как ще изглеждат навигацията и продуктовата структура, ако след година добавите две нови категории. Ако отговорът е „Ще преправим менюто.", то структурата е плоска.

E6

Кой изготвя задължителните страници: общи условия, връщане на стока, лични данни?

ЗАЩО ПИТАТЕ

При онлайн магазин тези текстове изпълняват конкретни законови изисквания, чието неспазване може да доведе до санкции, затова не трябва да бъдат третирани като формална част от сайта.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят уточнява, че съдържанието ще бъде подготвено от юрист с опит в електронната търговия и че магазинът технически ще поддържа процеса за упражняване на правото на връщане.

ЛОШ ОТГОВОР

„Ще копираме от друг магазин и ще сменим името." Копираното съдържание отразява условията и практиките на чужд търговец и може да се окаже неприложимо още при първата клиентска жалба.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Прочетете условията за връщане в три онлайн магазина, разработени от същия изпълнител. Напълно еднакъв текст навсякъде показва, че съдържанието не е съобразено с конкретния бизнес.

E7

Как магазинът ще се свърже със счетоводството и фактурирането?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Всяка поръчка изисква съответния документ, а без автоматизирана връзка някой ще трябва ежедневно да прехвърля информацията и да издава фактурите ръчно, като тази задача вероятно ще остане за вас.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят проучва настоящия ви процес на фактуриране и предлага конкретна интеграция със съществуващата система или автоматично издаване на документи, като посочва отделна цена за разработката.

ЛОШ ОТГОВОР

Темата изобщо не присъства в разговорите или офертата. Обикновено тя се появява в края на първия месец, когато вече има натрупани поръчки и куп неиздадени фактури.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Попитайте счетоводителя си каква информация и в какъв формат трябва да получава от магазина и занесете списъка на срещата. Начинът, по който изпълнителят ще реагира и предложи решение, ще ви даде ясна представа за неговата подготовка.

E8

Кой ще осигури снимките и описанията на продуктите и ще бъде ли съдържанието уникално?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Описанията, копирани директно от производителя, обикновено присъстват в десетки други магазини и не дават на търсачката причина да покаже точно вас.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят ясно разграничава отговорностите: изображенията се предоставят от вас или производителя, а описанията се подготвят специално за магазина, с конкретна цена на продукт и приоритет за най-продаваните артикули.

ЛОШ ОТГОВОР

„Ще вземем всичко от сайта на вносителя." Това решение спестява време. В същото време прави вашия магазин почти неразличим от всички останали, които използват същите снимки и текстове.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Копирайте изречение от описание на ваш продукт и го потърсете в кавички. Броят на страниците със същия текст ще ви покаже доколко съдържанието е уникално.

E9

Колко стъпки има поръчката и може ли клиент да купи без регистрация?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Всяка допълнителна стъпка и всяко задължително поле изпращат част от клиентите при конкурент с по-кратък и удобен процес на поръчка.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят показва целия процес стъпка по стъпка, позволява покупка като гост и изисква единствено информацията, необходима за плащането и доставката.

ЛОШ ОТГОВОР

„Регистрацията е задължителна, защото искаме да изградим клиентска база. Подобна база действително има стойност. Пропуснатите поръчки обаче могат да струват повече от данните, които се опитвате да съберете.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Направете тестова поръчка и пребройте през колко екрана преминавате, колко полета попълвате и кои от тях действително са необходими, за да получите пратката си.

E10

Как се смятат цените за доставка и кой поддържа тарифите на куриерите?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Куриерите променят тарифите си, а магазин с неактуални цени за доставка или губи средства при всяка поръчка, или отблъсква клиентите с ненужно високи такси.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят обяснява дали стойността ще се изчислява в реално време чрез интеграция с куриера, или по предварително определено правило, и посочва кой ще актуализира настройките при промяна на тарифите.

ЛОШ ОТГОВОР

„Ще сложим фиксирана доставка и готово." Може да е правилното решение, но само когато стойността е изчислена спрямо реалните разходи, а не е избрана единствено защото се настройва най-лесно.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Попитайте какво точно ще се случи с цените в магазина, когато куриерът актуализира тарифата си. Търсете конкретен отговорник и процес за реакция, а не неопределено обещание.

E11

Какви такси на транзакция ще плащам и на кого?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Между банката, платежния оператор и използваната платформа всяка продажба може да включва няколко отделни разхода, които рядко се събират и представят на едно място в офертата.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изброява таксите по пера с проценти и уточнява дали има месечни минимални суми, разходи при възстановяване на плащане и такси при отказана транзакция.

ЛОШ ОТГОВОР

„Прилагат се стандартните такси." Единен стандарт не съществува. Значение имат условията по вашия конкретен договор, който трябва да бъде прегледан, преди магазинът да започне да приема плащания.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Изчислете общата стойност на таксите върху средната си поръчка и я умножете по очаквания месечен брой продажби. Получената сума трябва да бъде включена при определянето на цените.

E12

Какво се случва, когато двама клиенти поръчат последната бройка едновременно?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Продажбата на една и съща бройка на двама клиенти води до отменена поръчка, недоволство и негативен отзив, като рискът е най-голям именно при промоции.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят обяснява как се актуализира наличността, в кой момент продуктът се резервира за конкретната поръчка и какво съобщение вижда следващият клиент, когато артикулът вече е изчерпан.

ЛОШ ОТГОВОР

„Подобна ситуация почти не се случва." Тя обикновено се появява точно когато магазинът започне да получава повече поръчки за кратък период.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Попитайте какво получава вторият клиент: съобщение при поръчката или имейл с извинение на следващия ден.

E13

Какви автоматични имейли ще получава клиентът и кой пише текстовете им?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Потвърждение, известие за изпратена пратка, съобщение за върната сума представляват значителна част от комуникацията с клиента, но в стандартния си вид често звучат безлично и автоматизирано.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят изброява всички автоматични съобщения, показва предварително как ще изглеждат и посочва кой ще подготви естествено звучащите им текстове на български език.

ЛОШ ОТГОВОР

„Платформата ги праща автоматично." Технически това е вярно. Без редакция обаче съобщенията могат да пристигат на английски, на развален български или от безличен адрес от типа no-reply.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Направете тестова поръчка и прочетете писмото, което получавате. Това чете всеки ваш клиент.

E14

Какво ще стане с магазина при промоция или рекламен пик?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Когато вече сте инвестирали в реклама, бавният или недостъпен магазин превръща платения трафик в загубен бюджет и пропуснати поръчки.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят посочва какъв хостинг ще се използва, какво натоварване може да поеме системата и какви предварителни действия се извършват преди планирана кампания.

ЛОШ ОТГОВОР

„Няма да имате такъв трафик." Може и да е прав. Но го казва човекът, който няма да поеме финансовата загуба, ако магазинът спре да работи в най-важния момент.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Попитайте директно: „Какво ще се случи, ако пусна реклама и 500 души отворят магазина едновременно?". Отговорът трябва да съдържа измерим капацитет и конкретен план за действие, а не успокоение.

E15

Как се архивират поръчките и клиентските данни и кой отговаря при срив?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Онлайн магазинът съхранява информация, свързана с плащания, поръчки и лични данни, затова нейната загуба може да създаде едновременно търговски и правен проблем.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят посочва за какъв период назад се пазят архивите, къде се съхраняват, кога последно е тествано успешно възстановяване и кой конкретно отговаря за процеса.

ЛОШ ОТГОВОР

„Хостингът автоматично създава архиви." Това вероятно е вярно. Съществуването на архив обаче не доказва, че някой е проверил дали от него може да бъде възстановен напълно работещ магазин.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Поискайте да видите тестова версия на магазина, възстановена от архив, създаден през предходния ден. Един час практическа проверка ще даде по-надежден отговор от всяко уверение.

E16

Как изглежда поръчването от телефон и кой го е тествал?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Значителна част от клиентите пазаруват през мобилни устройства, а процесът на поръчка, разработен и проверен единствено на голям екран, често създава проблеми именно там.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят потвърждава, че целият път от избора на продукт до плащането се проверява на реални мобилни устройства и показва как изглежда всяка стъпка върху малък екран.

ЛОШ ОТГОВОР

„Темата е mobile-first." Темата може да е. Вашите продуктови страници, филтри и процес на плащане обаче стават удобни за телефон едва след правилна настройка и реално тестване.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Направете поръчка от собствения си телефон, като го използвате с една ръка и в движение. Всяко място, на което трябва да спрете, да се взирате или да опитате повторно, е възможна точка за отказ на клиента. # SEO *Покрити нови теми: първият месец, история на сайта, техническо срещу съдържание, намерение срещу обем, локално присъствие, собственост на текстовете, AI при съдържанието, реален месечен обем, реакция при срив, срок и изход от договора, достъп до данните.* ## Вече публикувани (само за контекст, не се редактират) S1. По коя метрика ще ме отчитате и защо точно по нея? S2. На чий акаунт ще бъдат Search Console и Analytics? S3. Кой ще прилага промените по сайта и включено ли е това в цената? S4. Как избирате темите, за които ще пишете? S5. Купувате ли линкове и какво става с тях, ако спрем? ## Нови въпроси