

Čo by mal dnes obsahovať elektronický obchod, 1. diel

Mnoho elektronických obchodov je už nemoderných a veľa zákazníkov v nich nevie ani nakupovať. Ako by mal vyzerať vlastne moderný virtuálny obchod v ktorom by sa zákazník nestratil?

Už dlhšiu dobu popri vývoji môjho CMS systému sa snažím vytvoriť elektronický obchod, ktorý by spádal všetky podmienky dnešnej doby. Niektorí ľudia považujú eshop za celkom jednoduchú vec ale určite to nie je pravda. Takýto projekt si vyžaduje vytvoriť celkom dokonalý plán a úvahu. Je treba navrhnúť štruktúru databázy, spôsob nakupovania, dokonca aj vhodný template engine.

V tomto článku sa v žiadnom prípade nechcem zamerať na vývoj elektronického obchodu ale skôr na to čo by mal takýto veľký projekt obsahovať. Rozpíšem sa na primeraný počet bodov, ku ktorým uvediem aj opodstatnenie ich existencie.

1. Štruktúra nakupovania

Do tohoto bodu zaradím predovšetkým vetvenie celého systému nakupovania. Patria sem hlavne sekcie, kategórie, subkategórie a ako inak aj produkty.

Na obrázku sú vyznačené sekcie nasledovne:

- 1. Sekcie
- 2. Kategórie
- 3. Subkategórie
- 4. Produkty

Jedna položka sa pri tvorení eshopu vynechať dá. Sú to sekcie. Potom už ale rozloženie stačí max. pre menší obchod a nie pre veľké projekty. Najlepšie urobíte, ak ponecháte štruktúru tak ako je znázornená.

2. Zabráňte strate zákazníkov vyžadovaním registrácie

Ak sa na vašu stránku dostaví návštevník ide o potenciálneho zákazníka. Rozhodne by eshop nemal brániť nakupovaniu zákazníkov hláškou "Musíte sa registrovať aby ste mohli nakupovať.". Registráciu ponúknite užívateľom dobrovoľne alebo si uložte jeho dáta po prvej objednávke. Registračné údaje by mali byť nasledovné:

- Meno a priezvisko
- Mesto, obec, ulica, psé atď.
- Email
- Telefón

- Fax
- Firma
- IÈO
- DIÈ
- Bankový úèet

Tieto údaje by mali byť vyžadované pri registrácii alebo pri objednávaní produktu zákazníkom bez registrácie. Pri každom nákupe by si mal zákazník možnosť vybrať typ objednávky resp. doručenia a pod. okolností nakupovania.

3. Dokonalý nákupný košík

Nákupný košík by nemal mať málo ani veľa možností. Zamerajte sa len na to čo zákazník určite potrebuje. Predpokladajme, že užívateľ si vložil do košíka 3 produkty. Mali by byť za sebou inteligentne zoradené - v tabuľkách. Každý produkt musí mať vedľa seba umiestnenú jeho cenu. Je lepšie, keď je tam uvedená cena s DPH aj bez. Nesmie chýbať ani počet objednaných produktov a možnosť odstrániť produkt s košíka. Na úplnom spodku obsahu nákupného košíka sa bude užívateľovi zobrazovať sčítaná cena produktov v košíka samozrejme vrátane DPH aj bez.

4. Rýchla a prehľadná navigácia

Navigácia samozrejme nie je prvok, ktorý by mal byť jednoduchý a prehľadný iba v elektronickom obchode ale aj v každom inom CMS systéme. Štruktúra navigácie sa musí podobať obrázku, ktorý bol uvedený v prvom bode. Vždy je lepšie použiť stromovú navigáciu, ktorá sa pekne rozvetvuje.

5. Systém predavačov

Každá sekcia eshopu by mala mať vlastného predavača, ktorý by sa o ňu staral. Samozrejme nemôže chýbať ani možnosť určiť predavača pre celý systém. A prečo vlastne predavačov? Pokiaľ zákazníkovi nie sú informácie o produkte dostatočné, opýta sa predavača a ten by mu automaticky mal odpovedať.

6. Veľké množstvo informácií o produkte

Predávaný produkt by mal byť maximálne opísaný do každého detailu. Aby sa zachovala dôvera zákazníka bude najlepšie ak uvediete aj dostupnosť produktu, možnosť splátkového predaja a nezabudnite aj na zľavy a akcie. Taká akcia predsa nie je len obchodný trik potravín alebo obchodu s oblečením!

Nabudúce uvediem niekoľko ďalších bodov, ktoré budú špecifické pre potreby elektronického obchodu. V žiadnom prípade však nejde o rady ako vytvoriť elektronický obchod budúcnosti alebo nejaký podobný prevrat. Ide o jednoduchý moderný eshop, ktorý bude zarábať peniaze.