

## Āo by mal dnes obsahovať elektronický obchod, 2. diel

V skratke uvediem, že v tejto časti sa dočítate bližšie informácie o produktoch, multijazyčnosti a akciách. Āalej to podstatnejšie - spôsob vkladania produktu do košíka.

### 1. Náhľad a obrázky produktov

Každý jeden produkt, ktorý máte v obchode jednoznačne musí obsahovať minimálne jeden obrázok. Obrázok musí byť jedinečný a nemá by ho mať žiadny iný produkt. Pokiaľ je to možné snažte sa pri zobrazení produktu zobrazíť jeho menší náhľad - cca 200x160px. Náhľad určite musí byť klikateľný, pretože nikoho nezaujímá jeden malý obrázok. Ten slúži iba na prilákanie zákazníka na to aby videl po kliknutí na náhľad obrázok produktu vo veľkom rozlíšení - min. 400x320px. Jeden obrázok niekedy nestačí a tak je lepšie zabezpečiť viac náhľadov a viac obrázkov. Pokiaľ by ste prezentovali v obchode produkt bez náhľadu, určite si ho kúpi menej zákazníkov.

### 2. Multijazyčnosť a mena

Āo by ste povedali na zákazníka zo zahraničia, ktorý neovláda jazyk, v ktorom je elektronický obchod napísaný. Riešenie je jednoduché. Musíte zistiť z akej krajiny prišiel. Pokiaľ to nebude Slovensko (predpokladám, že eshop je v slovenčine), je potrebné nastaviť jazyk na svetový - angličtinu. Viem, že to nie je ľahké ale najlepšie by bolo mať pripravených čo najviac jazykových mutácií. Je rozdiel či vám eshop navštívi japonec alebo čech. Pre čecha by sme mohli prednastaviť aj slovenský (lepšie český) jazyk ale pre japonca už radšej tú angličtinu. Zmena jazyka sa viaže aj na zmenu meny. Nezabudnite ale udržiavať aktuálny kurz. Ponechajte zákazníkovi aj možnosť zmeny jazyka a meny. Nech má stále na očiach v akej mene sú uvádzané ceny produktov a aké ďalšie jazyky si môže nastaviť.

### 3. Vkladanie produktov do košíka

Už v minulej

časti som sa krútil okolo produktov. Teraz by som chcel doplniť niečo o tom čo som zabudol podotknúť predtým. Ide hlavne o pridávanie produktu do košíka. Ako príklad nevhodného vloženia vám môžem ukázať nasledujúci screenshot:

Pýtate sa kde je chyba? Chyba spočíva v tom, že väčšina ľudí si chce kúpiť len jeden produkt. Preto budú radšej, keď nemusia siahať na klávesnicu a doplniť tam tú smiešnu 1. Preto je o niečo lepšie toto:

Existuje ešte jedno najelegantnejšie riešenie zo všetkých. Toto:

Ku všetkej pohodlnosti doženieme zákazníka iba vtedy, keď mu dáme možnosť klávesnicu nechať nedotknutú.

### 4. Zľavy a akcie produktov

Výborná vec je, keď zákazníka presvedčíte, že produkt je v akcii. Akcia je symbol všetkého lacného čo za chvíľu obchodník možno aj vyradí z regálov :-). Ako dať najavo zákazníkovi, že produkt je akciový? Jednoznačne musí byť zvýraznený oproti bežným produktom. Účinný trik:

Cena: Akcia!, \$39/\$100

Aby ste akciám pomohli ešte viac, je dobré zobraziť niekde na viditeľnom mieste text, ktorý zobrazuje čas vypršania akcie. Vzbudí to v zákazníkovi pocit: "Ak si to nekúpim dnes, zajtra to už bude drahšie!". Pre akciové produkty je vhodné vytvoriť aj samostatnú kategóriu Akciové produkty.

Ďakujem za pozornosť.