

Stworzenie unikalnych a przede wszystkim przemyślanych opisów produktów to jeden z najlepszych sposobów na promocję oferowanego asortymentu. To ty jesteś ekspertem, dlatego nie bój się dzielić wiedzą ze swoimi klientami. Opowiadaj i wyjaśniaj nawet najdrobniejsze szczegóły. Era nudnych, technicznych opisów mija bezpowrotnie, twoje treści muszą wręcz zachwycać.

Unikatowe opisy produktów kluczem do sukcesu w e-commerce

Rynek e-commerce przeżywa swój rozkwit. Zgodnie z prognozami agencji badawczej PMR Research pod koniec tego roku polski handel w internecie może osiągnąć wartość ponad 27 mld zł, czyli ok. 15 proc. więcej niż przed rokiem. Właściciele sklepów internetowych optymizmem powinien napawać również fakt, że ich klient z Polski robi zakupy online chętniej niż przeciętny Amerykanin czy Niemiec. Problem jednak w tym, że konkurencja na polskim rynku e-commerce stale rośnie. Jak w takim razie można wywalczyć silną pozycję w branży? Bardzo istotne jest właściwe zaprezentowanie oferowanych produktów.



Jarosław Jasiński

Dynamiczny rozwój e-commerce sprawił, że samo posiadanie sklepu www z ofertą produktową już nie wystarczy, bowiem nie zapewnia nam to właściwej przewagi konkurencyjnej. Aby uzyskać odpowiedni efekt można oczywiście zainwestować w kampanię marketingową, ale często wiąże się to z wysokimi kosztami i nie każdy przedsiębiorca dysponuje odpowiednim budżetem. Otóż dzisiaj, aby przyciągnąć uwagę klientów trzeba zaoferować im „wartość dodaną” produktu, dlatego też każdy handel, również ten w internecie, potrzebuje dobrego sprzedawcy. W przypadku sklepu internetowego jego rolę bardzo często pełni właśnie opis produktu. W związku z tym warto zadbać nie tylko o unikatowość tej treści, lecz także o to, by potrafiła one skutecznie sprzedawać.

Aby uzyskać odpowiedni efekt można oczywiście zainwestować w kampanię marketingową, ale często wiąże się to z wysokimi kosztami i nie każdy przedsiębiorca dysponuje odpowiednim budżetem. Otóż dzisiaj, aby przyciągnąć uwagę klientów trzeba zaoferować im „wartość dodaną” produktu, dlatego też każdy handel, również ten w internecie, potrzebuje dobrego sprzedawcy. W przypadku sklepu internetowego jego rolę bardzo często pełni właśnie opis produktu. W związku z tym warto zadbać nie tylko o unikatowość tej treści, lecz także o to, by potrafiła one skutecznie sprzedawać.

Opisz i korzystaj

Stworzenie niepowtarzalnych opisów dla produktów, szczególnie w sklepach z szerokim asortymentem, stanowi nie lada wyzwanie. Często w ich przygotowanie trzeba sporo zainwestować, jeśli nie czasu to z pewnością pieniędzy. Środki prędzej czy później i tak się zwrócą, bowiem dobre treści zwiększają zainteresowanie ofertą.

Czy sprawdzałeś kiedyś ile sklepów internetowych oferuje produkty podobne do twoich? Jeśli nie specjalizujesz się w niszowej branży, z pewnością masz przynajmniej kilku konkurentów. Co więcej, twoje ceny oscylują zapewne na podobnym poziomie, więc w oczach klienta jesteście bardzo podobni. W takiej sytuacji twoim głównym zadaniem powinno być znaleźć

nie sposobu na uzyskanie przewagi. To właśnie dzięki unikatowym opisom produktów możesz wyróżnić się na tle konkurencji. Dobra wiadomość jest taka, że większość sklepów działających w handlu internetowym korzysta ze słabej jakości treści często skopiowanej ze stron producentów. Zdarza się nawet tak, że niektóre sklepy korzystają z kontentu swojej konkurencji!

Postawienie na unikatowe opisy to także świetny sposób na zwiększenie widoczności swojego sklepu w wyszukiwarkach internetowych. Warto wiedzieć, że duplicate content, czyli powielane treści istniejących już internecie, to proceder, z którym Google otwarcie walczy od dłuższego czasu. Może być to największa zmora wielu rozwijających się internetowych biznesów. Kara za

brak unikalnych treści z pozoru może nie być dotkliwa. Jednak kilka pozycji w dół w rankingu najczęściej oznacza realne straty w liczbie użytkowników odwiedzających twój sklep, co w konsekwencji przekłada się na odpływ klientów. Ci zaś bezpośrednio wiążą się z zarobkami, tak więc na pewno nie warto ryzykować.

Dobry opis, czyli jaki

Idealny opis produktu powinien działać od razu. Komunikowane wartości powinny przemawiać do klienta i oddziaływać na jego emocje. Pamiętaj, że potencjalny internetowy kupiec nie może dotknąć ani poczuć twojego produktu. W związku z tym opis musi przemówić do jego zmysłów klienta. Kluczem do sukcesu jest zidentyfikowanie potrzeb i oczekiwań własnej grupy docelowej. Dopiero na ich podstawie można stworzyć przekaz, który będzie trafiał w samo sedno.

Miej pewność, że wszystkie uwzględnione informacje są niezbędne do dokonania decyzji o zakupie. Parametry techniczne oczywiście są kluczowe, ale staraj się komunikować z klientem jego językiem. Liczba barów w specyfikacji ekspresu czy wysoka częstotliwość odświeżania

w opisie telewizora może i robi imponujące wrażenie, ale przeciętnemu konsumentowi raczej mówi niewiele. Poza szafowaniem technicznymi danymi postaw więc na język korzyści. „Wyjątkowo aromatyczne espresso” czy „obraz idealnie oddający płynność ruchu i dynamikę akcji” przemówią do wyobraźni klienta lepiej niż najbardziej szczegółowe parametry.

W każdym opisie produktu istotne jest nie tylko to, które cechy podkreślamy, lecz także jak to robimy. Posługiwanie się technicznym żargonem może oczywiście spowodować, że treść będzie postrzegana jako specjalistyczna, ale tylko pod warunkiem, że zostanie zrozumiana przez klienta. Na ciekawy sposób prezentacji swoich produktów postawił jeden z zagranicznych sklepów internetowych z winem – Plonkwinemercants.com. Każdy z dostępnych na stronie trunków poza standardowym opisem posiada również krótką recenzję w postaci wideo. Świetnym posunięciem właścicieli było również umieszczenie na kartach produktów potraw, z którymi dane wino będzie współgrało najlepiej.

Jako właściciel sklepu internetowego lub jego pracownik z pewnością doskonale znasz właściwości swoich produktów, klienci zaś niekoniecznie. Prezentując im swój towar, staraj się zaprezentować jego najważniejsze zalety. Posługiwanie się językiem korzyści można uczyć się od specjalistów z hardgraft.com – sklepu internetowego oferującego galanterię skórzaną. Pokrowiec na iPhone'a, portmonek czy torba – to, co kupujesz, nie ma znaczenia, w Hard Graf nabywasz nie tylko produkty, lecz także korzyści płynące z ich posiadania. Stworzenie unikatowych a przede wszystkim przemyślanych opisów produktów to jeden z najlepszych sposobów na promocję oferowanego asortymentu. Ważne, abyś wiedział, że to ty jesteś ekspertem, dlatego nie bój się dzielić wiedzą ze swoimi klientami. Opowiadaj i wyjaśniaj nawet najdrobniejsze szczegóły. Era nudnych, technicznych opisów mija bezpowrotnie, twoje treści muszą wręcz zachwycać. Pisz o swoich produktach z entuzjazmem i pamiętaj, że potrafi być on zaraźliwy.

Autor jest założycielem i właścicielem firmy konsultingowej SuperNova Interactive

