



WEBÁRUHÁZKÉSZÍTÉSÁRAK.HU

Webáruházat nyitni pont olyan nehéz, mint üzletet nyitni. Az üzlet berendezésébe és kicsinosításába fektetett pénzünk az online világban a webáruházunk fejlesztésére fordított összegnek felel meg.

Üzlet = Webáruház.

Mindenki tudja mi a különbség egy rossz helyen nyitott üzlet és egy jó helyen nyitott üzlet között. Húsz lépésben összeállítottuk, hogy mi kell egy jó és sikeres webáruház elkészítéséhez, üzemeltetéséhez.

+ 1. Tervezés, stratégia, konkurencia elemzés

Ha **van egy jó ötletünk**, nézzük meg, hogy másnak nem jutott-e már ugyanez az eszébe, kár minden félretett pénzünket beleölni valami olyanba, ahol a konkurenciának 100 milliók állnak rendelkezésére. **Pl. ne akarjunk mi lenni az új országos apróhirdetési oldal.** Mérlegeljük a konkurencia méretét és erejét. Találjunk egy rést a piacon és próbáljuk ezt a részt a legjobban kiszolgálni. Legyünk mi mondjuk a bélyeggyűjtők apróhirdetési oldala.

Nézzük meg, hogy a fő kulcsszavakra, hogy áll a konkurenciánk a keresőkben. Hirdetnek-e Facebookon, Google Adwordsben, itt milyen pozíciókban vannak (ha mindig elsők, akkor valószínű sokat áldoznak erre).

Végezzünk próbavásárlásokat a konkurenciánknál, nézzük meg hogy zajlik náluk a vásárlási folyamat. Küldjünk vissza nekik terméket, hogy kezelik a helyzetet, elég rugalmasak-e (esetleg itt lehetünk vásárló barátabbak, mint ők) – Nyilván ne csináljuk meg ezt 20 áruházzal, de egy-két próbát azért tehetünk. Nézzük meg hogy jelenítenek meg egy terméket (tudunk-e több, jobb képet adni, informatívabb leírást). Hasonlítsuk össze a saját árainkat a konkurencia áraival. Nézzük meg, hogy építették fel a termékkategória struktúrát (lehet hogy tudunk egy logikusabb, vásárlóbarátabb felépítést kitalálni). Nézzük meg a véleményeket, amiket róluk írnak, **kitapogathatjuk a gyengéiket és ezekben lehetünk jobbak.**

[Konkurencia elemzés néhány trükkje >]

+ 2. Tartsuk be a játékszabályokat

A webáruház üzemeltetésnek külön szabályozása van, ha ezt nem tartjuk be, akkor súlyos büntetésekbe szaladhatunk bele.

A legfontosabbak:

- ha nincs üzlethelyiségünk, akkor nem kell kereskedelmi végzettség
- 4791 - Csomagküldő, internetes kiskereskedelem” tevékenység
- kereskedelmi tevékenység bejelentése a székhely szerinti jegyzőnél
- számlaképeség
- adatvédelmi nyilvántartásba vétel (az ügyfél adatok tárolása számlázáshoz az nem adatkezelés, de ha hírlevelezünk, nyereményjátékot hirdetünk, stb az már igen)
- általános szerződési feltételek megfelelő megírása (jogsabály hivatkozások)

[[Segítség a webáruház nyitáshoz, indításhoz és üzemeltetéshez >](#)]

+ 3. Álljon mögöttünk a legjobb csapat

Olyat bíztunk-e meg a webáruház készítéssel, aki nem tűnik-e el fél év után, nem megy külföldre mosogatni, hanem mellettünk lesz pár év múlva is, amikor egyedi fejlesztések tömkelegét szeretnénk megvalósítani, ami megkönnyíti a vásárlók igényes és gyors kiszolgálását vagy a saját munkánkat egyszerűsíti. Nem mindig az olcsó a jó megoldás ebben sem.

Az egy személyes "csapat" eltűnése után nagyon nehezen fogunk találni komoly fejlesztő csapatot, aki a már meglévő webáruházunkban az általunk kért fejlesztéseket meg tudja csinálni. Válasszunk olyan céget, ahol van legalább 30-50 referencia webáruház, amiknek a működését átnézhetjük, elemezhetjük.

[[Hogyan válasszuk ki a megfelelő fejlesztőt webáruházunk elkészítésére >](#)]

+ 4. Webáruház design

Ma már elengedhetetlen, hogy webáruházunknak jól megtervezett, esztétikus, felhasználó- és keresőbarát felépítése, mobilbarát designja legyen. **Soha ne dolgozzunk sablonokkal, legyünk egyediek.**

A jó design bizalmat épít, növeli a vevői elégedettséget és magasabb konverziót eredményez. Mivel a látogatók 20-30%-a mobil eszközről (mobiltelefon, tablet) fog érkezni a webáruházunkba, ezért szolgáljuk ki őket megfelelően és a mobil eszközökre optimalizáltassuk oldalunkat. **A design soha ne legyen öncélú,** ne halmozzuk túl a funkciókat, egyetlen célunk, hogy a látogató megérkezése után, minél előbb rábírjuk, hogy terméke(ke)t tegyen a kosárba és leadja a rendelést.

[[Mitől jó egy webáruház design >](#)]

+ 5. Webshop motor

Béreljük vagy vegyünk egyet?

Nem mindegy milyen webshop motort használunk, a bérlés kezdetben lehet olcsó, de ha kinőttük magunkat, akkor onnan nehezebben lépünk tovább egy bérelt, mint egy csak nekünk fejlesztett, a mi igényeinkhez igazított webáruházzal.

Ha veszünk, akkor valami nyílt forráskódút vegyünk, vagy egyedi fejlesztésűt? Mindegyik megoldásnak megvan a maga előnye és hátránya is.

Mérlegeljünk mielőtt választunk, mert később nehezebb és költségesebb lesz váltani. Ne rövidtávra tervezzünk, ez a döntés hosszú évekre meghatározhatja a működésünket és a sikerünket.

[[Webáruház bérlés vagy egyedi webáruház fejlesztése >](#)]

+ 6. Jó termékleírások

Fontos, hogy vásárlóinknak megadjuk a megfelelő információkat a döntéshez. Ha ezt nem nálunk találják meg, akkor a konkurenciánknál biztosan meg fogják. Fontos ismernünk, hogy kinek fogjuk a leírásokat elkészíteni, mást és máshogy kell írni egy tizenéves fiatalnak és egy nyugdíjasnak. Ne legyen száraz csak a tulajdonságokat tömören leíró a termékleírásunk, inkább próbáljuk meg hangsúlyozni a termék használatával szerzett előnyöket.

Fontos, hogy szolgáljuk ki a keresőket, a termékleírásunk tartalmazza a termékhez kötődő legfontosabb kulcsszavakat. Használjuk ezekre kiemeléseket (félkövér, dőlt, linkelés). A termékleírás ne legyen túl hosszú és ne legyen tele helyesírási hibával.

[[Webáruház termékleírás tippek és trükkök >](#)]

+ 7. Jó termékfotók

A jó fotó eladja a terméket, ezért kutassuk fel a neten a lehető legjobb fotókat, kérjünk a gyártótól jó minőségű termékképeket. Sok utánjárással és sok munkával jár, de megéri foglalkozni vele.

Ha már elég nagyok vagyunk és van megfelelő árukészletünk, akkor gondolkodhatunk saját fotók készítésén is, így egységes arculatot adva a termékeinknek.

[[Webáruház termék képeinek optimalizálása >](#)]

+ 8. Árképzés

Az internetes vásárlások egyik legfontosabb tényezője az ár. Ma, amikor egy terméket akár 10-20 webáruházban is megnézhetünk fontos, hogy versenyképes áraink legyenek.

Ha jó árunk van, akkor az első róstán bent maradhatunk és már csak pár áruházzal kell versenyezzünk. Itt is fontos a konkurencia elemzés és a jó ár képzése.

+ 9. Szállítási módok kiválasztása

Ne az első megrendelés beérkezése után akarjuk megszervezni a szállítást, hanem jó előre gondolkodjunk a szállítási módokról, szerződünk futárcéggel, csomagátvételi pontokkal.

Röviden a szállítási módokról:

- személyes átvétel (telephelyünkön, üzletünkben)
- szállítás futárszolgálattal (DHL, GLS, DPD, Royal, Sprinter, MPL, stb.)
- csomagátvételi pontok (FoxPost, PickPackPont, Webox, stb.)

[[Milyen szállítási módokat használhatunk a webáruházunkban \(összegyűjtöttük a legjobb futárcégeket, csomagátvételi pontokat\) >](#)]

+ 10. Fizetési módok kiválasztása

Kínáljunk többféle fizetési módot ügyfeleinknek.

- Készpénzben személyesen: Ha van üzletünk, akkor ajánlhatunk ilyen fizetési módot is.
- Utánvét: A futárnak fizeti a vevő az áru átvételekor a pénzt. Általában a futárszolgálat plusz díjért kezeli a pénzüket.
- Előre utalás. A rendelés leadása után, amikor ügyfélszolgálatunk ellenőrizte a rendelést küldjük egy sablon levelet a rendelésről, hogy a rendelés feldolgozás alatt van, amibe berakhatjuk a bankszámlaszámot, amire szeretnénk, ha a pénz megérkezne. A pénz beérkezése után küldjük a csomagot. Soha ne küldjük előre ki a számlaszámot, mert ha nincs esetleg már a termékből és beszerezni sem tudjuk, akkor utalhatjuk vissza a pénzt a vevőnek.
- Bankkártyás fizetés: Szinte már minden banknak van online bankkártyás modulja, amit beépíthetünk webáruházunk vásárlási folyamatába. Általában van egyszeri szerződéskötési díj és a tranzakciók után jutalékot számolnak fel.

[Fizetési módok a webáruházakban >]

+ 11. Válgjunk a téma szakértőjévé, blogoljunk

Ne csak terméket adjunk el, hanem adjunk ingyen tanácsokat vásárlóinknak, válgjunk a téma szakértőjévé. A bizalmat meg fogják hálálni és nálunk fogják elkölteni a pénzüket.

Írjunk blogot, cikkeket, hasznos tanácsokat. Ha van időnk, akkor engedjük a cikkjeink alá a hozzászólásokat és igyekezzünk azt minél előbb, minél jobban megválaszolni. Egyrészt jó a keresőknek is (jobb pozíciókat érhetünk el vele), másrészt látogatókat hozhatunk a webáruházunkba és nem utolsó sorban növelhetjük a bizalmat a szakértővé avanszált webáruházunk iránt.

[Blog írás trükkjei >]

+ 12. Vevőszolgálat

Mindenkinek volt már negatív tapasztalata az online vásárlással. Ne mi szaporítsuk ezeknek a számát. A negatív vásárlói élmények szinte mindig a rossz vevőszolgálathoz kapcsolódnak. **Találjuk ki már a webáruház indulásakor, hogy a bejövő panaszokat, kérdéseket, hogyan fogjuk kiszolgálni, orvosolni.**

A jó vevőszolgálat (csináljuk akár mi magunk) lesz a cég egyik arca.

+ 13. Keresőbarát webáruház, keresőoptimalizálás

Hiába van szép és jól működő webáruházunk, ha a vevők nem találnak ránk. Fontos a webáruházunk keresőoptimalizálása, amit vagy mi vagy egy megbízott cég (webáruház fejlesztőnk, ha van ilyen jellegű tudása) végez el.

- Webáruházunk technikai rendbetétele
- Főoldalunk keresőoptimalizálása a legfontosabb kulcsszavainkra
 - főoldali kulcsszavak meghatározása
 - optimalizált szöveges tartalmak a főoldal

- a webáruház navigáció optimális tervezése, kialakítása
- főoldali TITLE és Meta tagok meghatározása
- Főkategóriák és alkategóriák megfelelő optimalizálása
 - automatizmusok a főkategória SEO-jában
 - főkategória TITLE és Meta tagok felépülése
 - főkategória optimális felépítése, szövegek optimalizálása
- Termék oldalak optimalizálása:
 - automatizmusok a termékoldalak SEO-jában
 - termékoldali TITLE és Meta tagok felépülése
 - termékoldal optimális felépítése, szövegek optimalizálása

[Keresőoptimalizálási trükkök és tippek >]

+ 14. Google Adwords, Facebook hirdetés

Kevés az a terület ahol megúszhatjuk Google Adwords vagy Facebook hirdetés nélkül.

Röviden a működés: Az általunk kiválasztott kulcsszavakra azonnal az első helyeken jelenhetünk meg. Nem a megjelenések után fizetünk, hanem a tényleges látogatók után, akik rákattintottak az általunk beállított hirdetésre és meglátogatták a webáruházunkat. Hogy ezzel a Google (is) jól járjon az egyes kulcsszavakra licitálni lehet, így mindig annak a hirdetése jelenik meg, aki az adott kulcsszóért a legtöbbet hajlandó fizetni. Egy jól optimalizált kampánnyal nagy számú látogatót vihetünk az áruházunkba. A Facebook hirdetés is hasonló elven működik.

[Google Adwords kampány indítása >]

+ 15. Ár összehasonlító oldalak

Ha a konkurenciánk szerepel az ár összehasonlító oldalakon (arukereso.hu, olcsobbat.hu, olcso.hu, shophunter.hu, argep.hu, arcedula.hu, shopmania.hu, arfurkesz.hu, vatera.hu, mercado.hu, depo.hu, argyar.hu, placc.hu, arkoz.hu, netplaza.hu) oldalakon, akkor érdemes elgondolkodni, hogy mi is megjelenjünk. Ha nem szerepelnek ezeken az oldalakon, akkor pedig mi lehetünk az elsők akik ezeken az új értékesítési csatornákon megjelennek, amivel egy kis előnyre tehetünk szert. Ezek az oldalak általában jutalékot kérnek a kattintások után.

[Ár összehasonlító oldalak működése >]

+ 16. A megfelelő domain kiválasztása

A domain kiválasztása is hosszútávú döntés, mint oly sok minden a webáruház indításakor. Ha már több éve üzemelünk és van egy bejáratott, jól kereső optimalizált domainünk, akkor nem tudjuk csak úgy leváltani egy másik domainre, amit hirtelen jobbnak gondolunk. **Jól gondoljuk meg mit választunk.**

Jó választás lehet, ha az elsődleges kulcsszavunkat választjuk valamilyen formában leendő webáruházunk domain nevének. A jó domainnév lehetőleg rövid, könnyen megjegyezhető, nehezen keverhető össze más nevekkel, nehezen gépelhető el és bizalmat áraszt.

[[Segítség a webáruház megfelelő domainjének kiválasztásában >](#)]

+ 17. Megfelelő tárhely választás

Fontos, hogy oldalunk gyorsan betöltődjön, ma már senki nem vár perceket egy oldal megjelenésére. A google kereső rangsorolási szempont oldalunk gyorsasága, így nagyon fontos, hogy olyan szolgáltatót válasszunk ahol minden feltétel adott webáruházunk üzemeltetéséhez. Egy jó fejlesztő ebben is tud majd tanácsot adni.

+ 18. Képezzük magunkat és munkatársainkat

Fontos, hogy időt és energiát fektessünk a saját fejlődésünkbe. Lépést kell tartanunk a technika fejlődésével. A webáruház tulajdonosnak kicsit mindenhez kell értenie. Szövegírás, fotózás, számítógép ismeret, excel ismeret.

+ 19.

+ 20. Elemezzünk

Ha van egy kész webáruházunk, akkor sem dőlhetünk hátra, a munka java még csak most jön. Elemezzünk, elemezzünk, elemezzünk!

Olvassuk a vásárlói véleményeket, kérdezzünk vásárlóinkat, hogy mi a véleményük a webáruházunk működéséről, árukészletünkről, tudjuk meg miben lehetünk jobbak, mint a versenytársaink.

Bújjunk a látogatói statisztikákat, elemezzük a látogatók viselkedését, hogy pontos képet kaphassunk webáruházunk gyengeségeiről és erősségeiről.

Folyamatosan figyeljük a keresőkben elfoglalt pozíciókat, ha szükséges, márpedig szükséges, akkor erősítsük ezeket a pozíciókat.



WEBÁRUHÁZKÉSZÍTÉSÁRAK.HU

Ha felkeltettük érdeklődését vagy segítségére tudunk lenni a webáruház kialakításában, akkor az alábbi elérhetőségeinken felveheti velünk a kapcsolatot. Szívesen fogadjuk megrendelését, ajánlatkérését vagy észrevételeit.

Telefon: +36 (30) 530 2953

E-mail: info@webaruhazkeszitesarak.hu