



Promowanie sprzedaży w sklepach iStore.pl

Poradnik

Platforma iStore.pl – 18.10.2011




Sprzedawaj
skutecznie!

Spis treści:

Strona główna	3
Banery	5
Promocje i nowości	8
Produkty powiązane	11
Program lojalnościowy	12
Dostawa gratis	15
Rabaty	16
Rabaty ilościowe	16
Progi rabatowe	17
Kupony rabatowe	18
Rabat indywidualny	21
Mailing/newsletter	22
Media społecznościowe	22
Reklama w wyszukiwarkach	23
Próbki i prezenty	24

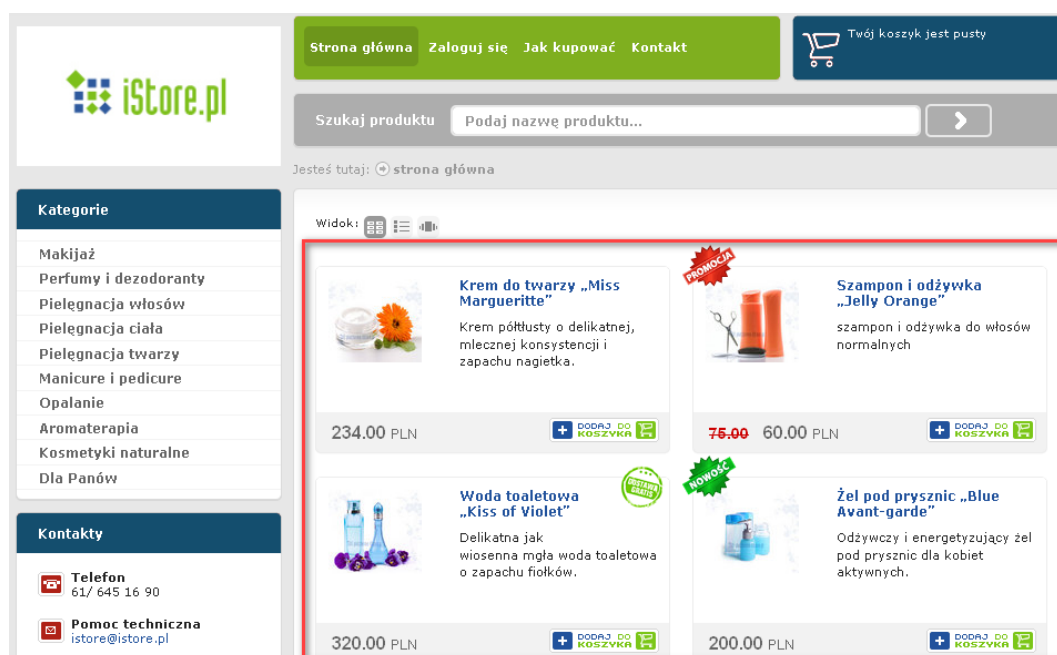
Oprócz najważniejszych form służących stymulowaniu sprzedaży w e-sklepie, jak: program lojalnościowy, rabaty czy czasowe obniżki cen, warto pomyśleć o najnowszych trendach promowania sprzedaży w sieci. Wśród coraz bardziej popularnych znajdują się: e-mailing, serwisy sprzedaży grupowej, promocja w mediach społecznościowych i w wyszukiwarkach.

Oprogramowanie sklepu Platformy iStore.pl oferuje wiele możliwości stymulowania sprzedaży w sieci. Z ich wykorzystaniem możesz promować produkty wśród swoich potencjalnych Klientów i zwiększać wolumen sprzedaży wśród obecnych Klientów sklepu.

Strona główna

Strona główna jest najczęściej odwiedzaną stroną Twojego sklepu. Atrakcyjność produktów na tej stronie jest dla potencjalnego kupującego ważnym elementem oferty sklepowej i składa się na pierwsze wrażenie, decydujące bardzo często o dokonaniu zakupu.

Warto zatem zamieszczać tutaj produkty potencjalnie najbardziej pożądane, atrakcyjne dla odwiedzających, najlepiej sprzedające się. Pamiętać należy, aby stosunkowo często je zmieniać, co świadczy o prężnej działalności firmy. Sklep, którego strona nie zmienia się przez dłuższy czas (także pod względem produktowym czy organizowanych promocji), staje się coraz mniej atrakcyjny, a także mniej wiarygodny dla Klientów.



Rysunek Produkty na stronie głównej sklepu



Rysunek Wyróżnienie produktu promowanego w sklepie

Zarządzanie produktami wyświetlanymi na stronie głównej sklepu umożliwia opcja „Pierwsza strona” zamieszczona w tabeli produktowej w zakładce [Produkty i magazyn > Produkty > zarządzanie produktami](#). Jeżeli wybierzesz wspomnianą opcję przy danym produkcie będzie on wyświetlany na stronie głównej sklepu.

LP.	NAZWA	AKTYWNY	PROMOCJA	ILOŚĆ	SYMBOL	LIWOŚĆ	OPCJE
1.	Puder sypki „Sand of Joy” Makijaż, Aromaterapia, Kosmetyki naturalne	Tak	Nie	15	IST-005	Tak	1
2.	Szminka „Moulin Rouge” Makijaż, Pielęgnacja twarzy, Aromaterapia, Kosmetyki naturalne	Tak	Nie	10	IST-001	Nie	1
3.	Woda toaletowa „Kiss of Violet” Perfumy i dezodoranty, Pielęgnacja ciała, Aromaterapia, Kosmetyki naturalne	Tak	Tak	10	IST-006	Nie	1

Rysunek Zarządzanie produktami wyświetlanymi na głównej stronie sklepu

Oczywiście kolejność produktów wyświetlanych na stronie głównej można dowolnie modyfikować w sekcji [Produkty i magazyn > Produkty > Pierwsza strona](#). Zawiera ona zawsze pełną listę produktów, aktualnie wyświetlanych na stronie głównej sklepu. Używając znajdujących się przy każdym produkcie linków kierunkowych, możesz dowolnie ustalić ich kolejność. Możesz także zrezygnować z wyświetlania danego produktu na stronie głównej, klikając link Usun przedstawiony w formie ikony.

strona główna > produkty > pierwsza strona

PRODUKTY PREZENTOWANE NA STRONIE GŁÓWNEJ SKLEPU	
NAZWA	OPCJE
Żel pod prysznic Blue Avantgarde	↑ ×
krem do twarzy na noc Day Extra	↑ ×
Szampon i odżywka Jelly Orange	↑ ×

Zapisz

Rysunek Zarządzanie produktami wyświetlanymi na głównej stronie sklepu

Banery

System banerowy wspiera promocję tych produktów, które w danym okresie mogą być szczególnie poszukiwane przez odwiedzających Twój sklep. Baner możesz zamieścić w dowolnym miejscu lewej kolumny sklepu pod listą kategorii. Może on kierować Klientów do konkretnego produktu lub kategorii. Dla zwiększenia zainteresowania możesz stworzyć i dodać na stronę sklepu baner w formie animowanej.

Sklep posiada wbudowany prosty system rotacji banerów, umożliwiający wyświetlanie banerów reklamowych na stronach sklepu. Aby zdefiniować baner reklamowy, skorzystaj z zakładki *Konfiguracja > design sklepu > system banerowy*.

Rysunek Zakładka design sklepu > system banerowy

System banerowy umożliwia zdefiniowanie trzech typów banerów:

- baner wczytywany z pliku graficznego (JPG, GIF, PNG),
- baner wczytywany z podanego adresu URL – możesz wczytać baner z zewnętrznego serwera,
- baner w formie kodu HTML – ten format umożliwi zamieszczenie np. banerów Flash.

Możesz także zdefiniować link, do którego ma prowadzić baner po kliknięciu w niego:

- opis wybranego produktu w sklepie,
- strona kategorii sklepowej,
- dowolny inny adres URL,
- brak linku.

Nie ma limitu ilości banerów w systemie banerowym. Banery wczytywane w formie pliku posiadają pewne ograniczenia: wymiary 238x300 pikseli i maksymalna „waga” pliku 50kB. Banery wczytywane z serwerów zewnętrznych nie mają tych ograniczeń.

System banerowy pozwala na dodanie dowolnej liczby banerów reklamowych do Twojego sklepu. Będą się one wyświetlać na przemian (losowo), a usuniesz je z systemu w dowolnym momencie. W Twoim sklepie wyświetlą się tylko banery, które dodałeś poprzez system banerowy.

Rysunek Zakładka System banerowy

Po utworzeniu banera możesz wyświetlić go w sklepie z wykorzystaniem zakładki *Konfiguracja > design sklepu > nawigacja > nawigacja w sklepie*.

ELEMENTY LEWEJ STRONY SERWISU		
NAZWA	AKTYWNY	OPCJE
Kategorie	Domyślnie aktywny	
Nowość	<input checked="" type="checkbox"/>	
Promocje	<input checked="" type="checkbox"/>	
Kontakty	<input checked="" type="checkbox"/>	
Przeczytaj więcej	<input type="checkbox"/>	
System banerowy	<input checked="" type="checkbox"/>	
Newsletter	<input type="checkbox"/>	
Mój blok	<input type="checkbox"/>	

Zapisz

Rysunek Dodanie panelu Baner w zakładce Nawigacja w sklepie

Pole z banerem zostanie dodane do lewego panelu sklepu.



Rysunek Dodany baner na stronie sklepu

Nim umieścisz baner w systemie upewnij się, że spełnia następujące kryteria:

- dla banerów ładowanych z dysku: dozwolone formaty graficzne: GIF, JPEG, maksymalne dozwolone wymiary: 300x238 pikseli, "waga" pliku: do 50kB,
- dla banerów z własnym kodem HTML: nie używaj znacznika „a href” w kodzie HTML, link uzyskasz poprzez skorzystanie z opcji „Docelowy link”.

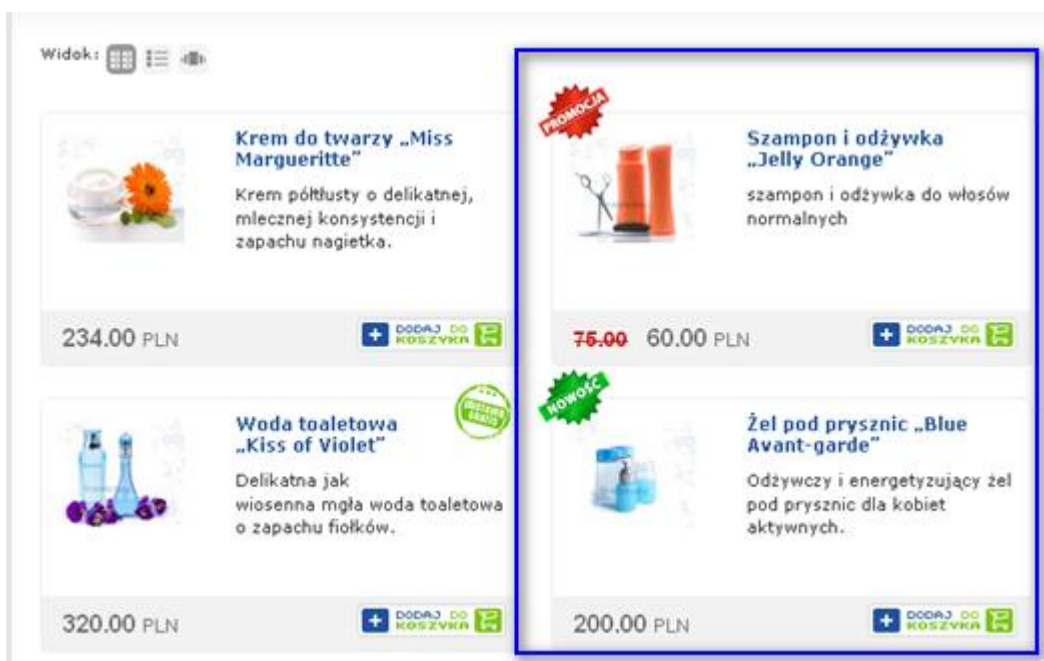
Banery otwierane z zewnętrznego serwera (adresu URL) lub wyświetlane na podstawie kodu HTML nie mają ograniczeń formatu pliku ani „wagi”.

Promocje i nowości

Kolejnym sposobem zachęcenia Klientów do zakupów w Twoim sklepie jest opcja „Promocji” i „Nowości”. Pamiętaj, aby produkty określone jako „nowości” czy znajdujące się aktualnie w promocji były regularnie zmieniane w sklepie – inaczej utracisz wiarygodność.

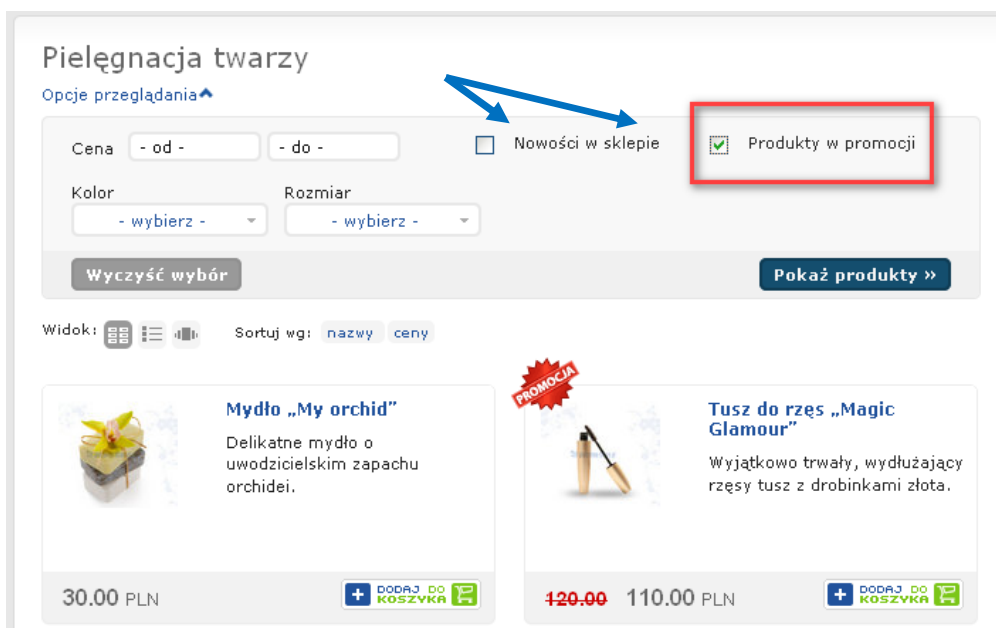
Tworząc promocje warto pomyśleć o odpowiedniej strategii. Najlepsze efekty dają promocje ograniczone czasowo: „tylko w tym tygodniu”, „tylko w maju” itp. Warto dać Klientom dobry pretekst do zakupów i nazwać odpowiednio swoją kampanię promocyjną, jak np. „wakacyjna promocja”, „zimowa wyprzedaż”.

Produkty promocyjne w sklepach iStore.pl są czy to w wynikach wyszukiwania czy podczas przeglądania zawartości poszczególnych kategorii, wyróżnione czerwonym znakiem „Promocja”. Z kolei nowości łatwo odnaleźć w sklepie po zielonym znaczku „Nowość”:



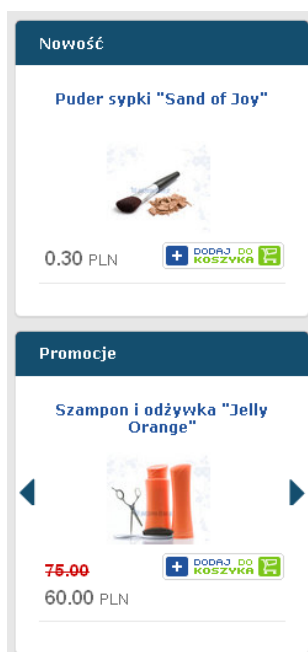
Rysunek Wyróżnienie produktów promocyjnych i nowości na stronach sklepu

Z całej listy produktów można wyselekcjonować tylko te, które w danym momencie są w promocji czy też te oznaczone jako „Nowość”. Służą do tego opcje: „Produkty w promocji” i „Nowości w sklepie” zamieszczone w Opcjach przeglądania:



Rysunek Opcja przeszukiwania listy produktów po produktach będących w promocji

W sklepie możesz w specjalny sposób wyróżnić produkty promocyjne bądź nowości w postaci specjalnych bloków:



Rysunek Widok na bloki „Nowości” i „Promocje” w wersji animowanej

Aby bloki wyświetlały się w Twoim sklepie, wejdź do zakładki *Konfiguracja > design sklepu > nawigacja > nawigacja w sklepie* i zaznacz odpowiednie okna w kolumnie „Aktywny”. Kolejność bloków w sklepie ustawisz, klikając na zieloną bądź czerwoną strzałkę.

Bloki „Promocja” oraz „Nowość” można konfigurować w sposób bardziej zaawansowany. Wystarczy kliknąć w ikonę edycji aby mieć dostęp do dodatkowych opcji konfiguracyjnych bloków:

ELEMENTY LEWEJ STRONY SERWISU		
NAZWA	AKTYWNY	OPCJE
Kategorie	Domyślnie aktywny	
System banerowy	<input checked="" type="checkbox"/>	↕
Promocje	<input checked="" type="checkbox"/>	↕ ↖ ↗ 📄
Ilość produktów wyświetlanych w bloku "Promocje"	5	
Animacja	<input checked="" type="checkbox"/>	
Pokaż strzałki do nawigacji	<input checked="" type="checkbox"/>	
Rotacja produktów	<input type="radio"/> pion <input checked="" type="radio"/> poziom	
Nowość	<input checked="" type="checkbox"/>	↕ ↖ ↗ 📄
Newsletter	<input checked="" type="checkbox"/>	↕ ↖
Mój blok	<input checked="" type="checkbox"/>	↕ ↖
Kontakty	<input checked="" type="checkbox"/>	↕ ↖
Przeczytaj więcej	<input type="checkbox"/>	↕

Zapisz

Rysunek Dodatkowe opcje konfiguracyjne bloku „Promocje”


Masz możliwość określenia liczby produktów wyświetlanych w blokach, włączenia animacji, wyświetlenia strzałek do nawigacji i wskazania rodzaju rotacji (pionowa czy pozioma).

Produkty powiązane

Opcja „Produkty powiązane” jest kolejnym narzędziem sprzyjającym zwiększaniu sprzedaży w sklepie.

Produkty powiązane to dodatkowa zakładka na stronie produktu, która promuje asortyment Twojego sklepu pokrewny do oglądanego. Produkty te mogą być lepszej jakości i droższe, bardziej popularne, przez co możesz sprzedawać z wyższym zyskiem. Produkty te mogą także uzupełniać ofertę oglądanego produktu stanowiąc jego akcesoria czy dodatkowe wyposażenie.

Tusz do rzęs „Magic Glamour”





~~120.00~~ **110.00** PLN

Wysyłamy w ciągu: 3 dni
 Producent: Matka Natura Inc.
 Sygnatura produktu: IST-003
 kolor:
 pojemność:

~~120.00~~
110.00 PLN


[+ DODAJ DO KOSZYKA](#)

Wyjątkowo trwałe, wydłużające rzęsy tusz z drobinami złota.

Opis produktu
Opinie(0)
Powiązane produkty
Dodatkowe materiały


Nowość



Puder sypki „Sand of Joy”

Wyjątkowy puder o różnym zapachu i delikatnej, piankowej konsystencji.

~~120.00~~ 120.00 PLN [+ DODAJ DO KOSZYKA](#)



Krem do twarzy „Miss Marguerite”

Krem półtłusty o delikatnej, mlecznej konsystencji i zapachu nagietka.

234.00 PLN [+ DODAJ DO KOSZYKA](#)

Rysunek Zakładka *Powiązane produkty*

Program lojalnościowy

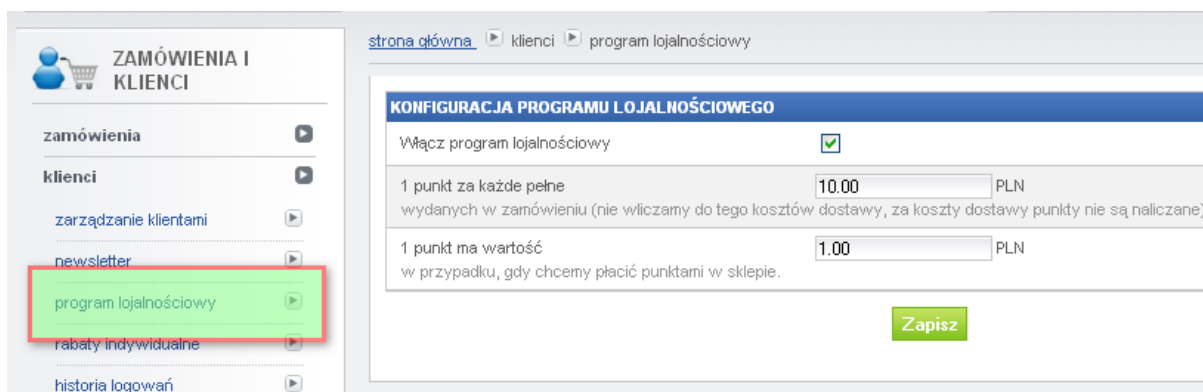
Program lojalnościowy jest dobrą formą premiowania Klientów, a więc skłaniającą do ponownych zakupów w sklepie.

Program lojalnościowy jest dostępny dla tych Kupujących, którzy podczas składania zamówienia skorzystali z logowania danymi konta Allegro. Jego istotą jest przyznawanie zalogowanym Klientom punktów za zakupy w sklepie. Kupujący składając kolejne zamówienie w sklepie, będzie mógł zapłacić zebranymi do tej pory punktami (o ile uzbiera liczbę punktów stanowiących równowartość wartości zamówienia).



Rysunek Zakładka *Punkty* na koncie Klienta w sklepie

Konfiguracja



Rysunek Zakładka *Program lojalnościowy*

Uruchomienie Programu lojalnościowego jest możliwe w zakładce *Zamówienia i klienci > Klienci > program lojalnościowy*. Po włączeniu modułu Programu lojalnościowego, oprogramowanie sklepu natychmiast zacznie naliczać zalogowanym Klientom sklepu punkty za zamówienia. W programie uczestniczą wszystkie konta istniejące w sklepie.

Wartość punktów zarówno w przypadku zbierania punktów jak i ich wydawania ustalasz po włączeniu programu, wpisując w pole „1 punkt za każde pełne” wartość przy jakiej system będzie naliczać 1 punkt, a w pole „1 punkt ma wartość” – wartość 1 punktu programu przy składaniu zamówienia.

strona główna > klienci > program lojalnościowy

KONFIGURACJA PROGRAMU LOJALNOŚCIOWEGO

Włącz program lojalnościowy

1 punkt za każde pełne wydanych w zamówieniu (nie wliczamy do tego kosztów dostawy, za koszty dostawy punkty nie są naliczane) PLN

1 punkt ma wartość w przypadku, gdy chcemy płacić punktami w sklepie. PLN

Zapisz

Rysunek Zakładka Program lojalnościowy > konfiguracja

Po włączeniu programu w lewej kolumnie sklepu w panelu „Przeczytaj więcej”, pojawi się nowa podstrona: „Zbieraj punkty za zakupy” zawierająca informacje na temat zasad działania programu lojalnościowego. Jej zawartość można edytować w zakładce *Promocja > moduły CMS > strony własne* w administracji sklepu.

strona główna > klienci > program lojalnościowy

KONFIGURACJA PROGRAMU LOJALNOŚCIOWEGO


Włącz program lojalnościowy

1 punkt za każde pełne wydanych w zamówieniu (nie wliczamy do tego kosztów dostawy, za koszty dostawy punkty nie są naliczane) PLN

1 punkt ma wartość w przypadku, gdy chcemy płacić punktami w sklepie. PLN

Zapisz

ZBIERAJ PUNKTY ZA ZAKUPY



Program lojalnościowy umożliwia Ci jako zarejestrowanemu użytkownikowi sklepu zbieranie punktów za zakupy w sklepie. Zgromadzonymi punktami możesz opłacić wybrane zamówienie.

Punkty są naliczane od wartości Twoich zrealizowanych w sklepie zamówień. Warunkiem naliczenia punktów na Twoim koncie jest zalogowanie się przed finalizacją zamówienia na konto klienta sklepu.

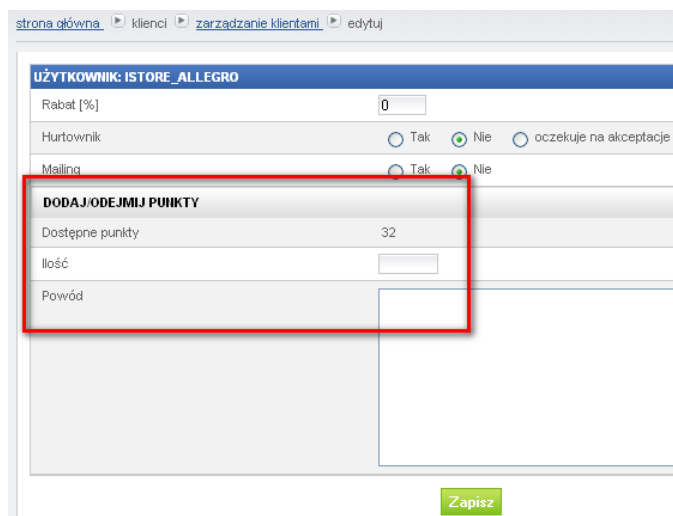
W naszym sklepie punkty naliczane są w stosunku: 1 punkt za każde pełne złotych wydane w zamówieniu (za koszty dostawy punkty nie są naliczane).

W każdym momencie możesz zapłacić za dowolne produkty zgromadzonymi punktami. Warunek jest jeden - musisz mieć wystarczającą ilość punktów do opłacenia całego zamówienia. Nie ma możliwości opłacenia zamówienia częściowo gotówką, a częściowo punktami.

Przy płaceniu punktami obowiązuje stosunek: 1 punkt za każde rozpoczęte złotych w wartości zamówienia (także za koszty dostawy).

Rysunek Zakładka Program lojalnościowy > konfiguracja

Oprócz automatycznie przyznawanych punktów, możesz je także przyznać „ręcznie”, edytując konto wybranego Klienta:



Rysunek Zarządzanie punktami na podczas edycji karty Klienta w panelu administracyjnym

Zasady działania Programu

Punkty nie są naliczane w momencie złożenia zamówienia, a w momencie, gdy administrator sklepu zmieni status zamówienia na „zrealizowane”. Czyli punkty należą się wyłącznie za zamówienia faktycznie zrealizowane, za zamówienia - dowcipy lub inne zamówienia, których realizacja nie doszła do skutku - punkty nie będą więc naliczone.

Warunkiem naliczenia punktów na koncie Klienta jest zalogowanie się przez niego danymi Allegro przed złożeniem zamówienia (Klient musi być zalogowany w momencie składania zamówienia, inaczej system go nie rozpozna).

Ważność punktów jest bezterminowa, nawet, gdy administrator sklepu wyłączy Program lojalnościowy, stany kont punktowych będą zachowane, ale wtedy Klienci nie będą mogli punktów zamienić na produkty w sklepie.

W każdym momencie Klient będzie mógł zapłacić za dowolne zamówienie w Twoim sklepie zgromadzonymi punktami. Warunek jest jeden - Klient musi mieć wystarczającą ilość punktów do opłacenia całego zamówienia. Nie ma możliwości opłacenia zamówienia częściowo gotówką, a częściowo punktami.

W momencie składania zamówienia przez zalogowanego Klienta sklepu, system będzie sprawdzał stan jego konta punktowego. Jeśli znajdzie na nim wystarczającą liczbę punktów, na liście dostępnych form płatności w sklepie pojawi się ikona punkty.



Rysunek Ikona pozwalająca płacić punktami podczas składania zamówienia

Po jej wybraniu i złożeniu zamówienia, odpowiednia liczba punktów jest 'zamrażana' na koncie Klienta. Praktycznie punkty te zostają pobrane z konta Klienta w momencie zrealizowania zamówienia.

Jeśli zamówienia, które ma być opłacane punktami programu, nie uda się zrealizować i wystąpisz o zwrot prowizji, który zostanie Ci przyznany zmiana status takiego zamówienia na „odrzucone” (zmiana automatyczna w przypadku przyznanego zwrotu prowizji) - wtedy „zamrożone” punkty Klienta zostaną mu przywrócone.

Dostawa gratis

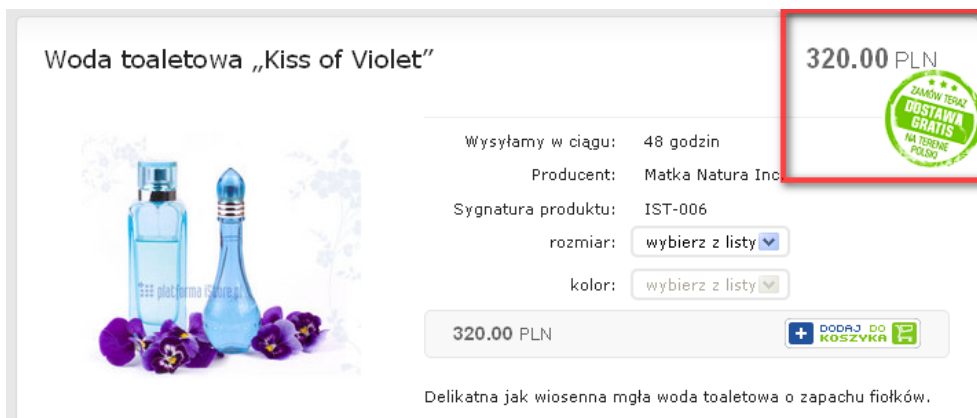
Opcja „Dostawa gratis” jest kolejnym narzędziem sprzyjającym stymulowaniu sprzedaży w Twoim sklepie. Pozwala ona na określenie progu wartości zamówienia (np. 200 zł), powyżej którego jest ono dostarczane przez Ciebie bezpłatnie. Przy progu ustawionym na kwotę 200 zł Twój klient musi dokonać zamówienia na co najmniej 200 zł, aby mógł skorzystać z darmowej wysyłki. Jeżeli w pole „dostawa gratis” wpiszesz wartość 0 (zero), wówczas zawsze będzie naliczany koszt dostawy.

Jeżeli koszt zakupu jakiegoś produktu w Twoim sklepie przekracza próg darmowej przesyłki wówczas na listingu produktów zostaje on oznaczony specjalną ikoną:



Rysunek Oznaczenie na liście produktów w sklepie świadczące o przekroczeniu progu darmowej przesyłki

Na stronie takiego produktu pojawia się natomiast oznaczenie świadczące o tym, że produkt ten wysyłany jest na koszt sklepu:



Rysunek Oznaczenie na karcie produktu w sklepie świadczące o przekroczeniu progu darmowej przesyłki

Rabaty

Sklepy internetowe na Platformie iStore.pl pozwalają na trzy formy rabatowania: rabaty ilościowe, od wartości zamówienia oraz kupony rabatowe.

Rabaty ilościowe

Cena produktu, zdefiniowana w jego ustawieniach, ma możliwość gradacji, w zależności od zamawianej ilości danego produktu przez kupującego – może więc ona spadać przy większych ilościach w zamówieniu. Np. możesz zdefiniować cenę jednostkową na poziomie 120.00 zł, ale skonfigurować cenę tak, aby wynosiła ona np. 100 zł przy ilości od 10 sztuk i 80 przy ilości powyżej 20 sztuk. Gradację ceny możesz skonfigurować przy pomocy opcji: "Rabaty ilościowe" w edycji ustawień produktu.



Rysunek Zakładka Rabaty ilościowe na karcie edycji produktu w panelu administracyjnym

Na stronie sklepu Klient zobaczy informację „Kupując więcej oszczędzasz” oraz będzie mógł podejrzeć warunki skorzystania z rabatu ilościowego na dany produkt.

Mydło „My orchid” 30.00 PLN

Wysyłamy w ciągu: 3 dni
 Producent: Aromatherapy Inc.
 Sygnatura produktu: IST-002
 kolor:
 rozmiar:

30.00 PLN

Kupując więcej oszczędzasz - zobacz szczegóły!
Przy większej ilości taniej !

Ilość zakupionych sztuk	Cena za sztukę
10 i więcej	20.00 PLN

Delikatne mydło o uwodzicielskim zapachu orchidei.

Rysunek Informacja o Rabatach ilościowych na karcie produktu w sklepie

Progi rabatowe

Możesz także zdefiniować rabat procentowy od wartości zamówienia czyli tzw. progi rabatowe. Informacja o naliczonym rabacie wyświetlana jest kupującemu na stronie z zawartością jego koszyka oraz w e-mailu, potwierdzającym złożenie zamówienia. W wersjach w walutach obcych wartości są automatycznie przeliczane.

PROMOCJA

- rabaty
 - progi rabatowe**
 - kupony rabatowe
- mailing/newsletter
- moduł CMS
- wiadomości
- oferty specjalne
- Facebook

Przydatne informacje

Sklepy internetowe na platformie iStore.pl mają wbudowaną funkcję automatycznego naliczania rabatów za wartość zamówienia. Rabat definiowany jest procentowo do wartości. Poniższy formularz umożliwi zdefiniowanie wielu progów rabatowych. Informacja o naliczonym rabacie wyświetlana jest kupującemu na stronie z zawartością jego koszyka oraz w e-mailu, potwierdzającym złożenie zamówienia. W wersjach w walutach obcych wartości są automatycznie przewalutowywane.

KWOTA OD	KWOTA DO	RABAT	OPCJE
500 PLN	max	5 %	<input type="checkbox"/>

DODAJ PRÓG RABATOWY

od Kwoty [PLN]

Rabat [%]

RABATY

Sumuj

Wybierz największy

Rysunek Zakładka Progi rabatowe

W zakładce *Promocja > Rabaty > Progi rabatowe* możesz zdefiniować rabat za wartość zamówienia. W tym miejscu określić możesz ścieżkę rabatowania w zależności od łącznej wartości zamówienia, np. zdefiniować, że przy wartości koszyka pomiędzy 200 a 300 zł zostanie automatycznie naliczony rabat 2%, przy wartości pomiędzy 301 a 500 zł – rabat 3%, a powyżej 500 zł – 5%.

Jeżeli Klient będzie składał zamówienie o wartości mieszczącej się w określonych „widelkach” rabat zostanie mu automatycznie udzielony, a informacja o tym wyświetlona w podsumowaniu zamówienia.

PRODUKTY W KOSZYKU	CENA	ILOŚĆ	WARTOŚĆ	USUŃ
KREM do ust waga: 0.25, Kolor: czerwony, lepkość: 1,2	23.00 PLN	3 szt.	69.00 PLN	
WARTOŚĆ ZAKUPÓW:			69.00 PLN	
<input type="checkbox"/> Zapakuj jako prezent (3.69 PLN):				
Koszty przesyłki: zobacz koszty				
			Rabat Dodatkowy (1.00 %):	-0.69 PLN
Kod rabatowy: <input type="text"/>			użyj »	0.00 PLN
Naliczone punkty: 6				
DO ZAPŁATY:			68.31 PLN	

zakupy Przelicz koszyk Dalej »

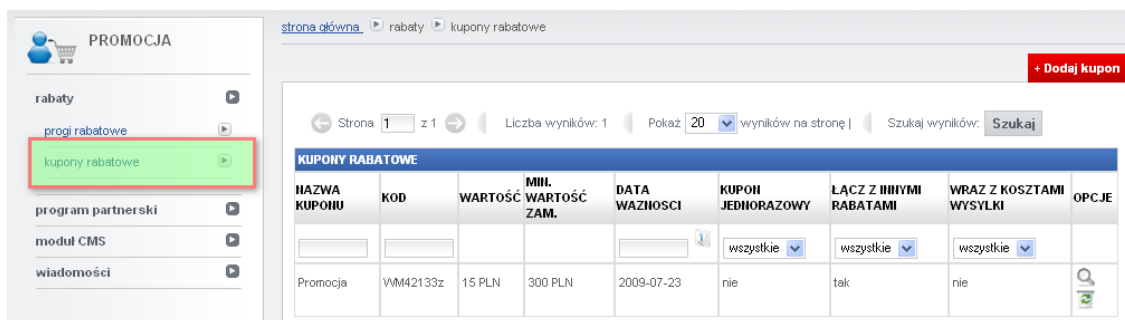
Rysunek Informacja o rabacie w podsumowaniu listy zakupów

Kupony rabatowe

Kupony rabatowe są specyficzną formą premiowania – umożliwiają wygenerowanie specjalnego kodu, który Klient może wpisać w formularzu zamówienia. Na podstawie tego kodu (o ile zostanie wpisany poprawnie), oprogramowanie sklepu naliczy rabat przypisany do tego kuponu.

Kupony rabatowe najczęściej rozsyła się do potencjalnych lub już zarejestrowanych użytkowników sklepu jako forma zachęty do zakupów. Np. pod hasłem “Złóż zamówienie w naszym sklepie w ciągu najbliższego tygodnia na produkty za min. 50 zł, a otrzymasz rabat 10% !”.

W zakładce *Promocja > Rabaty > Kupony rabatowe* możesz wygenerować kupony z określonymi warunkami rabatowania i wysłać je do Klientów twojego sklepu – wszystkich lub wybranych.



Rysunek Zakładka *Kupony rabatowe*

Definiując kupon rabatowy możesz określić czy ma on mieć wartość złotową (wówczas wartość zamówienia pomniejszana jest o konkretną kwotę, np. o 10 zł) czy wartość procentową (w tej opcji wartość zamówienia zmniejszana jest o wpisany procent wartości, np. o 10%).

DODAJ NOWY KUPON RABATOWY

Nazwa kuponu

Wartość kuponu
Określa wartość rabatu, przyznanego okazicielowi kodu. (max. 999999.99)

Wartość procentowa
Kod może mieć wartość złotową (wówczas wartość zamówienia pomniejszana jest o konkretną kwotę, np. o 10 zł), lub wartość procentową (w tej opcji wartość zamówienia zmniejszana jest o wpisany procent wartości, np. o 10%)

Minimalna wartość zamówienia
Minimalna wartość zamówienia - ważny parametr w przypadku wykorzystania jako typowego kuponu rabatowego - klient musi zrobić zakupy za określoną kwotę (lub większą od niej), żeby skorzystać z kuponu rabatowego. Natomiast, jeśli chcesz sprzedawać kupony jako bony zakupowe, ustaw ten parametr na 0.

Waluta PLN

Kupon ważny także na koszty wysyłki
Zaznaczenie tej opcji spowoduje możliwość odliczenia kosztów wysyłki od wartości kodu - tzn. kodem kupujący może pokryć zarówno wartość zamawianych towarów, jak i koszty przesyłki - czyli kupić za pomocą kodu o wartości 50 zł towary za 40 zł i przesyłkę za 10 zł. Nie zaznaczenie tej opcji spowoduje sytuację odwrotną - koszty przesyłki nie są pokrywane kuponem (czyli zamawiający ZAWSZE będzie musiał opłacić pieniężnie koszty przesyłki, nawet w przypadku gdy wartość kuponu pozwoli na pokrycie kosztów towaru i przesyłki, niewykorzystana część kuponu przepadnie)

Termin ważności
Każdy kod ma określony termin wykorzystania - po jego upływie przeterminowuje się i nie da się go wykorzystać.

Kupon jednorazowy
Zaznaczenie tej opcji spowoduje, że kupon będzie mógł być wykorzystany tylko raz

Łącz z innymi rabatami
zaznaczenie tej opcji spowoduje, iż w zamówieniu zrealizowanym za pomocą kuponu nie będą brane pod uwagę inne rabaty (rabat indywidualny na koncie klienta, rabat za wartość zamówienia)

Wczytaj kody z pliku
Opcja ta pozwala wczytać do sklepu gotowe kody rabatowe z pliku txt lub wkleić je bezpośrednio do pola tekstowego. Każdy kod powinien być umieszczony w osobnej linii bez znaków separacyjnych (przykładowo " " lub "; "). Maksymalna długość jednego kodu to 50 znaków.

Wybierz plik

Wklej lub wpisz kody

E-mail
[Wyślij do wszystkich użytkowników](#)
[Szukaj użytkowników](#)
 Możesz podać E-mail, na który wyśle kod, ewentualnie przypisać kupon do wybranych użytkowników lub dla wszystkich użytkowników zarejestrowanych w sklepie. Pole opcjonalne, nie trzeba go wypełniać.

Rysunek Karta definiowania kuponu rabatowego



Możesz także określić minimalną wartość zamówienia, przy której kupon będzie możliwy do wykorzystania oraz czy rabat ma obejmować także koszty wysyłki. Wpisując datę w pole „Termin ważności” określasz do kiedy dany kupon musi zostać wykorzystany.

Inną opcją, jaką możesz określić podczas dodawania nowego kuponu jest łączenie wartości danego kuponu z innymi rabatami w sklepie. Po uruchomieniu tej opcji, w momencie gdy Klient skorzysta z kuponu rabatowego przy składaniu zamówienia, nie będzie mógł (przy danym zamówieniu) skorzystać z innego rabatu przyznanego w sklepie czyli np. indywidualnego przyznanego na koncie Klienta czy rabatu od wartości zamówienia. Możesz określić również czy ma to być kupon jednorazowy.

Możesz podać E-mail, na który kupon ma zostać wysłany, ewentualnie przypisać kupon do wybranych Klientów lub wysłać go do wszystkich Klientów sklepu.

Wczytywanie kodów rabatowych z pliku – obsługa zakupów grupowych

Jeśli dysponujesz gotowymi kodami, np. wygenerowanymi przez serwis zakupów grupowych, możesz je wprowadzić do panelu sklepowego. Po wpisaniu kodu w formularzu zamówienia, Klient otrzyma rabat przypisany do tego kuponu.

Możliwość wczytania kodów rabatowych z pliku zewnętrznego znajduje się na karcie definiowania nowego kuponu rabatowego, w zakładce *Promocja > Rabaty > Kupony rabatowe*.

Po zdefiniowaniu najważniejszych parametrów, jak nazwa czy wartość kodu, należy zaznaczyć opcję „Wczytaj kody z pliku” i wybrać odpowiedni plik tekstowy z kodami. Po wczytaniu pliku, jego zawartość pojawi się w oknie tekstowym na karcie definiowania kuponu rabatowego. Pozostaje już tylko zapisać operację. Gotowe kody możesz także przekleić z pliku tekstowego bezpośrednio do pola tekstowego na karcie definiowania kuponu. Każdy kod wczytany z pliku lub wklejony bezpośrednio do pola tekstowego powinien być umieszczony w osobnej linii bez znaków separacyjnych (przecinków i średników). Maksymalna długość jednego kodu to 50 znaków.

Wczytaj kody z pliku

Opcja ta pozwala wczytać do sklepu gotowe kody rabatowe z pliku txt lub wkleić je bezpośrednio do pola tekstowego. Każdy kod powinien być umieszczony w osobnej linii bez znaków separacyjnych (przykładowo " " lub "; "). Maksymalna długość jednego kodu to 50 znaków.

Wybierz plik

Wklej lub wpisz kody

23e342

24e343

25e344

26e345

E-mail

[Wyślij do wszystkich użytkowników](#)

[Szukaj użytkowników](#)

Możesz podać E-mail, na który wysłać kod, ewentualnie przypisać kupon do wybranych użytkowników lub dla wszystkich użytkowników zarejestrowanych w sklepie. Pole opcjonalne, nie trzeba go wypełniać.

Rysunek Wczytywanie kodów rabatowych z pliku

Wszystkie kupony rabatowe, zarówno te wygenerowane w sklepie, jak i wczytane z pliku możesz przeglądać i wyszukiwać według nazwy, kodu, daty ważności, opcji „kupon jednorazowy” i „łącz z innymi rabatami” oraz z opcją „wraz z kosztami wysyłki” a także je usuwać.

NAZWA KUPONU	KOD	WARTOŚĆ	MIL. WARTOŚĆ ZAM.	DATA WAŻNOŚCI	KUPON JEDNORAZOWY	ŁĄCZ Z INNYMI RABATAMI	WRAZ Z KOSZTAMI WYSYŁKI	OPCJE
Promocja	WM42133z	15 PLN	300 PLN	2009-07-23	nie	tak	nie	

Rysunek Opcje przeglądania wygenerowanych kuponów rabatowych

Klient, który otrzyma od Ciebie kupon rabatowy, podczas składania zamówienia będzie miał możliwość wpisania podanego w kuponie kodu i tym samym zyska rabat przypisany do tego kuponu.

Rabat indywidualny

Jest to rabat przyznawany konkretnemu Klientowi sklepu, przypisywany do jego konta w sklepie. Opcja umożliwia zdefiniowanie dla danego konta rabatu w wysokości np. 2%, automatycznie naliczanego do wszystkich przyszłych zamówień tego klienta. Wysokość tego rabatu można w dowolnym momencie modyfikować lub całkowicie go zlikwidować.

Ustawienia dotyczące rabatu indywidualnego znajdziesz w edycji konta Klienta w zakładce [Zamówienia i Klienci > Klienci > zarządzanie klientami > edycja konta](#).

UŻYTKOWNIK: ISTORE_ALLEGRO

Rabat [%]

Hurtownik Tak Nie oczekuje na akceptację

Mailing Tak Nie

Rysunek Informacja o rabacie indywidualnym na karcie Klienta w panelu administracyjnym

W przypadku dwóch ostatnich sposobów rabatowania w sklepie: rabatu od wartość zamówienia i rabatu indywidualny możesz w zakładce *Promocje > Rabaty > Progi rabatowe*, skorzystać z opcji definiującej zachowanie się sklepu w przypadku, gdy Klientowi składającemu zamówienie należą się oba rabaty jednocześnie (np. zamawia dużo i należy mu się rabat za wartość zamówienia, ale jednocześnie ma przyznany do konta rabat indywidualny). Możliwości są dwie:

- sklep zsumuje oba rabaty i przyzna je jednocześnie,
- wybierze większy z nich i przyzna tylko ten większy.

RABATY	
Sumuj	<input type="radio"/>
Wybierz największy	<input checked="" type="radio"/>

[Zmień](#)

Rysunek Opcje służące do zarządzania rabatami w sklepie

W zależności od opcji jaką wybierzesz, Twój Klient zobaczy odpowiednio przeliczone rabaty podczas finalizacji zamówienia.

Mailing/newsletter

E-mail marketing w Polsce rozwija się bardzo dynamicznie. Jest on doskonałym narzędziem wsparcia procesów sprzedażowych i nawiązywania trwałych relacji z Klientami. Jak wynika z najnowszego raportu Internet Standard „e-commerce 2011”, e-mailing jest jednym z najbardziej efektywnych form marketingu. Analizując zasięg i koszt dotarcia do odbiorcy reklamy, mailing prezentuje się bardzo korzystnie na tle innych działań marketingowych. Poprzez mailing/newsletter można informować o nowych wydarzeniach w życiu sklepu, promocjach, nowościach, wyprzedazach, czy specjalnych ofertach. Mailing często zawiera także informacje o nowych funkcjach czy możliwościach obsługi.

Więcej o zasadach tworzenia efektywnego mailingu przeczytasz na naszym [blogu](#). Jak obsługiwać moduł mailingowy w sklepie iStore.pl? Polecamy lekturę poradnika: [wysyłka mailingu i newslettera w sklepach iStore.pl](#).

Media społecznościowe

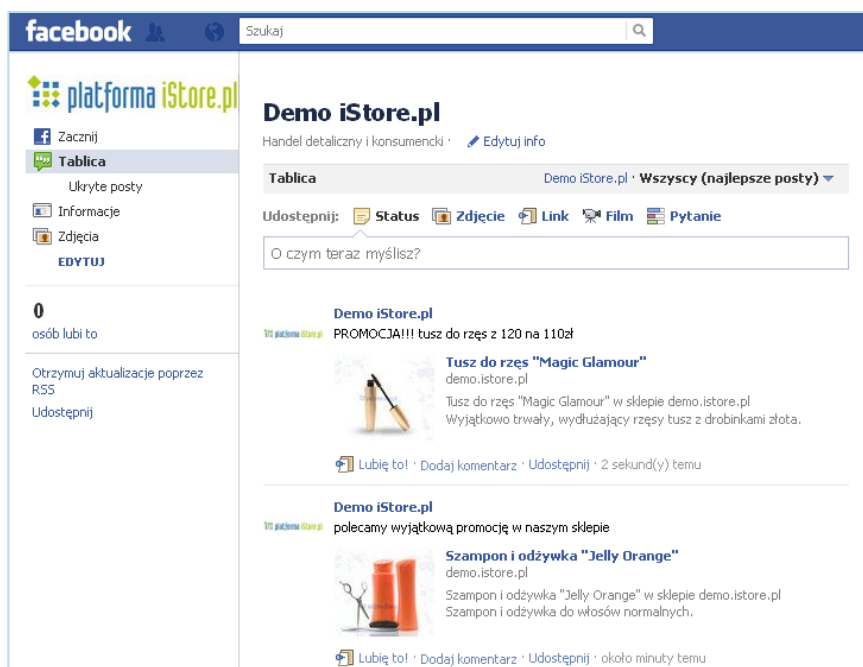
Media społecznościowe, jak np. Facebook to doskonałe miejsce aktywizacji osób, które polubiły Twoją stronę. Strona na Facebooku to przede wszystkim tablica informująca o wszelkich działaniach firmy: ciekawych wydarzeniach, przygotowywanych promocjach, wyjątkowej ofercie, którą sklep chce wprowadzić. Największy serwis społecznościowy świata pozwala być tam, gdzie są Klienci, gdzie zaglądają bardzo często, śledzą najnowsze

Platforma sklepowa grupy Allegro – Informacja wewnętrzna

Strona 22 z 24



wpisy. Facebook to miejsce, w którym ludzie wymieniają się informacjami na różne tematy, także w zakresie zakupów w sieci – warto to wykorzystać planując własne działania promocyjne. Ze względu na szybkość interakcji pomiędzy sklepem a Klientami to świetne miejsce na organizowanie krótkich konkursów. Warto pomyśleć o nagrodach – mogą to być nawet drobne korzyści dla Klienta. Zadowoleni Klienci z pewnością zapamiętają sklep, który wynagrodził ich aktywność.



Rysunek Widok tablicy w serwisie Facebook

Jak założyć swoją stronę w serwisie Facebook? Zapoznaj się z informacją podaną w panelu administracyjnym sklepu: [Promocja > Facebook](#).

Reklama w wyszukiwarkach

Google Adwords są doskonałym wsparciem sprzedaży w sieci, szczególnie jeśli chcesz wypromować swoje produkty w krótkim czasie. Reklamy Adwords są wyświetlane wraz z wynikami wyszukiwania, gdy Klient wyszukuje w Google według określonych przez Ciebie słów kluczowych. Są one wyświetlane nad bezpłatnymi wynikami wyszukiwania; mogą także pojawiać się w bocznej kolumnie na stronie wyszukiwania. Dzięki temu Twoje reklamy docierają do odbiorców zainteresowanych właśnie Twoją ofertą. Możesz precyzyjnie wybrać miejsca docelowe w sieci reklamowej, w których ma być pokazywana reklama lub użyć funkcji dzięki której dopasujesz słowa kluczowe do treści.

O konfiguracji usługi Google Adwords dowiesz się w panelu administracyjnym, w zakładce [Promocja > oferty specjalne](#).

Próbki i prezenty

Wzorowa obsługa Klienta to podstawa kiedy chcesz pozyskać zadowolonego Klienta. Warto jednak przewidzieć dodatkowe działania, mające na celu nakłonienie do ponownych odwiedzin i zakupu w Twoim sklepie. Jeśli Kupujący zarejestrował się jako stały Klient, możesz wysłać mu mailing, newsletter czy przyznać atrakcyjny rabat.

Co jednak jeśli nie masz takiej opcji? Dobrym pomysłem jest przygotowanie papierowej ulotki, dobrej jakości (tylko nie czarno-białe ksero), przedstawiającej sklep i ofertę produktową. Może to być np. kupon rabatowy na kolejne zakupy w sklepie. Ewentualnie zaproszenie do rejestracji, z obietnicą przyznania rabatu (to często stosowany chwyt, zachęcający do założenia konta w sklepie). Może to być też katalog produktów - cokolwiek, co może Klienta zachęcić do powrotu do Twojego sklepu. Pomyśl o dodaniu bezpłatnych próbek produktów. Do nabytego produktu można dołączyć prezent w postaci innego, nawet bardzo drobnego produktu (torba na zakupy, długopis) – koszt jest niewielki a może zwiększyć lojalność i nakłonić do ponownych zakupów w sklepie.