



TONYHO VERDIKT

Uľahči výber veľkostí a predaj viac rodinných nákupov

1 Zjednoduš výber pre celú rodinu

HOTOVO



Začni tu

Veľké zlepšenie

Trochu práce

„Rodina má dosť hádaniek pri večeri; pri výbere tričiek ich nepotrebuje.“

- ☐ Pridaj do Rodinného konceptu filtre podľa farby, veľkosti a určenia: muži, ženy, deti.
- ☐ Umožni kombinovať filtre a zobraz počet vyhovujúcich produktov.
- ☐ Nastav predvolené radenie podľa najpredávanejších produktov a pridaj prepnutie podľa ceny.
- ☐ Pridaj filter zľavnených produktov a otestuj ovládanie filtrov na mobile.

2 Ponúkni ďalší vhodný kúsok

Veľké zlepšenie

Trochu práce

HOTOVO

*„Jeden kus zaplatí objednávku, druhý už poteší aj tvoju maržu.“*

- ☐ Pod pánsku košeľu s dlhým rukávom pridaj vhodné bavlnené trička ako doplnkový nákup.
- ☐ Nižšie zobraz podobné košele s cenou a dostupnou veľkosťou ako alternatívu.
- ☐ V košíku odporuč najviac tri skladové kusky zodpovedajúce vybranej farbe alebo rodinnému konceptu.
- ☐ Pri odporúčaníach umožni výber veľkosti a ukáž zostávajúcu sumu do dopravy zadarmo od 49 €.

3 Uľahči dokončenie objednávky na mobile

HOTOVO



Slušné zlepšenie

Rýchlovka

„Zákazník má kúpiť košeľu, nie skladať skúšku z vyplňania formulárov.“

- ☐ Nastav telefónne pole tak, aby na mobile otvorilo klávesnicu na zadanie čísla.
- ☐ Zobraz pri neúplnom e-maile, napríklad tony@, jasnú chybu po opustení poľa.
- ☐ Pri chybe zachovaj vyplnené údaje a presuň zákazníka k problematickému poľu.
- ☐ Otestuj opravu e-mailu a telefónu na mobile bez odoslania skutočnej objednávky.

4 Získaj kontakt na ďalší nákup

Slušné zlepšenie

Rýchlovka

HOTOVO

*„Za návštevníka zaplatíš raz; bez kontaktu ho nabudúce vykupuješ ako stratený kufor.“*

- ☐ Pridaj nenápadný odber noviniek pod ponuku Rodinného konceptu a do pätičky.
- ☐ Sľúb konkrétny obsah: nové farby, doplnené veľkosti a výhodné rodinné nákupy.
- ☐ Nastav uvítací e-mail s odkazmi na Rodinný a Párový koncept.
- ☐ Posielaj ponuky iba so súhlasom a meraj objednávky aj tržby z e-mailov.

„Začni filtrami v Rodinnom koncepte. Keď zákazník nájde správnu farbu aj veľkosť bez pátrania, ľahšie oblečie celú rodinu namiesto jedného člena.“

