

TONYHO VERDIKT

Vymeň všeobecný úvod za konkrétny dôvod nakúpiť

1 Nasmeruj úvod na sezónny nákup

HOTOVO

Začni tu

Veľké zlepšenie

Rýchlovka

„Zákazník prišiel po kostým, nie lúštiť rodinnú kroniku obchodu.“

- ☐ Otestuj namiesto všeobecného nadpisu konkrétnu ponuku karnevalových kostýmov alebo plaviek morská panna podľa sezóny.
- ☐ Nahraď rotujúce bannery jednou hlavnou ponukou s priamym preklikom do príslušnej kategórie.
- ☐ Prispôsob sekciu Vybrali sme pre Vás rovnakej téme a uprednostni skladové produkty.
- ☐ Porovnaj verzie podľa dokončených objednávok a tržieb na návštevu, nielen kliknutí.

2 Predávaj užitočné kombinácie namiesto podobných položiek

HOTOVO

Slušné zlepšenie

Trochu práce

„Druhú parochňu nepotrebuje každý; správny doplnok nemusíš zákazníkovi prehovárať ako ojazdené auto.“

- ☐ Oddel' pri Sarah alternatívne parochne od doplnkov spomenutých v jej popise.
- ☐ Zlúč prekrývajúce sa odporúčania, aby rovnaké parochne nezaberali dve sekcie.
- ☐ Uprav odporúčania v košíku podľa vloženého produktu, nie iba všeobecnej obľúbenosti.
- ☐ Otestuj spoločný nákup Sarah s vhodným doplnkom a sleduj maržu celej objednávky.

3 Získaj pre Sarah skutočné skúsenosti zákazníkov

HOTOVO

Slušné zlepšenie

Rýchlovka

„Nula hviezdíček je ako prázdna reštaurácia: možno varia výborne, ale človek zaváha.“

- ☐ Po doručení Sarah pošli kupujúcim žiadosť o hodnotenie s priamym odkazom na produkt.
- ☐ Pýtaj sa konkrétne na pohodlie, farebnú zrodu a prirodzenosť vzhľadu.
- ☐ Pozvi zákazníkov pridať fotografiu a zverejni ju iba s ich súhlasom.
- ☐ Zobraz pri výbere Sarah stručnú autentickú skúsenosť, keď ju získaš.

*„Začni úvodnou ponukou a porovnaj objednávky.
Nech o víťazovi rozhodne pokladňa, nie rodinná
porada nad farbou banneru.“*

T Big Tony

Naskenuj a otvor celý audit
bigtony.io/r/ef974a78

