



Sprawdzona platforma sprzedaży przez internet oparta na Magento dopasowana do współczesnych oczekiwań Klientów, zbudowana w technologii PWA dla dowolnej skali biznesu.

Zintegrowana z SAP Business One aby szybciej realizować zamówienia i na bieżąco informować Klienta o statusie jego realizacji.

SUPREMIS E-commerce B2B/B2C



Opis produktu

Cyfrowa transformacja to pojęcie odmiennie obecnie przez wszystkie możliwe przypadki nie bez powodu – SARS-COV-2 przyspieszył planowane przez miesiące, czasami lata inwestycje związane z przeniesieniem sprzedaży do Internetu. Ważnym impulsem było zamknięcie w jednej chwili tradycyjnych biznesów i pozbawienie ich źródeł przychodu. Momentem przełomowym jest podjęcie decyzji o uruchomieniu projektu i od tego momentu każdego przedsiębiorcę czeka sporo decyzji, które musi podjąć aby wybrać właściwą platformę e-commerce pod kątem technologicznym oraz właściwe funkcjonalności aby dostarczał innowacyjne funkcje na bardzo konkurencyjnym rynku. Magento to platforma typu open source, którą można w pełni dopasować do potrzeb i oczekiwań Klienta. Liczba e-sklepów opartych na platformie Magento gwarantuje elastyczność i daje użytkownikowi pełną kontrolę nad funkcjami, wyglądem i zawartością sklepu.

Wśród platform dostępnych na rynku jest kilka różniących się do siebie w dużej mierze elastycznością związaną z dopasowaniem do Klienta i możliwościami rozwoju.

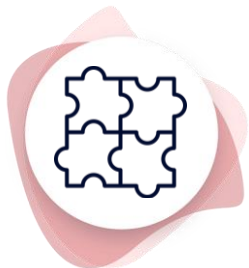
1. Grupa 1 – platformy najtańsze ale nie pozwalające na dostosowanie do specyficznych procesów Klienta. Najczęściej oferują gotowe zestawy funkcji, które należy zaakceptować jeżeli to na nie padnie wybór
2. Grupa 2 – platformy typu open source takie jak Magento. Dedykowane dla Klientów, którzy nie lubią dopasowywać się do gotowych rozwiązań i chcą się wyróżnić na rynku. Posiadają duże możliwości kustomizacji oraz pisania nowych funkcji dostępnych na życzenie dla Klienta. Kosztują więcej ale pozwalają znacznie bardziej wyróżnić ofertę w stosunku do platform z grupy 1.
3. Grupa 3 – pisane od podstaw dla klienta – w praktyce tylko dla bardzo dużych Klientów, drogie w rozwoju i utrzymaniu.

E-commerce pełni w organizacji zasadniczo trzy funkcje:

- biznesową (generuje sprzedaż),
- informacyjną (jest nośnikiem informacji),
- marketingową (promuje markę).



Korzyści biznesowe



Nieograniczone możliwości rozbudowy i wiele darmowych rozszerzeń



Możliwość prowadzenia wielu sklepów z jednego miejsca



Obsługa wersji mobilnej sklepu



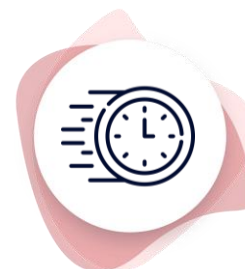
Perspektywa większej sprzedaży, większych zysków i rozwoju biznesu



Automatyzacja procesów – przyjmowanie zamówień (wcześniej odbywało się telefonicznie), zmiany statusów zamówień, księgowanie wpłat (wcześniej wykonywane ręcznie), informacje nt. aktualnych stanów magazynowych.



Większa wiedza o Klientach – dzięki integracji z SAP Business One oraz automatyzacji komunikacji z Klientem w systemie zapisywane są informacje nt. historii jego zamówień, a tym samym jego upodobań, potrzeb czy zachowań.



Szybkość składania zamówień – dzięki odpowiednio zaprojektowanemu interfejsowi platformy Klient jest w stanie samodzielnie złożyć zamówienia szybko i sprawnie, bez konieczności kontaktu z Biurem Obsługi Klienta.

Funkcjonalności



Kategorie / Grupy produktowe



**Zaawansowana wyszukiwarka
i filtrowanie**



Prezentacja produktu



Bestsellery



Koszyk zakupów



Ofertowanie



Minima logistyczne



Personalizacja



Płatności online



Kredyt kupiecki



Programy lojalnościowe



FAQ



Porzucone koszyki



Newsletter

Funkcjonalności

Kategorie / Grupy produktowe

Kategorie pozwalają na łatwą nawigację klienta po stronie ponieważ może od razu znaleźć to czego szuka. Klienci, którzy przeszukują sklep internetowy najczęściej już doskonale wiedzą czego szukają korzystając przy tym często z porównywarek cenowych, które prowadzą bezpośrednio na stronę sklepu. Po wybraniu odpowiedniej kategorii produktów może przejść do grup produktowych i konkretnych produktów. Powoduje to zwiększenie zadowolenia Klienta ponieważ może szybko dotrzeć do poszukiwanego produktu.

Zaawansowana wyszukiwarka i filtrowanie

Poszukiwanie wybranego produktu na stronie, która zawiera kilka lub kilkanaście tysięcy produktów może być zadaniem karkołomnym. Funkcjonalność wyszukiwania pełno kontekstowego przyspiesza wyszukiwanie lecz jest pomocne tylko w przypadku gdy znamy nazwę poszukiwanego produktu lub przynajmniej jej część.

Jeżeli Klient nie zna nazwy produktu, którego poszukuje może wykorzystać możliwość filtrowania, która zawęży wyniki przez co dużo łatwiej Klient może znaleźć interesujący produkt.

Prezentacja produktu

Po wyszukaniu produktu ważnym aspektem jest jego interesująca prezentacja oraz opis. Prezentacja to przede wszystkim dobrej jakości zdjęcie lub prezentacja w 3D w jeżeli spojrzenie na produkt z każdej strony ma znaczenie.

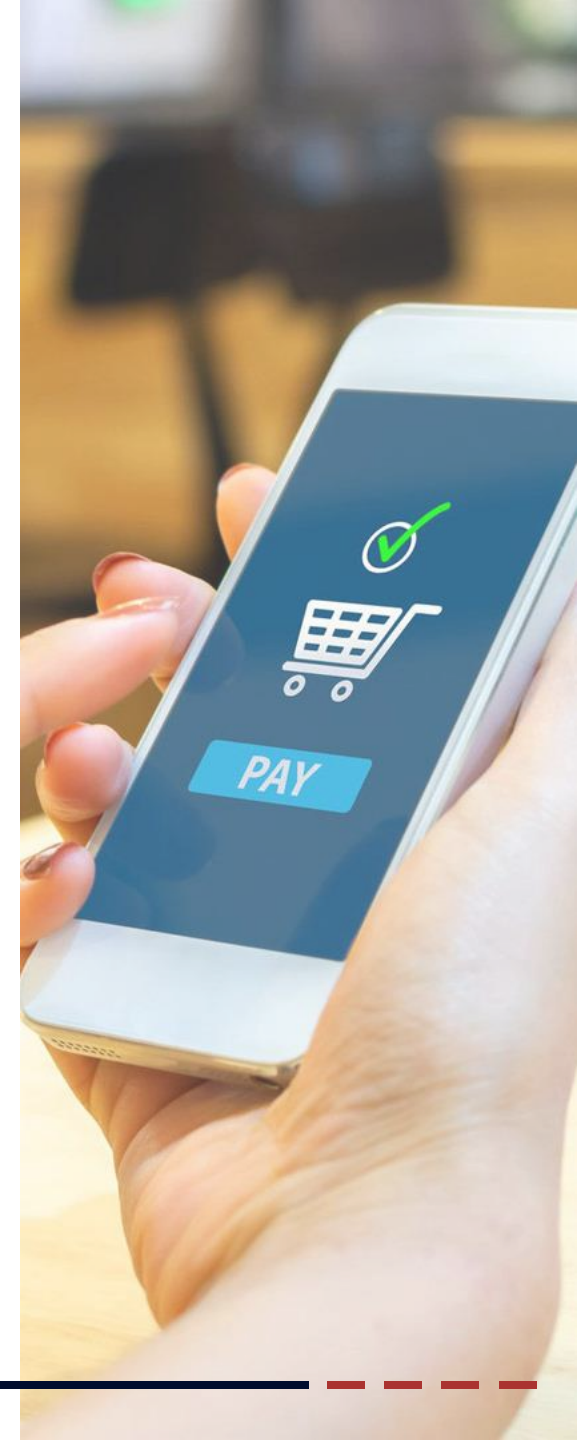
Opis produktu powinien zawierać krótką informację o przeznaczeniu produktu i jego głównych funkcjach oraz korzyściach z posiadania. Dla wielu użytkowników równie ważna co opis jest specyfikacja techniczna produktu zawierające wymiary, wagę, dodatkowe wyposażenie, inne.

Przy podejmowaniu decyzji Klienci czytają opinie o produkcie i sprawdzają jakie posiada zalety i jakie wady. Są to najczęściej opinie subiektywne użytkowników jednak jeżeli przeważa ilość opinii pozytywnych duże większe prawdopodobieństwo dodania produktu do koszyka.

Produkty podobne lub zamienniki pomagają zatrzymać Klienta na dłużej jeżeli okaże się, że poszukiwanego produktu nie ma w chwili obecnej na stanie magazynowym a na zrealizowanie zamówienia musi poczekać kilka dni roboczych.

Ważnym aspektem jest dosprzedaż akcesoriów dodatkowych zakupionych przez innych Klientów oraz sprzedaż w zestawach dzięki czemu Klient otrzymuje komplementarny produkt po często trochę obniżonej cenie zestawu.

Ostatnim ważnym obszarem prezentacji produktu i od niego często klienci zaczynają zapoznawanie się z produktem jest cena wraz z dostępnością. Warto aby jeżeli sklep oferuje taką usługę była możliwość zakupu w systemie ratalnym przy uproszczonych procedurach.



Funkcjonalności

Bestsellery

Produkty szczególnie promowane ze względu na świetną cenę, które przedsiębiorca chce sprzedać w jak najkrótszym czasie lub cieszące się największą popularnością. Sugerują one Klientowi, że jest to coś co warto zakupić ponieważ wszyscy chcą to mieć lub cena jest bardzo atrakcyjna więc może oszczędzić. Funkcjonalność wpływająca na zwiększenie sprzedaży poprzez Klientów, którzy poszukują promocji lub chcą mieć popularny produkt.

Koszyk zakupów

Podpowiadanie co klient zakupił podczas ostatniej wizyty, możliwość skopiowania koszyka i modyfikacji aby odpowiadał aktualnemu zapotrzebowaniu Klienta. Koszyk jest podsumowaniem zakupów Klienta i jednocześnie miejscem, w którym można zachęcić Klienta do dokupienia dodatkowych akcesoriów.

Ofertowanie

Możliwość złożenia oferty zakupu z poziomu B2B – Opiekun po stronie B2B może zgodzić się na zaproponowane ceny i ilości lub przesłać swoją propozycję. Po akceptacji oferta staje się zamówieniem i trafia do realizacji. Możliwość podejrzenia historii ofertowania.

Minima logistyczne

Włączenie minimalnych wartości koszyka dla wszystkich Klientów lub ustawienie pułapów indywidualnych. Ustalenie

powodujące, że Klienci kupują ilości korzystne dla biznesu – mogą to być np.: pełne opakowania dzięki obniżeniu ulegającym koszty logistyki.

Personalizacja

Skonfigurowanie indywidualnych warunków zakupu i pielęgnowanie relacji biznesowych – Klienci wyświetlają oferty dedykowane dla nich. Od personalizacji cen, po inteligentne funkcje wyszukiwania i filtrowania – użytkownicy szybko odkryją produkty odpowiednie dla ich potrzeb.

Płatności online

W przypadku sprzedaży B2C należy zadbać o obsługę szybkich płatności. Na konkurencyjnym rynku zlecenia realizowane są szybko i często tego samego dnia nawet jeżeli Klient złoży zamówienie w godzinach popołudniowych. Zaksięgowanie tradycyjnego przelewu to często 1 lub 2 dni więc realizacja trwa zbyt długo. Dodatkowo od operatora płatności przedsiębiorca otrzymuje przelewy zbiorcze ze specyfikacją co jest łatwiejsze w rozliczeniu.

Ważne:

Dobrze zaprojektowany panel administracyjny, w powinien dawać możliwość generowania linków do płatności i przeglądania transakcji. Obsługa powinna być jak najprostsza i zabierać jak najmniej czasu. Ekran płatności mobile-friendly – spora część Klientów będzie płacić na smartfonie. Ważne, żeby mogli oni szybko i łatwo przeprowadzić transakcję.



Funkcjonalności

Kredyt kupiecki

Dla stałych Klientów istnieje możliwość zaproponowania odroczonego terminu płatności. Przyspiesza to proces obsługi sprzedaży ponieważ zakup jest możliwy nawet w przypadku jeżeli w danej chwili Klient nie posiada wystarczających środków finansowych.

Programy lojalnościowe

Stymulowanie do dodatkowych zakupów specjalnymi programami budującymi lojalność Klientów opłaca się z kilku powodów. Przywiązuje Klienta do marki sklepu, zwiększa wartości koszyków zakupowych, pozwala na lepsze dopasowanie oferty do oczekiwań każdego z Klientów.

FAQ

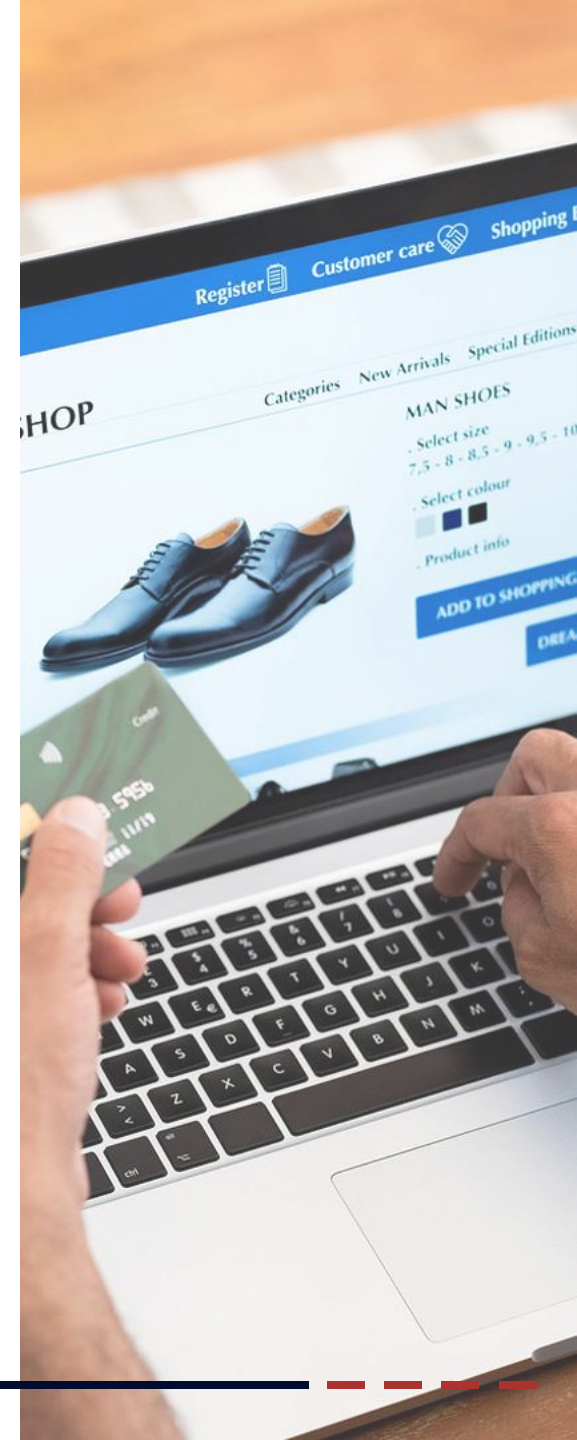
Funkcja wykorzystywana głównie przy sprzedaży B2C aby Klient w momencie zamawiania produktów mógł uzyskać odpowiedzi na najczęściej zadawane pytania. Zakupy internetowe często są realizowane w godzinach popołudniowych lub nocnych gdy nie jest dostępna obsługa Klienta.

Porzucone koszyki

Funkcjonalność wykorzystywana głównie do analizy zachowań Klientów. Powody porzucenia koszyka mogą być różne – od braku wszystkich poszukiwanych produktów po zbyt skomplikowany proces obsługi sprzedaży przez co Klient się niecierpliwi i w końcu rezygnuje ze złożenia zamówienia.

Newsletter

Bardzo dobry sposób na przypomnienie się szczególnie Klientom, którzy robią zakupy nieregularnie oraz jako forma prezentowania nowo wprowadzonych do oferty produktów. Wymogiem jest aby z poziomu newslettera Klient mógł przejść bezpośrednio do produktu, który go zainteresował.





SUPREMIS Sp. z o.o.
ul. Karczunkowska 46
02-871 Warszawa



+48 22 29 27 500



kontakt@supremis.pl



www.supremis.pl



[www.facebook.com/
SUPREMIS.Partner.SAP](https://www.facebook.com/SUPREMIS.Partner.SAP)



[www.linkedin.com/
company/supremis-sap/](https://www.linkedin.com/company/supremis-sap/)



[www.instagram.com/
supremis_sap](https://www.instagram.com/supremis_sap)



Akademia
SAP Business One