



Checklista för e-handel

Ett måste för webbutiker inför
Black Friday och jul

BLACK
FRIDAY♥



Varför denna checklista?

För en webbutik är högtider som jul och Black Friday inte bara hektiska perioder. De är avgörande möjligheter att maximera försäljningen och stärka kundlojaliteten.

Dessa högsåsonger representerar några av de mest intensiva och lönsamma försäljningsmöjligheterna under året, när kundernas köpvilja är som störst. Det vill vi gärna hjälpa dig att dra nytta av.

Men med dessa möjligheter kommer också stora utmaningar. Konkurrensen är stenhård, kundernas förväntningar är skyhöga och varje aspekt av din webbutik sätts på prov – från lagerhantering och logistik till kundservice och checkout. Utan ordentliga förberedelser kan även små misstag få stora konsekvenser, som inte bara påverkar din försäljning nu, men även ditt företags rykte på lång sikt.

Ordentliga förberedelser innebär att du analyserar tidigare års data för att förstå kundbeteenden och trender, sätter upp tydliga och realistiska mål och optimerar varje del av din affärsverksamhet. Det handlar om att se till att du har rätt produkter i lager, att dina kunder får en sömlös och tillfredsställande shoppingupplevelse, och att dina leveranser kommer i tid.

Vi på Bring vet hur viktigt det är att vara förberedd, och därför har vi tagit fram den här guiden. Denna checklista innehåller praktiska tips och förslag på åtgärder som hjälper dig att navigera genom utmaningar och dra nytta av de möjligheter som högsåsongerna för med sig. Med hjälp av checklistan kan du se till att din webbutik är väl rustad för att maximera försäljningen och öka kundnöjdheten under de mest hektiska, men också de mest lönsamma perioderna på året.

Om du investerar tid och resurser i grundliga förberedelser nu, kan du inte bara uppnå framgång under den kommande säsongen, men även lägga ett starkare fundament för din webbutiks framtida tillväxt och framgång.

Trevlig läsning.

Innehåll

Din egen checklista med förslag på åtgärder.....	4
Del 1: Analys av kundbeteende och trender.....	5
Del 2: Mål och budget – din ekonomiska riktlinje.....	6
Del 3: Kassa – optimering av köpflödet	7
Del 4: Leveransalternativ – med fokus på dina kunder	8
Del 5: Returhantering – kan kosta dig kunder	9
Del 6: Kundservice – den oundgängliga kontakten	10
Del 7: Test och optimering – sätt igång att justera.....	11



Din egen checklista med förslag på åtgärder

Genomgång av tidigare försäljningsdata från Black Friday och jul

- Granska försäljningsdata: Identifiera bästsäljare och mindre populära varor.
- Identifiera kundtrender: Populära köptillfällen och effektiva kampanjer.
- Identifiera styrkor och svagheter: Analysera feedback och hitta områden som kan förbättras.



Åtgärd: Samla in data och sammanställ en rapport för den kommande säsongen.

Mål & budget

- Definiera tydliga och realistiska mål: Sätt upp specifika försäljningsmål för högsäsongerna.
- Marknadsföringsbudget: Fördela budgeten mellan relevanta kampanjer och kanaler.
- Lagerhållning: Se till att det finns tillräckligt med populära produkter.
- KPI:er: Fastställ KPI:er, som försäljning per kanal, konverteringsfrekvens och kundnöjdhet.



Åtgärd: Skapa en detaljerad plan med budget och mål.

Checkout

- Förenkla din kassa: Minska antalet steg.
- Leveransalternativ: Se över alla leveransalternativ som erbjuds – finns det för många, eller finns det för få? Täcker vi alla olika leveransalternativ (hem, ombud, paketbox, postlåda)?
- Var transparent: Ange alla omkostnader tydligt redan från början.
- Erbjud flera populära betalningsalternativ: Klarna, Swish, kreditkort.



Åtgärd: Testa kassan och implementera förbättringar.

Leveransalternativ

- Välj en pålitlig logistikpartner: Säkerställ hantering av trafik under högsäsong.
- Erbjud olika leveransmetoder: Standardleverans, expressleverans, upphämtning, retur.
- Spårningsalternativ: Gör det möjligt för kunden att spåra paket i realtid.



Åtgärd: Revidera och kommunicera leveransalternativ på ett tydligt sätt.

Returhantering

- Tydlig returpolicy: Kommunicera returpolicy tydligt på webbplatsen.
- Enkel returprocess: Erbjud etikettfria returer via QR-kod/ förpackningskod eller förifyllda etiketter, vilket är det vanligaste sättet, men sämre för miljön.



Åtgärd: Uppdatera och förtydliga returpolicy.

Kundservice

- Förläng öppettiderna: Överväg att förlänga kundservice öppettider under högsäsong.
- Erbjud support via flera kanaler: Telefon, chatt och e-post.
- Snabba svar: Säkerställ snabba svarstider.



Åtgärd: Förbered ditt kundservice-team och säkra nödvändiga resurser.

Test och optimering

- Planera tester: Definiera vad som ska testas, t.ex. nya betalningsmetoder.
- Analysera resultat: Mät effekterna och implementera lyckade förändringar.
- Optimera kontinuerligt: Använd data för justeringar och förbättringar.



Åtgärd: Skapa en plan för test och optimering.



Få mer detaljerad information om varje punkt i avsnitten nedan.

Del 1

Analys av kundbeteende och trender

Gör så här

Samla in all relevant data och skapa en rapport som vägleder dig i dina beslut inför den kommande säsongen. Rapporten kommer att ligga till grund för din strategi, och hjälpa dig att fokusera på de områden som ger störst avkastning.

Genom att lägga tid på en ordentlig analys av kundbeteende och trender från senaste Black Friday och jul, kan du se till att din webbutik är förberedd för att hantera den ökade efterfrågan och maximera din försäljning under de viktigaste försäljningsperioderna.

För att optimera din webbutik inför Black Friday och jul är det viktigt att du förstår dina kunders beteende och trender från tidigare års försäljning. En ordentlig genomgång av dina försäljningsdata ger dig ovärderliga insikter, som hjälper dig att utforma dina strategier inför den kommande säsongen.

Granska försäljningsdata:

Börja med att titta på data från tidigare år för att identifiera bästsäljare och mindre populära varor. När du vet vilka produkter som har presterat bäst, kan du se till att du har ett tillräckligt stort lager av dessa varor. Samtidigt kan du överväga att justera eller ta bort artiklar som har haft låg efterfrågan.

Identifiera kundtrender:

Analysera vilken tid dina kunder oftast gör ett köp. Vilka tider på dygnet och veckodagar är mest populära? Genom att förstå dessa trender kan du tajma dina kampanjer och erbjudanden bättre.

Dessutom bör du utvärdera vilka kampanjer som har fungerat bäst. Var det rabatter, specialerbjudanden eller snabb leverans som lockade flest kunder?

Identifiera styrkor och svagheter:

Kundfeedback är en guldgruva med information. Genom att analysera feedbacken kan du identifiera områden som har förbättringspotential, t.ex. leveranstid, kundservice eller produktkvalitet. Detta kommer inte bara att bidra till att förbättra kundupplevelsen, men också att öka kundnöjdheten och lojaliteten.

Del 2

Mål och budget – din ekonomiska riktlinje

För att framgångsrikt navigera genom Black Friday och jul är det viktigt att ha tydliga, realistiska mål och en väldefinierad budget. Dessa element fungerar som din ekonomiska riktlinje, som säkerställer att du maximerar din vinst och effektivt fördelar dina resurser under högsäsongerna.

Definiera tydliga och realistiska mål:

Börja med att sätta upp specifika och realistiska mål för försäljningen. Det skapar en tydlig riktning och ger dig något konkret att sträva efter. Målen bör baseras på tidigare års data och marknadens förväntningar. Genom att ha tydliga försäljningsmål kan du bättre planera och hantera dina kampanjer och resurser.

Marknadsföringsbudget:

Fördela din budget strategiskt mellan digitala kampanjer, sociala medier, e-postmarknadsföring och andra relevanta kanaler. En noggrann fördelning säkerställer att du når dina kunder på de mest effektiva sätten. Fundera över vilka kanaler som har gett bäst resultat tidigare och anpassa strategin därefter.

Lagerhållning:

Säkerställ att du har ett tillräckligt stort lager av dina mest populära produkter. Inget är mer frustrerande för en kund än att få reda på att den önskade produkten är slut i lager. Planera ditt lager noggrant så att du kan möta efterfrågan utan att beställa för mycket och binda upp för mycket kapital i lagret.

KPI:er:

Etablera KPI:er (Key Performance Indicators) för att mäta framgång och effektivitet. Det kan handla om försäljning per kanal, konverteringsfrekvens, genomsnittligt ordervärde och kundnöjdhet. KPI:er hjälper dig att ha koll på hur din webbutik presterar och var det behövs justeringar.

Gör så här

Skapa en detaljerad plan som innehåller budget och mål för alla relevanta aspekter av ditt företag. Denna plan fungerar som en guide, som hjälper dig att hålla fokus och säkerställa att alla resurser används på ett effektivt sätt. En solid plan ger dig överblick och trygghet att fatta välgrundade beslut under de hektiska högsäsongerna.

Genom att definiera tydliga mål och budgetar kan du se till att din webbutik är ekonomiskt stabil och väl förberedd för de utmaningar och möjligheter som Black Friday och jul medför. Detta kommer inte bara att förbättra resultatet, men också stärka din position på marknaden och öka kundnöjdheten.



Del 3

Kassa – optimering av köpflödet

Gör så här

Genomför ett noggrant test av din kassa, för att identifiera eventuella flaskhalsar eller problem. Samla in feedback från kunder och använd data för att implementera nödvändiga förbättringar. Genom att optimera din checkout kan du minska antalet övergivna varukorgar och öka din konverteringsfrekvens.

Genom att proaktivt adressera orsakerna till att varukorgen överges, kan du skapa en smidigare och mer tillfredsställande kundupplevelse. Detta kommer inte bara att öka din försäljning, men också stärka kundlojaliteten och främja en positiv word of mouth.

En av de största utmaningarna för e-handlare är att minska antalet som avbryter sitt köp i kassan. När kunder påbörjar sitt köp, men inte slutför köpet, går potentiell försäljning förlorad. För att minimera denna förlust, är det viktigt att förstå orsakerna till varför man väljer att avbryta sitt köp och implementera effektiva lösningar.

Komplex checkout:

En av de främsta anledningarna till att kunder överger sin varukorg, är för att kassan är för komplex och tidskrävande. Förenkla processen genom att minska antalet steg och fält som ska fyllas i. Gör kassan snabb och intuitiv för att hålla kunden engagerad under hela processen, och ange beräknade leveranstider så att kunden är informerad under hela processen. Vissa logistikleverantörer erbjuder till och med plugins, som gör det enkelt att konfigurera kassan.

Dolda kostnader:

En annan vanlig orsak till att en kund överger sin varukorg, är dolda kostnader som blir synliga först i kassan. Se till att vara transparent med alla

kostnader, inklusive frakt och moms, redan från början av köpprocessen. Det skapar förtroende och förebygger obehagliga överraskningar, som kan få kunden att avbryta köpet.

Brist på betalningsalternativ:

Erbjud ett brett utbud av betalningsmetoder för att tillgodose olika kundpreferenser. Inkludera populära alternativ som Klarna, Swish och kreditkort. Ju fler betalningsalternativ du erbjuder, desto mer sannolikt är det att kunderna hittar en metod som de känner sig bekväma med. Kom ihåg att använda de betalningsmetoder som är relevanta för det land du säljer till.

Del 4

Leveransalternativ – med fokus på dina kunder

En kritisk faktor för en framgångsrik webbutik är förmågan att leverera produkter i tid, särskilt under högsäsonger som Black Friday och jul. Leverans i tid bidrar väsentligt till kundnöjdheten, och kan vara avgörande för kundernas beslut att handla hos dig igen.

Logistikpartner:

Välj en pålitlig logistikpartner som har kapacitet och resurser att hantera den ökade trafiken under högsäsongen. Logistikpartnern ska kunna leverera snabbt och effektivt, även under hektiska perioder. Undersök och samarbota med partners som har dokumenterad framgång under dessa perioder.

Flera leveransalternativ:

Erbjud dina kunder olika leveransmetoder, som hemleverans, leverans till paketbox och leverans till paketombud. Genom att erbjuda flera olika leveransalternativ kan du tillgodose olika kunders behov och preferenser, vilket kan öka din kundbas och förbättra kundnöjdheten.

Paketspårning:

Gör det möjligt för dina kunder att spåra sina paket i realtid. Transparent och uppdaterad spårning ger kunderna trygghet och förtroende för att deras paket är på väg och kommer fram i tid. Detta kan minska antalet kundförfrågningar om leveransstatus och förbättra den samlade upplevelsen.



Gör så här

Se över dina nuvarande leveransalternativ och samarbetsavtal med logistikpartner. Se till att alla leveransalternativ kommuniceras tydligt till dina kunder via din webbplats och i kassan. Tydlig kommunikation om leveransalternativ och spårning skapar transparens och förtroende.

Genom att säkerställa att leveranser kommer fram i tid och erbjuda flexibla leveransalternativ, kan du förbättra kundnöjdheten och stärka din konkurrenskraft. Bra leveransalternativ och pålitliga partners, säkerställer att dina kunder får sina produkter snabbt och säkert, vilket ökar sannolikheten för återkommande köp och positiva recensioner.

Del 5

Returhantering – kan kosta dig kunder

Gör så här

Uppdatera din returpolicy regelbundet och se till att den är lätt att hitta och förstå för dina kunder. Testa returprocessen från kundens perspektiv för att identifiera eventuella komplikationer eller möjligheter till förbättringar. En välfungerande returpolicy skapar en positiv shoppingupplevelse och kan differentiera din webbutik från konkurrenterna.

Genom att implementera en enkel och tydlig returpolicy ser du till att dina kunder känner sig trygga och väl behandlade, vilket kan öka deras nöjdhet och lojalitet. En transparent och användarvänlig returprocess kan vara en avgörande faktor i kundens köpbeslut, och kan bidra till att bygga upp ett starkt och positivt omdöme för din webbutik.

En enkel och tydlig returpolicy är avgörande för att skapa förtroende och nöjdhet bland dina kunder. En transparent och användarvänlig returprocess kan göra en betydande skillnad för kundernas beslut att handla hos dig, särskilt under hektiska perioder som Black Friday och jul. Kort sagt kan det vara avgörande för om dina kunder väljer dig eller inte.

Tydlig returpolicy:

Kommunicera din returpolicy på ett tydligt sätt på din hemsida. Se till att kunderna enkelt kan hitta och förstå hur de kan returnera produkter, vilka produkter som kan returneras och inom vilken tidsram. En tydlig returpolicy minskar osäkerheten och ökar kundernas förtroende för att handla hos dig.

Enkel returprocess:

Gör det så enkelt som möjligt för dina kunder att returnera. Erbjud etikettfria returer via QRkod/förpackningskod eller förutfyllda etiketter, vilket är det vanligaste sättet, men sämre för miljön. Ju mer effektiv och enkel processen är, desto mindre besvär upplever kunden, vilket ökar chansen att de kommer att handla hos dig igen.

Del 6

Kundservice – den oundgängliga kontakten

Kundservice spelar en avgörande roll för att behålla nöjda kunder, särskilt under hektiska perioder som Black Friday och jul. Genom att vara närvarande och tillgänglig, kan du säkerställa att kundernas frågor och funderingar hanteras på ett effektivt sätt, vilket bidrar till en positiv kundupplevelse.

Förläng öppettiderna:

Överväg att förlänga öppettiderna för din kundservice under hektiska perioder som Black Friday och jul, för att hantera det ökande antalet förfrågningar. Genom att erbjuda längre öppettider ser du till att kunderna får hjälp när de behöver det, vilket kan öka kundnöjdheten och minska väntetiderna.

Support via flera kanaler:

Erbjud kundsupport via flera kanaler, som telefon, chatt och e-post. Detta ger kunderna möjlighet att välja den kommunikationsmetod de föredrar,

och säkerställer en mer tillgänglig och personlig serviceupplevelse. Se till att alla kanaler är väl fungerande och bemannade under högsäsongen.

Snabba svar:

Prioritera snabba svarstider för att tillgodose kundernas behov av omedelbar hjälp. Minska svarstiderna genom effektiv resursfördelning och användning av automatiserade svar, där det är lämpligt, för att hålla kundnöjdheten på en hög nivå.

Gör så här

Förbered kundservice-medarbetarna inför de hektiska perioderna, genom att säkerställa att de har de resurser och verktyg som krävs. Utbilda personalen i att hantera stressiga situationer och komplexa förfrågningar, för att säkerställa att en hög kundservicenivå upprätthålls. Utvärdera kontinuerligt behovet av resurser och justera bemanningen efter behov.

Genom att satsa på en effektiv kundservice under högsäsongen, kan du stärka kundlojaliteten och differentiera din webbutik från konkurrenterna. En engagerad och väl förberedd kundservice bidrar till att skapa positiva kundupplevelser och bygga upp ett bra omdöme för din webbutik.

Del 7

Test och optimering – sätt igång att justera

Gör så här

Skapa en detaljerad test- och optimeringsplan, som innehåller tidslinjer och ansvarsområden. Gör regelbundna utvärderingar av dina testresultat för att säkerställa att din webbutik är i linje med de senaste trenderna och kundernas behov. Genom att vara proaktiv när det gäller testning och optimering, kan du se till att din webbutik förblir konkurrenskraftig och attraktiv för dina kunder.

När du kontinuerligt fokuserar på förbättringar och effektiv testning, optimerar du inte bara din webbutiks prestanda – du stärker också din position på marknaden. Genom att arbeta strategiskt med testning och optimering kan du se till att din webbutik är väl rustad för att möta både kundernas och konkurrenternas krav under årets mest hektiska tid.

Kontinuerliga förbättringar är avgörande för att hålla din webbutik konkurrenskraftig och effektiv, särskilt under högsäsonger som Black Friday och jul. Genom att planera, analysera och optimera, kan du kontinuerligt förbättra din prestanda och öka kundnöjdheten.

Planera tester:

Definiera tydligt vad du vill testa, såsom implementering av nya betalningsmetoder eller testa olika typer av kampanjer. Genom att ha specifika mål för tester kan du rikta dina insatser och noggrant utvärdera hur effektiva de är.

Analysera resultaten:

När du har genomfört testerna analyserar du resultaten noggrant. Mät effekterna av de förändringar du har gjort och identifiera vilka som har haft störst

positiv inverkan på din webbutiks prestanda. Detta hjälper dig att ta välgrundade beslut om hur du ska justera din strategi.

Optimera löpande:

Använd data från dina tester för att göra löpande justeringar och förbättringar. Genom att vara uppmärksam på kundbeteende och marknadstrender, kan du anpassa din strategi och optimera din webbutiks prestanda kontinuerligt.

Tack för din tid!

HÅLL DIG UPPDATERAD OM E-HANDEL

WWW.BRING.SE

