

[007] Štyri možnosti ako lepšie poznať klientov

Pre úspešné podnikanie na e-shope nestačí len zriadiť si špičkový obchod a začať v ňom predávať. Je potrebné si vybudovať klientelu, **starať sa** o ňu a **rozširovať ju**. A presne preto by mal každý obchodník poznať svojich klientov. Vo virtuálnom svete to predsa ide tiež. Ako na to? Tu sú štyri možnosti:

1. Spätná väzba

Spoznaj potreby svojich zákazníkov! Daj im možnosť **ohodnotiť ťa**, **navrhnuť zlepšenie** či ťa **skritizovať**. Z každého si totiž môžeš vziať **ponaučenie**. Vytvor si [formulár](#) či [dotazník](#), poskytni e-mail, call centrum či komunikáciu cez klientsky účet, hlavne smelo do toho. Tých, ktorí ti svojimi reakciami pomohli, **odmeň** napr. zľavou alebo dopravou zadarmo a neboj sa použiť to na svoju prezentáciu.

2. Analytické nástroje

Poskytnú ti aktuálny prehľad o tom, **ako sa návštevníci správajú na tvojom webe**. Musíš si ich ale nastaviť podľa **kritérií**, ktoré chceš sledovať. Používaj najmä tie, ktoré vieš nastaviť priamo k svojmu internetovému obchodu. Mnohé sú bezplatné.

Nástroje pre analytiku webu ti pomôžu **zefektívniť podnikanie** a môžeš sa z nich dozvedieť veľmi užitočné informácie, napríklad:

- čo ľudí na webe zaujíma a naopak čo ich vôbec nezaujíma,
- kde návštevníci trávajú najviac času a na čo najviac klikajú,
- z akých zariadení sa pripájajú alebo cez aké odkazy sa dostali na tvoju stránku,
- predpokladaný vek, pohlavie, záujmy a podobne...

3. Sociálne siete

Ak už máš kvalitný vlastný web, prítomnosťou na sociálnej sieti sa dokážeš ešte viac **zviditeľniť**, čo ti určite pomôže. Navyše na nich môžeš s klientmi aj **priamo interagovať**. O sociálne siete sa ale treba nepretržite starať, t.j. „držať ich živé“ a aktuálne, preto dobre zvaž, či máš na to čas.

4. Referencie

Mnoho ľudí si pred zrealizovaním nákupu číta **recenzie produktov** či **hodnotenie samotného predajcu**. Ich absencia môže klientov odradiť od nákupu alebo ich presunúť ku konkurencii, ktorá ju má. Aj ty si preto buduj svoje hodnotenia! Zasielaj klientom krátky **dotazník spokojnosti** a výsledkami sa kľudne pochváľ na svojom webe. Podvádzať sa ale neoplatí – klienti na to prídu a dopad býva ničivý...

Rady na záver:

- Začni analyzovať údaje z tvojho webu čo najskôr. Odhalíš tak rýchlo jeho slabé aj silné stránky a môžeš ho zlepšovať.
- Neanalyzuj zbytočne všetky údaje, ktoré ti poskytnie analýza webu. Zameraj sa na tie najpodstatnejšie pre zlepšovanie tvojej ponuky, procesov a biznisu.

