

AZ ONLINE BOLTOKÉ A JÖVŐ – ÉS A JELEN



Az első komoly döntés, amikor elindulunk a webáruház-indítás rögös útján, hogy webáruházat béreljünk vagy saját webáruházat készíttessünk. Összefoglaltuk, hogy mire érdemes ügyelni a döntés előtt és után.



MI AZ A WEBÁRUHÁZBÉRLÉS?
A bérelhető webáruházak általában felhő alapon működnek, tehát a fejlesztők egy közös programkódot fejlesztenek, melyet minden webáruház-tulajdonos használ. A webshop-tulajdonosok külön adatbázissal működtetik az online

áruházait. A webáruházbérlésnek és a saját fejlesztésű webáruháznak is megvannak a maga előnyei és hátrányai, mindenkinek magának kell eldöntenie, hogy tud-e ezekkel együtt élni. Ha tudjuk a céljainkat, akkor tudni fogjuk, hogy melyik konstrukciót válasszuk.

A WEBÁRUHÁZBÉRLÉS ELŐNYEI

- A webáruház-indítás költségei alacsonyak.
- Átlátható és kiszámítható havidíjak.
- Nincs szükség fejlesztőre, csomagban kapjuk a funkciókat.

- Ha bizonytalanok vagyunk a hosszú távú sikerben és elsősorban keveset akarunk befektetni.
- Gyorsabb hibajavítás, mert ugyanazt a rendszert többen használják.

A WEBÁRUHÁZBÉRELÉS HÁTRÁNYAI

- A webáruházrendszer nem a sajátunk, ha nem felel meg a szolgáltatás, amit kapunk, a webáruházunkat nem tudjuk magunkkal vinni.
- Ha fejlődni akarunk, akkor komolyabb csomagra lesz szükségünk, aminek a díja magas, így az éves bérleti díjunk viszonylag magas lesz.
- Az egyedi fejlesztési kéréseink nem, vagy csak nehezen és mindenképpen drágán oldhatók csak meg.
- A teljesen egyedi kinézet nehezen vagy egyáltalán nem oldható meg.
- A csomagban lesznek olyan funkciók, amiket sosem fogunk használni, viszont fizetni kell érte.
- Sokszor sablonos kinézet, így találkozhatunk a miénkhez hasonló webshoppal.
- Később, ha mégis egyedi fejlesztésűt szeretnénk, akkor nehéz az átállítás.
- Nem biztos, hogy minden új fejlesztést, funkciót használni fogunk, amit kapunk.

A SAJÁT WEBÁRUHÁZ-KÉSZÍTÉS ELŐNYEI

- Ha valami nem tetszik a fejlesztő céggel kapcsolatban (nehézkedő kommunikáció, lassú a fejlesztés), akkor a webáruházat át tudjuk vinni egy másik fejlesztő csapathoz.
- A legegyszerűbb egyedi fejlesztésű webáruházrend-



szert is tudja mindazt, amit egy bérelhető webáruháznál a legdrágább csomagok.

- Bármilyen egyedi webáruház-funkció, bármilyen különleges kérésünk megvalósítható benne. Nyugodtan szárnyalhatunk, bármilyen egyedi funkció megoldható.
- Már a kezdetektől egyedi kinézetet kaphat webáruházunk, általában ez az alapárban már benne van.
- Nincs állandó havi költségünk.
- Általában jobban optimalizálhatók a keresőkre, mint bérelhető társaik.
- A webáruház méretéhez tudjuk igazítani a tárhely méretét, így ennek a költsége is jól tervezhető.
- A webáruház erőforrásigénye könnyebben igazítható a saját fejlesztésű webáruházhoz.
- Hosszú távon olcsóbb lehet, mint a bérelhető webáruházak.

A WEBÁRUHÁZ-KÉSZÍTÉS HÁTRÁNYAI

- Magasabb induló költségek, mint a bérletnél.
- Megbízható fejlesztő csapatra van szükség, aminek a kiválasztása nem egyszerű.
- Azokat a funkciókat kapjuk,

amit a fejlesztés előtt kitalálunk, így ha később akarunk pluszfunkciókat, akkor azért fizetnünk kell.

KÜLALAK

A webáruházunk megjelenése egy nagyon fontos rész a webáruháznyitás kérdéskörében, hiszen az első benyomás kiemelt jelentőségű a vásárlószerzés szempontjából. Ha a boltunk nem néz ki profin, nem felhasználóbarát és nem átlátható, azzal rengeteg potenciális vásárlót veszíthetünk el, függetlenül attól, hogy a termékünk milyen jó és az ügyfélszolgálatunk mennyire professzionális.

A dizájn tekintetében (is) két lehetőség áll előttünk: keresünk egy sablont és testre szabjuk azt, vagy teljesen egyedi dizájnt készítetünk. Amennyiben sablont választunk, rövid távon spórolhatunk az indulási költségekkel. Ezzel viszont megkockáztatjuk azt, hogy nem tudunk olyan mértékben kitűnni a versenytársaink közül, mert nincs egy olyan egyedi arculatunk, ami megragadhatna a látogatóink fejében, hiszen más áruházak is használhatják ezt a sablont. Ha pedig egyedi dizájnt választunk, ez indulásként egy nagyobb költség lesz, ugyanakkor kapunk egy olyan

stratégiai tervezésen alapuló arcu-
latot, amivel egy több éve működő
webáruház érzetét kelthetjük a
látogatóinkban. Ez a bizalomépítés
szempontjából kulcsfontosságú.
Másik fontos kérdés, hogy egy
egyedi domain alatt működik az
oldalunk, vagy a bérbe adó cég által
biztosított aldomainen működik a
webshop. A szakemberek az előbbi
javasolják, mert profibb benyomást
kelt, másrészt a keresőoptimalizálási
eredmények is ehhez az egyedi
domainhez kapcsolódnak.

FONTOS BEÁLLÍTÁSOK

További lényeges lépés a logisztika
és a fizetési módok átgondolása
és beállítása. Érdekes minél több
fizetési és szállítási lehetőséget bizo-
sítani a vásárlóinknak, mivel ezzel
is csökkenthetjük a kosárelhagyók
számát. A beállítások előtt először
hozzunk létre földrajzi zónákat
azokkal az országokkal, amelyekbe
szállítani szeretnénk és állítsunk be
adóosztályokat az alapján például,
hogy alanyi adómentesek leszünk
vagy beleesünk már a 27%-os áfa-
körbe. Ezt követően tudjuk beállítani
a szállítási és a fizetési módokat is.
Mután a fentieket elvégeztük,
ugorjunk neki a kategóriafa kiala-



kításának, illetve a termékek fel-
töltésének. A szakértők javaslata,
hogy a kategóriafa kialakítása során
törekedjünk az egyszerűsége és az
átláthatóságra, és lehetőség
szerint ne hozzunk létre túl sok
főkategóriát. Ügyeljünk arra, hogy
egy terméket minél kevesebb kat-
tintásból el lehessen érni.

KÖTELEZŐ SZÖVEGEK

A webáruházunkban lesznek olyan
kötelező dokumentumok, amelyeket
mindenképpen el kell helyezni. Ez
az Általános szerződési feltételek és
az Adatvédelmi nyilatkozat. Ezeket
a dokumentumokat elérhetővé és
letölthetővé is kell tennünk. A doku-
mentumok elkészítését ne vegyük

félvállról, mivel súlyos büntetéseket
kaphatunk, ha hiányosságot talál
benne egy ellenőrzés során az
illetékes hatóság.

BEMUTATKOZÁS

Mostoha gyermeke a webáruhá-
zaknak a Rólunk menüpont, pedig
alapvetőnek kellene lennie, hogy
bemutatkozzunk a leendő ügyfe-
leinknek. A vásárlás előtt sokan
kattintanak a Rólunk oldalra, hogy
kicsit közelebb kerüljenek, jobban
megismerjék azt, akitől látatlanban
vásárolni fognak.

Nagyon fontos, hogy gondoskodjunk
az eredményeink méréséről, mert
enélkül a sötétben fogunk tapoga-
tózni és nem tudjuk követni például
azt, hogy melyik marketingeszköz
hogyan konvertál, melyikbe lenne
érdekes több erőforrást fektetni.
Összekapcsolhatjuk az áruhá-
zunkat például Google Analytics,
Search Console, Tag manager
fiókunkkal. Továbbá elhelyezhetünk
AdWords és Facebook követőkódot
is. Ezek számos hasznos infor-
mációval látnak el minket, melyek
segítik a sikeres értékesítést.
A fenti kifejezésektől felesleges
megijedni, egyszerűbb használni
őket, mint ahogy a nevük alapján
gondolnánk, és a rovat későbbi
cikkeiben részletesebben is bemu-
tatjuk. ■

