



Sjekkliste for netthandel

**Et must for nettbutikker til
Black Friday og jul**

**BLACK
FRIDAY♥**



Hvorfor denne sjekklisten?

For en nettbutikk er høytider som Black Friday og jul ikke bare travle perioder, men også avgjørende muligheter for å maksimere salget og styrke kundelojaliteten.

Disse høysesongene representerer noen av de mest intense og lønnsomme salgsmulighetene i løpet av året, der kundenes kjøpelyst er på sitt høyeste. Det vil vi gjerne hjelpe deg med å utnytte.

Men med disse mulighetene følger også store utfordringer. Konkurransen er knallhard, kundenes forventninger er skyhøye, og ethvert aspekt ved din nettbutikk blir satt på prøve – fra lagerstyring og logistikk til kundeservice og kasseløsning. Uten grundig forberedelse kan selv små feil få store konsekvenser, som ikke bare påvirker salget her og nå, men også virksomhetens omdømme på lengre sikt.

En grundig forberedelse innebærer å analysere data fra tidligere år, for å forstå kundeatferd og trender, sette klare og realistiske mål, og optimalisere alle deler av driften. Det handler om å sikre at du har de riktige produktene på lager, at kundene dine får en

problemfri og tilfredsstillende kjøpsopplevelse, og at dine leveranser kommer i tide.

Hos Bring vet vi hvor viktig det er å være forberedt, og derfor har vi laget denne sjekklisten. Sjekklisten inneholder praktiske tips og handlingspunkter, som hjelper deg med å navigere gjennom utfordringer og utnytte mulighetene som høysesongene gir. Med denne sjekklisten kan du sørge for at din nettbutikk er godt rustet til å maksimere salget og øke kundetilfredsheten i de travleste, men også de mest lønnsomme periodene av året.

Investerer du tid og ressurser i en grundig forberedelse nå, kan du ikke bare oppnå suksess i den kommende sesongen, men også bygge et sterkere grunnlag for nettbutikkens fremtidige vekst og suksess.

God leselyst.

Innhold

Din egen sjekkliste med handlingspunkter	4
Del 1: Analyse av kundeatferd og trender	5
Del 2: Mål og budsjett – din økonomiske rettesnor.....	6
Del 3: Kassen – optimalisering av kjøpsflyten	7
Del 4: Leveringsalternativer – med fokus på dine kunder	8
Del 5: Returhåndtering – kan koste deg kunder.....	9
Del 6: Kundeservice – den uunnværlige kontakten	10
Del 7: Testing og optimalisering – sett i gang og juster	11



Din egen sjekkliste med handlingspunkter

Gjennomgang av tidligere salgsdata for Black Friday og jul

- Gjennomgå salgsdata: Identifiser bestselgere og mindre populærevarer.
- Identifiser kundetrender: Populære kjøps-tidspunkter og effektive kampanjer.
- Finn styrker og svakheter: Analyser tilbakemeldinger og identifiser forbedringsområder.



Handlingspunkt: Samle inn data og lag en rapport for den kommende sesongen.

Mål og budsjett

- Definer klare, oppnåelige mål: Sett konkrete salgsmål for høysesonger.
- Markedsføringsbudsjett: Fordel budsjettet til relevante kampanjer og kanaler.
- Lagerbeholdning: Sørg for et tilstrekkelig lager av populære produkter.
- KPI-er: Etabler KPI-er, som salg per kanal, konverteringsfrekvens og kundetilfredshet.



Handlingspunkt: Lag en detaljert plan med budsjett og mål.

Kjøpsflyt ved utsjekk

- Forenkle kasseløsningen: Reduser antall trinn.
- Leveringsalternativer: Gå gjennom alle leveringsalternativene som tilbys – er det for mange, eller er det for få? Dekker vi alle de ulike leveringsalternativene (hjem, hentested, pakkeboks og postkassen)?
- Vær transparent: Oppgi alle kostnader tydelig fra starten av.
- Tilby flere betalingsalternativer: Klarna, Vipps og kredittkort.



Handlingspunkt: Test kasseløsningen og implementer forbedringer.

Leveringsalternativer

- Velg en pålitelig logistikkpartner: Sørg for håndtering av trafikk i høysesongen.
- Tilby ulike leveringsmetoder: standardlevering, ekspresslevering, henting og retur.
- Sporingsmuligheter: Gjør det mulig for kunden å spore pakkene i sanntid.



Handlingspunkt: Revider og kommuniser leveringsalternativene tydelig.

Returhåndtering

- Tydelige returvilkår: Kommuniser returvilkårene tydelig på nettsiden.
- Enkel returprosess: Tilby etikett-fri retur via QR-kode/pakkekode, eller tilby ferdigutfylte etiketter, som er den vanligste måten å returnere på, men som er dårligere for miljøet.



Handlingspunkt: Oppdater og tydeliggjør returvilkårene.

Kundeservice

- Utvid åpningstidene: Vurder å utvide åpningstidene for kundeservice i høysesonger.
- Tilby support via flere kanaler: Telefon, chat og e-post.
- Hurtige svar: Sørg for rask responstid.



Handlingspunkt: Oppdater og tydeliggjør returvilkårene.

Testing og optimalisering

- Planlegg tester: Definer hva som skal testes, f.eks. nye betalingsmetoder.
- Analyser resultatene: Mål effekten og implementer vellykkede endringer.
- Optimaliser kontinuerlig: Bruk data til justeringer og forbedringer.



Handlingspunkt: Lag en plan for testing og optimalisering.



Del 1

Analyse av kundeadferd og trender

Gjør følgende

Samle inn alle relevante data og lag en rapport, som kan veilede dine beslutninger for den kommende sesongen. Denne rapporten fungerer som et grunnlag for strategien og hjelper deg med å fokusere på de områdene som vil gi størst avkastning.

Ved å bruke tid på en grundig analyse av kundeadferd og trender fra forrige Black Friday og jul, kan du sikre at din nettbutikk er forberedt på å håndtere den økte etterspørselen og maksimere salget i de viktigste salgssesongene.

For å kunne optimalisere din nettbutikk til Black Friday og jul, er det viktig å forstå kundenes atferd og trender fra tidligere års salg. En grundig gjennomgang av dine salgsdata vil gi deg uvurderlig innsikt, som kan bidra til å forme dine strategier for den kommende sesongen.

Gjennomgå salgsdata:

Begynn med å se på dataene fra tidligere år for å identifisere bestselgere og mindre populære varer. Når du vet hvilke produkter som har solgt best, kan du sørge for at du har et tilstrekkelig lager av disse varene. Samtidig kan du vurdere å justere eller fjerne varer som har hatt lav etterspørsel.

Identifiser kundetrender:

Analyser når kundene dine oftest handler. Hvilke tider på døgnet og hvilke ukedager er mest populære? Ved å forstå disse trendene kan du planlegge dine kampanjer og tilbud bedre.

I tillegg bør du evaluere hvilke kampanjer som har fungert best. Var det rabatter, spesialtilbud eller rask levering som tiltrakk flest kunder?

Finn styrker og svakheter:

Tilbakemeldinger fra kundene er en gullgrube av informasjon. Ved å analysere tilbakemeldingene kan du identifisere områder som har forbedringspotensial, for eksempel leveringstid, kundeservice eller produktkvalitet. Dette vil ikke bare hjelpe med å forbedre kundeopplevelsen, men også øke kundetilfredsheten og lojaliteten.

Del 2

Mål og budsjett – din økonomiske rettesnor

For å lykkes med å navigere gjennom Black Friday og jul, er det avgjørende å ha klare og oppnåelige mål, og et veldefinert budsjett. Disse elementene fungerer som din økonomiske rettesnor, og sikrer at du maksimerer fortjenesten og effektivt fordeler dine ressurser i høysesongen.

Definer tydelige, oppnåelige mål:

Begynn med å sette spesifikke og realistiske mål for salget. Dette gir deg en klar retning og noe konkret å strekke seg etter. Målene bør være basert på data fra tidligere år og forventninger i markedet. Med klare salgsmål kan du bedre planlegge og styre dine kampanjer og ressurser.

Markedsføringsbudsjett:

Fordel budsjettet strategisk mellom digitale kampanjer, sosiale medier, e-postmarkedsføring og andre relevante kanaler. En nøye fordeling sikrer at du når ut til dine kunder på de mest effektive måtene. Vurder hvilke kanaler som har gitt best resultater tidligere, og juster strategien deretter.

Lagerbeholdning:

Sørg for at du har nok av dine mest populære produkter på lager. Ingenting er mer skuffende for en kunde enn å finne ut at produktet de ønsker å kjøpe er utsolgt. Planlegg lagerbeholdningen nøye, slik at du kan møte etterspørselen uten å overbestille og binde opp for mye kapital i lageret.

KPI-er:

Etabler KPI-er (Key Performance Indicators) for å måle suksess og effektivitet. Det kan for eksempel være salg per kanal, konverteringsfrekvens, gjennomsnittlig ordreverdi og kundetilfredshet. KPI-er hjelper deg å holde oversikt over hvordan din nettbutikk presterer, og hvor det er behov for justeringer.

Gjør følgende

Lag en detaljert plan som inkluderer budsjett og mål for alle relevante aspekter av virksomheten. Denne planen fungerer som en guide, og hjelper deg med å holde fokus, samt å sikre at alle ressurser brukes effektivt. En solid plan gir deg oversikt og trygghet til å ta gjennomtenkte beslutninger i de travle høysesongene.

Ved å definere klare mål og budsjetter kan du sikre at din nettbutikk er økonomisk stabil og godt forberedt på de utfordringer og muligheter som følger med Black Friday og jul. Dette vil ikke bare forbedre bunnlinjen, men også styrke din posisjon i markedet og øke kundetilfredsheten.



Del 3

Kassen – optimalisering av kjøpsflyten

Gjør følgende

Gjennomfør en grundig test av kasseløsningen for å identifisere eventuelle flaskehalser eller problemer. Samle inn tilbakemeldinger fra kunder, og bruk dataene til å implementere nødvendige forbedringer. Ved å optimalisere betalingsprosessen kan du redusere antallet kunder som forlater handlekurven, og øke konverteringsfrekvensen.

Ved å adressere årsakene til at kunder forlater handlekurven, kan du skape en smidigere og mer tilfredsstillende kundeopplevelse. Dette vil ikke bare øke salget, men også styrke kunde-lojaliteten og fremme en positiv munn-til-munn (word of mouth).

En av de største utfordringene for nettbutikkeiere er å redusere antallet forlatte handlekurver. Når kunder begynner kjøpsprosessen, men ikke fullfører kjøpet, går potensielle salg tapt. For å minimere dette tapet er det viktig å forstå årsakene til forlatte handlekurver og implementere effektive løsninger.

Komplekse kasseløsninger:

En av hovedårsakene til at kundene forlater handlekurven, er komplekse og tidkrevende prosesser ved utsjekk. Forenkle prosessen ved å redusere antall trinn og felter som skal fylles ut. Gjør kassen rask og intuitiv for å holde kunden engasjert gjennom hele prosessen. Oppgi en estimert leveringstid slik at kunden er informert gjennom hele prosessen. Noen logistikkleverandører tilbyr til og med plugins, som gjør det enkelt å sette opp kassen.

Skjulte kostnader:

En annen vanlig årsak til at kunden forlater handlekurven, er skjulte kostnader som først blir synlige i kassen. Sørg for å være åpen om alle kostnader,

inkludert frakt og mva, helt fra starten av kjøpsprosessen. Dette bygger tillit og forhindrer ubehagelige overraskelser, som kan føre til at kunden avbryter kjøpet.

Mangel på betalingsalternativer:

Tilby et bredt utvalg av betalingsmetoder for å imøtekomme ulike kundepreferanser. Inkluder populære alternativer som Klarna, Vipps og kredittkort. Jo flere betalingsalternativer du tilbyr, desto mer sannsynlig er det at kundene finner en metode de er komfortable med å bruke. Husk å bruke de betalingsmetodene som er relevante for det landet du selger til.

Del 4

Leveringsalternativer – med fokus på dine kunder

En kritisk faktor for en vellykket nettbutikk er evnen til å levere produkter i tide, spesielt i høysesonger som Black Friday og jul. Levering til rett tid bidrar i stor grad til kundetilfredshet, og kan være avgjørende for at kundene bestemmer seg for å handle hos deg igjen.

Logistikkpartner:

Velg en pålitelig logistikkpartner som har kapasitet og ressurser til å håndtere den økte trafikken i høysesongen. Logistikkpartnere må kunne levere raskt og effektivt, selv i travle perioder. Undersøk og samarbeid med partnere som har dokumentert suksess i disse periodene.

Flere leveringsalternativer:

Tilby dine kunder ulike leveringsalternativer, som hjemlevering, levering til pakkeboks og levering til hentested. Ved å tilby flere leveringsalternativer kan du imøtekomme ulike kundebehov og ønsker, som kan øke din kundebase og forbedre kundetilfredsheten.

Sporing av pakker:

Gjør det mulig for dine kunder å spore sine pakker i sanntid. Transparent og oppdatert sporing gir kundene trygghet og tillit til at pakkene er på vei og kommer frem i tide. Dette kan redusere antall kundesvevende om leveringsstatus og forbedre den samlede opplevelsen.

Gjør følgende

Gå gjennom dine nåværende leveringsalternativer og samarbeidsavtaler med logistikkpartnere. Sørg for at alle leveringsalternativer er tydelig kommunisert til kundene via din nettside og under utsjekk. Tydelig kommunikasjon om leveringsalternativer og sporing skaper åpenhet og tillit.

Ved å sørge for leveranser til rett tid og tilby fleksible leveringsalternativer, kan du forbedre kundetilfredsheten og styrke konkurranseevnen din. Gode leveringsalternativer og pålitelige samarbeidspartnere sikrer at dine kunder mottar produktene raskt og trygt, og øker sannsynligheten for gjentatte kjøp og positive anmeldelser.



Del 5

Returhåndtering – kan koste deg kunder

Gjør følgende

Oppdater returvilkårene jevnlig, og sørg for at de er enkle å finne og forstå for dine kunder. Test returprosessen fra kundens perspektiv for å identifisere eventuelle komplikasjoner eller forbedringsmuligheter. En velfungerende retur-policy skaper en positiv handleopplevelse og kan differensiere din nettbutikk fra konkurrentene.

Ved å implementere enkle og tydelige regler for retur, sikrer du at kundene føler seg trygge og godt behandlet. Slik kan du øke deres tilfredshet og lojalitet. En transparent og brukervennlig returprosess kan være en avgjørende faktor i kundens kjøpsbeslutning, og kan bidra til å bygge et sterkt og positivt omdømme for din nettbutikk.

En enkel og tydelig returpolicy er avgjørende for å bygge tillit og tilfredshet blant dine kunder. En transparent og brukervennlig returprosess kan gjøre en stor forskjell for kundenes beslutning om å handle hos deg, spesielt i travle perioder som Black Friday og jul. Kort sagt kan det avgjøre om kundene velger deg eller ikke.

Tydelige returvilkår:

Kommuniser dine returvilkår tydelig på din nettside. Sørg for at kundene enkelt kan finne og forstå hvordan de kan returnere produkter, hvilke produkter som kan returneres og innenfor hvilken tidsramme. Tydelige returvilkår minsker usikkerheten og øker kundenes tillit til å handle hos deg.

Enkel returprosess:

Gjør det så enkelt som mulig for kundene å returnere. Tilby etikett-fri retur via QR-kode/ pakkekode, eller tilby ferdigutfylte etiketter, som er den vanligste måten å returnere på, men som er dårligere for miljøet. Jo mer strømlinjeformet og enkel prosessen er, desto mindre besvær opplever kunden. Dette øker sjansen for at de vil handle hos deg igjen.

Del 6

Kundeservice – den uunnværlige kontakten

Kundeservice spiller en avgjørende rolle for å opprettholde fornøyde kunder, spesielt i travle perioder som Black Friday og jul. Ved å være til stede og tilgjengelig kan du sørge for at kundenes spørsmål og bekymringer håndteres effektivt, hvilket bidrar til en positiv kundeopplevelse.

Utvid åpningstidene:

Vurder å utvide åpningstidene i din kundeservice i travle perioder som Black Friday og jul, for å imøtekomme det økende antallet henvendelser. Ved å tilby lengre åpningstider kan du sørge for at kundene kan få hjelp når de trenger det, hvilket kan øke kundetilfredsheten og redusere ventetiden.

Support via flere kanaler:

Tilby kundestøtte via flere kanaler, for eksempel telefon, chat og e-post. Dette gir kundene mulighet til å velge den kommunikasjonsmetoden de fore-

trekker, og du sikrer samtidig en mer tilgjengelig og personlig serviceopplevelse. Sørg for at alle kanalene er velfungerende og bemannet i høysesongen.

Rask respons:

Prioriter rask responstid for å møte kundenes behov for umiddelbar hjelp. Reduser svartidene gjennom effektiv ressursfordeling og bruk av automatiserte svar, der det er hensiktsmessig for å holde kundetilfredsheten på et høyt nivå.

Gjør følgende

Forbered kundeserviceteamet på travle perioder ved å sørge for at de har de nødvendige ressursene og verktøyene tilgjengelige. Lær opp personalet til å håndtere stressende situasjoner og komplekse henvendelser for å sikre at kundeservicenivået opprettholdes. Vurder behovet kontinuerlig for ressurser, og juster bemanningen etter behov.

Ved å investere i effektiv kundeservice i høysesongen kan du styrke kundelojaliteten og differensiere din nettbutikk fra konkurrentene. Et engasjert og godt forberedt kundeserviceteam, vil bidra til å skape positive kundeopplevelser og bygge et solid omdømme for din nettbutikk.



Del 7

Testing og optimalisering – sett i gang og juster

Gjør følgende

Lag en detaljert teste- og optimaliseringsplan som inkluderer tidslinjer og ansvarsområder. Gjennomfør regelmessige evalueringer av testresultatene, for å sikre at nettbutikken er tilpasset de nyeste trendene og kundenes behov. Ved å være proaktiv med testing og optimalisering kan du sikre at din nettbutikk forblir konkurransedyktig og attraktiv for dine kunder.

Når du jevnlig fokuserer på forbedringer og effektiv testing, optimaliserer du ikke bare nettbutikkens ytelse, men styrker også din posisjon i markedet. En strategisk tilnærming til testing og optimalisering vil bidra til at din nettbutikk er godt rustet til å møte både kundenes og konkurrentenes krav i den travleste tiden på året.

Kontinuerlige forbedringer er avgjørende for å holde din nettbutikk konkurransedyktig og effektiv, spesielt i høysesonger som Black Friday og jul. Ved å planlegge, analysere og optimalisere kan du kontinuerlig forbedre ytelsen og øke kundetilfredsheten.

Planlegg tester:

Definer tydelig hva du ønsker å teste, for eksempel implementering av nye betalingsmetoder, eller testing av ulike typer kampanjer. Ved å ha spesifikke testmål kan du arbeide målrettet og evaluere effektiviteten nøyaktig.

Analyser resultatene:

Etter at du har gjennomført testene, bør du analysere resultatene grundig. Mål effekten av endringene du har gjort, og identifiser hvilke som har hatt størst

positiv innvirkning på nettbutikkens ytelse. Slik kan du ta gjennomtenkte beslutninger om hvordan du bør justere din strategi.

Optimaliser kontinuerlig:

Bruk data fra dine tester til å gjøre løpende justeringer og forbedringer. Ved å følge med på kundeatferd og markedstrender kan du tilpasse din tilgang og kontinuerlig optimalisere nettbutikkens ytelse.

Takk for din tid!

HOLD DEG OPPDATERT PÅ NETTHANDEL

WWW.BRING.NO

