



ANNA ZARKADOULA

GRAPHIC & WEB DESIGN



2643023793



annazarkadoula.gr



**1 ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑ 10
VONITSA GREECE.**



10 Αλήθειες για την δημιουργία Ιστοσελίδας- Eshop

Η δημιουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος (eshop) ή μιας σελίδας προβολής (website), αποτελεί πλέον ένα ζήτημα που απασχολεί πολλούς επιχειρηματίες σε ολόκληρη την Ελλάδα. Η πανδημία του COVID-19 επιτάχυνε την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου κατά 4 έως 6 χρόνια, με αποτέλεσμα τη δημιουργία πολλών νέων ηλεκτρονικών καταστημάτων και ιστοσελίδων παροχής υπηρεσιών. Πολλές εταιρείες υπόσχονται να δημιουργήσουν ένα eshop –ιστοσελίδα, με μόλις 500€ σε 5 μέρες, αλλά η αλήθεια είναι ότι η δημιουργία μιας πετυχημένης ιστοσελίδας απαιτεί περισσότερο από το απλό κτίσιμο μιας σελίδας.

Αν είστε νέος στον χώρο, θα αντιληφθείτε γρήγορα ότι χρειάζεστε έναν σύμβουλο ανάπτυξης web, όχι μόνο μια εταιρεία που θα κατασκευάσει μια ιστοσελίδα για εσάς. Η δημιουργία ενός αποτελεσματικού site απαιτεί περισσότερη προσπάθεια και ειδίκευση σε πολλούς τομείς, όπως η αγορά, η εμπειρία χρήστη και η τεχνολογία.

Ένας σημαντικός παράγοντας στη δημιουργία ενός site είναι η υποστήριξη που θα λάβετε μετά την εγκατάσταση του. Για αυτό το λόγο, η τιμή δεν είναι ο αποφασιστικός παράγοντας, αλλά πρέπει να εξετάσετε προσεκτικά τις υπηρεσίες που προσφέρονται πριν από τη λήψη απόφασης.

Σε αυτό το πλαίσιο, απαντάμε με απόλυτη ειλικρίνεια και βάσει εμπειρίας, στις πιο συχνές ερωτήσεις που λαμβάνουμε. Ή αν θέλετε σας ενημερώνουμε για 10 βασικές αλήθειες. Δεν έχουμε σκοπό να αποθαρρύνουμε κανέναν, αλλά να κάνουμε το τοπίο πιο ξεκάθαρο στο μυαλό των πελατών μας και να τους προστατεύσουμε από υπερβολικές υποσχέσεις και βαρύγδουπες δηλώσεις που μπορεί να ακούσουν κατά τη διαδικασία της έρευνας αγοράς τους.

Για να ξεκινήσουμε, θα απαντήσουμε στην πιο συχνή ερώτηση:

1) Υπάρχει διακύμανση τιμών για την κατασκευή μιας ιστοσελίδας. Η μία εταιρεία ζητά 400€ ενώ η άλλη πάνω από 2.000€;

Για απαντηθεί σωστά αυτή η ερώτηση , πρέπει να πάρουμε υπόψη μας κάποια ζητήματα που ισχύουν και συναντάμε στους πελάτες μας.

Το πρώτο ζήτημα, είναι η αδιαφορία και η υποτίμηση που συχνά δείχνουν οι επιχειρηματίες για τη σημασία ενός website. Πολλοί αντιμετωπίζουν τη δημιουργία ενός site ως κάτι αμελητέο και αδιάφορο, όταν στην πραγματικότητα αποτελεί σημαντικό κομμάτι του επιχειρηματικού τους σχεδίου.

Το δεύτερο ζήτημα που προκύπτει είναι η έλλειψη ενημέρωσης. Πολλοί επιχειρηματίες δεν έχουν την απαραίτητη γνώση και εμπειρία για να δημιουργήσουν ένα επαγγελματικό site.

Είναι σημαντικό να συνειδητοποιήσετε ότι η δημιουργία ενός site είναι όπως και το να ανοίξετε ένα κανονικό κατάστημα. Ένα καλό site δεν είναι φθηνό και απαιτεί επένδυση. Παρόλο που μπορεί να ακούγεται κλισέ, θα πρέπει να δείτε τη δημιουργία ενός σοβαρού eshop -site ως μια επένδυση και όχι ως έξοδο.

Για να δημιουργήσετε ένα σοβαρό eshop απαιτείται μια επένδυση τουλάχιστον 2.000€. Και αντίστοιχα για μια ιστοσελίδα προβολής, απαιτούνται άνω των 700€. Ίσως αναρωτιέστε όμως, τι εννοούμε όταν λέμε “σοβαρό site”.

Η δημιουργία ενός σοβαρού site και κυρίως eshop, απαιτεί πρώτα απ' όλα τη μελέτη του κλάδου και του ανταγωνισμού, καθώς και τον ορισμό του στόχου και του κοινού του. Στη συνέχεια, απαιτείται η σχεδίαση και η προσαρμογή του εικαστικού ώστε να ανταποκρίνεται στις ανάγκες του στόχου και του κοινού, καθώς και συμβουλευτική καθοδήγηση στη λειτουργία και προώθηση του.

Επίσης, πρέπει να δοθεί έμφαση στην ταχύτητα και τις προδιαγραφές φιλοξενίας του site, εάν είναι eshop να συνδεθεί με τράπεζες και μεταφορικές εταιρείες, να γίνει μελέτη της δομής και της εμπειρίας χρήσης του για τους πελάτες, να σχεδιαστούν ελκυστικά banners και να βελτιστοποιηθούν το καλάθι και η ολοκλήρωση αγοράς, καθώς και η βελτιστοποίηση του SEO. Όλα αυτά αποτελούν τη βάση ενός σοβαρού site.

Ωστόσο, αν σας προσφέρεται η δημιουργία ενός site με κόστος 400€ και υπόσχεται ότι θα είναι έτοιμο σε 5 μέρες, τότε πρέπει να αναρωτηθείτε πόσο από αυτά τα βήματα θα ακολουθηθούν πραγματικά και αν το αποτέλεσμα θα είναι ικανοποιητικό. Ένα τόσο χαμηλό κόστος και μια τόσο σύντομη προθεσμία δεν αντιστοιχούν στη δημιουργία ενός σοβαρού και επιτυχημένου site.

Είναι πολύ πιθανό αυτό το εν λόγω eshop- site να μην έχει σχεδιαστεί κατάλληλα για να ανταποκρίνεται στις ανάγκες του στόχου και του κοινού του, να μην λειτουργεί αποτελεσματικά και να μην παρέχει την καλύτερη δυνατή εμπειρία χρήσης στους πελάτες. Για αυτό το λόγο, πρέπει να επενδύσετε περισσότερα χρήματα και χρόνο για να δημιουργήσετε ένα σοβαρό και αξιόπιστο website που θα ανταποκρίνεται στις ανάγκες σας και των πελατών σας.

Ωστόσο, ο παράγοντας που μπορεί να καθορίσει τη διαφορά στο κόστος είναι η εμπειρία της εταιρείας στη βελτιστοποίηση του Conversion Rate. Πώς θα καταφέρει η εταιρεία που έχετε εμπιστευτεί δηλαδή, να μετατρέψει περισσότερους επισκέπτες σε πελάτες; Αυτό απαιτεί μελέτη της εμπειρίας χρήσης του site από τους πελάτες και βελτιστοποίηση του περιεχομένου για να ενισχύσει την προσήλωση των επισκεπτών και να αυξήσει το επίπεδο εμπιστοσύνης τους στην εταιρεία σας.

Επιπλέον, πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στο σχεδιασμό και την τοποθέτηση των κουμπιών κλήσης πράξης (call-to-action buttons), των φόρμ και των σελίδων παραγγελίας. Η εταιρεία πρέπει επίσης να σας διασφαλίσει ότι η ιστοσελίδα σας είναι φιλική προς το χρήστη, ώστε να μην χάνετε πελάτες λόγω της δυσκολίας πλοήγησης.

Τέλος, η εταιρεία πρέπει να ακολουθεί συνεχώς τις εξελίξεις στη βελτιστοποίηση μετατροπών και να ενημερώνεται για τις νέες τεχνολογίες και τις βέλτιστες πρακτικές, προκειμένου να σας βοηθήσει να διατηρήσετε την ανταγωνιστική σας θέση και σταθερή αύξηση των πωλήσεων σας.

2) Οι ιστοσελίδες δεν λειτουργούν μόνες τους.

Κανένα e-shop – ιστοσελίδα δεν μπορεί να λειτουργήσει μόνο του. Πολλές φορές, οι εταιρείες κατασκευής ιστοσελίδων- e-shop ισχυρίζονται ότι θα δημιουργήσουν ένα site – e-shop που πουλάει μόνο του, χωρίς την ανάγκη ανθρώπινης επέμβασης. Αλλά αυτό δεν είναι αληθές, καθώς υπάρχουν πολλές δραστηριότητες που απαιτούν ανθρώπινη επέμβαση.

Για παράδειγμα, πρέπει να διαφημίσετε το e-shop- ιστοσελίδα σας, διότι οι πελάτες πρέπει να μάθουν την ύπαρξή του. Επίσης, χρειάζεστε κάποιον να απαντάει στα τηλέφωνα και να ετοιμάζει τις παραγγελίες των πελατών σας. Αυτός ο άνθρωπος θα πρέπει επίσης να μιλά με τις μεταφορικές εταιρείες, να εισάγει νέα προϊόντα και να αλλάζει τιμές και προσφορές. Θα πρέπει επίσης να παρακολουθεί τον ανταγωνισμό, να ελέγχει τα επίπεδα αποθέματος των προϊόντων και να επικοινωνεί με την εταιρεία τεχνικής υποστήριξης για οποιεσδήποτε ανησυχίες ή προβλήματα. Σε γενικές γραμμές, αυτός ο άνθρωπος θα πρέπει να γνωρίζει πολύ καλά τα προϊόντα που πωλείτε και τις ανάγκες των πελατών σας, προκειμένου να παρέχει καλή εξυπηρέτηση και να διασφαλίζει την ικανοποίησή τους.

Επιπλέον, η συντήρηση του ιστοσελίδας είναι επίσης μια σημαντική δραστηριότητα που απαιτεί ανθρώπινη επέμβαση. Αυτό περιλαμβάνει την ενημέρωση του λογισμικού, τη διαχείριση της ασφάλειας και την αποκατάσταση προβλημάτων στον ιστότοπο.

Τέλος, οι πελάτες πολλές φορές χρειάζονται βοήθεια και υποστήριξη σχετικά με τη διαδικασία αγοράς, πληρωμής και παράδοσης των προϊόντων τους. Έτσι, η ύπαρξη μιας ομάδας υποστήριξης πελατών είναι επίσης απαραίτητη για τη λειτουργία ενός e-shop. Συνολικά, η λειτουργία ενός e-shop απαιτεί τη συμβολή ανθρώπων σε

πολλά επίπεδα. Αν και οι τεχνολογικές εξελίξεις έχουν διευκολύνει τη διαδικασία αγοράς και πώλησης προϊόντων, η ανθρώπινη επέμβαση παραμένει απαραίτητη για τη λειτουργία του e-shop και για την παροχή υψηλής προϊόντα που πωλείτε και τις ανάγκες των πελατών σας, προκειμένου να παρέχει καλή εξυπηρέτηση και να διασφαλίζει την ικανοποίησή τους.

3) Όλες οι Courier δεν είναι το ίδιο!

Η επιλογή της κατάλληλης μεταφορικής εταιρείας είναι ζωτικής σημασίας για την επιτυχία ενός eshop. Για αυτό, προτού επιλέξετε μια μεταφορική εταιρεία, πρέπει να πραγματοποιήσετε έρευνα αγοράς στα τοπικά καταστήματα ταχυμεταφορών στην περιοχή σας. Οι τιμές διαφέρουν από εταιρεία σε εταιρεία και μπορούν να διαπραγματευτούν ανάλογα με τον όγκο των παραγγελιών σας. Πρέπει να ζητήσετε προσφορές από όλες τις εταιρείες της περιοχής σας και να επιλέξετε αυτή που σας προσφέρει τις καλύτερες τιμές και υπηρεσίες.

Από την αρχή, πρέπει να οριστικοποιήσετε γραπτώς με την εταιρεία ταχυμεταφορών τα θέματα που αφορούν στις δυσπρόσιτες περιοχές και τις συναφείς επιπλοκές. Αυτό θα σας βοηθήσει να αποφύγετε περιττά έξοδα και αναστάτωση.

Επίσης, πρέπει να διευκρινίσετε τι γίνεται σε περίπτωση μη παραλαβής του δέματος από τον πελάτη. Ορισμένες εταιρείες χρεώνουν έξτρα για την επιστροφή, ενώ άλλες προσφέρουν αυτήν την υπηρεσία δωρεάν. Είναι σημαντικό να επιλέξετε μια εταιρεία που σας παρέχει καλές υπηρεσίες μεταφοράς και εξυπηρέτησης πελατών.

Τέλος, πρέπει να προσέξετε τους χρόνους παράδοσης και τη διαθεσιμότητα των υπηρεσιών της εταιρείας. Πολλές εταιρείες προσφέρουν διαφορετικούς χρόνους παράδοσης, ανάλογα με την περιοχή του παραλήπτη και τον τύπο της παραγγελίας. Επιπλέον, ορισμένες εταιρείες μπορεί να μην προσφέρουν υπηρεσίες σε ορισμένες περιοχές ή να έχουν περιορισμούς ως προς το μέγεθος και το βάρος των αντικειμένων που μεταφέρουν.

Συνολικά, πρέπει να επιλέξετε μια μεταφορική εταιρεία που προσφέρει αξιόπιστες υπηρεσίες, είναι ανταγωνιστική στις τιμές της, και μπορεί να παρέχει όλες τις απαραίτητες υπηρεσίες που χρειάζεται το eshop σας. Μην ξεχνάτε ότι η μεταφορά των παραγγελιών σας είναι μια σημαντική διαδικασία για την επιτυχία της επιχείρησής σας και πρέπει να δώσετε ιδιαίτερη προσοχή στην επιλογή της κατάλληλης μεταφορικής εταιρείας. Επιλέγοντας μια αξιόπιστη και ανταγωνιστική μεταφορική εταιρεία, μπορείτε να εξασφαλίσετε ότι οι πελάτες σας θα λαμβάνουν τα προϊόντα τους στη σωστή ποσότητα και ποιότητα και εγκαίρως.

Επιπλέον, πρέπει να είστε προετοιμασμένοι για τις διακυμάνσεις των τιμών και τη διαθεσιμότητα των υπηρεσιών της μεταφορικής εταιρείας που επιλέγετε. Ορισμένες μεταφορικές εταιρείες μπορεί να επιβάλλουν επιπλέον χρεώσεις για τη μεταφορά σε ορισμένες περιοχές ή για μεγαλύτερα ή βαρύτερα αντικείμενα. Σε αυτή την

περίπτωση, πρέπει να εξετάσετε τα κόστη και τη διαθεσιμότητα των εναλλακτικών επιλογών σας.

Η επιλογή της κατάλληλης μεταφορικής εταιρείας είναι σημαντική για την επιτυχία του eshop σας. Πρέπει να εξετάσετε τις ανάγκες σας και να επιλέξετε μια αξιόπιστη και ανταγωνιστική μεταφορική εταιρεία που μπορεί να παρέχει τις υπηρεσίες που χρειάζεστε στους πελάτες σας.

4) Διαλέξτε με προσοχή την τράπεζα που θα συνεργαστείτε για online πληρωμές.

Το θέμα των πληρωμών είναι από τα πιο σημαντικά στο ηλεκτρονικό εμπόριο και, αποτελεί και λόγο εγκατάλειψης του καλαθιού από τους πελάτες.

Οι απαραίτητοι τρόποι πληρωμής είναι:

- Πληρωμή με χρεωστική ή πιστωτική κάρτα
- Πληρωμή με αντικαταβολή (κατόπιν συμφωνίας με την μεταφορική εταιρεία παραπάνω)
- Πληρωμή με τραπεζική κατάθεση

Επιπλέον μπορείτε να εξετάσετε τη χρήση και των παρακάτω τρόπων:

- Πληρωμή με PayPal

Όλοι οι παραπάνω τρόποι πληρωμής (εκτός από την κατάθεση σε τράπεζα) έχουν προμήθεια επί της πώλησης.

Θα πρέπει να εξετάσετε προσεκτικά τι σας συμφέρει και τι όχι.

5) Δε χρειάζεται απαραίτητα το eshop σας να μπει στο Skrutz και στο BestPrice

Αν αναρωτιέστε σχετικά με τον αν θα πρέπει να βάλετε το eshop σας στο Skrutz και στο BestPrice, διαβάστε παρακάτω.

Αν και είναι δύσκολο να απαντηθεί σε λίγες γραμμές και χωρίς να γνωρίζουμε το αντικείμενο και την πιθανή δυναμική του eshop σας, μπορούμε να σας δώσουμε κάποια βασικά δεδομένα για να πάρετε την απόφασή σας.

Αν δε μπορείτε να είστε ανταγωνιστικοί στις τιμές, δεν έχει και πολύ νόημα να προβληθείτε σε αυτές τις πλατφόρμες.

Το Skrutz πρόσφατα άλλαξε την πολιτική χρέωσής του και από πληρωμή με το κλικ (Cost Per Click), το γύρισε σε πληρωμή με προμήθεια επί της πώλησης (Cost Per Sale).

Το ποσοστό αυτής της προμήθειας μπορεί ενδεικτικά να είναι 2,5% ή και 9% επί του μικτού ποσού, ανάλογα με το αντικείμενο σας.

Όπως γράψαμε και στην αρχή, πρέπει να υπολογίσετε καλά τα περιθώρια κέρδους σας για το αν σας συμφέρει ή όχι να προβληθείτε σε αυτό το κανάλι.

Παράλληλα θα πρέπει να συνυπολογίσετε και το μηνιαίο κόστος προβολής στην πλατφόρμα το οποίο (ανάλογα με τον κλάδο) θα είναι τουλάχιστον 200€.

Στην ουσία καταθέτετε χρήματα από τα οποία το Skroutz αφαιρεί όταν γίνει κάποια πώληση.

Το BestPrice από την άλλη, συνεχίζει με το μοντέλο χρέωσης ανά κλικ (Cost Per Click) αλλά όπως είναι γνωστό δεν έχει την ίδια δημοτικότητα με το Skroutz. Παραμένει όμως, ένα καλό μέσο προβολής.

Στο μηνιαίο κόστος του BestPrice ισχύει ότι και με το Skroutz.

6) Το Eshop –Ιστοσελίδα σας δεν χρειάζεται να είναι μεταφρασμένο.

Η δημιουργία ενός eshop σε δύο γλώσσες απαιτεί συγκεκριμένο πλάνο και δεν πρέπει να γίνει απλά για να υπάρχει η δυνατότητα αγοράς σε άλλες χώρες. Το πόσες γλώσσες θα έχει το eshop σας εξαρτάται από τον επιχειρηματικό στόχο σας και από την ικανότητά σας να το υποστηρίξετε οικονομικά και τεχνικά. Πρέπει να λάβετε υπόψη σας αρκετά σημεία προκειμένου να αποφασίσετε τον αριθμό των γλωσσών που θα έχει το eshop σας. Μεταξύ άλλων, πρέπει να εξετάσετε την οικονομική σας δυνατότητα να αναπτύξετε διαφημιστική καμπάνια για να απευθυνθείτε σε άλλες χώρες και να υποστηρίξετε τεχνικά τη συντήρηση του eshop σε δύο γλώσσες. Επιπλέον, πρέπει να εξετάσετε τη γνώση των αγγλικών από το προσωπικό σας και τις χώρες στις οποίες θέλετε να απευθυνθείτε, καθώς και τη ζήτηση των προϊόντων σας σε αυτές τις χώρες. Τέλος, πρέπει να εξετάσετε τα κόστη αποστολής σε αυτές τις χώρες και να λάβετε υπόψη σας τυχόν τελωνειακούς κανονισμούς και διαδικασίες εισαγωγής προϊόντων στις συγκεκριμένες χώρες.

Επίσης, πρέπει να λάβετε υπόψη σας τον πολιτισμό και τις παραδόσεις των χωρών στις οποίες θα απευθυνθείτε, καθώς και τις διαφορές στις απαιτήσεις των καταναλωτών ανάλογα με τη χώρα και την περιοχή. Για παράδειγμα, οι πελάτες σε μια χώρα μπορεί να προτιμούν διαφορετικά σχέδια, χρώματα ή υλικά από ό,τι οι πελάτες σε μια άλλη χώρα.

Επιπλέον, πρέπει να επιλέξετε τη σωστή πλατφόρμα eshop για τις ανάγκες σας και να διασφαλίσετε ότι είναι συμβατή με πολλαπλές γλώσσες και τις διεθνείς πληρωμές. Επίσης, πρέπει να λάβετε υπόψη σας την ανάγκη να παρέχετε υποστήριξη πελατών σε διάφορες γλώσσες.

Τέλος, πρέπει να επιλέξετε τους σωστούς μεταφραστές και να διασφαλίσετε ότι η μετάφραση του eshop σας είναι ακριβής και κατανοητή από τους πελάτες σας στις διάφορες χώρες.

Όλα τα παραπάνω μεταφράζονται ως αύξηση του κόστους δημιουργίας της ιστοσελίδας σας.

7) Όλες οι εταιρείες κατασκευής ιστοσελίδας δεν κάνουν την ίδια δουλειά.

Η δημιουργία ενός website είναι μια σημαντική επένδυση για την επιχείρησή σας και γι' αυτό είναι σημαντικό να επιλέξετε σωστά την εταιρεία που θα αναλάβει το έργο. Αν και πολλές εταιρείες προσφέρουν υπηρεσίες κατασκευής eshop, δεν όλες παρέχουν την ίδια ποιότητα εργασίας και υποστήριξης.

Στην πραγματικότητα, δεν αναζητάτε απλώς μια εταιρεία κατασκευής, αλλά έναν σύμβουλο ανάπτυξης της ηλεκτρονικής επιχείρησής σας. Ένας καλός σύμβουλος θα μπορεί να σας βοηθήσει στη διαδικασία της δημιουργίας του eshop – ιστοσελίδας και θα σας παρέχει συνεχή υποστήριξη για τεχνικά ζητήματα και αναβαθμίσεις. Πολλοί πελάτες αναφέρουν ότι μετά την παράδοση του site τους, ο κατασκευαστής εξαφανίζεται ή αργεί να παρέχει υποστήριξη σε τεχνικά θέματα. Επιλέγοντας τη σωστή εταιρεία για τη δημιουργία του site σας, μπορείτε να αποφύγετε τέτοια προβλήματα και να διασφαλίσετε ότι θα έχετε την απαραίτητη τεχνογνωσία και υποστήριξη για τη συνεχή ανάπτυξη του site σας.

Τέλος, πρέπει να επιλέξετε μια εταιρεία που παρέχει συνεχή υποστήριξη και ανάπτυξη του site σας μετά την κατασκευή του. Αυτό περιλαμβάνει τεχνική υποστήριξη για τυχόν προβλήματα που μπορεί να προκύψουν, ενημερώσεις για το λογισμικό και την ασφάλεια του site σας, και προτάσεις για βελτιώσεις και αναβαθμίσεις για την ανάπτυξη του site σας στο μέλλον.

Συνολικά, η επιλογή μιας εταιρείας για την κατασκευή και τη συνεχή υποστήριξη του site σας είναι ένα σημαντικό βήμα για την επιτυχή λειτουργία του. Αξιολογήστε τις ανάγκες σας και επιλέξτε μια εταιρεία με εμπειρία και καλές αξιολογήσεις, η οποία θα παρέχει συνεχή υποστήριξη και ανάπτυξη για το site σας.

8) Η διαχείριση του site είναι πανεύκολη υπόθεση.

Οι σύγχρονες πλατφόρμες δημιουργίας eshop καθιστούν τη διαχείριση του eshop πολύ εύκολη, ακόμα και για χρήστες με ελάχιστες γνώσεις.

Εάν πρόκειται για eshop, η διαχείριση του eshop χωρίζεται σε τέσσερα στάδια, που αφορούν τη διαχείριση προϊόντων και αποθέματος, τη διαχείριση και επεξεργασία φωτογραφιών προϊόντων (απαιτεί βασικές γνώσεις Photoshop), τη διαχείριση και αποστολή παραγγελιών και τη διαχείριση πελατών (κυρίως μέσω email και τηλεφώνου). Τα τρία πρώτα στάδια αποτελούν αντικείμενο εκπαίδευσης, που διαρκεί έως 2 ώρες. Ωστόσο, η διαχείριση των πελατών απαιτεί από τον υπεύθυνο επίδειξη ζήλου και αξιοπιστίας. Συνεπώς, η τεχνική διαχείριση του eshop θα πρέπει να είναι η τελευταία σας ανησυχία. Πρέπει να δώσετε σημασία στο πρόσωπο που θα αναλάβει τη διαχείριση του eshop σας, το οποίο πρέπει να είναι αξιόπιστο, ενεργητικό και να μπορεί να βρίσκει έξυπνες λύσεις σε προβλήματα που μπορεί να προκύψουν.

Εάν πρόκειται για σελίδα προβολής δεν απαιτείται ειδική εκπαίδευση για τη διαχείριση ενός site.

Επίσης, είναι σημαντικό να είστε εξοικειωμένοι με τις λειτουργίες της πλατφόρμας που χρησιμοποιείτε για τη δημιουργία του site σας.

9) Χωρίς διαφήμιση το site σας δε θα πάει πολύ μακριά

Μορφές διαφήμισης υπάρχουν πολλές. Ακόμα και το Skrutz ή το BestPrice που αναφέραμε παραπάνω είναι διαφήμιση. Αν δεν επενδύσετε σε διαφήμιση και δεν οριστικοποιήσετε τα σημεία στα οποία “συχνάζει” το κοινό σας, τότε το πιθανότερο είναι να πετάξετε τα χρήματά σας.

Εδώ, έρχεται πάλι αυτό που γράψαμε ήδη δύο φορές παραπάνω.

Χρειάζεστε ένα σύμβουλο ανάπτυξης του ηλεκτρονικού σας καταστήματος με τον οποίο μαζί θα αναλύσετε και θα καταλήξετε στο ποια είναι τα σωστά σημεία για να διαφημιστείτε. Προσπαθήστε όσο το δυνατόν να περιορίσετε τις σπασμωδικές κινήσεις, ειδικά στην αρχή λόγω ενθουσιασμού, γιατί το μόνο που θα καταφέρετε είναι να χάσετε χρήματα.

Μια κλασική σπασμωδική κίνηση είναι: “Ας ρίξω 200€ στο Facebook να δούμε τι θα γίνει, μπορώ να το κάνω και μόνος μου”.

Ναι, μπορείτε.

Μη το κάνετε όμως.

Τα 200€ που θα ρίξετε ίσως σας φέρουν πίσω κάποιες παραγγελίες ή κάποιους επισκέπτες, ας πούμε 5. Αν όμως όλο αυτό γίνει σωστά και με στρατηγική, οι παραγγελίες αυτές μπορεί να είναι 15 και οι επισκέπτες 1000.

9) Η δημιουργία website δεν είναι για όλους!

Η δημιουργία ενός eshop δεν είναι κάτι που μπορεί να αναληφθεί εύκολα από οποιονδήποτε. Πολλές φορές η διαδικασία μπορεί να φανεί αποθαρρυντική, όμως πρέπει να γνωρίζουμε πως δεν είναι κάτι που μπορεί να αναληφθεί χωρίς σοβαρό προγραμματισμό και αφοσίωση στον χρόνο και τα χρήματα που απαιτούνται.

Αν δεν είστε αποφασισμένοι να επενδύσετε τον απαιτούμενο χρόνο και τα αντίστοιχα χρήματα για τη δημιουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος, τότε ίσως είναι καλύτερα να μην το αναλάβετε καθόλου. Ο ανταγωνισμός στον χώρο αυτόν είναι τεράστιος, και μια μέτρια δημιουργία eshop δεν έχει καμία πιθανότητα επιτυχίας.

Αντίθετα, αν προσεγγίσετε σοβαρά τη δημιουργία του δικού σας ηλεκτρονικού καταστήματος, μπορεί να αποδώσει σημαντικά έσοδα στην επιχείρησή σας.

Πρόκειται για μια επένδυση που μπορεί να είναι πολύ επωφελής, αν αντιμετωπιστεί με σοβαρότητα και αφοσίωση.