



# Vill du öka snittordervärdet med minst **17%**?

Det här är en guide framtagen tillsammans med våra kunder som är några av landets absolut främsta e-handlare.

*E-handeln inför julen 2020 kommer bli den största någonsin  
- se till att göra det bästa av den digitala rusningstrafiken!*



E-handeln inför julen 2020 kommer att bli den största någonsin! Pandemin har resulterat i nya köpbeteenden som ger unika möjligheter för alla nätbutiker. En ökad tillströmning av digitala kunder är ett faktum.

Vill du lyckas sälja till de besökare som faktiskt hittar till din webbplats? Då krävs det att du samarbetar med leverantörer som är bäst på personlig service digitalt och som har de vassaste säljverktygen online 🙌.

**ImBox** har hittat ett nytt sätt att sälja till besökarna, utan att tumma på upplevelsen av personlig service i världsklass!

Att erbjuda e-handelskunder en personlig service i en digital värld, är något unikt och där du som e-handlare kan säkerställa fullständig service. Både i form av kundservice och merförsäljning.

## Black-Friday-Throw-Down

Folk har tältat utanför butikerna och intervalltränat i veckor för att sedan tjurrusa in i lokalen och hitta den bästa rabatten i butiken. Det är heller inte ovanligt att det krävs polisiära insatser för att få tillbaka den kraftigt rabatterade brödrosten till sin rätte ägare efter ett slagsmål.

## En av årets största shoppinghögtider är här: Black-Friday!

Black-Friday, fredagen efter Thanksgiving. Då människor köar i timtal för att få tag i den bästa dealen och de hetaste rea-produkterna! Folk slår till och med upp tält, har med sig frystorkad mat och campar i brassestolar utanför butikerna för att komma in först.

Det finns ändlöst många Youtube-filmer från USA där övervakningskameror i butiker som Walmart, fångat perfekta glidacklingar framför rabatterade tv-apparater och mänskliga flygturer med destination "halva-priset-på brudklänningar".



Shopping-fenomenet är något som starkt etablerat sig i Sverige och som är en bra avstamp för att dra igång julhandeln. Och det är inte längre bara på fredagen man har rea, alla ursäcker till att spinna vidare på shopping-hysterin mottages!

## Slut med glidacklingar och köande!

Inför årets största shopping-högtid går FHM ut med rekommendationer till befolkningen att inte vistas i stora grupper. Och här står du, färdigstretchad och redo att möta dina shoppingsugna kunder, men som nu tvingas handla sina varor digitalt istället. Nu är det viktigare än någonsin att möta kunderna där de är!

Har du kanske både en fysisk butik och en webbshop? Eller en redan etablerad e-handel?

Jättebra! För vi har guiden som hjälper din onlinebutik erbjuda exemplarisk personlig service och verktygen för att öka snittordervärdet med minst 17% 🙌



## Vår guide! ✓

Det här är en guide som är framtagen tillsammans med våra kunder som är några av landets absolut främsta e-handlare.

### 1. En digital butikssäljare & personal shopper i din webbutik!

Chatt. Och inte en sån där chatt som tvingar besökaren fylla i massa uppgifter för att ens starta konversationen eller en bot som tvingar besökaren välja mellan några alternativ. Nej, vi talar om en chatt. Som det likt i en fysisk butik finns en riktig människa bakom. Som kan produkterna och erbjudandet. Och som direkt när du besöker butiken säger "Hej! Jag finns här om du skulle behöva hjälp med något".

För tänk dig själv, hur dagens klassiska köpprocess ser ut: kunder besöker en hemsida, klickar sig runt lite. Har de frågor de inte hittar svar på, så lämnar de sidan. Och det kan vara enkla frågor om hur du gör en retur eller om det är öppet köp. Så enkelt som det kan vara för en kund att lämna, lika enkelt kan de vara för en kund att stanna!

### 2. En chatt & en widget som inte gör laddtiden på webbplatsen långsam!

Det är viktigt att ha en widget och chatt som laddar asynkront. När alla elementen på din webbplats laddat färdigt, laddas widget:en och chatten blir synlig om den är bemannad. Det innebär att laddtiden på startsidan inte blir påverkad och att din webbplats inte riskerar att upplevas långsam!

### 3. En smart FAQ som automatiskt rankar de populäraste frågorna besökare vill ha svar på!

Genom att göra det enkelt för en besökaren att hitta svaren direkt i en dynamisk widget som följer med över hela webbplatsen, avlastar du inte bara din kundservice - du hjälper också kunden dygnet runt. Du erbjuder kunden ett snabbt sätt att få hjälp, både genom sökfältet i FAQ:n och med ikoner som gör det lättnavigerat att hitta svaret. Utan att kunden behöver lämna den sidan där frågan uppstått.

#### **4. Med en dynamisk FAQ kan du få 19% mindre telefonsamtal i kundservicen!**

En person kan bara svara på ett telefonsamtal åt gången, känns logiskt eller hur? Lika logiskt är det att en person kan chatta med upp till 5 personer samtidigt. Alla har vi gjort det under MSN-tiden, visst!? Av samma anledning som världen uppfann emojis uppfanns chatten. För att effektivisera människors vardag. Emojis säger fler ord än en mening och en chatt kan svara flera personer samtidigt.

*"Under maj hade vi 3000 kunder som var inne och sökte svar på sina frågor i vår FAQ. Vi hade även 19% färre telefonsamtal jämfört med maj 2018 - tack!"*

**NILSONGROUP**

#### **5. Använd en responsiv chatt & widget för mobila enheter!**

Två av tre köp genomförs via mobil enhet, vilket ställer höga krav på att dina sidor. Allra mest på "kontakta oss"-sidan. Där finns mycket bra information och här tvingas besökaren oftast att zooma in eller klicka runt för att hitta sina svar. Genom att ha en widget med en välorganiserad FAQ som automatiskt rankar de vanligaste frågorna besökare har, ökar du möjligheten att besökare hittar svar på sin fråga, mycket snabbare! Har du dessutom en chatt, ska det vara enkelt att ta första kontakt men även enkelt att klicka bort när besökaren inte längre önskar använda den.

#### **6. Låt chatten poppa upp på sidor med hög bounce rate!**

Kunde du identifiera vart i en butik kunderna övergav den välfyllda kundvagnen för att sedan lämna butiken och strunta i att genomföra köpet, så hade du ställt en butikspersonal där dygnet runt. -" Här, ställ dig här och fråga varenda kotte som ser ut att vela om de behöver hjälp med något"! Precis så kan du göra med vår chatt och widget. "Trigga" att chatten poppar upp där kundernas beteende tenderar ett behov av motivation för att genomföra köpet.

#### **7. Ta reda på vilka sidor på din webbplats som skapar mest frågor!**

Kan du veta vilken sida som skapar mest frågor eller behov av support har du vunnit väldigt mycket! Du kan ta action på problemet direkt. I vår chatt får du information om exakt vilken sida som kunden besökte när de valde att ta kontakt med dig.

### **8. Starta chatten automatiskt på sidor med produkter som genererar mycket frågor eller som öppnar upp för merförsäljning!**

Genom att analysera dina inkommande kundserviceärenden och sortera ut vilka produkter som det ställs mest frågor kring, kan du identifiera vilken sida du borde trigga chatten på så att den poppar upp när besökaren besöker just den sidan. Har du dessutom produkter som kan kräva underhåll, reservdelar eller kompletteringsprodukter kan man "trigga" även det i chatten. T.ex om kunden är inne på en sida för vinterdäck, så skulle hälsningsfrasen kunna se ut så här:

- "Beställa nya vinterdäck? Vi kan erbjuda dig 15% på nya fälgar om du använder den här personliga koden "XX" som gäller i 24 timmar".

### **9. Personlig service & rådgivning i chatten!**

Bara för att e-handeln totalt exploderat betyder det inte att besökarna eller kunderna blivit mer pålästa kring just dina produkter och erbjudanden. Tvärt om. Vikten i att kunna ge en besökare personlig service online är alltså både konkurrenskraftigt och ytterst väsentligt! I chatten kan du inte bara erbjuda din besökare personlig service och svara på vanliga frågor - du kan faktiskt både agera rådgivare och personal shopper i chatten.

### **10. Säljfokuserad FAQ!**

I en FAQ-wiget som följer med besökaren medans den surfar runt på sajten kan du lägga in en ikon som kallas exempelvis "Julklappen" eller "Fars Dag-presenten", där kan man pusha varor och tjänster som passar för tillfället. Därmed även hjälpa kunden handla även när din chatt inte är bemannad!

### **11. Säljfokuserad chatt!**

Du ska ha någon i din webbutik som kan din produkt och som motiveras av att sälja, precis på samma sätt som din butikspersonal i din fysiska butik! Den personalen som du tilldelar jobbet att chatta med dina digitala kunder och besökare, ska vara precis lika produktkunnig och service-minded som dina butikssäljare.

### **12. Gör prisjämförare till lojala kunder!**

Alla vet vi att många kunder går in på flera olika webbshoppar för att jämföra priset på samma produkt mellan konkurrenterna. Hjälper du en kund i chatten som t.ex är ute efter ett schampo för torrt hår och rekommenderar en bra produkt sett till deras önskemål, så vet vi att det finns en risk att besökaren jämför priset hos konkurrenterna. Besökaren är självklart tacksam för hjälpen den fick hos dig, men vill ha det bästa priset. Om man då också - förutom att ge bra service till besökaren - ger personen du chattar med en rabatt på balsamet av samma produktserie, ökar du chanserna att besökaren faktiskt handlar utav dig. Och dessutom handla för mer!

### **13. Ett verktyg som man kan mäta på kronan hur mycket en chatt genererar!**

Tänk dig att kunna veta vems chattar som genererar vad - så du kan fokusera på att coacha dina anställda och premiera dem för deras resultat. Det är enkelt och tar 10 min att installera vårt e-commerce-script på din "tacksida" där kunden genomgått ett köp. Och lika enkelt är det att sedan se vad just chattarna genererar i kronor och ören. Det här är ett fantastiskt sätt för dig att använda som mätpunkt och för att motivera dina anställda att faktiskt använda chatten till försäljning! Dessutom kan verktyget mäta och påvisa hur chatten faktiskt genererar både merförsäljning och ökat ordervärde, därav kan du med säkerhet se din ROI i samarbetet med oss som leverantör.

### **14. Öka ditt snittordervärde med minst 17% per kund!**

För bra för att vara sant? No, true story. Och dessutom en gnutta underdrift-story! En stor e-handelsaktör som säljer kontorsmöbler till företag, började använda sig av vår chatt och med hjälp av mätverktyget e-commerce tracker, mätte de upp att konverteringarna fördubblats - från 12,5% till 25%!

Genom att använda chatten som säljkanal kunde de mersälja och agera rådgivare till personer som besökt deras webbplats av samma anledning: att det eventuellt tänker handla. Gemensamt för de kunder som använder chatten som en säljkanal är att chattande besökare har bevisligen högre snittordervärde än icke-chattande besökare.

### **15. Now you're talking my language - Prata samma språk!**

Kiss på engelska betyder någonting helt annat på svenska! Se till att skriva på samma språk som besökaren. I våra tjänster har vi integrerat en översättningsfunktion som med hjälp av Google Translate hjälper besökare i chatten på det språket som den kommunicerar på. Det hjälper dessutom personalen i chatten att översätta frågan från besökaren. Så att du kan kommunicera med besökaren på deras språk!

### **16. Behandla andra som du själv vill bli behandlad - 30 sekunders-regeln!**

Den gyllene regeln från liraren Konfucius, ca 500 år f.kr stämmer väl överens med hur du ska behandla en besökare i chatten. Då mannen i toga inte helt var ute och cyklade vad som gäller behandling av medmänniskan, så rekommenderar vi alltid våra kunder att besvara inkommande chattar inom 30 sekunder - när det gäller "första-svar". Från en människa till en annan; det upplevs som ett alert och seriöst intryck av besökaren när du som företag är snabb med ditt första-svar. Vi vet också att besökare som får ett snabbt svar, även om inte problemet löses under chatten, ger ett högt betyg till chatten. Svarstiden påverkar så vis hela intrycket av chattkonversationen!

### **17. Effektivisera din kundservice med en uppdaterad FAQ!**

Många företag startar dagen med att gå igenom kundservice-mailen för att se vilka frågor som behövs hanteras. Har du en relevant FAQ som personalen själv uppdaterar efter vanliga ställda frågor, kan du eliminera att samma frågor belastar kundservicen. T.ex hur gör jag en reklamation. Då kan du i FAQ:n länka till ett formulär med den informationen som krävs av kunden för att göra reklamationen

*Så, stort lycka till! Och om du behöver en partner att stödja dig mot i den digitala rusningstrafiken så finns vi här för dig - boka en kostnadsfri demo med oss för att se hur det skulle fungera på din webbplats!*





Behöver du någon att luta  
dig mot i den digitala stormen?  
Vi hjälper dig.

BOKA DEMO ↪

[www.imbox.se](http://www.imbox.se)

