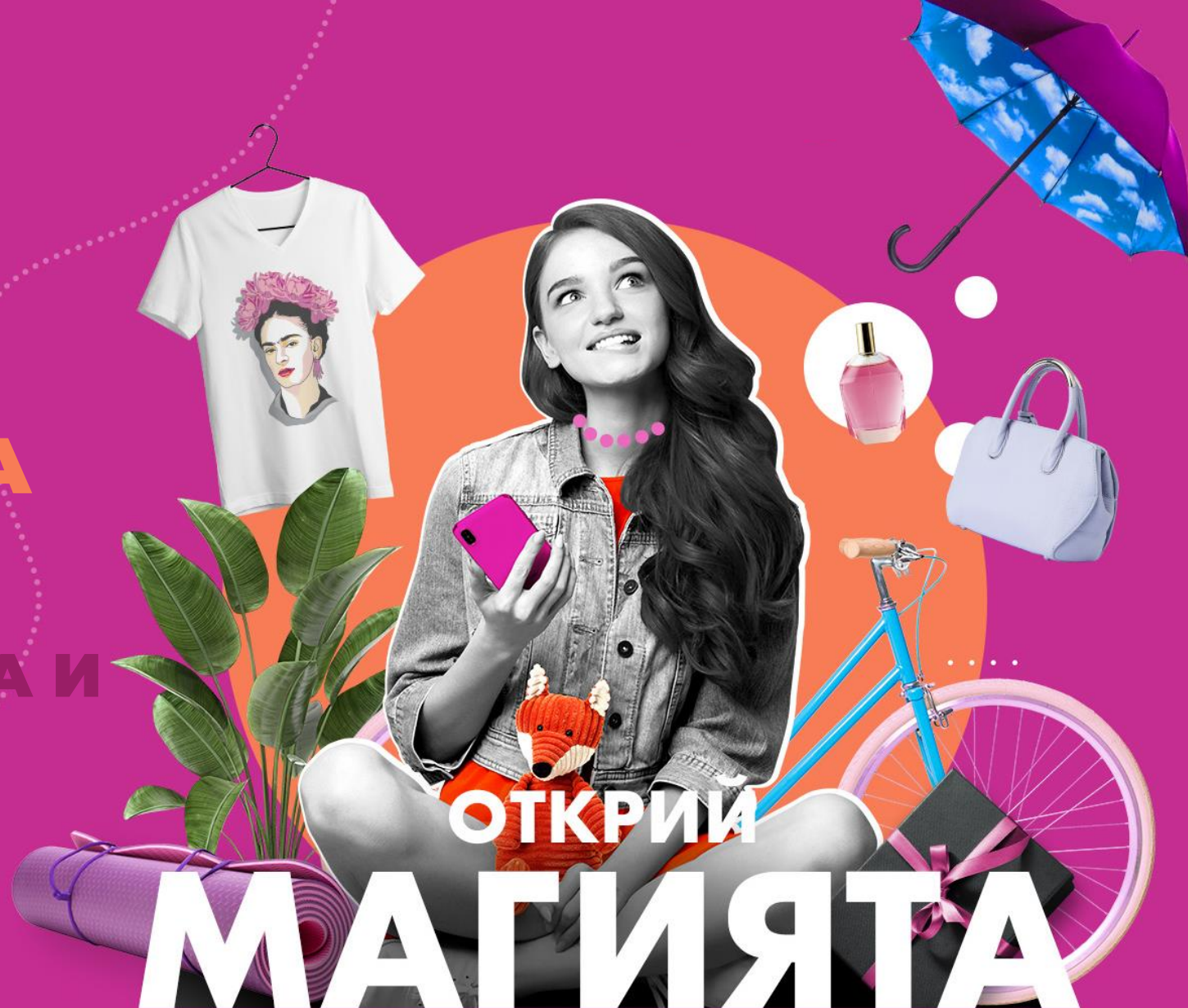


**УСПЕШНОТО
ЗАВЪРШВАНЕ НА
ПОРЪЧКАТА:**

**ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА И
ВЪЗМОЖНОСТИ**



**ОТКРИЙ
МАГИЯТА**

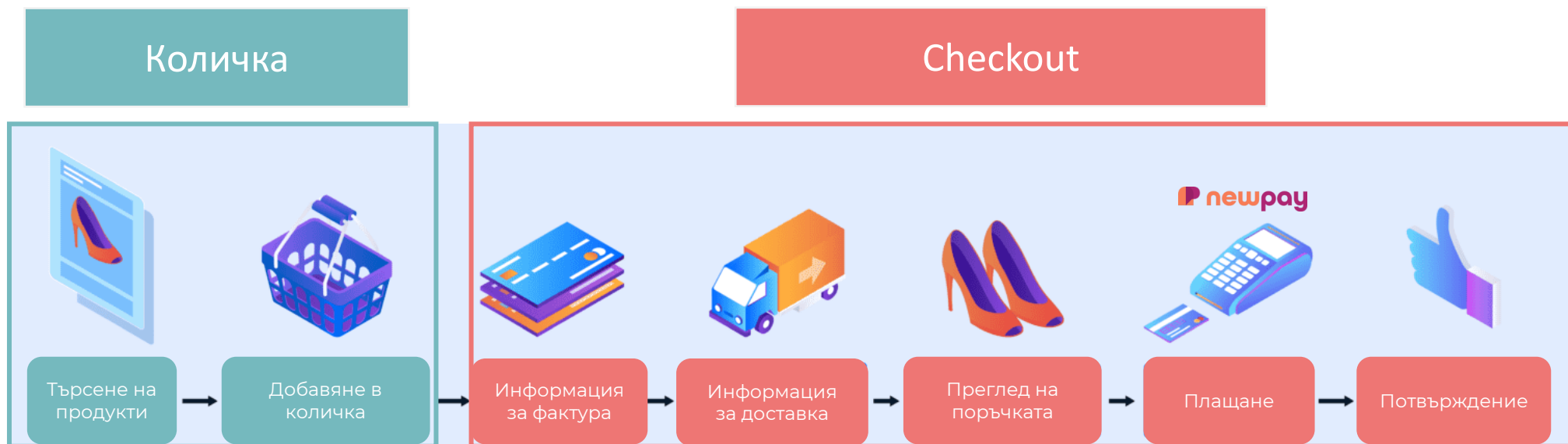
НА ПАЗАРУВАНЕТО!

70%

Средна стойност на изоставяне на количката при **online
пазаруване.**

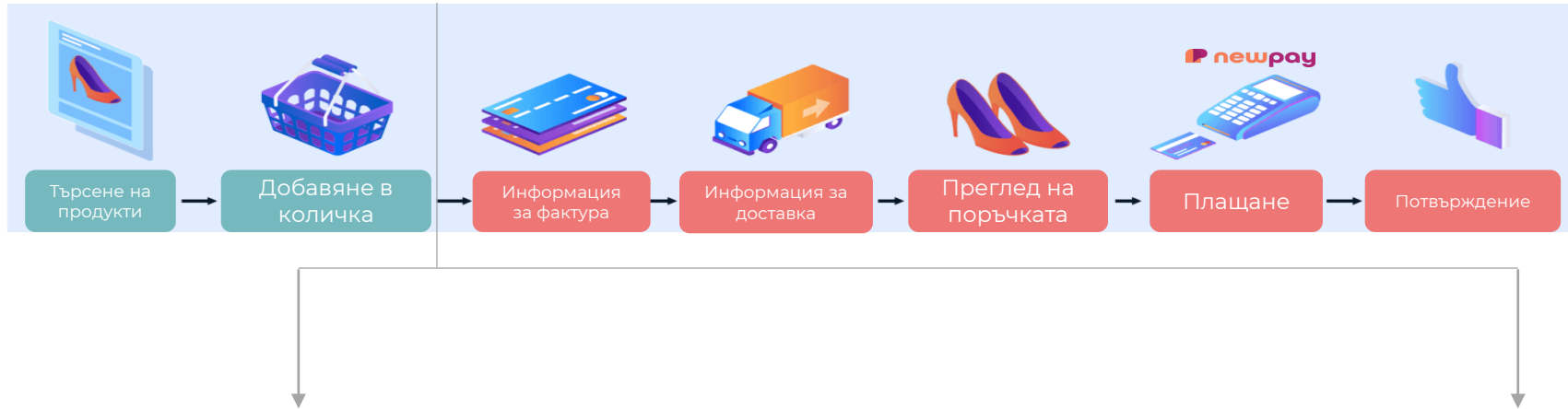
Checkout – дефиниция и значимост

Процесът на плащане (checkout) при електронната търговия включва всяка стъпка, която клиентът следва във вашия онлайн магазин, за да закупи артикулите в количката.



Изоставяне на количка vs. изоставяне на плащане

Изоставянето на количката и плащането включва клиентите, които напускат процеса на пазаруване, след като намерят продукт, който им е харесал



Изоставяне на количката (cart abandonment)

- когато купувач добави артикул в количката си, но напусне сайта или приложението, без да завърши покупката
- изчислява се чрез разделяне на общия брой завършени транзакции на общия брой отворени колички
- не се стига до процес на плащане

Изоставяне на плащане (checkout abandonment)

- когато купувач, който е започнал плащането, не завърши покупката
- изчислява се чрез разделяне на общия брой завършени транзакции на общия брой стартирани транзакции

Значимост на checkout стъпката

- Изоставянето на плащане е по-далеч в пътя на клиента и следователно трябва да **има по-нисък % изоставяния сравнено с този на изоставянето на количката**
- На този етап клиентите са **по-близо до покупката си**
- Изоставянето при плащане означава, че сте **положили повече усилия**, за да може клиентът да стигне до този етап
- Направете всичко възможно, за да улесните «ключването на сделката» и **завършването на продажбата**

Предизвикателството

Въпреки че инвестират в привличане на потенциални клиенти и придвижването им по фунията за завършване на продажбата, търговците **не успяват да конвертират повече от половината** от тях

69.75%

средно изоставяне
на количката

80.1%

изоставяне на
количката при
туристическите
услуги

85.65%

изоставяне на
количката през
мобилни
устройства

Коледа

най-нисък % на
изоставяне

18\$ млрд.

пропуснати
продажби
ежегодно

Основни предизвикателства пред търговците свързани с checkout процеса

Доверие и сигурност

- Липса на сигурни начини за плащане
- Усложнен процес на автентикация
- Риск от измами, които предполагат възстановяване на средства от търговец към купувач

Плащания и checkout

- Прекалено много кликания необходими, за да се завърши поръчката
- Пренасочването към страницата за плащане е предпоставка за лошо клиентско преживяване
- Необходимостта от ръчно попълване на данни

Интеграция

- Сложен процес по интеграция с платежни методи
- Разход свързан с интеграцията и ползването на платежния метод
- Разход за осигуряване на защитата на лични данни на клиентите
- Време за реакция от страна на доставчика при евентуални проблеми

Причини за изоставяне на количката

Не всичко е под наш контрол...

58.6%

От online потребителите в
САЩ

Изоставят количката, защото «просто разглеждат» и нямат намерение да купуват

Повечето от тях дори не стигат до стъпката на checkout

Това до голяма степен са **неизбежни откази от количка и плащане**

..., но ако се абстрахираме от сегмента „просто разглеждам“, то потенциалът за подобрене е огромен

Основни фактори за изоставяне на количката на фаза checkout, върху които можем да влияем

Доверие и сигурност

49% от посетителите не завършват покупката, поради липса на доверие в магазина

37% не искат да споделят локация с цел таргетирани реклами

24% биха посетили физически магазин, ако продуктът е по-скъп

17% изоставят количката, защото не искат да споделят данните от платежната карта

15% имат притеснения по отношение на автентичността на продукта

Плащания и checkout

85% изоставят количката, поради лош процес по плащане

75% искат по-бърз checkout (**26%** биха изоставили количката, ако процесът е сложен и дълъг)

56% искат повече опции за плащане (**6%** не биха завършили покупката поради липса на опции)

34% биха изоставили количката, ако се иска регистрация

21% изоставят количката, ако не виждат крайната цена, която трябва да платят, преди завършване на плащането

Доставка

91% изоставят количката, ако доставката е платена или бавна

73% избират друг търговец, заради лош опит с доставката

66% решават да не завършат поръчката, заради разходите за доставка

21% са получили продукт, който не отговаря на покупката

13% са получили продукта повреден или с дефект

Основни причини за изоставяне на количка преди фаза завършване на поръчка



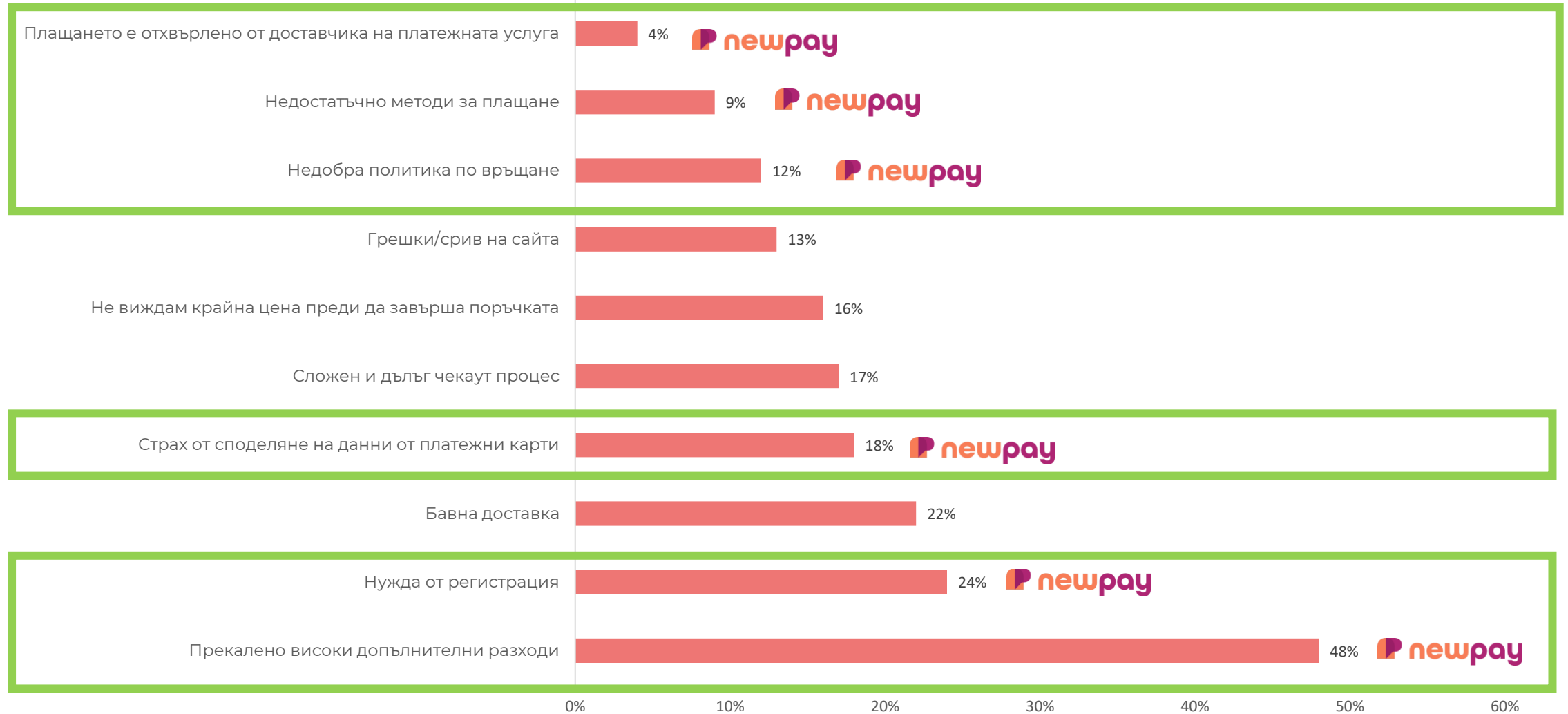
- Неочаквани разходи за продукта, доставката или наличие на други допълнителни разходи
- Сигурността или защитата от измами изглеждат неадекватни
- Условиата по доставка или плащане са лимитирани
- Продължително браузване и проучване поради липса на информация
- Производителност и скорост на платформата
- Падане на страницата, грешки и бъгове

Основни причини за изоставяне на количката във фаза завършване на поръчка



- Неочаквани допълнителни разходи
- Дълъг и сложен процес по завършване на поръчката
- Много полета за попълване
- Липса на методи за плащане
- Проблеми при доставката
- Необходимост от въвеждане и запазване на информация от платежна карта
- Отказана транзакция от доставчика на платежния метод

Къде трябва да се фокусираме?



Добрите практики

за намаляване на % на незавършени поръчки

Изискване на информация или регистрация

- Осигурете опция за покупка като гост
- Комуникирайте предимствата на регистрацията по време на завършване на покупката, но я „търсете“ след това
- Направете регистрацията във възможно най-късен етап от завършване на поръчката
- **Доброволно** е ключът – не принуждавайте, а стимулирайте
- Не изисквайте прекалено много и излишна информация за регистрация

Комуникиране на крайна цена

- Недобра практика - неочаквани такси и допълнителни разходи
- Комуникирането на крайната цена още при създаването на количката може да доведе до:
 - Завършване на поръчката
 - Изоставяне на количката преди пристъпване към плащането
- **Прозрачност** – комуникирайте крайната цена възможно най-рано в процеса на покупката
- Можете да предложите безплатна доставка или да интегрирате калкулатор на разходите за доставка

Алтернативни методи на плащане

- Осигурете няколко метода на плащане, така че да **отговорите максимално на нуждите на клиентите:**
- Плащане с карта
- Методи, които не изискват плащане с карта
- Методи, които намаляват риска за клиента
- Методи за финансиране на покупката
- Методи за по-добро управление на бюджета на купувача
- Методи с по-бърз и прост процес за завършване на поръчката

Select a payment method:

PayPal



newpay

Credit card



Debit cards



Total price

АЛТЕРНАТИВЕН МЕТОД НА ПЛАЩАНЕ

- До 30 дни
- На 4 вноски
- На 6 вноски

 newpay



ВЪРНИ СИ
УДОВОЛСТВИЕТО
ПРИ ПАЗАРУВАНЕ!

Checkout с newpay

Плати до 30 дни

- Плащане до **30 дни**
- Без такси или лихви
- Лимит за пазаруване до **400 лв.** (револвиращ)
- Без договор за кредит
- Без необходимост от кредитна или дебитна карта
- Без първоначална вноска

Плати на 4 вноски

- **4 вноски**, без оскъпяване
- 20% първоначална вноска + 3 месечни вноски
- До 600 лв. револвиращ лимит
- Без необходимост от кредитна или дебитна карта

Плати на 6 вноски

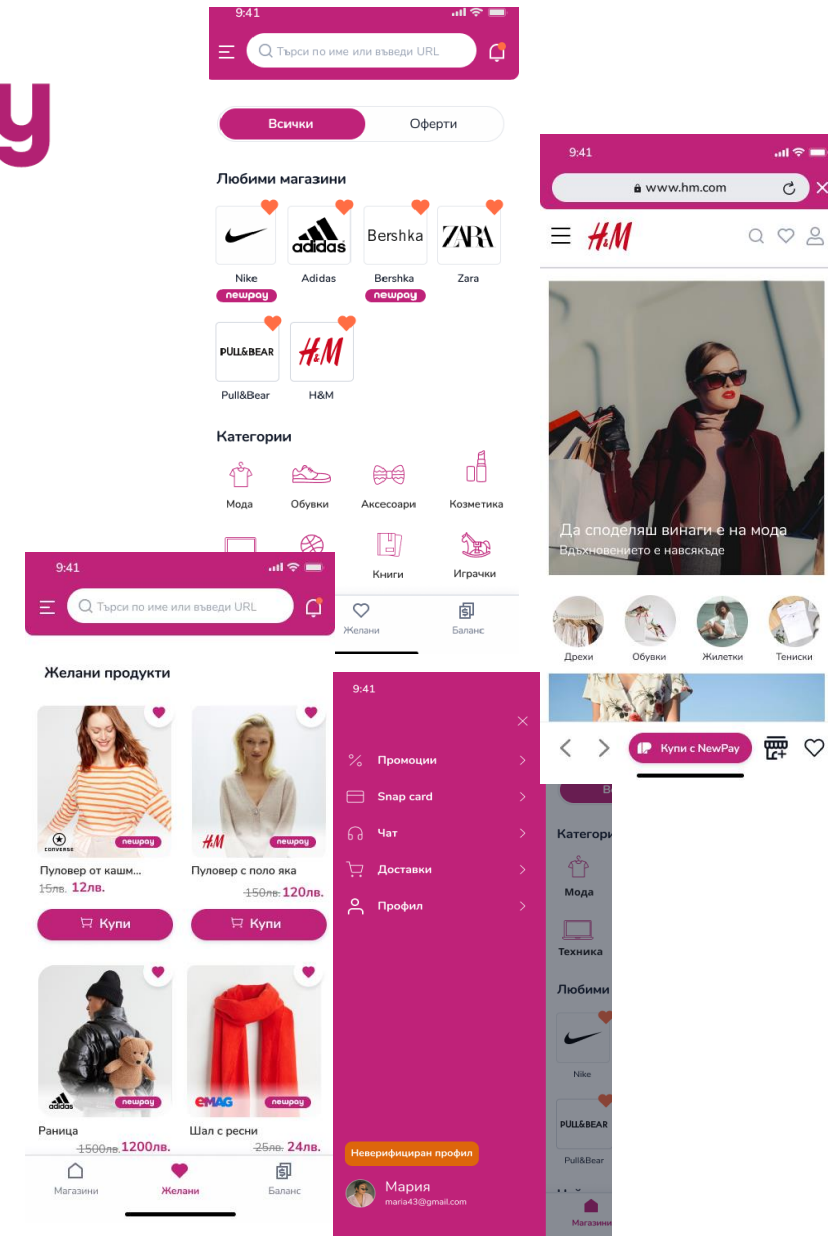
- **6 месечни вноски**
- Без първоначална вноска
- 0.99% оскъпяване на месец
- До 1500 лв. револвиращ лимит
- До 35 дни за плащане на първата вноска

- Покупките могат да бъдат платени с карта, на каса на EasyPay или на банкомат
- Без необходимост от запазване на карта или автоматично изплащане на задължението
- Еднократна регистрация, без необходимост за одобряване на всяка покупка

Shopping App

Мобилната апликация дава всичко необходимо за успешно завършване на поръчката:

- **Разпознаваме** клиента независимо от сайта, който посещава, с цел намаляване на усилията за завършване на поръчката
- **Запомняме** действията, свързани с пазаруване, с цел по-лесно завършване при последващи покупки
- **Препоръчваме** релевантни продукти и услуги с цел инициране и завършване на покупка
- **Награждаваме** за лоялност с цел стимулиране на повтаряеми покупки



нещо ново за теб

 newpay



ВЪРНИ СИ
СВОБОДАТА
ПРИ ПАЗАРУВАНЕ!

