

Белая книга

Персонализация в e-commerce или 7 способов
увеличить ценность сайта для клиента

Что такое персонализация

Термин персонализации в интернет-коммерции можно определить, как способность объекта предоставить субъекту внимания, набора данных соответствующих его субъективному желанию.

Если сказать более простым языком, то персонализация в понимании любого интернет-магазина – это предоставить потенциальному клиенту максимально подходящий его желаниям товар, на основе информации о клиенте.

Еще проще – мы следим за клиентом, его предпочтениями, если есть возможность отслеживаем действия клиента в других сферах, соцсетях и объединяем эти данные, формируя карту потребностей клиента, а на ее основе предлагаем клиенту подходящий товар.

С 2009 года в [МИТ](#) создали большое количество интернет-магазинов и в каждом из них клиенты высказывали интересные, а порой и оригинальные идеи. Мы объединили самые интересные и работающие решения в этой книге с целью показать интересные и необычные механики и методы привлечения внимания клиента и повышения среднего чека.

Погнали!

Привязываем клиента к себе

Способов привязки клиента к своему магазину достаточно много, тут и

- подписки на акции
- рассылки
- подарочные купоны
- клубные карты
- триггерные рассылки
- подарки к заказам
- догонялки в социальных сетях
- и т.д.

Таким образом мы всячески стараемся напоминать о себе и возвращать его в наш магазин за следующей покупкой. Но ничего не привязывает клиента к магазину, как создание ценности для него.

Важно создать такой инструмент и такие возможности для клиента, которые сформируют для него набор ценностей, которые он не захочет потерять. Рассмотрим реальные примеры и решения.

Информирование о скидке на определенный товар

Одна маленькая кнопка в карточке товара может перевернуть всё. Стоит не забывать о том, что у клиента сегодня может не быть денег на приобретение товара, но если ему дать возможность узнать о скидке, то с большой долей вероятности клиент вернется в магазин и купит то, что ему понравилось.



Босоножки Alberto La Torre 122369 ★★★★★

Сезон: Весна-лето
Материал: Кожа
Подкладка: Кожа
Каблук: 5см-8см
Категория Женская коллекция
Подкатегория: Босоножки

Размерный ряд

35 36 37 38 39

14 000 руб. [узнать о скидке](#)

1 + -

В корзину Купить в 1 клик

Хороший способ получить электронную почту клиента, самое главное не злоупотреблять этим. Есть вариант, что на товар никогда не будет скидки, по причине полной продажи. Тогда можно предложить клиенту аналог, но при условии, что стоимость аналога ниже чем заинтересовавший товар.

Так же стоит давать возможность подписаться на:

- Товар подешевел
- Появился аналог к товару
- Появилась другая версия товара (например, появились красного цвета, или арбузного вкуса)
- Малое количество на складе



Бонусы

Мощный функционал, который используют большинство крупных ретейлеров на рынке. Необходимо перенимать опыт лучших. Начисление клиенту «фантиков» за покупки или различные социальные действия, позволяют создать для клиента ценность и необходимость вернуться в магазин и потратить накопленные баллы.



Босоножки Alberto La Torre 122369 ★★★★★

Сезон: Весна-лето
Материал: Кожа
Подкладка: Кожа
Каблук: 5см-8см
Категория Женская коллекция
Подкатегория: Босоножки

140 фантиков
на личный счет

Размерный ряд

35 36 37 38 39

14 000 руб. [узнать о скидке](#)

1 + -

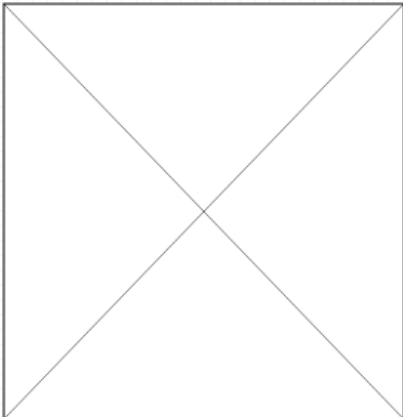
В корзину Купить в 1 клик

Для 1С-Битрикс: Управление сайтом есть [мощный модуль от Черепанова Виталия](#), который позволяет покрыть все потребности в организации данной схемы и сформировать фактически любой сценарий накопления и списания баллов у клиента. Дело за маркетологами.



Персонализированный товар

Порой бывают товары, на которые создать набор торговых предложений задача в большей степени нереальная. Чаще всего это товары, изначальные характеристики которых не ясны. Примером тут могут служить товары с индивидуальными размерами. В таком случае, мы должны дать возможность клиенту ввести свои данные, а на лету рассчитать стоимость, вес и другие характеристики товара.



Решетка вентиляционная R125 ★★★★★

Диаметр	<input type="text" value="500"/>	мм.	Высота: 526 мм.
Глубина	<input type="text" value="120"/>	мм.	Ширина: 526 мм.
Материал	<input type="text" value="Сталь"/>		Общий вес: 1.23 кг
Цвет	<input type="text" value="RGA1200"/>		Объем: 0.02 м3

1560 руб.



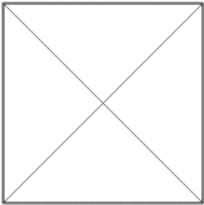
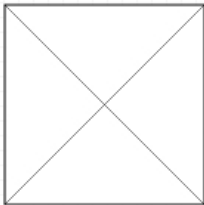
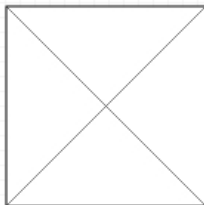
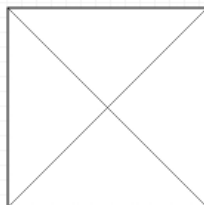
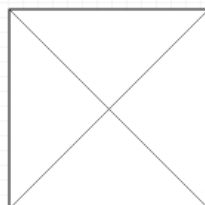
Реализация такого подхода позволит продавать фактически любой товар. Калькулировать можно по множеству параметров, каждый раз предлагая клиенту удобные для него вариации товара. Такой подход отлично подойдет для прямых производителей продукции.



Вы смотрели

Отличный инструмент для напоминания клиенту о товарах, которые его заинтересовали. Напоминать можно, как по всему пути следования клиента, так и на стадии пресейла в корзине.

Вы смотрели

				
Ламинат Tarkett "Вишня Нумидия"	Ламинат Tarkett "Вишня Нумидия"	Ламинат Tarkett "Вишня Нумидия"	Ламинат Tarkett "Вишня Нумидия"	Ламинат Tarkett "Вишня Нумидия"
271 руб.	271 руб.	271 руб.	271 руб.	271 руб.

Не бойся напоминать клиенту – это не только позволяет создать видимость заботы о клиенте, но и вернуть его к покупке нужного товара.

Есть много примеров того, что покупатели отвлекаются от собственной цели посещения магазина, данный метод позволяет вернуть клиента к покупке требуемого для него товара.



Списки покупок

Позвольте клиентам составить свой список покупок. Это отлично работает для гипермаркетов и магазинов, реализующих разносортный товар. Еще лучше если такими списками можно будет делиться.



Мороженое Рожок сахарный

★★★★★

Добавить в список покупок

Ежемесячные покупки ▼

Добавить

Страна происхождения: Россия Бренд: Фабрика мороженого Производитель: Полюс
Замороженный: Да Состав: вода питьевая, сахар, молоко сухое цельное, заменитель молочного жира(смесь растительных масел), молоко сухое обезжиренное, сыворотка сухая молочная, эмульгатор (моно- и диглицериды жирных кислот), стабилизаторы (камедь плодов рожкового дерева, гуаровая камедь, каррагинан), ароматизатор натуральный "Ванилин".

19.97 руб.

1 + -

В корзину



Не факт, что покупатель совершит покупку всего списка, но данный метод позволит реализовать оффлайн продажу, ведь всегда досадно осознать, что что-то забыл купить.

5

Whishlists (Хочу такое)

Некое подобие предыдущего пункта. Единственное отличие данного пункта в том, что такие списки пользователи составляют на товары, которые они не могут себе позволить или никогда сами не купят, но им будет приятно получить их в подарок.

Я хочу

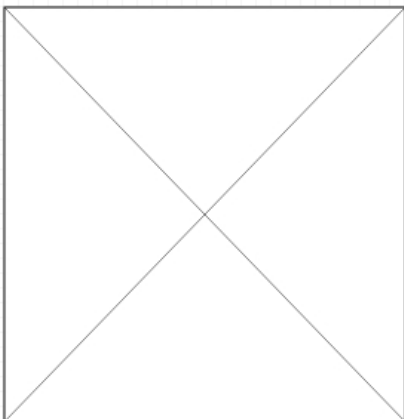
	5.5" Смартфон HTC U11 64 ГБ синий 44 990 руб.	<input type="text" value="1"/> + -	В корзину
	Холодильник BOSCH KGN39NW13R белый 32 990 руб.	<input type="text" value="1"/> + -	В корзину

Необходимо дать возможность делиться таким списком, или в лучшем случае автоматизировать рассылку данного списка (например, за несколько дней до дня рождения) друзьям клиента. Таким образом можно не только увеличить лояльность самого клиента, но и привлечь новых клиентов.



Собственные аналоги

Вишенка в нашем торте. Круто, когда магазин показывает аналогичные товары, или товары, которые покупаются взамен того, что изучает покупатель. А как вам идея дать зарегистрированному пользователю выбирать свои персональные аналоги? Пусть человек сам определяет, что для него похожий товар. Менеджер при подтверждении заказа сразу сможет обратить внимание покупателя на то, что товара недостаточно, но можно заменить товар в заказе на то, что клиент выбрал аналогом!








Мороженое Рожок сахарный 50г Полюс ★★★★★

«Фабрика Мороженого», расположенная в пригороде города Владивостока, в течение многих лет занимается производством любимого потребителями холодного десерта. Жители и гости Дальнего Востока давно оценили вкус и качество владивостокского мороженого, которое успешно реализуется на рынке с 1989 года и по сегодняшний день.

19.97 руб. [узнать о скидке](#)

Товары на замену

<input checked="" type="checkbox"/> мой аналог	<input checked="" type="checkbox"/> мой аналог	<input checked="" type="checkbox"/> мой аналог	<input checked="" type="checkbox"/> мой аналог	<input checked="" type="checkbox"/> мой аналог
				
Мороженое эскимо пломбир ванильный	Мороженое эскимо пломбир ванильный	Мороженое эскимо пломбир ванильный	Мороженое эскимо пломбир ванильный	Мороженое эскимо пломбир ванильный
74.50 руб.	74.50 руб.	74.50 руб.	74.50 руб.	74.50 руб.

Данный функционал позволяет продавать даже тогда, когда на складе нет требуемых товаров, а покупатель не против альтернативы.

Вместо итога

Тут сложно подвести какой-то итог, борьба за клиента не стоит на месте и каждый раз появляются новые инструменты. Поэтому оставим финал открытым, а если появится новый инструмент книга будет дополнена.

В книге использованы материалы и опыт веб-студии «Мастерская информационных технологий» (МИТ). Представлены только реально работающие и опробованные инструменты. Возможно представленный материал подойдет не всем и не во всех случаях. Брать за основу можно, а порой и нужно. Студия ответственности не несет за то, что какой-либо из представленных инструментов не принес ожидаемого эффекта.

[Веб-студия «МИТ» 2017 год.](#)