

Web Stratejileri

Web Sitesi Hazırlarken 7 Stratejisi

Birçok firma başarısız web sitesine olan ziyaret sayısıyla ölçer. Hâlbuki başarılı bir web sitesi başarısız olarak belirlenen strateji ile ilgilidir. Web tasarımcıları ile çalışmaya başlamadan önce firma içerisindeki tüm karar birimleri ile her satış ve pazarlama adımıyla ilgili hedeflediğinizi belirlemeniz gerekir.

Müşterileriniz kimlerdir? Neye ihtiyaçları var? Hangi sıklıkla alıyorsa? Satın alma kararı verirken ne kadar yardıma ihtiyaç duymuyorlar?

Mal Sunumu İlk önce hangi ürünleri nasıl sunacak ve göstereceksiniz?

Satış Servisi

Müşterilerinizin soru ve problemlerine satıştan önce ve sonra nasıl cevap vereceksiniz?

Online

Satış

Online satmak istiyor musunuz? Yoksa internetten sonradan yapılacak satış için bilgi mi vereceksiniz?

Yapılandırma

Siparişler, vergi, teslimat ve ödeme nasıl yapılacaktır? Siparişler tam zamanında nasıl teslim edilecektir? Gerçekleştirme

Müşteri beklentilerini yönetmeye hazır mısınız? Ne tür bir teslimat servisi düşünüyorsunuz?

Sonrası Hizmetler

Ekstra müşteri desteği verecek misiniz? Müşteriler siparişlerinin kargodaki durumunu takip edebilecekler mi?

Pazarlama Veri Analizi

Satın alma sürecinden ne tip bilgiler edineceksiniz? İşinizi geliştirmek için bu bilgiyi nasıl kullanacaksınız?

Bir Web Sitesinde Olmazsa Olmazlar Neler?

Olmazsa olmazların başında, alan adı (domain name) geliyor. Alan adı, sizin sanal dünyadaki adresiniz. Firmanıza ait alan adını tescil ettirebilmeniz için, Ticari Sicil Gazetesi veya Patent Enstitüsü tarafından onaylanmış Marka Tescil belgesi gerekiyor. "www.firmanızınadı.com.tr" formatındaki alan adını, yıllık 15milyon TL+KDV karşılığında tescil ettirilebilir veya bir ajans bu işi yetkilendirebilirsiniz. "www.firmanızınadı.com" formatındaki alan adları için ise, herhangi bir belge gerekmez ve yıllık 10 dolar civarında tescil ettirilebilir. İkinci olarak yayınlama alanı (hosting) ve e-posta sayılabilir. Aksini istemediğiniz sürece, yayınlama alanı (hosting) hizmeti aldığınız firma, aynı zamanda size e-posta hizmetini de sunar. Yıllık 30 dolardan başlayan fiyatlarla yayınlama alanı kiralanabilir.

Web sitenizin olmazsa olmazlarına gelirsek, öncelikle müşterilerinizin sizinle iletişime kurabilecekleri posta, telefon, faks ve e-posta adreslerine mutlaka yer vermelisiniz. Ürün ve hizmetleriniz ile ilgili olabildiğince detaylı bilgilerin yer aldığı bir sayfa ayrılmışsınız. Sizi web siteniz üzerinden tanıyacak kişilerin sizi tercih etmesi adına, referanslarınız ve mümkünse, referanslarınızın sizinle ilgili görüşlerine yer vermeniz fayda olacaktır.

Satış Destek Web Tabanlı Müşteri Hizmetlerinde Başarılı Olmanın 10 Şirketi

Etkin müşteri hizmetleri, aslında son derece ulaşılabilir bir hedeftir. Bu tespit, görece sınırlı kaynakları olan şirketler için de geçerlidir. Gereken tek şey, doğru ilke, uygulama ve araçlardır. Ayrıca, Web tabanlı müşteri hizmetlerini başarıya taşıyan 10 özellik sıralanmaktadır:

Web Sitenizin, Müşterileri 'Dinleyebildiğinden' Emin Olun.

Her başarılı satış uzmanı, işinin en önemli kısmının, müşterinin üstü kapalı ve açık mesajlarını dinlemek olduğunu bilir. Web sitenizin başarılı olması için, belli bir bilginin talep edildiği net isteklerdir. Üstü kapalı mesajlar ise herhangi bir içeriğin bulunmasında zorluk çekildiğini hissettiren sorgulama ya da kullanım biçimleridir. Etkin müşteri hizmetleri, müşterilerden gelebilecek bu iki tür mesajı da kulak verilmesini sağlayacak mekanizma ve/ya da uygulamaların varlığını gerektirir.

Müşterilere Ystediklerini Verin

Müşterilerin ne tür bilgiler istediklerini bir kez 'duyduğunuzda', bunu onlara vermelisiniz; hem de hemen! Web demek, çabukluk demektir. Yeter, sitenize yeni bilgi ekliyor, isterse gelen mesajlara yanıt veriyor olun, hizmet çözümünüz, hızlı yanıtla yeteneğiniz daha da ileriye götürmelidir. Bunu, pazarlamacıların sitenize koymak istedikleri bilgileri hızla ekleme işiyle karıştırmayın. Kaliteli müşteri hizmetleri, müşterinin istediği içeriğin hemen sunulmasını gerektirir.

Müşteri hizmetleri kaynaklarının başarılı kullanımı

Müşterilerin ne tür bilgiler istediklerini bir kez 'duyduğunuzda', bunu onlara vermelisiniz; hem de hemen! Web demek, çabukluk demektir. Yeter, sitenize yeni bilgi ekliyor, isterse gelen mesajlara yanıt veriyor olun, hizmet çözümünüz, hızlı yanıtla yeteneğiniz daha da ileriye götürmelidir. Bunu, pazarlamacıların sitenize koymak istedikleri bilgileri hızla ekleme işiyle karıştırmayın. Kaliteli müşteri hizmetleri, müşterinin istediği içeriğin hemen sunulmasını gerektirir.

Müşterilerin ne tür bilgiler istediklerini bir kez 'duyduğunuzda', bunu onlara vermelisiniz; hem de hemen! Web demek, çabukluk demektir. Yeter, sitenize yeni bilgi ekliyor, isterse gelen mesajlara yanıt veriyor olun, hizmet çözümünüz, hızlı yanıtla yeteneğiniz daha da ileriye götürmelidir. Bunu, pazarlamacıların sitenize koymak istedikleri bilgileri hızla ekleme işiyle karıştırmayın. Kaliteli müşteri hizmetleri, müşterinin istediği içeriğin hemen sunulmasını gerektirir.

'80/20' Kuralı

Başarılı müşteri hizmetleri, müşteriden gelebileceği düşünülen her sorunun online yanıtlanabilmesini gerektirmez. Müşteri sorularının %80'inden fazlası, genellikle destek bilgilerinin yalnızca yüzde 20'siyle yanıtlanır. Aslında, araştırmalar, Web tabanlı müşteri hizmetleri uygulaması yapanların, müşterilerden gelen online sorgulamaların yüzde 86'sına, az sayıda ve odaklı bir dizi bilgi dokümanı ile yanıt verebildiklerini göstermektedir. Bir Web tabanlı müşteri hizmetleri çözümüyle işe başlamak, 'mükemmel' bir hizmet/destek bilgi tabanı geliştirmekten daha önemlidir. Akıllı şirketler, önce en önemli bilgiyi sunar; zaman içinde buna eklemeler yapar.

Müşterilerinizin Size Not Vermesini Sağlayın

Ölçemediğiniz bir şeyi geliştiremezsiniz. Bu yüzden, kullanıcılara, Web sitenizde buldukları bilgilerin yanı sıra yardım taleplerini de olarak gönderdiğiniz e-posta mesajlarının etkinliğini değerlendirme imkanı vermek önemlidir. Bu geribildirim kullanılarak hiçbir yardım olmayan içeriği hızla ortadan kaldırılabılır; böylece, sitenizin müşterileriniz için bir hizmet/destek kaynağı olarak etkinliğini artırabilirsiniz.

Bilgi Tabanınızın Geliştirilmesi

Yalnızca Web tabanlı hizmetlere yönelik bir bilgi tabanı yaratmak, zahmete değer. Öte yandan, müşteriyle etkileşim kurduğunuz

kanallardaki (örn. e-posta, İnternet te sohbet ve telefon) bilgi tabanýný geliptirerek yatýrýmýn geri dönþpünü daha da artýrabilirs müþterilerin online sorduklarý sorulara yanýt almak için kullandýklarý bilgi tabaný, ayný zamanda, yeni çaðrý merkezi operatörler tarafından bir bilgi kaynađý olarak kullanýlabilir ve operatörlerin, daha kýsa sürede daha üretken hale gelmelerini sađlayabilir.

Online Dünyayý Gerçek Dünyaya Bađlayýn

Perakendeciler, baþka bir deyiþle distribütörler ve baþka pek çok kanal aracýlýđýyla satýþ yapan þirketler için en önemli stratejik zorunluluklardan biri, online operasyonlarý gerçek dünyadaki faaliyet merkezleriyle bađlantýlý hale getirmektir. Ne de olsa çođu müþteri, bir Web sitesini, dükkana ya da hizmet merkezine gitmeden önce bir ilk inceleme niyetiyle ziyaret eder. Söz konusu bađlantýýý kurmanın en etkili yollarýndan biri, online hizmet kaynaklarýnýzda, gerçek dünyadaki faaliyet noktalarýnýzýn bir verit bulundurmak ve bunu aranabilir kýlmaktır. Ayrıca, müþterilerinizin istedikleri yere kaybolmadan gidebilmelerini sađlamak amacıyla, harita ve yön tarifleri ile desteklenmiþ bir açýk adres sunmak da önemlidir.

Barýndýrýlan Uygulamalar

Yararlanýn

Þirketlerin, yeni teknolojileri satýn alma, uygulama ve yönetme yeteneklerinin kýsýtlý olduđu zamanlarda, Web tabanlı hizmet uygulamasý yapan pek çok baþarýlý kurulup, barýndýrma modeline yönelmektedir. Bu yaklaþým, yazýlým ve donaným için gerekli sermaye yatýrýmýnýn yaný sýra Web tabanlı müþteri hizmetleri çözümünün uygulanmasý ve bakýmý ile ilgili personel ihtiyacýný Barýndýrýlan sistemler, þirketlere, mevcut BT operasyonlarýný aksatmadan, Web tabanlı hizmetlerin meyvelerini hýzla toplama olanađý sunar.

Teknolojinizle Birlikte Deneyim Satýn Alýn

Online müþteri hizmetleri teknolojileri, son derece güçlü olabilir. Ama söz konusu teknolojileri sonuna kadar kullanabilmek için, ne yaptýđýnýzý bilmeniz gerekir. Bu yüzden, Web tabanlı hizmetler sunan akýllý kuruluþlar, ihtiyaç duyduklarý teknolojileri tamamlama müþteri hizmetlerinde deneyimli, güçlü bir kaynak arar. Sektörünüzdeki en iyi uygulamalar, son derece kýmetslidir. Dolayýsýyla, iyi uygulamalarý þirketinizin online/offline müþteri hizmetleri giriþimlerine uyarlayabilecek biriyle iþ ortaklýđý yapmak daha mantýlýdır.

Bu on basit ilke, baþarýlý ve kazançlý müþteri hizmetleri ile üstün bir müþteri hizmetleri aracý olarak İnterneti kullanma baþarýsýzlyđý arasýndaki farký belirler. Her tür rekabet avantajýnýn önem tapýdýđý bir pazarda, Web tabanlı etkin müþteri hizmet uygulamalarýndan faydalanmamayý, ancak çok az þirket göze alabilir.