

Panduan mapping customer journey untuk e-commerce retails



Saya mulai pembahasan kali ini dengan sebuah fakta bahwa pelanggan kini melakukan lebih dari setengah pembelian mereka secara online. Pada tahun 2016, total penjualan e-commerce mencapai \$ 394,9 miliar, atau 11,7% dari total penjualan ritel, naik 15,6% dibandingkan tahun 2015.

Banyak alasan kenapa orang semakin menggemari belanja online, misalnya:

- Keterjangkauan
- Kenyamanan
- Aksesibilitas

Peningkatan belanja online yang terus-menerus memaksa ecommerce harus menyediakan pengalaman berbelanja terbaik bagi pelanggan. Uji dan evaluasi situs web Anda untuk memperbaiki segala kekurangan yang mencegah pelanggan melakukan pembelian. Dengan memahami dan memetakan kebutuhan pelanggan, pendapatan pun dapat dimaksimalkan.

Navigasi situs yang buruk

Website e-commerce adalah tempat pertama yang dikunjungi pelanggan untuk mendapatkan informasi tentang produk Anda. Nah, navigasi situs menjadi elemen yang sangat penting dalam masalah ini. Navigasi situs harus membantu pelanggan menemukan produk dengan mudah.

Navigasi yang tidak jelas dapat menyebabkan pelanggan merasa bingung, frustrasi, dan tidak puas. Ketika mereka tidak dapat menemukan apa yang mereka cari, kemungkinan terbesarnya adalah batal belanja. Atau yang lebih buruk mereka akan beralih ke pesaing untuk memenuhi kebutuhan mereka.



Meningkatkan navigasi situs akan menciptakan pengalaman belanja online yang lebih baik, meningkatkan keterlibatan, dan pada akhirnya, meningkatkan penjualan. Cara paling sederhana dengan memperkaya kategori produk.

Selain itu, fitur search juga sangat penting untuk mengoptimalkan fungsi navigasi. Dengan fitur ini pelanggan akan lebih cepat menemukan produk yang mereka cari.

Kurangnya informasi produk

Saat berbelanja online, pelanggan tidak dapat melihat dan menguji produk seperti ketika membeli langsung di toko. Sebaliknya, mereka mengandalkan konten di situs web Anda untuk membuat keputusan berdasarkan informasi. Tugas Anda adalah memberikan informasi sedetail mungkin. Tanpa informasi produk yang cukup, pelanggan tidak akan merasa percaya diri untuk melakukan pembelian.

Gambar beresolusi tinggi dan deskripsi produk terperinci adalah nilai jual utama untuk merek ecommerce. Cobalah untuk menampilkan beberapa gambar dengan sudut yang

berbeda sehingga pelanggan mendapatkan tampilan lengkap produk. Opsi untuk memperbesar juga perlu diberikan.



Selain itu, sertakan juga fitur ulasan produk. Kenapa? Lebih dari 88% pelanggan menggunakan ulasan untuk menentukan keputusan pembelian. Yang perlu digarisbawahi, ulasan harus tetap jujur.

Proses checkout yang rumit

Penelitian menunjukkan bahwa 74% pelanggan potensial meninggalkan keranjang belanja selama proses pembayaran. Salah satu alasannya yaitu pembayaran yang mengharuskan pelanggan untuk membuat akun. Proses checkout yang lama ini telah mendorong batalnya pembelian. Jadi?



Pertimbangkan untuk menyertakan opsi "lanjutkan sebagai tamu". Yang ingin mereka lakukan adalah membeli produk mereka. Bukan membuat sebuah akun. Opsi "lanjutkan sebagai tamu" memungkinkan pelanggan melakukan pembelian tanpa perlu upaya ekstra dari mereka.

Minimnya peluang untuk memberikan feedback

Kebanyakan pebisnis menganggap bahwa ketika pelanggan selesai membeli, maka selesai pula tugas mereka. Ini adalah pola pikir yang kurang tepat. Masih ada tugas selanjutnya yaitu memastikan pelanggan kembali ke website Anda untuk pembelian lain kali.

Di sinilah peran feedback bagi pelanggan. Dengan memberi mereka otoritas untuk menyampaikan masukan, Anda akan membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan. Layanan pelanggan yang andal dan mudah diakses perlu dimiliki situs web bisnis. Ada lebih banyak ketidakpastian terkait pembelian online daripada belanja langsung. Itulah sebabnya.

Permudah pelanggan untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan mereka dengan halaman kontak yang jelas. Sertakan opsi berbeda untuk masalah ini, seperti telepon, email, akun sosial media, hingga formulir online. Berikan solusi responsif untuk mengatasi masalah apa pun yang mungkin mereka miliki. 55% pelanggan lebih merekomendasikan layanan yang baik daripada produk atau harga.

Source:

<https://uxplanet.org/mapping-the-consumer-journey-for-e-commerce-retailers-6ff86addd6e3>

<https://medium.com/@tylerhorvath/51-insane-web-design-statistics-2016-21b8c581f2f6>

<https://www.pexels.com/>