

## CRO Paling Dibutuhkan Ecommerce di Tahun 2018



Berencana mengembangkan situs ecommerce di 2018? Atau masih belum tahu dari mana harus memulainya? Tenang. Mulailah dengan membaca artikel ini. Kali ini, saya akan memberikan “bocoran” mengenai 8 CRO yang paling dibutuhkan ecommerce di tahun 2018. Percayalah, ini akan menjadi “modal” berharga untuk perkembangan bisnis tahun 2018.

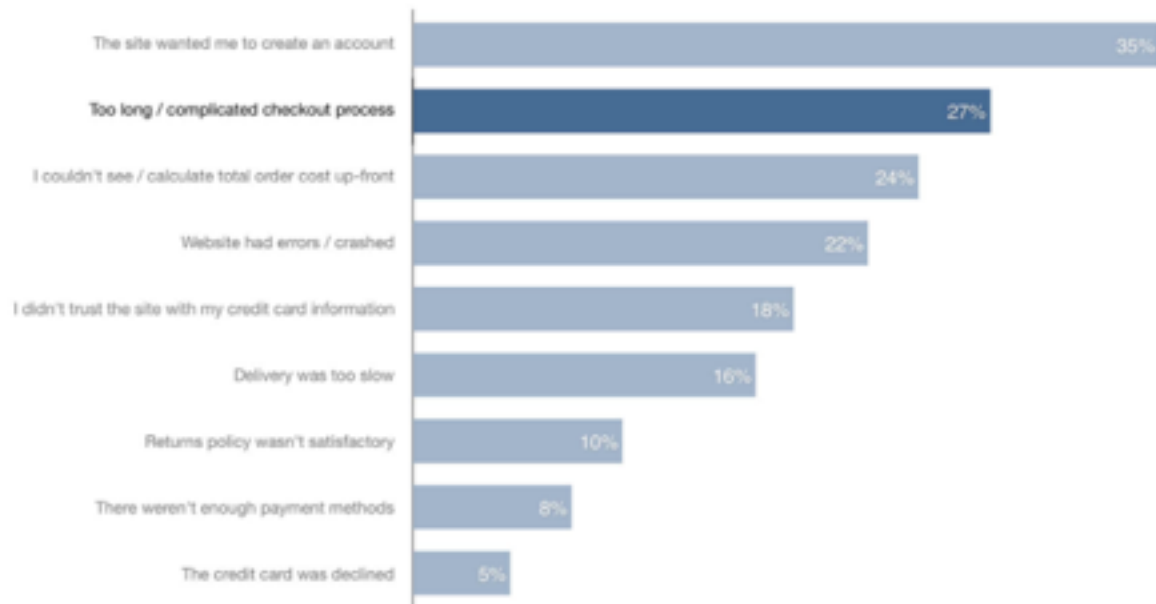
### **Sederhanakan proses transaksi**

Faktanya, mayoritas pembeli online tidak memiliki cukup waktu untuk membeli secara konvensional. Jadi, mereka inginkan adalah proses transaksi yang cukup singkat. Hasil riset membuktikan bahwa sekitar 27% pembeli meninggalkan keranjang belanja di situs ecommerce karena proses transaksi yang terlalu panjang dan rumit.

## Reasons for abandonments during checkout

1,044 responses · US adults · 2016 · © baymard.com/checkout-usability

"Have you abandoned any online purchases during the checkout process in the past 3 months? If so, for what reasons?"  
Answers normalized without the "I was just browsing" option, and with "Extra Costs" removed.



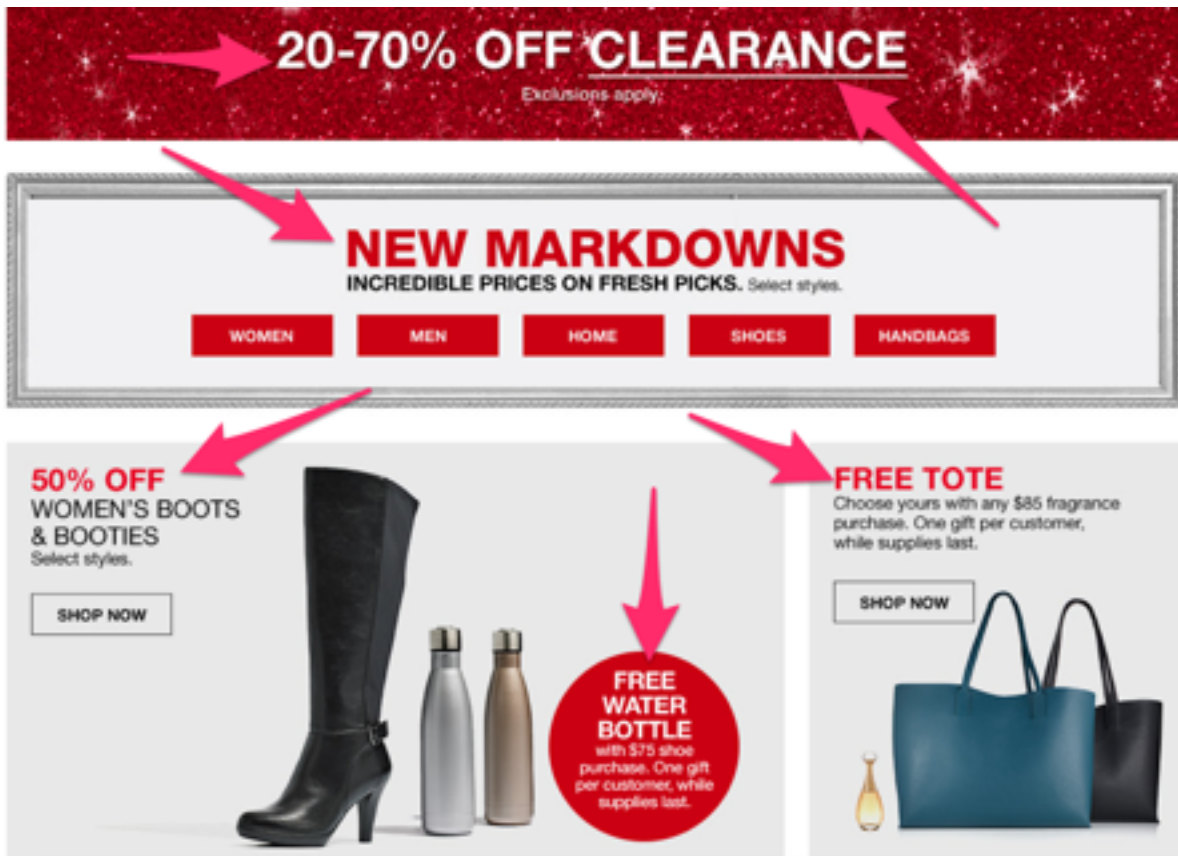
Intinya, Anda perlu sedikit “memaksa” para pembeli untuk menyelesaikan transaksinya. Caranya? Usahakan proses transaksi tidak lebih dari 5 langkah. Semakin singkat proses transaksi, semakin besar kemungkinan para pembeli menyelesaikan pembeliannya. Selanjutnya?

### Highlight dan tampilkan banyak gambar

Sekitar 86% pembeli merasa “penting” untuk membandingkan harga barang dari beberapa situs sebelum memutuskan untuk membeli. Oleh karena itu, jangan takut rugi dan menyembunyikan diskon. Justru buatlah highlight besar di halaman utama situs ecommerce, seperti:

- GRATIS
- DISKON XX%
- SALE

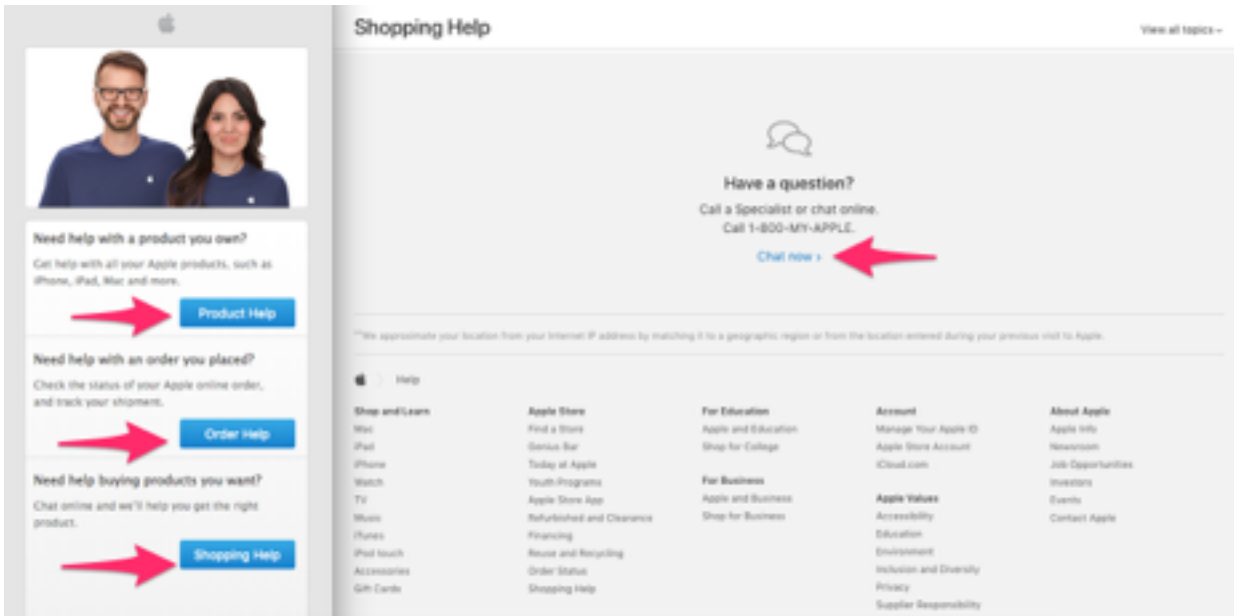
Hal ini akan menarik lebih banyak pembeli karena mereka pasti senang dengan promosi semacam itu.



Lalu, usahakan untuk menampilkan detail gambar barang yang Anda jual. Kenapa? Karena pembeli biasanya lebih tertarik melihat detail gambar barang yang ingin mereka beli dibandingkan dengan deskripsinya. Apa lagi selain itu?

### **Live chat dan video demonstrasi**

Yang perlu Anda tahu, tidak sedikit pembeli yang batal membeli karena mereka memiliki “ketidaktahuan” akan barang yang ingin dibeli. Mereka butuh “guide” yang dapat menjawab semua pertanyaan mereka. Live chat akan sangat membantu mereka untuk mengambil keputusan. Seperti yang Apple lakukan di situs ecommerce mereka berikut ini:



Selain menampilkan banyak gambar, Anda juga dapat menyertakan video demonstrasi produk. Fungsinya? Untuk memperjelas deskripsi produk tersebut. Ingat, tidak semua pembeli memiliki pengetahuan yang cukup atas barang yang ingin mereka beli.

### **Tawarkan beberapa metode pembayaran dan ulasan pengguna**

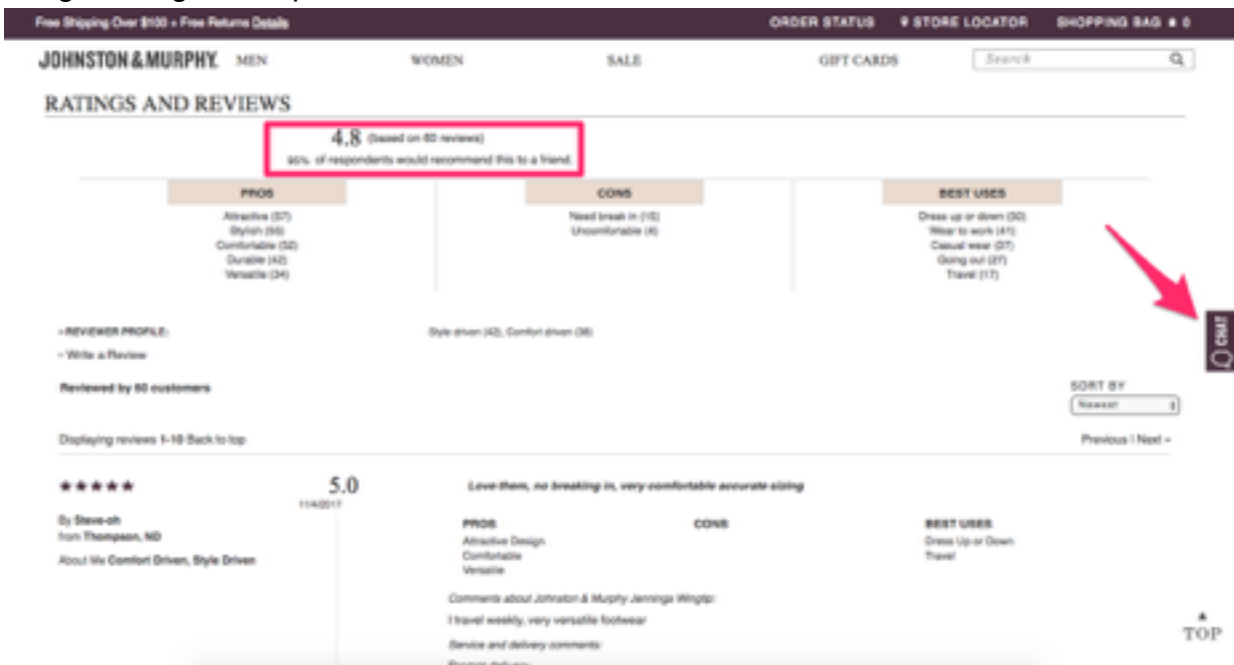
Banyak sekali kasus dimana pembeli batal melakukan transaksi karena tidak dapat melakukan metode pembayaran yang tersedia. Sesederhana itu masalahnya. Berikan kemudahan pada para pembeli. Tawarkan berbagai macam metode pembayaran. Ingat, sedikit “memaksa” mereka menyelesaikan transaksi.

Langkah “memaksa” ini juga dapat dilakukan dengan membuat tombol CTA lebih mencolok. Dengan demikian, mereka akan tersugesti untuk melakukan transaksi pembelian.

Untuk memperkuat “sugesti” tersebut, Anda juga perlu menyertakan ulasan dari para pengguna. Anda perlu tahu, riset membuktikan bahwa sekitar 88% pembeli percaya akan ulasan online seperti mereka mempercayai rekomendasi pribadi. Apa artinya?

Ulasan produk ini akan menjadi bagian yang cukup “vital” untuk memengaruhi keputusan akhir mereka. Semakin banyak ulasan, semakin kuat pengaruhnya

terhadap para pembeli. Coba lihat bagaimana Johnston & Murphy melakukan hal ini dengan sangat baik pada situs ecommerce mereka:



Memang, tidak semua ulasan pengguna akan bersifat positif. Pasti juga ada yang negatif. Tidak masalah. Justru inilah faktor yang membuktikan bahwa ulasan produk Anda benar-benar jujur sehingga para calon pembeli akan mempercayainya.

Upaya untuk menarik pembeli tidak hanya fokus pada kualitas produk, melainkan juga pada kualitas layanan. Mengingat perilaku belanja daring serupa dengan belanja luring, alangkah optimal bila “aktivitas komunikasi dengan calon pembeli” dioptimalkan sedemikian rupa. Masih kesulitan mengembangkan bisnis daring? Hubungi saya di kolom contact.

**Source:**

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

<https://www.quicksprout.com/2018/01/31/8-cro-quick-wins-for-ecommerce-sites/>