

Panduan Terperinci Penjual

Dokumen ini menyediakan panduan mendalam untuk penjual AuraCart bagi memanfaatkan alat canggih yang tersedia di Seller Center. Menguasai ciri-ciri ini akan membantu anda meningkatkan jualan, mengoptimumkan operasi, dan meningkatkan kepuasan pelanggan di AuraMall.

1. Menggunakan Alat Pemasaran AuraCart

AuraCart menyediakan pelbagai alat pemasaran untuk membantu penjual meningkatkan keterlihatan produk, menarik lebih ramai pembeli, dan mendorong penukaran.

1.1 Iklan Produk Bersponsor

Iklan Produk Bersponsor membolehkan produk anda muncul dengan jelas dalam hasil carian dan di halaman produk yang relevan, mencapai pembeli yang aktif mencari item seperti anda.

- Bagaimana ia Berfungsi:** Anda membida kata kunci yang relevan dengan produk anda. Apabila pembeli mencari kata kunci tersebut, iklan bersponsor anda mungkin muncul di bahagian atas atau di slot iklan yang ditetapkan. Anda hanya membayar apabila pembeli mengklik iklan anda (Kos Per Klik).

Persediaan Kempen:

- Akses:** Di Seller Center, navigasi ke "Marketing Center" > "Sponsored Ads."
 - Jenis Kempen:** Pilih antara "Auto Campaigns" (AI AuraCart mengoptimumkan sasaran) atau "Manual Campaigns" (anda memilih kata kunci dan bidaan).
 - Kumpulan Iklan & Produk:** Pilih produk yang ingin anda promosikan dalam kumpulan iklan.
 - Bajet & Tempoh:** Tetapkan bajet harian atau keseluruhan anda dan tempoh kempen.
 - Kata Kunci & Bidaan (Manual):** Untuk kempen manual, selidik dan pilih kata kunci yang relevan. Tetapkan bidaan yang kompetitif untuk setiap kata kunci. AuraCart menyediakan cadangan kata kunci dan anggaran bidaan.
- Pilihan Sasaran:** Sasarkan demografi, lokasi, atau minat tertentu untuk mencapai audiens yang paling relevan.
 - Pemantauan & Pengoptimuman:** Semak prestasi iklan anda secara berkala (tayangan, klik, kadar penukaran, ROI) dalam papan pemuka iklan. Laraskan bidaan, kata kunci, dan bajet untuk mengoptimumkan keberkesanan kempen.

1.2 Baucar dan Promosi

Cipta pelbagai jenis baucar dan promosi untuk mendorong pembelian dan meningkatkan jualan untuk kedai AuraMall anda.

Baucar Penjual:

- Penciptaan:** Di "Marketing Center," pilih "Vouchers." Tafsirkan jenis diskaun (jumlah tetap, peratusan diskaun), perbelanjaan minimum, tempoh sah laku, dan produk/kategori yang terpakai.
- Keterlihatan:** Baucar boleh dipaparkan di halaman kedai anda, halaman produk, atau diedarkan melalui sembang.
- Tawaran Kombo:** Tawarkan diskaun apabila pembeli membeli kombinasi produk anda yang tertentu (contohnya, "Beli 2, Dapatkan Diskaun 10%").
- Jualan Kilat:** Sertai jualan kilat di seluruh platform AuraCart atau cipta promosi diskaun tinggi masa terhad anda sendiri untuk mencipta desakan dan mendorong pembelian impuls. Pastikan anda mempunyai stok yang mencukupi.
- Baucar Pengikut:** Galakkan pengikut baharu ke kedai anda dengan menawarkan baucar eksklusif apabila mereka mengikuti kedai AuraMall anda.
- Perancangan Promosi:** Rancang promosi anda secara strategik, selaraskannya dengan tempoh kempen utama AuraCart (contohnya, 11.11, jualan gaji) untuk impak maksimum.

1.3 Hiasan Kedai & Penstriman Langsung (AuraLive)

Tingkatkan kehadiran jenama anda dan libatkan pembeli dengan kandungan yang kaya.

- Hiasan Kedai:** Sesuaikan halaman kedai AuraMall anda menggunakan pelbagai templat dan modul (sepanduk, grid produk, video) untuk mencipta etalase yang menarik dan profesional yang mencerminkan identiti jenama anda. Halaman kedai yang direka dengan baik menggalakkan masa melayari yang lebih lama dan kadar penukaran yang lebih tinggi.

AuraLive (Penstriman Langsung): Anjurkan sesi video langsung terus dalam aplikasi AuraCart untuk mempamerkan produk, menunjukkan penggunaan, menjawab soalan langsung, dan menawarkan tawaran kilat eksklusif.

- Penglibatan:** Berinteraksi terus dengan pembeli berpotensi, membina kepercayaan dan hubungan.
- Jualan:** Dorong jualan segera melalui pautan "tambah ke troli" dalam penstriman langsung.
- Persediaan:** Rancang kandungan anda, sediakan sampel produk, dan pastikan pencahayaan dan kualiti audio yang baik. Promosikan sesi AuraLive anda lebih awal.

1.4 Program Pemasaran Afiliat (Sisi Penjual)

Manfaatkan rangkaian afiliat AuraCart (pengaruh, pencipta kandungan) untuk mempromosikan produk anda.

- Mendayakan Produk:** Pilih produk tertentu untuk program afiliat di Seller Center anda.
- Kadar Komisen:** Tetapkan kadar komisen yang kompetitif untuk afiliat bagi setiap jualan berjaya yang mereka dorong.
- Penjejak:** AuraCart menyediakan penjejak dan pelaporan terperinci mengenai jualan yang didorong oleh afiliat, membolehkan anda melihat ROI usaha afiliat anda.
- Jangkauan Peningkatan:** Program ini meluaskan jangkauan pemasaran anda di luar usaha langsung anda, menembusi pelbagai audiens.

2. Memahami Analitik Prestasi Penjual

Seller Center AuraCart menyediakan analitik yang kukuh untuk membantu anda memantau prestasi kedai anda, mengenal pasti kekuatan, dan mengenal pasti bidang untuk penambahbaikan.

2.1 Petunjuk Prestasi Utama (KPI)

- **Jumlah Jualan:** Jumlah unit yang dijual dan jumlah pendapatan.
- **Kadar Penukaran:** Peratusan pelawat yang membuat pembelian. Menunjukkan keberkesanan penyenaraian produk dan promosi anda.
- **Nilai Pesanan Purata (AOV):** Jumlah purata yang dibelanjakan bagi setiap pesanan. Strategi seperti kombo dan upsell boleh meningkatkan AOV.
- **Pelawat Unik:** Bilangan pengguna berbeza yang melawat kedai atau halaman produk anda.
- **Paparan Produk:** Bilangan kali halaman produk anda dilihat.
- **Kadar Tambah ke Troli:** Peratusan paparan produk yang mengakibatkan item ditambahkan ke troli.

2.2 Prestasi Operasi

- **Masa Utama Penghantaran:** Purata masa dari pengesahan pesanan hingga penyerahan pakej kepada kurier. Penting untuk kepuasan pelanggan.
- **Kadar Pembatalan:** Peratusan pesanan yang dibatalkan (dimulakan oleh penjual atau dimulakan oleh pembeli disebabkan isu penjual seperti kehabisan stok). Sasarkan kadar pembatalan yang rendah.
- **Kadar Pemulangan:** Peratusan pesanan yang dipulangkan. Kadar pemulangan yang tinggi boleh menunjukkan isu kualiti produk atau penerangan yang tidak tepat.
- **Kadar Penghantaran Lambat:** Peratusan pesanan yang dihantar melebihi tempoh masa yang dijanjikan.

2.3 Metrik Kepuasan Pelanggan

- **Penilaian Penjual:** Penilaian purata yang diberikan oleh pembeli kepada kedai anda. Penilaian yang tinggi (contohnya, 4.8 bintang atau lebih) adalah penting untuk kepercayaan dan keterlihatan.
- **Kadar Respons Sembang (CRR):** Peratusan pertanyaan pembeli yang anda balas dalam tempoh masa yang ditetapkan. Respons pantas meningkatkan kepuasan pelanggan.
- **Masa Respons Sembang (CRT):** Purata masa yang diambil untuk membala mesej pembeli.
- **Peratusan Ulasan Negatif:** Peratusan pesanan yang menerima penilaian rendah atau maklum balas negatif.

2.4 Mengakses dan Mentafsir Data

1. **Papan Pemuka Seller Center:** Papan pemuka utama anda menyediakan gambaran keseluruhan pantas mengenai metrik utama, amaran, dan tugas yang belum selesai.
2. **Tab Wawasan Perniagaan / Analitik:** Navigasi ke bahagian ini di Seller Center untuk laporan terperinci.

Jenis Laporan:

- **Laporan Jualan:** Pecahan jualan mengikut produk, kategori, tarikh, dsb.
- **Laporan Trafik:** Fahami dari mana pembeli anda datang (carian, kategori, iklan).
- **Laporan Prestasi Produk:** Analisis prestasi produk individu, mengenal pasti produk terlaris dan produk yang kurang berprestasi.
- **Laporan Prestasi Operasi:** Paparan terperinci mengenai metrik penghantaran, pembatalan, dan pemulangan anda.
- **Laporan Khidmat Pelanggan:** Wawasan mengenai prestasi sembang anda dan maklum balas pelanggan.

Wawasan Boleh Tindakan:

- Kenal pasti produk yang bergerak perlahan dan pertimbangkan promosi.
- Perbaiki penerangan atau gambar produk jika kadar penukaran rendah.
- Optimumkan proses operasi untuk mengurangkan masa utama dan pembatalan.
- Tangani maklum balas negatif dan tingkatkan perkhidmatan pelanggan.

3. Menguruskan Ulasan Pelanggan

Ulasan pelanggan adalah penting untuk membina kepercayaan dan mempengaruhi keputusan pembelian di AuraMall. Pengurusan ulasan yang aktif dan profesional adalah penting.

3.1 Kepentingan Ulasan

- **Kredibiliti & Kepercayaan:** Penilaian tinggi dan ulasan positif membina keyakinan pembeli terhadap produk dan kedai anda.
- **SEO & Keterlihatan:** Produk dengan ulasan yang baik sering menduduki ranking lebih tinggi dalam hasil carian.
- **Wawasan Pembeli:** Ulasan memberikan maklum balas berharga mengenai kualiti produk, ketepatan penerangan, dan pengalaman penghantaran.

3.2 Membalas Ulasan

Sentiasa balas ulasan, baik positif maupun negatif, dengan cara yang profesional dan konstruktif.

Untuk Ulasan Positif (4-5 bintang):

- **Ucapkan Terima Kasih kepada Pelanggan:** Nyatakan penghargaan atas pembelian dan maklum balas positif mereka.
- **Peribadikan:** Sebutkan butiran khusus jika berkenaan (contohnya, "Gembira anda menyukai warna ini!").
- **Menggalakkan Perniagaan Berulang:** "Kami menantikan untuk melayani anda lagi!"

Untuk Ulasan Negatif (1-3 bintang):

- **Mohon Maaf dengan Ikhlas:** Akui ketidakpuasan hati pelanggan. "Kami amat kesal mendengar pengalaman anda ini."
- **Berempati:** Tunjukkan pemahaman terhadap kekecewaan mereka.
- **Tawarkan Penyelesaian/Langkah Seterusnya:** Jika itu boleh diselesaikan (contohnya, item rosak), cadangkan menghubungi sokongan pelanggan atau mesej langsung untuk penyelesaian. "Sila hubungi pasukan khidmat pelanggan kami melalui sembang agar kami dapat membantu anda dengan lebih lanjut."
- **Belajar daripada Maklum Balas:** Gunakan maklum balas tersebut untuk memperbaiki produk atau perkhidmatan anda.
- **Kekalkan Profesionalisme:** Elakkan nada yang argumentatif atau defensif.

Garis Panduan Respons:

- **Ketepatan Masa:** Balas dengan segera, sebaik-baiknya dalam masa 24-48 jam.
- **Keringkasan:** Kekalkan respons yang jelas dan tepat.
- **Bahasa Profesional:** Sentiasa gunakan bahasa yang sopan dan hormat.
- **Tiada Maklumat Peribadi:** Jangan sekali-kali berkongsi butiran peribadi pelanggan atau perniagaan anda dalam respons awam.

3.3 Melaporkan Ulasan Tidak Sesuai

AuraCart mempunyai garis panduan komuniti yang ketat. Anda boleh melaporkan ulasan yang melanggar dasar ini.

Bila Melapor:

- Ucapan kebencian, kata-kata lucu, atau diskriminasi.
- Serangan peribadi atau gangguan.
- Spam atau kandungan promosi yang tidak berkaitan dengan produk/perkhidmatan.
- Maklumat palsu atau mengelirukan yang bertujuan untuk merugikan perniagaan anda secara berniat jahat.
- Pendedahan maklumat peribadi.
- Kandungan yang tidak berkaitan dengan produk atau pengalaman penghantaran (contohnya, hanya mengulas perkhidmatan kurier tanpa menyebut produk).

Cara Melapor:

1. Di Seller Center, navigasi ke "Product Ratings & Reviews."
 2. Cari ulasan yang ingin anda laporkan.
 3. Klik pada pilihan "Report" atau "Dispute" di sebelah ulasan.
 4. Pilih sebab pelaporan dan berikan bukti atau penjelasan yang jelas.
- **Semakan AuraCart:** Pasukan moderasi AuraCart akan menyemak laporan anda dan mengambil tindakan yang sesuai jika ulasan tersebut melanggar garis panduan.

3.4 Menggalakkan Ulasan Positif

- **Perkhidmatan Cemerlang:** Cara terbaik untuk mendapatkan ulasan positif adalah dengan secara konsisten menyediakan produk berkualiti tinggi dan perkhidmatan pelanggan yang luar biasa.
- **Penghantaran Tepat Masa:** Penghantaran yang pantas dan boleh dipercayai secara signifikan mempengaruhi kepuasan pembeli.
- **Penerangan Tepat:** Pastikan penyenaraian produk anda adalah tepat dan terperinci untuk menguruskhan jangkaan pembeli.
- **Peringatan Lembut:** Selepas penghantaran yang berjaya, sistem AuraCart mungkin secara automatik meminta pembeli untuk memberikan ulasan. Anda juga boleh menyertakan nota sopan dalam pembungkusan anda meminta maklum balas.
- **Menangani Isu Secara Proaktif:** Selesaikan sebarang isu atau aduan pelanggan dengan cepat dan profesional *sebelum* ia bertukar menjadi ulasan negatif di khalayak ramai.

Dengan menggunakan alat canggih ini, anda boleh mengoptimumkan kedai AuraCart anda untuk pertumbuhan, kecekapan, dan kejayaan yang berterusan.