

Zasady sortowania ofert na listingach „trafność”

Łatwość odszukania pożądanej oferty zdecydowanie wpływa na to jak często jest ona kupowana. Aby ułatwić klientom, odnalezienie poszukiwanego produktu w Waszym sklepie, jak również pośród innych konkurencyjnych propozycji, prezentujemy zasady, które warto mieć na uwadze, by oferta sklepu miała wysokie wyniki w wyszukiwanych pod kątem trafności.

1. Ocena oferty – produkt oceniany jest przez Kupujących. Może otrzymać maksymalnie 6 gwiazdek oraz recenzję opisową z wyszczególnieniem zalet i wad. Średnia tych ocen przy produkcie wpływa na pozycję wyświetlenia na liście produktów wg trafności.
2. Ocena sprzedawcy – klienci oceniają zgodność otrzymanego towaru z opisem, kontakt ze sklepem, szybkość wysyłki, a także mają do dyspozycji funkcję „polecam”, sygnalizując tę decyzję ikoną kciuka podniesionego w górę. Dodatkowo mogą dołączyć pisemną recenzję. Średnia tych wyników, również wpływa na pozycję produktów danego sklepu w wynikach wyświetlania wg trafności.
3. Zdjęcia – tutaj wpływ ma zarówno dobra jakość fotografii, jak i liczba zdjęć. Im dokładniej przedstawiono ofertę, tym lepiej dla kupującego. W ERLI.pl stawiamy na przejrzystość, dobre wyeksponowanie detali oraz możliwość wykorzystania fotografii produktów sklepu do promocji na naszej stronie głównej. Zdjęcia główne produktu wykonane na białym tle ułatwiają nam działania! Zadbaj o jakość, liczbę i tło zdjęcia głównego – odwdzięczymy się lepszymi wynikami w wyszukiwaniu pod kątem trafności.
4. Kod EAN – uwiarygadnia ofertę. Podanie kodu pozwala na unikalne oznaczenie produktu.
5. Darmowa dostawa – tu komentarz jest zbędny. Jeśli sklep może zagwarantować darmową dostawę, wpływa to na atrakcyjność oferty również w wynikach wyszukiwania pod kątem trafności.
6. Atrybuty – prawidłowe wypełnienie wymaganych atrybutów i ich parametrów porządkuje produkty w ofercie sklepu i całej ofercie na ERLI.pl Można porównać to do rozłożenia produktów na odpowiednie półki w sklepie. Bałagan nie zachęca do zakupów. Im więcej szczegółów pozna klient przed decyzją – tym lepiej.
7. Zgodność z deklarowanym czasem wysyłki towaru.
Zwracamy uwagę na statusy, czasy ich zmiany od momentu złożenia zamówienia. Bierzymy pod uwagę datę nadania, datę ustawienia statusu „wysłano”, a także datę doręczenia przesyłki. Jeśli dotrzymujesz obietnic – produkt zyskuje w rankingu na liście wyszukiwania.
8. Czas dostawy to nie wszystko, ważne jest też zainteresowanie produktem, czyli jak często pojawiał się w zapytaniach użytkowników, ile razy wyświetlali ofertę, a przede wszystkim, ile razy został on zakupiony. Ważne jest też to, jak zainteresowanie rozkłada się w czasie. Im dłużej produkt jest interesujący dla użytkowników, tym lepiej plasuje się na liście wg kryterium trafności