



The Global Language of Business

Водич на GS1 UK – за сите компании членки на GS1

# Онлајн продажба - Вовед

Издание, Април 2015

Издание на македонски јазик, август 2016



# 1. Вовед

Добредојдовте во водичот на GS1 UK за продажба на онлајн продавниците. Овој водич е неманет да понуди информации за продавачите кои веќе се присутни на продавниците и претпоставувајќи дека читателите поседуваат одредено ниво на познавања за оваа тема.

Се надеваме дека овој водич ќе ви биде од корист и поддршка на развојот на вашиот продажен бизнис.

## 2. Како можам да ја зголемам својата продажба преку онлајн продавниците?

Повеќето компании кои продаваат производи преку интернет се среќаваат во една или повеќе онлајн продавници. Најголемите продавници во Велика Британија, со приходи и бројност на производи, се eBay, Amazon, Play.com на Rakuten и Tesco.com. Сите тие се разликуваат малку во однос на тоа кои категории се достапни и од надоместоците кои се наплаќаат.

Сите компании се мулти-категориски трговци на мало и имаат милиони регистрирани корисници. Во зависност од тоа кои производи би сакале да ги продаваат и вашиот пристап кон продажните трошоци, можете да изберете една, комбинација или сите од овие платформи преку кои ќе тргувате.

Поставување на сметка на било која продавница е генерално лесна иако кај некои платформи се минува низ процес на одобрување, а Tesco.com во моментот практикува исклучиво политика на покана на трговците (во вреќо на пишување на овој водич).

Во овој труд, ќе се обезбеди преглед на тоа како да започнете со продажба во главните продавници, вклучувајќи и како да ја добиете вашата производи се постави и совети за максимизирање на вашата продажба.

Во овој водич, ќе ви прикажеме преглед на сè она што ви е потребно за да започнете продажба на главните и најголемите онлајн продавници, вклучувајќи го и знаењето како да го поставите вашиот производ во продавницата и насоки за максимизирање на продажбата.

### Корисен совет

Обезбедете да никогаш да не ги пропуштате весите и известувањата по електронска пошта од продавницата. Не дозволувајте овие информации да не дојдат до гужата за корисници или маркетингот и е-мејл адресата на одделот за продажба на вашата компанија маркетингот и со тоа да пропуштите важни информации кои нема да пристигнат до вистинските тимови.

### Корисен совет

Кога креирате адреса на електронската пошта за вашиот бизнис или адреса преку која ќе се одвива вашата кореспонденција со продавницата, вреди да инвестирате во закуп на сопствен domeјн наместо да ги користите бесплатните емаил сервиси како Hotmail/Live, Gmail, Yahoo или ним сличните. Тоа ќе ви помогне во постигнување на перцепција на професионалноста на вашата компанија.

## 3. Стратегија на Производ

### 3.1 Процес на креирање на производ

#### Дали треба да креирам производи во продавница ?

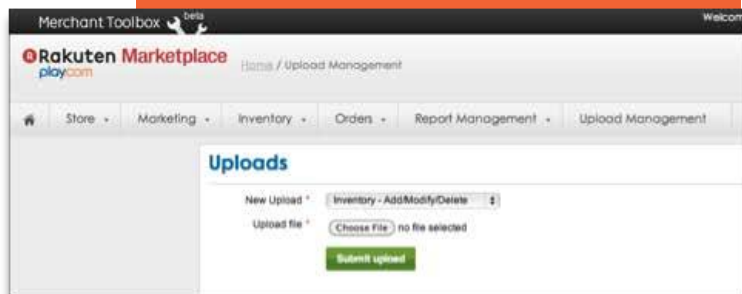
Генерално, тоа зависи од тоа дали тие информации за производите веќе постојат во продавницата. Доколку постојат, вие треба да сте во можност само да креирате на листинг на производите. Доколку не, ќе морате да креирате досие на производите, во кое се содржат сите потребни информации за единиците за да ги информирате купувачите за тоа што им се продава.

#### Како да креирам производи во продавниците?

Доколку ви е побарано да креирате страници за производите на продавниците, ќе приметите дека процесот малку се разликува за секој сајт. Генерално, достапни ќе ви бидат опции каде да направите аплоуд на производите, еден по еден или групно, користејќи текст фајлови. Темплејтите се различни за секој сајт, а се доставуваат од секој сајт директно до вас. За разлика од eBay или специјалните привилегии на големите/одобрени трговци на другите продавници, вашите производи вообичаено ќе поминат низ процес на одобрување, чија должина може да варира.

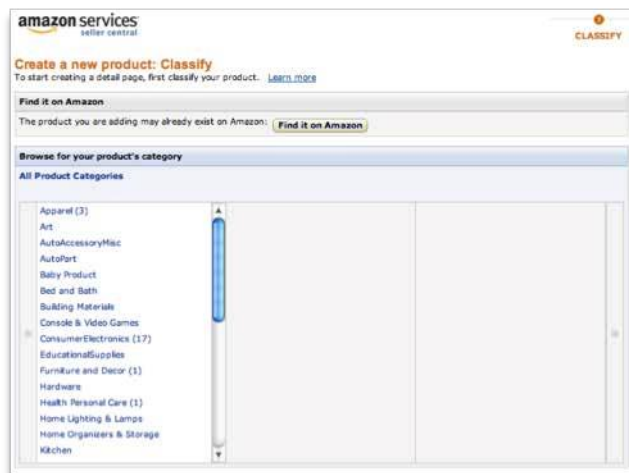
#### Корисен совет

Брз начин да се утврди дали вашите производи веќе постојат на некои продавници е да се креира фајл од групен листинг (вклучувајќи ги и GTIN-овите) и аплоадирање во системската сметка на вашиот трговец. Вообичаено со поврат ќе ви се прикаже кои производи не се совпаѓаат.



Пример за аплоуд на групен листинг на Play.com на Rakuten

Една од клучните информации за еден производ кој се продава онлајн е неговиот GTIN. Погледете во „Користење на Идентификатори на Производот“ поглавјето во овој водич за повеќе информации на оваа тема. GS1 UK има сервис наречен „My Numberbank“ за членките, кој може да се користи како репозитар на информациите (текстуални) за вашите производи и да помогне пробив на производот во различни продажни канали на конзистентен начин.

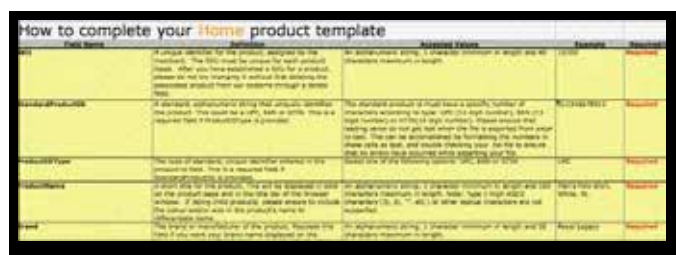


Пример за креирање на производ (горе) и пример за екстракција на фајл на групен листинг на производи (долу), со прикажани инструкции. Двата примера се од Amazon.

#### Кои атрибути му се потребни на производот?

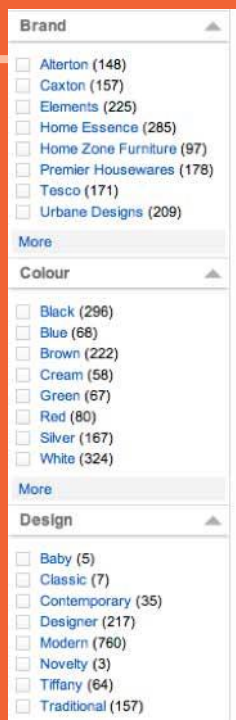
Атрибут на производ е опишен елемент на производ, на пр. боја. Секоја продавница се разликува во барањата во однос на потребните атрибути кои можат да се додадат на секоја категорија производи. Постојат многу темплејт фајлови достапни од секоја продавница кои ги излистуваат полињата кои можат да бидат задолжителни или опционални достапни во секоја категорија на производи каде што можете да ги понудите на продажба вашите производи. Вообичаено постојат задолжителни и опционални полиња.

Кога се одлучува дали да се пополнат опционалните полиња или не, имајте на ум дека секоја информација која ќе му се понуди на купувачот може да му помогне полесно да се одлучи да го купи производот.



### Корисен совет

Проверете кои филтри ги прикажува продавницата која купувачите пребаруваат или разгледуваат производи – не пропуштајте шанса преку зголемен сообраќај на вашите производи да остварат поголема популарност, пополнеги соодветните полиња кога креирате производ.



### Што доколку ги немам сите задолжителни информации за производот да ги внесам?

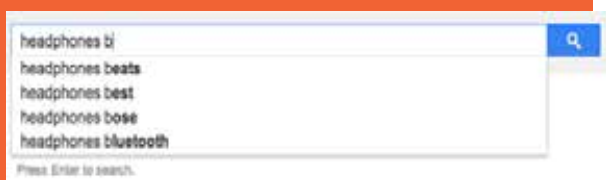
Доколку сте производител на производот, поради можноста добро да ги познавате сите карактеристики и информации, треба да можете креирате информации за производот во продавница. Можеби ќе се јават одреден трошоци правејќи го тоа трошејќи ги сопствените ресурси или користејќи надворешни сервиси.

А доколку сте препродавач на производот, треба да го контактирате оригиналниот производител (или снабувач) за да ги добиете информациите за производот.

Доколку имате потешкотии со информациите за производите, GS1 UK има разни алатки кои нејзините членки можат да ги користат – Контактирајте нè за да дознаете повеќе.

### Корисен совет

Користете ги пребарајте термин полињата при креирање на фајловите на производите за да обезбедите купувачите да можат да ги пројдат вашите производи користејќи клучни зборови кои вообичаено не се појавуваат во нивното насловното име. Користењето на алатки достапни преку големите и популарни пребарувачи (на пр. алатката за клучни зборови на Google) може да ви даде информација за тоа што бараат луѓето во однос на типовите на вашите производи.



### Кои информации за мојот производ/листинг ги индексираат пребарувачите на продавниците?



Пребарувајќи на пример „подарок за маж“ на Play.com на Rakuten може да се забележи дека единиците не ја содржат оваа фраза во индексираниите податоци за производите и поради тоа најверојатно направено е дополнително пребарување за да се снимат сообраќајот од овој термин.

Пребарувачките алатки на продажните сајтови не пребаруваат низ целото производно досие кога корисник ќе внесе клучен збор или фраза. Тие се фокусираат на индексирање само на одредени полиња, што заштедува време и го прави пребарувањето порелевантно за корисниците. Вообичаено се индексираат насловното име на производот, брендот и на пример автор/изведувач/клучни актери, како и термини поврзани со пребарувањето кои се додадени на производот за време на процесот на креирање на производот.

### Важност на добрите слики на производите и добриот квалитет на податоците за производите

Вреди да се посвети време на креирање на добри податоци за производите во продавница. Информациите за производите се вашиот пат за маркетинг до купувачите и потребата од точност и убедителност. Лоштите слики, премногу кусите описи или недостигот на клучни атрибути на производите, би можеле да ги одвратат купувачите.

Генерално, продавниците инсистираат на најмалку една слика за секој производ и даваат насоки за форматот кој тие го бараат.

Пракса која ветува добри резултати е следнава:

**Бела позадина** – овозможува чист поглед и оптимизирана јаснонија на производот.

**Размислувајте зголемено** – многу од сајтовите имаат можност за зумирање. Поради тоа, сликите кои ги поставувате да можат чисто и без пикселизација да се зумираат.

**Дополнителни слики** – доколку вашиот производ изгледа забележително различно од различни агли, голема е веројатноста дека купувачите ќе бидат заинтересирани тоа и да го видат, затоа ставете повеќе слики, а повеќето од продавниците тоа го дозволуваат без дополнителни трошоци.

**Стандарден формат** – JPG форматот е најчесто баран

**Задржете ја чистотата на погледот** – избеднувајте поставување на рамки, логоа, водени знакови или пропратни ефекти. Продавниците вообичаено практикуваат политика која тоа го ограничува, но и естетски се препорачува да се изостават. Доколку е можно прикажете го производот без заштитното пакување.

**Професионален квалитет** – квалитетот на поставената слика е можност за изградба на кредибилитет и доверба со купувачите. Затоа изберете добар стандард и формат на сликата/сликите за да оставите впечаток на професионална организација. Обезбедете добар фокус и добро осветлување.



### Корисен совет

Договорните услови под кои тргувате во една продавница вообичаено значајно одговорноста за точноста на податоците паѓа врз провајдерот на податоците (а тоа сте вие, доколку вие ги доставувате до продавницата). Обезбедете точни податоци кои не содржат измамнички хиперболи, како на пример „Овој производ ќе отстаи 100% од правда од вашиот дом“!

### Корисен совет

The product title is arguably the most important part of a product record to get right. The title will appear in search results and top seller lists alongside other places across a продавница site. It has the most exposure, along with the main product image. Make sure you consider what the customer needs to learn about your product from its title – eg item name, colour, size.

## 3.2 Идентификација на производите

Во еден идеален свет, би постоела уникатна идентификација која се користи универзално од секој производ, но тоа не секогаш е таа во праксата. Во овој дел на Водичот, ќе ви објасниме зошто уникатните Идентификатори се важни како и насоките за нивно добивање.

### Зошто е важна уникатната Идентификација?

Можноста уникатно да се идентификува одреден производ има есенцијално значење, поради тоа што се избегнуваат конфузијата и проблемите низ животниот и продажниот циклус на производот. Тоа овозможува избегнување на дупликации, точноста во контролата на залихите и осигурува купувачите да го добијат исклучиво оној производ кој тие го нарачале.

### Кои Идентификациски Клучеви треба да ги применувам?

GS1 UK е официјално тело во В. Британија (како и GS1 Македонија во Македонија) за издавање на GTIN-ови, кои претставуваат броеви за уникатна идентификација на вашите производи. Книгите се исклучок, а се означуваат со ISBN идентификаторите на производи, кои се доделуваат од страна на ISO TC46 (ISO Техничкиот Комитет): Комитет за Информации и Документација. ISBN може да биде форматиран како GTIN и поради тоа е компатибилен со GS1 стандардите. GTIN може да биде кодиран во форма на баркод или користен како низа на броеви при електронска примена – на пр. на вебсајт или во датабаза. GTIN-овите се глобални, поради што можете да го применувате истиот GTIN за истиот производ било каде во светот.

### Како да добијам GTIN-ови за моите производи?

Доколку сте производител на производ, ќе ви биде потребен GTIN за негова идентификација во продавниците (физичките или онлајн). Можете да закупите според потребите GTIN-ови од GS1 надлежна организација членка. Контакттирајте ја надлежната GS1 организација членка во вашата држава за понатамошни информации.

Доколку сре препродавач на производ, морате да бидете информирани за GTIN-от кој го доделил оригиналниот производител (или добавувач) на производот. За разјаснување доколку имате потреба контактирајте ја надлежната GS1 организација членка во вашата држава.

### Како треба да се менаџира со сопственоста на бренд?

Повеќето производи имаат бренд кој се поврзува со нив, без разлика дали тој бренд е видлив/истакнат или не на производот. Доколку сте сопственик на брендот, обезбедете името на брендот да биде вклучен во насловното име на производот и сите други релевантни полиња. Фалсификуваните производи се строго забранети во продавниците, а вие ќе можете да придонесете да им го попречите влезот. Обезбедете разликлност на вашите производи од сличните или сомнителните единици и пријавете ги сите единици за кои се сомневате дека се фалсификувани, за да бидат истражени од страна на продавницата. продавница за истрага.

Исто така, бидете внимателни при купување на брендираните производи од добавувачи – соработувајте со реномирани компании во кои ќе имате целосна доверба во веродостојноста на производите кои ги купувате. Трговци за кои ќе се утврди дека продаваат фалсификувани производи во продавниците, речиси

### Корисен совет

Не се обесхрабрувајте да излистате исти производи како тие што се наоѓаат на Amazon (Amazon е продавница која го поттикнува конкурентскиот натрпевање). И Amazon може да остане без залихи како и секоја продавница.