

BUDOWANIE I WDRAŻANIE SYSTEMU SPRZEDAŻY INTERNETOWEJ

na przykładzie

don!tpay

serwisy B2B

serwisy zakupów
grupowych

inne

Systemy sprzedaży

sklepy
internetowe

serwisy aukcyjne

Wartość rynku e-commerce w Polsce w 2011 roku

B2C

18 mld złotych

aukcje internetowe

sklepy internetowe

B2B

100 mld złotych

aukcje/przetargi

e-zamówienia

giełdy towarowe

don't pay



Pomysł

Innowacyjność

Wartość dla klienta

Rentowność

Osadzenie pomysłu
w realiach rynkowych

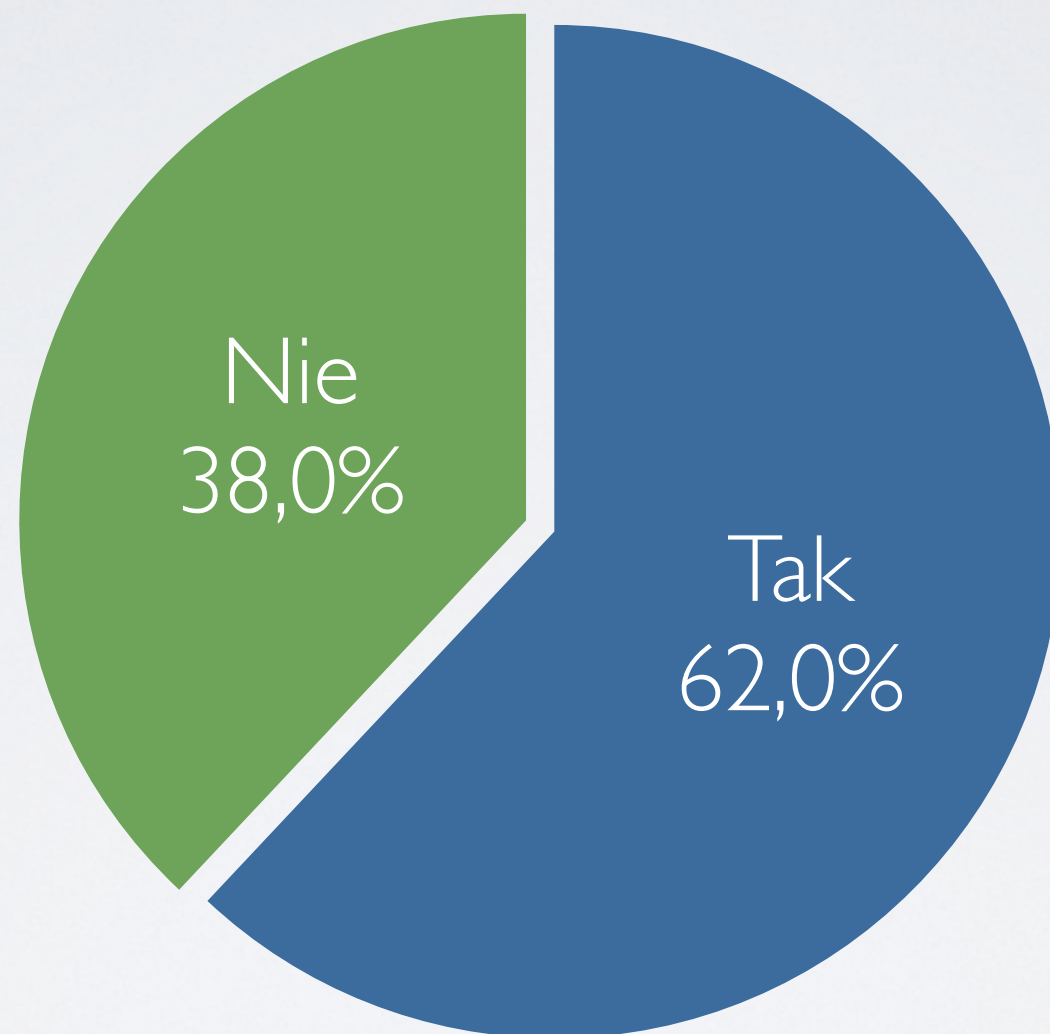
Szacowanie
wielkości rynku

Badanie rynku

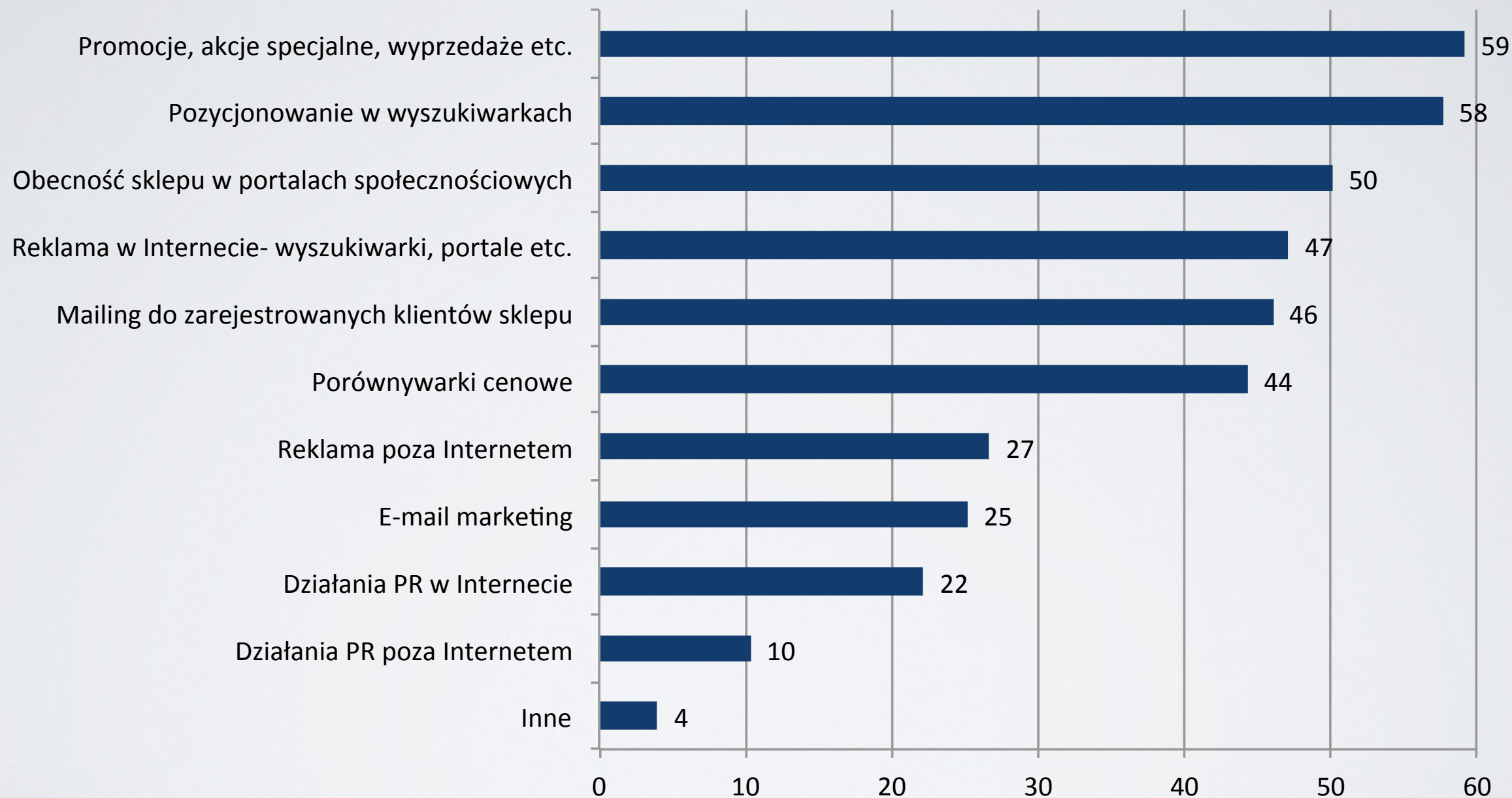
Minimalizacja
ryzyka

Analiza potencjału
oraz możliwości
rozwoju

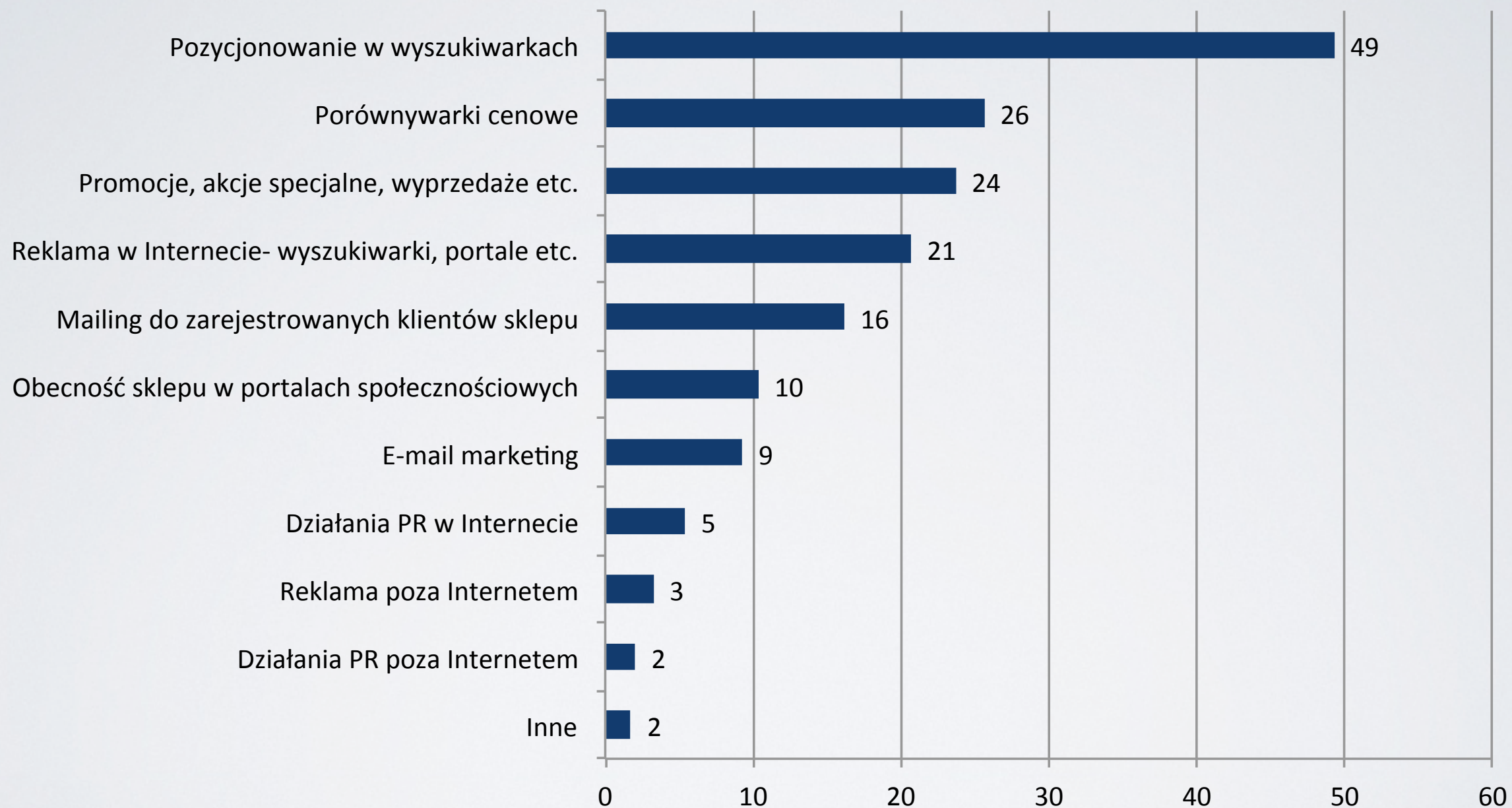
Czy sklep posiada strategię marketingową?



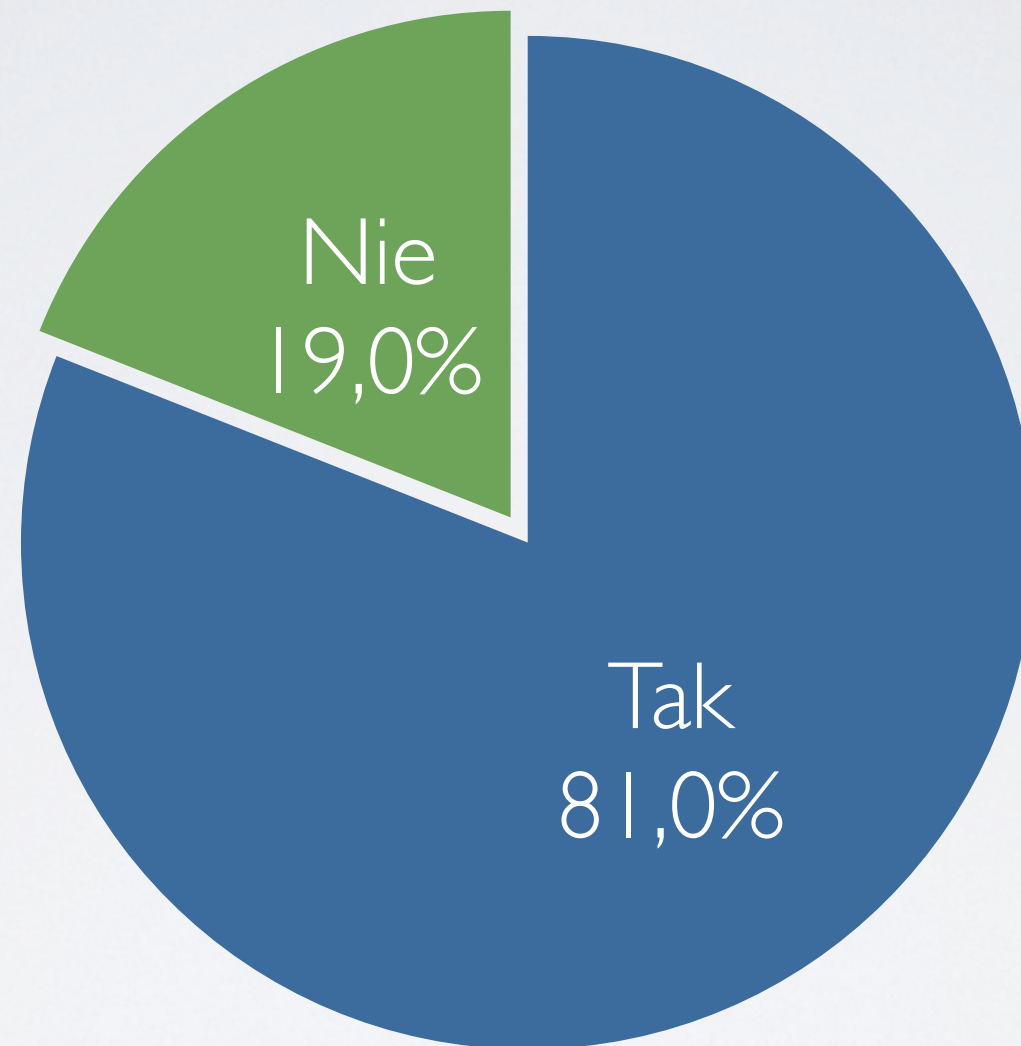
Jakie formy marketingu wykorzystuje się w sklepie?



Które z form marketingowych są najskuteczniejsze?



Czy byłby Pan(i) skłonny zaoferować klientom swoje produkty/usługi nieodpłatnie wiedząc, że otrzyma Pan(i) wynagrodzenie za nie od innej firmy/partnera?



Analiza przedwdrożeńiowa

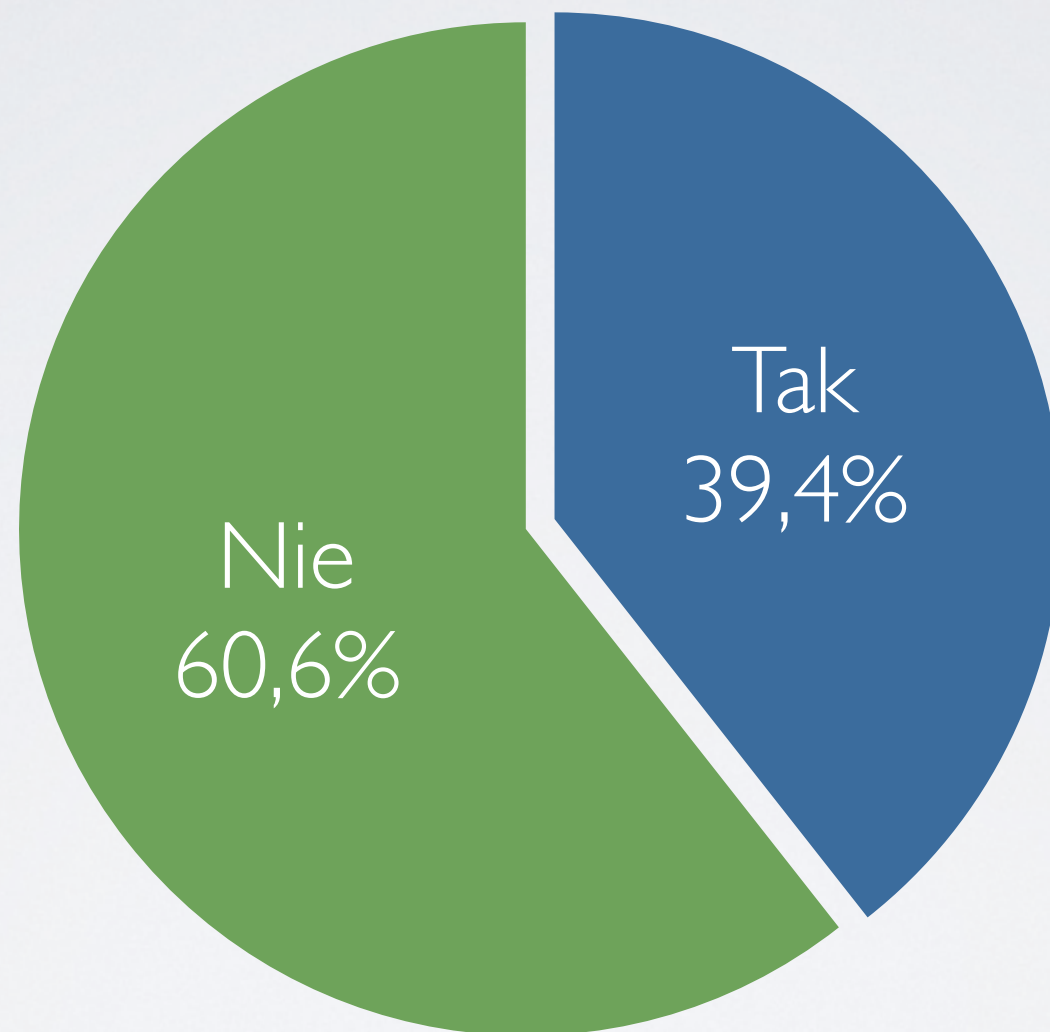
Identyfikacja i opis procesów biznesowych

Zakres funkcjonalny i organizacyjny wdrożenia

Cele biznesowe wdrożenia

Harmonogram i koszty

Czy wdrożenie oprogramowania w Państwa sklepie poprzedzała analiza przedwdrożeniowa?



Dostawcy usług

Sprzęt

Hosting/kolokacja

Umowy z dostawcami:

- płatności online
- banki
- logistyka

Specyfikacja funkcjonalna

Format i struktura danych

Opis funkcjonalności realizujący
wytyczone zadania i procesy biznesowe

Diagramy przepływu danych

Makiety funkcjonalne

Przedstawienie układu elementów strony

Opis elementów ich funkcjonowania

Projekt interakcji z elementami serwisu

Architektura informacji

Grafika oraz usability serwisu

Skuteczność i efektywność działań

Intuicyjność rozwiązań

Dopasowanie do potrzeb użytkowników

Dla partnerów | Dontpay.pl – sprzedajemy inaczej

[Zarejestruj się](#)
[Zaloguj się](#)

[Oferty 2 za 1](#)
[Jak to działa?](#)
[Polecaj i zarabiaj](#)
[Dla partnerów](#)

Zwiększ obrót i zysk...

...zbuduj pozytywny wizerunek marki swojego sklepu!

...poszerz rynek kupujących i klientów...

[Załącz konto](#)
[Zaloguj się](#)

Zakładasz konto partnera

[Kontynuuj](#)

Dontpay > Dla partnerów

[Opis](#)
[Korzyści](#)
[Zastosowanie](#)
[Integracja](#)
[Polecaj](#)
[FAQ](#)

2 minuty, które powiedzą Ci, jak sprzedawać więcej

Dontpay to Inteligentny System Wsparcia Sprzedaży i Promocji

To innowacyjne na polskim rynku narzędzie promocji, marketingu i wsparcia sprzedaży oparte jest o modele **cross-selling** i **pay by shopping**. Dontpay łączy produkty lub usługi dwóch lub więcej partnerów w zestawy ofertowe, dzięki temu Kupujący otrzymują dwa dowolnie wybrane produkty w cenie

[Jak zacząć?](#)

Masz pytania? Zadzwoń!

Infolinia:
+48 12 357 93 33

Możesz zostawić również swój numer telefonu. Skontaktujemy się z Tobą.

[Wyślij](#)

Po co to wszystko?

Ułatwienie przygotowania wyceny
i czasu realizacji

Eliminacja potencjalnych nieporozumień

Przyspieszenie czas realizacji projektu

Uniknięcie wielu błędów i dodatkowych kosztów

Testy z użytkownikami

Określenie stopnia użyteczności

Zrozumienie sposobu zorganizowania informacji,
nawigację i koncepcję serwisu

Zidentyfikowanie mocnych stron serwisu oraz elementów,
które utrudniają lub uniemożliwiają wykonywanie danej
czynności lub znalezienie poszukiwanej informacji

e Raport z badania użyteczności serwisu

Dobrze widoczny główny banner

39



Ścieżka wzroku: Badana 1, 2, 5s



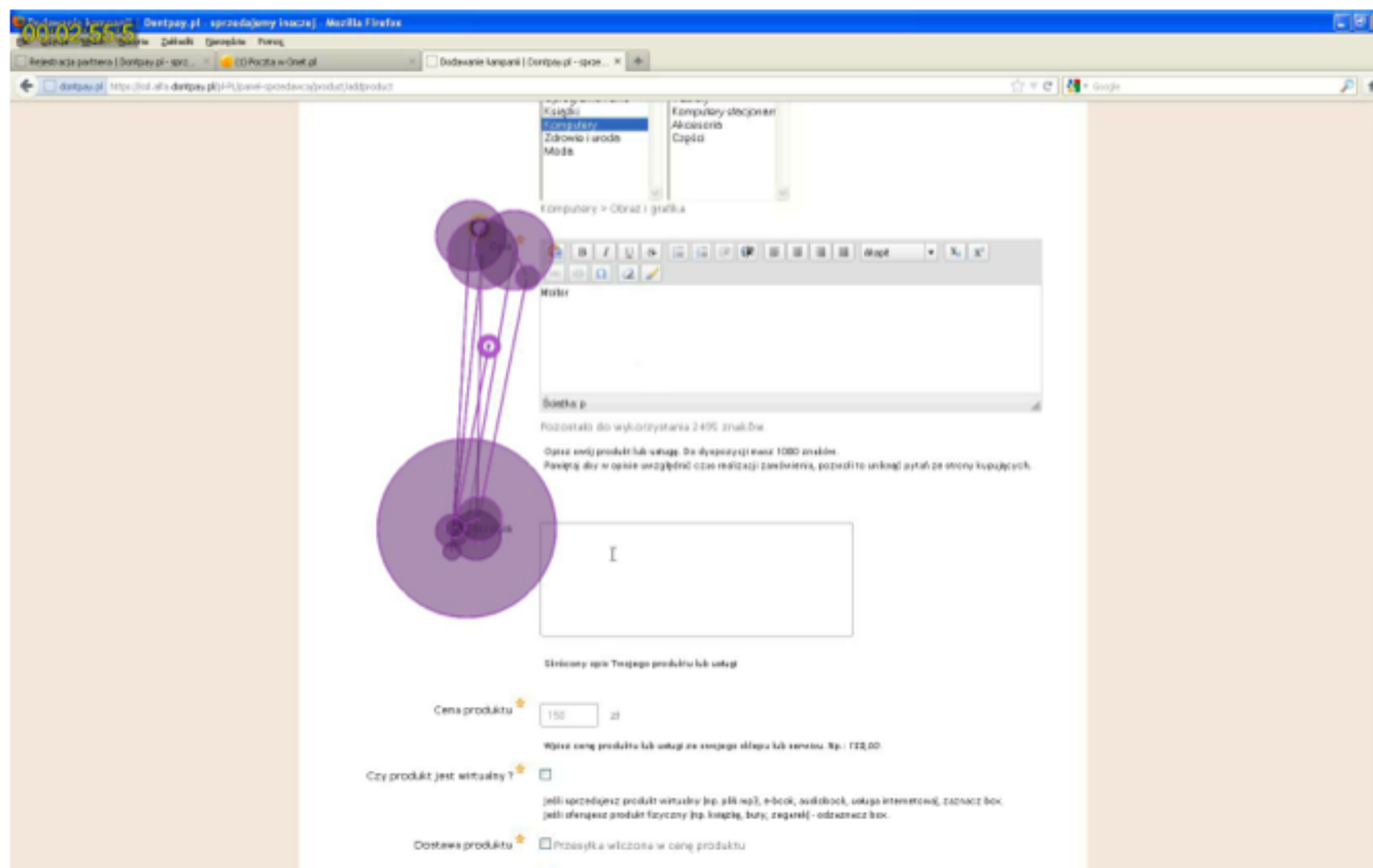
Elementem, który bardzo przyciągał uwagę badanych był główny banner. Oprócz tego, że został zapamiętany przez większość z nich podczas testów 5s., także podczas swobodnej eksploracji strony przyciągał ich wzrok. Banner był ważnym źródłem informacji o przeznaczeniu strony, zwłaszcza przy pierwszym kontakcie z nią.



Raport z badania użyteczności serwisu

Dwa osobne pola do wpisania opisu produktu

66



Ścieżka wzroku: Badany 11, 5s



Badani nie byli pewni, czym te dwa pola różnią się między sobą oraz dlaczego w kreatorze dodawania produktu znajdują się dwa pola z opisem.



Aby zapobiec dezorientacji, należy wprowadzić jedno pole albo dodać informację, że np. „krótki opis” będzie wyświetlał się tylko po otwarciu strony produktu, ale nie w katalogu.

Uruchomienie wersji beta

Weryfikacja założeń

Czy system realizuje rzeczywiste potrzeby użytkowników?

np. wymiana danych z innymi systemami
format importu danych XML
hurtowe dodawanie produktów

Rozwój systemu

Cykle rozwoju oprogramowanie

Komunikacja z użytkownikami

Planowanie nowych funkcjonalności

Dziękuję za uwagę

Marcin Walocha
tel. 664 199 922
marcin.walocha@netpistols.pl



**INNOWACYJNA
GOSPODARKA**
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

