

» Idź do

- Spis treści
- Przykładowy rozdział

» Katalog książek

- Katalog online
- Zamów drukowany katalog

» Twój koszyk

- Dodaj do koszyka

» Cennik i informacje

- Zamów informacje o nowościach
- Zamów cennik

» Czytelnia

- Fragmenty książek online

» Kontakt

Helion SA
ul. Kościuszki 1c
44-100 Gliwice
tel. 032 230 98 63
e-mail: helion@helion.pl
© Helion 1991-2008

Allegro. Jak marzenia zmieniać w pieniądze

Autor: Wojciech Kyciak
ISBN: 978-83-246-2488-1
Format: A5, stron: 152



Najtańszy sposób na wejście do świata e-biznesu!

- Poznaj reguły gry
- Opracuj skuteczną strategię
- Zwiększaj sprzedaż... i zyski!

Sprzedaż poprzez serwisy aukcyjne to obecnie najprostsza i najtańsza forma prowadzenia dochodowego biznesu. Co ważne, klient, który trafia na Twoją aukcję, w większości przypadków jest naprawdę zainteresowany zakupem, a samo wystawienie przedmiotu do sprzedaży nie wymaga od Ciebie ani wiele pracy, ani ponoszenia dużych kosztów. Nie musisz także przejmować się czynszem za powierzchnię sklepową ani spędzać całego dnia za ladą. Wystarczy w zaciszu własnego domu raz dziennie sprawdzić, jakich zakupów dokonano u Ciebie, i niezwłocznie wysłać zamówione towary. To naprawdę jest aż takie proste!

Książka „Allegro. Jak marzenia zmieniać w pieniądze” poszerzy Twoją wiedzę na temat zakładania i sprawnego prowadzenia biznesu w serwisie aukcyjnym Allegro.pl. Nauczysz się ustalać strategię cenową i zasady obowiązujące na Twoich aukcjach, opracujesz także wygląd stron i dowiesz się, jak atrakcyjnie prezentować swoje produkty. Przeczytasz także o tym, jak sprawić, by coraz więcej osób odwiedzało Twoje aukcje, i jak dbać o satysfakcję klienta. Ponadto poznasz zalety i wady różnych form płatności oraz ustalisz kwestie obsługi posprzedażowej. Wszystko po to, abyś mógł odnieść sukces jako wiarygodny i solidny sprzedawca – i osiągać coraz większe zyski!

- Zalety i wady sprzedaży na aukcjach internetowych
- Wybór serwisu aukcyjnego i asortymentu
- Strategia cenowa i szacowanie zysków
- Pierwsze kroki z Allegro
- Ustalanie zasad na własnych aukcjach
- Tworzenie strony aukcji i strony „O mnie”
- Przygotowywanie listu do klientów
- Pierwsze aukcje i zwiększanie sprzedaży
- Obsługa klienta i rodzaje płatności
- Wysyłka i obsługa posprzedażowa
- Zdobywanie stałych klientów i kreowanie marki

Na co czekasz? Już dziś możesz założyć własny biznes na Allegro!

Spis treści

O autorach	7
Wstęp	9
1. Dlaczego właśnie aukcje?	11
<i>Zalety sprzedaży na aukcjach</i>	11
<i>Wady sprzedaży na aukcjach</i>	14
2. Zaczynamy	17
<i>Który serwis aukcyjny?</i>	17
<i>Czym handlować?</i>	18
3. Ustalamy strategię cenową	21
<i>Czym jest strategia cenowa?</i>	21
<i>Rodzaje strategii cenowej</i>	22
<i>Jak walczyć z ceną?</i>	23
<i>Poziom cen</i>	24
<i>Co dalej?</i>	25
4. Szacujemy zyski	27
<i>Liczymy</i>	27
<i>Co dalej?</i>	29
5. Pierwsze kroki z Allegro	31
<i>Rejestracja</i>	31
<i>Panel użytkownika</i>	33

6.	Ustalamy zasady obowiązujące na naszych aukcjach	39
	<i>Podstawowe zasady</i>	39
	<i>Zasady dodatkowe</i>	44
	<i>Zasady na aukcjach użytkownika Rumunek</i> — <i>studium przypadku</i>	45
	<i>Gdzie zamieścić informacje o zasadach?</i>	49
7.	Tworzymy stronę aukcji	51
	<i>Z czego powinna składać się strona aukcji?</i>	51
	<i>Wygląd aukcji</i>	55
	<i>W jaki sposób sprawnie zarządzać wyglądem aukcji?</i>	56
8.	Strona O mnie	59
	<i>Czy strona O mnie jest potrzebna?</i>	59
	<i>Co zamieścić? Krok po kroku</i>	60
	<i>Jak zamieścić?</i>	63
9.	Przygotowujemy list do klientów	67
	<i>Jak powinien wyglądać list do klientów?</i>	67
10.	Wystawiamy pierwsze aukcje	73
	<i>Formularz sprzedaży</i>	73
	<i>Opcje dodatkowe — na co się zdecydować?</i>	75
	<i>Cennik Allegro</i>	77
11.	Zwiększamy sprzedaż na naszych aukcjach	79
	<i>W jaki sposób zwiększać sprzedaż?</i>	79
	<i>Zwiększanie sprzedaży poprzez oferowanie produktów</i> <i>komplementarnych — studium przypadku</i>	83
12.	Obsługa klienta	87
	<i>E-mail</i>	88
	<i>Telefon</i>	91
	<i>Odbiór osobisty</i>	93
	<i>A może Menedżer Sprzedaży?</i>	94
	<i>Studium przypadku</i>	94
13.	Płatności	99
	<i>Jakie rodzaje płatności wybrać?</i>	99
	<i>Jak płacić Allegro?</i>	104

14.	Wysyłka	105
	<i>Jak pakować?</i>	105
	<i>Jak wysyłać?</i>	108
15.	Obsługa posprzedażowa	113
16.	Zdobywamy stałych klientów	121
	<i>Obsługa klienta to podstawa</i>	122
	<i>Sprawdzamy, czy nasza branża ma stałych klientów</i>	
	— <i>studium przypadku</i>	126
	<i>Na koniec</i>	130
17.	Kreujemy markę na aukcjach	131
	<i>Konkretne sposoby kreowania marki na aukcjach</i>	132
18.	Jak nie dać się konkurencji?	137
	Skorowidz	145

Jak nie dać się konkurencji?

Znajdujemy się prawie przy końcu książki. Jeżeli dobrnąłeś do tego momentu, na pewno jesteś zainteresowany sprzedażą na aukcjach. Przed Tobą jeszcze długa droga, zanim wystawisz pierwsze aukcje i zaczniesz sprzedawać. Potem czeka Cię, drogi Czytelniku, bój z konkurencją. Aukcje internetowe stają się na tyle atrakcyjne dla firm różnego rodzaju, różnej wielkości, że w zasadzie bardzo trudno w tej chwili znaleźć branżę, w której konkurencji nie ma. Tak więc decydując się na sprzedaż na aukcjach, musisz być przygotowany, że łatwo nie będzie. W tym rozdziale przygotowaliśmy spis najważniejszych elementów, od których zależy ostateczny sukces. Musisz zadbać o to, aby w tych dziedzinach osiągnąć jak największą przewagę nad konkurencją.

1. **Cena.** Kwestia ceny wydaje się kluczowa na takim rynku, jak aukcje internetowe. To właśnie tutaj znaleźć można najwięcej osób polujących na okazję, gotowych szukać towaru godzinami, aby w ostateczności kupić go o kilka złotych taniej. Tym tropem podążają również sprzedawcy. W obliczu ogromnej konkurencji wielu z nich stara się wyprzedzać innych właśnie cenami, decydując się tym samym na bardzo niskie marże. Nie są one oczywiście na tyle niskie, żeby nic nie zarobić. Warto zdać sobie sprawę, że w wielu przypadkach sprzedawcy nastawiają się w pierwszej kolejności na uzyskanie możliwie największego obrotu, który będzie gwarantem uzyskania

- korzystniejszych cen u dostawców, a w ostateczności zarobienia większych pieniędzy. Bądź tego świadom, zanim zniechęcisz się pierwszymi zarobkami, które mogą nie być oszałamiające.
2. **Towar.** Sprawa, wydawałoby się, logiczna, a nie wszyscy zdają się o tym pamiętać. Nie zawsze liczy się tylko i wyłącznie cena. Wielu klientów chętnie zapłaci więcej, jeżeli otrzyma coś lepszego. Dlatego też powinniśmy zawsze dużą uwagę kierować na to, aby oferowany towar był najlepszej jakości. Jak myślisz, jak długo utrzyma się biznes, który bazuje na fatalnej jakości odtwarzaczach DVD w bardzo korzystnej cenie? Z pewnością nie jest to biznes przyszłościowy. Początkowo dobra sprzedaż z czasem będzie się zmniejszać za sprawą komentarzy, a także braku stałych klientów (w końcu kto drugi raz będzie chciał kupić coś, co popsuje się po tygodniu). Dobierając towar, nie zwracaj uwagi tylko i wyłącznie na cenę. Sprawdź, co za nią otrzymasz. Wybieraj oferty, w których stosunek ceny do jakości jest najlepszy.
 3. **Komentarze.** Komentarze to, naszym zdaniem, trzeci co do ważności element, który ma wpływ na atrakcyjność oferty. W zasadzie każdy doświadczony sprzedawca na aukcjach może opowiedzieć historię, w jaki sposób wzrastały jego obroty wraz ze wzrostem liczby komentarzy. Oczywiście takie zjawisko występuje do pewnego momentu, ale dobitnie świadczy o tym, jak ważne dla klientów jest to, czy sprzedawca ma dużo pozytywnych komentarzy. Na dodatek bardziej dociekliwi klienci sprawdzą, w jaki sposób zdobyłeś te komentarze — sprzedając ołówki (nacisk na szybkie zdobycie komentarzy) czy też handlując cały czas towarem ze swojej branży (zgodnie z przysłowiem: „Nie od razu Kraków zbudowano”). Co więcej, bardzo ważne dla wielu jest także to, w jaki sposób tłumaczysz się z komentarzy negatywnych lub neutralnych. Obrażając swoich kontrahentów (nawet jeżeli masz rację), zaprezentujesz się w złym świetle. Pamiętaj o tym, zanim zdecydujesz się

napisać o kilka słów za dużo. Znamy również osoby, które zwracają szczególną uwagę na komentarze z ostatnich 30 dni. Robią to zazwyczaj po to, aby sprawdzić, jak wygląda jakość obsługi w ostatnim czasie (w końcu obsługa klienta nie musi stać na tym samym poziomie przez cały czas handlowania).

4. **Status Super Sprzedawcy.** Kolejnym ważnym elementem atrakcyjności oferty jest status Super Sprzedawcy. Trzeba sobie na niego zapracować (pisaliśmy o tym kilka rozdziałów wstecz), ale z pewnością warto. Dla wielu użytkowników aukcji, szczególnie tych początkujących, jest to najlepszy dowód, że transakcja nie jest obciążona ryzykiem. Klienci, którzy kupują u Super Sprzedawców, często w ogóle nie czytają ich komentarzy, tylko po prostu zamawiają. Status Super Sprzedawcy dowodzi również, że dla tego sprzedawcy sprzedaż na aukcjach nie jest zajęciem z doskoku. Aby uzyskać taki status, towar należy mieć stale w obrocie. A to dla klienta bardzo ważny znak — szczególnie w takich kwestiach, jak gwarancja, zwroty czy obsługa posprzedażowa. Przeciętny klient uważa, słusznie zresztą, że Super Sprzedawca nie zwinie interesu nagle i nie zostawi go z problemem. Niewątpliwie posiadanie tego znaczka znacznie zwiększa zaufanie wśród klientów, którzy mają o wiele mniejsze obawy przed kupnem towaru na aukcji.
5. **Czas realizacji zamówienia (dostępność towaru).** Klienci kupujący towary na odległość są coraz bardziej wymagający. Kiedyś wystarczyło im, że nie zostali oszukani i otrzymali zamówiony towar. Teraz stawiają coraz więcej warunków. Jednym z nich jest to, żeby zamówiony towar dotarł do nich jak najszybciej. Dlatego też na aukcjach powinniśmy informować o czasie realizacji zamówienia. Jeśli tego nie zrobimy, stracimy wielu klientów na etapie przeglądania oferty. Z naszych doświadczeń wynika, że najlepsze komentarze i największą sprzedaż mają zazwyczaj ci sprzedawcy, którzy oferowany towar wysyłają bezpośrednio z magazynu lub swojej siedziby (nie sprowadzają go od dostawcy po otrzymaniu

zamówienia). Dlatego też staraj się mieć w ofercie jak najwięcej takich produktów. Jeżeli nie jest możliwe posiadanie w magazynie wszystkich oferowanych produktów, postaraj się chociaż o część. Zawsze informuj o czasie realizacji zamówienia. Rób to sumiennie, ponieważ jeżeli będziesz przesadzał co do szybkości wysyłki, prawda wyjdzie na jaw w komentarzach.

6. **Wysyłka.** Dla wielu klientów jest to również jeden z ważniejszych elementów. Szczególnie wtedy, gdy oferowane produkty mieszczą się raczej w niskim przedziale cenowym. Często wśród kupujących rodzi się wtedy pytanie, czy warto oszczędzać na aukcjach kilka złotych, aby zapłacić za wysyłkę więcej, niż wynoszą te oszczędności, czy też może lepiej udać się do sklepu w centrum miasta, gdzie zakupimy być może nieco drożej, ale za wysyłkę nie zapłacimy. W branżach, gdzie przedział cenowy jest wyższy, ten problem w zasadzie zanika, ale wciąż pozostaje kwestia kosztów wysyłki w stosunku do kosztów wysyłki konkurentów. W zasadzie każdy kupujący na aukcjach wylicza, ile musi zapłacić, sumując faktyczną cenę towaru i koszt wysyłki. Dlatego też niezmiernie ważne jest, aby nie ustępować w tym względzie konkurentom. Nie możemy również pozostać w tyle, jeśli chodzi o proponowane warianty dostarczenia przesyłki. Mamy na myśli przede wszystkim umożliwienie korzystania z usług firm kurierskich jako dopełnienie oferty Poczty Polskiej. Temu tematowi więcej uwagi poświęciliśmy w rozdziale dotyczącym wysyłki.
7. **Specjalizacja.** Dla wielu potencjalnych klientów ważne jest, czy osoba, u której zakupimy produkt, specjalizuje się w sprzedaży, czy sprzedaje go tylko dodatkowo. Ci pierwsi, rzecz jasna, są o wiele milej widziani. Każdy woli kupować u specjalistów, którzy zajmują się sprzedażą tylko i wyłącznie w danej branży. Takie osoby zazwyczaj mają większą wiedzę na temat sprzedawanego towaru, a w swojej ofercie mogą mieć produkty, które klient dokupi jako produkty komplementarne. Ta ostatnia cecha jest oczywiście bardzo pożądana, ponieważ, jak już pi-

saliśmy kilka razy w tej książce, wielu użytkowników nie poprzestanie na zakupie jednego produktu.

8. **Kontakt.** Jedną z cech dobrej strony aukcji i dobrej strony *O mnie* jest właściwe zaprezentowanie działu kontaktowego. W momencie gdy potencjalnym klientom damy możliwość kontaktu tylko i wyłącznie poprzez e-mail, szybko przekonamy się, jak duży błąd popełniliśmy. Wystawiając aukcję i podając w widocznym miejscu numer telefonu, bardzo szybko przekonamy się, jak ważna dla wielu klientów jest ta forma kontaktu. Zauważalny staje się trend, że koniec rozmowy telefonicznej w zasadzie oznacza ubicie interesu i w chwilę po odłożeniu słuchawki spływa zamówienie. Przyczyn tego zjawiska można upatrywać przede wszystkim w tym, że bardzo często potencjalny klient chce przekonać się, czy ma do czynienia z poważnym sprzedawcą i czy ktokolwiek w ogóle odbierze telefon i rozwieje jego wątpliwości. Poprzez rozmowę telefoniczną bardzo szybko możemy wzbudzić zaufanie osób dzwoniących. A wtedy do złożenia zamówienia pozostaje już tylko kilka kliknięć. Podczas kilkuminutowej rozmowy można rozwiązać wątpliwości klienta i rozwiązać jego problemy. Jeżeli pewnie odpowiemy na pytania, chętnie zamówi właśnie u nas. Coraz częściej sprzedawcy proponują kontakt poprzez komunikatory internetowe, takie jak Gadu-Gadu, lub komunikatory głosowe, wśród których prym wiedzie Skype. Nie bójmy się tej formy kontaktu — szybko przekonasz się, jak chętnie korzystają z niej kupujący.
9. **Zdjęcia.** W branżach takich, jak odzież, obuwie, biżuteria dobre zdjęcia to klucz do odniesienia sukcesu. Na szczęście wielu sprzedawców zdaje sobie z tego sprawę. Ty nie możesz być gorszy. Zawsze staraj się o jak najlepsze fotografie. Wykonuj je w miarę możliwości sprzętem dobrej jakości. Zadbaj o ujęcia z kilku stron, zbliżenia (np. na metki przy ubraniach). Nie obawiaj się prezentować kilku zdjęć na jednej aukcji. Jeżeli i to będzie za mało, zaproponuj chętnym dostanie dodatkowych zdjęć bezpośrednio poprzez e-mail.

10. **Opis.** Oprócz zdjęć elementem, w którym możemy być lepsi od konkurentów, są opisy aukcji. Są one szczególnie ważne w sytuacji, w której sprzedajesz używane produkty. Wtedy klientów szczególnie mocno interesować będzie stan oferowanego towaru. O opisach więcej napisaliśmy przy okazji omawiania strony aukcji.
11. **Możliwość uzyskania faktury VAT, paragonu.** Niektóre branże charakteryzują się tym, że potencjalnymi klientami okazują się firmy. A firmom bardzo często zależy na uzyskaniu faktury VAT. Powinieneś w zasadach swoich aukcji napisać o tym, że oferujesz faktury VAT dla firm, a paragony dla klientów nieprowadzących działalności gospodarczej. Ma to jeszcze jeden aspekt — firmy zazwyczaj budzą większe zaufanie wśród klientów, szczególnie w takich kwestiach, jak gwarancja na oferowane produkty, zwroty, wymiana towarów.
12. **Dostęp do kont bankowych.** Kolejnym elementem, który może nas wyróżnić spośród konkurencji, jest dostęp do kilku kont bankowych. Część klientów lubi przeprowadzać transakcje z tymi sprzedającymi, którzy mają konto w tym samym banku co oni. Oczywiście ma to związek z opłatami za przelew, które zazwyczaj nie istnieją w przypadku przelewu między kontami w tym samym banku. Dodatkowym atutem będzie również skorzystanie z oferty *Płatności Allegro*, o której już pisaliśmy w tej książce.
13. **Oprawa graficzna aukcji.** Ostatnim elementem, który wymieniamy w tym rozdziale, jest oprawa graficzna. Coraz większa liczba użytkowników, planując zakup, zwraca uwagę na walory estetyczne strony. Najważniejsza sprawa w tym przypadku to jasna treść w przyjemnej, nieodrzucającej od ekranu formie.

Wojciech Kyciak: Które aspekty handlu aukcyjnego są, twoim zdaniem, kluczowe?

Jerzy Ronkiewicz: Przede wszystkim łatwość dotarcia z ofertą do dużej rzeszy kupujących. Na pewno też brak konieczności żmudnego promowania sklepu w wyszukiwarkach, łatwość promocji i praktycznie natychmiastowa sprzedaż.

W.K.: W jaki sposób konkurujesz z firmami z tej samej branży?

J.R.: Na to na pewno składa się wiele czynników. I na pewno nie tylko cena. Dużą rolę odgrywa jakość obsługi, szerokość asortymentu – ale też bez przesady, jakość towaru, szybkość wysyłki, szybkość odpowiedzi na maile, dostępność telefonu kontaktowego itd. Staram się stosować wyróżniającą się szatę graficzną aukcji, jak najlepiej opisywać towar, mieć jak najlepsze zdjęcia.

W.K.: W jakich elementach masz przewagę?

J.R.: Moim zdaniem moje atuty to doświadczenie i specjalizacja. Znam się na tym, co sprzedaję, i potrafię klientowi doradzić. Mam też najwyraźniej dobre opisy – wnioskuje to po tym, że większość konkurencji najzwyczajniej w świecie rzyna je ode mnie. Potwierdzają to też klienci – choćby w rozmowach telefonicznych. I na pewno mam dobre zdjęcia.