В начале апреля, компания Shopify в своём блоге представила статью **Адама Роджерса**:

«39 пунктов, по которым можно определить, степень доверия клиентов к вашему Интернет-магазину?».

Исходя из того, что Shopify – это одна из самых известных и надёжных компаний, которая занимается разработкой программного обеспечения для онлайн и розничных магазинов уже более 15 лет, то мы посчитали статью достаточно авторитетной. Поэтому решили перевести и представить для наших читателей чек-лист, предлагаемый автором для оценки надёжности магазина.

Чек-лист, с помощью которого можно определить, доверяют ли клиенты вашему магазину

Новое исследование показывает, что заботит клиентов при покупке онлайн

Что такое чек-лист доверия к интернет-магазину?

Исследовательская группа компании Shopify провела серию подробных интервью с североамериканскими покупателями. Их целью было выяснить, как формируется доверие покупателей к интернет-магазинам.

Опросы проводились для того, чтобы помочь владельцам бизнеса понять, каким образом создаются доверительные отношения с клиентами.

Как использовать чек-лист?

Он разделен на пять областей, которые охватывают все этапы покупки. Каждое утверждение оценивается в зависимости от его влияния на укрепление доверия:

Очень важно	Важно	Желательно
Решающее значение для доверия клиентов	Желательно для доверия клиентов	Менее важно для доверия клиентов, но должно быть

1. **Первое впечатление о вашей домашней странице**

Цель:

Создайте домашнюю страницу, которая приглашает клиента остаться и осмотреться. Он с первого взгляда должен определить, о чем ваш магазин.

Очень важно:

- [ ] Контент должен состоять из качественных фотографии и не иметь ошибок.
- [ ] Макет должен быть неперегруженным.
- [ ] Навигация интуитивно понятной и доступной на всех устройствах.

Важно:

- [ ] Названия категорий в навигации ясны и легко читаемы (например, Магазин, Женщины, Мужчины, О компании, Контакты и др.).
- [ ] При международной продаже: контент переводится и цены указаны в местной валюте.

Желательно:

- [ ] Все страницы в вашем магазине загружаются быстро без каких-либо ошибок (обычно покупатели обращают внимание, когда страницы работают медленно или недоступны).

2. **Предоставьте всю необходимую информацию**

Цель:

Сделайте информацию на страницах продукта легкой для поиска.

Очень важно:

- [ ] Большое количество фотографии товара на каждой странице.
- [ ] Описание продукта разбито на отдельные пункты для удобства чтения.
- [ ] При необходимости страница содержит таблицу размеров, предпочтительно с переводом в разные системы.
- [ ] Страница содержит последние обзоры товара.

Важно:

- [ ] Политика возврата и информация о доставке на странице продукта.

Желательно:

- [ ] На странице товара видео о нём.
- [ ] Только для рабочего стола: опция «Быстрый просмотр» для коллекций, которая позволяет клиентам знакомиться с товаром, не открывая страницу.

3. **Расскажите клиентам о вашем бизнесе**

Цель:

Поделитесь историей своего бренда и расскажите, почему и как вы начали бизнес.

Очень важно:

- [ ] В магазине есть страница «О нас».
- [ ] В магазине есть страница контактов.
- [ ] Страница контактов содержит номер телефона.
- [ ] Содержание страницы «О нас» включает в себя подробную историю бренда.

Важно:

- [ ] Страница контактов включает в себя профессиональный адрес электронной почты, связанный с доменом магазина (например, info@yourstore.com, а не yourstore@outlook.com).
- [ ] Магазин предлагает возможность связаться со службой поддержки через онлайн чат.

Желательно:

- [ ] При необходимости, на странице контактов указывается адрес продавца, его физическое местоположение.

4. **Продемонстрируйте довольных клиентов и социальные доказательства**

Цель:

Представьте клиентам социальные доказательства того, что они ищут о вашем бренде и его продуктах.

Очень важно:

- [ ] Отзывы о товаре положительные или имеющие рейтинг 70% и более на страницах товара.
- [ ] Отзывы о товарах на площадках за пределами интернет-магазина в основном положительные (если применимо).
- [ ] Отзывы о продуктах, которые носят описательный характер и содержат оценки клиентов на странице товара.

- [ ] В магазине есть ссылки на социальные сети Instagram, Facebook или другие платформы.
- [ ] Отзывы о магазине положительные на внешних сайтах, таких как Google, Facebook, Yelp, TrustPilot, Amazon, eBay и др.

Важно:

- [ ] Отзывы о продуктах на страницах имеют фотографии.
- [ ] Отзывы об одежде /аксессуарах/товаров для здоровья и красоты не анонимны.

Желательно:

- [ ] В отзывах о товаре есть видео.
- [ ] Ссылки на профили магазина в социальных сетях хорошо видны.

5. **Убедитесь, что транзакции прозрачны и просты для выполнения**

Цель:

Развейте сомнения клиентов, снизьте их восприятие риска и исключите сюрпризы на протяжении всего процесса оформления заказа.

Очень важно:

- [ ] Политика возврата ясна и проста для понимания
- [ ] При международной доставке: в политике доставки должно быть четко указано, кто платит пошлины и налоги.

Важно:

- [ ] Указаны расходы на доставку в интернет-магазине.
- [ ] Код скидки может быть применен в корзине.
- [ ] Покупатель может редактировать содержимое корзины.
- [ ] Доступны известные способы оплаты (такие как PayPal и Shop Pay).

Желательно:

- [ ] Отслеживание статуса заказа не является обязательным.
- [ ] Бонусы и скидки для следующих покупок всплывают на странице подтверждения заказа.

- [ ] Легкий доступ к странице контактов в случае необходимости редактирования заказа.
- [ ] Для международных магазинов доступен переключатель языка и валюты.

Мы в социальных сетях:

https://t.me/freehostua

https://www.facebook.com/freehostcomua

Youtube: https://www.youtube.com/user/freehostua