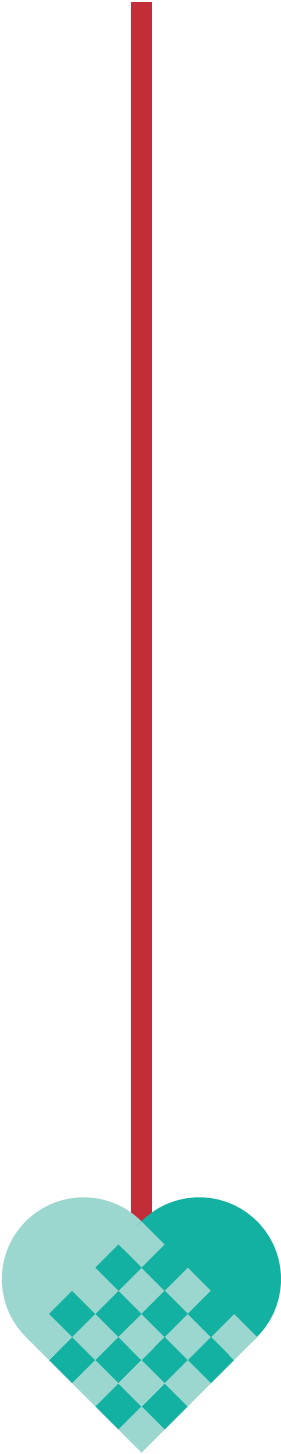




7 tips til din webshops julesalg

- Få gladere kunder, der køber mere





Julen er hjerternes fest, og for dig, der driver en webshop, er det med stor sandsynlighed også den travleste og vigtigste tid på året. Skal din webshop være klar, når julekunderne kommer væltende, skal du dog starte tidligt, så er du endnu ikke begyndt, er det nu, du skal i gang.

Heldigvis behøver det ikke være en tidskrævende proces, og med e-mærkets 7 tips til din webshops julesalg, skal du nok nå det hele.

God fornøjelse

Overblik over de 7 tips

(tip 1)

forlæng
fortrydelsretten

(tip 2)

ubegrænset eller
udvidet bytteservice

(tip 3)

markedsføring af
dine juletilbud

(tip 4)

du skal holde
hvad du lover

(tip 5)

julekonkurrencer på
sociale medier

(tip 6)

fortæl om dine
gode sider

(tip 7)

hold skarpt øje med
din lagerstatus

Tip #1 – Forlæng fortrydelsesretten

I juletiden kan det være en god idé, som en ekstra service, at forlænge den lovpligtige 14 dages fortrydelsesret. F.eks. kan du tilbyde, at fristen for at fortryde løber frem til 12. januar. Gør du det, skal du være opmærksom på, at gavemodtageren fra den dag vedkommende giver besked om at gaven ønskes byttet eller blot returneret, har yderligere 14 dage til at returnere den.



For at gøre julegavebytningen så let som mulig for dine kunder, anbefaler vi, at du vedlægger en seddel sammen med gaven, der fungerer som kvittering. Denne bør indeholde følgende informationer:

- Produktets navn
- Ordrenummer
- Købsdato
- Webshoppens kontaktoplysninger
- Seneste frist for at give besked om bytning eller returnering

Tip #2 – Ubegrænset eller udvidet bytteservice

Det er ikke ligegyldigt, hvilke ord du vælger, når du markedsfører din webshop i julen. Mange webshops tilbyder eksempelvis ubegrænset bytteservice, men det kan vise sig at være en farlig ide. Ubegrænset bytteservice betyder nemlig, at kunderne til enhver tid kan bytte varen til en anden – Også om 2 år!

Du bør i stedet reklamere med udvidet bytteservice og samtidig gøre det meget klart for kunden, inden for hvilke rammer udvidelsen gælder. Det kan eksempelvis være:

- Krav til tidsperioden - eksempelvis 1 år fra gaven blev modtaget
- Krav til varens stand – eksempelvis at originalemballagen skal være intakt
- Krav til dokumentation – eksempelvis at en kvittering skal kunne fremvises

Du kan også tilbyde dine kunder fri ombytning. Gør du det, betyder det, at gavemodtageren frit kan bytte varen til en anden. Dermed skal gavemodtageren holdes omkostningsfri både i forbindelse med returnering af varen, og når du sender den nye vare retur. Dette gælder også, selvom gavemodtageren vælger en dyrere leveringsform, end varen blev leveret med.

Markedsfører du dig med fri ombytning på forsiden, skal du desuden være opmærksom på, at det gælder alle varer på din netbutik. Er den frie ombytning betinget af et krav om rimelige leveringsomkostninger, skal kravet stå på forsiden eller som en del af dine handelsbetingelser.

OBS! Vær opmærksom på, at du ikke kan stille særlige krav til kunden inden for hans/hendes lovpligtige fortrydelsesfrist.

Tip #3 - Markedsføring af dine juletilbud

Tilbud, rabatter og store besparelser er oplagte redskaber, når kampen om julekunderne skal vindes, men det er en god idé at have helt styr på reglerne for prismarkedsføring, så du ikke risikerer, at komme på kant med loven. Særligt 5 regler er vigtige at kende, når dine gode juletilbud skal markedsføres.



25 %
RABAT

1. Normal- eller førpriser skal have været gældende i mindst 6 uger umiddelbart forud for en eventuel julerabat.
2. Skal tilbuddet gælde længere end 2 uger, skal det fremgå præcis hvor længe.
3. Salgsfremmende udtryk som "Kun", "Chokpris" og lignende må udelukkende benyttes, hvis de reelt har et indhold. Altså at købet er særligt fordelagtigt.
4. Du må kun kalde noget gratis, hvis forbrugeren rent faktisk får den gratis vare oveni den eller de varer, der skal købes for at udløse tilbuddet. Prisen for den gratis vare må altså ikke hentes ind på andre varer i transaktionen.
5. Lover du prisgaranti, når man handler på din webshop, skal den også gøres gældende, hvis kunden, i en rimelig periode efter købet, finder varen billigere. Ofte vil 14 dage være tilstrækkeligt.

#4 - Du skal holde, hvad du lover

Juletiden lokker mange nye kunder, som ikke normalt handler på nettet, ud af busken. Spiller du dine kort rigtigt og giver dem en god oplevelse, er der en chance for, at de kommer igen; også efter jul. I den forbindelse er særligt én ting afgørende for at undgå utilfredse kunder.



Kan man regne med, at pakken når frem i tide til at komme under juletræet?

Derfor er det vigtigt, at du er realistisk med, hvornår dine kunder senest skal købe gaven for at være sikker på, at den når frem til juleaften. Du kan løbende holde dig opdateret om denne information på Post Danmark, GLS og de fleste andre distributørers hjemmesider. En pludselig snestorm den 21. december kan nemlig i værste fald forkorte årets julesalg med en dag eller to. Den slags skal rettes til på din webshop med det samme, så dine kunder kan tage et oplyst valg om, hvorvidt de tør tage chancen.

Tip #5 - Julekonkurrencer på sociale medier

Skal juletiden markeres med ekstra posts på de sociale medier om gode tilbud eller måske endda en julekalender, kan det også betale sig at holde tungen lige i munden. For selvom de sociale medier er en oplagt og særdeles nyttig kanal, er linjen mellem god markedsføring og spam hårfin.



Her er tre tommelfingerregler, du kan have gavn af at følge:

1. At trykke "Synes godt om" på din webshops Facebook side er ikke det samme som at give samtykke til at modtage markedsføringsmateriale.
2. Offentliggør du navnet på vinderen af en konkurrence på et socialt medie, skal du huske at gøre opmærksom på det inden. På den måde er du sikker på ikke at overtræde persondataloven.
3. Rent lovgivningsmæssigt må det ikke være en betingelse for at deltage i en konkurrence på eksempelvis Facebook, at dine følgere skal tagge en ven. Du må dog gerne opfordre dine brugere til at dele konkurrencen på deres egen væg – Dog uden at belønne dem for at gøre det.

Tip #6 - Fortæl om dine gode sider

Når kampen om julekunderne for alvor går i gang, er det vigtigt, at du praler med alle de ting, der gør din webshop speciel og som adskiller dig fra konkurrenterne. Her tænker vi ikke kun på priser, slagtilbud og kæmpe julerabatter, men snarere om de tiltag du har iværksat for at gøre det til så god en oplevelse at juleshoppe i din forretning som muligt. Et par eksempler er:



- Gør det tydeligt hvilke former for bytteservice du tilbyder. I juletiden finder mange, der ikke handler på nettet så tit, vej til de danske webshops, så skriv det så forståeligt, at selv din gamle Tante Olga kan forstå det.
- Fortæl, hvis du pakker gaverne ind for dine kunder. Det er ikke noget alle forbrugere lægger vægt på, men tænk, hvis det var det afgørende argument for 5, 10 eller 100 ekstra salg, du ellers ikke havde fået i hus.
- Er du e-mærket, og er dine kunder dækket af e-mærkets køberbeskyttelse, så skilt med det. 90 % af julekunderne foretrækker nemlig at handle på webshops, der sikrer dem økonomisk.
- Har du hevet ekstra personale ind til at besvare telefonopkald eller udvidet telefontiden, så gør dine besøgende opmærksomme på det.

Tænk du over det, kan du sikkert hurtigt komme på de næste 50 gode grunde til, hvorfor man skal vælge lige nøjagtig din webshop, så det er bare at komme i gang.

Tip #7 - Hold skarpt øje med din lagerstatus

Det burde give sig selv, men hver eneste år sker det, at danske webshops sælger varer, de ikke længere har på lager. Særligt i julen kan det give problemer, da kunden naturligvis forventer at have varen før juleaften.

Men hvad gør du egentlig, hvis uheldet skulle være ude, og du ikke har haft ordentligt styr på din lagerstatus? Vigtigst at vide er, at et salg på din webshop er en bindende aftale og derfor kan du kun i sjældne tilfælde annullere købet, hvis det viser sig, at du allerede har solgt det sidste par leopardplettede træskostøvler. Ja, faktisk har din kunde krav på at få den vare, han eller hun har bestilt. Er du uheldig, og kan din leverandør ikke skaffe en ny vare hjem, har du to muligheder:

1. Du kan lade kunden købe varen i en anden butik og efterfølgende udbetale kundens leveringsomkostninger og en eventuel prisforskel.
2. Du kan også vælge at skaffe kunden varen ved at købe den hos en anden erhvervsdrivende. Det er ofte den billigste løsning for dig.

Så husk det nu. Tjek dit lager. Nej Tredobbelt tjek det! Og gør det ofte!

Pejlemærket for den gode købsoplevelse

Sammen med de e-mærkede webshops skaber e-mærket trygge og tillidsfulde rammer for den gode købsoplevelse.



e-mærket er den danske certificeringsordning, der arbejder for tillidsfuld e-handel mellem kunder og erhvervsdrivende. Med e-mærket er man som kunde dækket af en køberbeskyttelse med en økonomisk sikring på op til 10.000 kroner per handel, og samtidig bliver den erhvervsdrivende løbende kvalitetssikret af e-mærkets jurister, så kunden er sikret en tryk og gennemskuelig e-handel.

e-mærket er en nonprofit organisation stiftet i 2000 af Forbrugerrådet Tænk, Dansk Erhverv, DI, FDIH, Finansrådet, Dansk IT og HK.

