

# Spis treści

Autorzy . . . . .	11
Podziękowania . . . . .	13
Wstęp . . . . .	15
<b>Rozdział 1. Strategia . . . . .</b>	<b>19</b>
Jakie są zalety e-commerce? . . . . .	19
Kto powinien założyć sklep? . . . . .	21
Strategie budowania e-commerce . . . . .	24
Jak poznać potrzeby klientów? . . . . .	25
Jak budować model biznesowy skalowalnego biznesu? . . . . .	27
Jak pozyskać kapitał na start? . . . . .	29
Jakie są największe sklepy internetowe w USA? . . . . .	30
Jaka jest specyfika polskiego rynku? . . . . .	32
Jakie są czynniki sukcesu e-commerce? . . . . .	33
Czy sklep musi sprzedawać? . . . . .	34
Jak sobie radzić z konfliktem kanałów sprzedaży? . . . . .	35
Jak przeprowadzić wstępną analizę konkurencji? . . . . .	36
Jak zarabiać na e-commerce, mając portal . . . . .	39
Jesteśmy firmą handlową. Co musimy wiedzieć, aby uruchomić e-biznes? . . . . .	41
Jak uruchomić swój pierwszy sklep internetowy? . . . . .	41
Jak zdywersyfikować przychody? . . . . .	42
Co to jest wielokanałowy e-commerce? . . . . .	45
Jakie zachodnie trendy w e-commerce uważasz za godne uwagi? . . . . .	48
Jak się wyróżnić na rynku e-commerce w Polsce? . . . . .	51
Jak przeskalować swój biznes? . . . . .	53
Jak zapewnić swojej firmie innowacyjność? . . . . .	55

<b>Rozdział 2. Projektowanie i optymalizacja</b> . . . . .	58
Jak szukać inspiracji za granicą? . . . . .	58
Jakie są typy klientów? . . . . .	59
Jak skutecznie pracować nad projektem funkcjonalnym? . . . . .	60
Jak wybrać najlepsze nazwy w menu? . . . . .	63
Czy warto tworzyć kontekstową nawigację? . . . . .	64
Co to jest nawigacja przez content? . . . . .	66
Co to jest microcontent? . . . . .	67
Jak zwiększyć zawartość koszyka? . . . . .	68
Jak zmniejszyć współczynnik odrzuceń? . . . . .	69
Jak znaleźć największy problem we własnym sklepie? . . . . .	71
Jak zmniejszyć współczynnik porzuceń koszyka? . . . . .	72
Jaki jest średni współczynnik konwersji? . . . . .	73
Jak zwiększyć konwersję? . . . . .	76
Ankiety on-line – w jaki sposób zaprojektować badanie użytkowników on-line? . . . . .	80
Jak sprawić, żeby użytkownicy chcieli wypełniać kwestionariusze on-line? . . . . .	83
Jak wykorzystać Google Analytics do mierzenia parametrów e-commerce? . . . . .	85
W jaki sposób poznać przyczyny porzucenia procesu zakupowego? . . . . .	91
Jak analizować wyniki wyszukiwania i jak wyciągać wnioski? . . . . .	94
Jak tworzyć mobilne sklepy? . . . . .	96
Gdzie szukać inspiracji graficznych? . . . . .	97
Jak skutecznie pracować nad projektem graficznym? . . . . .	97
<b>Rozdział 3. Marketing</b> . . . . .	103
Jak wybrać nazwę dla sklepu? . . . . .	103
Jak stworzyć skuteczną identyfikację wizualną sklepu? . . . . .	104
Jak stać się znanym sklepem? . . . . .	107
Jakie narzędzia marketingowe wykorzystywać? . . . . .	110
Kiedy i jak stworzyć kampanię wizerunkową? Kiedy i jak stworzyć kampanię sprzedażową? . . . . .	112
Jakie są niestandardowe formy współpracy z portalami i wortalami? . . . . .	116
Jak mierzyć skuteczność akcji marketingowych w Internecie? . . . . .	117
Jak wykorzystać aukcje internetowe? . . . . .	121
Jak stworzyć strategię obecności w porównywarkach? . . . . .	123
Jak uruchamiać kolejne sklepy internetowe? . . . . .	125
Jak budować sieć partnerów? . . . . .	129

Jak tworzyć konkursy? . . . . .	131
Jakie są różnice między reklamą płatną a pozycjonowaniem? . . . . .	132
Jak uzyskać lepszą skuteczność reklam AdWords? . . . . .	134
Jakie są nowe trendy w SEO? . . . . .	135
Jak bezpiecznie budować strategię SEO? . . . . .	138
Jakie są nowe trendy w PPC? . . . . .	141
Jak wybrać agencję SEM? . . . . .	143
Jak skutecznie zaistnieć w wyszukiwarkach poza Polską? . . . . .	145
Czy multiplikacja sklepu internetowego w innej domenie może spowodować, że Google usunie te strony ze swojego indeksu za spamowanie? . . . . .	147
Jak tworzyć skuteczne mejlingi do własnych klientów? . . . . .	148
Jakie narzędzia sprawdzają się na świecie, a nie są jeszcze zbyt popularne w Polsce? . . . . .	152
Jakie obowiązki nakłada na nas prawo w związku z wysyłką newsletterów firmowych? . . . . .	153
Które adresy e-mail w bazie newslettera lub bazie klientów są bardziej wartościowe: prywatne czy z miejsca pracy? . . . . .	155
Jak dbać o wysoką jakość obsługi klienta (e-mail)? . . . . .	156
Jak dbać o wysoką jakość obsługi klienta? . . . . .	158
Jak działa marketing przez SMS? . . . . .	159
Jak wykorzystać marketing partyzancki? . . . . .	160
Jak działają sieci afiliacyjne? . . . . .	162
Co to jest product feed? . . . . .	166
Jak działają landing pages? . . . . .	166
Testowanie stron docelowych jako proces biznesowy . . . . .	169
Jakie są metody testowania stron docelowych? . . . . .	171
Najczęstsze błędy w testowaniu stron docelowych . . . . .	173
Co to jest treść transakcyjna? . . . . .	175
Jakie są CTR dla różnych form reklamy? . . . . .	175
Jakie są koszty pozyskania nowego klienta? . . . . .	176
Jak komunikować się z mediami? . . . . .	176
Web 2.0 w e-commerce? Jak? . . . . .	179
Jak wykorzystać video w e-commerce? . . . . .	181
Web 3.0 w e-commerce? Coś więcej niż porównywarki? . . . . .	184
Jak wybrać dom mediowy? . . . . .	186
Jak wybrać agencję interaktywną? . . . . .	186
Jak mierzyć skuteczność marketingu w off-line? . . . . .	187

<b>Rozdział 4. Oprogramowanie</b> . . . . .	191
Dlaczego warto zrobić dokumentację przed wdrożeniem? . . . . .	191
Jakie są rodzaje oprogramowania sklepowego? . . . . .	193
Platforma komercyjna czy Open Source? . . . . .	194
Jaką platformę Open Source wybrać? . . . . .	195
Jaką platformę komercyjną wybrać? . . . . .	197
Wykupienie narzędzia na własność czy miesięczny abonament? . . . . .	198
Jak wybrać firmę wdrożeniową? . . . . .	201
Z jakimi systemami integrować sklep? . . . . .	207
Jakie systemy wdrażać oprócz samego sklepu? . . . . .	209
Jak przenieść się na inne oprogramowanie sklepu? . . . . .	210
Jak przyspieszyć wdrożenie systemu e-commerce? . . . . .	211
Ile kosztuje wdrożenie e-commerce? Jak można oszacować koszty? . . . . .	212
Jak wybrać hosting dla sklepu internetowego? . . . . .	215
Jak monitorować dostępność sklepu? . . . . .	217
Jak radzić sobie ze zwiększonym ruchem w sezonie? . . . . .	218
Jak zapewnić szybkie ładowanie się sklepu? . . . . .	220
Jakie są rodzaje testów podczas wdrożenia systemu e-commerce? . . . . .	222
Jaki jest koszt rozwoju systemu e-commerce? . . . . .	222
Czym różni się JavaScript od Javy? . . . . .	223
Czy warto używać technologii takich jak AJAX i Flash? . . . . .	223
Na co zwrócić uwagę w umowie z firmą wdrożeniową? . . . . .	224
Jak zbudować skuteczną wyszukiwarke? . . . . .	228
Kto i dlaczego powinien rozważać zewnętrzne mechanizmy wyszukiwania? . . . . .	232
<b>Rozdział 5. Logistyka i finanse</b> . . . . .	235
Jak niedrogo prowadzić księgowość? . . . . .	235
Kiedy muszę kupić kasę fiskalną? . . . . .	238
Jakie wybrać systemy płatności? . . . . .	240
Na jakie wskaźniki finansowe zwracać uwagę? . . . . .	242
Jak wystawiać faktury i paragony? . . . . .	247
Jakie są główne korzyści z wykorzystania e-faktury? Dla kogo jest to produkt? . . . . .	249
Czy znane są dane, ile polskich e-biznesów już korzysta z e-faktury? . . . . .	250
Jak może wyglądać proces przejścia na e-faktury w podstawowej wersji? Jakie działania i na jakich polach musi podjąć przedsiębiorca? . . . . .	251

Czy e-faktury bez podpisu kwalifikowanego są używane zgodnie z prawem? Kiedy można korzystać z takich form? . . . . .	252
Jakie problemy napotyka firma, która chce rozpocząć sprzedaż poza granicami Polski? . . . . .	253
Jak wyoutsourcować logistykę? . . . . .	254
Jak wybrać kuriera? . . . . .	254
Jak drukować listy przewozowe? . . . . .	256
Jak ustalić odpowiednią wielkość magazynu? . . . . .	256
Jak pozyskać towar? . . . . .	257
Kiedy tworzyć punkty odbioru? . . . . .	258

## **Rozdział 6. Inne . . . . . 260**

Jak zdobyć opinie o produktach? . . . . .	260
Jak stworzyć videoprezentację produktu? . . . . .	264
Jakie certyfikaty warto mieć? . . . . .	266
Kiedy warto używać narzędzi typu Live Chat? . . . . .	268
Jaki wpływ na wizerunek i sprzedaż ma słaba obsługa? . . . . .	269
Jak założyć infolinię? . . . . .	272
Jak mierzyć jakość obsługi klienta? . . . . .	274
Jak poprawić jakość obsługi klienta? . . . . .	276
Na co zwracać uwagę, obsługując klientów spoza Polski? . . . . .	279
Jak rekrutować do e-commerce? . . . . .	280
Jak ustrzec się nierzetelnych klientów? . . . . .	282
Jak ustrzec się nierzetelnych dostawców? . . . . .	283
Jak ustrzec się nierzetelnych pracowników? . . . . .	283
Jakiej kontroli może się spodziewać sklep? . . . . .	284
Jak stworzyć regulamin? . . . . .	287
Jakie prawne uwarunkowania dotyczą sklepu? . . . . .	290

## **Eksperti . . . . . 295**

## **Załącznik. Inspiracje graficzne . . . . . 315**