

E-HANDELS STRATEGI



E-handelsstrategi

På Sigma Unified Commerce tror vi på en bättre morgondag. Vi tror att den morgondagen börjar med de nyfikna, de som vågar se saker på ett nytt sätt och de som får saker och ting att hända. Vi vet vad som krävs för att bygga upp en framgångsrik e-handel och att i en ständigt föränderlig bransch gäller det att alltid ligga steget före. För oss är e-handel inte en teknisk lösning, det är en helhetslösning där alla delar i verksamheten måste fungera för att det ekosystem som är din e-handel ska bli framgångsrik.

Det kan låta som en självklarhet, men en tydlig strategi kommer vara a och o i en lyckad e-handelsstrategi. Inom ramarna för en strategi kommer du och dina medarbetare bli mer kreativa och kunna vara innovativa då ni vet ert huvudsyfte med e-handelsstrategin.



Varför behövs en strategi för e-handel?

“En strategi hjälper dig att hitta ditt ”varför” på den digitala resan.”

Sofie Hedman, Affärsanalytiker Unified Commerce by Sigma.

Många av våra idag mest framgångsrika e-handlare är shoppar med ett tydligt syfte, både för dem själva och för slutkonsumenten. Dels hur tydliga de är gentemot kunden och hur de underlättar deras köpresa men dels ur ett arbetsperspektiv.

En spretig shop utan tydlig riktning gör det betydligt svårare för teamet att veta var fokus ska ligga och resultaten uteblir. Kunder i dag ställer allt högre krav på att bolag att ha en tydlig vision och syfte, om ni inte vet detta, vet garanterat inte heller kunden varför de ska handla hos er.

I den föränderliga bransch som e-handel är, där utveckling och innovation står i fokus hjälper det att ha en tydlig strategi så man enkelt kan sortera och prioritera sina förbättringar. Med en strategi kommer ni kunna göra rätt sak vid rätt tillfälle utifrån ramarna från er shops unika förutsättningar.

Hur skapar vi en strategi för e-handel?

När vi sätter upp en e-handelsstrategi börjar vi med en kartläggning av de processer och system som finns i ert bolag, det vill säga en nulägesanalys. Vi intervjuar nyckelpersoner hos er, ert arbetssätt där vi går in på djupet med e-handels syfte och vad ni vill åstadkomma. Vi ser till vilka kanaler ni verkar på och vilka kunder ni söker. En stor fördel med att arbeta digitalt är att ni redan har alla svaren för hur ni ska arbeta framåt, i de digitala fotspår era besökare lämnar efter och hur de agerar på er sajt. All data ni kan behöva för att fatta grundade beslut finns redan där men utmaningen ligger i att avgöra vilken data som är relevant genom analys. Genom att analysera detta kan vi estimerade vad kunderna efterfrågar och anpassa er strategi efter detta.

Därefter möts vi under en halv dags workshop där vi presenterar vår rekommenderade strategi där vi tillsammans sätter upp en tydlig väg för hur ni ska arbeta framåt och hjälper er med implementationen.

Lika viktigt som det är att ha en strategi är det att den efterföljs och arbetas aktivt med. Det ska inte vara ett dokument man en gång tog fram för att sedan inte titta på igen, hela syftet med en e-handelsstrategi är att det ska vara ett levande arbetssätt i er verksamhet. Därför kommer vi tillbaka till er efter två månader för att se hur arbetet fungerar, vad vi kan förbättra och hur vi kan fortsätta utvecklas tillsammans.

Genom att vi sätter upp mätbara mål och med fortsatt analys kan hela teamet involveras om hur de i sina roller kan hjälpa bolaget att lyckas.

Varför ska ni välja Unified Commerce by Sigma?

Vi på Sigma har förbättrat webbupplevelser i över 30 år och våra medarbetare har arbetat med några av världens mest framgångsrika e-handlare. Med våra samlade kunskaper vet vi vad som krävs för att skapa en framgångsrik e-handel.

I en värld av oändliga valmöjligheter är en tydlig e-handelsstrategi ert facit för att lyckas online.



REDO FÖR EN EHANDLSSTRATEGI?

Kontakta mig

sofie.hedman@sigma.se

Tel. 073 723 79 55

