

Proste i wygodne zakupy. Właśnie to, bardziej niż najniższe ceny, stanowi siłę e-commerce zdaniem Okazje.info. Jeden z największych polskich serwisów zakupowych przechodzi rebranding by dostosować się do potrzeb współczesnych e-klientów.

Nowy design na pierwszym planie stawia wyszukiwarkę i duże zdjęcia ofert. Przebudowane zostały: strona główna, strony produktów i listingi na stronach kategorii oraz wyników wyszukiwania. Najważniejsze wartości dla Internauty zostały zebrane w krótkim stwierdzeniu: szukaj, porównaj, kup.

- Przeładowane i skomplikowane interfejsy zmuszają internautę do myślenia, jak korzystać z danej witryny. Naszym zdaniem e-commerce wymaga prostych rozwiązań. Kupujący oczekują krótkiej i zwięzłej informacji. Ich decyzje są coraz szybsze, a nasz serwis daje im narzędzia, by mogli oszczędzać czas i pieniądze.– mówi Piotr Broniarczyk, prezes Okazje.info. Zmiany w serwisie są wynikiem analizy zachowań użytkowników i przeprowadzonych jesienią minionego roku badań usability serwisu.

Zaledwie 15 % osób odwiedzających poprzednią stronę produktu na Okazje.info, zapoznawało się z dodatkowymi informacjami, jak opinie czy specyfikacja techniczna. Aż 81 % użytkowników wybierało produkty do porównania cen na podstawie zdjęcia. Konieczność upraszczania procesu podejmowania decyzji jest wynikiem natłoku danych jakiego doświadcza społeczeństwo informacji. Według raportu Internetstandard „E-commerce 2010” w Polsce działa ok. 9 000 sklepów internetowych, a w każdym z nich dostępnych jest średnio 6100 produktów.

W ciągu najbliższych miesięcy zmiany layoutu i funkcjonalności obejmą kolejne typy stron. - Stopniowe wdrażanie i testowanie daje nam możliwość prowadzenia równoległych analiz, sprawdzenia efektów i najważniejsze - pozyskiwania informacji zwrotnej od naszych klientów – mówi Piotr Broniarczyk.

Obecnie z Okazje.info współpracuje ponad 1700 sklepów internetowych, a miesięcznie odwiedzają stronę 4 miliony Internautów.

Okazje.info