

A SPARK STUDIO INTERNATIONAL WORKSHOPJA

KOSÁR HASZNÁLATI MÓDOK

Az a négy feladat, amit a kosarad valójában ellát és hogy találod meg azt az **egyet**, ami a legfontosabb számodra.



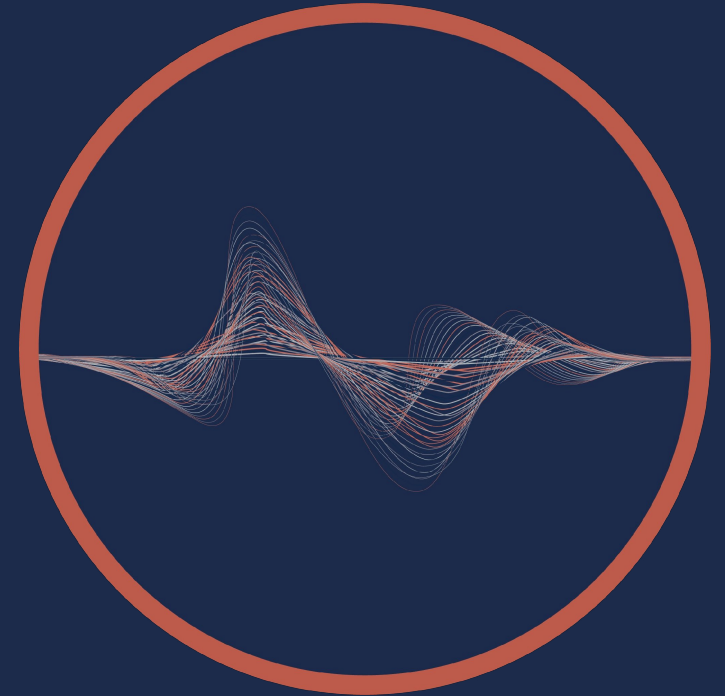
VALÓSÁG ELLENŐRZÉS

A kosár egyetlen funkciónak tűnik. Azonban akár négy különböző feladatot is elláthat attól függően, hogy ki használja.

A vásárlók eltérő motivációkkal érkeznek, más pszichológia vezérli őket, és eltérő ki nem mutatott, **tudatalatti elvárásaik** vannak arról, hogyan kellene működnie a kosárnak. Ezeket soha nem mondják ki hangosan. Egyszerűen távoznak, ha a kosár nem azt kapják, amit vártak.

A KOCKÁZAT Ha a kosarat rossz meghatározó használati módra tervezzük, akkor az elvárások és a valóság között szakadék keletkezik. Maga a távolság az elvárások és a valóság között oldal elhagyást okoz.

Pszichológiai keretrendszer: a haszonelvű (utilitarian) és az élményorientált (hedonic) vásárlási motivációk megkülönböztetése (Babin-Darden-Griffin 1994; Childers-Carr-Peck-Carson 2001).



01

A VADÁSZ

Gyorsítósáv a pénztárhoz

DOMINÁNS ÉRZELEM: **TÜRELMETLENSÉG**

MIÉRT VAN ITT?

A döntés már megszületett. Tudja, mire van **szüksége** (gyakran a pontos SKU-t is). A látogatás **célorientált**: megszerezni a terméket és távozni. Jellemzően a termékoldalon landol, és használja a keresőt.

MIT VÁR A KOSÁRTÓL?

Szerkesztéstől-tranzakcióg mutató felületet. Módosítani akarja a mennyiséget, a variánst vagy valamelyik mérőszámot (pl. hossz, súly, csomagméret), ellenőrizni a végösszeget, majd továbblépni. A szerkesztésnek **problémamentesnek** kell lennie. A kosár számára **akadály** a feladat befejezése előtt.

A FIZIKAI ÜZLETBEN

Határozottan bemegy, tudja melyik polchoz kell mennie, leveszi a terméket, és bosszankodik, hogy nincs expressz pénztár.

ELMÉLETI MODELL

A haszonelvű vásárló: „a cél elérése a lehető legkevesebb kellemetlenséggel” *Babin; Childers*. A weboldalak 86%-án problémás a kosár szerkesztése (50%), illetve termék eltávolítása (36%) *Baymard, 2024*.

01

A VADÁSZ

Úgy legyen felépítve a kosár, hogy ne legyen útban

DOMINÁNS ÉRZELEM: **TÜRELMETLENSÉG**

- ✓ Mennyiség- és variáns módosítás automatikus frissítése; a 0 mennyiség automatikusan törölje a terméket
- ✓ Célratörő kosár design és egykattintásos „újravásárlás”
- ✓ Mindig látható végösszeg a szállítási költséggel együtt
- ✓ Mennyiségválasztó gombok és közvetlen numerikus bevitel (hossz, súly, csomagméret)
- ✓ Expressz és vendégként történő fizetés; pénztárcák (pl. PayPal); a lehető legkevesebb lépés
- ✓ Ne legyen kötelező regisztráció, ne legyenek upsell akadályok; a pénztár mindig egy kattintásnyira legyen



A CSAPDA A legtöbb webshop azt hiszi, hogy erre a típusra tervez, mégis elhanyagolja azt az egy dolgot, amire a Vadásznak valóban szüksége van: a problémamentes, célirányú szerkesztést.

02

A GYŰJTŐGETŐ

Az élő kívánságlista – a „majd később” készlet

DOMINÁNS ÉRZELEM: **VÁGYAKOZÁS**

MIÉRT VAN ITT?

Felfedezés. A vágyakozás vezérli, és még nincs végleges döntése. Összegyűjti a **lehetséges opciókat**, majd napokkal később visszatér, hogy érezze, megmaradt-e a vágy. Maga a böngészés, próbálás is **élmény** számára; a vásárlás csak lehetséges bónusz.

MIT VÁR A KOSÁRTÓL?

Egy „elmentem későbbre” **kívánságlistát**. A kosár tartsa meg a termékeket az eszközök és munkamenetek között, legyen könnyű **visszatérni** hozzá és eltávolítani a már nem kívánt tételeket. Az elhagyott kosár nem „elveszett eladás”, hanem „see you later”.

A FIZIKAI ÜZLETBEN

Kétórás böngészés egy divatüzletben, tíz termékkel megy a próbafülkében, gyakran nem is vásárol végül. Betéved minden specifikus vásárlási igény nélkül, és akkor is élvezi a folyamatot, ha nem visz haza semmit.

ELMÉLETI MODELL

Az élményorientált vásárló: „nézelődik és képzelődik”. *Babin; Hirschman & Holbrook, 1982*. A felhasználók kb. 48%-a későbbre mentésre használja a kosarat, és 58%-uk azért hagyja ott, mert „csak nézelődött” *Baymard, 2017*.

02

A GYŰJTŐGETŐ

Fogadjuk el, hogy a kosár a vágyott termékek tárolóhelye

DOMINÁNS ÉRZELEM: **VÁGYAKOZÁS**

- ✓ Kosár megtartása cookie-ban minden eszközön; látványos “elmentett termékek” szekció, minimum 30 napos kosár megtartási időkeret
- ✓ Mindig pontos ár és adatok mutatása; árcsökkenés jelzése a mentett termékeknél (készletértesítés e-mailben vagy push értesítés formájában)
- ✓ Finomra hangolt visszatérési emlékeztetők; visszatérítés kifejezetten hatékonyan működik ennél a típusnál
- ✓ Könnyű navigáció a kívánságlista és a kosár között; az “elmentem későbbre” funkció gyors elérése a kosárból
- ✓ Készletértesítések és árfigyelő értesítések a vágy újbóli felkeltésére e-mail vagy push értesítés formájában
- ✓ Motiváld a vágyakozást: látványos termékképek, „Egészítsd ki a szettet” ajánlások, specifikus kombinációk



A CSAPDA Létezik egy „ál-vásárlás dopamin hatás”: a kosárba helyezés önmagában kielégítheti a vágyat. Ha törlöd a Gyűjtögető kosarát vagy túl agresszíven sürgeted a vásárlásra, elárulod az éppen épülő kapcsolatot.

03

AZ ELEMZŐ

A számológép és döntéstámogató eszköz

DOMINÁNS ÉRZELEM: **SZORONGÁS**

MIÉRT VAN ITT?

Érdekli a termék és valószínűleg vásárolni fog, de még nem biztos benne. Attól **fél, hogy rosszul dönt**. „Ez tényleg a megfelelő választás?” „Valóban ennyibe kerül?” „Biztosan kompatibilis?” A **döntés kockázatát** szeretné logikusan csökkenteni.

MIT VÁR A KOSÁRTÓL?

Számológép és összehasonlítási eszközt; valós végösszeg megjelenítése, ingyenes szállítási küszöb ellenőrzése, termékek összehasonlítása, kompatibilitás ellenőrzése. Nem menteni akarja a terméket, és még nem is vásárolni. Számol, **elemez**.

A FIZIKAI ÜZLETBEN

Két dobozt tart a kezében, összehasonlítja őket, olvassa a leírásokat, majd megkérdezi az eladót: „kompatibilis ez azzal, amim van otthon?” és mentális számítást végez, hogy a kettő vajon eléri-e a multi-buy értéket.

ELMÉLETI MODELL

Haszonelvű motiváció *Childers*, de a bizonytalanság csökkentése vezérli. 64% keresi a szállítási összeget a termék oldalán mielőtt még kosárhoz adna, kb. 22% elhagyja a kosarat, ha nem látja a végösszeget azonnal *Baymard*, 2017.

03

AZ ELEMZŐ

Segíts neki feloldani a bizonytalanságot még a fizetés előtt

DOMINÁNS ÉRZELEM: **SZORONGÁS**

- ✓ Mutassuk meg a becsült szállítási költséget és a végösszeget amilyen elől csak lehet, ideális esetben már a termékoldalon és a kosárban is
- ✓ Összehasonlító funkció; engedjük nekik, hogy összehasonlításra használják a kosarat
- ✓ Vásárlói értékelések pozícionálása, értékelések és social proof közel a ponthoz, ahol döntéshozatal történik
- ✓ Ingyenes szállítást jelző folyamat mutató ("3472 Ft még az ingyenes szállításig")
- ✓ Kompatibilitási és alkalmassági információk: kiemelt specifikációk, "jól működik ezzel", méret segítség, specifikus értékelések, termék matricák kiemelik a termék specifikációt
- ✓ Átlátható termék mennyiség mutatók, szállítási időpontok, egyszerű visszaküldés, garancia és szervíz



A CSAPDA Ha a szállítási költség vagy a teljes ár csak a kosárban vagy a pénztárnál derül ki, az Elemző úgy érzi, hogy az oldal ellene dolgozik, és elhagyja.

04

A FOGLALÓ

A korlátozott időablak

MIÉRT VAN ITT?

Erős vágy hajtja, és szinte már döntött. A fő **félelme** azonban nem a választás, hanem a termék elvesztése: utolsó méret, limitált kiadás. A **nyomás** külső és általában elérhetőséggel vagy idővel kapcsolatos: „Meglesz még, ha várok?”

MIT VÁR KOSÁRTÓL?

Ideiglenes lefoglalást. A termék kosárba helyezése jelentse azt, hogy valóban lefoglalta. Valós idejű készletinformációt, hiteles termékmennyiség mutatót és a lehető leggyorsabb folyamatot, hogy nehogy **más elvigye a terméket** az orra előtt.

A FIZIKAI ÜZLETBEN

Megragadja az utolsó darabot a méretében és hat terméket a mellkasához szorítva próbál dönteni, majd megkérdezi az eladót, hogy “le tudná ezeket foglalni nekem a pult mögött?”

ELMÉLETI MODELL

A veszteségek erősebben hatnak, mint az azonos mértékű nyereségek *Kahneman; Tversky, 1979.*

04

A FOGLALÓ

Tegyük lehetővé neki, hogy korlátozott ideig lefoglalhassa a terméket

DOMINÁNS ÉRZELEM: **FOMO**

- ✓ Valós idejű készlet- és méretinformáció ("Már csak 2 db maradt M méretben")
- ✓ Várólistás feliratkozás, termék elérhetőségi értesítő e-mail formájában, korai hozzáférés tagoknak vagy feliratkozóknak
- ✓ Gyors lefoglalási folyamat: gyors lefoglalás egy kattintással egyértelmű feltételekkel, meddig van lefoglalva a termék, akár már a termék oldalon szöveggént jelezve
- ✓ Valódi lefoglalása a terméknek visszaszámlálójával a kosárban, hogy meddig tart a lefoglalás
- ✓ A foglalás maradjon meg frissítés, kijelentkezés és visszalépés után is
- ✓ Érthető, valós időkorlát, ameddig a lefoglalás tart



A CSAPDA Első az őszinteség: amint a sürgető tényező mesterkéltnek tűnik, vagy az elérhető termék kattintásra kiderül, hogy már nem elérhető, a lefoglalás törlődik vagy eltűnik frissítésre - azonnal lerombolja a bizalmat.

A KAPOCS, AMI ÖSSZEKÖTI A HASZNÁLATI MÓDOKAT

A KOSÁR HASZNÁLATI MÓD MÁTRIX[©]

Most már tudod, milyen négy használati módot lát el a kosarad; itt az idő, hogy megtaláld azt az **egy**et, amelyik a legfontosabb neked.



A KAPOCS, AMI ÖSSZEKÖTI A HASZNÁLATI MÓDOKAT

A KOSÁR HASZNÁLATI MÓD MÁTRIX[©]

Egyetlen bolt sem 100%-ban egyetlen típus. Minden közönség a lehetőségek keveréke, de **egy funkció** mindig dominál.

TEVÉKENY (vágyakozás-vezérelt)

GYŰJTÖGETŐ

kosár = kívánságlista

VADÁSZ

kosár = gyorsítósáv

böngészés

vásárlás

ELEMZŐ

kosár = elemző eszköz

FOGLALÓ

kosár = lefoglaló eszköz

KERÜLŐ (kockázat-vezérelt)

HOGY TALÁLOD MEG, MI A DOMINÁNS?

Az, hogy milyen **arányban** vannak a típusok az oldaladon százalékosan, több tényezőnek az összessége, meghatározza például a termékpaletta, a vásárlások gyakorisága, vagy az egyedi pszichológiai összetétele a közönségnek.

HOGY ELEMEDZ LE A SAJÁT WEBSHOPOD?

A feladatod az, hogy **megtaláld a legdominánsabb típust** a webshopodban, nem tippelés, hanem viselkedés alapján: munkamenet képernyőfelvételek, GA4 minták és kérdőívek segítségével.

A KOSARADNAK NEM EGY HASZNÁLATI MÓDJA VAN. HANEM NÉGY.

A cél nem az, hogy kizárólag a domináns funkciót szolgálj ki. A cél az, hogy tudatosan arra optimalizálj, miközben a folyamat alatt a másodlagos funkciókat **sem teszed tönkre**.

Többet ne ezt kérdezd: “jól van felépítve a kosarunk?”
Inkább ezt: “kinek van felépítve?”

☐ VADÁSZ

☐ GYŰJTÖGETŐ

☐ ELEMZŐ

☒ FOGLALÓ

