

ZŁOTE
MYSLI

ALLEGROWY SUPER SPRZEDAWCA

Wojciech Cywiński



Jak tworzyć aukcje,
które zapewnią Ci
ZYSKI i status Super
Sprzedawcy na **allegro**?

Ten ebook zawiera darmowy fragment publikacji "[Allegrowy Super Sprzedawca](#)"

Darmowa publikacja dostarczona przez [ZłoteMyśli.pl](#)

Copyright by Złote Myśli & Wojciech Cywiński, rok 2009

Autor: Wojciech Cywiński

Tytuł: Allegrowy Super Sprzedawca

Data: 08.08.2012

Złote Myśli Sp. z o.o.

ul. Toszecka 102

44-117 Gliwice

www.zlotemysli.pl

email: kontakt@zlotemysli.pl

Niniejsza publikacja może być kopiowana, oraz dowolnie rozprowadzana tylko i wyłącznie w formie dostarczonej przez Wydawcę. Zabronione są jakiegokolwiek zmiany w zawartości publikacji bez pisemnej zgody Wydawcy. Zabrania się jej odsprzedaży, zgodnie z regulaminem Wydawnictwa Złote Myśli.

Autor oraz Wydawnictwo Złote Myśli dołożyli wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Autor oraz Wydawnictwo Złote Myśli nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Wszelkie prawa zastrzeżone.

All rights reserved.

SPIS TREŚCI

| | |
|---|-----------|
| 1. DLA KOGO? | 5 |
| 1.1. O mnie..... | 6 |
| 1.2. Dla początkujących..... | 9 |
| 1.3. Dla średnio zaawansowanych..... | 9 |
| 1.4. Dla przyszłych SS..... | 9 |
| 1.5. Krok po kroku jak wystawić SuperAukcję, która sprzeda każdy produkt..... | 10 |
| 2. SZABLON AUKCJI | 11 |
| 2.1. Delikatna grafika..... | 13 |
| 2.2. Przyjemny design..... | 14 |
| 2.2.1. Dopasowanie do produktu..... | 15 |
| 2.2.2. Ja – dawniej i teraz..... | 16 |
| 2.2.3. Promuj Core Business..... | 17 |
| 2.3. Profesjonalna grafika..... | 17 |
| 2.3.1. Gdzie szukać wykonawców takiej usługi?..... | 18 |
| 2.4. MS Office Front Page..... | 22 |
| 2.4.1. Zainwestuj..... | 24 |
| 2.4.2. Inny darmowy program do obsługi kodu HTML..... | 25 |
| 2.4.3. Front Page 2003..... | 25 |
| 2.4.4. Przykładowe zastosowanie..... | 25 |
| 3. FOTOGRAFIA | 27 |
| 3.1. Główne narzędzie sprzedaży..... | 27 |
| 3.2. Im lepsze zdjęcia, tym lepsza prezentacja..... | 29 |
| 3.2.1. Aparaty fotograficzne..... | 30 |
| 3.2.1.1. Zoom optyczny..... | 31 |
| 3.2.1.2. funkcja Makro..... | 31 |
| 3.2.1.3. Funkcja SuperMakro..... | 32 |
| 3.2.2. Ostre zdjęcia..... | 32 |
| 3.2.3. Kilka ujęć..... | 33 |
| 3.2.3.1. Ilość zdjęć na aukcji..... | 33 |
| 3.3. Dobry aparat..... | 35 |
| 3.3.1. Aparaty w telefonach komórkowych..... | 35 |
| 3.3.2. Pożycz od znajomego..... | 36 |
| 3.4. Program do obróbki zdjęć..... | 36 |
| 3.4.1. Obróbka zdjęć..... | 37 |
| 3.4.2. Wersja testowa programu..... | 37 |
| 3.4.3. Zakup licencji..... | 38 |
| 3.4.3.1. Zdjęcia to podstawa Internetu – dziś i w przyszłości..... | 38 |
| 3.4.3.2. Do aukcji..... | 39 |
| 3.4.4. Programy..... | 39 |
| 3.4.4.1. Corel PhotoPaint..... | 39 |
| 3.4.4.2. PhotoShop..... | 40 |
| 3.5. Najważniejsze funkcje..... | 41 |
| 3.5.1. Zmniejszanie rozdzielczości i rozmiarów zdjęcia..... | 41 |
| 3.5.2. Czyszczenie tła..... | 42 |
| 3.5.3. Ostrzenie kolorów..... | 45 |
| 3.5.4. Zapis w innym formacie..... | 46 |
| 4. SERWER | 48 |
| 4.1. Okno na świat..... | 48 |
| 4.2. Płatne miejsce na serwerze..... | 49 |
| 4.2.3. Obsługa z komputera, np. przez program TC..... | 49 |
| 4.3. Darmowe serwery..... | 50 |
| 4.3.1. Pojemność darmowych serwerów..... | 51 |
| 4.3.2. Długość linków..... | 51 |
| 4.3.3. Linki do stron..... | 52 |

| | |
|--|-----------|
| 4.3.4. Domena..... | 52 |
| 5. NAJWAŻNIEJSZE ELEMENTY SUPER AUKCJI – ZASADA 3W. .53 | |
| 5.1. Strona O mnie..... | 54 |
| 5.1.1. Szablon strony O mnie..... | 55 |
| 5.1.2. Logo..... | 55 |
| 5.1.3. Twoje zdjęcie..... | 56 |
| 5.1.4. Opis – kim jesteś..... | 56 |
| 5.1.5. Kontakt z Tobą..... | 57 |
| 5.1.6. Dane kont bankowych..... | 58 |
| 5.1.7. Dane sprzedażowe..... | 58 |
| 5.1.8. Logo producentów Twoich produktów..... | 59 |
| 5.2 Strona aukcyjna..... | 60 |
| 5.2.1. Szablon..... | 60 |
| 5.2.2. Design..... | 62 |
| 5.2.3. Grafika..... | 62 |
| 5.2.4. Dane kontaktowe..... | 68 |
| 5.2.5. Dane bankowe..... | 68 |
| 5.2.5.1. Logo banku..... | 69 |
| 5.2.5.2. Formy płatności..... | 69 |
| 5.2.6. Dane wysyłkowe..... | 70 |
| 5.2.6.1. Logo Poczty Polskiej..... | 70 |
| 5.2.6.2. Logo firmy kurierskiej..... | 70 |
| 5.2.6.3. Cennik..... | 71 |
| 5.2.6.4 Informacja o promocjach..... | 71 |
| 5.2.7. Dane sprzedażowe..... | 72 |
| 5.2.7.1. Paragon..... | 72 |
| 5.2.7.2. Faktury VAT..... | 73 |
| 5.2.7.3. Komu sprzedajesz, a komu nie..... | 73 |
| 5.2.8. Twoje zdjęcie..... | 74 |
| 5.2.9. Krótki opis..... | 75 |
| 5.2.10. Początek opisu oferty..... | 75 |
| 5.2.11. Marketingowy wstęp..... | 77 |
| 5.2.12. Zdjęcia..... | 77 |
| 5.2.13. Gwarancja satysfakcji..... | 78 |
| 5.2.14. Opinie Twoich klientów..... | 78 |
| 5.2.15. Pokaż tytuł SuperSprzedawcy lub podobny..... | 79 |
| 5.2.16. Tekst – wciągający i kierujący klienta..... | 80 |
| 5.2.17. Własnoręczny podpis..... | 81 |
| 5.2.17.1. Ostрым niebieskim mazakiem..... | 82 |
| 5.2.18. Postscriptum..... | 82 |
| 5.2.19. Twórz od początku listę adresową..... | 84 |
| 5.2.19.1. Kontakty zawsze się przydają..... | 86 |
| 5.2.19.2. Zapisuje się tylko ten, kto chce..... | 86 |
| 5.2.19.3. Wysyłka spersonalizowanych maili..... | 87 |
| 5.2.19.4. Bardzo ważne narzędzie..... | 87 |
| 5.2.19.5. Powtórki mailingów..... | 88 |
| 5.2.20. Fotopanel..... | 88 |
| 5.2.20.1. Cross-selling..... | 89 |
| 5.2.20.2. Prezentacja kolejnych produktów..... | 89 |
| 5.2.20.3. Bogata oferta..... | 89 |
| 5.2.20.4. Zdjęcia oznaką profesjonalizmu..... | 90 |
| 5.3. Tytuł aukcji..... | 90 |
| <u>PODSUMOWANIE.....</u> | 91 |

5. Najważniejsze elementy Super Aukcji – zasada 3W

Zasada 3W składa się z trzech najważniejszych czynników, które w aukcji należy uzyskać. Są nimi:

- Wiarygodność
- Wizualizacja
- Wartość

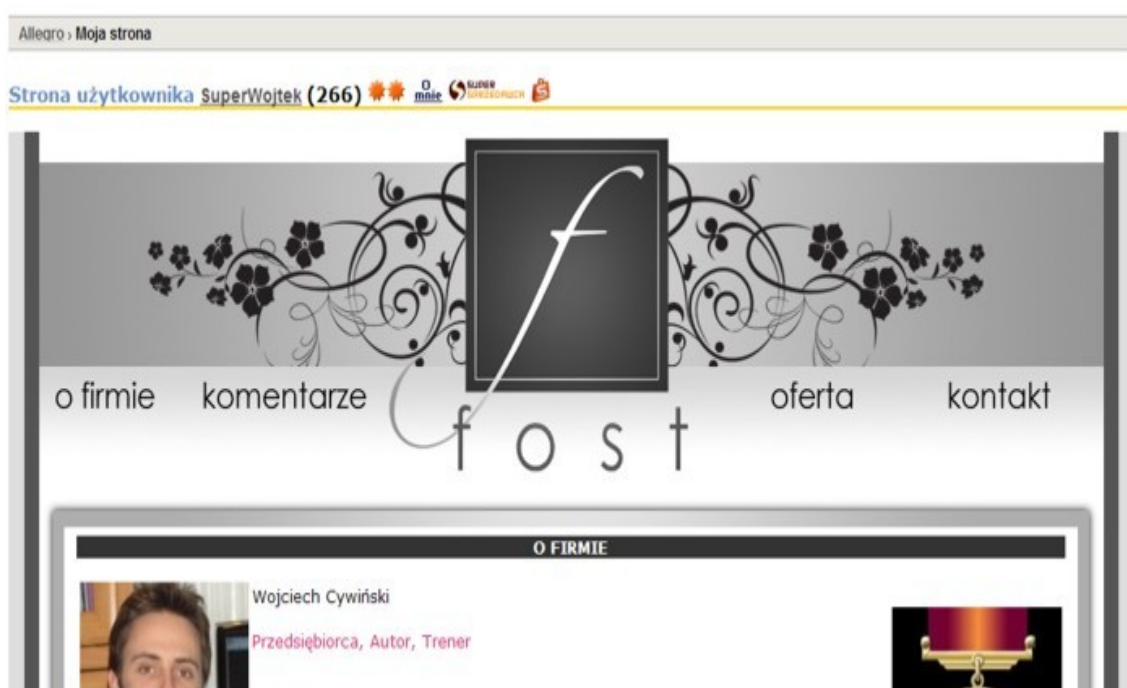
Aukcja musi być jak najbardziej wiarygodna. Zarówno od strony sprzedawcy, jak i produktu. Musisz być realny, żeby klient Ci ufał.

Po drugie, aby klient chciał kupić albo przynajmniej zastanawiał się nad kupnem Twojego produktu, aukcja musi zaprezentować towar. Masz tutaj do wyboru 3 różne drogi medialne. **Publicystyczna** – treść + zdjęcia, **Telewizyjna** – nagranie video, np. z Youtube, **Radiowa** – nagranie audio. Im więcej z tych trzech elementów połączysz i zawrzesz w aukcji, tym silniejsze jest uderzenie w klienta. Bo oddziałujesz na jego zmysły. Wzrok i słuch. Niestety na węch czy dotyk nie dasz rady.

Po trzecie, Twoja aukcja, sprzedaż produktu i dalsza współpraca klienta z Tobą ma nieść dużą wartość dla klienta. Im większa jest wartość dodana, tym więcej sprzedasz. Dlaczego? Ponieważ klient dobrze zna produkt, który chce u Ciebie kupić. Aby go przekonać do zakupu właśnie u Ciebie, musisz mu pokazać, że otrzyma więcej niż tylko produkt. Są to różnego rodzaju bonusy, gratisy, korzyści posprzedażowe, ale i to, co najważniejsze, a czego nie da się zastąpić niczym innym, Twoje serdeczne nastawienie do klienta. Szybka odpowiedź i cykliczny kontakt.

5.1. Strona O mnie

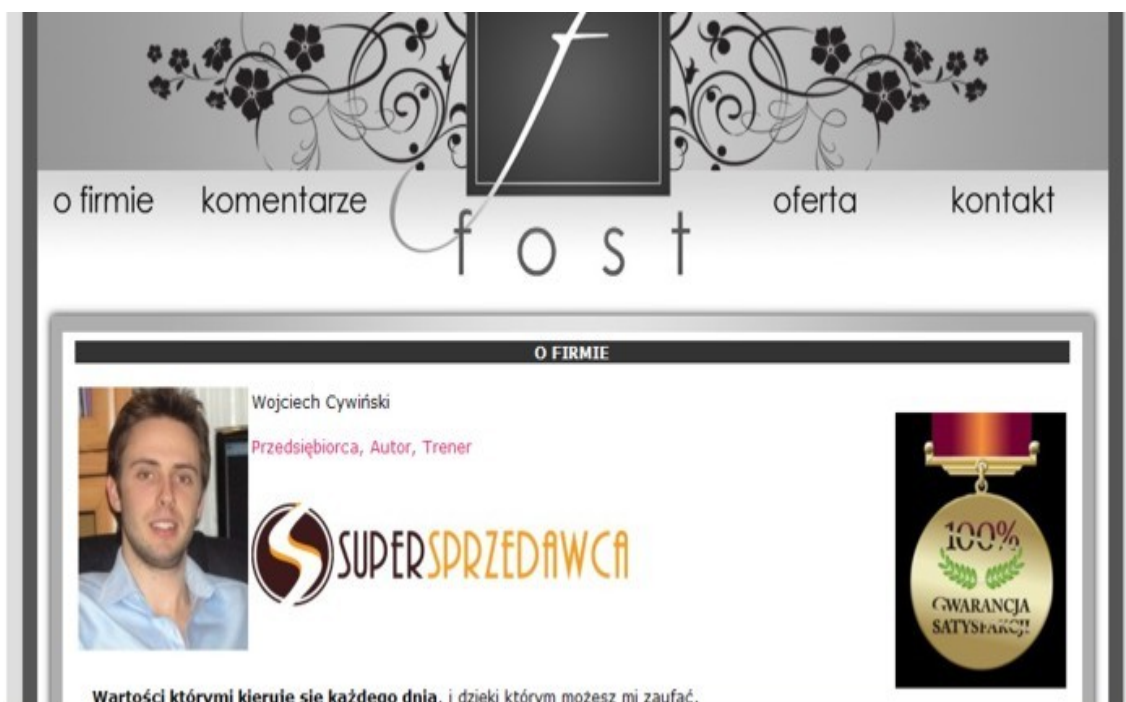
Jeśli podchodzisz poważnie do rozwoju sprzedaży czy biznesu, również na Allegro, strona *O mnie* jest szkieletem podpierającym wszystkie Twoje aukcje. To jest Twoja wizytówka. Oddziałuje na pierwsze „W” – buduje wiarygodność. Profesjonalna sprzedaż wymaga profesjonalnej strony *O mnie*. Skokowa sprzedaż również jej wymaga.



Może nie do końca profesjonalnej, ale budzącej zaufanie do Ciebie. Nawet prosta i schludna strona bez grafiki, ale musi być.

5.1.1. Szablon strony *O mnie*

Do strony *O mnie* również stosuje się szablon. Najczęściej otrzymasz go, zamawiając szablon aukcyjny – kompleksowy pakiet. Jednak powinien się on nieco różnić od strony aukcyjnej – sprzedażowej. Przede wszystkim taka strona promuje Ciebie. Pokazuje, kim jesteś, czym się zajmujesz i dlaczego. Poniżej wymieniam niezbędne elementy Twojej strony *O mnie*.



5.1.2. Logo

Twoja strona *O mnie* na samej górze powinna zawierać Twoje Logo firmy albo wyeksponowany graficznie Twój nick. Budujesz podświadomą rozpoznawalność znaku w głowie klienta. Ludzie znacznie lepiej zapamiętują znaki niż nazwy. Większość jest wzrokowcami. Mogą nie pamiętać, u kogo kupili, ale zapamiętają znaczek. W ten sposób buduje się markę.

Strony *O mnie* raczej nie będę zmieniał. Zmieniłem stronę sprzedażową, ale strona *O mnie* jest według mnie super i spełnia wszystkie wymagania. Jest przejrzysta.

5.1.3. Twoje zdjęcie

Podstawowy element tuż pod logo to Twoje zdjęcie. Zrobione jak najlepiej. Może być profesjonalnie. Klient musi wiedzieć, z kim ma do czynienia. Nieważne, czy jesteś piękny, czy „w miarę”, czy brzydki. Uroda jest kwestią względną. Ważne jest to, że stajesz oko w oko ze

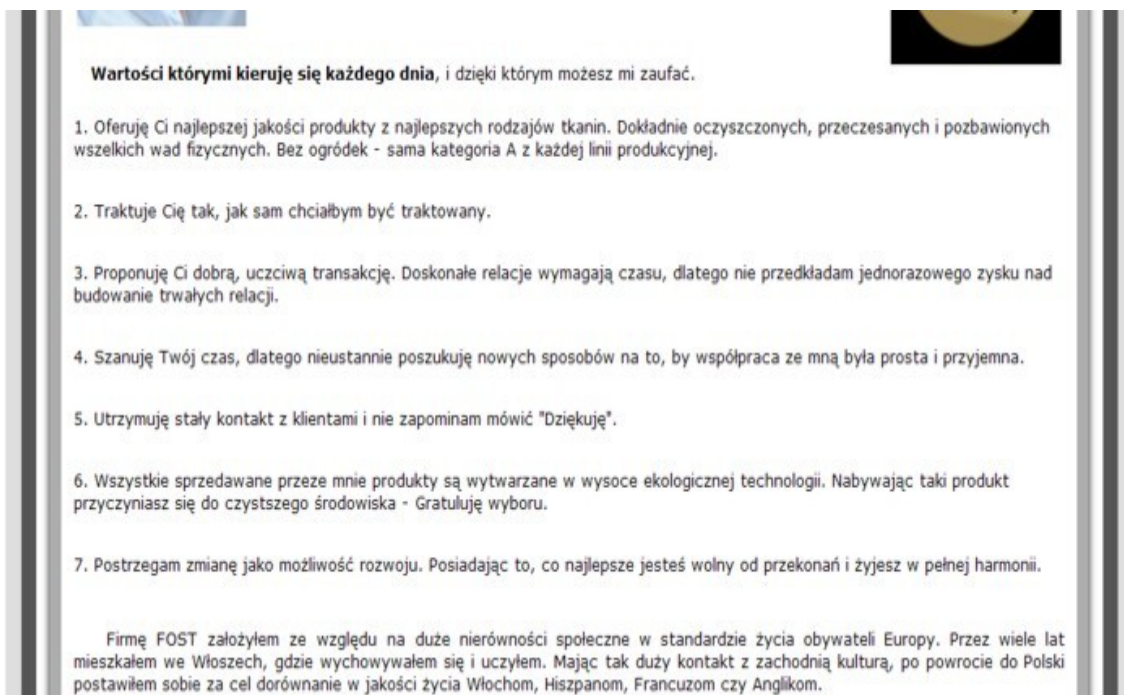
5.1. Strona O mnie

swoim klientem. Wzbudzasz zaufanie. Dalsze wrażenia będą dopasowane do Twojego zdjęcia. W zależności od tego, co napiszesz.

Moje zdjęcie znajdziesz na każdej aukcji i na stronie *O mnie*. Nie boję się i wychodzę naprzeciw klientowi.

5.1.4. Opis – kim jesteś

Opisz krótko i na temat to, kim jesteś, dlaczego sprzedajesz to, co sprzedajesz i wszystko, co może mieć znaczenie, jeśli chodzi o Twoją osobę. Taki mini wycinek z Twojego CV.



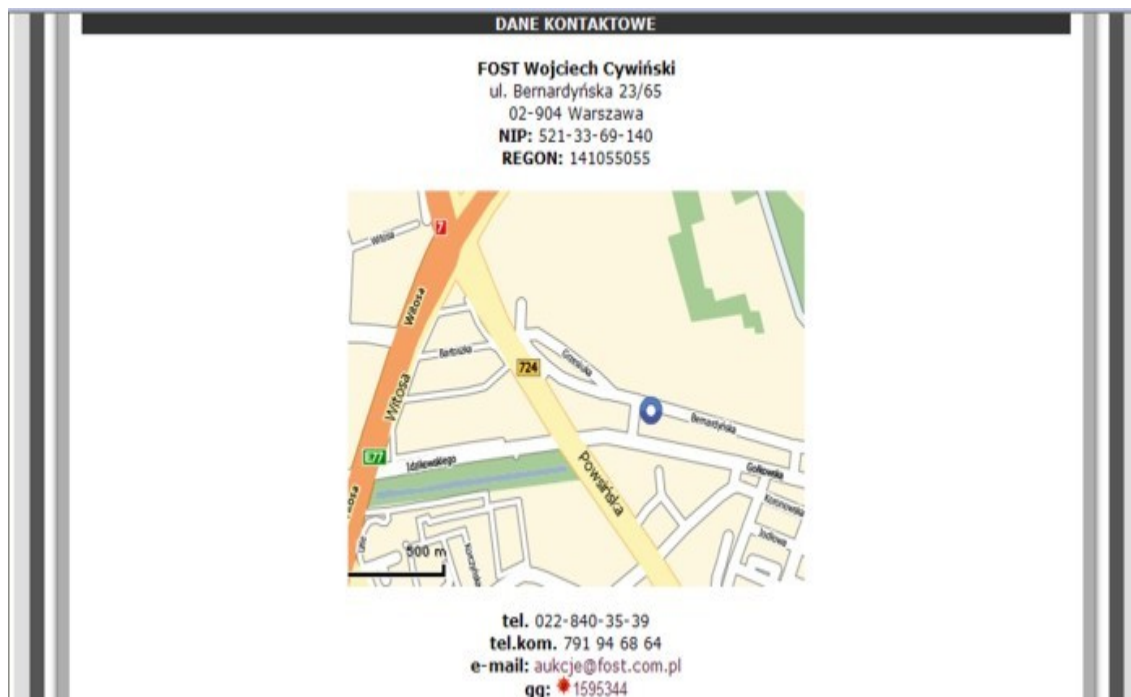
Wartości którymi kieruję się każdego dnia, i dzięki którym możesz mi zaufać.

1. Oferuję Ci najlepszej jakości produkty z najlepszych rodzajów tkanin. Dokładnie oczyszczonych, przeczesanych i pozbawionych wszelkich wad fizycznych. Bez ogródek - sama kategoria A z każdej linii produkcyjnej.
2. Traktuje Cię tak, jak sam chciałbym być traktowany.
3. Proponuję Ci dobrą, uczciwą transakcję. Doskonałe relacje wymagają czasu, dlatego nie przedkładam jednorazowego zysku nad budowanie trwałych relacji.
4. Szanuję Twój czas, dlatego nieustannie poszukuję nowych sposobów na to, by współpraca ze mną była prosta i przyjemna.
5. Utrzymuję stały kontakt z klientami i nie zapominam mówić "Dziękuję".
6. Wszystkie sprzedawane przeze mnie produkty są wytwarzane w wysoce ekologicznej technologii. Nabywając taki produkt przyczyniasz się do czystszej środowiska - Gratuluję wyboru.
7. Postrzegam zmianę jako możliwość rozwoju. Posiadając to, co najlepsze jesteś wolny od przekonań i żyjesz w pełnej harmonii.

Firmę FOST założyłem ze względu na duże nierówności społeczne w standardzie życia obywateli Europy. Przez wiele lat mieszkalem we Włoszech, gdzie wychowywałem się i uczyłem. Mając tak duży kontakt z zachodnią kulturą, po powrocie do Polski postawiłem sobie za cel dorównanie w jakości życia Włochom, Hiszpanom, Francuzom czy Anglikom.

5.1.5. Kontakt z Tobą

Strona *O mnie* musi zawierać wszelkie rodzaje kontaktu z Tobą. Telefony domowe i komórkowe, maile, dane adresowe, autobusy, którymi się do Ciebie dojeżdża, wklejony wycinek mapy z Zumi.pl, aby

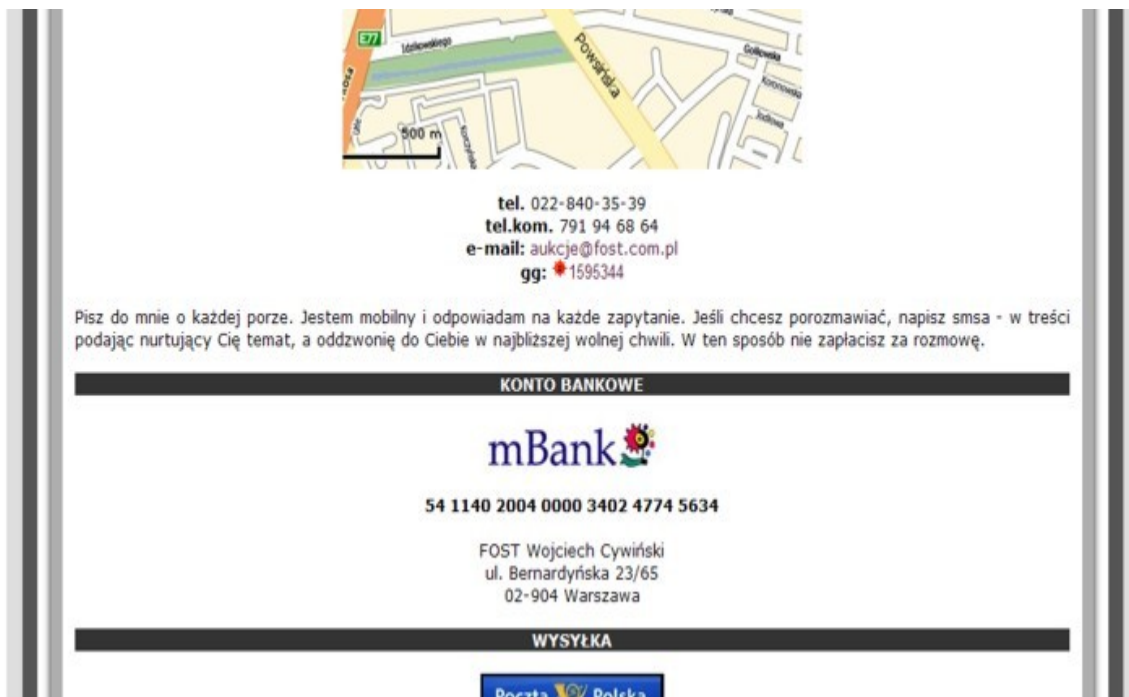


dokładnie wskazać strzałką, gdzie mieszkasz lub gdzie znajduje się Twoja firma.

5.1.6. Dane kont bankowych

Podaj podstawowe dane bankowe, które są w 100% bezpieczne (nazwę banku, jego logo, numer konta i dane do przelewu). Niczym nie ryzykujesz. Jeśli masz dwa lub trzy konta w kilku bankach, to zamieść je. Ludzie mają konta w wielu bankach i nie zawsze będą musieli czekać 24 godziny, aż przelew dotrze na Twój rachunek.

5.1. Strona O mnie



tel. 022-840-35-39
tel.kom. 791 94 68 64
e-mail: aukcje@fost.com.pl
gg: 1595344

Pisz do mnie o każdej porze. Jestem mobilny i odpowiadam na każde zapytanie. Jeśli chcesz porozmawiać, napisz smsa - w treści podając nurtujący Cię temat, a oddzwonię do Ciebie w najbliższej wolnej chwili. W ten sposób nie zapłacisz za rozmowę.

KONTO BANKOWE

mBank

54 1140 2004 0000 3402 4774 5634

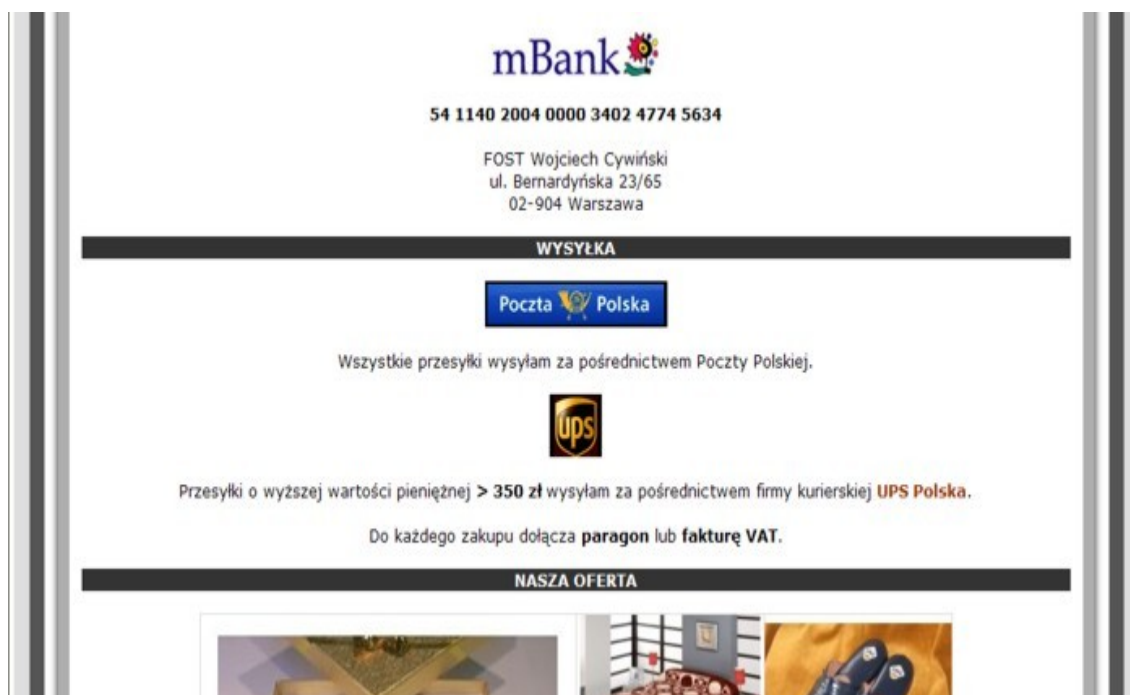
FOST Wojciech Cywiński
ul. Bernardyńska 23/65
02-904 Warszawa

WYSYŁKA

Poczta Polska

5.1.7. Dane sprzedażowe

Strona *O mnie* musi zawierać wszelkie dane dotyczące produktów i formy rozliczania się. Musisz napisać, czy wystawiasz paragon i faktury VAT, czy dajesz jakąś gwarancję na produkt, czy wysyłasz w opakowaniach na prezent, jakie są możliwości wysyłki (kurierzy i Poczta Polska). Musisz podać stawki, ceny itp. Wszystko powinno być na stronie *O mnie* w jednym akapicie (zakładce).



5.1.8. Logo producentów Twoich produktów

Najlepiej jest wstawić logo producentów sprzedawanych produktów. To



pozwala klientowi rozpoznać znaczek firmy, którą może bardzo sobie ceni i chętnie właśnie u niej kupi. Poza tym, z doświadczenia wiem, że klienci pytają się o różne rzeczy... W moim przypadku na starej aukcji umieściłem kiedyś artykuł o technologii produkcji z samą nazwą. Klienci zaczęli się pytać dokładnie o więcej. Zamieściłem więc dla nich kilka linijek opisu na stronie *O mnie*. Możesz również dodać jakiś opis. Skąd pochodzi producent, gdzie wyprodukował swoje towary itp.

Dlaczego warto mieć pełną wersję?



Pełną wersję książki zamówisz na stronie wydawnictwa
Złote Myśli

<http://www.zlotemysli.pl/prod/6601/allegrowy-super-sprzedawca-wojciech-cywiński.html>