

Šest základních rad pro nakupování po internetu

Na internetu bohužel nenajdete jen kvalitní a seriózní e-shopy, ale rovněž skupinu těch, které se k zákazníkům nechovají profesionálně. Pokud se odhodláte k on-line nákupu, určitě byste měli vědět, jak nenarazit. Bezpečné a bezproblémové internetové obchody se většinou mohou prokázat certifikátem *Asociace provozovatelů elektronické komerce (APEK)*. Mnoho informací pak získáte přímo na stránkách jednotlivých e-shopů. „Než se zaberete do konkrétní nabídky, zjistěte si následující informace“, radí Martin Rozhoň, ředitel společnosti Vivantis:

1. Obchodní podmínky

Barvitě popisy funkcí nejnovějších technických hraček v nabídce rozhodně nepatří mezi to, co byste si v e-shopu měli přečíst jako první. Zaměřte na něco zdánlivě obvyčejnějšího a často i suchopárnějšího – obchodní podmínky, tedy dodací lhůty, reklamační řád a popis postupů uplatňovaných při vrácení zboží. Pak nebudete překvapeni, že zboží bude na skladě prodejce až za dva týdny, nebo že vám zásilka přijde místo obvyklých tří dnů až za týden. Pokud obchodní podmínky na zkoumaném webu nenajdete vůbec, dejte od něj ruce pryč.

2. Informace o prodejci

Pokud jsou jedinými kontakty na provozovatele e-shopu emailové adresy či dokonce jen webové formuláře pro odesílání dotazů, buďte obezřetní. Kvalitní e-shop neusiluje o anonymitu a zákazníkům poskytuje plné kontaktní informace včetně názvu firmy, adresy jejího sídla, mailů a telefonů na kontaktní osoby. Důležité jsou také údaje o živnostenském oprávnění prodejce.

3. Transparentnost cen a dalších služeb

Některé e-shopy kvůli nalákání zákazníků neuvádějí u zboží celkovou cenu, ale jen údaj o ceně bez DPH a dalších nákladů, jako je balné nebo dopravné. To je ovšem klamání zákazníka, které nemá s důvěryhodností nic společného. Na dodatečné náklady, tedy na ceny za balné a dopravné, by měli být zákazníci jasně upozorněni a tyto položky by se při kalkulaci měly transparentně započítat do celkové ceny. Zákazníci by také měli dostat kontaktní informace na kurýrní služby a informaci o intervalu doručení.

4. Bezpečnostní politika

Provozovatelé kvalitních e-shopů jsou si dobře vědomi nedůvěry, kterou zákazníci stále ještě cítí k nakupování na internetu. Jasně proto informují o své bezpečnostní politice a osvětlují způsob zabezpečení transakcí a používané postupy zacházení se svěřenými citlivými daty. Většina zákazníků je také spokojenější, má-li možnost vybrat si z více způsobů platby.

5. Přehlednost a popis zboží

Některé prodejci si příliš neuvědomují, že by se zákazníci o nákupu určité věci měli rozhodnout právě na základě informací obsažených v e-shopu. Proto by mělo být zboží doplněno informativní a kvalitní fotografií, srozumitelným popisem a detailní specifikací. Nenajdete-li u výrobku grafy, nákresy nebo i videozáznamy, i když to jeho povaha vyžaduje, může jít o pohodlnost prodejce nebo o šetření na nesprávném místě. Pokud je nabídka zboží hodně široká, ukáže se také, kdo si dal práci s přehledným rozříděním zboží do skupin a podkategorií.

6. Okamžitá reakce

Kvalitu e-shopu poznáte i podle rychlosti, s jakou vám jeho pracovníci odpoví na dotazy vznesené emailem a především podle jejich ochoty a kompetentnosti při řešení problémů. Pokud se k vám odpovědi na otázky zaslané emailem dostanou za tři dny, narazili jste na stránky, jež jsou přehlíženým doplňkem v široké paletě činností provozovatele nebo večerním koníčkem pro malé živnostníky. Spokojenost zákazníka není jejich prioritou, proto se jim raději vyhněte. Vždy je lepší, když má e-shop kromě emailových kontaktů také zákaznickou linku – řada lidí dává přednost osobnějšímu telefonickému jednání.