

ZŁOTE
MYSLI

ALLEGROWY SUPER SPRZEDAWCA

Wojciech Cywiński



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

**Niniejszy darmowy ebook zawiera fragment
pełnej wersji pod tytułem:**

[„Allegrowy Super Sprzedawca”](#)

Aby przeczytać informacje o pełnej wersji, [kliknij tutaj](#):

Darmowa publikacja dostarczona przez

[StartBiznes](#)

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](#).

© Copyright by Wydawnictwo [Złote Myśli](#) & Wojciech Cywiński

rok 2009

Data: 04.08.2009

Tytuł: Allegrowy Super Sprzedawca – fragment utworu

Autor: Wojciech Cywiński

Wydanie I

Projekt okładki: Marzena Osuchowicz

Redakcja: Magda Wasilewska, Sylwia Fortuna

Skład: Marcin Górniakowski

Internetowe Wydawnictwo Złote Myśli sp. z o.o.

ul. Daszyńskiego 5

44-100 Gliwice

WWW: www.ZloteMysli.pl

EMAIL: kontakt@zlotemysli.pl

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

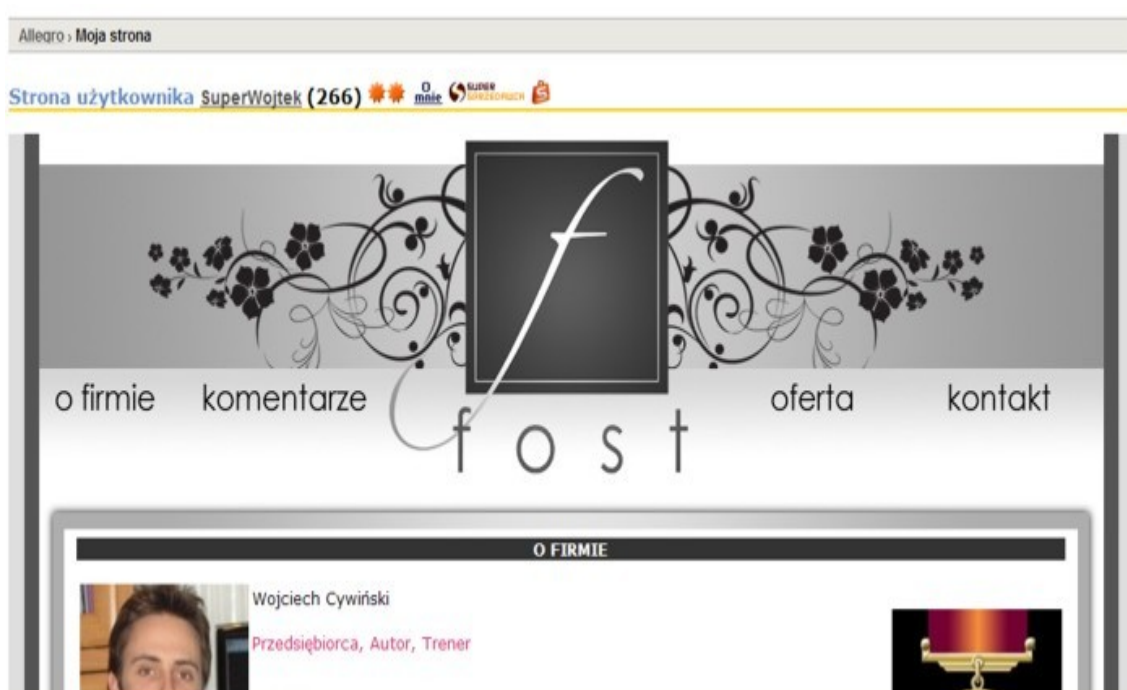
Aukcja musi być jak najbardziej wiarygodna. Zarówno od strony sprzedawcy, jak i produktu. Musisz być realny, żeby klient Ci ufał.

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*

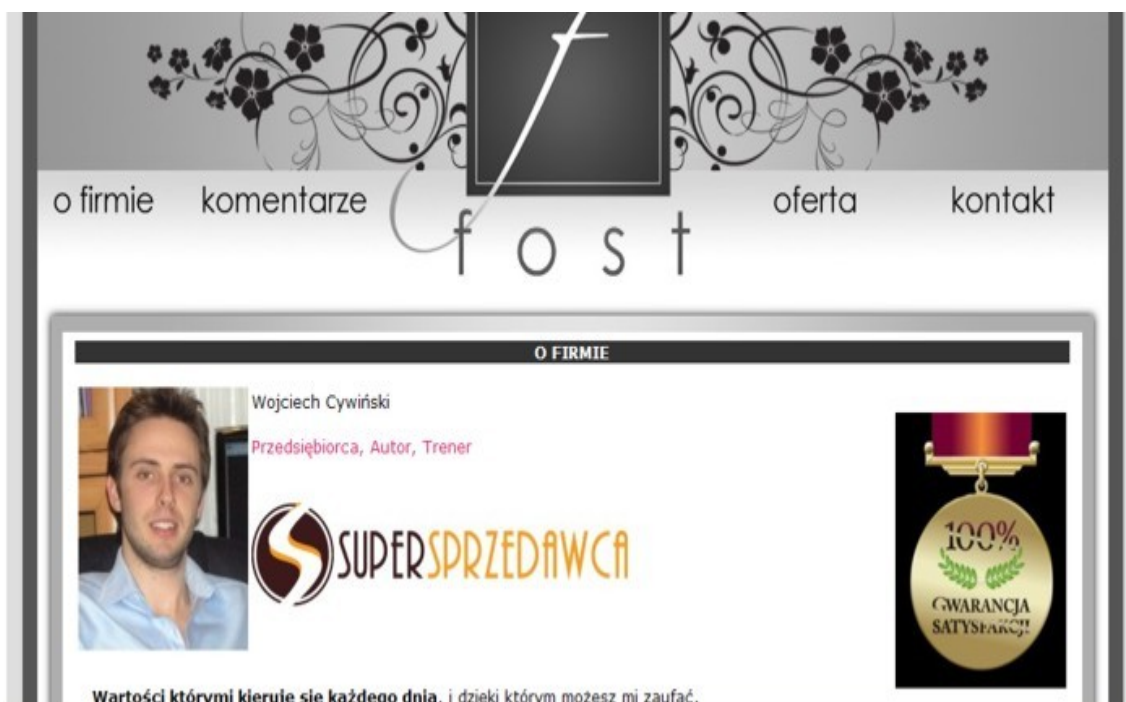
Jeśli podchodzisz poważnie do rozwoju sprzedaży czy biznesu, również na Allegro, strona *O mnie* jest szkieletem podpierającym wszystkie Twoje aukcje. To jest Twoja wizytówka. Oddziałuje na pierwsze „W” – buduje wiarygodność. Profesjonalna sprzedaż wymaga profesjonalnej strony *O mnie*. Skokowa sprzedaż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

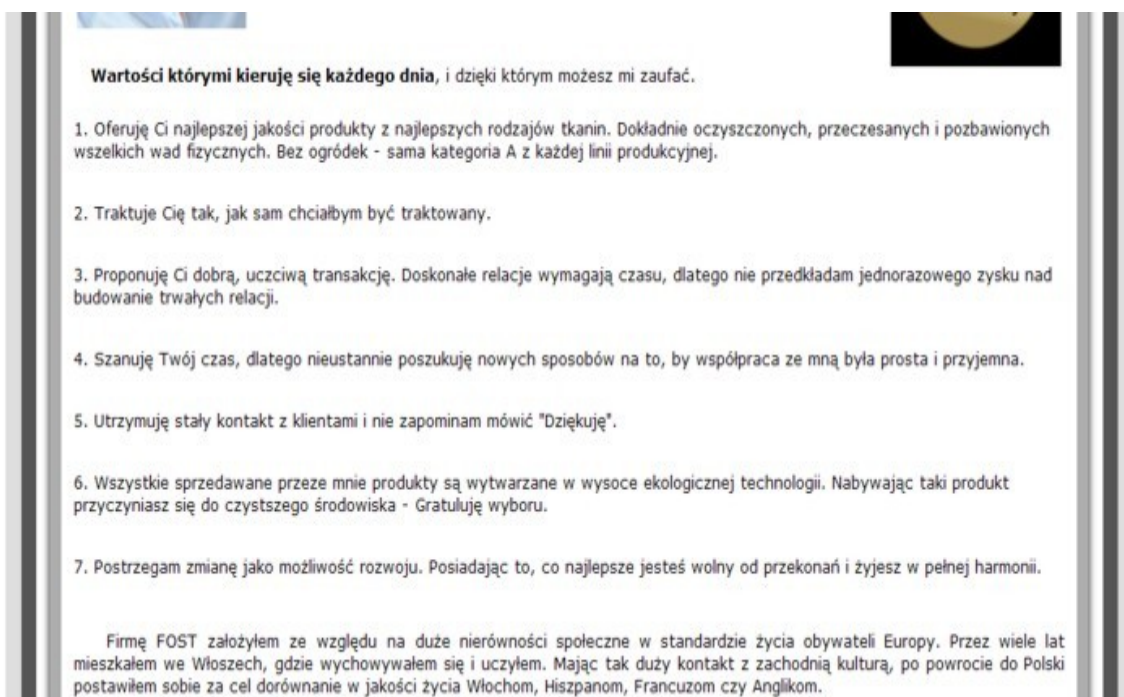
Podstawowy element tuż pod logo to Twoje zdjęcie. Zrobione jak najlepiej. Może być profesjonalnie. Klient musi wiedzieć, z kim ma do czynienia. Nieważne, czy jesteś piękny, czy „w miarę”, czy brzydki. Uroda jest kwestią względną. Ważne jest to, że stajesz oko w oko ze

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.

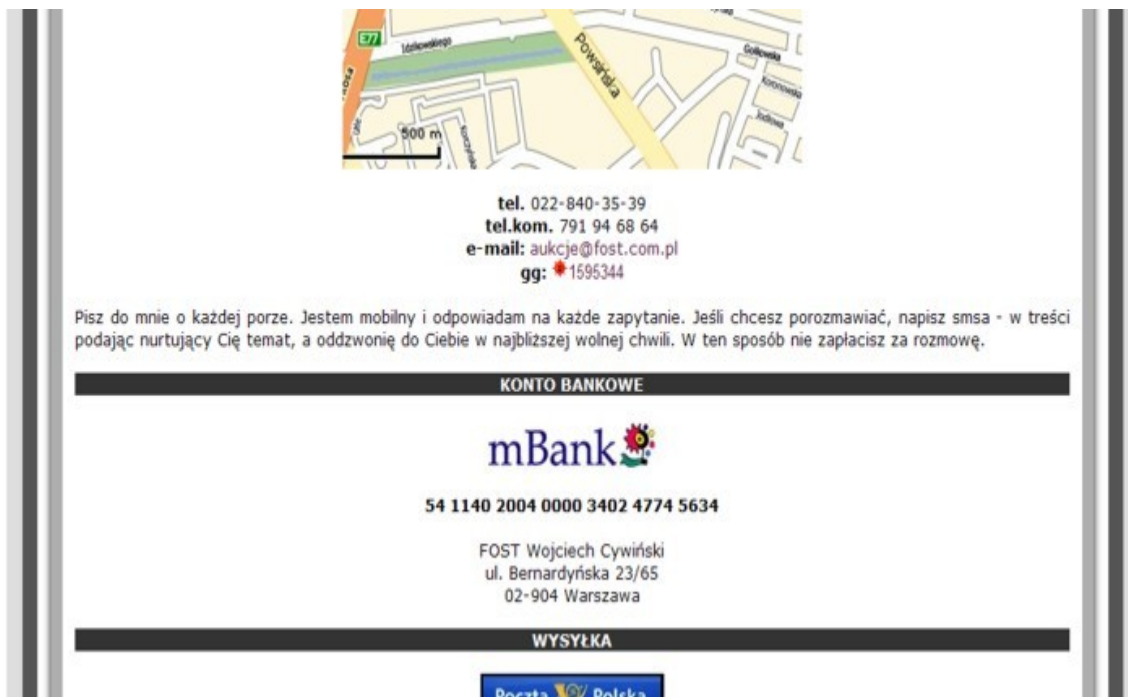


Wartości którymi kieruję się każdego dnia, i dzięki którym możesz mi zaufać.

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. 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

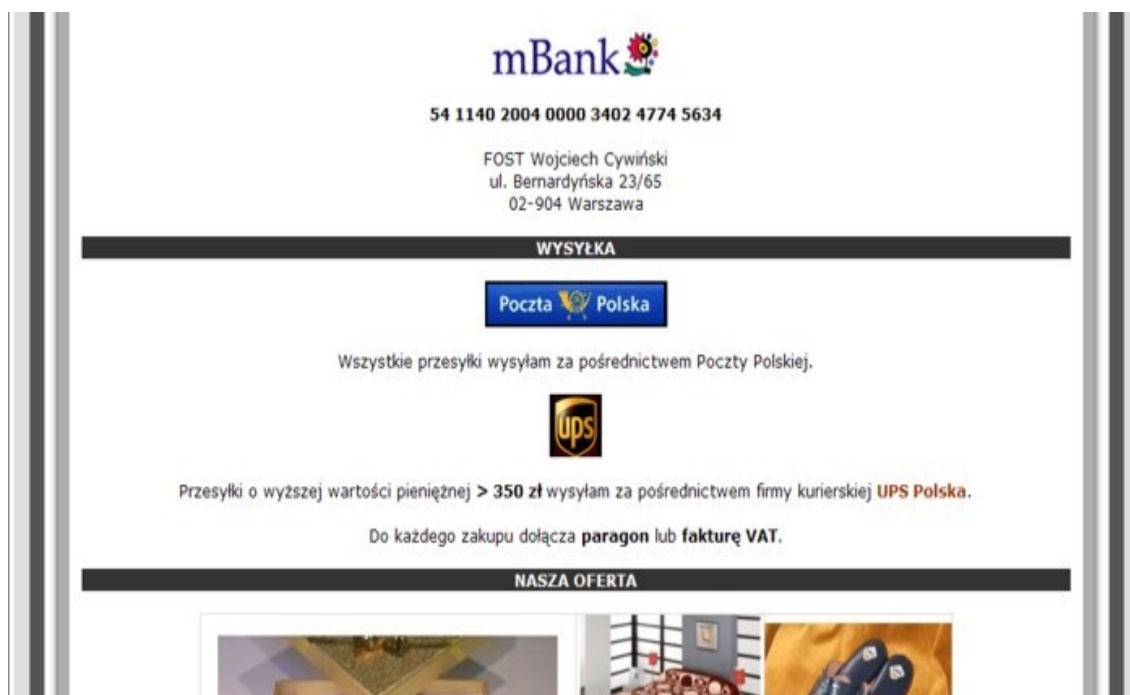
WYSYŁKA

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. Strona O mnie



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 kupić. 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.

Jak skorzystać z wiedzy zawartej w pełnej wersji ebooka?

Jeśli jesteś już gotowy do tego, aby poznać tajemnice Super Sprzedawcy na Allegro, koniecznie zapoznaj się z pełną wersją publikacji. Spraw, aby Twoje aukcje Allegro wyróżniały się nie tylko estetyką i urodą, ale także wysoką sprzedażą!

<http://sprzedaz-allegro.zlotemysli.pl>

Co sprawia, że jedni sprzedawcy zarabiają na Allegro bardzo przyzwoite pieniądze, a inni ledwo wiążą koniec z końcem?



Polecamy także poradniki:

Programy Partnerskie w praktyce – Tomek Urban



Zastanawiasz się teraz zapewne, czy faktycznie programy partnerskie mogą przynosić konkretne zyski. Zapoznaj się koniecznie z tym ebookiem, a wszystko powinno być jasne.

Tysiącom osób dano takie same lub podobne warunki do zarabiania pieniędzy w programach partnerskich. Każda z nich ma podobne warunki... a udaje się to jedynie niewielkiemu procentowi. Dlaczego tak się dzieje? Pamiętaj o tym, że najczęściej zarabiają Partnerzy, którzy inwestują w wiedzę i uczą się z doświadczeń innych. Ktoś przetaił już Tobie szlak - wystarczy, że teraz za nim podążysz.

Tomek świetnie opisuje swoją przygodę z programami partnerskimi, a z historii tej można się wiele nauczyć! Nie jest to tylko czysto techniczny poradnik, to zdecydowanie więcej. Tomek wiele mówi o podejściu i działaniu, które według niego są najważniejsze. Brak wiedzy nie jest problemem, wszystkiego przecież można się nauczyć – co potwierdza sam autor, jak i ja, z autopsji. Polecam wszystkim chcącym wreszcie zacząć zarabiać na PP.

Daniel Janik – twórca serwisu SukcesMisja.pl, autor ebooka "Od marzeń do realizacji"



Domeny internetowe – Filip Lewandowski

W jaki sposób skutecznie zarabiać na domenach internetowych?

Publikacja ta ma na celu otworzyć Ci oczy na pewne możliwości, które drzemają na rynku. Dzięki rejestracji adresu internetowego można zarobić naprawdę konkretne pieniądze. Bardzo często w gazetach czyta się o kolejnych **rekordowych transakcjach** związanych z kupnem oraz sprzedażą domen internetowych. Rekordzistą ciągle jest sex.com, który został sprzedany kilka lat temu za przeszło **14 milionów dolarów!**

Wyobrażasz to sobie? Jedna transakcja, która pozwala Ci osiągnąć **finansową niezależność** i cieszyć się wysokim standardem życia.

Muszę przyznać, że nie bardzo interesowała mnie myśl sprzedawania domen, lecz gdy mnie już ten zawiliły temat dopadł i męczył i dobijał, książka okazuje się być "perełką" zrozumiałą dla każdego nowicjusza!

Benjamin Johansen – student architektury uczelni wyższej w Oslo, Norwegia.