

Profil de afacere Magazin online

Descrierea generala a pietei

La scurt timp dupa apariția internetului a început să se dezvolte comerțul online. Această modalitate de a vinde produse sau servicii s-a dovedit a fi una dintre nenumăratele **afaceri profitabile** din mai multe motive, pe care le voi detalia în cele ce urmează.

Conform studiului efectuat de compania Daedalus Millward Brown, derulat in perioada noiembrie 2011-ianuarie 2012, pentru piața online din România, cumpărăturile prin intermediul internetului se fac preponderent de către populația din mediul urban, cu un nivel de educație superior. De asemenea, veniturile celor care fac tranzacții online se situează peste medie. Atât femeile (45,2%) cât și bărbații (54,8%) preferă să facă cumpărături din **magazine online**. Vârsta majoritară ai celor care caută servicii online se situează între 25 și 34 de ani. Privind prin perspectiva veniturilor lunare, cele mai multe cumpărături online se realizează de persoanele cu un venit între 1.400 și 1.800 de lei (20% dintre respondenți).

Ce se cumpără din magazinul online?

În topul tranzacțiilor online se află plățile către utilități sau servicii, urmate de achiziția de produse electronice, îmbrăcăminte, încălțăminte, produse cosmetice și parfumuri. Deasemenea, la mijlocul clasamentului se situează achiziția de telefoane mobile și servicii asociate acestora, produse electrocasnice, cărți, ziare reviste. Nu sunt de neglijat nici serviciile turistice, din care preponderent se cumpără bilete de avion. Jucăriile, filmele, jocurile și biletele la diferite evenimente se află și ele printre preferințele românilor care fac cumpărături dintr-un **magazin virtual**.

Ca și modalitate de plată a cumpărăturilor online se remarcă, în ordinea preferințelor: plata ramburs la primirea coletului, plata prin transfer bancar, plata prin serviciul Pay Pal și SMS.

Clienții

Clienții preferă să cumpere online din mai multe motive:

- Doresc ca produsele să le fie livrate la domiciliu;
- Pot comanda la orice oră;
- Câștigă timp;
- Găsesc prețuri mai mici deoarece vânzătorii de pe internet își permit să ofere un preț mai mic decât un magazin tradițional pentru că elimină din start cheltuielile cu chiria și utilitățile unui spațiu comercial. Totodată, numărul de angajați este mult mai mic, în cazul **afacerilor online** mici fiind nevoie de o singură persoană care să administreze afacerea.

Concurența

Afacerile pe internet din România au cunoscut o extindere exponențială în ultimii ani din perspective cifrei de afaceri. Trebuie menționat că în comerțul online concurența nu este deloc neglijabilă, dar cu toate acestea se pot aduce o serie de îmbunătățiri produselor sau serviciilor care se comercializează în **magazinele virtuale**. Totodată, se pot pune în practică **idei de afaceri** din diverse domenii precum magazinele de reduceri, servicii imobiliare sau asistență online.

Pentru a face o mai buna analiza a concurenței, utilizați template-urile: [Matricea de analiza comparativa a concurentilor](#) și [Analiza competitivitatii](#).

Promovarea unui magazine online

În funcție de profilul **magazinului online**, planul de marketing al acestei **idei de afaceri** ar trebui să cuprindă:

- Google AdSense – program prin care se afișează reclame în portalul de căutare Google și pe site-urile partenere. Este un program CPC (cost per click) adică sunteți taxat doar când utilizatorul efectuează un click pe reclama dumneavoastră. În funcție de nișa aleasă, costul pe click poate varia de la câțiva zeci de bani până la câțiva lei în funcție de concurența de pe această nișă;
- Reclamă online prin afișarea de bannere – o altă metodă de promovare foarte des folosită, care presupune afișarea de bannere pe alte site-uri de review-uri, bloguri sau informații despre nișa aleasă. Prețul pentru aceste bannere se negociază în funcție de încrederea și numărul de vizitatori ale site-ului partener;
- Programe de afiliere – presupun intrarea într-un program de afiliere cum ar fi 2parale sau Piața Digitală. Astfel afiliații care vând produsele dumneavoastră pe portalurile lor, primesc un comision procentual din valoarea vânzării;
- Reclamă în mass-media locală, în situația în care profilul magazinului online se adresează către clienții dintr-o anumită zonă geografică.

Costuri de început

Pentru a porni o astfel de afacere, costurile de început sunt de minim 5.000 de euro. Această sumă poate urca în funcție de complexitatea magazinului, numărul de produse sau servicii care se oferă spre vânzare și nu în ultimul rând, bugetul alocat promovării.

Pentru o mai buna centralizare a acestor costuri, utilizați template-ul [Costuri Start-up](#).

Etapele care trebuie urmate

În vederea deschiderii unui magazine online, trebuie puse la punct următoarele aspecte:

1. Identificarea produselor/serviciilor care se doresc a fi comercializate în **magazinul online**.

2. Crearea unui **plan de afaceri** care să evidențieze cât mai real veniturile, cheltuielile și implicit cota de profit.
3. Analiza concurenței. Ce există în prezent pe piață și cum puteți îmbunătăți respectivul produs sau serviciu.
4. Vânzarea. Orice antreprenor trebuie să-și îndrepte atenția înainte de toate asupra procesului de vânzare. Oricâte beneficii ar aduce un produs clienților, atât timp cât acest produs nu se vinde, afacerea poate fi considerată moartă.
5. Inițierea magazinului online. Se poate realiza de către o firmă specializată sau se poate căuta una dintre **soluțiile de e-commerce gratuite** care se adaptează nevoilor magazinului și se poate administra foarte ușor de către o persoană cu minime cunoștințe IT. Ca și costuri, se plătește o singură dată pentru crearea magazinului sau, în cazul platformelor de e-commerce se poate plăti un abonament lunar, în situația în care cele gratuite nu satisfac necesitățile acestui **plan de afaceri**.
6. Crearea unui stoc de marfă inițial.
7. Calculul prețurilor, a veniturilor și cheltuielilor, conform **planului de afaceri**.
8. Reclama și bugetul alocat acesteia;
9. Transportul produselor;
10. Monitorizarea (urmărirea) comenzilor;
11. Servicii post-vânzare. Spre exemplu, realizarea unui forum în cadrul căruia cumpărătorii să poată împărtăși impresiile și altor utilizatori, suport telefonic, trimiterea ofertelor promoționale prin e-mail, mesaje cu ocazia diverselor evenimente, oferirea de îmbunătățiri sau servicii adiacente produsului/serviciului achiziționat, suport în ceea ce privește garanția produsului.

Din perspectiva realizării **magazinului online**, ar trebui urmărite următoarele aspecte:

- Proiectarea site-ului raportată la profilul cumpărătorului și a tipurilor de produse comercializate. Aici intră design-ul site-ului, utilizabilitatea (orice utilizator trebuie să acceseze foarte ușor opțiunile magazinului).
- Administrarea site-ului, care se poate face de o singură persoană pentru început dar, în funcție de gama de produse din stoc pot fi necesare mai multe persoane;
- Achiziția unui domeniu și a unui serviciu de hosting. Extensia domeniului este importantă. Astfel, dacă vă adresați pieței din România este bine să contractați un domeniu .ro, iar pentru piața internațională .com. Mai există și alte extensii pentru domenii, cum ar fi .info, .net care se pot găsi la prețuri promoționale. De asemenea, numele domeniului este recomandat să fie în concordanță cu tipul de produse vândute. Pe partea de hosting, există numeroși furnizori ale acestor servicii. Aspecte esențiale ale hostingului ar fi spațiul fizic dedicat pe server pentru încărcarea informațiilor din magazinul online (sunt situații în care spațiul alocat serviciului este împărțit cu alte domenii) și timpul de încărcare al site-ului în momentul în care, să zicem, navighează 100 de utilizatori simultan pe site.
- Managementul bazelor de date din spatele site-ului care gestionează stocul de produse și informațiile cumpărătorilor.
- Optimizarea pentru motoarele de căutare sau Search Engine Optimization (SEO). Este un capitol esențial care ar putea scuti foarte mulți bani din bugetul alocat pentru publicitatea prin Google Adwords. Astfel, un portal bine optimizat pentru motoarele de căutare care să se regăsească pe prima pagină pentru anumite cuvinte cheie, nu ar mai necesita cheltuieli legate cu promovarea în sistemele CPC. Pentru optimizare este recomandat a se apela la un specialist în domeniu.

- Securitatea magazinului. Așa cum știm cu toții, tranzacțiile online de multe ori sunt interceptate de așa-ziii hackeri, care prin metode de tip phishing intră în posesia datelor bancare ale cumpărătorului. Trebuie să apelați din nou la o firmă specializată, care să vă ofere tranzacții 100% sigure pentru clienții magazinului dumneavoastră.
- Modalitățile de plată. Este bine să oferiți modalități de plată variate așa cum au fost enumerate anterior, în funcție de valoarea produselor pe care intenționați să le vindeți. Pentru valori de până la 15 euro, se pot folosi servicii de plată prin SMS care sunt foarte sigure și simple pentru utilizator dar care în același timp se taxează cu comisioane mari percepute vânzătorului de către operatorii de telefonie mobilă și intermediarii care promovează aceste servicii.
- Transportul. Pentru atragerea clienților se poate oferi transportul gratuit al produselor. Bineînțeles, costurile de transport vor mai mări cu un anumit procent prețul de listă al unui produs sau serviciu.

Ulterior start-up-ului trebuie analizate următoarele componente:

- Conversiile și mărirea proporției dintre numărul clienților care intră pe site raportat la numărul celor care efectuează o tranzacție;
- Creșterea valorii medii a cumpărăturilor;
- Designul. Sunt situații în care un design profesionist ajută foarte mult la mărirea cifrei de afaceri;
- Promovarea în cadrul rețelelor de social media;
- Realizarea unui **plan de marketing** cu ajutorul comunicărilor prin e-mail;
- Micșorarea costurilor cu publicitatea.

Cadrul Legal

Cadrul legislativ al comerțului electronic este reprezentat de legea 365/2002 cu modificările și completările ulterioare care prevede o serie de obligații ale comerciantului online, cum ar fi:

- Afișarea datelor de identificare ale societății comerciale (nume, adresă, codul unic de înregistrare fiscală)
- Tarifele de vânzare care pot include sau nu prețul transportului;
- Modalitatea de trimitere a corespondenței prin e-mail și evitarea spam-ului;
- Detalii privind stocarea temporară a informațiilor utilizatorului (cookies);
- Răspunderea privind instrumentele de căutare ale informațiilor;
- Răspunderea privind transmiterea informațiilor utilizatorului către terțe părți;
- Soluționarea litigiilor;
- Infrațiuni și contravenții la regimul comerțului electronic.

Informații suplimentare

Toate **afacerile pe internet**, cu toate că necesită diverse cheltuieli de administrare, sunt, conform statisticilor, **afaceri profitabile**. Orice antreprenor poate pune în practică un **magazin online**, având nevoie de multă perseverență, câteva cunoștințe de IT, experiență minimă în vânzări și în contabilitatea primară.

Vezi mai multe idei de afaceri pe [Enciclopedia Afacerilor!](#)

[Autoritatea Nationala de Supraveghere a Prelucrării Datelor cu Caracter Personal](#)

[Autoritatea Nationala pentru Protectia Consumatorilor](#)

www.plandefacere.ro – informatii cu privire la realizarea unui plan de afacere

www.finantare.ro – informatii cu privire la surse de finantare

www.intreprinzatori.ro – idei de afaceri si modele de reusita

www.managementulproiectelor.ro – informatii si instrumente cu privire la managementul proiectelor