



Kako prodati na Internetu

1. Pogled na statistiku

U prvom trimestru 2010 godine Republički zavod za statistiku republike Srbije izdao je informator pod nazivom „Upotreba informaciono komunikacionih tehnologija u Srbiji, 2009“. Sa stanovišta e-poslovanja ovaj dokument je od izuzetne važnosti. Izdavam najznačajnije podatke:

Preko 264 000 lica kupovalo je ili poručivalo robu/usluge putem Interneta u poslednjih godinu dana



Pojedinci i domaćinstva:

46,8% domaćinstava u Republici Srbiji poseduje računar, što čini povećanje od 6% u odnosu na 2008. godinu, 12,8% u odnosu na 2007. godinu, a 20,3% u odnosu na 2006. godinu. Zastupljenost računara u domaćinstvima varira u zavisnosti od teritorijalne celine: u Beogradu iznosi 59,8%, u AP Vojvodini 46,1%, a u centralnoj Srbiji 41,3%.

U Republici Srbiji 36,7% domaćinstava poseduje Internet priključak, što čini povećanje od 3,5% u odnosu na 2008. godinu, 10,4% u odnosu na 2007. godinu, a 18,2% u odnosu na 2006. godinu.

Internet priključak većinom poseduju domaćinstva koja imaju mesečni prihod koji premašuje 600 evra (82,0%), dok učešće domaćinstava s prihodom do 300 evra iznosi svega 17,9%.

- U Republici Srbiji je 49,3% lica u poslednja tri meseca koristilo računar, 2,7% lica je koristilo računar pre više od tri meseca, a 3,3% pre više od godinu dana. Čak 44,7% lica nikada nije koristilo računar.

Preko 2 080 000 lica koristi računar svakog ili skoro svakog dana

Preko 1 450 000 lica koristi Internet svakog dana

Preko 264 000 lica kupovalo je ili poručivalo robu/usluge putem Interneta u poslednjih godinu dana

Preduzeća:

97,8% preduzeća koristi računar u svom poslovanju

67% preduzeća koja imaju Internet priključak poseduje veb sajt

22,4% preduzeća koja imaju Internet priključak naručivalo je tokom 2008. godine proizvode/usluge putem Interneta

19,9% preduzeća koja imaju Internet priključak primalo je porudžbine tokom 2008. godine putem Interneta

22,4% preduzeća koja imaju Internet priključak naručivalo je tokom 2008. godine proizvode/usluge putem Interneta



Posle ovakve statistike pitanje da li vredi ulagati u online poslovanje postaje suvišno. Ostaje pitanje: Kako pokrenuti prodaju na Internetu? Ili za one koji nisu zadovoljni postignutim rezultatima: „Kako pospešiti prodaju na Internetu?“.



1. Osmisli naziv
2. Opiši proizvod
3. Govori istinu
4. Odgovaraj na pitanje kupca
5. Extra slika



Prodaja na Internetu

Prvo: Pronađi veliko, lako ciljano tržište

Ako imaš proizvod, trebaš pronaći tržište. Trebaš biti siguran da tržište postoji, da je veliko i lako dostupno. Tada pokušaj da saznaš što tržište želi, i to im prodaj. Ako žele nešto što im možeš prodati, odlično. Bez ciljanog tržišta, sam si sebe osudio na neuspeh.

Drugo: Ponudi proizvod koji ljudi žele a ne koji trebaju!

Velika većina ljudi koji kupuju preko interneta su impulsivni kupci, a ljudi ne kupuju impulsivno kada nešto trebaju. Impulsivno kupuju jer nešto ŽELE! Emocionalne kupovine su impulsivne kupovine.

Treći korak: Neka tvoj proces prodaje bude uspešan!

To znači da tvoj proizvod vide oni koji mogu i žele da kupe preko Interneta. Zatim treba im obezbediti stvarno dobru ponudu koja je zanimljiva i laka za čitanje. Takođe trebaš razviti osećaj za hitnost. Nakon toga sledi postupak narudžbine. Postupak treba da je bezbedan, da uliva poverenje i da je razrađen. I tu naravno nije kraj. Šta je "backend"? "Backend" je nešto što prodaješ svojim kupcima nakon njihove prve kupovine. To je mesto gde zaista zarađuješ novac, jer trošak za pridobijanje tih kupaca je sada na nuli. Već si ih privukao na tvoju stranicu, zadobio njihovo poverenje i naveo ih na kupovinu.

Evo i nekoliko saveta za uspešnu prodaju na Internetu:

1. Dobro osmisli naziv predmeta koji se prodaje. Ključne reči moraju biti u nazivu. Ako npr. prodaješ ogrlice ručno rađene, nije dobra ideja da naziv bude „Vulkan“. Niko po toj ključnoj reči neće naći ogrlicu. Dakle, umesto da širiš tržište zadržavaš se na starim mušterijama i onim ekstremno upornim, spremnim da listaju stotine stranica u potrazi za pravom ogrlicom. Bolji je naziv: Ogrlica Vulkan. Dobar naziv sužava pretragu: crvena ogrlica ili drvena ogrlica i naravno maštovit naziv uz to.
2. Što je moguće bolje opiši svoj proizvod. Navedi dimenzije, karakteristike, ukoliko ima neke prednosti navesti i naravno ukoliko ima neke nedostatke obavezno navesti.
3. Govori istinu i samo istinu.
4. Odgovaraj na pitanja potencijalnih kupaca.
5. Postavi sliku na kojoj se proizvod dobro i jasno vidi ili u prevodu ukrasi izlog.



Važnost fotografije u online prodaji

Prilikom stalne komunikacije sa ljudima koji pretežno kupuju uočila sam njihovo nezadovoljstvo kvalitetom postavljenih fotografija kada je u pitanju online prodaja. Ne njihovom veličinom ili brojnošću, već u pravom smislu reči kvalitetom. Najčešće kažu: „Fotografije su mutne“, „Ne vidi se dobro predmet“, „Više se vidi pozadina nego sam predmet“ i sl. Dve su istine:

1. Slika govori više od hiljadu reči.

2. Kupac je uvek u pravu.

Vredi se potruditi oko kvaliteta slika jer to umnogome doprinosi zadovoljstvu korisnika, smanjenju broja postavljenih pitanja pre samog čina prodaje – dakle uštedi vremena prodavca i na kraju povećanju prodaje.

Kako najveći broj ljudi najlakše uči na primerima, prvo slede primeri loše urađenih fotografija, a potom primeri dobro urađenih fotografija sa posebnim akcentom na najbolje na njima.



Bermude i duks

- akcenat je na majci, a prodaju se i bermude i majca;
- farmerke su potpuno mutne;
- pažnju odvlači pozadina;
- ne vide se dobro detalji na bermudama poput cvetića.



Torbica

- fotografija je sva u senci;
- potpuno dominira pozadina;
- ne vide se detalji na torbici.



Ogrlica

- ogrlica se potpuno utopila u pozadinu;
- akcenat je na pozadini a ne na predmetu;
- šalje pogrešnu poruku o samom predmetu.



Primeri dobre prakse:



Torbica

- svi detalji na tašni su jasno vidljivi;
- tašna je potpuno dominantna u odnosu na pozadinu;
- nema senke;
- nije mutna.



Narukvica za kićenje svatova

- pozadina doprinosi da predmet dodje do izražaja;
- vide se svi detalji na predmetu;
- fotografija je jasna i bez senke.



Saix-majca

- crna pozadina ističe predmet prodaje;
- jasno se vide detalji;
- fotografija nije mutna i nema senku;
- dobro su uklopljene dve fotografije u jednoj.

Saveti:

- Slikaj na prirodnom svetlu bez blica kada god je moguće.
- Slikaj krupan kadar.
- Radi na jasnoći.
- Izaberi pozadinu koja ističe predmet prodaje.
- Izaberi pozadinu koja daje dodatnu vrednost predmetu.
- Fotografiši detalje.





Iz ugla prodavca

ISKUSTVA

Iz ugla korisnika

Niža Jevtić koristi Limundo nekoliko meseci i do sada je prodao 80 predmeta na aukcijama. Sve je počelo tako što je kupio sliku po ceni od 800 dinara, a danas poznaje gotovo sve tajne on line aukcija na ovom sajtu.

"Najbolje je kao početnu cenu staviti 10 dinara jer te aukcije izlaze na naslovnoj strani. Onda se ljudi nadmeću i zaista je dobar osećaj kada recimo staviš na aukciju knjigu za 10, a ona dostigne cenu od 400 dinara", kaže Jevtić.

Kada aukcija bude gotova, kupcu stiže ponuka sa podacima o prodavcu i obratno.

"Tada se kontaktiramo porukama na sajtu ili telefonom i dogovorimo se o dostavi i uplati. Uglavnom prodavac traži da mu kupac uplati novac pa tek kad novac "legne" na račun, on šalje robu. Tako sam i ja radio za sume do 3.000 dinara, a za veće sume kupci više vole da se roba plati otkupnom prilikom isporuke", kaže Jevtić.

On priznaje da je u početku bio sumnjičav u pogledu bezbednosti i da se bojava da ne bude prevaren, ali je kasnije, kako kaže, "shvatio sistem" na osnovu kojeg sa veli-

kom sigurnošću može da zaključi sa kim je sigurno trgovati, a sa kim ne.

"Na sajtu postoji sistem ocenjivanja u kojem korisnici međusobno ocenjuju jedni druge. Ako vidim da neko ima negativne poene, ja izbegavam da licitiram. To je najveća zaštita. Ako neko, na primer, ima 10 pozitivnih i pet negativnih ocena, ja neću da licitiram njegovu stvar, jer neću da dodem u situaciju da se svadam sa nekim. Te ocene su javne i praktično te drugi upozore na nekoga ko je nepouzdan za saradnju".

Naš sagovornik je prodavao knjige, CD-ove, instrumente, a kupovao paukove, slike, pa čak i jednu biljku mesožderku. Najskuplja stvar koju je prodao bile su klavijature koje su dostigle cenu od 10.000 dinara.

"Trudim se da uvek obavestim kupce u kakvom je stanju stvar, da ne bude posle neke zabune. Imam sve pozitivne ocene i trudim se da sve uradim kako treba jer ko zna, možda ću i za deset godina da koristim sajt", kaže Jevtić, koji je kako nam je rekao, na aukcije "navučen" gotovo koliko na Fejsbuk.

Korisni linkovi

1. Republički zavod za statistiku -
<http://webrzs.stat.gov.rs/axd/index.php>
2. Blog Dragana Varagića -
<http://www.draganvaragic.com/weblog/index.php/2251/gde-su-pare-u-internet-biznisu/>
3. Blog eTarget -
<http://blog.etaget.rs/predavanja/kako-se-boriti-protiv-krize.html>
4. Limundo Karaoke -
<http://blog.limundo.com/>
5. Kupindo -
<http://www.kupindo.com>
6. Mashable -
<http://mashable.com/social-media/>
7. Blog Dragane Djermanović -
<http://www.draganadjermanovic.com/>

Za kraj

Potrebno je usuditi se. Biti hrabar. Osvojiti tržište. Osvojiti ljude. Postavi sebi pitanje šta možeš da izgubiš a šta možeš da dobiješ? Da li si spreman za nove izazove?