

Cum imi poate imbunatati activitatea un magazin online ?

Daca produsele si serviciile companiei sunt tranzactionabile sau cel putin pot fi prezentate online atunci exista cel putin 5 moduri in care un magazin online va poate ajuta.

1. Este un instrument de promovare

In prezent a avea o prezenta online a incetat de a mai fi un demers costisitor si partial inutil si a devenit aproape o cerinta necesara pentru orice departament de marketing sau comercial interesat sa promoveze imaginea companiei sau sa creasca volumul vanzarilor. Cum din ce in ce mai multi oameni cauta produse si servicii online a nu fi accesibil cu informatii disponibile la un click distanta ar putea cauza pierderi nu numai de imagine ci si de vanzari neconcretizate. Chiar si in cazul in care vanzarea nu are loc clientul este cel putin informat asupra produselor si implicit predispus la o achizitie ulterioara.

2. Este un instrument de vanzare

Astazi fiecare dintre noi are din ce in ce mai putin timp liber si din aceasta cauza comportamentul de cumparare s-a schimbat in favoarea unor modalitati mai putin consumatoare de timp si mai comode. Deoarece numarul de cumparatori online creste constant iar profilul acestora indica faptul ca fac parte dintr-o categorie de cumparatori dispusi sa plateasca pentru acest lucru atunci vanzarea online devine o un avantaj competitiv. Cum procesul de vanzare online este mai putin costisitor el devine mai eficient decat vanzarea clasica, directa.

3. Este un canal suplimentar de marketing

Fata de promovarea si vanzarea directa un magazin online faciliteaza accesul la informatiile despre companie si produsele sale unor clienti potentiali care sunt localizati departe din punct de vedere geografic sau la care nu s-a putut ajunge prin mijloacele de promovare din zona companiei. Daca o campanie de promovare prin publicatii scrise sau pe canale media se desfasoara pe o durata limitata un magazin nu inceteaza de a prezenta compania si produsele sale.

4. Este o cale de reducere a cheltuielilor operationale

Cel mai simplu argument cuantificabil in favoarea magazinelor online este reducerea costurilor operationale. Un studiu comparativ este prezentat in pagina 2.

- costurile legate de chirie sunt reduse foarte mult cu aproape 99%. Daca un magazin fizic presupune o chirie de minim 2000 euro lunar costul chiriei unui magazin online este de maxim 10 euro lunar.

- costurile legate de personal se reduc cu cca. 90%. Daca un angajat cu responsabilitati in administrare fizica a magazinului presupune un salariu brut lunar de 1000 euro lunar costul unui abonament de suport pentru un magazin online este de cca 100 euro lunar.

- in cazul unui magazin online nu exista eventuale taxe locale impuse de administratia locala, nu exista costuri legate de electricitate, apa, gaze etc;

- cum activitatea de mentenanta a magazinului este externalizata furnizorului de software compania se poate concentra mai bine asupra activitatilor sale generatoare de profit;

- sunt disponibile rapoarte care in absenta unui magazin online ar fi necesitat un software separat ce ar fi generat costuri aditionale.

5. Este disponibil fara intrerupere

Daca un magazin fizic si angajatii sai sunt disponibili maxim 12 ore / zi, maxim 6 zile pe saptamana, un magazin este accesibil 24 ore / zi, 7 zile / saptamana ceea ce elimina riscul pierderii unor tranzactii datorate indisponibilitatilor. In plus un magazin virtual este si accesibil celor care nu pot vizita fizic magazinul.

Costuri comparative intre un magazin clasic si un magazin online

Tip cost	Magazin clasic	Magazin online
Costuri initiale	2000 euro (achizitie vitrina/ mobilier s.a.)	1500 euro (achizitie software)
Chirie lunara	2000 euro	10 euro
Mentenanata lunara	350 euro (electricitate, gaze, apa s.a.)	100 euro (abonament mentenanata)
Salarii lunare (o persoana)	1000 euro	0 (inclus in abonament)
Total anual	42 200 euro	7 200 euro

Comparatia arata faptul ca un magazin are cca 17% din costurile unui magazin fizic si ca reducerea de 83% este un argument important in favoarea celui online.