

Handel w sieci. Biznes przyszłości

Coraz więcej e-sklepów - Ich główną przewagą nad tradycyjnymi jest to, że są otwarte 24 godziny na dobę, przez siedem dni w tygodniu. Założenie takiego biznesu nie jest wcale takie trudne.

Piotr Walczak

pwalczak@prasapodlaska.pl
tel. 85 748 96 60

Aby założyć sklep internetowy bardzo przydatna jest wiedza informatyczna – mówi Joanna Worona z Białegostoku, właścicielka e-sklepu modajuniora.pl. – Trzeba prowadzić też działalność gospodarczą, posiadać domenę, czyli nazwę internetową oraz serwer. Istotne jest dobre pozycjonowanie w internecie. Są firmy, które się tym zajmują. Potrzebna jest też cierpliwość, bo przynajmniej przez rok lub dwa taki sklep jest dobrym sposobem na pracę, ale dodatkową.

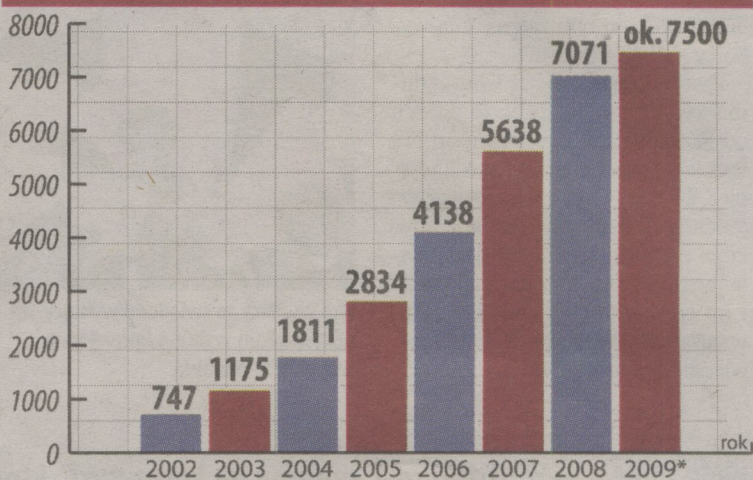
W badaniu przeprowadzonym przez Firmy.net w styczniu 2010 roku na grupie 3441 przedsiębiorców wskazano, że ponad połowa polskich firm z sektora małych i średnich firm zamierza poszerzyć swoją obecność w internecie o wirtualną sprzedaż. Zdaniem Marcina Piecha, kierownika sklepu internetowego z białostockiej firmy Havo, dobry sklep powinien prezentować przyzwoitą jakość zdjęcia i opisy produktów oraz czytelne i rzetelne informacje o cenie i dostępności produktu.

– Warto zainwestować w tworzenie opisów w sklepach internetowych, bo dobry opis, to swoiste e-opakowanie i stymuluje sprzedaż nawet o 50 procent – potwierdza Wojciech MocarSKI, dyrektor zarządzający serwisu opisyproduktow.pl.

Zaletą jest to, gdy klient ma możliwość porównania produktów z tej samej kategorii. Dobrze też mieć akcesoria do oferowanych produktów.

– Fachowa obsługa to oczywiście podstawa. Kluczem jest też szybka dostawa – podkreśla Marcin Piech. – Klienci cenią takie, choć dodatko-

Liczba sklepów internetowych w Polsce



źródło: Internet Standard * źródło: raport „e-Handel Polska 2009”

Opinia

Dr Edyta Jurczak-Pejko, Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Białymstoku:



W mojej opinii e-handel będzie się systematycznie rozwijał. Wynika to z wielu czynników. Jednym z nich jest przede wszystkim zdecydowanie niższy koszt prowadzenia działalności niż w formie tradycyjnej. To oznacza obniżenie ceny dla ostatecznego nabywcy. Poza tym handel przez internet jest coraz bezpieczniejszy, dzięki czemu rośnie liczba klientów, a e-sklepy poszerzają swoją ofertę. Już nie tylko sprzedają towar, ale oferują również np. serwis.

wo płatne, usługi jak wniesienie towaru do mieszkania oraz szeroki wybór form płatności, na przykład kartą, przedpłaty czy raty.

Po założeniu sklepu internetowego konieczna jest jego promocja i reklama.

– Na początek dobrym narzędziem promocyjnym jest obecność w porównywarce cen, na przykład ceneo.pl, skapiec.pl czy nokaut.pl i wyszukiwarce Google – mówi dr inż.

Artur Pajkert, ekspert z firmy Ogicom, specjalizującej się w rozwiązaniach biznesowych z dziedziny internetu i telekomunikacji. – Według badań firmy Nielsen z 2008 roku, dla internauty szukającego produktu w sieci najważniejsze są: informacje z wyszukiwarki internetowej, osobiste rekomendacje oraz znany sklep, z którego korzysta regularnie. Warto też pomyśleć o poszerzeniu oferty o aukcje internetowe.