

**VIŠJA STROKOVNA ŠOLA ACADEMIA,
MARIBOR**

DIPLOMSKO DELO

**PROJEKT IZDELAVE SPLETNE TRGOVINE KOT
POMEMBEN ELEMENT STRATEGIJE PODJETJA**

Kandidat: Mitja Venturini

Študent izrednega študija

Številka indeksa: 11190122184

Program: Komerčila

Mentorica: mag. Mirjana Ivanuša Bezjak

Maribor, september 2012

IZJAVA O AVTORSTVU DIPLOMSKEGA DELA

Podpisan Mitja Venturini, št. indeksa 11190122184, sem avtor diplomskega dela z naslovom Projekt izdelave spletne trgovine kot pomemben element strategije podjetja, ki sem ga napisal pod mentorstvom gospe mag. Mirjane Ivanuša Bezjak, univ. dipl. ekon.

S svojim podpisom zagotavljam, da:

- je predložena diplomska naloga izključno rezultat mojega dela;
- sem poskrbel, da so dela in mnenja drugih avtorjev, ki jih uporabljam v predloženi nalogi, navedena oz. citirana skladno s pravili Višje strokovne šole Academia;
- se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del oz. misli, kot moje lastne – kaznivo po Zakonu o avtorskih in sorodnih pravicah; UL, št. 16/2007; (v nadaljevanju ZASP), prekršek pa podleže tudi ukrepom VSŠ Academia skladno z njenimi pravili;
- skladno z 32. členom ZASP dovoljujem VSŠ Academia objavo diplomske naloge na spletnem portalu šole.

Maribor, september 2012

Podpis: Mitja Venturini

ZAHVALA

Iskreno se zahvaljujem mentorici, mag. Mirjani Ivanuša Bezjak za vse nasvete, usmerjanje in potrpežljivost.

Hvala vsem predavateljem Academie, še posebej direktorici, mag. Majdi Kralj.

Zahvaljujem se tudi Tatjani Hren Dizdarević za lektoriranje diplomskega dela.

Posebna zahvala gre moji mami, babici in Lidiji, ker so zaupale vame ter mi nudile podporo na poti do cilja.

POVZETEK

Po celem svetu je internet postal zelo popularen in danes si življenja brez njega ne znamo več predstavljati. Z razvojem informacijske tehnologije se je veliko podjetij odločilo, da bodo svoje izdelke in storitve ponudili preko interneta. Podjetja so spoznala, da je lahko prodaja preko spleta zelo uspešna. Spletna trgovina prinaša veliko prednosti in koristi trgovcem, prav tako pa tudi kupcem. Spletno nakupovanje je predvsem za potrošnika izjemno udobno. Spletne trgovine so odprte vso leto 24 ur na dan, nakup je enostaven, kupec potrebuje samo računalnik ter internet in že se z miško odpravi po nakupih.

V začetnem delu diplomske naloge je predstavljena definicija pojma spletna trgovina. Opisujem nakupni proces, prednosti in slabosti spletne trgovine ter analiziram dejavnike uspešne spletne trgovine. V nadaljevanju se v nalogi ukvarjam z razvojem spletne trgovine v Sloveniji in se poglobim v deset slovenskih spletnih trgovin, ki so me pritegnile kot potrošnika: Bigbang, Cangura, Lekarnar, Mercator, Mimovrste, Nakupovanje, Planet bio, Silverland, Sloncek in Topolino. Te spletne trgovine so glede na ponudbo različne, skupno pa jim je to, da so pregledne in privlačne za obiskovalce. Še bolj podrobno pa raziskujem spletno trgovino Freebuy, ki združuje kombinacijo socialnega omrežja in mrežnega marketinga. Freebuy s svojim edinstvenim konceptom uporabnikom omogoča brezplačno nakupovanje, ponudnikom izdelkov in storitev pa brezplačno oglaševanje.

Ključne besede: spletna trgovina, spletno nakupovanje

ABSTRACT

Project of constructing an online store as an important element in a company's strategy

Worldwide, the Internet has become very popular and we can't imagine life without it. With the development of information technology, many companies decided that they will offer their products and services through the Internet. Companies have realized that selling through the Internet can be a huge success. Online stores offer many advantages and benefits to other traders as well as customers. Online shopping is especially for the consumer extremely comfortable. Online stores are open all year, 24 hours a day, buying is easy, the customer only needs a computer.

In the initial part of the thesis presents the definition of the concept for online shopping, describing the buying process, pros and cons of an online store and analyzing the factors of a successful online store. Following is the task on the development of online stores in Slovenia. I will also get deeper with the top ten Slovenian online stores that have attracted me as a consumer: Bigbang, Cangura, Lekarnar, Mercator, Mimovrste, Nakupovanje, Planet bio, Silverland, Slonček and Topolino. These online shops are based on different services, but they got two things in common, that is transparency and attractiveness for visitors. I will focus the most on the online store Freebuy that combines social networking and network marketing. Freebuy allows with its unique concept shopping for free for users and free advertising for providers of products and services.

Keywords: online shop, online shopping

KAZALO VSEBINE

1	UVOD	7
1.1	Opredelitev obravnavane zadeve	7
1.2	Namen, cilji in osnovne trditve	8
1.3	Predpostavke in omejitve	8
1.4	Predvidene metode dela	9
2	SPLETNA TRGOVINA.....	10
2.1	Opredelitev spletne trgovine	10
2.2	Nakupovanje v spletni trgovini	11
2.3	Prednosti in slabosti spletne trgovine	12
2.4	Dejavniki uspešne spletne trgovine.....	14
3	SPLETNE TRGOVINE V SLOVENIJI.....	17
3.1	Razvoj spletne trgovine v Sloveniji	17
3.2	Predstavitev izbranih spletnih trgovin.....	19
3.2.1	Spletna trgovina Bigbang.....	19
3.2.2	Spletna knjigarna Cangura.....	20
3.2.3	Spletna lekarna Lekarnar	21
3.2.4	Spletna trgovina Mercator	22
3.2.5	Spletna trgovina Mimovrste.....	23
3.2.6	Spletna trgovina Nakupovanje	25
3.2.7	Spletna trgovina Planet bio	26
3.2.8	Spletna trgovina Silverland.....	27
3.2.9	Spletna trgovina Sloncek	28
3.2.10	Spletna trgovina Topolino.....	29
4	FREEBUY – SPLETNA TRGOVINA MALO DRUGAČE.....	31
4.1	Faza 1: Posebnosti spletne trgovine Freebuy	32
4.2	Faza 2: Delovanje Freebuy.....	33
4.3	Faza 3: Nakupni proces.....	34
4.4	Faza 4: Brezplačen nakup in Freebuy skupina	37
4.5	Faza 5: Prednosti prodaje na Freebuy	38
4.6	Faza 6: Stroškovni vidik izdelave spletne strani	39
5	ZAKLJUČEK.....	41
6	LITERATURA IN VIRI.....	42
6.1	Literatura.....	42
6.2	Viri.....	42

KAZALO SLIK

Slika 1: Vstopna stran spletne trgovine Bigbang	19
Slika 2: Vstopna stran spletne knjigarne Cangura	21
Slika 3: Vstopna stran spletne lekarne Lekarnar.....	22
Slika 4: Vstopna stran spletne trgovine Mercator.....	23
Slika 5: Vstopna stran spletne trgovine Mimovrste.....	24
Slika 6: Vstopna stran spletne trgovine Nakupovanje	25
Slika 7: Vstopna stran spletne trgovine Planet bio	26
Slika 8: Vstopna stran spletne trgovine Silverland	27
Slika 9: Vstopna stran spletne trgovine Sloncek.....	29
Slika 10: Vstopna stran spletne trgovine Topolino.....	29
Slika 11: Vstopna stran spletne trgovine Freebuy.....	31
Slika 12: Prijava v trgovino.....	34
Slika 13: Povabila prijateljem.....	34
Slika 14: Vračila.....	34
Slika 15: Prijava v trgovino.....	35
Slika 16: : Freebuy skupina	35
Slika 17: Vračila 5%.....	35
Slika 18: Obrazec za prijavo in registracijo.....	36
Slika 19: Načini plačila.....	36

KAZALO TABEL

Tabela 1: Število spletnih trgovin glede na vrsto blaga ali storitev.....	19
Tabela 2: Priložnosti prodaje na Freebuyu	39

KAZALO GRAFOV

Graf 1: Delež uporabnikov, ki nakupujejo v slovenskih spletnih trgovinah	19
Graf 2: Delež posameznih storitev v stroških izdelave spletne strani	41

1 UVOD

1.1 Opredelitev obravnavane zadeve

V razvitem svetu si življenja brez interneta ne moremo več predstavljati. Na internetu prebiramo najnovejše novice, gledamo televizijo, beremo in pošiljamo elektronsko pošto. Internet nam omogoča, da opravimo veliko različnih opravil od doma ali iz službe: opravljamo bančne storitve, se izobražujemo, preko spletnih trgovin nakupujemo ...

Z razvojem informacijske tehnologije se je veliko podjetij svoje izdelke odločilo ponuditi tudi preko interneta. Spletna trgovina je v svojih začetkih za potrošnike predstavljala nekaj novega in zaradi tega je med njimi vladalo nezaupanje do spletnega nakupovanja. Vendar so se spletne trgovine z leti vse bolj uveljavljale in prišle na visok nivo prodaje tudi v Sloveniji. V Evropi raste trgovanje preko interneta približno desetkrat hitreje kot tradicionalno trgovanje, a dosega v povprečju komaj dva odstotka prodaje v klasičnih trgovinah. Kljub temu so spletne trgovine postale resna konkurenca klasičnim trgovinam. V določenih segmentih in okoljih je število prodanih izdelkov na spletu že preseglo število prodanih izdelkov v običajnih trgovinah. Nekatera podjetja s spletno trgovino le dopolnjujejo svoje obstoječe poslovanje; pojavila so se tudi podjetja, ki svoje poslovanje opravljajo izključno preko interneta. Kakorkoli, podjetja, ki ne uporabljajo sodobnega načina trgovanja, izgubijo marsikatero poslovno priložnost.

Nakup od doma je enostaven, saj kupec potrebuje samo računalnik in internet. Spletne trgovine so odprte 24 ur na dan, nakup opravimo kar iz naslonjača, brez fizičnega obiska trgovine. Vendar ima takšno poslovanje poleg prednosti tudi slabosti. Problem varnosti je bistven razlog, ki zavira višjo rast internetnega poslovanja.

Če želi imeti podjetje veliko prometa s spletno trgovino, se mora čim bolj približati potrošniku ter mu na vse možne načine olajšati nakup. Le tako bo kupec zadovoljen in bo izpeljal nakup do konca. K uspešnosti pripomore tudi privlačna in dobra spletna stran.

Ključnega pomena je vsebina, podrobni in pregledni opisi s slikami izdelkov ter varnost poslovanja.

Internetna prodaja ima velik potencial. Z natančno proučitvijo želja možnih kupcev in s skrbno ponudbo le-tega so mogoči veliki zasluški. Socialna omrežja omogočajo nov način trženja in reklamiranja. Prepričan sem, da spletna trgovina ponuja še mnogo novih priložnosti.

1.2 Namen, cilji in osnovne trditve

Namen diplomskega dela je raziskati možnosti, ki jih nudi internet za prodajo v spletnih trgovinah, ter prispevati k razumevanju in spoznavanju spletne trgovine.

Cilji diplomskega dela so:

- opredeliti, kaj je spletna trgovina;
- pojasniti prednosti in slabosti spletne trgovine;
- proučiti lastnosti uspešnih spletnih trgovin;
- spoznati razvoj spletne trgovine v Sloveniji;
- predstaviti in primerjati izbrane spletne trgovine;
- analizirati prednosti in priložnosti spletne trgovine z drugačnim/novim konceptom.

Trdim, da internet in spletna trgovina potencialnemu kupcu omogočata na najbolj udoben način hiter vpogled v ponudbo, primerjavo cen in hitre ter kvalitetne informacije o izdelkih. Konkurenca spletnih trgovin je kar velika, vendar še obstajajo tržne niše in možnosti za nove pristope.

1.3 Predpostavke in omejitve

Izhajal bom iz predpostavke, da uporaba interneta postaja del vsakdanjika in število uporabnikov interneta zelo hitro narašča. Tako narašča tudi število potencialnih kupcev in internetna prodaja bo imela v prihodnosti še večjo vlogo.

Kot večina spletnih strani je tudi spletna trgovina razdeljena na dva dela, in sicer na uporabniški del, ki je na voljo širši množici; ter na administrativni del, ki je namenjen zaposlenim oz. lastniku spletne trgovine. Pri pisanju diplomskega dela se bom omejil na proučevanje spletne trgovine zlasti z vidika uporabnikov. Omejil sem bom na slovenske spletne trgovine.

Možne ovire bi se lahko pojavile pri iskanju ustrezne literature in virov. Na internetu obstaja mnogo obsežnih virov na tematiko spletne trgovine in omejil se bom le na najnovejše.

1.4 Predvidene metode dela

V nalogi bom uporabil deskriptiven pristop in naslednje metode:

- metodo deskripcije, ki bo temeljila na proučevanju različnega gradiva, s pomočjo katere bom opisal teorijo, pojme in ugotovljena dejstva;
- metodo klasifikacije, kjer bom definiral pojme;
- metodo kompilacije oz. pridobivanje informacij iz strokovne literature različnih avtorjev;
- metodo komparacije ali primerjave.

Uporabil bom tudi analitičen pristop in naslednje metode:

- z metodo analize bom preučeval in razčlenjeval pojave ter spoznanja;
- z metodo sinteze bom povezal različne poglede v celoto.

Podatke bom pridobil s pomočjo interneta in v knjižnici; uporabil bom tudi znanje, ki sem ga pridobil v šoli, in praktične izkušnje.

2 SPLETNA TRGOVINA

2.1 *Opredelitev spletne trgovine*

Spletna trgovina (uporablja se tudi izraz e-trgovina ali internetna prodajalna) je prodajno mesto kakršnega koli blaga ali storitve, ki obstaja v elektronski, sprogramirani obliki na internetu. Definiramo jo lahko večplastno, in sicer kot (Štrancar, 2001, 10–11):

- enostavne predstavitvene strani pravnih in fizičnih oseb, kjer lahko predstavljene izdelke ali storitve naročimo po navodilih s te strani, največkrat preko e-pošte ali telefona;
- predstavitvene strani z jasno definiranim katalogom, s pogoji dostave in plačila, vendar naročila še vedno potekajo preko e-pošte, telefona, obrazca, naročilnice;
- prava spletna trgovina, ki je popolnoma avtomatizirana, katalog nadomesti baza izdelkov in iskalnik, da lahko želeni izdelek najdemo ter ga dodamo v elektronsko košarico; celoten nakup opravimo z miško, tipkovnico pa uporabimo samo za vnos podatkov za dostavo.

Še pred leti je veljala izdelava spletne trgovine za nov način trženja izdelkov, a danes so stvari čisto drugačne. Spletna trgovina je postala že skoraj nujna. Vendar, imeti spletno trgovino samo zato, ker jo ima tudi konkurent, je zgrešeno. Projekta izdelave spletne trgovine se je potrebno lotiti precej premišljeno: podjetje mora jasno razumeti, kaj želi s spletno trgovino doseči in komu bo le-ta namenjena. Osnovno opremo za spletno trgovino bi lahko opredelili kot:

1. spletna stran, ki prikazuje in opisuje proizvode ali storitve;
2. sistem plačevanja;
3. ena ali več podatkovnih baz o proizvodih, cenah, zalogah, kupcih in naročilih.

Ta seznam je kratek, vendar je potrebno vložiti mnogo znanja in napora, da trgovanje uspešno zaživi ter deluje (Prešern, 2006, 48).

Nihče na nakupuje rad v zanemarjeni trgovini z neprijaznim osebjem in to velja tudi za spletno trgovino. Videz mora biti oblikovno in funkcionalno profesionalen. Ker v spletni

trgovini dotikanje izdelkov ni mogoče, se mora potrošnik zanesti samo na opis in na vizualno podobo. Ostale razlike glede na tradicionalno trgovino so še: spletna trgovina se nahaja na medmrežju, torej po celem svetu, spreminja se glede na razvoj tehnologije – tradicionalne trgovine pa delujejo na isti način že vrsto let.

2.2 Nakupovanje v spletni trgovini

Postopek poteka nakupnega procesa lahko na kratko opišemo v nekaj korakih, in sicer:

1. preko spletnega brskalnika izbiramo med kategorijami izdelkov ali storitev, ki jih želimo kupiti;
2. izbrani izdelek ali storitev damo v košarico. Izdelke in količino lahko spreminjamo;
3. potrdimo izbrano. Nakup lahko opravimo brez prijave ali s prijavo (vpišemo se z uporabniškim imenom in geslom, za kar je potrebna registracija). Podamo podatke o kupcu. Izberemo način plačila (po povzetju, s kreditno kartico, po predračunu, odloženo plačilo, preko PayPal-a, z mobilnim telefonom – Moneta, z e-denarjem, na obroke). Izberemo način dostave (osebni prevzem, pošta, kurirska služba);
4. preverimo pravilnost podatkov, po potrebi jih še spremenimo ali pa prekličemo naročilo. Nato sledi potrditev nakupa. Prejmemo e-sporočilo z vsemi podatki o naročilu.

Kupcu predlagam, da se za nakup odloči šele, ko natančno spozna trgovca. Resni spletni trgovci svojih podatkov ne skrivajo; običajno jih najdemo v rubrikah, kot so »O podjetju«, »Pogosta vprašanja in odgovori – FAQ« ali »Pomoč«. Še pred sklenitvijo pogodbe se mora kupec seznaniti s podatki o (Šmid Božičevič, 2003, 5):

- statusu in sedežu podjetja;
- lastnostih blaga ali storitve;
- stroških dostave;
- možnih načinov plačila;
- načinu in roku dobave;
- pravici do odstopa od pogodbe;
- točni navedbi tehničnih korakov, ki vodijo do varne sklenitve pogodbe;
- ali bo sklenjena pogodba shranjena pri podjetju in možnosti dostopa do nje;

- tehnoloških sredstvih, ki omogočajo oddajo naročila.
prepoznavanje in odpravljanje napak pred

Če kupujemo, moramo tudi plačati. Kupci v slovenskih spletnih trgovinah največ plačujejo po povzetju (plačamo takrat, ko naročeno blago prevzamemo), zelo priljubljeno je tudi plačevanje preko spletne banke ali mobilnega telefona. Kartično poslovanje se pri nas še ni zelo »prijelo«. Mnogo potrošnikov se za plačilo s kartico ne odloči zaradi bojazni, da bodo podatki o kartici zlorabljeni. Spletne trgovine bi morale dajati več poudarka varnosti poslovanja in oznaniti, da je sodelovanje z njimi varno, katere protokole uporabljajo in ostalo.

Spletni trgovec mora kupcu poslati potrdilo o opravljenem nakupu, ki vsebuje podatke o izdelku in pogodbenih pogojih, skupaj z informacijo o pravici do odstopa od pogodbe. Naročeno blago mora biti dostavljeno v obljubljenem roku; če podatka o roku dostave ni, pa najkasneje v 30-ih dneh. Najpozneje ob dobavi mora trgovec kupcu še na trajnem nosilcu zagotoviti ključne podatke o izdelku in trgovcu ter vse ostale podatke, med njimi tudi o pravici do odstopa od pogodbe in rokih oz. obvestilo, da pravice do odstopa nima (v nekaterih posebnih primerih), podatki o servisu in garanciji.

Za kupca je najpomembnejši prvi nakup v spletni trgovini in če je z njim zadovoljen, bo vsak naslednji nakup opravil lažje. V primeru težav se lahko pritožimo pri naslednjih organih, in sicer pri: Zvezi potrošnikov Slovenije, Tržnem inšpektoratu, Inšpektoratu za varstvo osebnih podatkov, Gospodarski zbornici, Obrtni zbornici, Oglaševalski zbornici.

2.3 Prednosti in slabosti spletne trgovine

Spletna trgovina ima za ponudnika mnogo prednosti, med katerimi so:

- ima nižje zagonske in nižje obratovalne stroške;
- omogoča večji trg in učinkovite tržne prijeme;
- hitro se prilagodi spremenjenim tržnim razmeram z dodajanjem novih izdelkov ali s spremembo cen;

- spletni trgovec lahko izve, koliko ljudi je obiskalo njegovo trgovino, koliko časa so se zadržali na njej, koliko jih je opravilo nakup in vrednost nakupov. Vse te informacije pomagajo izboljšati ponudbo in oglaševanje.

Tudi kupci vedno bolj spoznavajo prednosti in Štrancar (2001, 11–14) navaja kar deset razlogov v prid spletnim trgovinam. Le-ti so:

- nakup od doma: spletne trgovine so odprte 24 ur na dan in 365 dni na leto razen, če so v okvari ali v prenavljanju. Čas nakupovanja je tako popolnoma prilagojen potrebam kupca;
- udobnost: spletno nakupovanje je izjemno udobno. Za nakup iz naslonjača se nam ni potrebno obleči, ozirati se na vreme, prometne zastoje, iskati parkirišče, se ukvarjati z naveličanimi prodajalci in nazadnje ves nakup privleči nazaj domov;
- nakup izdelkov na novih trgih: iskani artikel se lahko nahaja kjerkoli na svetu, potrebno je le nekaj potrpljenja, da naročeno dostavijo do nas;
- prihranek časa: nakupovanje preko interneta je hitrejše kot v resničnem življenju. Če vemo, kaj želimo, je nakup opravljen zelo hitro;
- pregled nad široko ponudbo: že v nekaj minutah lahko pregledamo in primerjamo podobne izdelke, njihove lastnosti in cene v različnih spletnih trgovinah ter se odločimo za najugodnejšo ponudbo;
- velikost ponudbe ni omejena: tradicionalna trgovina je omejena z velikostjo prostora, kjer se nahaja, zato lahko ponudi le omejeno količino izdelkov v določenem času. Spletna trgovina to pomanjkljivost odpravi;
- relativna varnost: najnovejši postopki kodiranja in enkripcije podatkov omogočajo zelo veliko varnost nakupovanja. Verjetnost za krajo je večja v tradicionalni trgovini kot v spletni;
- preglednost preteklih nakupov: navadno pošlje spletna trgovina potrditev nakupa in če ta e-sporočila ne brišemo, imamo pregled vseh nakupov za leta nazaj (lažje kot iskanje starih računov);
- avtomatizacija ponudbe: nekatere spletne trgovine s pomočjo piškotkov in posebnih programov analizirajo kupce. Ko se kupec spet vrne v trgovino, se pojavi le njemu namenjena ponudba, sestavljena glede na njegove pretekle nakupe;

- nižja cena: nižji zagonski stroški, manj zaposlenih in nižji stroški delovanja se odražajo v nižjih cenah, dostikrat kljub poštnini.

Pomembno je, da se poleg vseh naštetih prednosti spletne trgovine zavedamo tudi njenih pomanjkljivosti, in sicer:

- nezaupanje: skeptičnost uporabnikov, ki ne zaupajo spletnemu nakupu, je ena izmed večjih slabosti. Spletni trgovec si mora pridobiti kredibilnost in zaupanje;
- izdelka ni mogoče preizkusiti: izdelek lahko vidimo le na fotografiji ali na videoposnetku, ni ga mogoče potipati, prevohati, okusiti, pomeriti;
- ni mogoč osebni pogovor s trgovcem: ni direktnega stika s kupcem iz oči v oči;
- zapletenost postopka nakupa: če je postopek sestavljen iz prevelikega števila korakov, si lahko kupec premisli;
- visoki stroški dobave in vračila: stroški dobave so lahko tudi pretirano visoki, le nekatere trgovine nudijo brezplačno dostavo. V primeru vračila izdelka navadno kupec krije stroške vračila, ki tudi niso zanemarljivi;
- poškodovani izdelki: obstaja nevarnost, da med transportom pride do poškodb;
- varnost: mnogi se zaradi varnosti ne odločijo za spletni nakup. Pri plačilu s kreditnimi karticami in posredovanju osebnih podatkov obstaja strah, da jih zlorabijo;
- izguba anonimnosti: z vsakim obiskom spletne trgovine izdamo, kdo je naš ponudnik storitev, kateri brskalnik uporabljamo in mnogo drugega. S piškotki ob vsakem naslednjem obisku prepoznajo naš računalnik.

2.4 Dejavniki uspešne spletne trgovine

Največja napaka, ki jo lahko pri projektu izdelave spletne trgovine podjetja naredijo je, da trgovino prilagodijo njihovim željam – namesto željam in potrebam potencialnih kupcev (Korelc, 2010, 155). Strategija in koncept sta bistvena za uspeh spletne trgovine.

Pripraviti je potrebno marketinški načrt, proučiti ciljni trg in cilje, ki jih podjetje želi doseči s predstavitvijo na internetu. Na spletno trgovino mora podjetje gledati zlasti z vidika obiskovalcev, saj je od izkušenj uporabnikov odvisno, če bodo kaj kupili in se vanjo še kdaj

vrnili. Spletna trgovina mora biti zasnovana tako, da obiskovalci vedo, zakaj je vredna obiska in nakupa. Kupci naj napolnijo košarice in zaključijo nakup hitro ter enostavno.

Da bi bila spletna trgovina uspešna, je potrebno upoštevati naslednja priporočila (Racman, 2008, 25–28 in <http://www.eclanki.com/Art/375/298/Klju-ni-elementi-dobi-konosne-spletne-trgovine.html>, 3.10.2011):

- dobro ime: izberemo pravo ime domene oz. URL, da si ga bodo uporabniki z lahkoto zapomnili;
- hiter strežnik: poiščemo ustreznega ponudnika internetnih storitev in ustrezni internetni strežnik. Pomembne so velika hitrost komunikacij, stabilnost in možnost dodatnih storitev;
- atraktivna in ažurna spletna stran: prva stran je izložba naše trgovine, s katero bomo privabili obiskovalce. Najpomembnejša je vsebina. Izpostavimo akcije in najbolj prodajane artikle. Izredno pomembna je preprosta navigacija. Razporedimo različne skupine izdelkov v oddelke. Omogočimo preprosto iskanje, ki po logičnih korakih pripelje tudi do ostalih stvari, ki so povezane z iskanim. Upoštevajmo, da mnogo obiskovalcev nima najhitrejših povezav in bodo, če se bodo strani predolgo nalagale, verjetno prekinili nakupni postopek. Statistike kažejo, da je zgornja meja potrpežljivosti 15 sekund;
- zaupanje: prepričajmo obiskovalce, da nam lahko zaupajo. Posredujmo vse podatke o našem podjetju (naziv, naslov, kontaktne informacije), odgovorimo na pogosta vprašanja, opišimo politiko varnosti, možnosti dostave in vračila. Če imamo kakšen certifikat, dovoljenje ali priznanje, ga postavimo na vidno mesto v spletni trgovini. Obiskovalcem omogočimo, da nam sporočijo svoja mnenja in vtise, lahko jim tudi zastavimo nekaj kratkih vprašanj o njihovi uporabniški izkušnji;
- enostavno plačilo: omogočimo več različnih načinov plačila, uporabnika obvestimo o varnih komunikacijah;
- pozicioniranje: dobra umeščenost spletne strani v spletnih iskalnikih vpliva na boljšo obiskanost;
- statistika obiskanosti: kvalitetna statistika omogoča izboljšave in nadzor nad spletno trgovino;

- promocija: delajmo na promociji spletne trgovine in usmerjajmo promet nanjo z vsemi sredstvi. Uporabimo spletne oglase na najbolj obiskanih spletnih portalih, spletne igre, e-mail marketing, e-novice, izkoristimo tudi socialne medije (Facebook, Twitter ...).

3 SPLETNE TRGOVINE V SLOVENIJI

3.1 Razvoj spletne trgovine v Sloveniji

Tako kot v svetu postaja spletni nakup tudi pri nas vse bolj priljubljen. Slovenske spletne trgovine so se začele množično pojavljati na prehodu v novo tisočletje in tiste, ki so uspešno premostile začetne ovire ter poslujejo še danes, praviloma veljajo za največje in najuspešnejše na svojem področju (<http://www.studentarija.net/spletne-trgovine-prednosti/>, 17.10.2011). Med prvimi je svoja spletna vrata leta 1999 odprla spletna trgovina EnaA; leta 2000 je začela poslovati na področju športne obutve spletna trgovina Superge; na področju živil pa Mercatorjeva spletna trgovina. Leto kasneje so postavili spletno trgovino Mimovrste. Uspešnost omenjenih trgovin je dala zagon tudi drugim, tako da je na spletu kmalu obstajala cela vrsta različnih spletnih trgovin. Najbolj odmevne so bile spletne trgovine s tehnično opremo. Danes je ponudba spletnih trgovin precej pestra. V spletnem imeniku www.trgovine.net je bilo 17. 10. 2011 vpisanih 1292 spletnih trgovin:

Število trgovin:	Vrsta blaga ali storitev:
126	lepota in zdravje
101	šport in prosti čas
100	računalništvo in programi
97	dom, vrt
84	razno
73	darila
71	oblačila in obutev
60	avtomobili, motorji, oprema
56	vse za otroka
54	spletni trgovski portali
47	spletne storitve
43	turizem, gostinstvo
37	knjige, revije
34	elektronika
33	tehnika

Število trgovin:	Vrsta blaga ali storitev:
28	hišni ljubljenci
27	zlatarstvo, nakit
25	erotika, spolnost
22	glasba in video, glasbila
20	pisarniški material
17	nepremičnine
15	umetniške galerije
12	telefonija
10	navtika
10	fotografija
9	kataloška prodaja
9	optika
4	pirotehnika
4	on-line dražbe
4	vrtnarstvo, cvetje

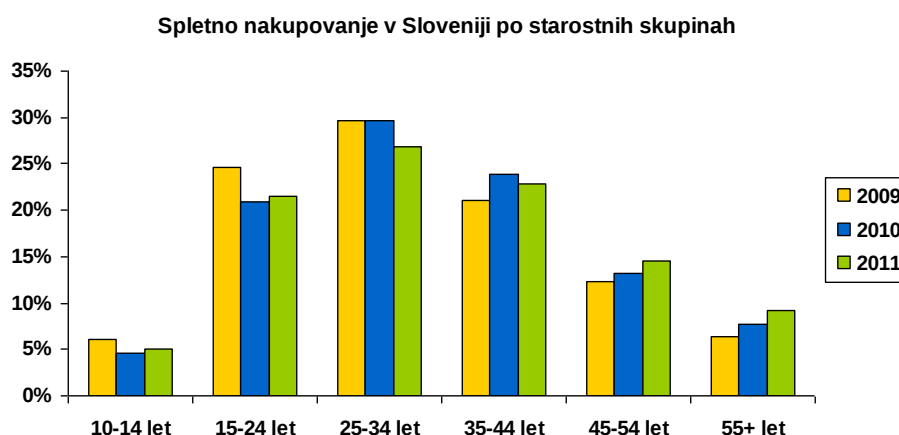
30	živila, pijače, diskonti
29	grafika, oblikovanje, tisk

1	kemične snovi
---	---------------

Tabela 2: Število spletnih trgovin glede na vrsto blaga ali storitev

Vir: www.trgovine.net, 17.10.2011

Na popularnost spletnih trgovin v Sloveniji vpliva naraščajoča uporaba spleta. Po podatkih Statističnega urada RS (http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=4240, 17.10.2011) je v prvem četrtletju leta 2011 imelo dostop do interneta 72 % gospodinjstev. Spletni nakup je že kdaj opravilo 39 % oseb v starosti 10–74 let, samo v prvem četrtletju leta 2011 pa je po internetu naročilo ali kupilo blago 20 % oseb. Te osebe so najpogosteje kupovale: oblačila in športno opremo, turistične storitve, dobrine za gospodinjstvo, vstopnice, knjige, časopise, revije in računalniško strojno opremo. Večino nakupov so opravili pri spletnih ponudnikih iz Slovenije. Tudi raziskave MOSS (<http://www.moss-soz.si/si/novice/7842/detail.html>, 17.10.2011) kažejo na to, da slovenski spletni uporabniki raje izberejo domačo spletno trgovino kot tujo ter da se za spletne nakupe več odločajo moški (60 %) kot ženske (40 %). Večino spletnih nakupov opravijo posamezniki, ki so intenzivnejši uporabniki interneta in ga uporabljajo večkrat dnevno. Med spletnimi nakupovalci izstopajo mlajši, največ je starih od 25 do 34 let. Ker je delež spletnih uporabnikov med starejšimi vsako leto večji, se tudi starejši od 45 let vse pogosteje odločajo za nakup v spletni trgovini ter postajajo zanimiv segment spletnih potrošnikov.



Graf 2: Delež uporabnikov, ki nakupujejo v slovenskih spletnih trgovinah

Vir: medijska raziskava MOSS, 2009–11

Anketa GfK (http://www.gfkorange.si/?option=com_gfkorange&Itemid=57&id=425, 17.10.2011) med tistimi, ki naročajo preko interneta, kaže, da spletni nakup v največji meri opravijo nekajkrat letno (74 %). Enkrat na mesec opravi nakup 17 %, večkrat na mesec pa 6 % anketirancev.

Čeprav v Sloveniji spletno nakupovanje še ni popolnoma sprejeto, je trend naraščanja spletnih trgovin in spletnih kupcev obetajoč. V nadaljevanju na kratko predstavljam deset slovenskih spletnih trgovin in v četrtem poglavju nekoliko podrobneje obravnavam spletno trgovino z malo drugačnim konceptom – Freebuy.

3.2 Predstavitev izbranih spletnih trgovin

3.2.1 Spletna trgovina Bigbang



Slika 1: Vstopna stran spletne trgovine Bigbang.si

Vir: <http://www.bigbang.si/>, 17.10.2011

Spletna stran je dostopna na naslovu <http://www.bigbang.si/>. Podjetje Big Bang, d. o. o., na slovenskem trgu predstavlja največjega ponudnika avdio-video izdelkov in računalništva z mrežo 16-ih trgovin ter s spletnim centrom. Sodi tudi med večje ponudnike izdelkov bele tehnike in telekomunikacij. Obiskovalec se po spletni trgovini z lahkoto sprehaja, informacije, ki jih potrebujemo, najdemo zelo hitro. Telefonska številka za razna vprašanja je brezplačna. Izdelki so razvrščeni po posameznih oddelkih: zvok, slika, računalništvo, foto, igre, nega, telekomunikacije, gospodinjski aparati, avtomedia, glasbila, glasba, film. Izdelki so na voljo tudi v podmenijih aktualni katalogi in akcije. Pri nakupu darila je koristna pomoč v obliki svetovalca za darila. Stran je privlačna in ni preveč natlačena z vsebino, strani in elementi se hitro naložijo, tako da uporabnik ne čaka predolgo. Omogočenih je več različnih načinov plačila in zagotavljajo vse potrebne tehnološke ter organizacijske rešitve za popolno varnost nakupa; o tem je kupec tudi podrobno obveščen.

3.2.2 Spletna knjigarna Cangura

Spletna knjigarna Cangura (<http://www.cangura.com/main.php>) se predstavlja kot najnovejša in največja slovenska spletna knjigarna, ki predstavlja 34 različnih zvrsti knjig. Knjigarna zastopa in sodeluje s 140. slovenskimi založniki in samozaložniki. Vhodna stran je dokaj napolnjena z besedilom, s slikami ter z animacijami. V besedilu zasledimo nekaj tiskarskih napak, kar lahko odvrne marsikaterega obiskovalca. Omogočeno je enostavno in hitro iskanje želene knjige ali skupine knjig. Izvemo, da so vse knjige natiskane na recikliranem papirju. Poleg knjig lahko kupimo tudi Blu-Ray filme in nekatere druge izdelke. Obiskovalec lahko hitro pridobi veliko informacij o knjigi, saj lahko vsako knjigo posebej prelistamo in preberemo prvih 10 strani, vendar se je potrebno najprej registrirati. Brezplačno članstvo v klubu Eli prinese še 5 % dodatnega popusta na večino izdelkov in razna presenečenja. Ob morebitnem nezadovoljstvu nudi knjigarna kupcu 33-dnevno garancijo: naročeno in prejeto knjigo lahko vrnemo v 33-ih dneh, trgovec pa nam brez vprašanj vrne kupnino. Kot zanimivost: ob nakupu izdelka lahko izberemo darilno zavijanje in ob minimalnem doplačilu zavijejo naše izdelke v dekorativni ovojni papir. Darilo lahko izročimo sami ali pa ga dostavimo na naslov obdarjenca. Zanimiva je tudi rubrika »Top 7«, ki prikazuje sedem najbolje prodajanih knjig.

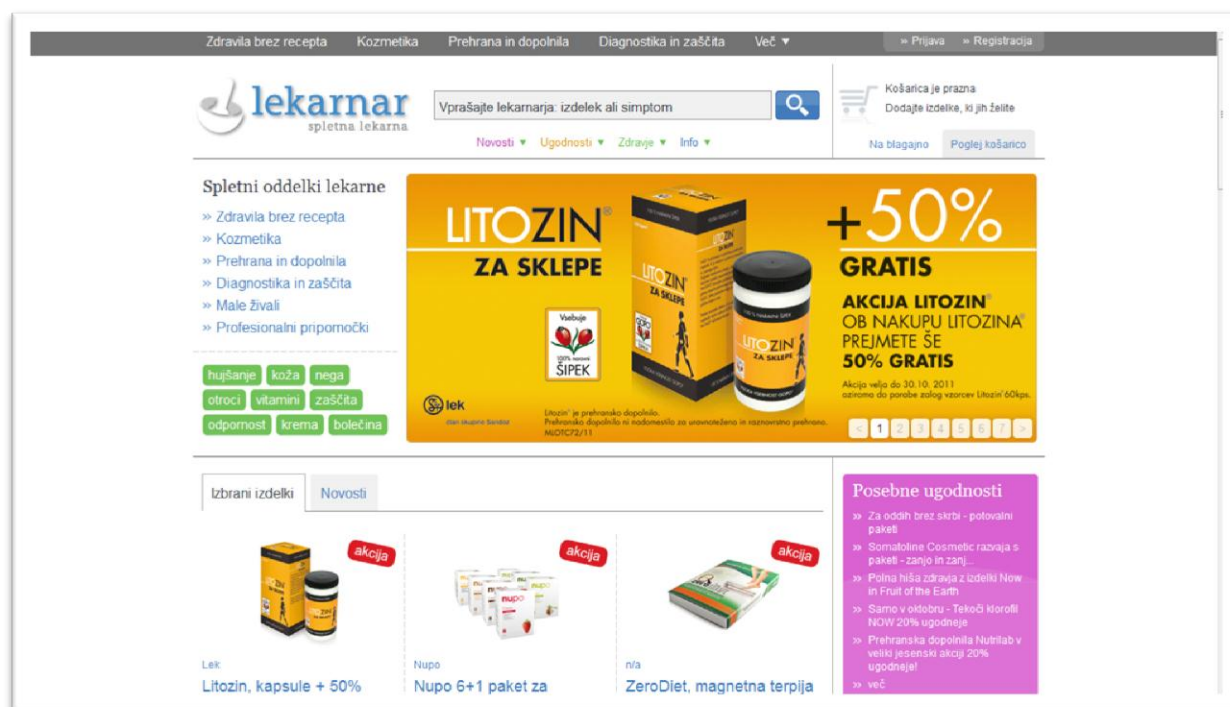


Slika 2: Vstopna stran spletne knjigarne Cangura

Vir: <http://www.cangura.com/main.php>, 18.10.2011

3.2.3 Spletna lekarna Lekarnar

Spletna lekarna Lekarnar (<http://www.lekarnar.com/>) je začela delovati konec leta 2004 pod okriljem Lekarne Nove Poljane. Nastala je iz želje, da kupcem ponudi sodobnejši in enostavnejši način nakupa zdravil brez recepta. Danes v spletni lekarni izbiramo med 4500 izdelki. Nakup je hiter, enostaven in diskreten.



Slika 3: Vstopna stran spletne lekarne Lekarnar

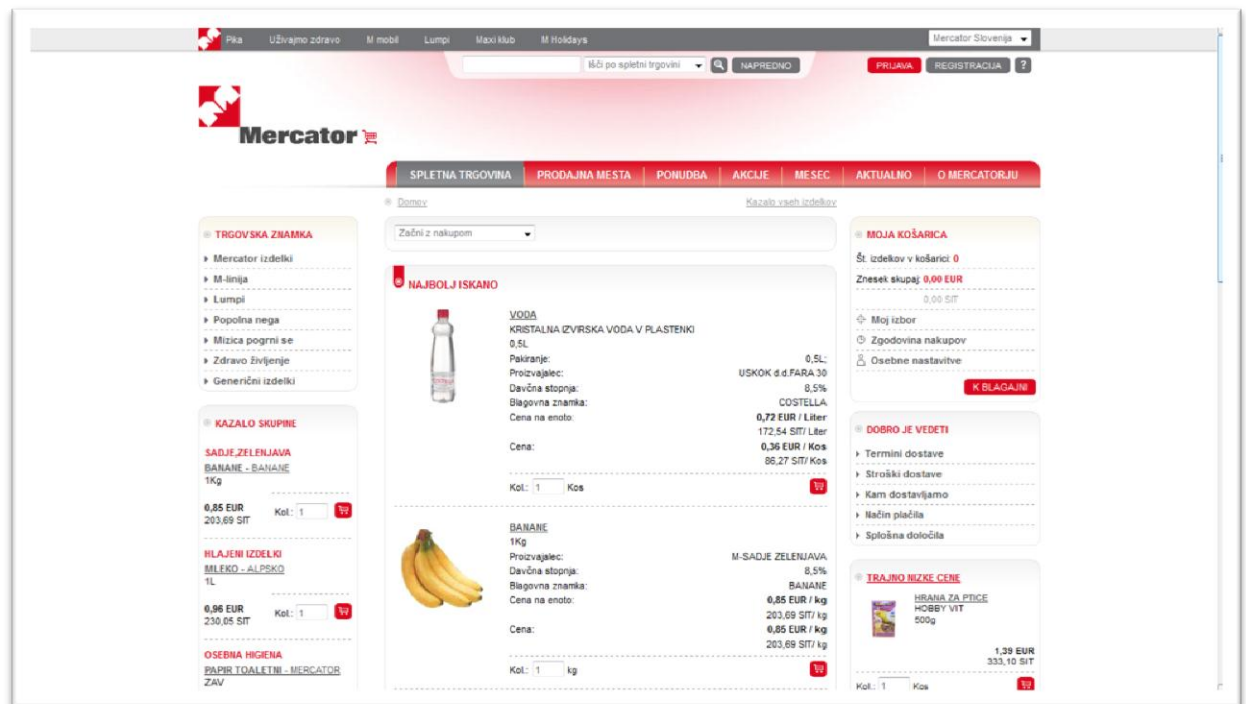
Vir: <http://www.lekarnar.com/>, 19.10.2011

Zdravila so razvrščena po farmakoloških skupinah, lahko pa jih uporabnik najde tudi po načinu ali mestu delovanja ter po proizvajalcu. Ob sliki originalne zunanje ovojnine najdemo navodilo za uporabo izbranega zdravila ali prehranskega dopolnila. Izdelki, ki so na voljo v spletni lekarni, so: zdravila za samozdravljenje, kozmetika, prehranski dodatki, vitamini in minerali, izdelki za diagnostiko ter zaščito, veterinarski pripravki za pse in mačke ter medicinski pripomočki. Za nasvet glede uporabe zdravila lahko kontaktiramo lekarno preko obrazca »Vprašanja« ali pokličemo navedeno telefonsko številko. Na vsa vprašanja odgovarjajo farmacevti, ki so zavezani k varovanju osebnih podatkov. Po 43. členu Zakona o varstvu potrošnikov je blago, ki se prodaja na spletni lekarni takšne narave, da ga ni mogoče vrniti ali zamenjati.

3.2.4 Spletna trgovina Mercator

Mercator je kot prvi v Sloveniji uvedel nakupovanje živil z uporabo interneta. Mercatorjeva spletna trgovina (<http://www.mercator.si/trgovina/>, 19.10.2011) je priljubljena spletna trgovina najboljšega soseda, a ima eno veliko pomanjkljivost – dostava je možna le v večjih slovenskih mestih: Ljubljana z okolico, Maribor z okolico, Kranj z okolico, Celje z okolico in

Koper z okolico. Drugje žal nakupa preko spletne trgovine Mercator ne moremo opraviti. Dostava je pri nakupu nad 60 evrov brezplačna, kupec lahko izdelke prevzame tudi osebno. Hlajene in zamrznjene izdelke dostavijo v posebej za to prirejenih dostavnih košarah, v katerih se ohranja zahtevana temperatura. V spletni trgovini ne veljajo aktivnosti, ki se izvajajo v preostali Mercatorjevi prodajni mreži (npr. popusti za člane klubov, vrednostni kuponi, 1 + 1).



Slika 4: Vstopna stran spletne trgovine Mercator

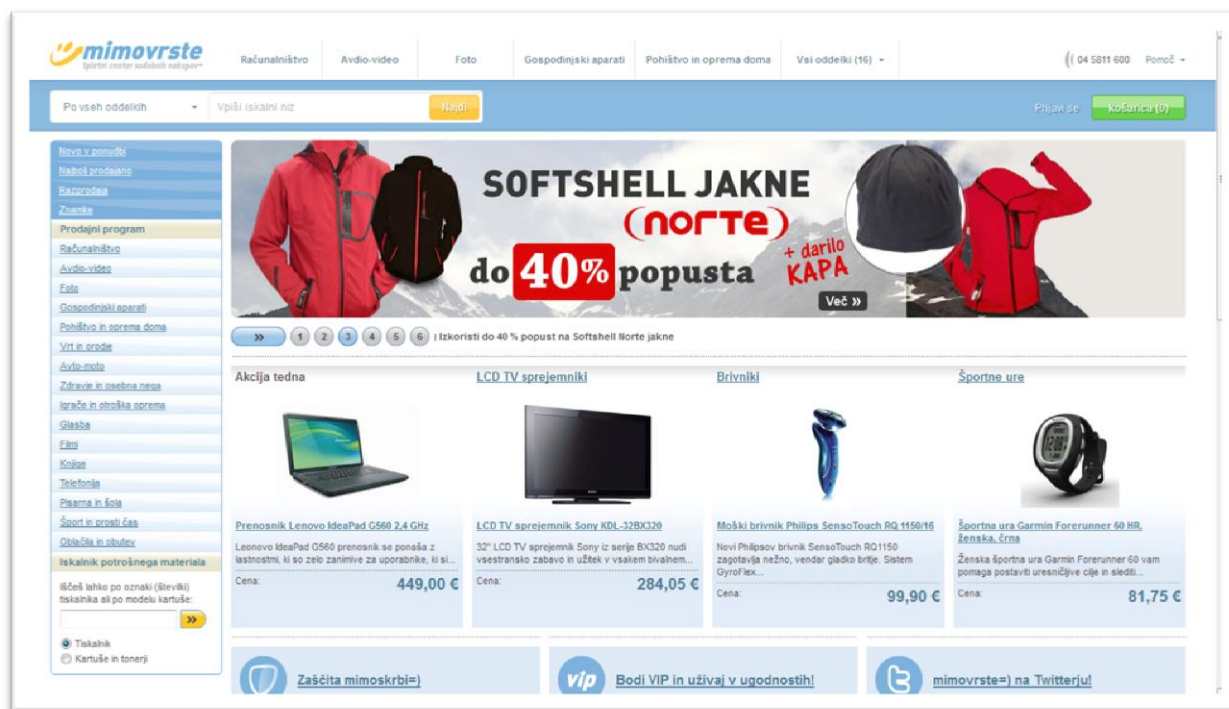
Vir: <http://www.mercator.si/trgovina/>, 19.10.2011

Spletna stran je preprosta, sprehajanje je enostavno. Izbiramo med različnimi izdelki, ki jim določimo količine, ki jih želimo naročiti. Ob vsakem izdelku so napisani osnovni podatki. Pri cenah me moti, ker so poleg evrov navedene še cene v tolarjih, ki smo jih potrošniki večinoma že zdavnaj izbrisali iz spomina, dvojne cene pa ne prispevajo k preglednosti. Moteče so tudi nedelujoče povezave, npr. »Kako opraviti nakup« in »Reklamacije«.

3.2.5 Spletna trgovina Mimovrste

Spletni center sodobnih nakupov Mimovrste (<http://www.mimovrste.com/>, 19.10.2011) je uresničitev ideje, da bi kupcem omogočili udoben, prijazen in varen nakup preko spleta. Več

kot 250.000 registriranih uporabnikov v 16-ih oddelkih izbira med 100.000 različnimi artikli. Mesečno trgovino obišče 900.000 obiskovalcev, dnevno odpošljejo 750 paketov.



Slika 5: Vstopna stran spletne trgovine Mimovrste

Vir: <http://www.mimovrste.com/>, 19.10.2011

Stran je za uporabnika zelo pregledna, barvno privlačna, ponuja veliko izbiro izdelkov in omogoča enostavno iskanje. Obiskovalec lahko takoj pogleda akcijo tedna, novosti v ponudbi, najbolj prodajane izdelke, razprodajo. Ker je ponudba zelo raznolika, je potrebnih več klikov, da pridemo do želenega izdelka. Izbiramo med naslednjimi skupinami izdelkov: računalništvo, audio-video, foto, gospodinjski aparati, pohištvo in oprema doma, knjige, glasba, filmi, igrače, zdravje, telefonija, avto, šport, vrt, oblačila in obutev. Posamezen izdelek je predstavljen s sliko in podrobnim opisom, naveden je predviden čas dobave. Za določene izdelke nudijo brezplačno dostavo. Mogoča je tudi primerjava s podobnimi izdelki, da se potrošnik lažje odloči za najboljšo izbiro. Za tuje obiskovalce so objavljena navodila za izvedbo spletnega nakupa v angleškem in hrvaškem jeziku.

3.2.6 Spletna trgovina Nakupovanje

Spletna trgovina Nakupovanje, ki je dostopna na <http://www.nakupovanje.net/>, nam zagotavlja, da nam omogočajo hiter in enostaven nakup brez stresa. Odlikuje jih visoka varnost nakupa, telefonska pomoč, prijazno svetovanje, hitra dostava in garancija nakupa. Posebej se trudijo, da dobimo izdelke po izjemno ugodnih cenah. Omogočajo tudi nakup na obroke. Med njihovimi strankami je veliko znanih in spoštovanih slovenskih podjetij in podjetnikov ter na tisoče fizičnih oseb, ki so pri nakupu obravnavane enako kot največji kupci. Njihovi partnerji pri dobavi so svetovno znana podjetja, kot so: Sony, Canon, HP, Lenovo, IBM, Philips in mnoga druga. Na lokalni ravni sodelujejo s priznanimi slovenskimi podjetji, z distributerji in s servisi.



Slika 6: Vstopna stran spletne trgovine Nakupovanje

Vir: <http://www.nakupovanje.net/>, 19.10.2011

Spletna trgovina ima urejen katalog na levi strani zaslona, v spodnjem delu najdemo razne podatke o podjetju, nakupu, stroških dostave, načinih plačila, pogojih vračanja blaga in

ostalem. Vsebuje tudi animacijske reklame, novice in aktualno ponudbo. Vizualni izgled strani je zadovoljiv, barve so mirne, prevladujeta bela in modra, izpostavil bi zanimivo oblikovan logotip.

3.2.7 Spletna trgovina Planet bio

Spletna trgovina Planet bio (<http://www.planetbio.si/>, 19.10.2011) je spletna bio trgovina, ki ponuja naravno, ekološko, biološko, presno in vegansko superhrano ter kozmetiko. To je trgovina za vse, ki se zavedajo posledic nevarnih snovi, ki se uporabljajo v živilski, kozmetični in drugih industrijah ter želijo uporabljati živila, kozmetične izdelke in čistila brez škodljivih kemikalij.



Slika 7: Vstopna stran spletne trgovine Planet bio

Vir: <http://www.planetbio.si/>, 19.10.2011

Začetna stran je všečna in pregledna. Barve so usklajene, za ozadje je uporabljena svetlo siva barva. V osrednjem delu so prikazani najnovejši izdelki in izdelki v akciji. Če želimo na svoj elektronski naslov prejemati novice, se enostavno prijavimo. Izdelki so razdeljeni v dve glavni kategoriji: superhrana in naravna kozmetika. Izbiramo med različnimi algami in

travami, oreščki in suhim sadjem, presnimi krekerji, presnimi čokoladami, zelišči, pri naravni kozmetiki ponujajo izdelke Raw gaia in Live native. Vsak izdelek je nazorno predstavljen s sliko, z opisom lastnosti in učinkov, z načinom uporabe in naštete so sestavine ter hranilne vrednosti. S klikom dodamo izdelek v košarico, najnižja vrednost naročila je 20 €. Plačilo je mogoče po povzetju, predračunu, PayPalu. Ob nakupu nad 60 evrov je dostava brezplačna.

3.2.8 Spletna trgovina Silverland



Slika 8: Vstopna stran spletne trgovine Silverland

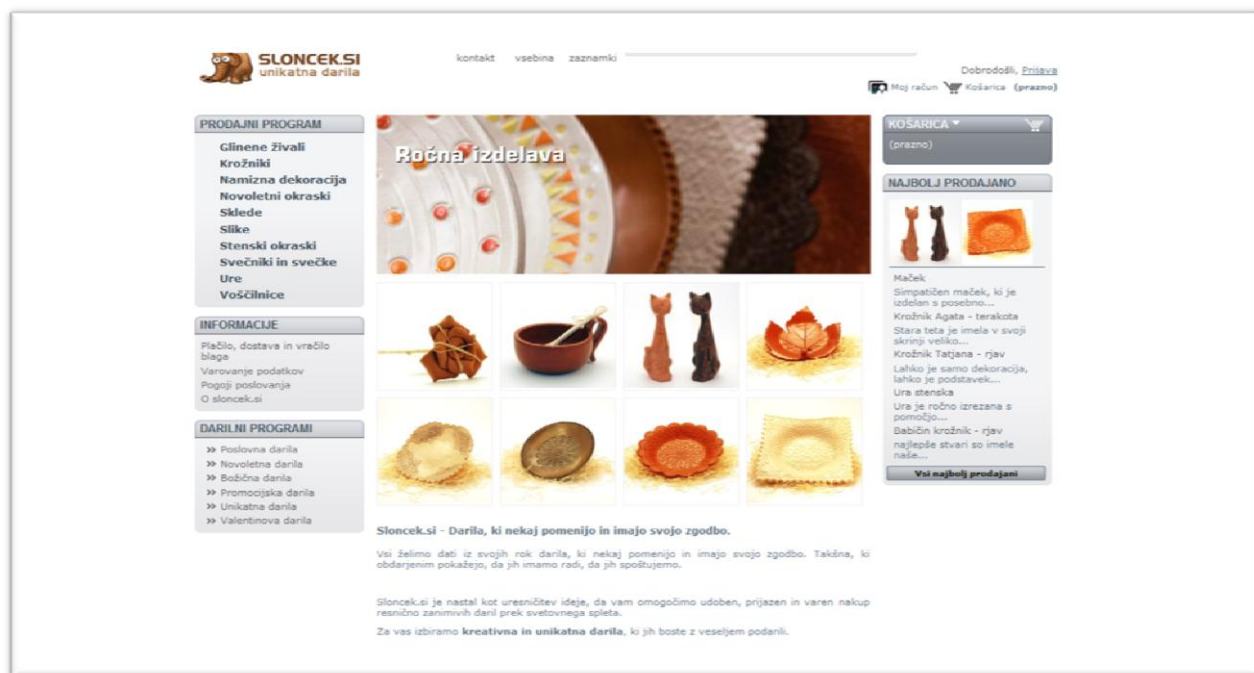
Vir: <http://www.silverland.si/>, 18.10.2011

Po letu 2006 se je tudi pri nas povečalo zanimanje za nakup fizičnega zlata in srebra, ki je v zadnjih letih še naraslo. Tako se je v Sloveniji pojavilo več podjetij, ki nudijo nakup plemenitih kovin. Med njimi je tudi spletna trgovina Silverland, ki jo obiščemo na naslovu <http://www.silverland.si/>. Njen cilj je ponuditi čim več srebrnikov iz celega sveta, s poudarkom na kovancih iz kovnic Perth Mint in Mennica Polska. Ob registraciji v spletno trgovino si obiskovalec pridobi uporabniško ime in geslo. Kovance lahko iščemo po njihovi teži ali pa po serijah oz. tematiki. Za kakovostjo vsakega kovanca stoji kovnica; v primeru limitiranih izdaj pa pripada vsakemu kovancu certifikat, če le-ta obstaja. Vsa naročila so

obravnavana kot nepreklicna. V splošnih pogojih je zapisano, da je predmet prodaje blago, katerega vrednost je odvisna od nihanj na finančnih trgih, na katere prodajalec nima nobenega vpliva, zato potrošnik nima pravice do odstopa od pogodbe. Najbolje prodajana srebrnika sta Dunajski filharmonik in Javorjev list, ki sta zelo priljubljena tako med naložbeniki kot tudi med numizmatiki. Med novostmi najdemo čudovit srebrnik iz serije Lunar II, leto Zmaja, barvni poliranec v teži 0,5 unče s škatlico in certifikatom. Če trenutno izdelka ni na zalogi, nas trgovec obvesti o tem, kdaj bo le-ta zopet dobavljiv.

3.2.9 Spletna trgovina Sloncek

Na spletnem naslovu <http://www.sloncek.si/> se predstavlja spletna trgovina Sloncek s prav posebnimi darili. To so darila, ki nekaj pomenijo in nosijo svojo zgodbo. So delo oseb s posebnimi potrebami, ki tako izražajo ustvarjalnost ter se s tem vključujejo v vsakdanje okolje. Z nakupom jim pokažemo, da jih cenimo in da cenimo njihove izdelke. Vsak izdelek je ročno delo in unikatni. Uporabljeni so naravni materiali – hrastov les in glina, vzorci in čipke izhajajo iz slovenske tradicije. V spletni trgovini najdemo širok izbor unikatnih daril za vse priložnosti: rojstne dneve, poroke, obletnice. Še posebej so darila primerna za poslovne partnerje. Prodajni program sestavljajo naslednje kategorije: glinene živali, krožniki, namizna dekoracija, novoletni okraski, sklede, slike, stenski okraski, svečniki in svečke, ure, voščilnice. Vsak izdelek je predstavljen s sliko, prijetnim kratkim opisom, ceno in informacijo glede zaloge. Na strani vidim, da je trenutno najbolj prodajani izdelek simpatičen glineni maček, ki je izdelan s posebno tehniko tako, da je razpokan po površini in je idealno darilo za vse, ki imajo radi živali. Prijazna spletna trgovina s privlačnimi darili, po videzu zelo podobna predhodno predstavljeni spletni trgovini Silverland (obe sta »powered by PrestaShop«).



Slika 9: Vstopna stran spletne trgovine Sloncek

Vir: <http://www.sloncek.si/>, 18.10.2011

3.2.10 Spletna trgovina Topolino



Slika 10: Vstopna stran spletne trgovine Topolino

Vir: <http://www.topolino.si/>, 18.10.2011

Nakup pnevmatik v spletni trgovini Topolino (<http://www.topolino.si/>) je zelo enostaven in uporabniku prijazen, registracija ni potrebna. V iskalnik vnesemo dimenzije pnevmatike, izpiše se seznam celotne ponudbe pnevmatik, razvrščenih glede na ceno. Izberemo želeno pnevmatiko in kliknemo na »rumen voziček«, nato pa »k blagajni«. Z minimalnim doplačilom imamo možnost dokupa 3-letne podaljšane garancije. Sledi vnos podatkov in zaključek nakupa. Naročene pnevmatike lahko plačamo na dva načina, in sicer: po povzetju ali po predračunu. V prvem primeru plačamo znesek nakupa prevozniku, ki bo gume dostavil in bo dodatno zaračunal še stroške transakcije. Če izberemo plačilo po predračunu, nam bo spletni trgovec po elektronski pošti poslal predračun, ki ga plačamo na pošti, banki ali preko elektronskega bančništva. Ko plačilo prispe na račun trgovca, nam bo le-ta poslal gume na naš naslov. Obstaja tudi možnost dostave direktno k vulkanizerju.

Slišal sem že govorice, da spletni trgovci prodajajo slabe gume. Topolino nam zagotavlja, da so vse njihove pnevmatike nove in nerabljene. Skrbijo za ustrezno skladiščenje ter naredijo vse, da kupec dobi pnevmatike najboljše kakovosti in od najuglednejših svetovnih proizvajalcev po čim nižji ceni.

4 FREEBUY – SPLETNA TRGOVINA MALO DRUGAČE



Slika 11: Vstopna stran spletne trgovine Freebuy

Vir: <http://freebuy.si/index.php>, 14.11.2011

Spletna trgovina Freebuy, ki jo obiščemo na naslovu <http://freebuy.si/index.php>, takoj pritegne našo pozornost z vabilom v »svet brezplačnih nakupov«. Ob pogledu na sliko slastne pizze se nam pocedijo sline, ob omembi potovanja, pa bi najraje kar zapakirali kovčke ... In da bi si vse to lahko privoščili celo zastonj?! Ideja je nastala v mladem in ustvarjalnem timu, ki je združen v podjetju EnerBlue inc d. o. o. Želijo biti prvi, želijo biti najboljši, želijo biti drugačni. Podjetje EnerBlue na trgu uspešno deluje že od leta 2003 in opravlja dejavnost nakupa nepremičnin, rekonstrukcije, urejanja dokumentacije ter nadaljnje prodaje. Ker je vsesplošna kriza precej prizadela nepremičninsko dejavnost, so se v EnerBlue zaradi stabilnejše rasti in razvoja odločili za širitev dejavnosti. Svojo poslovno priložnost in zaslužek na spletu iščejo z novim konceptom spletne prodaje ter oglaševanja, ki vključuje kombinacijo socialnega omrežja in mrežnega marketinga – s spletno trgovino Freebuy.

V času pisanja diplomskega dela (jesen 2011) je spletna trgovina Freebuy že izdelana, lahko si jo ogledamo, a je še v fazi testiranja in izvajanja popravkov. Vendar bo kmalu pripravljena (še pred koncem leta), da preide v delovanje in zares sprejme prve nakupovalce.

Ker se v tej nalogi ukvarjam s spletnimi trgovinami, predvsem z vidika uporabnikov, bom o tehničnem vidiku izvedbe govoril čisto na kratko: jezik – PHP, baze podatkov – MySQL, CMS – Typo3 CMS vmesnik. Strežniško podporo za nemoteno delovanje strani zagotavlja Presentia.

4.1 Faza 1: Posebnosti spletne trgovine Freebuy

Freebuy ni navadna spletna trgovina, je prav posebna in omogoča skoraj nemogoče, in sicer omogoča:

- uporabnikom – brezplačno nakupovanje;
- ponudnikom izdelkov in storitev – prvovrstno ter brezplačno oglaševanje.

Na prvi pogled spletna trgovina Freebuy nekoliko spominja na že razširjen koncept prodaje bonov s 50 in več odstotki popusta, kot so npr.: 1 nadan (<http://1nadan.si/>, 7.11.2011), Privoščite.si (<http://privoscite.si/>, 7.11.2011) ali Kolektiva (<http://www.kolektiva.si/>, 7.11.2011) – v resnici je Freebuy mnogo več kot to. Kupec v Freebuy trgovini, v nasprotju z ostalimi tovrstnimi trgovinami, za kupon plača polno ceno ponudnikovega izdelka ali storitve in si popust pripori šele po nakupu. Tako je uporabnik zainteresiran, da preko svojih najljubših socialnih omrežij ali e-pošte razpošlje oglasna vabila z informacijami o kupljenem izdelku ali storitvi sorodnikom, prijateljem in znancem. Če se vsaj ena oseba odzove na vabilo in kupi enak kupon, Freebuy povrne kupcu 50 % vrednosti nakupa. Če se na vabilo odzoveta dve osebi, Freebuy kupcu povrne 100 % vrednosti nakupa.

V času trajanja ponudbe se tako sproži spletni virtualni marketing: vsebina ponudnikovega oglasa se brezplačno pojavlja v številnih e-poštnih nabiralnikih in na socialnih omrežjih, ponudnik pa za promocijo ne plača ničesar. Gre za prvi tovrstni koncept na svetu.

4.2 Faza 2: Delovanje Freebuy

Spletna trgovina Freebuy svojim obiskovalcem vsak dan zagotavlja eno ali več ponudb najrazličnejših privlačnih izdelkov in storitev. Vsaka ponudba traja sedem dni. Pobrskajmo med njimi in si zagotovimo nakup po ugodni ceni:



Slika 12: Prijava v trgovino
Vir: <http://freebuy.si/si/kako-deluje/>, 14.11.2011



Slika 13: Povabila prijateljem
Vir: <http://freebuy.si/si/kako-deluje/>, 14.11.2011



Slika 14: Vračila
Vir: <http://freebuy.si/si/kako-deluje/>, 14.11.2011

1. Prijavimo se in pričnemo z nakupovanjem.

2. Ko z nakupom zaključimo, povabimo k nakupu enakega izdelka ali storitve še svoje prijatelje in znance preko družabnih omrežij ali e-pošte.

3. Če eden od povabljenecv kupi enak kupon, se nam na Freebuy račun povrne 50 % vrednosti našega nakupa. Če dva prijatelja kupita enak kupon kot mi, se nam na Freebuy račun povrne 100 % vrednosti našega nakupa.

V času trajanja ponudbe lahko na svoje ime opravimo enega ali dva nakupa. Kupone lahko tudi podarimo, vendar moramo navesti osebo, ki bo kupon vnovčila. Na imena sorodnikov in prijateljev lahko kupimo še 48 kuponov. Vsak kupon ima določen datum veljavnosti.

Da bi si čim bolj napolnili Freebuy račun, v Freebuy skupino povabimo čim več oseb:



Slika 15: Prijava v trgovino
Vir: <http://freebuy.si/si/kako-deluje/>, 14.11.2011



Slika 16: Freebuy skupina
Vir: <http://freebuy.si/si/kako-deluje/>, 14.11.2011



Slika 17: Vračilo 5%
Vir: <http://freebuy.si/si/kako-deluje/>, 14.11.2011

1. Prijavimo se na Freebuy.

2. Ustvarimo Freebuy skupino: preko najljubših družabnih omrežij ali e-pošte pošljemo vabila prijateljem in znancem, ki se nato preko nas registrirajo na Freebuy.

3. Napolnimo si Freebuy račun: vsak nakup prijatelja, ki je v naši Freebuy skupini, nam na naš račun prinese do 5 % vrednosti nakupa prijatelja.

4.3 Faza 3: Nakupni proces

Za nakup se je potrebno registrirati. Na spletni strani Freebuy desno zgoraj kliknemo »Prijava« in odpre se obrazec za prijavo za obstoječe uporabnike oz. obrazec za registracijo za tiste, ki so prvič obiskali Freebuy. Vpišemo podatke: ime, priimek, e-pošta, geslo. Ob uspešni registraciji se uporabnik vpiše v bazo in se hkrati prijavi v sistem. Levo spodaj je na voljo tudi možnost registracije preko Facebook računa.

Slika 18: Obrazec za prijavo in registracijo

Vir: <http://freebuy.si/si/spletna-trgovina/prijava-v-trgovino/>, 14.11.2011

Z registracijo si ustvarimo osebni Freebuy profil: tukaj so shranjeni naši podatki in nakupi ter vse informacije o naši Freebuy skupini.

Na vstopni strani je prikazan seznam aktivnih ponudb. S klikom je uporabnik preusmerjen na prikaz posameznega oglasa. Vsaka ponudba je predstavljena s sliko, z opisom in s ceno ponujenega izdelka ali storitve, z Google map je prikazana lokacija ponudbe, navedeno je število oseb s povrnjenim denarjem ter preostali čas za nakup.

Nakup izpeljemo tako, da kliknemo na izbrani oglas in vpišemo število kuponov, ki jih želimo pridobiti. Kliknemo »Kupi« in izberemo način plačila:



Slika 19: Načini plačila

Vir: <http://freebuy.si/>, 14.11.2011

- plačilo s kreditno kartico. Vnesemo podatke in potrdimo naročilo. E-kupone takoj prejmemo v naš profil (rubrika Moji kuponi). V naš e-poštni nabiralnik nam Freebuy pošlje potrdilo o nakupu. Kupon natisnemo in vnovčimo pri ponudniku.
Plačilo s plačilno kartico je varno. Freebuy uporablja 128-bitni SSL certifikat, ki ga je izdala za to pooblaščen organizacija. Za varne avtorizacije in transakcije s plačilnimi karticami skrbi UPC Telemach d. o. o. Avtorizacije kreditnih kartic se vršijo v realnem času s takojšnjim preverjanjem podatkov pri bankah. Podatki o karticah se ne shranjujejo na strežniku Freebuy;
- plačilo preko položnice (plačilni nalog). Vnesemo podatke in potrdimo naročilo. Plačilni nalog je takoj poslan na naš e-poštni naslov. Plačilo izvedemo preko e-bančnega računa (Klik, Bank@net ...) ali plačamo na pošti oz. banki. Po plačilu prejmemo v naš profil e-kupone (rubrika Moji kuponi). Kupon natisnemo in vnovčimo pri ponudniku;
- plačilo PayPal. Vnesemo podatke in potrdimo naročilo. E-kupone takoj prejmemo v naš profil (rubrika Moji kuponi). Kupon natisnemo in vnovčimo pri ponudniku;
- plačilo s sredstvi iz Freebuy računa. To možnost imamo le v primeru, če že imamo sredstva na našem Freebuy računu. Ob prvem nakupu to še ne bo mogoče.

Ne glede na izbiro načina plačila je potrebno vedno preveriti pravilnost podatkov, da bosta nakup in vnovčenje kupona potekala brez težav.

Stanje naših plačil in kuponov se izpiše v Freebuy profilu. Prav tako smo o vseh korakih nakupa obveščeni po e-pošti. Šifro kupona si lahko zapišemo in jo povemo ponudniku ali pa kupon kar natisnemo in list odnesemo s seboj.

Po opravljenem nakupu priporočimo enak izdelek ali storitev še drugim osebam. Sistem nam odpre stran, preko katere lahko razpošljemo vabila s povezavo do Freebuy ponudbe. Izberemo naša najljubša socialna omrežja in se prijavimo. Ko Facebook odpre tabelo z imeni naših prijateljev, označimo vse, ki jim želimo poslati vabilo, ponekod lahko dodamo tudi osebno

sporočilo. Vabila lahko razpošljemo tudi preko e-pošte. To nam omogoča, da na naš Freebuy račun v primeru nakupa povabljenec pridobimo dodatna sredstva.

4.4 Faza 4: Brezplačen nakup in Freebuy skupina

Do brezplačnega nakupa pride uporabnik tako, da koristi sredstva, ki jih ima na Freebuy računu. Freebuy račun lahko napolnimo na tri načine, in sicer:

- s pomočjo Freebuy skupine:

v Freebuy skupino povabimo čim večje število prijateljev, sorodnikov in ostalih znancev. Ko bo eden od njih prejel povabilo, bo v skupini ostal za vedno. Vsaka oseba je lahko samo v eni Freebuy skupini, zato nam je v interesu, da čim hitreje in čim bolj intenzivno razpošiljamo vabila. Za vsak nakup vsake od oseb iz naše skupine prejmemo na naš Freebuy račun do 5 % njegove vrednosti. Tako bodo z naraščanjem števila članov naše Freebuy skupine naraščala tudi sredstva na našem Freebuy računu. Ta sredstva bomo lahko nato koristili za brezplačne nakupe;

- z nakupom nekega izdelka ali storitve:

pri nakupu nekega izdelka ali storitve razpošljemo vabila sorodnikom, prijateljem in znancem, da naj kupijo isti izdelek oz. storitev kot mi. Če preko našega povabila v času trajanja ponudbe enak kupon kot mi kupi ena oseba, nam Freebuy na naš račun povrne 50 % vrednosti nakupa. Če na podlagi našega vabila v času trajanja ponudbe enak kupon kot mi kupita dve osebi, nam Freebuy na naš Freebuy račun vrne 100 % vrednosti našega nakupa;

- z nakazilom sredstev:

obstaja tudi možnost, da si sredstva na Freebuy račun nakažemo preko bančne kartice, Paypala ali plačilnega naloga. V Freebuy profilu izberemo rubriko »Nakaži si sredstva na svoj Freebuy račun«. Potrdimo način plačila in vnesemo potrebne podatke. Sredstva, ki jih lahko koristimo za nakupe preko Freebuya, bodo takoj nakazana na naš Freebuy račun.

Sredstev, ki so zbrana na našem Freebuy računu, ni mogoče nakazati na naš osebni račun ali dvigniti gotovino, lahko jih porabimo samo za nakup v spletni trgovini Freebuy.

4.5 Faza 5: Prednosti prodaje na Freebuyu

Sodelovanje prodajalcev izdelkov in izvajalcev storitev s spletno trgovino Freebuy bo povečalo število kupcev in v ponudnikovo delovanje prineslo naslednje koristne novosti:

Freebuy	Tradicionalno oglaševanje	
✓	✗	Hitri in merljivi prodajni rezultati.
✓	✗	Priprava in izvedba promocije je brezplačna.
✓	✗	Brez tveganja, če oglasna kampanja ni uspešna.
✓	✗	Plačate glede na prodajo vaših izdelkov ali storitev.
✓	✗	Poleg oglaševanja na spletni strani www.freebuy.si zagotavljamo brezplačno oglaševanje na Facebooku (Freebuy profilu) in Twitterju (Freebuy profilu).

Tabela 2: Priložnosti prodaje na Freebuyu

Vir: <http://freebuy.si/si/splosni-pogoji/prodajaj-na-freebuy/zakaj-uporabiti-ravno-freebuy-za-vaso-promocijo/>, 14.11.2011

Freebuy sodeluje z mnogimi slovenskimi podjetji, ki se ukvarjajo:

- s prodajo oblačil in obutve;
- z gostinstvom, s hotelirstvom, z lepoto, zdravjem in wellnessem;
- z organizacijo koncertov, športnih dogodkov, s počitkom, z rekreacijo, s potovanji;
- s spletnimi trgovinami;
- z izobraževanjem;

- z različnimi storitvami.

Ekipa Freebuy poskrbi za pripravo in objavo ponudbe, ki bo preko e-pošte in spletnih socialnih omrežij dosegla več tisoč uporabnikov. Uporabniki bodo preko Freebuy spletne trgovine pričeli z nakupovanjem ponujenega izdelka ali storitve, za povračilo ponudbe pa bodo enak izdelek ali storitev oglaševali tudi svojim sorodnikom, prijateljem in znancem. Ob plačilu jim bo Freebuy izdal kupon, ki ga bo kupec vnovčil v prodajalčevi poslovalnici. Po zaključeni kampanji Freebuy sešteje prodane kupone in prodajalcu izplača izkupiček.

4.6 Faza 6: *Stroškovni vidik izdelave spletne strani*

Poslovni subjekt, ki se želi razširiti ali na novo uvesti področje svojega delovanja na spletu, se mora najprej soočiti z investicijo izdelave spletne strani. Pri EnerBlue inc d. o. o. so se odločili za najem specializiranega podjetja za izdelavo spletne trgovine, za podjetje Naprej.net d. o. o. (tudi sam sem del ekipe Naprej.net in sodelujem pri programerskem delu). Ker je pogodba za izdelavo spletne strani Freebuy zaupne narave, tudi pogodbenega zneska ni mogoče zapisati v tej nalogi. Lahko samo namignem, da se na trgu stroški za izdelavo takšnega popolnoma »custom« sistema, ki ni klasičen sistem spletne trgovine, gibljejo okoli 20.000 evrov. Pogodba med naročnikom in izvajalcem obsega storitve (ključne vrednosti so zakrite, ostale vrednosti so navedene brez davka na dodano vrednost), ki jih predstavljam v nadaljevanju.

Osnovne storitve:	Vrednost:
svetovanje	1.000 €
oblikovanje in razrez	1.000 €
programiranje	1.000 €
vodenje projekta	1.000 €

Dodatne storitve:	Vrednost:
zakup domene	20 €
gostovanje	112 €

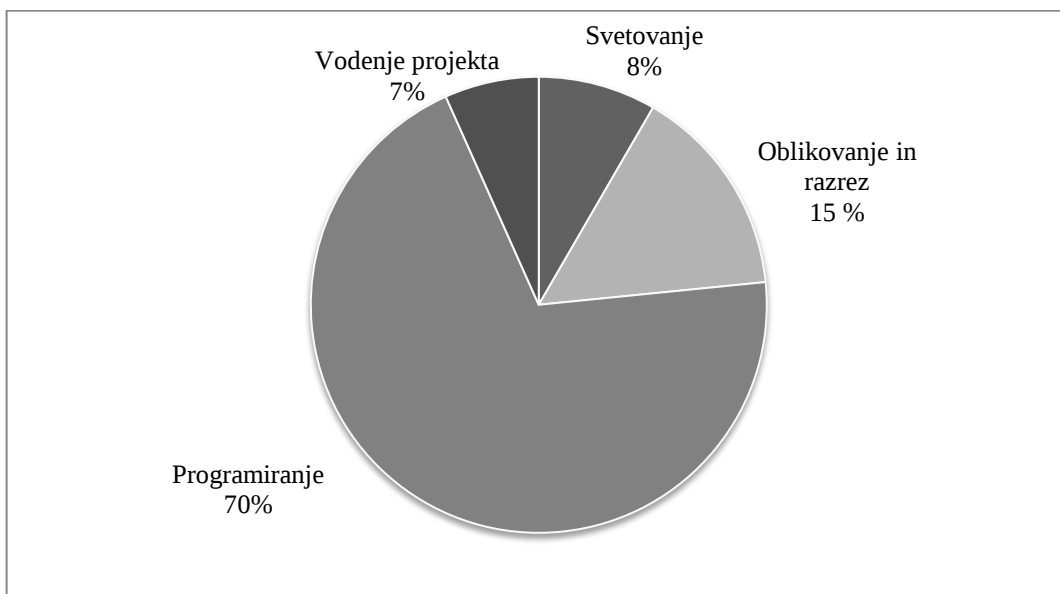
Vse ostale storitve, ki niso vključene v specifikaciji pogodbe, se zaračunajo po ceniku:

zahtevna svetovalna ura – 100 €/uro	vodenje projekta – 40 €/uro
enostavna svetovalna ura – 60 €/uro	izobraževanje na terenu – 30 €/uro
programerska ura – 40 €/uro	telefonska pomoč – 30 €/uro

oblikovalska ura – 30 €/uro

vpis vsebin na spletno stran – 30 €/uro

Projekt izdelave spletne strani je že skoraj končan. Ocenjujem, da stroški ne bodo prekoračili predvidenih, kar je rezultat dobre priprave na projekt in doslednega upoštevanja dogovorjenega vseh sodelujočih. Potrebna dela so bila že v ponudbi pravilno ovrednotena, saj ima izvajalec bogate izkušnje z izdelavo spletnih strani.



Graf 2: Delež posameznih storitev v stroških izdelave spletne strani

Vir: Ponudba za spletno mesto Freebuy.si

Spletna trgovina je zelo kompleksen sistem in zahteva za programiranje mnogo časa. Zato je razumljivo, da največji delež stroškov izdelave spletne trgovine predstavlja programiranje (70 %).

Vendar se s postavitvijo spletne trgovine na strežnik celoten projekt še ne konča. Naročnik spletne trgovine mora in računati še na stroške vzdrževanja in promocije spletnih strani. Zdaj se boj na spletu pravzaprav začne: boj za vsakega posameznega obiskovalca, ki ga je potrebno prepričati, da postane in ostane kupec ter Freebuy navdušenec brezplačnih nakupov.

5 ZAKLJUČEK

Internet je medij, katerega razvoj in uporaba hitro naraščata. Večinoma si danes ne moremo predstavljati življenja brez interneta. Skupaj z rastjo uporabe interneta raste tudi število spletnih kupcev in spletno nakupovanje postaja že vsakdanjik. Vedno več podjetij uporablja takšno obliko prodaje. V diplomskem delu sem predstavil, kaj sploh je spletna trgovina, njene prednosti in da je spletna trgovina pomemben del razvoja podjetja, ki v podjetje prinaša mnoge spremembe. Postavitev spletne trgovine mora biti za podjetje zelo premišljen projekt.

Pridobil sem čim več informacij o nakupu preko spleta. Nakup v spletni trgovini ima posebne lastnosti in se precej razlikuje od nakupa v klasični trgovini. Spletni nakup od uporabnika zahteva več podatkov in več potrpežljivosti pri opravljanju nakupa. Uporabnikom je potrebno nakup čim bolj olajšati in ob pravem času zahtevati njegove podatke ter mu nuditi vso potrebno pomoč, ki jo potrebuje za nadaljnje korake. Izpostavil in analiziral sem enajst spletnih trgovin. Najbolj obiskana spletna stran v spletni trgovini je vstopna. Podatki, ki jih uporabnik potrebuje, morajo biti hitro in preprosto dostopni, saj v nasprotnem primeru lahko obiskovalec odide po izdelek ali storitev h konkurentu. Za uspeh trgovine na spletu je najbolj pomembno, da jo kupci najdejo na spletu, da se v spletno trgovino vračajo in da jo priporočijo prijateljem, znancem in sorodnikom. To proučevana spletna trgovina Freebuy spretno izkoristi z vabili k nakupu preko socialnih omrežij in e-pošte. Spletna trgovina mora v kupcu prebuditi željo po nakupu, kupcu dati pozitivno podobo o podjetju, biti mora ažurna in komunikacija mora biti prilagojena ciljnim kupcem. Obravnavane spletne trgovine nudijo različne vrste plačil ter jamčijo za varovanje in zaupnost osebnih podatkov, ki so pridobljeni za potrebe izvršitve spletnega nakupa. V prihodnosti bodo najuspešnejše tiste spletne trgovine, ki se bodo hitro prilagajale najrazličnejšim zahtevam kupcev.

Ko sem pisal to diplomsko delo in zbiral informacije, sem tudi sam spoznal, da spletne trgovine prinašajo mnogo koristnega, predvsem prihranke časa in denarja, ter da sem ta način nakupovanja premalo uporabljal. Zdi se mi, da bi spletno nakupovanje precej koristilo tudi starejši populaciji, ki ga žal v veliki večini sploh ne pozna. Tukaj vidim možnosti za spletni nastop, ki je povsem prilagojen starejšim in podprt z njihovim izobraževanjem. Sam bom še naprej koristil vse prednosti spletnih nakupov in spletno nakupovanje priporočal tudi ostalim.

6 LITERATURA IN VIRI

6.1 Literatura

1. Dolenec, M.: *Spletna trgovina, Diplomsko delo*, Univerza na Primorskem, Fakulteta za management, Koper, 2007.
2. Herženjak, T.: *Strategije in uvajanje spletnih trgovin, Diplomsko delo*, Univerza v Mariboru, Ekonomsko poslovna fakulteta Maribor, 2011.
3. Korelc, T.: *Strateški marketing in razvoj blagovnih znamk*, Šenčur, Creatoor, 2010.
4. Kovačič, A. Groznik, A. Ribič, M.: *Temelji elektronskega poslovanja*, Ljubljana, Ekonomska fakulteta, 2009.
5. Pahor, D.: Drobnič, M.: *Leksikon računalništva in informatike*, Ljubljana, Pasadena, 2002.
6. Prešern, S.: *Poslovna informatika in internet za podjetnike in managerje*, Ljubljana, samozaložba, 2006.
7. Racman, G.: *Postavitev spletne trgovine, Diplomsko delo*, Univerza v Mariboru, Fakulteta za logistiko, 2008.
8. Šmid Božičevič, U.: *Nakupovanje po internetu*, Ljubljana, Mednarodni inštitut za potrošniške raziskave, 2003.
9. Štrancar, M.: *Nakupovanje v internetu*, Izola, Desk, 2001.

6.2 Viri

1. <http://1nadan.si/>, dne 7.11.2011
2. <http://blog.spletnik.si/2010/07/27/skrivnosti-spletne-prodaje/>, dne 3.10.2011
3. <http://blog.spletnik.si/2011/05/03/zakoni-spletne-trgovine/#more-2767>, dne 3.10.2011
4. <http://freebuy.si/index.php>, dne 14.11.2011
5. <http://privoscite.si/>, dne 7.11.2011
6. <http://www.bigbang.si/>, dne 17.10.2011
7. <http://www.cangura.com/main.php>, dne 18.10.2011
8. <http://www.eclanki.com/Art/284/298/Spletne-strani-in-male-skrivnosti-e-nakupovanja.html>, dne 3.10.2011

9. <http://www.eclanki.com/Art/375/298/Klju-ni-elementi-dobi-konosne-spletne-trgovine.html>, dne 3.10.2011
10. http://www.gfkorange.si/?option=com_gfkorange&Itemid=57&id=425, dne 17.10.2011
11. <http://www.kolektiva.si/>, dne 7.11.2011
12. <http://www.lekarnar.com/>, dne 19.10.2011
13. <http://www.mercator.si/trgovina/>, dne 19.10.2011
14. <http://www.mimovrste.com/>, dne 19.10.2011
15. <http://www.moss-soz.si/>, dne 17.10.2011
16. <http://www.moss-soz.si/si/novice/7842/detail.html>, dne 17.10.2011
17. <http://www.nakupovanje.net/>, dne 19.10.2011
18. <http://www.planetbio.si/>, dne 19.10.2011
19. <http://www.ris.org/>, dne 17.10.2011
20. <http://www.ris.org/uploadi/editor/1308890620SporoiloZamedije-MOSS2062011.pdf>, dne 17.10.2011
21. http://www.safe.si/c/997/Spletno_nakupovanje//?preid=1311, dne 3.10.2011
22. <http://www.silverland.si/>, dne 18.10.2011
23. <http://www.sloncek.si/>, dne 18.10.2011
24. http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=4240, dne 17.10.2011
25. <http://www.studentarija.net/spletne-trgovine-prednosti/>, dne 17.10.2011
26. <http://www.topolino.si/>, dne 18.10.2011
27. <http://www.trgovine.net/>, dne 17.10.2011