

MERKATARITZA ELEKTRONIKOAN EGITEAREN EROMENA

Posted on 24/09/2013 by Naider



Mauria Finleyren artikulua Pando Daily-n [“eroa al da Amazonen garaian merkataritza elektronikoko enpresa bat sortzea?”](#)ri buruz, gaur egun oso ondo dauden sektore batean merkataritza elektronikoko negozio bat sortzearen zoramenaz, edo ez. prezioen gerra gogorraren ezaugarri diren agente kokatuak. Artikuluak merkataritza elektronikoen gako batzuk agerian uzten ditu, neurri handi batean, enpresa berri askok Espainian baztertzen dituztenak. Espainian, oraindik ere gehiegi entzuten da Interneten negozio bat hastea merkea dela

edo oso erraza dela online denda bat “egitea”. Izan ere, muntatzea erraza da, merkatuan funtzionatzen duela ez hainbeste. Eroa al da merkataritza elektronikoa sartzeara?

Mauria Finley-k Amazonek, beste enpresa handi askok bezala, ondo egiten ez dituen hiru gauza seinatu ditu: “zaintza, aurkikuntza eta gomendio sozialak”. Egia da: erabiltzailea ez da Amazonera joaten produktu berriak ezagutzera, eta kasu askotan oso zaila da kalitatezko produktuak eta ez dituztenak bereiztea. Faktore soziala ere ez dago Amazonen “ADNan”. Amazon erabiltzaileak dena prezio onenetan aurkitzen duen lekua da. Amazon ez ezik, Interneteko konpainia handiek, oro har, ez dituzte faktore horiek sartzen. Interneten salmenten eragile finkatuetakoa bat, e-Bay, oso ikuspegi ezberdina izan arren, lehiatzen da funtsean produktuak oso lehiakorrek diren prezioetan eskainiz. Eta kupoi famatuak kontsumitzaileari eskaintzak ekartzeko mekanismo alternatibo bat ere bada.

Prezio eredu oldarkorrek Interneten funtzionatzen dute. Baina, non dago merkataritza elektronikoa startup berrientzako aukera nitxoa, hain zaila baita jokalaria horiekin prezioetan lehiatzea? AEBetan hori argi dute eta irmoki egiten dute “merkataritza elektronikoa soziala” delakoaren alde: interes-komunitate bat dagoen gunek, non erabiltzaileak bere interesekoak izan daitezkeen produktuak deskubritzen dituen, produktu horiek erabili dituzten pertsonak ezagutzeko. , horiek erabiltzeko gomendioak jaso, bera bezalako denda eta kontsumitzaile berriak ezagutu... Merkataritza elektronikoa klasikoena baino askoz esperientzia sozialagoa eskaintzen duten gunek. [Lockerz.com](#) [Houzz.com](#), [Pose.com](#) oso hazkunde nabarmena lortzen ari dira ikuspegi berri hauei jarraituz. Houzz.com-en kasuan, adibidez, geruza soziala, merkataritza elektronikoa eta beren lan-merkatua egin duten integrazioa benetan apartekoa da. Houzz.com-en dekorazioan azken berriak deskubritu, adituen gomendioak ikusi, elementu onenak erosi zure inguruko arkitekto bat kontratatzeko.

Merkataritza elektronikoa hazten ari den sektorea da, 2013an 256.000 milioi dolarreara iritsiko diren AEBetan ez ezik -iaz baino %14,8-, baita Espainian ere, non, CMTren arabera, merkataritza elektronikoko posta elektronikoa 2.822 milioira iritsi zen. euro 2013ko lehen hiruhilekoan, iazko aldi berean baino %15,1 gehiago. Zifra hauek eremu honetan aukera asko daudela egiaztatzen dute; prezioen gerra ez den beste estrategia batzuk eskatuko dituzten aukerak. Erokeria dirudi gaur egun lineako denda tradizionalaren negozioa martxan jartzea eta prezioetan lehiatzen saiatzea -nahiz eta merkataritza elektronikoa hain garatua ez dagoen Espainian-, baina aukera leihoa bat dago ikuspegi sozialagoak eta eduki zainduagoak eta neurritsuagoak egiteko.

Interneten erosle gisa, badakigu nora joan behar dugun gure mugikor berria prezio onenean erosteko, baina ez dakigu hain ziur zein diren eredu onenak. Sneakers merkeenak zein webgunetan dauden jakin dezakegu, baina ez zeintzuk diren guretzat egokienak. Momentu honetan, Espainian, erosketan gidatzen gaituzten merkataritza elektronikoko ekimen gutxi daude. **Bi mundu dira, gomendioarena eta erosketarena, momentuz zertxobait bereizita daudenak;** sari handia egon daiteke haiengana hurbiltzen dakiten startupentzat.

There are no comments yet.