MERKATARITZA ELEKTRONIKOAN EGITEAREN EROMENA

Posted on 18/11/2013 by Naider

Mauria Finley-k Pando Daily-n idatzitako artikulu batek esan zuen: "Eroa al da merkataritza elektronikoko enpresa bat sortzea Amazonen garaian?" Gaur egun merkataritza elektronikoko negozio bat martxan jartzearen zoramenaz edo ez, oso ondo kokatutako eragileak dauden eta prezioen gerra gogorra duen sektorean. Artikuluak merkataritza elektronikoaren 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 elektronikoan sartzea?

Mauria Finley-k Amazonek, beste enpresa handi askok bezala, ondo egiten ez dituen hiru gauza seinalatu ditu: “komisioa, 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 finkatuetako bat, e-Bay, oso ikuspegi ezberdina izan arren, lehiatzen da funtsean produktuak oso lehiakorrak diren prezioetan eskainiz. Eta kupoi famatuak ere mekanismo alternatibo bat dira kontsumitzaileari eskaintzak ekartzeko.

Prezio-eredu oldarkorrek Interneten funtzionatzen dute. Baina, non dago merkataritza elektronikoan startup berrientzako aukera nitxoa, hain zaila baita jokalari horiekin prezioetan lehiatzea? AEBetan hori argi dute eta irmoki egiten dute "merkataritza elektroniko soziala" delakoaren alde: interes-komunitate bat dagoen guneak, 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 elektroniko klasikoena baino askoz esperientzia sozialagoa eskaintzen duten guneak. Lockerz.com, Houzz.com, Pose.com bezalako guneak 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 dolarrera 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 leiho 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.