

**Tehnološke
posodobitve
povečujejo spletno
prodajo.**

Priprava: Analitika GZS

Povezljivost Slovenije pod evropskim povprečjem

Slovenija je po indeksu digitalnega gospodarstva in družbe (DESI 2019) uvrščena na 16. mesto med državami EU-28, kar je mesto boljše kot v 2018. Višje od povprečja EU je na področju povezljivosti in digitalnih javnih storitev. Napredek je dosegla pri uporabi internetnih storitev in integraciji digitalnih tehnologij. Na isti ravni je ostala na področju človeškega kapitala, kjer je izgubila eno mesto. Povečuje se prodaja prek

spleta, kjer je že 56 % oseb, starih med 16-74 let, opravilo več kot 1 nakup v 2019 (51 % v 2018). V 2018 je s spletno prodajo ustvarilo prihodek 21 % podjetij z vsaj 10 zaposlenimi, medtem ko je imelo spletno stran kar 83 % podjetij. Podjetja v dejavnosti trgovina na drobno, razen z motornimi vozili, so s spletno prodajo ustvarila za okoli 222 mio EUR prihodka, od tega 84 % s spletno prodajo fizičnim osebam.

V spletnih trgovinah več B2C kot B2B prodaje

Novе spletne trgovine odpirajo tudi podjetja, ki tako nadgrajujejo svojo ponudbo v fizičnih poslovalnicah, a le redka za spletno B2B prodajo.

Nina Šprohar

Mimovrste cilja tudi na poslovne uporabnike

Prodaja v spletni trgovini Mimovrste iz leta v leto konstantno raste za več kot 20 odstotkov, njihova spletna trgovina pa je namenjena tudi poslovnim uporabnikom in javnim ustanovam. »Ti lahko izbirajo med široko in ugodno ponudbo na spletni strani, v primeru večjih količin, razpisov in drugih posebnih ponudb pa jim z veseljem pripravimo ponudbo po meri,« pravijo v podjetju.

»Analitika je lahko odlično vodilo pri poslovanju«

Tudi v podjetju Ceneje zaznavajo okrog 30-odstotno rast na letni ravni. »V obdobju od leta 2015 do 2019 je ta rast znašala kar 173 odstotkov, v letošnjem prvem polletju pa je že dosegla skoraj 40-odstotno rast,« poudarijo. Menijo, da je analitika lahko odlično vodilo pri poslovanju vsakega podjetja, če je le pravilno predstavljena. »Trenutno je na voljo kar nekaj uporabnih CRM orodij, ki omogočajo dober pregled nad podatki, med drugim tudi Brand Performance Insight, ključno orodje prodaje in marketinga, ki smo ga razvili v podjetju,« pojasnijo. Pri razvoju so upoštevali vse pomembne elemente: povpraševanje, cene, učinkovitost in nakupno vedenje. Kako pa je v segmentu B2B prodaje po spletu? »Obstaja nekaj platform, ki so namenjene B2B, vendar je sodelovanje na njih skoraj vedno vezano na obvezujoče pogodbe o poslovanju. Tak primer so recimo podjetja, ki uvažajo računalniško opremo in postavljajo dodatne specifične pogoje za udeležbo v nakupnem procesu,« še razložijo.

Prednost spletne trgovine je pestra izbira

Spletna prodaja Alpine na letni ravni predstavlja slabih 10 odstotkov maloprodaje, a se »glede na podatke o prodaji na mesečni ravni spletna trgovina uvršča med prvih najboljših 5 trgovin izmed skupno 48.«. Iz leta v leto opažajo večje povpraševanje po nakupu prek spleta in hkrati konstantno rast spletne prodaje. Na spletu so zaznali boljše možnosti za prodajo in trženje izdelkov po meri in željah strank. Nakup obutve postaja vse bolj premišljen, kar se odraža tudi na spletu. »Beležimo namreč zelo dolgo obdobje odločanja za nakup, pri čemer uporabnik išče informacije v spletni trgovini, na družbenih omrežjih, preverja popuste, akcije ipd. Poleg tega opažamo, da se pri nakupu obutve preko spleta ta dopolnjuje z obiskom prodajalne. Stranke namreč v prodajalni obutev pomerijo, potem pa želeno velikost in barvo naročijo preko spleta,« še dodajo.

Prodaja se spreminja glede na sezono

V Medexu opažajo, da se prodaja prek spleta spreminja glede na sezono. »Za prehranska dopolnila, ki krepijo imunski sistem, je glavna sezona od oktobra do februarja, septembra in zgodaj spomladi so v ospredju prehranska dopolnila za lepoto, skozi celo leto pa prehrana in prehranska dopolnila, ki pomagajo pri različnih športnih aktivnostih,« pravijo. Prodaja v spletni trgovini, ki so jo ustanovili pred slabimi tremi leti, konstantno raste. V 2018 (obdobje februar-oktober) je prodaja prek spleta glede na isto obdobje v 2017 zrasla za 73 odstotkov, letos pa v primerjavi z istim obdobjem v 2018 še za 15 odstotkov. [gg](#)

»Obstaja nekaj platform, ki so namenjene B2B, vendar je sodelovanje na njih skoraj vedno vezano na obvezujoče pogodbe o poslovanju,« pojasnjujejo v podjetju Ceneje.