

Brošura

E Poslovanje za **male** kompanije

Kako realizovati dobit na Internetu

*Kao i za sve mogućnosti dobit ne zavisi samo koliko uložite
već koliko pametno radite*

Cilj ovog priručnika je da i vama pomogne da svoje proizvode bolje plasirate i prodate na lokalnom i globalnom tržištu, nađete najbolje dobavljače i partnere ili sagledate nove poslovne mogućnosti.

Kako funkcioniše prodaja, nabavka i ponuda na Internetu

Dva osnovna tipa trgovanja na Internetu su trgovanje između kompanija B2B (Business to Business) i prodaja krajnjim kupcima B2C (Business to Consumer). Klasične B2B ecommerce sajtove su u početku postavljale velike kompanije – snabdevači, koje su putem Interneta omogućile naručivanje i prodaju svojih proizvoda velikom broju svojih distributera i kupaca. Međutim kupac je i u ovom modelu saradnje ostao uskraćen za mogućnost pristupa ponudi proizvoda široke konkurencije.

Poslednjih godina došlo je do pojave **Electronic Marketplaces (e-Markets)** , novog oblika organizovanja **B2B poslovanja na Internetu**. Oni predstavljaju Web sajtove na kojima veliki broj prodavaca i kupaca na jednom mestu prezentuje svoju ponudu i tražnju.

E-marketplaces predstavljaju novi vid online posrednika koji na jednom mestu efikasno predstavlja agregiranu ponudu i tražnju, pružajući kupcima niže troškove nabavke uz mogućnost kontakata sa novim dobavljačima, a isto tako i dobavljačima niže troškove prodaje uz mogućnost kontakata sa novim kupcima. Postoji više različitih modela eMarkets-a u zavisnosti od toga ko ih je organizovao Tako razlikujemo E-marketplaces organizovane od strane jednog ili više velikih kupaca

Trgovina između kompanija odvija se 35% sa novim prodavcem; 35% sa preferiranim, poznatim ispručićem i 30% u okviru partnerskih sistema.

Prema ozbiljnoj analizi 76% odluka za porudbinu u Nemačkoj zasniva se na upotrebi Interneta dok 29% nalazi nove dobavljače isključivo na Internetu.

28.1.2005, [www.wlw.de/presse/DE/de/pressemitteilungen/].

Oko 30% kompanija traži nove ponuđače više puta mesečno , 45% bar jednom mesečno. To znači da je bar jedna trećina svih naručbina otvorena, jedna je preko dugoročnih ugovora a trećina pripada preferiranim prodavcima.

Prednosti B2B rešenja baziranih na Internetu su evidentne u svim fazama poslovanja:

- Dolazi do skraćenja proizvodnog ciklusa zbog efikasnije komunikacije svih učesnika u procesu proizvodnje.
 - U procesu nabavke, postiže se veća produktivnost zaposlenih , smanjuje se mogućnost greške, i skraćuje vreme samog procesa što dovodi do smanjenja troškova za 10-15%.
 - Boljom koordinacijom sa dobavljačima postiže se efikasnije upravljanje zalihama i njihovo smanjenje na svim nivoima za 20-25% uz istovremeno značajno smanjenje troškova njihovog čuvanja i skladištenja.
 - Automatizovana podrška kupcima smanjuje broj poziva upućenih službi podrške što dovodi do bržeg odziva operatera i pružanja bolje usluge.
 - Marketing i prodaja korišćenjem Interneta dobijaju jeftin i efikasan marketinški i prodajni kanal koji pruža mogućnost proširenja ovih aktivnosti uz minimalno povećanje troškova.
 - Uz sve to Internet B2B rešenja predstavljaju otvoren sistem koji omogućava bilo kojoj kompaniji uključenje u ovaj vid poslovanja.
-
- Buyers-Driven eMarketplaces, industrijskih giganata koji u ovom načinu poslovanja vide mogućnost povećanja efikasnosti lanca snabdevanja uz istovremeno značajno smanjenje troškova
 - Suppliers-Driven eMarketplaces - E-marketplaces organizovane od strane jednog ili više velikih snabdevača ili
 - E-marketplaces organizovanih od strane neutralne treće strane (pr.privredne komore)
Neutralnost organizatora u odnosu na industriju kojoj je namenjen eMarket, naročito je neophodna na tržištima na kojima postoji veliki broj i kupaca i prodavaca. Poverenje je u ovom slučaju ključan faktor za pridobijanje velikog broja učesnika.

Po načinu organizovanja mogu se podeliti i na:

- vertikalne - orjentisane na rešavanje potreba u okviru određenih industrijskih grana,
- horizontalne E-marketplaces - specijalizovane za određenu kategoriju proizvoda ili kupaca

B2B eMarkets nisu samo trenutni trend već jedan od mogućih dominantnih modela poslovanja u skoroj budućnosti.

B2C (Business-to-consumer) - označava prodaju elektronskim putem na malo, dakle, prodaju krajnjim potrošačima. Prodaja putem Interneta doživela je ekspanziju sa pojavom ovog tipa trgovine.

Shopping Cart – E-korpa (Kataloški sistem naručivanja robe)

Ovo je najatraktivniji interaktivni servis u poslednje vreme, jer postoji mogućnost postavke kompletnog prikaza proizvoda sa online poručivanjem. Proces plaćanja kod nas je još uvek isključen ali se očekuje da uskoro i to bude ustanovljeno kod naših banaka.

Na ovaj način je moguće postaviti sve ili najatraktivnije proizvode sa detaljnim opisima, karakteristikama i fotografijama kao svojevrsni katalog. Prikom odabira artikala, automatski se vrši sabiranje vrednosti odabrane robe i obračunavanja poreza. Kompletna porudžbina precizirana po stavkama stiže putem e-maila.

Znači potrošačka korpa (shopping cart) je lista proizvoda koje korisnik sajta želi da kupi, i sve češće je sastavni deo sajtova i naših firmi. Osnovne operacije koje se mogu obaviti nad njom su:

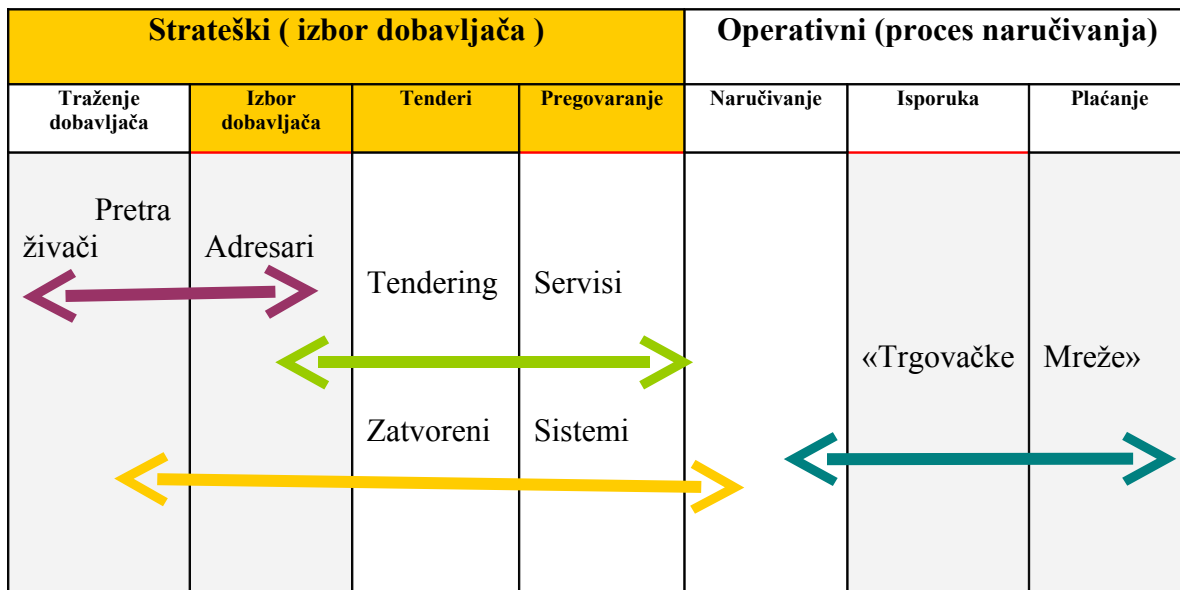
1. dodati proizvod u korpu
2. ukloniti proizvod iz korpe
3. izbrojati koliko proizvoda imamo u korpi
4. izračunati ukupnu cenu svih proizvoda u korpi



Na Internetu uglavnom nema prodavca, bar ne nalik na onog u tradicionalnoj prodaji. Jedini "prodavac" na mreži je opis proizvoda, tj. stranica na kojoj se proizvod promovise i prodaje. Opis proizvoda ne sme promovisati karakteristike koje proizvod ne poseduje, niti mu davati značaj u funkcijama koje nema. Proizvod na stranici mora biti opisan realno, a u tome može pomoći i fotografija proizvoda.

Šta može Internet u vašoj prodaji i nabavci ?

Da bi prikazali mogućnosti stavimo se u ulogu kupca. Kupac uvek želi da realizuje najpovoljniju ponudu. Sama mogućnost da na lak način može da sagleda ponudu velikog broja ponuđača dovoljno je izazovna. Da bi bolje uočili mogućnosti pogledajmo iz čega se sastoji proces kupovine:



U malim kompanijama ovo obično radi jedan čovek. U ovom slučaju nije potreban dodatni komplikovan sistem za razmenu podataka i praćenje procesa koji obuhvata učešće više sektora. Sa druge strane pošto ga obavlja jedna osoba ona sada ima mogućnost da lako sagleda veliki izbor mogućnosti i kvalitetnije donese odluku.

U velikim kompanijama proces nabavke je raspodeljen na više sektora.

- Prvo neko uradi istraživanje ponuđača i na osnovu analize dostavi spisak potencijalno atraktivnih.
-

Pogledajmo kako se određene faze odvijaju na B2B portalima

















Nalaženje novog isporučioaca

Kompanije traže trajnog isporučioaca, za repro materijal ili određen proces ili jednokratno za određenu opremu, projekat ili uslugu. Sve B2B platforme – Portali podržavaju oba zahteva.



Browse by Category

Početna strana

-  01. Meso i proizvodi od mesa
-  02. Riba i proizvodi od ribe
-  03. Voće i povrće
-  04. Jestivo ulje, margarin i masti
-  05. Mleko i mlečni proizvodi
-  06. Sladoledi i smrznute smese
-  07. Mlinski proizvodi
-  08. Skrob i proizvodi od skroba
-  09. Hleb, peciva, kolači, torte
-  10. Proizvodnja keksa
-  11. Kakao, čokolade i šećer
-  12. Makaroni i rezanci
-  13. Kafa i čajevi
-  14. Začini, dodaci hrani i bilje
-  15. Alkoholna pića
-  16. Proizvodnja vina

Zašto SerbianFood.org?

SerbianFood.org predstavlja online marketing alatku srpskih proizvođača, izvoznika i uvoznika koji posluju u okviru prehrambene industrije. Cilj Portala je da omogući domaćim kompanijama da na što efikasniji i sigurniji način stupe u kontakt sa potencijalnim inostranim partnerima i uspostave obostrano korisnu privrednu saradnju.

Ovaj jedinstveni B2B projekat omogućava stranim kompanijama, koje tragaju za kvalitetnim dobavljačima proizvoda i usluga iz Srbije, da dobiju na jednom mestu sve informacije vezane za veliki broj domaćih proizvođača.

Portal SerbianFood.org je nastao kao proizvod ideje, da se prehrambena industrija predstavi na jednom mestu, gde bi naši Članovi mogli što bolje uzajamno komunicirati, prezentovati svoje proizvode i usluge i uspostavljati poslovne kontakte širom sveta.

Poslovni prostor

Kategorije	Broj firmi	Proizvodi	Ponude	Potražnje
01. Meso i proizvodi od mesa	2	0	0	0
02. Riba i proizvodi od ribe	4	0	0	0
03. Voće i povrće	4	0	0	0
04. Jestivo ulje, margarin i masti	1	0	0	0
05. Mleko i mlečni proizvodi	2	0	0	0
06. Sladoledi i smrznute smese	2	0	0	0
07. Mlinski proizvodi	1	0	0	0
08. Skrob i proizvodi od skroba	4	0	0	0
09. Hleb, peciva, kolači, torte	5	0	0	0
10. Proizvodnja keksa	0	0	0	0
11. Kakao, čokolade i šećer	5	0	0	0
12. Makaroni i rezanci	0	0	0	0
13. Kafa i čajevi	3	0	0	0
14. Začini, dodaci hrani i bilje	6	0	0	0
15. Alkoholna pića	1	0	0	0
16. Proizvodnja vina	0	0	0	0
17. Proizvodnja piva	0	0	0	0
18. Mineralna i izvorska voda	2	0	0	0
19. Osvežavajuća pića	2	0	0	0

Anketa

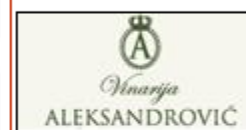
Da li posećujete sajmove hrane i pića?

- da
 ne

Glasaj

Pregled rezultata

Reklama



Funkcije na B2B portalima

Skoro svi portali za Internet trgovinu imaju dve zajedničke stvari: koriste web brauser i koristi ih veliki broj kupaca i prodavaca. Tu platformu za trgovinu zovemo B2B poslovanje. Razlikuju se po robama kojeima se trguje, geografskoj pripadnosti prodavaca ili kupaca. Oni su uglavnom jednostavni za upotrebu (ne zahtevaju skoro nikakvo IT znanje osim osnovnih funkcija za korišćenje Interneta i razumevanje jednog od svetskih jezika.). Korišćenje B2B portala ne zahteva neku investiciju od opreme vam treba PC i konekcija ka Internetu.

Većina portala za e trgovinu nudi sledeće funkcije:

- Direktorijum ponuđača i sistem za pretraživanje koji vam omogućava zadavanje kriterijuma za proizvode a ponuđačima da prikupe potencijalne kupce.
- Tender servise za pronalaženje potreba ili postavljanje zahteva za ponuđače.
- Aukciju za postizanje najveće ponuđene cene.

Na raspolaganju su najčešće sledeći servisi

Buyer Services	<ul style="list-style-type: none">• Search for products and contact suppliers directly
Servisi za kupce	<ul style="list-style-type: none">• Traženje određenog proizvoda i kontakta prodavca• Post unlimited Buy Trade Leads and receive quotations <p>Postavljanje upita i dobijanje ponuda Receive Trade Alerts with updates on new suppliers and products</p> <p>Dobijanje novosti o stvarima koje nas zanimaju</p>
Seller Services	<ul style="list-style-type: none">• Send quotations to Buy Trade Leads directly
Servisi za prodavce	<ul style="list-style-type: none">• Slanje ponude potencijalnim kupcima• Post 20 Sell Trade Leads• Pregled zainteresovanih kupaca• Display 5 product photos• Postavka fotografija proizvoda• Post your Company Profile• Postavka vašeg kompanijskog profila

Reverznu aukciju

za određivanje ponuđača sa najnižom cenom. Nalaženje potencijalnih kupaca
Ovo polazi od želje kupaca da nađu novog dobavljača. Kao prodavac vi želite da uspostavite kontakt i realizujete jednokratnu ili prodaju na dužu stazu.

Pregovaranje

Je važan deo prodajnog procesa. Ako cena, obim i rokovi isporuke nisu jasno definisani oni moraju da se dogovore. Ovaj proces može da se odvija samo sa jednim kupcem ili u istovremenom nadmetanju više prodavaca ili kupaca korišćenjem servisa kao zahtev za ponudu ili aukcija.

Primer mail odgovor

U daljem tekstu

- **Pregled B2B portala po segmentima**

Trenutno je aktivno preko 1.000 B2B portala.

Segment	broj portala	obim poslovanja u EU	Specifičnosti
---------	--------------	----------------------	---------------

- **Internet prodavnice**

Velike prodavnice kao e bay, amazon ili specijalizovane imaju promet koji se meri u milijardama dolara.

- **Da li je e poslovanje primenjivo za vašu kompaniju ?**

Za određene kompanije B2B ili B2C poslovanje može da ima veliki značaj ali one nisu jedini mehanizam prodaje i kupovine na Internetu. Vaša web prezentacija je takođe važan elemenat.

Dobara web prezentacija sa odgovarajućim sadržajem i atraktivnim dizajnom je neophodna za vaše prisustvo na Internetu. Mnogi potencijalni kupci će prvo pogledati vašu prezentaciju da dobiju početnu sliku o vama.

Procena moguće dobiti polazi od odgovora na sledeća pitanja:

! Za šta hoćete da koristite e poslovanje ? Da li želite da generišete nove kupce ili prodajete određene proizvode ?

- **Dobiti od B2B platforme za kupce i prodavce**

- Kao kupac pretraga za atraktivnom robom ili naručivanje već korišćenih mašina i tehnologije.
- Kao prodavac želite da uspostavite kontakt sa potencijalnim kupcima, da prodate opremu koja vam više ne treba ili da učestvujete na tenderima.
- Velike kompanije ili država su veoma aktivne u ponudi i traženju isporučilaca i ovaj elektronski B2B i G2B mehanizam omogućava da ekonomično i efikasno uspostave kontakt sa potencijalnim isporučiocima.
- **Uštede**
- **Povećanje brzine**
- **Razvoj novih mogućnosti**
- **Kolaboracija**
- **Funkcionalni prikaz e market**
- **Vaš prvi korak**