

E-Commerce Kalender 2021



E-Commerce Magazin

www.e-commerce.co.rs

Projekat podržali:



USAID
OD AMERIČKOG NARODA



Sadržaj

- **Reč urednika**
- **E-Commerce kalendar za 2021. godinu**
 - Januar
 - Februar
 - Mart
 - April
 - Maj
 - Jun
 - Jul
 - Avgust
 - Septembar
 - Oktobar
 - Novembar
 - Decembar
- **E-Comm Academy by E-Commerce Asocijacija Srbije**
- **E-Commerce Intervjui**
- **Najčitaniji tekstovi na E-Commerce magazinu**



— Reč urednika

Činjenica je da je ozbiljna zdravstvena kriza, koja je zahvatila čitav svet, a koja je i dalje aktuelna, u mnogome izmenila kako navike i ponašanje potrošača, tako i organizaciju i poslovanje kompanija.

Internet prodavnice se potajno nadaju da će pomenute navike kupcima ostati, kao i da će se način razmišljanja kupaca u vezi internet trgovine u Srbiji trajno promeniti.

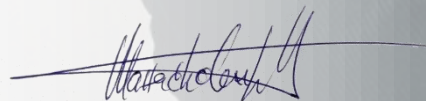
Kreiranjem ovog E-Commerce Kalendara želeo sam da doprinesem vašem efikasnijem planiranju marketing aktivnosti, efektivnijem korišćenju raspoloživih resursa, kao i da ukažem na važne datume za sve nas koji se bavimo prodajom.

Prva dva izdanja E-Commerce Kalendara su naišla na više nego odličan odziv, a preuzeti su preko 2.000 puta.

Treće izdanje samo po sebi donosi dosta novina, puno važnih i poučnih tekstova, kao i intervjuje malih i srednjih kompanija, koji su u svom poslovanju našli prostora za internet prodaju. Pročitajte njihova iskustva i, ukoliko već niste, razmotrite internet prodaju kao ozbiljan kanal prodaje za vašu kompaniju.

I ove godine nastavljamo istim tempom, uz mnoge novine koje vam pripremam.

Hvala na ukazanom poverenju,
Ivan Tanasković





E-COMMERCE.CO.RS KALENDAR 2021



E-COMMERC.CO.RS
KALENDAR
JE PREUZET VIŠE OD
2.000 PUTA.

Hvala!



JANUAR

PON	UTO	SRE	ČET	PET	SUB	NED
28	29	30	31	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31
1	2	3	4	5	6	7

FEBRUAR

PON	UTO	SRE	ČET	PET	SUB	NED
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14

MART

PON	UTO	SRE	ČET	PET	SUB	NED
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11

APRIL

PON	UTO	SRE	ČET	PET	SUB	NED
29	30	31	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	1	2
3	4	5	6	7	8	9

MAJ

PON	UTO	SRE	ČET	PET	SUB	NED
26	27	28	29	30	1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31	1	2	3	4	5	6

JUN

PON	UTO	SRE	ČET	PET	SUB	NED
30	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11

JUL

PON	UTO	SRE	ČET	PET	SUB	NED
29	30	31	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	1
2	3	4	5	6	7	8

AVGUST

PON	UTO	SRE	ČET	PET	SUB	NED
26	27	28	29	30	31	1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31	1	2	3	4	5

SEPTEMBAR

PON	UTO	SRE	ČET	PET	SUB	NED
30	31	1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10

OKTOBAR

PON	UTO	SRE	ČET	PET	SUB	NED
28	29	30	31	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31
1	2	3	4	5	6	7

NOVEMBAR

PON	UTO	SRE	ČET	PET	SUB	NED
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12

DECEMBAR

PON	UTO	SRE	ČET	PET	SUB	NED
30	31	1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31	1	2
3	4	5	6	7	8	9



Šta je ROI, a šta je ROAS? Koja od ovih metrika je bolja?



TOP 10



JANUAR 2021

PON	UTO	SRE	ČET	PET	SUB	NED
28	29	30	31	1 NOVA GODINA	2	3
4	5	6 BADNJE VEČE	7 PRAVOSLAVNI BOŽIĆ	8	9	10
11	12	13 SVETSKO PRVENSTVO U RUKOMETU - POČETAK	14 SRPSKA NOVA GODINA	15	16	17
18	19	20 SLAVA SVETI JOVAN	21	22	23	24
25	26	27 SLAVA SVETI SAVA	28	29	30	31 SVETSKO PRVENSTVO U RUKOMETU - FINALE
1	2	3	4	5	6	7

JANUAR 2021



Narodna banka Srbije je uvela novi način plaćanja, koji je primenljiv za plaćanja, kako u prodavnicama, tako i na internetu, a koji ste možda već i koristili. U pitanju je [sistem za instant plaćanje Narodne banke Srbije – IPS NBS](#).

[Kako da izaberem platformu za internet prodavnicu?](#) Cilj ovog teksta jeste da vam pomogne da izaberete platformu internet prodavnice, odnosno CMS-a koji će upravljati vašom online prodajom.

1. čas: Dobro došli na prvi ecommerce čas. Sa željom da ecommerce pojam i sve ono što internet trgovina predstavlja približimo onima koji žele da nauče više, prikazujemo vam serijal tekstova pod nazivom **eCommerce za početnike**.

E-COMMERCE ZA POČETNIKE

Napomena: Obzirom na svetsku zdravstvenu krizu izazvanu pandemijom, sve sportske, kulturne i manifestacije drugog tipa su pod znakom pitanja i potrebno je dodatno proveriti da li se održavaju.



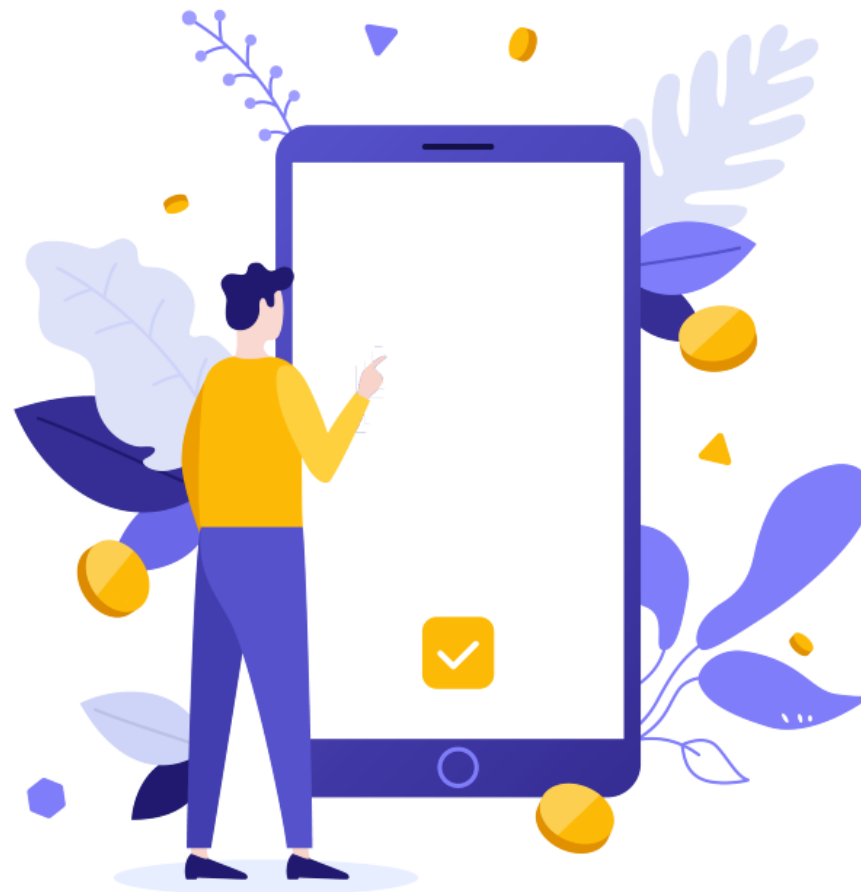
JANUAR

PON	UTO	SRE	ČET	PET	SUB	NED
28	29	30	31	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31
1	2	3	4	5	6	7

- PRAZNIK - NERADNI DANI
- BADNJE VEČE
- SRPSKA NOVA GODINA
- SLAVA SVETI SAVA
- SVETSKO PRVENSTVO U RUKOMETU



60% POSETILACA
NAS ČITA PUTEM
MOBILNOG
UREĐAJA.



FEBRUAR 2021

PON	UTO	SRE	ČET	PET	SUB	NED
1 SVETSKO KLUPSKO PRVENSTVO U FUDBALU	2	3	4	5	6	7 55. SUPERBOUL
8	9	10	11 SVETSKO KLUPSKO PRVENSTVO - FINALE	12	13	14 DAN ZALJUBLJENIH
15 DAN DRŽAVNOSTI	16	17	18 BG SAJAM TURIZMA	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14

FEBRUAR 2021



Sigurnost. Zaštita. Rad od kuće. Danas, kada ove reči čujemo češće nego obično, potrebna nam je zaštita i sigurnost i u online svetu. [Šta je VPN i zašto ga treba koristiti?](#)

Kao jedan od pionira direktnog marketinga SMS i dan danas ima svojih prednosti, koje malo koji kanal komunikacije može da nadmaši. [A ko je taj koji nije pročitao/otvorio SMS poruku?](#)

E-COMMERCE ZA POČETNIKE
[Tipovi e-trgovine i primeri.](#) Posle prvog e-commerce časa, gde smo definisali neke od osnovnih pojmova internet prodaje, vreme je da nastavimo dalje. Dobrodošli u serijal [E-Commerce za početnike.](#)

Napomena: Obzirom na svetsku zdravstvenu krizu izazvanu pandemijom, sve sportske, kulturne i manifestacije drugog tipa su pod znakom pitanja i potrebno je dodatno proveriti da li se održavaju.

FEBRUAR



PON	UTO	SRE	ČET	PET	SUB	NED
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14

- SVETSKO KLUPSKO PRVENSTVO U FUDBALU
- 55. SUPERBOUL
- DAN ZALJUBLJENIH
- SRETENJE – DAN DRŽAVNOSTI
- POČETAK BEOGRADSKOG SAJMA TURIZMA



The background features a teal color with various icons: a folder with a key, a red shield with a checkmark, a calendar, a red clock, a smartphone, a magnifying glass over a cloud, and a laptop displaying the EU flag and a padlock. Dotted lines connect these elements. A white banner at the bottom contains the text and a medal icon.

GDPR vodič za
Internet prodavnice



TOP 10

MART 2021

PON	UTO	SRE	ČET	PET	SUB	NED
1	2	3	4 SVETSKI DAN KNJIGE	5	6	7
8 DAN ŽENA	9	10	11	12	13	14
15	16	17 DAN SVETOG PATRIKA	18	19 SAJAM AUTOMOBILA	20 POČETAK PROLEĆA	21
22 MLADENCI	23	24	25	26	27	28 LETNJE RAČUNANJE VREMENA
29	30	31	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11

MART 2021

Činjenica je da je u današnje vreme veoma teško pridobiti novog kupca. Da se razumemo, to nikada nije ni bilo lako. Evo nekoliko ideja [kako da povećate broj novih kupaca pomoću bonusa?](#)

[Da li ste nekad imali neprijatno iskustvo da online kupite artikal koji nije na stanju ili dobijete pogrešni artikal na kućnu adresu?](#) To je upravo ono što želimo da izbegnemo!

Nastavljamo sa našom malom **školom Internet trgovine**. Iako su svi čuli za njega, mnogi ga do sada nisu koristili. A pojedini čak i ne znaju za šta isti služi. Da li ste pogodili o kom alatu je reč? [Danas pričamo o Google Tag manager-u.](#)

Napomena: Obzirom na svetsku zdravstvenu krizu izazvanu pandemijom, sve sportske, kulturne i manifestacije drugog tipa su pod znakom pitanja i potrebno je dodatno proveriti da li se održavaju.

MART

PON	UTO	SRE	ČET	PET	SUB	NED
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11

- SVETSKI DAN KNJIGE
- DAN ŽENA
- SVETI PATRIK
- POČETAK BEOGRADSKOG SAJMA AUTOMOBILA
- POČETAK PROLEĆA
- MLADENCI
- LETNJE RAČUNANJE VREMENA





40% NAŠIH ČITALACA
SU OSOBE IZMEĐU
25-35 GODINA
STAROSTI.



*Google Analytics



APRIL 2021

PON	UTO	SRE	ČET	PET	SUB	NED
29	30	31	1 SVETSKI DAN ŠALE 🛒 3. ROĐENDAN	2 KATOLIČKI USKRS	3	4
5 KATOLIČKI USKRS	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22 DAN SEĆANJA NA ŽRTVE HOLOKAUSTA	23 ĐURĐEVDAN	24	25
26	27	28	29	30 PRAVOSLAVNI USKRS	1	2
3 PRAVOSLAVNI USKRS	4	5	6	7	8	9

APRIL 2021



Bilo da se bavite online prodajom, digitalom ili oglašavanjem verujemo da ste čuli termine kao što su **ROI** i **ROAS**. U pitanju su poznate metrike koje čak neki poistovećuju, ali razlike svakako postoje. [Šta je ROI, a šta je ROAS? Koja od ovih metrika je bolja?](#)

Morate biti veoma decidni i transparentni na način na koji uzimate podatke od klijenata, kako ih obrađujete, kao i na koji način planirate da ih koristite. [Pročitajte detaljan GDPR vodič.](#)

Jedna od prednosti online biznisa jeste što je SVE merljivo. Sve potrebne podatke vam može prikupiti [jedan od važnijih i možda najpoznatijih Google alata – Google Analytics.](#)

E-COMMERCE ZA POČETNIKE

Napomena: Obzirom na svetsku zdravstvenu krizu izazvanu pandemijom, sve sportske, kulturne i manifestacije drugog tipa su pod znakom pitanja i potrebno je dodatno proveriti da li se održavaju.



3. ROĐENDAN

APRIL

PON	UTO	SRE	ČET	PET	SUB	NED
29	30	31	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	1	2
3	4	5	6	7	8	9

- SVETSKI DAN ŠALE
- KATOLIČKI USKRS
- DAN SEĆANJA NA ŽRTVE HOLOKAUSTA
- ĐURĐEVDAN
- PRAVOSLAVNI USKRS



Preporuka proizvoda
kao jedna od efektivnijih
prodajnih tehnika



TOP 10



MAJ 2021

PON	UTO	SRE	ČET	PET	SUB	NED
26	27	28	29	30	1	2
				PRAVOSLAVNI USKRS		
					PRAZNIK RADA	
3	4	5	6	7	8	9
PRAVOSLAVNI USKRS	STAR WARS DAY					DAN POBEDE
10	11	12	13	14	15	16
			PRVI DAN RAMAZANSKOG BAJRAMA			
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
					FINALE LIGE ŠAMPIONA	
31	1	2	3	4	5	6

MAJ 2021



Šta predstavlja lokalizacija online prodavnice i zašto je važna?

Potrebno je uskladiti sve ključne stavke online prodaje na novom tržištu, kako bi se potencijalni novi kupac osećao komotno i mogao da koristi vaše usluge bez problema.

Bez praktičnog razumevanja zašto ovo radimo i načina na koji to radimo, rizikujete da pretplatite svoje klijente, drugim rečima da plaćate više za kupovinu klijenta, nego što oni zapravo vrede za vašu kompaniju. [Pročitajte detaljan vodič za merenje online konverzija.](#)

Potrebno je da se posvetite alatu koji ćete, možda čak i najviše, koristiti. [Šta u Google Analytics-u merimo pomoću ciljeva \(goals\), a šta pomoću događaja \(events\)?](#)

Napomena: Obzirom na svetsku zdravstvenu krizu izazvanu pandemijom, sve sportske, kulturne i manifestacije drugog tipa su pod znakom pitanja i potrebno je dodatno proveriti da li se održavaju.

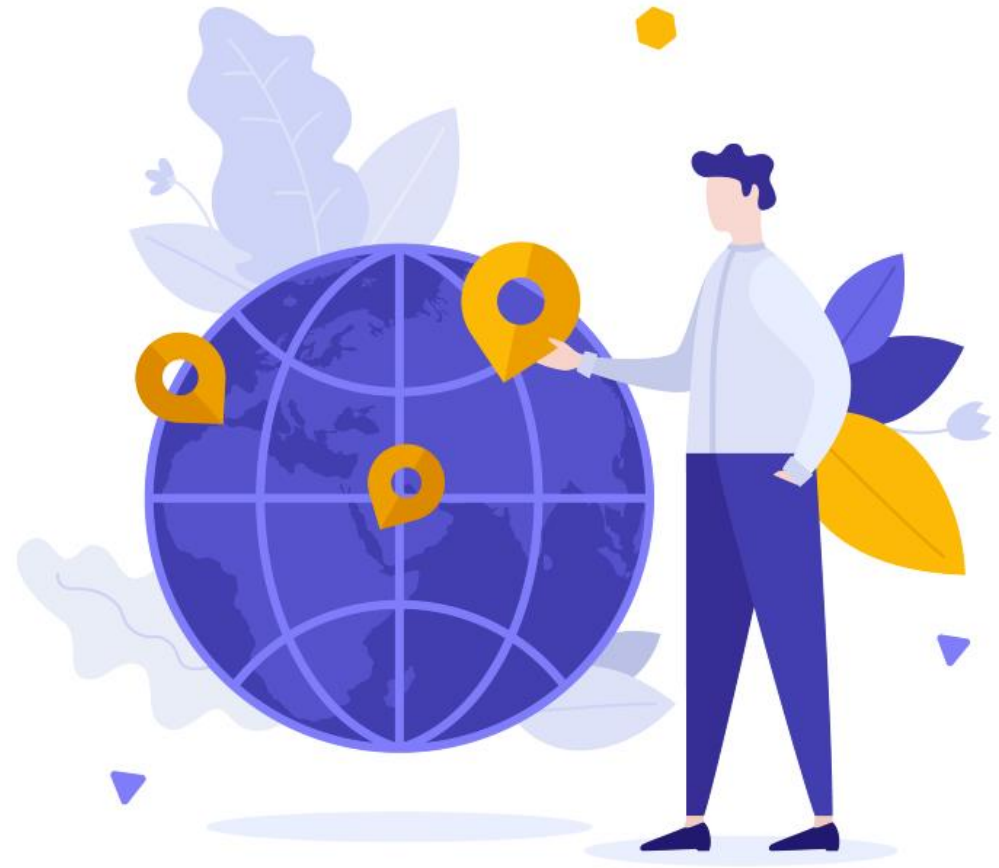
MAJ

PON	UTO	SRE	ČET	PET	SUB	NED
27	28	29	30	31	1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31	1	2	3	4	5	6

- PRAZNIK RADA
- PRAVOSLAVNI USKRS
- STAR WARS DAY
- DAN POBEDE
- PRVI DAN RAMAZANSKOG BAJRAMA
- FINALE LIGE ŠAMPIONA



U 2020. GODINI
NAŠI POSETIOCI SU
DOŠLI IZ 70
ZEMALJA.



JUN 2021

PON	UTO	SRE	ČET	PET	SUB	NED
30	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
				EVROPSKO PRVENSTVO U FUDBALU - POČETAK 47. KOPA AMERIKA		
14	15	16	17	18	19	20
						POČETAK LETA
21	22	23	24	25	26	27
		IVANJDAN				
28	29	30	1	2	3	4
VIDOVDAN	PETROVDAN					
5	6	7	8	9	10	11

JUN 2021

[Preporuka proizvoda kao jedna od efektivnijih prodajnih tehnika](#). Ova opcija se može opisati kao da vaš sajt poseduje asistenta, koji poznaje svaku vašu mušteriju, blagovremeno i na pravi način asistira prilikom kupovine.

Bez praktičnog razumevanja CPA-a, rizikujete da pretplatite svoje klijente, drugim rečima da plaćate više za kupovinu klijenta, nego što oni zapravo vrede za vašu kompaniju. [Šta je tačno cena po akviziciji \(CPA\) i koliko vas košta novi kupac?](#)

[Šta je Google Search Console i kako da ga aktiviram?](#) Google Search Console (GSC) je alat kompanije Google, koji pomaže da nadgledate i održavate prisustvo vašeg sajta u organskoj pretrazi.

Napomena: Obzirom na svetsku zdravstvenu krizu izazvanu pandemijom, sve sportske, kulturne i manifestacije drugog tipa su pod znakom pitanja i potrebno je dodatno proveriti da li se održavaju.

JUN

PON	UTO	SRE	ČET	PET	SUB	NED
30	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11

- POČETAK EVROPSKOG PRVENSTVA U FUDBALU
- POČETAK LETA
- IVANJDAN
- VIDOVDAN
- PRETROVDAN





Kako da izaberem platformu za internet prodavnicu?



TOP 10

JUL 2021

PON

UTO

SRE

ČET

PET

SUB

NED

29	30	31	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	1
2	3	4	5	6	7	8

EVROPSKO PRVENSTVO
U FUDBALU - FINALE

47. KOPA AMERIKA

PRVI DAN
KURBAN BAJRAMA

LETNJE OLIMPIJSKE IGRE
JAPAN - POČETAK

JUL 2021



Šta su [single opt-in ili double opt-in pristupi](#)? Ovde nema pogrešnog izbora, oba načina imaju svoje prednosti i mane. Uradite analizu, a zatim se odlučite za opciju, koja vam donosi bolje rezultate.

Stranica koja predstavlja veliki izazov za kompletan digitalni tim, kao i jednu od najsadržajnijih stranica svakog e-commerce. [Predstavljamo vam product page tj. stranica proizvoda koja predstavlja svojevrsnu raskrnicu opcija na jednoj stranici!](#)

U nastavku naše ecommerce edukacije, [objasnićemo vam šta je mapa sajta, ali i istaći njene prednosti](#), a ujedno i pokazati kako istu da kreirate.

E-COMMERCE ZA POČETNIKE



Napomena: Obzirom na svetsku zdravstvenu krizu izazvanu pandemijom, sve sportske, kulturne i manifestacije drugog tipa su pod znakom pitanja i potrebno je dodatno proveriti da li se održavaju.

JUN

PON	UTO	SRE	ČET	PET	SUB	NED
29	30	31	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	1
2	3	4	5	6	7	8



- FINALE EVROPSKOG PRVENSTVA U FUDBALU
- PRVI DAN KURBANSKOG BAJRAMA
- LETNJE OLIMPIJSKE IGRE - JAPAN - POČETAK





DO SADA SMO
OBJAVILI VIŠE OD
100 AUTORSKIH
TEKSTOVA.



AUGUST 2021

26	27	28	29	30	31	1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31	1	2	3	4	5

PETAK 13.

LETNJE OLIMPIJSKE IGRE
JAPAN - ZATVARANJE

AVGUST 2021

Da li ste to znali da akvizicija kupca može koštati i do pet puta više nego zadržavanje postojećeg? Ili da povećanje zadržavanja kupaca za 5% može dovesti do povećanja profita od 25% do 95%? Koju strategiju primeniti [akviziciju novih ili zadržavanje postojećih kupaca?](#)

Testirajte, menjajte, modifikujte, pa ponovo testirajte, sve dok ne pronađete oglase i kanale oglašavanja koji daju rezultate. [Na koji način vi prikupljate nove lead-ove?](#)

Odgovore na pitanja gde se SSL sertifikat uklapa, šta isti predstavlja i zašto je neophodan, saznaćete u novom testu našeg serijala eCommerce za početnike. [Šta je SSL sertifikat i zašto je potreban?](#)

Napomena: Obzirom na svetsku zdravstvenu krizu izazvanu pandemijom, sve sportske, kulturne i manifestacije drugog tipa su pod znakom pitanja i potrebno je dodatno proveriti da li se održavaju.

AVGUST



PON	UTO	SRE	ČET	PET	SUB	NED
26	27	28	29	30	31	1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31	1	2	3	4	5

- LETNJE OLIMPIJSKE IGARE - ZATVARANJE
- PETAK 13.





Opcije (online)
plaćanja u Srbiji i šta
nas novo očekuje?



TOP 10

SEPTEMBAR 2021

PON

UTO

SRE

ČET

PET

SUB

NED

30	31	1 POČETAK NOVE ŠKOLSKE GODINE	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16 PRVI DAN JOM KIPUR	17	18	19
20	21	22 POČETAK JESENI	23	24	25	26
27	28	29	30	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10

SEPTEMBAR 2021



SEPTEMBAR

Imamo običaj da kažemo da “napuštena korpa” predstavlja blago svake internet prodavnice. Potrudite se da jedan deo istog osigurate vašoj kompaniji. [Pročitajte šta tačno predstavlja termin “napuštena korpa” i kako se izračunava?](#)

Prodajne akcije sa istaknutim odbrojavanjem ili sa oznakom “Flash” [predstavljaju akcije sa ograničenim vremenskim periodom popusta](#) i najčešće se koriste u Internet prodaji.

Sa početkom nove školske godine i mi se “vraćamo u klupe”. Nadam se da vam je raspust prijao i da ste napunili baterije za nova znanja. [Da li ste povezali Google Analytics i Google Ads naloge?](#)

PON	UTO	SRE	ČET	PET	SUB	NED
30	31	1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10

- POČETAK ŠKOLSKE GODINE
- PRVI DAN JOM KIPUR
- POČETAK JESENI



PREMA GOOGLE
ANALYTICS, 57%
NAŠIH ČITALACA SU
ŽENE.



OKTOBAR 2021

PON	UTO	SRE	ČET	PET	SUB	NED
28	29	30	31	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21 DAN SEĆANJA NA SRPSKE ŽRTVE U II SVETSKOM RATU	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31 LUČINDAN ZIM. RAČ. VREMENA NOĆ VEŠTICA
1	2	3	4	5	6	7

OKTOBAR 2021



Šta je "Churn rate" i koliko je ova metrika važna? U pitanju je jedna od najvažnijih metrika za procenu rasta i održivosti biznisa. U pitanju je numerička vrednost, koja će vašoj kompaniji dati rezultat uspešnosti strategije zadržavanja klijenata.

Imajte u vidu da kada korisnik koristi pretragu nije mu interesu da pretražuje nešto što mu ne treba. Drugim rečima zašto bi pretraživali nešto za šta niste zainteresovani?

Šta su "breadcrumbs" i čemu služe? U teoriji, ali i u praksi, često su mali detalji ti koji prave razliku. Potražite mrvice, pratite aktivnosti svojih posetilaca i pronaćićete put do cilja.

E-COMMERCE ZA POČETNIKE

Napomena: Obzirom na svetsku zdravstvenu krizu izazvanu pandemijom, sve sportske, kulturne i manifestacije drugog tipa su pod znakom pitanja i potrebno je dodatno proveriti da li se održavaju.



OKTOBAR

PON	UTO	SRE	ČET	PET	SUB	NED
28	29	30	31	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31
1	2	3	4	5	6	7

- DAN SEĆANJA NA SRPSKE ŽRTVE U II SVETSKOM RATU
- ZIMSKO RAČUNANJE VREMENA
- NOĆ VEŠTICA - HALLOWEEN
- SVETI LUKA - LUČINDAN





Akvizicija novih ili
zadržavanje
postojećih kupaca?



TOP 10

NOVEMBER 2021

PON	UTO	SRE	ČET	PET	SUB	NED
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11 DAN PRIMIRJA SINGLES DAY	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25 THANKSGIVING DAY	26 BLACK FRIDAY	27	28
29 CYBER MONDAY	30	1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12

NOVEMBAR 2021



[Da li je Crni petak ili Black Friday?](#) Kakve veze Crni petak ima sa Srbijom ili pravoslavnom verom? Domaća publika ima sijaset pitanja, koja su zaista legitimna. Pričitajte detaljnije razloge zašto i vi treba da obeležite ovaj datum na vašoj prodavnici.

[Spajanjem početka školske godine sa nekom od aktuelnih manifestacija](#) uvek možete da kreirate prodajnu akciju kojom možete da aktivirate i najuspavanije kupce, ali i dobijete nove.

Ukazali smo vam na neke od prednosti povezivanja Google Analytics i Google Ads alata. [Na ovom času ćemo vam pokazati kako možete da spojite vaš Google Ads nalog sa Google analitikom.](#)

E-COMMERCE ZA POČETNIKE

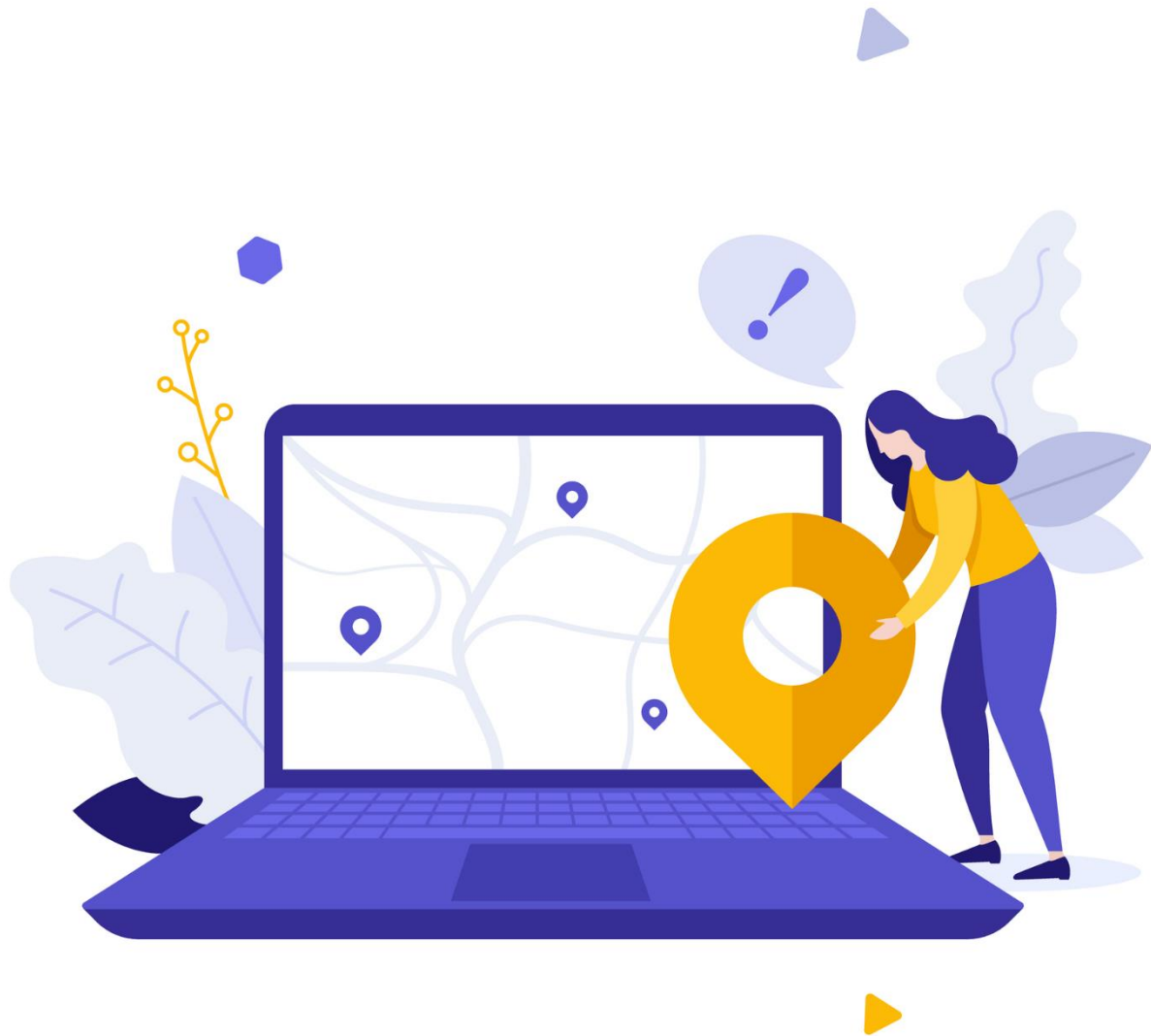
Napomena: Obzirom na svetsku zdravstvenu krizu izazvanu pandemijom, sve sportske, kulturne i manifestacije drugog tipa su pod znakom pitanja i potrebno je dodatno proveriti da li se održavaju.

NOVEMBAR

PON	UTO	SRE	ČET	PET	SUB	NED
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12

- DAN PRIMIRJA
- SINGLES DAY – DOUBLE 11
- THANKSGIVING DAY
- BLACK FRIDAY
- CYBER MONDAY





OD GRADOVA IZ
OKRUŽENJA, NAJVIŠE
POSETA DOLAZI IZ
ZAGREBA, PODGORICE I
BANJA LUKE.



*Google Analytics



DECEMBAR 2021

PON	UTO	SRE	ČET	PET	SUB	NED
30	31	1 SVETSKI DAN BORBE PROTIV SIDE	2	3	4	5 SVETSKI DAN VOLONTERA
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19 SLAVA SVETI NIKOLA
20 POČETAK ZIME	21	22	23	24	25 KATOLIČKI BOŽIĆ	26 BOXING DAY
27	28	29	30	31 NOVOGODIŠNJE VEČE	1	2
3	4	5	6	7	8	9

DECEMBAR 2021



[Zbog čega je korisna sezonska rasprodaja asortimana?](#) Vodite računa o načinu oglašavanja popusta koje propisuje novi Zakon o trgovini ("Sl. glasnik RS", br. 52/2019), u kome se takođe precizira značenje pojmova – rasprodaja, akcija i sezonsko sniženje.

[Kako da povežem Google Analytics i Google Search Console?](#) Zajedno ćemo proći korake na koji način možete da povežete ova dva alata i izvučete maksimum iz oba.

Ovo je deo sezone koji zahteva maksimalnu posvećenost i organizovanost. [Istakao sam ključne prodajne datume sa ciljem da budete spremni da odgovorite na sve zahteve kupaca.](#) Preventiva nije nikome oduzela vreme, to je vreme koje je možda i najbolje utrošeno.

E-COMMERCE ZA POČETNIKE

Napomena: Obzirom na svetsku zdravstvenu krizu izazvanu pandemijom, sve sportske, kulturne i manifestacije drugog tipa su pod znakom pitanja i potrebno je dodatno proveriti da li se održavaju.

DECEMBAR

PON	UTO	SRE	ČET	PET	SUB	NED
30	31	1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31	1	2
3	4	5	6	7	8	9

- SVETSKI DAN BORBE PROTIV SIDE
- SVETSKI DAN VOLONTERA
- SLAVA SVETI NIKOLA
- POČETAK ZIME
- KATOLIČKI BOŽIĆ
- BOXING DAY
- NOVOGODIŠNJE VEČE





Vodič za merenje
online konverzija



TOP 10

5 OD 10 NAJČITANIJIH TEKSTOVA DOLAZE IZ KATEGORIJE E-COMMERCE ZA POČETNIKE





eComm ACADEMY

by **ECS**

200+

POLAZNIKA
AKADEMIJE

50+

KOMPANIJA

25+

PREDAVAČA

25+

PREDAVANJA



PRIDRUŽITE NAM SE

AKADEMIJA.ECOMMSERBIA.ORG

E-Commerce
intervjui:

Pitali smo
preduzetnike koliko
je njima važna
prodaja putem
interneta?





E-Commerce intervju: Ana Bojčić, Škrabac

www.skrabac.com



1. Kako je nastala ideja o brendu "Skrabac"?

Škrabac je nastao spontano, pre svega iz želje za promenom posla. Sama ideja za brend se rodila iz sketchbooka u kom sam na dnevnom nivou crtala razne događaje, anegdote, misli, poslovice i slično. Proizvod za koji smo smatrali da bi najbolje izneo crteže a koji je opet dovoljno komercijalan su bile majice, i sa tim smo počeli. Danas u ponudi imamo mnogo različitih tekstilnih proizvoda kao i aksesoara.

2. Kako ste i kada došli na ideju da otvorite prodaju putem interneta?

Prodaja putem interneta se nametnula kao nešto logično nakon mnogo upita putem društvenih mreža, u cilju olakšanja celog postupka poručivanja i prodaje. Ivan, koji je kod nas u timu zadužen za sve IT poslove je osmislio naš webshop i podigao ga na noge :)

3. Da li vam je prodaja putem interneta pomogla da prebrodite poslovne izazove i smanjite uticaj pandemije?

Prodaja putem interneta je svakako doživela neku vrstu ekspanzije zbog masovnog prebacivanja svega na online, tako da možemo reći da nam je u danima na početku tj. danima karantina, pomogla da opstanemo. Sama prodaja je varirala iz meseca u mesec, ali to je opet više stvar trenutne ekonomske situacije u kojoj se nalazimo.

4. Sa kojim problemima se najčešće susrećete kod prodaje putem interneta?

Nažalost kod nas i dalje postoji izvestan broj ljudi koji se "plaši" ili jednostavno ne ume da poruči putem webshopa, pa se dešava da nam ljudi screenshot-uju po 10 artikala sa sajta i pošalju na društvene mreže. Mi se trudimo da našim kupcima olakšamo u pogledu poručivanja u smislu da im objasnimo što lakše proceduru, koja je sama po sebi lagana i u par koraka. Takođe ih ohrabrujemo i kroz nagrade uz kupovine, sistemom bodova koje kasnije koriste kao zamenu za novac.

5. Da li biste vi preporučili prodaju putem interneta drugim firmama, kao jedan od obaveznih kanala prodaje?

Svakako da, jer danas svako iz džepa može da poruči bez obzira u kom se gradu i na kojoj adresi se nalazi, i da mu to stigne na kućnu adresu kroz par dana.

6. Koji mesec u godini je najvažniji za vašu delatnost i zašto?

Nama je definitivno decembar najudarniji kada je najveća potražnja za poklonima, jer su naši proizvodi baš tog tipa, proizvod sa porukom, lepo upakovan i po pristupačnoj ceni.





E-Commerce intervju: Ivan Minić, Moja Pijaca

www.mojapijaca.rs

M  JA PIJACA



1. Kako je nastala ideja za MojaPijaca.rs - internet prodavnicu sa proizvodima sa zelene pijace?

Pre oko 5 godina kada smo počinjali tržište svežih namirnica je bilo veoma nestabilno sa kvalitetom koji je mnogo varirao, a dostava na kućnu adresu je bila misaona imenica. Istina, neki od prodavaca su imali internet prodaju, ali usluga je bila veoma nepouzdana i loša. Hteli smo da ponudimo visok kvalitet namirnica uz proizvode malih zanatskih proizvođača po konkurentnim cenama uz uslugu isporuke danas za sutra za ceo Beograd.

2. Kako reaguju mali proizvođači na ideju o prodaji putem interneta, odnosno preko MojaPijaca.rs?

Veoma dobro, jer rešava najveći problem koji imaju, a to je distribucija po Beogradu. Komplikovano je, zahteva vreme i najčešće je neisplativo, posebno za manje iznose, a u našem slučaju ti proizvodi su samo deo porudžbine. Korisnicima dajemo sve na jednom mestu, a proizvođačima nudimo rešenje ključnih problema. Neki nam dostavljaju robu, sa nekima imamo saradnju u okviru koje naša nabavka po dogovoru dolazi po robu. Zbog dobrog planiranja lagera možemo da budemo fleksibilni i sa većinom odgovornih proizvođača možemo da nađemo zajednički jezik.

3. Da li vam je odluka da prodajete putem interneta pomogla da prebrodite poslovne izazove i smanjite uticaj pandemije?

Naš rast je bio vrlo laganog tempa prethodnih godina, a tokom pandemije doživeli smo izuzetno veliki porast broja porudžbina ali i niz ograničenja i problema zbog otežanog snabdevanja i kretanja. Za svaki izazov pronašli smo rešenje, ali je bilo potrebno vreme. Nakon inicijalnog udara, broj porudžbina se stabilizovao na nivou koji je otprilike dvostruko veći nego pre pandemije. Ipak, fluktuacije postoje, ali generalno što je trenutna situacija sa koronom teža i što su vremenski uslovi nepovoljniji, to je broj porudžbina veći.

4. Sa kojim problemima se najčešće susrećete kod prodaje putem interneta?

Naš generalni utisak je da se svest o internet trgovini i benefitima koje donosi prilično povećala u prethodnih nekoliko godina i iz ugla prodavaca i iz ugla kupaca. Ponekad se sretnemo sa nepouzdanom distribucijom i logistikom kurirskih službi, jer iako imamo svoju dostavu, neki dobavljači nam proizvode dostavljaju i na ovaj način.

5. Da li biste vi preporučili prodaju putem interneta drugim firmama, kao jedan od obaveznih kanala prodaje i zašto?

Svaki biznis je specifičan, ali svakako je internet prodaja mogućnost da vaša radnja radi 24 časa 7 dana u nedelji, bez obzira na situaciju u realnom svetu. Takođe, niste limitirani na vaše neposredno okruženje, i ukoliko je proizvod koji nudite interesantan i vašeg grada ili opštine, možete svoju publiku naći u bilo kojoj tački Srbije, a u nekim slučajevima i inostranstva. Ovo se posebno odnosi na proizvode koji nisu dostupni svuda, ili proizvode koji mogu biti konkurentni sa cenom zbog nižih troškova u manjim gradovima. Ljudi koji kupuju online, nemaju problem da zbog uštede sačekaju dan ili dva proizvod.

6. Koji mesec u godini je najvažniji za vašu delatnost i zašto?

Radimo cele godine, ali onaj period godine kada su ljudi češće na odmorima i putuju jeste obično slabiji. Kraj svake godine je obično dobar i zbog slava i novogodišnjih praznika i poklona i zbog činjenice da hladno vreme znači da više ljudi borave kućama i biraju da namirnice dođu do njih umesto.





E-Commerce
intervju:
Nenad i Nikola
Radojčić,
Dechko Tzar
www.dechkotzar.com

Tzar[®]



1. Danas malo ko nije čuo za brend "DechkoTzar", a šta Vama isti predstavlja danas?

Uvek je lepo čuti ovakve stvari. Dechkotzar za nas predstavlja uspeh jedne ideje. Uspeh onoga što je krenulo iskreno, iz stomaka, za željom da se napravi dobra stvar pre svega. Ono čemu smo ostali verni od početka, a što stu osnovna tri stuba ove ideje: dobro dizajniran, kvalitetan i priuštiv proizvod. Tako je bilo sa prvom serijom majica, tako je i danas.

2. Kako je to izgledalo na samom početku, kako ste se odlučili da počnete sa prodajom putem interneta?

U baš prvim počecima, početkom 2000.-ih internet prodaje nije bilo. Majice smo prodavali na promocijama/žurkama koje smo organizovali ili su nas ljudi kontaktirali, pa smo ih prodavali lično. Bili smo klinci, sa manje obaveza, pa je to nekako funkcionisalo. Malo po malo kako smo brend razvijali, morali smo da širimo i kanale prodaje. Prvi online shop je bio jedan banalan front end za Excel tabelu u kojoj se nalazilo stanje robe. Proizvode smo raznosili prvo nas dvojica, a kasnije smo ušli u posao sa kurirskim službama. Ubrzo smo osnovali i firmu i napredniju verziju online shopa koja i danas funkcioniše i razvija se

3. Da li vam je prodaja putem interneta pomogla da prebrodite poslovne izazove i smanjite uticaj pandemije?

Direktna prodaja u našoj radnji je i dalje dosta bolja nego online prodaja. Jedan od neprijatnijih momenata tokom karijere je bio taj 16. ili 17. mart kada smo doneli odluku da radnju zatvorimo. U tom trenutku smo imali počenu celu letnju kolekciju i dobar deo pristiglih proizvoda koji će tek doći na naplatu. Mislili smo da nećemo preživeti, međutim ljudi su kupovali nove stvari online. Mart i april su svakako bili slabiji meseci od očekivanog, ali prodaja preko sajta nas je održala, a trend online kupovine se nastavio.

4. Sa kojim problemima se najčešće susrećete kod prodaje putem interneta?

Generalno nema većih problema. Kurirske službe su prezauzete, a kupci neki put imaju nerealna očekivanja. Na kraju se sve svede na nivo anegdote, jer takve slučajeve volimo da rešavamo ljudski uz obaveznu dozu ljubaznosti i humora. Voleli bismo da su procedure oko izvoza lakše kako bismo taj segment prodaje pojačali, jer nas ljudi preko traže i poručuju stvari.

5. Da li biste vi preporučili prodaju putem interneta drugim firmama, kao jedan od obaveznih kanala prodaje?

Naravno, ali ona nikad neće u potpunosti zameniti iskustvo direktne kupovine.

6. Koji mesec u godini je najvažniji za vašu delatnost i zašto?

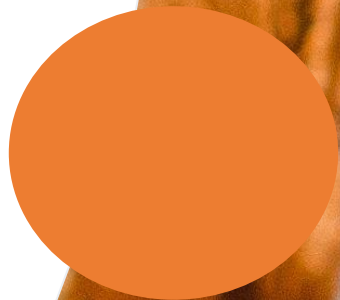
Vremenom smo naučili da je svaki mesec jako bitan i iskoristljiv na različite načine. U nekima je prodaja jača, a proizvodnja slabija, a u nekima obrnuto. Svakako su dobri meseci za prodaju ovo praznično vreme, ali i letnji meseci, jer je naš primarni proizvod ipak majica sa kratkim rukavima.





E-Commerce intervju: Rade Radovanović, Boya Porcelain

www.boyaporcelain.com



1. Kako je nastala ideja o brendu "Boya" i o tome da ručno proizvodite posuđe od porcelana?

Rekli bismo da je sve išlo nekim prirodnim tokom. Bojanina interesovanja i potrebe su je je usmerile ka vizuelnom izrazu, Dalekom Istoku pa dalje ka keramici i kasnije uže prema porcelanu a njena posvećenost i uloženi rad su doveli do ovih rezultata. Ako nešto radite dobro i konstantno dođete u fazu kada to ljudi počinju da primećuju i počinju da kupuju. Mene je, opet, uvek interesovala dobra priča, uspešna komunikacija, kultura i umetnost. Moj cilj je jako rano postalo pričati priču u koju verujem a koja i donosi nešto dobro. Takvi i udruženi, krenuli smo da pravimo brend. Nije bilo nikakvog istraživanja tržišta. Henriju Fordu se pripisuje da je rekao da ga nije zanimalo šta ljudi žele jer bi mu rekli da žele brže konje. Mi smo želeli da napravimo prostor za sebe i verovali smo u snagu kvaliteta.

2. Kako ste došli na ideju da otvorite prodaju putem interneta?

Smatramo da je to bila neminovnost. Kada sam razmišljao o strukturi naše pojave na Internetu vodio sam se svojim shvatanjem Interneta. To je novi medij ali ljudi nisu novi. Ako smo mi brend od kojeg se ne kupuje usput i ako nam je bitno da naši kupci znaju šta kupuju i ako imamo da kažemo nešto što će mnogima biti zanimljivo da čuju i što je dodatna vrednost našeg posuđa, onda za nas nije samo FB ili IG stranica. Kao što smo shvatili da nam treba realna prodavnica tako smo shvatili i da nam treba Internet prodavnica. Mesto gde će zainteresovani moći da se zaustave i isključe od ulične vreve tj. buke internet sadržaja. Verovali smo da nismo lokalna prodavnica već da našeg plemena ima svugde.

3. Da li vam je prodaja putem interneta pomogla da prebrodite poslovne izazove i smanjite uticaj pandemije?

Naravno i verujem da je mnogima. Mi smo i ranije ogroman procenat prodaje pripisivali web prodavnici jer su kod nas dolazili već na sajtu informisani kupci. Izostajala je konverzija na sajtu jer su ljudi želeli i da sebi prirede dolazak u naš prostor uz kupovinu. I na prošloj i na novoj adresi, proizvodnja i prodaja su na istom mestu. Još kada je prostor lepo uređen, poseta je doživljaj. U pandemiji je porasla onlajn prodaja zbog poverenja koje smo stekli ranije. U ukupnoj prodaji smo imali osetan pad ali to je globalna slika.

4. Sa kojim problemima se najčešće susrećete kod prodaje putem interneta?

Meni je najveći izazov preneti kroz jezik sajta ono sve što u realnosti jesmo. Sajt mora da ostane pregledan i logičan. Tolerancija na popup-ove je s pravom niska i sl. Izazov mi je da na sajt prenesem sve što Bojana i devojke rade. Ne sme struktura sajta da sputava njihovu kreativnost i igru niti želim da nešto izostane sa sajta. Ipak, kada moram da biram bude ovo drugo. Raduje me što generalno raste internet kultura pa će biti i više prostora za izražavanje na sajtu. Koristim Shopify platformu što je bila promišljena odluka. Njen nedostatak je što ne možemo da primamo dinarske uplate. Vidim da se pojavljuju neka improvizovana rešenja zbog kojih sam blagi optimista.

5. Da li biste vi preporučili prodaju putem interneta drugim firmama, kao jedan od obaveznih kanala prodaje?

Moj komšija, Italijan, pravi piadine. Ceo komšiluk zna da sam pravi svoje testo i prepoznaju ga po njegovom simpatičnom srpskom jeziku. Čak i sada kada dolaze ljudi iz drugih kvartova, da on otvori onlajn prodavnicu to bi ga distanciralo od publike. Uvek bih preporučio da se najpre razmisli o proizvodu, misiji i viziji a izbor alata proizilazi iz toga.

6. Koji mesec u godini je najvažniji za vašu delatnost i zašto?

Ako se pod tim misli na prodaju, to je naravno decembar. Osetan je i porast za vreme onog što smo nazvali mala (april-jun) i velika (avgust-oktobar) sezona venčanja.





E-Commerce intervju: Aleksandar Marinković, Vinarija Aleksandrović

www.vinarijaaleksandrovic.rs



ALEKSANDROVIĆ



1. Kako ste došli na ideju da pored tradicionalnog načina prodaje vina, otvorite i prodaju putem interneta?

Imperativ u vinariji Aleksandrović je kvalitet i kontinuitet kvaliteta, po tome nas prepoznaju. Svesni smo da pored tradicije moramo biti spremni da ispratimo najnovije trendove i da se konstantno prilagođavamo, i to ne samo kada su u pitanju vinogradarstvo i tehnologija proizvodnje, već i u svim segmentima. Još pre 10 godina smo počeli da radimo na online prodaji jer smo pratili trendove u industriji na nekim od najrazvijenijih tržišta na svetu. Pored prilagođavanja krajnjem korisniku, u našem slučaju ljubitelju vina, online prodaja omogućava i dodatni kanal prodaje. Diverzitet je veoma bitan za nas jer ne želimo da zavisimo 100% od HoReCa sektora. Online prodaja nam pomaže da komuniciramo direktno sa našim ljubiteljima vina, da gradimo odnos i poverenje i čujemo iz prve ruke utiske o kvalitetu naših vina.

2. Da li je i na koji način prodaja putem interneta doprinela razvoju vaše firme?

Uvođenje online prodaje je inicijalno predstavljalo izlazak iz zone komfora, ali je istovremeno omogućilo da se naš tim u vinariji ubrzano razvija i prilagođava. Rekao bih da je komunikacija i protok informacija sada na mnogo višem nivou jer su kolege počele da koriste sve servise i alate koji su dostupni. Postali smo svesni da možemo ubrzati i pojednostaviti brojne procese i u samoj logistici, ali i komunikaciji. S druge strane, online prodaja nam omogućuje da pošaljemo naša vina, u skoro sve zemlje sveta, ali i ono najbitnije, da naša vina budu dostupna i u onim manjim gradovima koji nemaju specijalizovane vinoteke.

3. Da li vam je prodaja putem interneta pomogla da prebrodite poslovne izazove i smanjite uticaj pandemije?

Ne možemo reći da nam je pomogla da u potpunosti prebrodimo sve poslovne izazove, ali smo i te kako uspeli da smanjimo uticaj pandemije na poslovanje. U mesecima kada je HoReCa sektor bio potpuno zatvoren, izlaznost vina se znatno smanjila. Ipak, u tim mesecima smo imali rast online prodaje i mnogo veći broj isporuka pa je to omogućilo da se firma i naš tim oseća živim.

4. Sa kojim problemima se najčešće susrećete kod prodaje putem interneta?

Osećamo da kultura online kupovina još uvek nije u potpunosti usvojena. Ljudi i dalje imaju određenu barijeru, ali i to se ubrzano menja. Ova godina i sve neprilike donele su određene pozitivne stvari. Primećujemo da ljudi sada mnogo lakše pristaju da omiljena vina naruče online. Kao jedan od glavnih problema, ili stvari koje bi mogle da budu na mnogo višem nivou, naveo bih logistiku isporuke, tj. kvalitet usluga kurirskih službi. Deluje mi da tu ima najviše prostora za napredak. Nama u vinariji, ali i ljubiteljima vina, je posebno važno da vina stignu bezbedno i na vreme.

5. Da li biste vi preporučili prodaju putem interneta drugim firmama, kao jedan od obaveznih kanala prodaje?

Naravno, pogotovo danas kada nisu potrebna ogromna sredstva da napravite funkcionalnu online prodavnicu. Ukoliko nemate na stotine i hiljade različitih proizvoda, bukvalno možete i sami kreirati svoje e-commerce rešenje. Danas postoje i brojni servisi koji omogućuju da za određeni mesečni iznos kreirate svoj online shop bez ikakvog poznavanja programiranja i dizajna. Mogućnost direktne prodaje i komunikacije sa krajnjim kupcem je neprocenljiva, a u godinama koje dolaze možda bude i presudna.

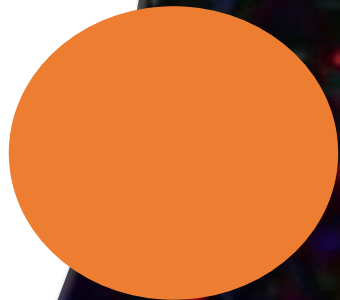
6. Koji mesec u godini je najvažniji za vašu delatnost i zašto?

Za nas u vinariji Aleksandrović poslednji kvartal u godini je najvažniji. Tada je izlaznost i prodaja vina u najvećem zamahu i generalno se najviše vina pije baš u tim mesecima. Period brojnih Slava, proslava, prilika za druženje i poklanjanje utiče na veliki skok potrošnje vina. Uvek se posebno pripremamo za poslednje mesece u godini i trudimo se da logistiku podignemo na najviši mogući nivo. Da omogućimo i ljubiteljima vina, ali i pravnim licima i korporativnim klijentima da dobiju naša vrhunska vina upakovana na pravi način i u najkraćem mogućem roku.





E-Commerce intervju: Nikola Stanišić Šumska Tajna www.sumskatajna.rs



1. Kako je nastala ideja o firmi "Šumska Tajna" i o tome da proizvodite organske namaze?

Na tržištu smo uvideli veliku prazninu proizvoda sa šumskim (organskim) pečurkama čija je Srbija sirovinaska baza, analizom tržišta shvatili smo da nema takvih proizvoda i da je trenutak da se pokrene proizvodnja jer postoji velika praznina. Ova priča je nazvana Šumska Tajna. Pored namaza sa pečurkama mi se bavimo i proizvodnjom humusa prema tradicionalnoj recepturi sa Bliskog istoka. Baza svih naših proizvoda je leblebija a pored nje u namaze stavljamo hladno ceđeno suncokretovo ili maslinovo ulje i himalajsku so. Pored ovih sastajaka u humuse dodajemo i susamovu pastu (tahini), peršun, beli luk, mleveni biber kao i ljuti ajvar u pikantni humus.

2. Kako ste došli na ideju da otvorite i prodaju putem interneta?

Testiranje novih proizvoda na tržištu je dosta skupo i svakako da za male firme kao što je naša to nije izvodljivo, da se plati ulistavanje marketima, da se kreditiraju robom dok ne dođe do prve naplate, sve su to stavke koje zahtevaju dodatna ulaganja ali sa druge strane ako te iste proizvode okačimo na web shop i kada ih neko poruči imamo kontakt od te osobe, možemo da je pozovemo i da dobijemo iskren feedback. Iskren odgovor ćete svakako dobiti jer je taj neko kupio proizvod, niste ga poklonili. To je bio jedan od razloga pokretanja web shop-a a osim toga živimo u vremenu digitalizacije i bez online prodaje jednostavno danas se ne može, svi su na internetu i na društvenim mrežama, to svakako treba da se iskoristi.

3. Da li vam je prodaja putem interneta pomogla da prebrodite poslovne izazove i smanjite uticaj pandemije?

Mi radimo u USA sa Amazonom i vidimo koliko je visoka kultura kupovine hrane online ali u Srbiji to nije bilo tako dok se nije pojavio korona virus, lično smtram da nas je trenutna situacija lansirala bar pet godina unapred što se tiče online trgovine. Za vreme korone i lockdown-a smo imali veliki rast online prodaje ali i rast u trgovinskim lancima jer su ljudi jednostavno shvatili ako se ne hrane zdravo i nemaju zdrav organizam da nisu u mogućnosti da se izbore sa virusom. Tako isto smo shvatili i za vreme pandemije da možemo bez svega ali bez hrane ne možemo, smatram da je ova situacija dosta povoljno utcala na industriju zdrave hrane.

4. Sa kojim problemima se najčešće susrećete kod prodaje putem interneta?

To je svakako pronalaženje ciljne grupe i targetiranje. Online prodaja je kao i sve, isključivo testiranje. Stalno pronalazimo idealnu target grupu, najbolji vizual i najbolji copy. To su stvari koje se stalno preispituju i testiraju. Imali smo problema i sa dostavom ali smo odlučili da se fokusiramo na Beograd i da radimo sa lokalnim potrošačima, poručite danas a sutra je kod vas isporuka i od tada sve ide lakše. Jednostavno ažurnost je jako bitna stavka u online trgovini, bar što se hrane tiče.

5. Da li biste vi preporučili prodaju putem interneta drugim firmama, kao jedan od obaveznih kanala prodaje?

Da naravno, jednostavno živimo u vremenu gde vas niko ne pita da li imate online prodaju, to se podrazumeva. Znam neke brendove koji isključivo rade online prodaju, jako slabo su zastupljeni u radnjama, to je budućnost i svi treba da budu deo toga. Mi vodimo bitku na oba fronta i super nam ide za sada :)

6. Koji mesec u godini je najvažniji za vašu delatnost i zašto?

Mesec koji je najvažniji i gde imamo najveću prodaju je Decembar, to je poslednji kvartal i svi kupuju pojačano kao što već svi znaju, dolaze nam praznici i svi smo kućama. U Decembru firme kupuju korporativne poklone za svoje zaposlene i partnere. Decembar je dosta haotičan mesec ali svakako donosi svoje dobre strane i dosta veću prodaju.





HVALA ŠTO STE NAS GLEDALI, SLUŠALI I ČITALI TOKOM 2020. GODINE



eComm ACADEMY
by ECS

E-Commerce Magazin

www.e-commerce.co.rs



Sugestije, predloge i pitanja možete upitati na office@e-commerce.co.rs