



„Seokitchen.lt“ įkūrėja - Simona Kupetienė, sypsokytes.lt nuotr.

Milijonus lankytojų pritraukiančios elektroninės prekybos vietos vilioja daugybę norinčiųjų išplaukti į platesnius tarptautinės prekybos vandenis. Apie tai, kas užtikrina sėkmę populiariausiose elektroninės prekybos vietose „Amazon“, „Ebay“ ir „Etsy“, pasakoja „Seokitchen.lt“ įkūrėja Simona Kupetienė.

Milijoniniai pirkėjų srautai

Didžiausioje elektroninės prekybos vietoje „Amazon“ šiais metais jau apsilankė 304 mln. aktyvių pirkėjų iš viso pasaulio. Šis skaičius stipriai išaugo, startavus pagrindiniam „Etsy“ konkurentui – „Amazon Handmade“. Pasak „Seokitchen.lt“ įkūrėjos, „Ebay“ jau turi 162 mln. aktyvių pirkėjų, o 2015 m. užfiksuota kiek daugiau nei 24 mln. aktyvių pirkėjų, besinaudojančių prekybos sistema „Etsy“. „Noriu atkreipti dėmesį, kad pardavimai kiekvienoje šių prekybos sistemų kasmet sparčiai auga, tačiau renkantis, kur prekiauti, šie skaičiai neturėtų būti lemiamas kriterijus“, – teigia verslininkė.

Rimti konkurentai

Tad kaip išsirinkti prekybos sistemą, geriausiai tinkančią verslui? Pasak S. Kupetienės, „Etsy“ yra rankdarbių bei vintažinių prekių prekybos sistema,

puikiai tinkanti unikalių ir išskirtinių gaminių kūrėjams bei dizaineriams. Verslininkė primena, kad „Etsy“ ilgokai pirmavo rankdarbių ir vintažinių prekių kategorijoje, kol 2015 m. elektroninės prekybos gigantas „Amazon“ pristatė „Amazon Handmade“. Taigi, anot „Seokitchen.lt“ įkūrėjos, pirmą kartą per ilgus metus „Etsy“ turi rimtą konkurentą. Pašnekovė atkreipia dėmesį, kad „Amazon Handmade“ pardavėjai, kurių dauguma turi patirties, įgytos prekiaujant elektroninės prekybos vietoje „Etsy“, jau džiaugiasi kur kas greičiau pasiekiamais rezultatais, palyginti su „Etsy“, be to, pasirenkančiųjų prekiauti elektroninėje prekyvietėje „Amazon Handmade“ atsiranda vis daugiau.

Specifiniai reikalavimai ir taisyklės

„Amazon“ laikoma didžiausia prekybos sistema pasaulyje. Pradėjusi savo veiklą nuo knygų prekybos, vėliau ją išplėtė tiek, kad šiuo metu prekiauti čia galima beveik viskuo. „Seokitchen.lt“ įkūrėja atkreipia dėmesį, kad norint prekiauti „Amazon“ pirmiausia reikia gauti jų leidimą, be to, prekės turi atitikti tam tikrus reikalavimus, taip pat tenka naudoti nustatytos formos nuotraukų formatą. Kitas rinkos senbuvis „Ebay“ populiarus tarp prekyautojų iš antrų rankų, čia labai populiarūs aukciono pardavimai, daug prekyautojų iš Kinijos, kita vertus, dėmesio čia sulaukia ir išskirtiniai gaminiai bei standartinis pardavimo modelis. „Elektroninė prekyvietė „Ebay“, ko gero, mažiausiai iš visų turi savo veidą ir čia tikrai rasite visko, tad ši sistema tiks ir perpardavinėjant prekes, ir kuriant savo išskirtinę produkciją. Tiesa, konkurencija čia milžiniška, todėl konkuruoti gana sudėtinga“, – tikina S. Kupetienė.

Svarbiausia - tinkamas pasirengimas

Verslininkės teigimu, sudėtingiausia prekybą pradėti elektroninėje prekyvietėje „Amazon“, o sistemose „Etsy“ ir „Ebay“ tai galima padaryti vos per vieną dieną. Pašnekovė primena, kad internete gausu nemokamos informacijos, kursų, mokymų bei patarimų, kaip pradėti prekiauti šiose elektroninėse sistemose. Be to, „Amazon“ turi puikų klientų aptarnavimo centrą, kurio suteikiama pagalba labai vertinga prekybinės veiklos pradžioje. „Nesvarbu, kurią sistemą pasirinksite, pirmiausia perskaitykite kuo daugiau informacijos, kol klausimų nebekils“, – pataria „Seokitchen.lt“ įkūrėja. Pasak verslininkės, kruopštus pasiruošimas užtikrina, kad iššūkiai bus įveikti lengviau, o rezultatai pasiekiami greičiau. Be to, pašnekovė pabrėžia gerų bei kokybiškų nuotraukų ir prekės raktinių žodžių svarbą. „Turite dėti visas pastangas, kad jūsų prekės atsidurtų paieškos viršuje, kitaip kelias į sėkmę bus sudėtingas. Sėkmę dažniausiai lemia tinkamų raktinių žodžių naudojimas

pavadinime, aprašyme ir žymėse“, – sako S. Kupetienė. Verslininkė pastebi, kad labai dažnai pavadinime naudojami žodžiai būna nesusiję su preke, todėl labai maža tikimybė, kad klientas būtent taip ieškos konkrečios prekės. „Optimizuojant prekę paieškos sistemoms (angl. SEO), rekomenduoju žiūrėti ne iš pardavėjo, o iš pirkėjo perspektyvos. Tiesa, skirtingoms sistemoms galioja kiek kitokie SEO principai“, – aiškina „Seokitchen.lt“ įkūrėja.

Linkėjimas

Kitiems startuoliams verslininkė pataria nedvejoti – pradėjus kuo anksčiau, norimi rezultatai pasiekiami greičiau. Pašnekovė atkreipia dėmesį, kad visose šiose sistemose labai svarbus kriterijus yra parduotuvės reputacija, kurią dažniausiai lemia laikotarpis nuo parduotuvės atidarymo, pardavimų skaičius ir atsiliepimų santykis.