INFLUENȚA MARKETINGULUI ÎN COMERȚUL ON-LINE

ROMAN RĂZVAN

CENTRUL UNIVERSITAR NORD

BAIA – MARE

Anul : II MPE

INFLUENȚA MARKETINGULUI ÎN COMERȚUL ON-LINE

ROMAN RĂZVAN
CUNBM-MPE II

1. Comerțul on-line în România și Europa
2. Analiza SWOT
3. Studiu de caz
4. Concluzii Finale și Propuneri

INFLUENȚA MARKETINGULUI ÎN COMERȚUL ON-LINE

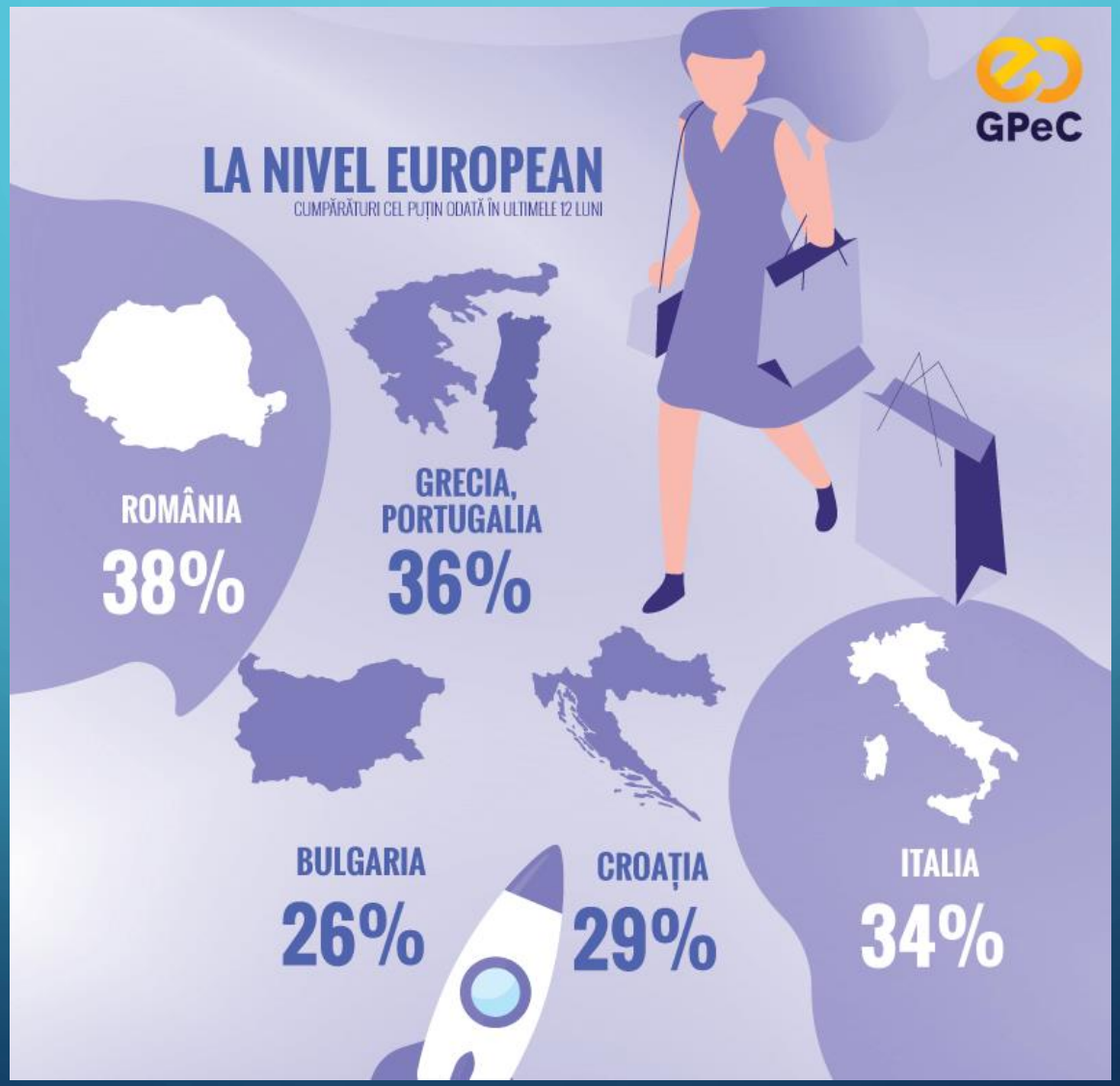
ROMAN RĂZVAN
CUNBM-MPE II

EVOLUȚIA PIEȚEI ON-LINE ÎN ROMÂNIA

AN	PIAȚA ON-LINE ROMÂNIA - miliarde euro -	NR. MAGAZINE ON-LINE	CUMPĂRĂTORI -milioane-
2018	3,50	15.000	8,28
2017	2,80	14.000	7,70
2016	2,05	5.000	5,00

INFLUENȚA MARKETINGULUI ÎN COMERȚUL ON-LINE

ROMAN RĂZVAN
CUNBM-MPE



INFLUENȚA MARKETINGULUI ÎN COMERȚUL ON-LINE

ROMAN RĂZVAN
CUNBM-MPE II

Țara	Procentaj
Regatul Unit al Marii Britanii	41%
Irlanda	32%
Germania	30%
Finlanda	17%
Estonia	16%
Danemarca	16%
România	5,6%

INFLUENȚA MARKETINGULUI ÎN COMERȚUL ON-LINE

ROMAN RĂZVAN
CUNBM-MPE II

Avantaje ale comerțului electronic:

- economia de timp
- compararea facilă a produselor între ele
- oferta mult mai bogată de produse decât în offline
- prețurile mai mici decât în comerțul tradițional
- comoditatea shopping-ului online

INFLUENȚA MARKETINGULUI ÎN COMERȚUL ON-LINE

ROMAN RĂZVAN
CUNBM-MPE II

Dezavantaje ale comerțului electronic:

- Neîncrederea că produsele prezentate pe website-urile magazinelor online corespund întocmai realității: 65% în 2018 comparativ cu 68% în 2017,
- Imposibilitatea de a vedea, testa și proba produsele: 58% în 2018 comparativ cu 53% în 2017,
- Teama de a nu fi fraudat: 46% în 2018 comparativ cu 51% în 2017,
- Plata taxelor de transport în plus față de prețul produsului: 33% în 2018 comparativ cu 30% în 2017 (**într-o ușoară creștere**).

INFLUENȚA MARKETINGULUI ÎN COMERȚUL ON-LINE

ROMAN RĂZVAN
CUNBM-MPE II

Cele mai importante două argumente care i-ar convinge pe non-cumpărători să facă pasul spre achizițiile online :

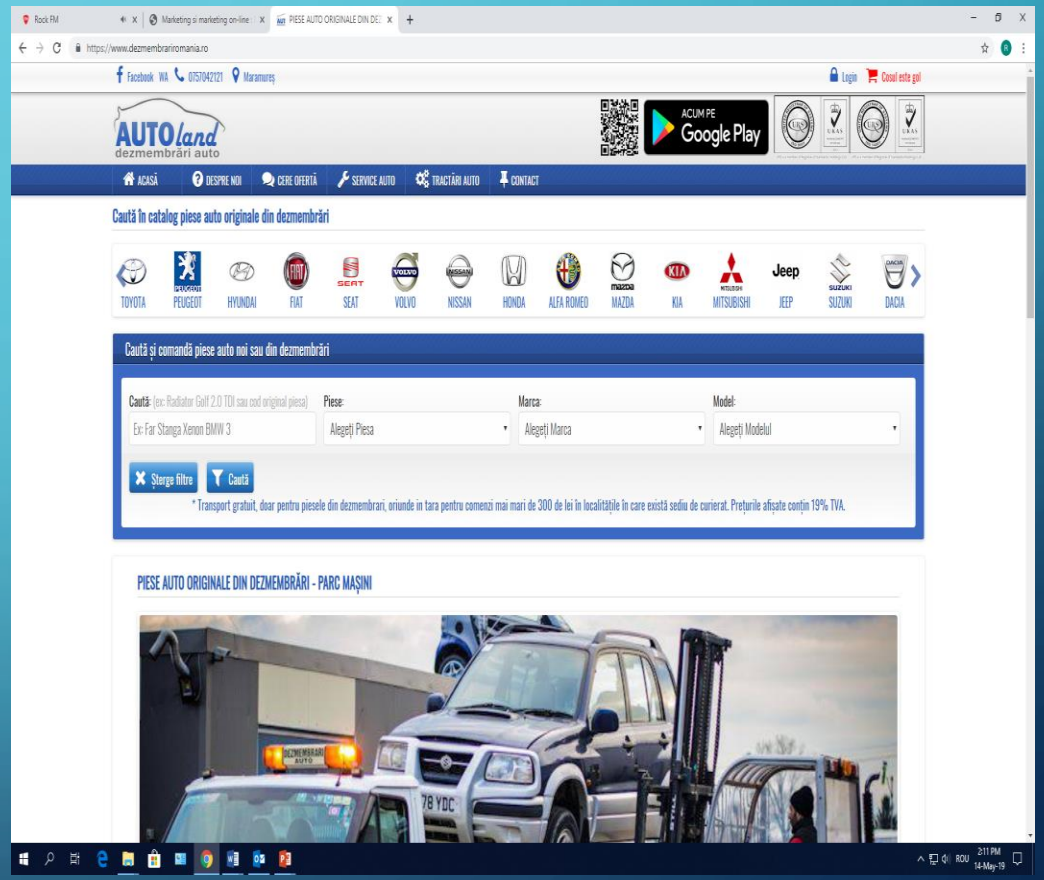
- **Prețurile produselor să fie mai mici decât în magazinele clasice:** 65% în 2018 vs. 54% în 2017 **(în creștere semnificativă)**
- **Livrarea cât mai rapidă a produselor:** 38% în 2018 vs. 27% în 2017 **(în creștere semnificativă)**

INFLUENȚA MARKETINGULUI ÎN COMERȚUL ON-LINE

ROMAN RĂZVAN
CUNBM-MPE II

Programul Operaţional Sectorial „Creşterea Competitivităţii Economice” co-finanţat prin Fondul European de Dezvoltare Regională „Investiţii pentru viitorul dumneavoastră” Titlul Proiectului: „IMPLEMENTAREA UNEI PLATFORME DE COMERȚ ELECTRONIC ÎN VEDEREA MODERNIZĂRII ȘI ÎMBUNĂTĂȚIRII ACTIVITĂȚII ÎN CADRUL SC AUTOLAND SRL” Cod SMIS: 46771 Contract de finanțare: 1179/332/06.12.2013 Beneficiar: S.C. AUTOLAND S.R.L.

www.dezmembrariromania.ro



INFLUENȚA MARKETINGULUI ÎN COMERȚUL ON-LINE

ROMAN RĂZVAN
CUNBM-MPE II

CARACTERISTICI TEHNICE

- SEO – date stucturate pt Google https://support.google.com/webmasters/answer/3069489?hl=en
- Ca și principiu general de lucru, Portalul de E-commerce integrat cu Aplicația de Comerț Electronic are 2 componente: Conectorul la Aplicația de Comerț Electronic și Portalul E-commerce
- Conectorul la Aplicația de Comerț Electronic asigura interfața cu Aplicația de Comerț Electronic și va este un API ușor accesibil partenerilor/personalului instruit care dezvolta portalul; el asigură securitatea și comunicația cu Aplicația de Comerț Electronic.
- Datorita arhitecturii avansate a conectorului la Aplicația de Comerț Electronic care accesează serviciile web ale Portalului E-commerce in condiții de siguranța maxima, portalul poate fi hostat (găzduit web) atât în rețeaua proprie, pe un server separat, cât și la un provider specializat.

INFLUENȚA MARKETINGULUI ÎN COMERȚUL ON-LINE

ROMAN RĂZVAN
CUNBM-MPE II

Portalul E-commerce cu modulul Aplicației de Comerț Electronic prezintă următoarele caracteristici:

1.Afișează produsele care se găsesc în stoc (denumirea, preț, poza, cod original, observații, dacă aceste informații sunt conținute in Aplicația de Comerț Electronic) după anumite filtre aplicate de client. Aceste filtre vor fi: denumirea producătorului de autovehicule, model și anii de fabricație, codul original al piesei, denumire piesa;

2.Modul pentru produse promoționale – va afișa produsele pe care compania dorește să le vândă în condiții avantajoase către clienți;

3.Coșul de cumpărături: conține produsele solicitate, prețul de achiziție, total achiziție și estimarea costului pentru transport, buton de plasare a comenzii;

4.După plasarea comenzii datele sunt stocate în cadrul Aplicației de Comerț Electronic în vederea procesării, fiind disponibile informații referitoare la client, produsele solicitate, prețul de vânzare, data și ora plasării comenzii;

5. Formular logare sau, după caz, formular de înregistrare client noi.

INFLUENȚA MARKETINGULUI ÎN COMERȚUL ON-LINE

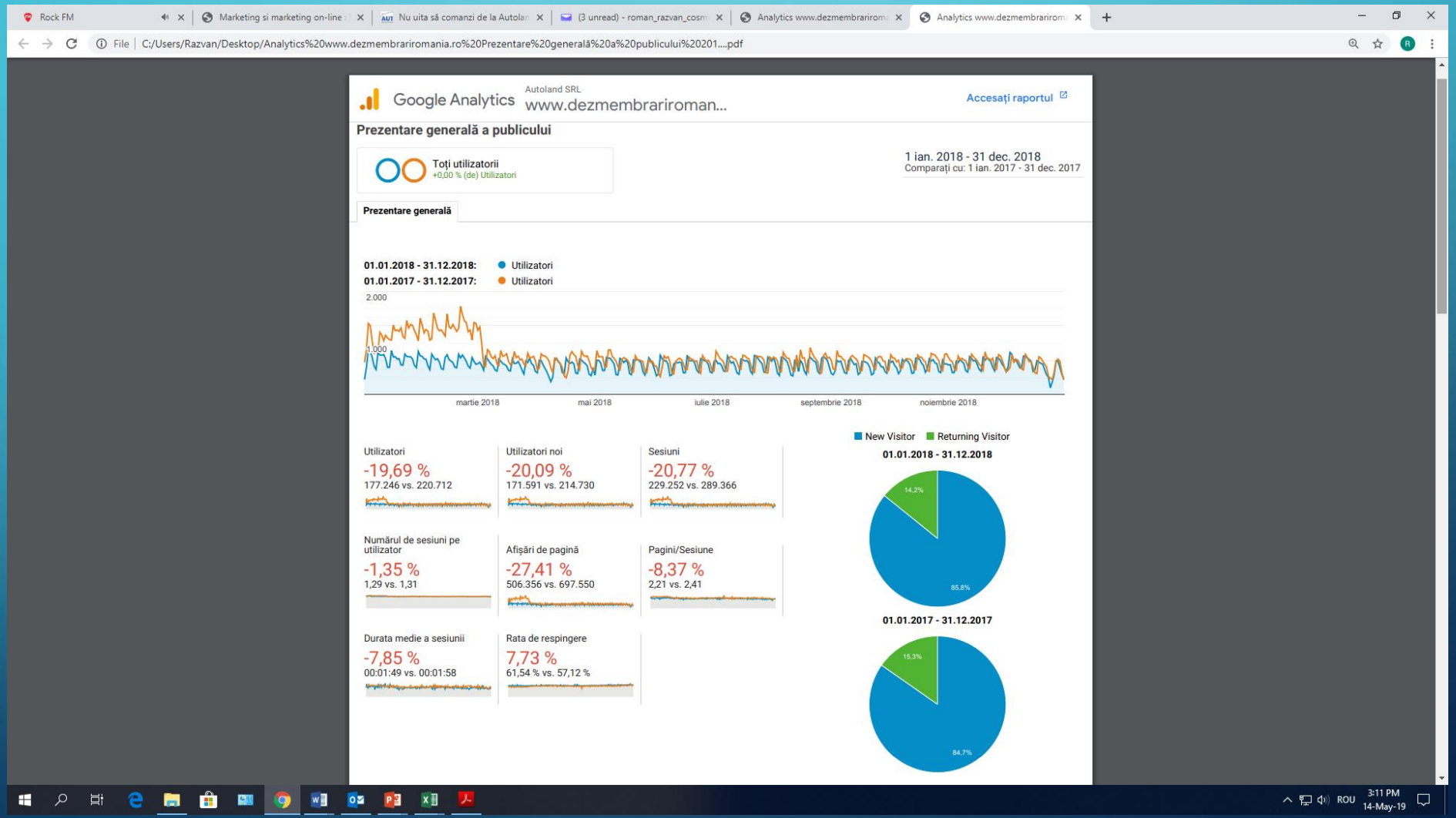
ROMAN RĂZVAN
CUNBM-MPE II

INFLUENȚA CHELTUIELILOR CU PUBLICITATEA ASUPRA VÂNZĂRILOR

AN	VÂNZĂRI -RON-	CHELTUIELI CU PUBLICITATEA -RON-	NR. VIZITATORI	NR. CLIENȚI
2018	5,672,815	3,500	177,246	43,958
2017	4,648,072	6,500	220,712	24,404
2016	3,472,514	7,200	228,151	16,205
2015	2,463,588	3,600	97,631	11,220
2014	1,751,435	-	19,092	8,102
TOTAL	18,008,424	20,800	742,832	103,889

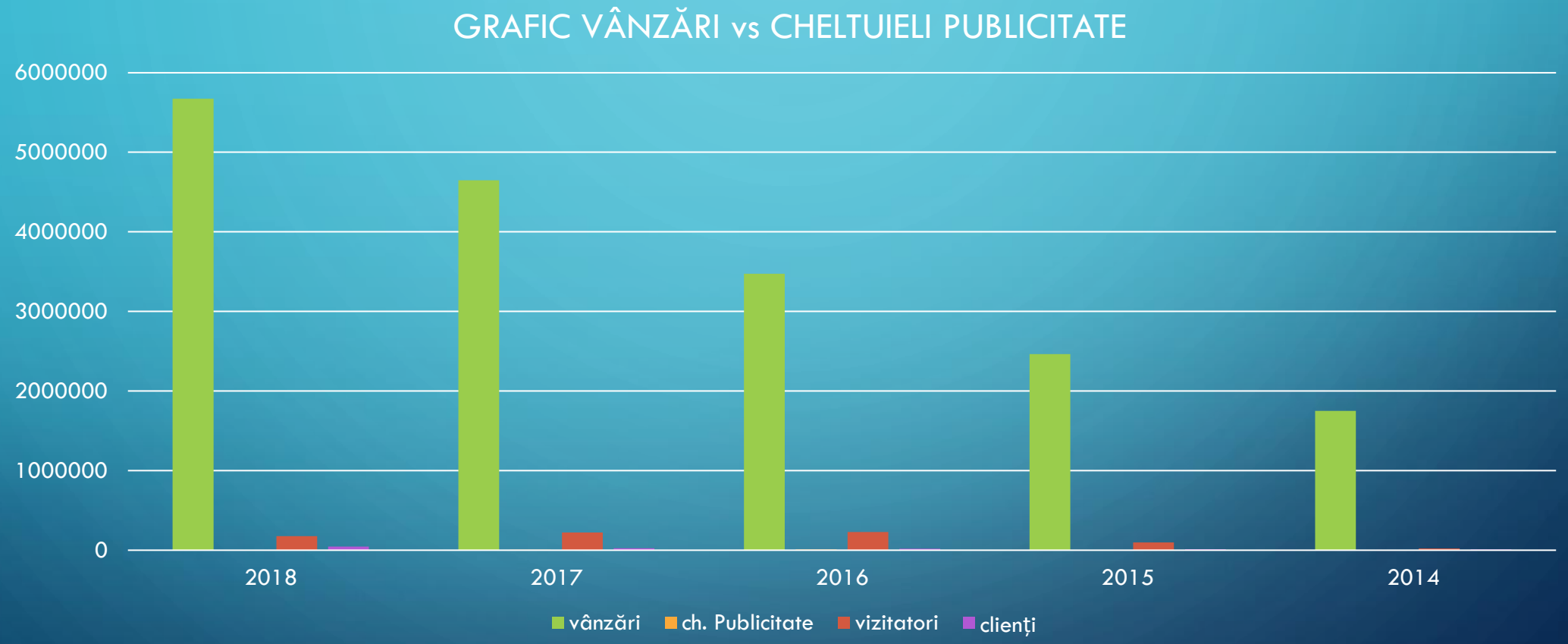
INFLUENȚA MARKETINGULUI ÎN COMERȚUL ON-LINE

ROMAN RĂZVAN
CUNBM-MPE II



INFLUENȚA MARKETINGULUI ÎN COMERȚUL ON-LINE

ROMAN RĂZVAN
CUNBM-MPE II



INFLUENȚA MARKETINGULUI ÎN COMERȚUL ON-LINE

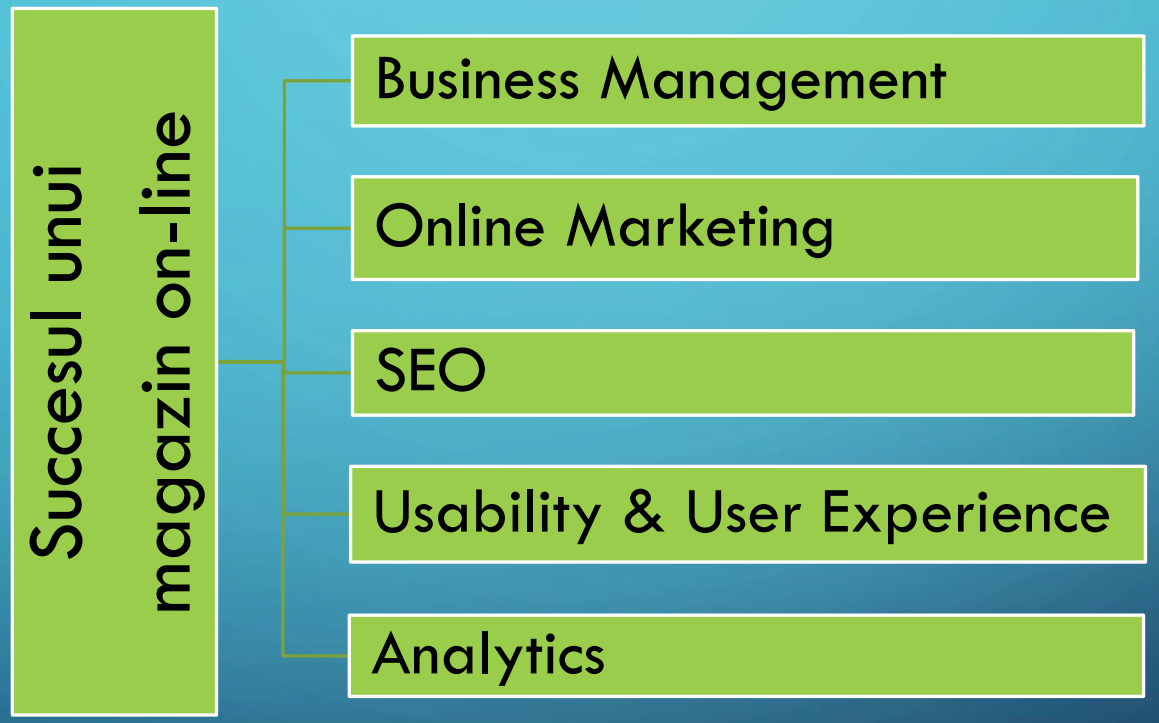
ROMAN RĂZVAN
CUNBM-MPE II

CONCLUZII

Dacă se va proiecta și implementa un plan de marketing valid și detaliat, se poate atinge relativ ușor orice scop propus. Poate că acest plan nu va aduce un câștig material imediat, dar constatăm usurința cu care se crează un renume printre clienți și competitori, prin cunoașterea de către aceștia a portofoliului de produse la un cost cu mult mai mic decat în cazul metodelor clasice.

INFLUENȚA MARKETINGULUI ÎN COMERȚUL ON-LINE

ROMAN RĂZVAN
CUNBM-MPE II



INFLUENȚA MARKETINGULUI ÎN COMERȚUL ON-LINE

ROMAN RĂZVAN
CUNBM-MPE II

PROPUNERI

- Companiile care utilizează magazinele on-line pentru vânzarea produselor și serviciilor proprii să-și creeze proceduri stricte în ceea ce privește marketingul on-line, să-și desmneze reponsabili pentru această activitate, sau să contracteze firme specializate în ceea ce privește publicitatea on-line
- Updatarea constantă și continuă a echipamentelor hardware, astfel încât timpul de încărcare a paginii magazinului online să fie cât mai scurt ca produsele și serviciile online să fie ușor de găsit