

# **Ghidul Afacerilor on-line**

---

Paul ARDELEANU

Robert LAZĂR

București 2017

# CUPRINS

|                           |           |
|---------------------------|-----------|
| <b>Oportunitatea.....</b> | <b>11</b> |
|---------------------------|-----------|

## **CAPITOLUL 1**

### **Înțelegerea Comerțului electronic.**

|                                 |           |
|---------------------------------|-----------|
| <b>Beneficii și limite.....</b> | <b>15</b> |
|---------------------------------|-----------|

|                                                     |    |
|-----------------------------------------------------|----|
| 1.1. Ce este și ce nu este comerțul electronic..... | 15 |
|-----------------------------------------------------|----|

|                                                       |    |
|-------------------------------------------------------|----|
| 1.2. Ce activități cuprinde comerțul electronic?..... | 16 |
|-------------------------------------------------------|----|

|                                          |    |
|------------------------------------------|----|
| 1.3. Evoluția Comerțului Electronic..... | 20 |
|------------------------------------------|----|

|                     |    |
|---------------------|----|
| 1.3.1. Istoric..... | 21 |
|---------------------|----|

|                                              |    |
|----------------------------------------------|----|
| 1.4. Statistici despre comerțul on-line..... | 23 |
|----------------------------------------------|----|

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| 1.5. Tipuri de comerț electronic..... | 30 |
|---------------------------------------|----|

|                                                            |    |
|------------------------------------------------------------|----|
| 1.6. Beneficiile comerțului electronic pentru clienți..... | 35 |
|------------------------------------------------------------|----|

|                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| 1.7. Beneficiile comerțului electronic<br>pentru comercianți..... | 38 |
|-------------------------------------------------------------------|----|

|                                                                              |    |
|------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1.8. Tipuri de produse și servicii<br>potrivite pentru comerțul on-line..... | 42 |
|------------------------------------------------------------------------------|----|

## **CAPITOLUL 2**

|                                                              |           |
|--------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Implementarea și Gestionarea Magazinului On-line.....</b> | <b>46</b> |
|--------------------------------------------------------------|-----------|

|                                                    |    |
|----------------------------------------------------|----|
| 2.1. Vreau un magazin on-line. De unde încep?..... | 46 |
|----------------------------------------------------|----|

|                                                                                  |    |
|----------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.2. Ce trebuie să înțelegem înainte de activarea<br>în comerțul electronic..... | 48 |
|----------------------------------------------------------------------------------|----|

|                                                         |    |
|---------------------------------------------------------|----|
| 2.3. Elementele juridice ale comerțului electronic..... | 54 |
|---------------------------------------------------------|----|

|                                                                              |    |
|------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>2.4. Fiscalitatea comerțului electronic</b>                               | 57 |
| <b>2.5. Fac eu magazinul on-line sau<br/>apelez la o firmă specializată?</b> | 62 |
| <b>2.6. Fluxul logistic al unui magazin on-line</b>                          | 65 |
| 2.6.1. Aprovizionarea                                                        | 66 |
| 2.6.2. Producția                                                             | 67 |
| 2.6.3. Gestiunea stocurilor                                                  | 68 |
| 2.6.4. Livrarea                                                              | 74 |
| <b>2.7. Fluxul de informații</b>                                             | 77 |
| 2.7.1. Contractele cu furnizorii                                             | 78 |
| 2.7.2. Transport / Contractele cu transportatorii                            | 79 |
| <b>2.8. Politica de preț</b>                                                 | 80 |
| <b>2.9. Planul de rentabilitate pentru magazinul on-line</b>                 | 82 |

### **CAPITOLUL 3**

|                                                           |     |
|-----------------------------------------------------------|-----|
| <b>Procesul de cumpărare</b>                              | 84  |
| <b>3.1. Elementele esențiale ale unui magazin on-line</b> | 84  |
| 3.1.1. Linkurile obligatorii                              | 84  |
| 3.1.2. Homepage-ul                                        | 85  |
| 3.1.3. Pagina de Produs                                   | 89  |
| 3.1.4. Articole relevante                                 | 97  |
| <b>3.2. Fluxul utilizatorului și procesul de comandă</b>  | 100 |
| 3.2.1. Ce înseamnă punctul A?                             | 100 |
| 3.2.2. Ce înseamnă punctul B?                             | 104 |

### **CAPITOLUL 4**

|                                         |     |
|-----------------------------------------|-----|
| <b>Marketingul unui magazin on-line</b> | 112 |
| <b>4.1. Alegerea Pieței Țintă</b>       | 112 |
| <b>4.2. Planul de Marketing</b>         | 119 |

|                                                                                            |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.2.1. Tipuri de marketing.....                                                            | 121 |
| 4.2.2. Setarea Obiectivelor.....                                                           | 127 |
| 4.2.3. Ce canale de promovare alegem?.....                                                 | 132 |
| 4.2.4. Împărțirea bugetului pe canale.....                                                 | 133 |
| <b>4.3. Google Adwords</b> .....                                                           | 145 |
| 4.3.1. Avantajele Google Adwords.....                                                      | 148 |
| 4.3.2. Dezavantajele Google Adwords.....                                                   | 150 |
| 4.3.3. Sfaturi și reguli generale pentru Google Adwords.....                               | 151 |
| <b>4.4. Facebook Ads</b> .....                                                             | 153 |
| 4.4.1. Avantajele Facebook Ads.....                                                        | 155 |
| 4.4.2. Dezavantajele Facebook Ads.....                                                     | 157 |
| <b>4.5. SEO (Search Engine Optimisation)</b><br><b>    pentru magazinele on-line</b> ..... | 158 |
| 4.5.1. Ce este optimizarea SEO?.....                                                       | 160 |
| <b>4.6. Coșuri abandonate</b> .....                                                        | 162 |
| 4.6.1. Recuperarea coșurilor abandonate.....                                               | 167 |
| 4.6.2. Recuperarea coșurilor abandonate prin e-mail.....                                   | 170 |
| 4.6.3. Recuperarea coșurilor abandonate prin retargeting.....                              | 173 |
| 4.6.4. Retargetarea pe Google Adwords.....                                                 | 174 |
| 4.6.5. Retargetarea pe Facebook Ads.....                                                   | 176 |
| <b>4.7. Marketingul Afiliat</b> .....                                                      | 178 |
| 4.7.1. Cum funcționează marketingul afiliat?.....                                          | 178 |
| 4.7.2. Avantajele marketingului afiliat.....                                               | 180 |
| 4.7.3. Dezavantajele marketingului afiliat.....                                            | 181 |
| 4.7.4. Ce reprezintă scorul EPC al produselor?.....                                        | 181 |
| <b>4.8. Activitatea în Social Media - Pagina de Facebook</b> .....                         | 183 |
| 4.8.1. De ce ar trebui să fac o pagină de Facebook<br>pentru magazinul meu on-line?.....   | 183 |
| 4.8.2. Bune practici pe pagina de Facebook<br>a unui magazin on-line.....                  | 185 |

|                                                                                              |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>4.9. Newslettere - Email Marketing</b> .....                                              | 186 |
| 4.9.1. Cum construim o bază de date<br>din perspectiva legală.....                           | 187 |
| 4.9.2. Cum construim o bază de date<br>din perspectiva de marketing.....                     | 191 |
| 4.9.3. Platforma de newslettere.....                                                         | 191 |
| 4.9.4. Bune practici pentru un newsletter eficient.....                                      | 192 |
| <b>4.10. Agenție sau marketing In-House?</b> .....                                           | 193 |
| 4.10.1. Pentru dezvoltarea Magazinului On-line.....                                          | 194 |
| 4.10.2. Pentru Marketingul Magazinului On-line.....                                          | 198 |
| <b>4.11. Optimizarea pentru mobil</b> .....                                                  | 202 |
| 4.11.1. Subdomeniu/site special dezvoltat pentru mobile.....                                 | 202 |
| 4.11.2. Site de tip responsive.....                                                          | 204 |
| 4.11.3. Aplicație mobilă.....                                                                | 206 |
| 4.11.4. Elemente de luat în considerare<br>atunci când dezvoltăm o soluție pentru mobil..... | 208 |
| <b>4.12. Un alt fel de magazin on-line</b> .....                                             | 210 |
| 4.12.1. Marketplace.....                                                                     | 211 |
| 4.12.2. E-fulfilment.....                                                                    | 212 |
| 4.12.3. Dropshipping.....                                                                    | 216 |
| 4.12.4. Extinderea magazinului on-line.....                                                  | 218 |
| <b>Interviuri cu experți în domeniul afacerilor</b> .....                                    | 220 |
| <b>Studii de caz</b>                                                                         |     |
| <b>Afaceri on-line din pasiune. Funcționează?</b> .....                                      | 295 |
| <b>Bibliografie</b> .....                                                                    | 303 |