



Вовед.....	3
Дефиниција.....	3
Историја.....	4
Што е интернет продавница.....	4
Кој може да отвори интернет продавница.....	5
Започнување со е-трговијата.....	6
Производ за продавање.....	6
Дигитални наспроти физички стоки.....	7
Систем за управување со содржини.....	8
WordPress наспроти Shopify.....	9
Вдомување.....	11
Домен.....	12
Количка за купување.....	13
WooCommerce.....	14
Портал за исплата.....	15
Безбедност на веб-сајтот.....	17
Маркетинг стратегија.....	17
Резултати за пребарување на Google и SEO.....	18
Испорака.....	19
Dropship моделот за испорака во е-трговијата.....	20
Библиографија.....	21

Интернетот го револуционира модерниот свет. Го промени начинот на кој ние комуницираме еден со друг, начинот на кој консумираме информации, па дури и начинот на кој правиме бизнис. Во денешно време, се повеќе и повеќе луѓе формираат своја интернет продавница. Причината за ова е многу лесна. Со ниски бариери за влез, глобални трансакции во вкупна вредност од над 1,2 милијарди евра во 2014 година, и прогнози со двоцифрен раст, потенцијалот е навистина зачудувачки.

**Во минатото, доколку сте планирале да отворите продавница, вашата база на клиенти би била ограничени на оние во одреден радиус на вашата продавница. Денес, можете да ги отворите вашите врати многу пошироко, на национално, па дури и на меѓународно ниво.**

Целта на овој модул за е-трговија е да ве информира за сите клучни елементи во поставувањето и водењето на бизнис со електронска трговија.



### **Дефиниција**

Електронската трговија, која најчесто се пишува како е-трговија (e-commerce или eCommerce), е тргување или олеснување на трговијата со производи или услуги преку компјутерски мрежи, како што е интернетот. Електронската трговија се базира на технологија, како што е мобилната трговија, електронскиот трансфер на средства, менаџмент на снабдувачки синџири, интернет маркетинг, обработка на онлајн трансакции, електронската размена на податоци (EDI), системи за управување со инвентар, и автоматски системи за собирање на податоци. Модерната електронска трговија обично се користи на светската мрежа најмалку еден дел од животниот циклус на трансакцијата, иако може да користи и други технологии како што се е-поштата.

## **Историја**

Историјата на е-трговијата датира од пронаоѓањето на поимот "продавај и купувај", електрична енергија, кабли, компјутери, модеми и интернет. Е-трговијата стана реалност во 1991 година, кога интернет беше отворен за комерцијална употреба. Од тој датум илјадници бизниси се преселија на веб-сајтовите.

Терминот е-трговија, најпрво значел процес на извршување на комерцијални трансакции по електронски пат со помош на водечките технологии како што се електронската размена на податоци (EDI), и електронскиот трансфер на средства (ETC) кои им овозможува на корисниците да разменуваат бизнис информации и да прават електронски трансакции. Способноста да се користат овие технологии се појави во доцните 1970-ти и им овозможи на бизнис компаниите и организациите да испраќаат комерцијални документации по електронски пат.

Иако интернетот стануваше се по популарен во јавноста во 1994 година, потребни беа четири години за да ги развие протоколите за безбедност (на пример, HTTP) и DSL кои овозможува брз и постојан пристап до интернетот. Во 2000 година голем број на бизнис компании во САД и Западна Европа ги претставија своите услуги на светската мрежа. Во ова време значењето на зборот е-трговија беше променет. Луѓето почнаа да го дефинира поимот е-трговија како процесот на купување на достапните добра и услуги преку интернет со користење на безбедни конекции и електронско плаќање на услугите. Иако колапсот на дот-ком во 2000 година доведе до лоши резултати и голем број на е-трговските компании исчезна, трговците со продавници од "тули и малтер" ги препознаа предностите на електронската трговија и почнаа да додаваат такви способности на своите веб-сајтови (на пример, од пропаѓањето на онлајн маркетот Webvan, два ланци на супермаркети, Albertsons и Safeway, почнаа да ја користат е-трговијата да им овозможат на своите корисници да купат намирници онлајн).

## **Што е интернет продавница?**

Продавница за електронска трговија, или скратено е-трговија е само еден начин за луѓето да купуваат производи или услуги на интернет, преку веб-сајт, или наједноставно, продавница за е-трговија е интернет продавница. Многу големи интернет трговци,

вклучувајќи ги Амазон, ASOS и Overstock спаѓаат под поимот е-трговии, и многу бизниси кои располагаат со канцеларии, исто така, имаат и интернет продавници како ИКЕА и Dixons.

Ако некогаш сте купиле нешто на интернет, ќе знаете како е-трговијата работи од гледна точка на потрошувачот. Фокусот на денешното упатство е да се запознае електронска трговија од бизнис перспектива.

### **Кој може да отвори интернет продавница?**

Со еден збор: секој.

Бројните бариери за водење на традиционална продавница едноставно не постојат на интернет. Нема да треба да поминувате месеци барајќи потенцијални простории. Нема да треба да обезбедите потенцијално ризичен долготраен закуп на зградата и да потрошете мало богатство на дизајнирање. Нема да треба да вработите мала армија на работниците за да ви помогнат со водењето на продавницата. Нема дури ни да ви треба да ги купите сите вашите акции однапред, многу интернет продавници ги купуваат акциите само откако ќе се направи продажба, со што имаме целосно минимизирање на ризикот. Со интернет продавниците, работите се навистина полесни. Се што ви треба е веб-сајт кој е релативно брз и лесен за поставување и ќе чини само мал дел од цената.

Се разбира, постојат некои работи што им се потребни и на онлајн и на офлајн продавниците, на пример, се уште ќе ви треба обезбедување и начин за процесирање на исплатувањето, но овие се многу побрзи и полесни за инсталирање.

Кога ќе го земеме сето ова во предвид, буквално секој може да формира интернет продавница. Далеку помалку луѓе ќе имаат финансиски средства, или апетит за ризик кои што се потребни за продавница од тули и малтер. Ова доведе до високо конкурентен онлајн пазар, каде што секој може да ја проба својата среќа; од мали претприемачи на кои продавањето им е хоби, до огромните мултинационални компании кои на сите ни се познати. И, се разбира, многу од големите трговци имаат присуство на повеќе од еден канал за купување, познат како омни-канална трговија на мало. На пример, тие може да раководат со интернет продавница, традиционална продавница, да имаат каталог, и да

продаваат преку директна пошта, сите под ист бренд. Кој може да каже дека вашиот почеток со е-трговијата не може да се прошири во сите овие други области исто така?



### **Започнување со е-трговијата**

Во својата суштина, бизнисот со е-трговија е трговски бизнис.

**Бизнис принципите кои се потребни за раководење со традиционална продавница се уште важат и за водење на интернет продавница, иако проблемите со кои ќе се судрите се различни.**

Со ова во предвид, основните контури на бизнис моделот на е-трговијата се многу слични: потребни ви се производи за продавање, место за продавање, и маркетинг стратегија за привлекување на клиенти. Со е-трговијата, вам ќе ви треба и стратегија за доставување на стоката која ја продавате, бидејќи клиентот не може едноставно да си ги земи производите од полицата.

Ајде да ги разгледаме сите овие концепти, и да споредеме како вашиот пристап би се разликувал со оној на традиционалните офлајн продавници.

### **Производ за продавање**

Првото нешто што ќе и биде потребно на вашата интернет продавница е производ или производи кои вие ќе ги продавате. Овие можат да бидат произведени дома или од надворешни извори.

Како интернет трговци на мало, не сте ограничени со онлајн добавувачи кога станува збор за изворот на вашите производи, бидејќи секој добавувач е можен. Сепак, со оглед на природата на интернет бизнисот, повеќето сопственици на интернет продавници соработуваат со други онлајн бизниси. На многу начини, пристапот кон наоѓање на производи за интернет продавница ќе биде идентичен со оној во традиционалната продавница, или наоѓање на најдобриот производ по најдобра цена. Но, сепак постои една голема разлика.

### **Дигитални наспроти физички стоки**

Во принцип, стоката која ја продавате во интернет продавницата ќе биде идентична на онаа во традиционалната продавница. На пример, доколку продавате гитари, Gibson е Gibson без разлика дали е купена во интернет или традиционална продавница. Но, раководењето со интернет продавница ви овозможува продавање и на дигитални производи. Дигиталните добра се нематеријална верзија на физичките добра во реалниот свет, како што се е-книгите наместо традиционалните книги и музиката и видеата за превземање наместо ЦД-а и ДВД-а.

Овие имаат голем број на предности во однос на физичките производи, од гледна точка на купувачот како и од гледна точка на продавачот. Од гледна точка на купувачот, дигиталниот производ е одличен поради тоа што може да се симне веднаш. Не треба да се чека за достава. За продавачите, нема трошоци за испорака, никогаш не треба да се грижите за распродавањето (преземањето не влијае на количината на производот) или обратно купувањето на премногу производи.

### **Место за продажба: Вашиот веб-сајт**

Главната разлика помеѓу интернет и традиционалната продавница е местото каде се прави бизнисот. За интернет продавницата ова место е онлајн. За да го направите тоа, вам ви треба веб -сајт, што ќе биде веројатно најважниот дел од вашиот електронски бизнис.

Вашиот сајт ќе биде местото каде што вашите клиенти комуницираат и купуваат од вас. Дизајнот на вашиот веб-сајт ќе има огромно влијание на нивното мислење за вас, и ќе влијае на тоа колку тие ќе купуваат од вас.

Едноставно кажано: Доколку сакате да раководите со електронски бизнис, вашиот веб-сајт е нешто што мора да го направите добро. За жал, тоа не е толку едноставно како само наоѓање на веб-сајт и раководење со него, туку има голем број на работи кои треба да се разгледаат.

Доколку никогаш до сега не сте направиле веб-сајт, целиот процес може да ви изгледа застрашувачки. Целта на овој модул е да претставиме поедноставно се што ви треба за целиот процес да изгледа помалку застрашувачки и повеќе остварлив.



### Систем за управување со содржини

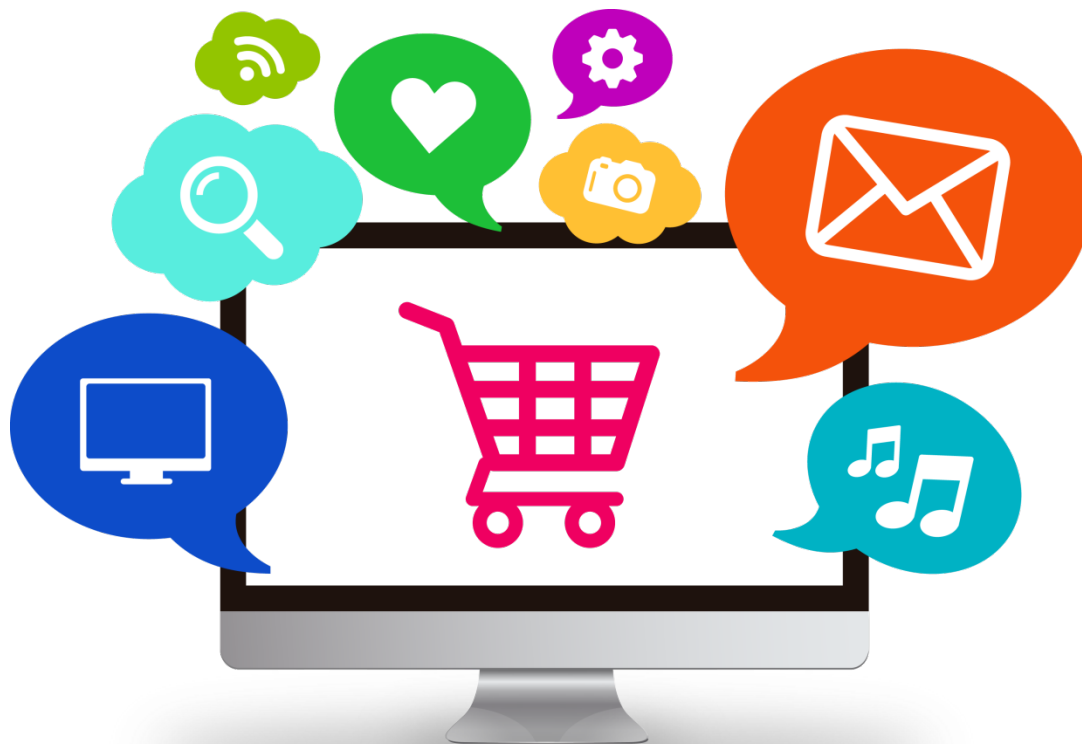
Доколку сте нови во дизајнирањето на веб страници, градењето на веб-сајт од нула изгледа како застрашувачка задача. Добрата вест е тоа што вам нема да ви бидат потребни било какви програмерски вештини за да го создадете вашиот сајт и можете да го употребете она што се нарекува систем за управување со содржини (CMS). Ова во суштина ја обезбедува рамката за вашиот сајт, што ви овозможува да додадете и уредувате страници на вашиот сајт со клик на копче, што е совршено за вас доколку барате да додадете и организирате целосен асортиман на производи. На располагање постојат голем



број на системи за управување со содржини, но ова може да биде премногу за почетници. За поедноставно, ќе се задржиме со спроведувањето на две од најчесто користените системи за управување со содржини, или WordPress и Shopify.

### **WordPress наспроти Shopify**

WordPress е моментално најпопуларниот систем за управување на содржини. Тоа е домаќин систем за управување на содржини што значи дека ќе ви треба свој интернет домаќин, но е инаку потполно бесплатен за користење. Постојат две верзии на WordPress, WordPress.org и WordPress.com. WordPress.com е добар за тестирање на водите бидејќи е комплетно бесплатен (нема да имате потреба од свој домаќин), но постојат голем број на ограничувања кои го прават непогоден за раководење со интернет продавница.



Кога се однесува на WordPress, ние зборуваме исклучиво за WordPress.org. Оваа е верзијата која може да се користи за формирање на интернет продавница.

Со WordPress, прво започнувате со инсталирање на тема за вашиот веб-сајт. Темата е визуелниот дизајн на вашиот сајт. Постојат буквално илјадници теми на располагање. Некои од нив се бесплатни, додека други се класифицирани како премиум теми и треба да се купат.

Темата која ќе ја изберете ќе го контролира дизајнот и изгледот на вашиот сајт, иако многу теми имаат опции да изберете работи како што е шема на бои. Темите, исто така можат да бидат променети со најмувањето на дизајнер. Со некои навистина добри теми кои ви се на располагање за помалку од 40 евра, ќе може да ги поставите темелите на добар веб-сајт за релативно ниска цена. Квалитетот на секоја тема е различен, па при изборот на тема ние ви препорачуваме да го погледнете бројот на продажба, рејтингот од страна на купувачите и коментарите во врска со темата. WordPress исто така ви овозможува да инсталирате приклучоци кои нудат многу различни функционалности на вашиот сајт. На пример, доколку сакате можност за размена на социјални медиуми на вашиот сајт, можете да инсталирате приклучок за додавање на икони од социјалните мрежи на секоја страна. Како и со темите, постојат илјадници приклучоци и бесплатни и премиум. Доколку се одлучите да го користите WordPress, ќе треба да инсталирате приклучок за електронска трговија за да додадете функционална количка за купување на вашиот сајт. Ние ќе ви објасниме како да го направите тоа веднаш.

Доколку сакате повеќе помош и насоки за одбирање на теми и приклучоци постојат голем број на WordPress ресурси, вклучувајќи прегледувања, и како-да водичи за теми и приклучоци. Некои од најдобрите се WP Tavern, WP Lift, и WP Explorer. Доколку сте нови со работата на WordPress, овие туториали може да ви бидат корисни.

## **Shopify**

Другиот систем за управување на содржини кој ќе го разгледаме е Shopify

Shopify е создаден специјално за потребите на интернет продавниците, а сега управува со повеќе од 100 000 интернет продавници.

Shopify е домаќин систем за управување на содржини, поинаку познат како и софтвер-како-сервис (SaaS). Во суштина, тој е се во едно решение, и се грижи за се што ви е

потребно за раководење со интернет продавница. Добра е можноста за чување на се под еден покрив, но во исто време, Shopify има ограничувања во споредба со WordPress, и е прилично скап. Како и со WordPress, можете да изберете тема која го дава општиот дизајн на вашиот веб-сајт. Постојат помалку теми на располагање, но сите тие се дизајнирани од гледна точка на е-трговијата. Повеќето од темите можат да бидат прилагодени во рамките на темата, или можете да најмите дизајнер за да ја прилагоди темата по вашите потреби. Постојат бесплатни теми на располагање. но премиум темите се малку поскапи, помеѓу 70 евра и 150 евра, што е поевтино во споредба со сопствена изградба на тема, и многу поевтино од традиционална продавница. Како со WordPress, вие исто така можете да и додадете приклучоци на вашата тема, иако поголемиот дел од нив се платени приклучоци. Со угостителската платформа на интернет продавницата, вашиот сајт ќе располага со вградена функција за купување, која ви дава една помалку функција за конфигурирање.



## **Вдомување**

На секој веб-сајт му треба вдомување.

Секој веб-сајт треба да има вдомување. Веб-вдомувањето во основа го складира вашиот веб-сајт на еден од нивните сервери, што значи дека е пристаплив од стана на други интернет корисници.

Со други зборови без домаќин , нема веб-сајт!

Доколку сте одлучиле да користите Shopify, целото вдомување е вклучено во вашиот месечен план. Ако сакате да складирате повеќе од 25 производи, плановите почнуваат од 25 евра месечно и достигнуваат до 150 евра. Што се однесува до вдомувањето, тоа е прилично скапо. Сепак, ова го вклучува обезбедувањето и количката за купување.

Доколку сакате да го користете WordPress, ќе имате повеќе опции за вдомување. Некои популарни веб-домаќини се Hostgator, Bluehost, и Siteground, со планови по неверојатно ниски цени од 3 евра месечно. Постојат голем број на WordPress услуги за вдомување на располагање. Тие се нарекуваат “Менаџирани WordPress домаќини”. Не само што овие услуги се меѓу најбрзите домаќини, но тие исто така ќе ви помогнат и со управувањето на вашиот WordPress вебсајт преку оптимизирање на брзината, безбедноста и надградбите. Сето ова можете да го направите сами, но корисно е да имате специјалисти да ви помогнат со овие задачи. Еден од популарните WordPress услуги за вдомување е WP engine, со планови од по 25 евра месечно.



## Домен

Вашето домен име е вашата веб адреса, и е она што клиентите ќе треба да го напишат за да добијат пристап до вашиот сајт, како [www.amazon.com](http://www.amazon.com).

Кога ќе започнете со користењето на Shopify, ќе можете да користите бесплатна адреса, на пример <http://bettysboutique.shopify.com>.

Додека оваа адреса ја завршува работата, уникатен домен е високо препорачлив. Нели <http://bettysboutique.com> изгледа многу повеќе професионално?

Доколку сте сериозни во врска со водење на сопствен е-трговски бизнис, свое сопствено домен име е од исклучива важност. Можете да купите уникатно име на домен преку Shopify или преку вашиот избран домаќин, но често најефективниот начин е да искористите други услуги, како на пример NameCheap. Со уникатни домени на располагање за помалку од 10 евра годишно, навистина немате изговор да не инвестирате во еден.

### **Количка за купување**

На вашиот веб сајт за е-трговија, исто така ќе му треба софтвер за количка за купување. Во интернет маркетингот, количката е парче е-трговски софтвер на веб сервер кој му овозможува на посетителите на интернет страницата да изберат предмети за евентуално купување, аналогно на американско-англискиот термин “количка за купување”. Во британскиот англиски јазик, тоа се нарекува кошница за купување, или “кошница” на веб-сајтовите.

Софтверот им овозможува на онлајн клиентите да акумулираат листа на предмети за купување, метафорички опишано како “ставање предмети во количката за купување” или “Додади во количката”. По одбирањето, софтверот обично ја пресметува вкупната цена на порачката, вклучувајќи го доставувањето и ракувањето (на пример, поштарина и пакување) трошоците и придружните давачки. Овие апликации обично обезбедуваат средства за превземање на информациите за плаќање на клиентот, но во случај на кредитна картичка тие се потпираат на софтвер за безбедни даватели во врска со безбедна исплата, со цел да се спроведат сигурни трансакции со кредитни картички на интернет. Некои поставувања мора да бидат направени во HTML кодот на веб-страната, и софтверот за количката за купување мора да биде инсталиран на серверот кој е домаќин на страната, или на заштитен сервер кој прифаќа чувствителни информации за нарачување. Количките за онлајн купување се обично имплементирани со користење на HTTP колачиња или жици за пребарување. Во повеќето имплементации базирани на сервери, податоците поврзани со количката за купување се чуваат во објектот на сесијата каде што се пристапени и

манипулирани како што корисникот избира различни предмети од количката. Подоцна во процесот на финализирање на трансакцијата, информациите се проценети и порачка е направена со селектирање на производот, со што се чисти количката.

Иако повеќето едноставни колички за купување строго дозволуваат производот да биде ставен во кошницата за да се започни со процесот на плаќање (на пример бесплатната PayPal количка за купување), повеќето софтвери за колички за купување обезбедуваат дополнителни функции кои интернет трговецот ги користи за целосно да управува со својата интернет продавница. Податоците (производи, категории, попусти, нарачки, клиенти, итн) обично се чуваат во базата на податоци и се пристапува кон нив преку софтвер.

### **WooCommerce - Најпопуларниот приклучокот за WordPress е-трговија**

WooCommerce, доаѓа од голем број на екстензии за приклучоци, некои бесплатни но повеќето со купување, кои ќе ви овозможат да и додадете дополнителна функционалност на вашата продавница, вклучувајќи ја способноста да го интегрираат посакуваниот процесор за наплата, или да постават повторно фактурирање.



Откако ќе го инсталирате WooCommerce, ќе можете да создавате страници со производот на вашата WordPress табла, каде што ќе можете да додавате детали за вашиот продукт, слики, цени, трошоци за испорака па дури и количеството на производот.

Како што ги додавате вашите производи, ова исто така ќе создаде и една продавница каде што корисниците ќе бидат во можност да ја видат вашата палета на производи во форма на мрежа, и ќе им овозможат на корисниците да ставаат производ во нивната кошница. Може да биде многу тешко да се пронајдете себеси на WooCommerce, но за среќа има неколку многу детални документи кои можат да ви помогнат со тоа.

Важно е да се напомене дека не сите WordPress приклучоци се компатибилни со секоја тема, така да осигурајте се дека вашата тема го поддржува WooCommerce пред купувањето.

## **Портал за исплата**

За да се раководи со веб сајт за е-трговија, вам ќе ви е потребен портал за исплата за овластување и процесирање на трансакциите на вашите клиенти, бидејќи парите не се пренесуваат директно во вашата банкарска сметка.

Одкако секоја трансакција е успешно обработена, парите одат во привремена сметка, наречена трговска сметка, од каде што може да се повлечат во вашата сопствена сметка.

Ако се одлучите за директно раководење на WordPress, ќе имате голем број на опции на располагање за вас.

Двата најпопуларни процесори за плаќање на WordPress корисниците се PayPal и Stripe. PayPal постои веќе некое време, и може да ви е познат поради неговата врска со Ebay. Stripe е понов, но има предност со тоа што нуди постапка за плаќање на лице место.

PayPal работи со носење на вашите клиенти далеку од вашиот сајт на страница посветена за плаќање, каде што можат да платат преку нивните PayPal сметки или со внесување на нивните банкарски детали. Stripe им овозможува на клиентите да плаќаат со картичка директно од вашиот сајт.

Од оваа гледна точка, Stripe нуди подобро корисничко искуство, бидејќи процесот е појасен, но PayPal е полесен за интегрирање. Нема ништо што ве спречува да ги користете и двете, и во повеќето случаи, ова е најдоброто решение.

Доколку го одберете управувачкиот пристап со Shopify, вашиот веб-сајт може да го користи својот портал за исплата, но исто така ќе имате можност за надворешно решение како PayPal или Stripe.

Сите три услуги се бесплатни за поставување и интегрирање, и наплатуваат само за секоја успешно обработена трансакција, со мал надоместок одземен од парите што ги добивате. Постојат голем број на фактори кои влијаат на надоместоците кои ги плаќате, како вашата локација, бројот на обработени трансакции и нивото на вашето членство.





## **Безбедноста на веб-сајтот**

Како и портал за исплата, вам ќе ви требаат и мерки за безбедност на самото место пред вашите клиенти да можат да започнат со плаќањето со картички. Мора да почитувате стандардизиран сет на правила, наречен PCI согласност. Има голем број на аспекти на вашиот веб-сајт кои треба да се во PCI согласност, како што се вашиот сервер, вашиот портал за исплата и количка за купување. Добрата вест е што вие не морате да се справувате со овие работи, бидејќи сите големи домаќини, процесори за исплата и колички за купување кои се вклучени во овој модул се во PCI согласност. Но, во некои случаи, вам ќе ви биде потребен и SSL сертификат за вашиот веб сајт. SSL сертификатот им обезбедува дополнителна заштита на вашите клиенти со енкрипција на врската помеѓу вашите клиенти и вашиот сајт. Ова е од суштинско значење кога се во прашање чувствителни информации, како деталите од кредитната картичка.

Дали ќе мора сами да поставите SSL сертификат или не ќе зависи од процесорот за уплата кој вие го користите. Доколку користите PayPal, не треба да се грижите за ова.

Чувствителните информации за плаќање не влегуваат во вашиот сајт, туку во сајтот на PayPal, што значи дека PayPal треба да обезбеди SSL.

Бидејќи Shopify нуди целосна услуга, како вдомување, количка за купување, портал за исплата, тој исто така вклучува и SSL. Корисниците на Stripe ќе треба да превземат одговорност и да постават свој SSL сертификат. Сепак ова е многу полесно одколку што звучи. Наједноставен пристап е да го контактирате вашиот провајдер за вдомување и да купете еден од нив. Ако користите една од големите компании за вдомување, тие ќе се погрижат за инсталирањето, што значи еден проблем помалку за вас.

## **Маркетинг Стратегија**

За да преживее секој бизнис, треба да има постојан проток на клиенти. За офлајн бизнисите, тоа значи клиентите да влегуваат низ нивните врати, а за интернет продавницата, тоа значи луѓето да го пребаруваат нивниот веб-сајт. Одкако ќе го изградите вашиот веб-сајт, вам ви треба стратегија со што ќе ги привлечете клиентите.

Денес, многу од маркетинг стратегиите од офлајн светот се релеванти и онлајн, усната реклама како и традиционалните отпечатени примероци и рекламите на телевизија можат да изградат свест (доколку имате буџет). Интернет продавниците можат да ги користат и социјалните мрежи за да го прошират нивното онлајн присуство. Не само што социјалните мрежи ви обезбедуваат начин за да комуницирате со своите клиенти туку тие се всушност онлајн верзи на усните реклами. Луѓето ги почитуваат мислењата на нивните пријатели, па доколку некој гарантира за вас на Facebook има големи шанси и други луѓе да го разгледаат вашиот сајт. Сепак, најголемиот извор на сообраќај за повеќето онлајн продавници доаѓа од пребарувачите Google, Bing и Yahoo. Како вашата страна да се појави во резултатите од пребарувањето на еден од пребарувачите (SERPs)?

Постојат две решенија: платени и бесплатни.

Платеното решение е најбрз начин за вашата страна да се појави на SERPs. Секој пребарувач има сет на платени резултати за секое пребарување, од кои најпопуларен е Google's AdWords. Во суштина, ги анализирате фразите кои вашите потенцијални клиенти ги пребаруваат на Google и давате понуда за таа фраза. На пример, продавница за железарија може да даде понуди за фрази како “купи алати”. Колку повеќе нудите, вашиот сајт ќе се става на се повисоко место. Вие плаќате секој пат кога некој корисник ќе кликне на вашиот линк.

## **Резултати од пребарување на Google и SEO**

Бесплатниот пристап е многу подолг процес, но многу повеќе профитабилен а и рентабилен. Во онлајн светот тој е познат како SEO, или оптимизација на пребарувачот. Секој пребарувач има свој алгоритам кој одредува како веб-сајтовите се рангирани во секое пребарување. Можете да превземете одредени мерки за да му помогнете на вашиот веб-сајт да се рангира подобро со клучните зборови кои сакате да ги потенцирате. SEO е голема тема, надвор од опсегот на овој модул, но еден од најдобрите начини да им помогнете на вашиот сајт да се рангира подобро е да обезбедите други веб сајтови кои ќе се поврзат со вашиот веб сајт. Секој врска му покажува на Google дека вашиот веб сајт е со висок квалитет, што предизвикува Google да стекне позитивно мислење за него.

Доколку можете да се рангирате за неколку клучни зборови, тогаш ќе имате редовен прилив на сообраќај со што вашата интернет продавница може да опстане. Ако сакате да дознаете повеќе за SEO, Moz е фантастичен ресурс.

## **Испорака**

Уште една голема разлика помеѓу традиционалните и интернет продавниците е начинот на кој корисниците ги добиваат своите производи.

Во традиционална продавница, тоа е многу лесно, бидејќи клиентите едноставно ги земаат производите од полица, ги носат на каса за плаќање, а потоа излегуваат од продавницата заедно со нив.

Во интернет продавница, ќе треба да најдете решение за доставувањето на вашите производи до купувачите. Ако не сте внимателни, тоа може да одземе многу време и напор, како што е повеќе патувања до поштата.

Добрата вест е што постојат голем број на повеќе софистицирани решенија достапни за вас.

Денес, сите се возбудени за услугите кои се посветени за исполнување на испораките. Тие работат со земање во предвид на сите аспекти на вашата испорака. Вашите добавувачи ги испраќаат вашите производи директно во центарот каде што се наоѓа вашиот инвентар кој е спремен за пакување и испраќање до вашите клиенти. Ова ве носи надвор од равенката за испорака, што ви дава повеќе време да се фокусирате на повеќе продуктивни задачи. Услугите за исполнување се на многу високо ниво денес, со најавувањето на сопствен исполнувач на услуги од страна на Amazon, како и од страна на Shopify. WordPress корисниците не треба да се чувствуваат изоставени, затоа што постојат голем број на приклучоци за испорака кои можат да ги искористат. Тие вклучуваат Облак исполнување, како и услугата на Amazon ( под услов да раководите и со Amazon продавница). Интернет продавниците можат да користат и нешто што е познато како Dropshipping бизнис модел. Од ваша гледна точка ова е многу корисно бидејќи вие не мора да се грижите за купување на 1 000 единици однапред, снабдувачот едноставно испраќа после секоја порачка. Ова ги

намалува трошоците за доставување и времето на доставување, како и ги елиминира трошоците за складирање.

### **Dropship моделот за испорака во е-трговијата**

Наоружани со оваа инфомација вие треба да имате се што ви треба да го започнете вашиот е-бизнис. Доколку сметате дека сте премногу доцна, немојте да се залажувате. Иднината на е-трговијата е розова, и има голем број на возбудливи предизвици пред нас.

На пример, во 2014 година интернет корисниците на мобилни апарати и таблет уреди конечно беа побројни од старите компутери, и корисниците на мобилните телефони поминуваат се повеќе време на мобилните апликации одколку на десктоп мрежите. Како светот на е-трговијата ќе се прилагоди на променливите параметри на купувачите во начинот на кој тие купуваат онлајн? Дали порастот на 3Д печатарите ќе доживее експлозија во персонализацијата и дизајнот, и како ќе се справат онлајн трговците со ова? Дали ова ќе им ја отвори и вратата на самостојните дизајнери на производи да ги продаваат своите производи, на ист начин како што Kindle создаде пазар за секој автор без публицист? И што со крипто-валутите? Со порастот на популарност на Bitcoin голем број на големи онлајн трговци како Dell имаат значителна инвестиција во крипто-валутната инфраструктура. Како ќе реагираат другите интернет продавници на зголемениот притисок за интеграција на крипто-валутите како валиден метод за исплата? И од перспектива на потрошувачите како и од бизнис перспектива, повеќе од сигурно е дека е-трговијата ја очекуваат многу возбудливи времиња.

## Библиографија

- The Complete Beginner's Guide to eCommerce, <https://prospress.com/beginners-guide-to-ecommerce/>
- Wikipedia, [https://en.wikipedia.org/wiki/Shopping\\_cart\\_software](https://en.wikipedia.org/wiki/Shopping_cart_software) and <https://en.wikipedia.org/wiki/E-commerce>
- Forbes, An E-commerce Guide For Entrepreneurs, <http://www.forbes.com/sites/bhrigupankajprashar/2013/03/22/authoritative-e-commerce-guide-for-entrepreneurs/#7364a87d4802>
- E Commerce Platforms, The Ultimate, Epic Guide to Create a Successful Online Business in 2016, <http://ecommerce-platforms.com/ecommerce-selling-advice/ultimate-epic-guide-successful-online-shop>
- The ultimate beginner's guide to e-commerce, <http://www.webdesignerdepot.com/2015/07/the-ultimate-beginners-guide-to-e-commerce/>