

**2 užduotis (10 taškų).**

*Perskaitykite tekstą ir tarpams 1–10 parinkite tinkamus sakinius A–M.*

*Atsakymus pagal pavyzdį surašykite į lentelę.*

*Sakinių yra daugiau.*

*Punktas 0 – pavyzdys.*

### **Penki klausimai pradedantiems e. verslą**

Užsikrėtėte e. prekybos virusu? (0)   L   Palyginti nedidelės išlaidos, papildomos pajamos, galimybė pasiekti naujas rinkas, bendrauti su klientais ir netgi kurti virtualias bendruomenes, vienijančias Jūsų produkto gerbėjus – neabejotini e. komercijos pranašumai. Bet e. fortūna gali būti labai kaprizinga ir negailestinga. (1)          Čia pateikiame penkis klausimus, kurie Jums padės pasverti galimybes ir įvertinti savo potencialą virtualiame prekybos pasaulyje.

Kokie Jūsų e. verslo tikslai?

Kitaip tariant, ko siekiate atidarydami savo internetinę parduotuvę? Geri verslo tikslai – konkretūs, ambicingi ir skirti siekti pamatuojamų rezultatų. (2)          Rinkos analizė, galimybių studija, potencialaus pirkėjo portretas ir kiti „namų darbai“ pateiks atsakymus į tokius klausimus kaip: kokią e. rinkos dalį noriu užimti ir kaip greitai tai pasieksiu? Kokią dalį visų gaunamų pajamų turėtų sudaryti įplaukos iš e. parduotuvės? Kaip greitai tikiuosi gauti pelną iš savo e. projekto? Kokius konversijos rodiklius norėčiau matyti iki kitų metų? Tai leis suformuluoti aiškius tikslus ir priemones, kaip jų siekti. (3)         

Kodėl pirkėjai turėtų pirkti iš Jūsų e. parduotuvės?

Jeigu klientas už tokią pat kainą gali tokią pat prekę nusipirkti parduotuvėje ir gauti tai, ko nori iš karto – jis neturi priežasties užsisakyti prekės internetu. (4)          Jūsų atsakymas į šį klausimą padiktuos, kaip save „parduosite“ būsimiems klientams, ir suteiks pridėtinę vertę produktams, kuriuos klientai įsigys iš Jūsų e. parduotuvės.

(5)         

Lietuvai dar toloka iki Skandinavijos ar Vakarų Europos šalių, kuriuose net ir garbaus amžiaus piliečiai puikiai naudojami kompiuteriu, o ir e. prekybos tradicijos pas mus nėra senos. Formuodami e. parduotuvės asortimentą atsižvelkite į tai, ar didžioji dalis Jūsų potencialių pirkėjų turi prieigą prie kompiuterio ir įgūdžių, reikalingų naudotis Jūsų internetine svetaine. (6)          Jei taip, reikėtų mažinti jų nepasitikėjimą e. prekyba imantis tokių priemonių kaip siuntų sekimo paslauga, nemokamas pasiteiravimo telefonas ar nuolatinis informavimas apie užsakymo būklę e. paštu.

Kokiais būdais skatinsite pirkėjus grįžti į Jūsų e. parduotuvę?

(7)          Tačiau įdomu tai, kad vienas internetinis žurnalas ištyrė 10 e. parduotuvių su aukščiausiais konversijos rodikliais ir atrado, kad jas vienija įsitikinimas, jog jų klientai juos renkasi visam gyvenimui. Grįžtantis klientas linkęs labiau pasitikėti, taigi ir daugiau išleisti pasirinktoje e. parduotuvėje. (8)          Tai individualiai parinkti pasiūlymai, paremti Jūsų praėjusiais apsilankymais, e. laiškai apie naujas gautas prekes iš Jus dominančios kategorijos, specialūs pasiūlymai, galimybė pažymėti prekes „kitam kartui“.

Kiek esate pasiryžęs investuoti į savo e-parduotuvę?

(9)          Tačiau net ir didžiulė internetinė parduotuvė su moderniausiais sprendimais tekainuos nedidelę dalį to, ką investuotumėte įrengdami „tikrą“ parduotuvę. Be abejo, investicijos gali būti dar mažesnės, jei svetainę kursite pats, tuo labiau kad programų, kurių padedami galite susikurti savo

*Pagal Gražina Bielousova, www.pinigukarta.lt, 2010 11 08.*

***Sakiniai:***

- A** Koks jūsų tikslinės rinkos kompiuterinis raštingumas?
- B** Todėl nebriskite į interneto vandenį gerai nepasirengę įveikti prekybos internete sunkumų.
- C** Tokių tikslų pagrindas – kruopščiai parengtas verslo planas, kuris atspindėtų realią rinkos situaciją ir nukreiptų neišnaudoto potencialo link.
- D** Didžioji dalis pastangų atidarius naują e. parduotuvę skiriama kokybiškam lankytojų srautui užtikrinti – ir tai gerai.
- E** Taip pat vertėtų patikrinti, ar būsimi pirkėjai yra linkę pirkti internetu.
- F** Lietuvos marketingo asociacijos duomenimis, didžioji dalis verslo įmonių ketina reklamuotis internete ir spaudoje.
- G** Išskirtinis asortimentas, konkurencingesnė kaina, patogesnis apsipirkimas – pagrindinės priežastys, dėl kurių klientai renkasi pirkti internetu.
- H** Nesustokite prie to, kam pasiekti nereikia pastangų – tegu jūsų tikslai veda jūsų verslą pirmyn.
- I** O jei prie to pridėtume įvaizdį ir matomumą paieškos sistemose bei laiką, kurį taupo automatizuotas e. laiškų siuntimas, greičiausiai atrastume, jog nesate tokie turtingi, kad pirtumėte pigų daiktą.
- J** Jūsų e. projekto kaina priklausys nuo projekto sudėtingumo ir apimties.
- K** Jeigu esate pirkę iš Amazon.com, tai puikiai žinote, apie ką kalbame.
- L** Nieko nuostabaus, šia puikia liga serga ir nenori pasveikti didžioji dalis verslo pasaulio ir ji toliau sparčiai plinta.
- M** Nėra nieko paprasčiau ir pigiau pakeisti ar papildyti kaip internetinę reklamą.

[illegible]