

LBRIS

We know
books

COSMIN DĂRĂBAN

ECOMMERCE

NO BULL\$#!T

TOT CE AI NEVOIE
PENTRU A VINDE ONLINE

EDIȚIA A 5-A, ACTUALIZATĂ ȘI REVIZUITĂ

BAIA MARE, 2025

CUPRINS**Mulțumiri**

Prefață.....	11
Cum să parcurgi această carte	13
Începuturi	15
Despre depășirea obstacolelor	16
Acum e despre tine.....	17
Pandemia	18
Pas cu pas spre ceea ce îți dorești	20

Vrei să cucerești lumea? Ai nevoie de un plan

Online ești mai vizibil	23
Tipuri de afaceri online.....	25
Modelul de business	31
Costuri, investiții și fonduri	38
Planul de afaceri.....	39

Crearea unei afaceri online

Și a fost lumină... Ideea.....	49
Testarea pieței la modul concret	59
Găsirea și evaluarea concurenței.....	69
Aspecte juridice legate de afacerea ta online	72
Pe scurt despre GDPR	76
Aspecte tehnice legate de afacerea ta online	80
Cum alegi platforma eCommerce	80
Alegerea hosting-ului / numelui de domeniu	89
Frumusețea stă în ochii privitorului - web design.....	91
Crearea unui logo atrăgător.....	93

Gestionarea stocurilor pentru magazinul tău online.....	95
Strategia de livrare a magazinului tău online	99
Ambalarea produselor și experiența la despachetare.....	103
Alegerea modalităților / procesatorilor de plată.....	107
Asistența clienților.....	114
Cele 5 pagini esențiale pentru un site de nota 10	119
Prima pagină.....	119
Pagina de produs.....	123
Pagina de finalizare comandă.....	127
Pagina Despre noi.....	129
Pagina de Contact.....	132
Vrei să vinzi produse digitale sau cursuri online?.....	134
Vrei un site de milioane? Folosește checklist-ul.....	137

Lansarea unei afaceri online

Strategia de optimizare pentru motoarele de căutare (SEO).....	146
Audit SEO de la A la Z.....	148
Audit SEO tehnic.....	150
Checklist verificarea accesibilității magazinului tău online.....	153
Mini-audit pe cuvinte cheie: Cum le alegi pe cele mai bune.....	156
Audit SEO on-page.....	159
Audit SEO off-page.....	162
Social Media sau cum le spui clienților că ești.....	165
Cum alegi cel mai bun canal.....	166
Pagina ta de Facebook Business.....	168
Campanii PPC pentru magazinul tău online.....	174
PPC cu Google Ads.....	175
PPC cu Facebook Ads.....	178
Marketing-ul afiliat - De ce să plătești pentru performanță.....	183
Checklist pentru colaborări productive cu afiliații.....	186
Lead generation - cum ademenești clienții.....	187

Cum construiești un landing page	190
eMail marketing - iubește-ți clienții ca și partenerul de viață	193
Tips & tricks pentru construirea email-urilor	196
Despre segmentarea bazei tale de date	197
Procesul de onboarding - Familiarizarea cu brandul.....	200
Șabloane pentru email-urile tale eCommerce	203
Blog - sursa ta continuă și ieftină de lead-uri.....	218
Despre blog la nivel tehnic.....	219
Ideii de copywriting pentru blog.....	221
Video marketing fără briz-briz-uri.....	224
Checklist pentru strategia de video marketing.....	238
AI-ul - prietenul și dușmanul antreprenorului modern	241
Cum să vorbești cu AI-ul pentru rezultate excepționale în eCommerce...242	
Ce ai de făcut în momentul lansării magazinului online?.....	245
Checklist pentru vânzări online încă din prima zi de lansare.....	246

Creșterea afacerii tale online

La început a fost clientul (și la sfârșit).....	251
Set de întrebări pentru găsirea avatarului de client	257
De ce ai nevoie să știi persuadare emoțională.....	265
Storytelling și emoții.....	267
The Customer Journey - Cum călătorești o mie de kilometri în pantofii clientului.....	271
Pâlnia de vânzări (Sales Funnel)	276
Marketing + Vânzare = GOOL!.....	279
Stimulează dorința și pregătește vânzarea	282
Regulile de aur ale convingerii.....	283
Tactici clasice de vânzare	285
Ce să faci și ce să nu faci când clientul cumpără - Optimizarea ratei de conversie.....	287

Cum faci A/B Testing pentru magazinul tău	291
Recuperează coșurile abandonate, pline de bani.....	295
Strategiile post vanzare	297
Află motivul pentru care te iubesc (sau nu) - Feedback.....	300
Șablon email după primirea comenzii de către client.....	304
Fidelizarea clientului - cum se cresc ambasadorii de brand.....	306

Cum îți pui afacerea pe pilot automat

Indicatori de performanță în eCommerce	313
KPIs pentru micile afaceri	314
KPIs pentru afaceri medii.....	315
KPIs pentru marile afaceri.....	317
Google Analytics - ce trebuie să știi ca începător.....	320
Contul tău Google Analytics.....	322
Rapoartele din contul tău	325
Cum economisești resurse prin automatizare	328
Ce automatizezi în site-ul tău - Despre GoBot	330
Automatizări pentru marketing.....	335
Automatizare pentru Social Media.....	340
Landing page pe pilot automat.....	341

În loc de încheiere

Despre greșeli.....	343
Hai să rămânem într-o continuă legătură!.....	345
Dicționar de eCommerce.....	346

Ne vedem și pe www.gomag.ro

PREFAȚĂ

Salut,

Mă bucur mult că ai deschis această carte, înseamnă că te interesează cu adevărat comerțul online.

Oportunitățile sunt din ce în ce mai mari, piața crește cu un ritm foarte bun și este nevoie de cât mai mulți oameni cu inițiativă, care vor să profite de această tendință.

Știu, însă, că primii pași sunt îngreunați de lipsa de informație.

Zeci de mii de antreprenori au pornit în ultimii ani afaceri online în România, mulți dintre ei cu succes, însă deși au avut avantajul că au pornit devreme, pentru toți a fost un drum foarte greu – nu aveau de unde să învețe, pe cine să întrebe, piața era la început, la fel și ecosistemul necesar industriei (firme de hosting, platforme de eCommerce, agenții de marketing, companii de curierat etc.).

Lucrurile s-au schimbat în ultimii ani, comerțul se mută din ce în ce mai rapid pe internet și toată economia se digitalizează. Altfel spus, intri în această industrie într-un moment excelent!

Din punct de vedere al informațiilor necesare pentru a construi un business online, acum sunt foarte multe disponibile public. Este greu, însă, să găsești și să alegi surse credibile, mai ales când ai atât de multe lucruri de făcut, cum este la începutul oricărui business.

Ei bine, cartea pe care o ții în mână conține tot ce trebuie să știi dacă vrei să îți construiești o afacere online.

Citind-o, vei câștiga mulți ani de experiență în antreprenoriat și comerț online.

Indiferent dacă ai sau nu experiență în online sau în comerț, vei găsi

Pas cu pas spre ceea ce îți dorești

Nu te voi minți. Sunt un om pragmatic și am un background tehnic, așadar ceea ce scriu e rareori inspirațional. Mai degrabă sunt formule 100% funcționale, testate, care te ajută să ajungi din punctul A în punctul B cu succes, fără bla-bla-uri suplimentare.

Dacă vrei să visezi în continuare, să îți faci liste cu visurile tale, să îți găsești mantra și să îți deschizi ochiul lăuntric sau mai știu eu ce chestii mistice, cartea aceasta nu e cea mai potrivită pentru tine.

Dar dacă îți dorești un magazin online care să vândă din prima zi, să îți aducă siguranța financiară și satisfacția de a-ți modela singur propriul viitor, atunci nu o lăsa din mână până nu ajungi la ultima pagină. Te va ajuta să găsești răspunsurile pe care le cauți.

Am împărțit cartea în 5 capitole principale, în ordinea logică pentru construirea unui afaceri. Începem cu planificarea și cum să îți găsești propriul tău model de business.

Apoi trecem treptat prin etapele de creare, lansare și creștere, unde îți voi oferi inclusiv ponturi avansate de marketing. Ultimul capitol e despre automatizarea afacerii, astfel încât să economisești și mai mult timp pentru a te bucura de ceea ce contează cu adevărat pentru tine.

Repet, nu e o carte ușoară.

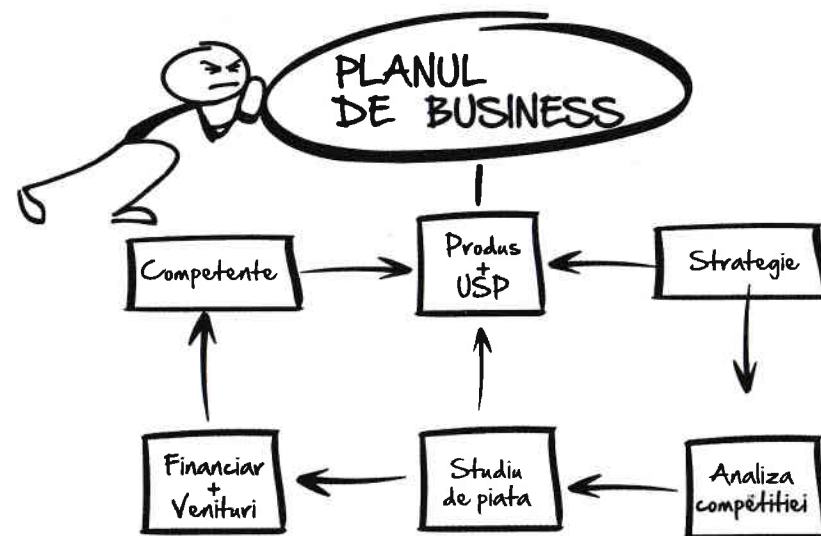
Dar e un rețetar, un manual pe care să-l ții aproape tot timpul și pe care să îl consulți cu încredere în fiecare etapă a construcției business-ului tău.

Sunt rețete pe baza cărora am lansat sute de afaceri de succes și care vând zilnic în valoare de zeci de mii de euro.

Ești pregătit?

Hai să facem primul pas în călătoria vieții tale.

VREI SĂ CUCEREȘTI LUMEA? Ai nevoie de un plan



De ce?

În spatele oricărei decizii există o motivație. De la acest „de ce” pornește totul: o schimbare personală, o relație, un business.

Înainte să treci prin toate etapele prin care te va îndruma cartea pe care o ții acum în față, vreau să îți ofer câteva dovezi pentru care merită să vinzi online în propriul tău magazin, începând chiar de azi.

Așadar, de ce (să ai propriul tău magazin online)?

Până în 2040 se estimează că 95% dintre cumpărături vor fi realizate online (conform Nasdaq, pentru piața generală). Creșterea pieței până la 8.1 trilioane de dolari până în 2026. Creșterea numărului de utilizatori la 11.1 milioane până în 2027 (Statista).

Sunt trei statistici și prognoze strict legate de eCommerce în România, stabilite pe baza datelor existente și a modului de evoluție actual. Când vezi cifre din ce în ce mai mari, ești și mai încurajat să iei decizia și să faci pasul pentru propriul tău business.

eCommerce-ul crește de la zi la zi, de la click la click.

De ce să îți faci un magazin cât mai repede?

Pentru că e mai simplu, mai rapid și mai ieftin. Și pentru că e mai sigur, ai mai multe opțiuni și nicio barieră legată de locație sau orar.

Prea puțin spus? Așa mă gândeam și eu.

Hai să le luăm pe rând, dar, atenție, nu aș vrea să excluzi în totalitate ideea unei prezențe fizice pe lângă cea online, cândva mai târziu când vei crește sau chiar și acum, dacă ai deja o afacere offline și tocmai ai început să te gândești să vinzi online.

În primul rând, un magazin online este mai ieftin decât întreaga investiție pe care ai fi nevoit să o faci într-un magazin fizic, cu tot cu stocuri, locație, angajați și așa mai departe. Online, poți să vinzi singur (la început), fără să ai niciun produs pe stoc, iar în privința locației... poți să vinzi de absolut oriunde atât timp cât ai internet.

Acesta e primul lucru pe care încet-încet, îl învață și antreprenorii din România. eCommerce-ul sparge toate granițele.

Pune-te puțin în locul viitorului tău client. Sau hei, s-ar putea să te fi regăsit și tu deseori în această situație.

Dacă vrea să cumpere un produs dintr-o locație fizică, mai întâi, trebuie să se pregătească pentru a ieși din casă (poate e în pijamale), să conducă până la magazin (poate trebuie să bage și combustibil), să găsească un loc de parcare (iar acesta e momentul când își iese din minți), să caute produsul la raft, să stea la coadă să îl plătească, iar apoi să conducă înapoi până acasă.

Online, clientul tău poate rămâne în pijamale și să găsească produsul mai ușor, să îl cumpere și să aștepte sosirea lui direct la ușă. Mult mai simplu, nu-i așa? Comoditatea clientului chiar poate crește profitul antreprenorului.

De aceea românii cumpără și vor cumpăra din ce în ce mai mult online. E mai comod.

Și chiar dacă tu ești cel care are grijă ca întregul proces să rămână confortabil pentru client, și pentru tine e mai simplu.

Online ești mai vizibil

Astăzi, piața de eCommerce îți pune la dispoziție o mulțime de soluții care te ajută să îți lansezi magazinul rapid, fără bătăi de cap privind partea tehnică sau marketingul sau fidelizarea clienților sau orice. Așadar, îți lasă la dispoziție timpul de care ai nevoie pentru a te ocupa de magazin și de comenzi.

Pentru că, după cum poate știi deja, o afacere de orice tip necesită două investiții principale: timp și bani. Fiind la început, mulți antreprenori nu dispun de fonduri extravagante - dar asta nu e o problemă când mergi online.

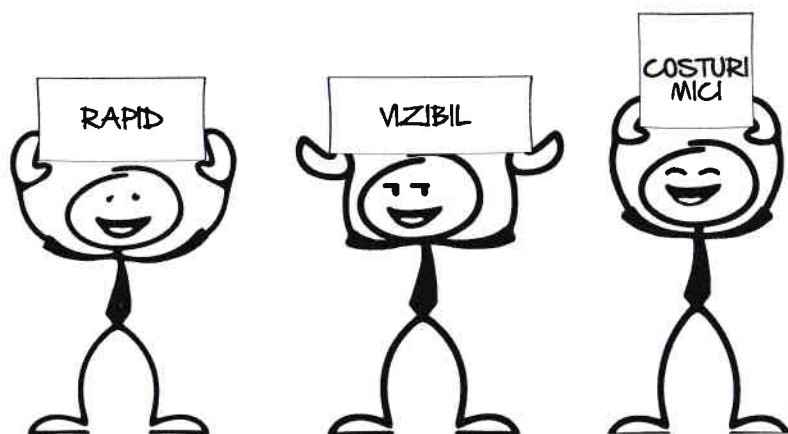
De ce? Gândește-te la câți oameni poți să ajungi online, față de clienții unui magazin fizic. Hai să vedem și un exemplu practic.

Să zicem că vrei un magazin online cu diverse cadouri pentru ani-

versări. Implicit, asta înseamnă că oamenii te vor căuta cu ocazia aniversărilor - zile de naștere, aniversări de nume, aniversări de căsnicie etc.

Bun, și hai să vedem varianta a doua. În loc să fii online, ai un magazin fizic în sectorul 5, București. Cam cât public crezi că ai la dispoziție când ești offline? Din peste 2.13 milioane de locuitori ai capitalei, mai puțin de 5% vor cumpăra de la tine cu ocazia unei aniversări. De ce? Pentru că nu știu despre tine. Și nu au chef să meargă până în celălalt capăt al orașului, să te găsească.

DE CE MAGAZIN ONLINE?



Dar online, oameni din întreaga țară și chiar de peste hotare îți vor cumpăra produsele, în fiecare zi - cu strategia potrivită.

Asta fără să mai ținem cont că atunci când vinzi într-o locație fizică, depinzi de program. Ai un orar și, oricât de prelungit ar fi acesta, mai devreme sau mai târziu trebuie să închizi casa și să mergi să dormi. În schimb, online, site-ul tău continuă să funcționeze non-stop, iar dacă oamenii au chef să comande la 12 noaptea, comenzile te vor aștepta în admin dimineța.

Dacă nu te-am convins până acum, îți voi mai arăta câteva statistici ce sigur vor face treaba în locul meu. Conform Google, peste 40% dintre clienți preferă să caute produsele înainte de a le cumpăra, iar peste 40% dintre clienți compară 3 sau mai multe site-uri înainte de a face o achiziție. Și cireașa de pe tort? Românii cumpără zilnic în valoare de peste 17 milioane de euro - asta doar produse tangibile.

Online e locul în care îți poți transforma ideea în realitate și nu numai: poți vinde atât cât vrei și ai nevoie, pentru a obține siguranță financiară, un trai confortabil și un stil de viață așa cum ți-l dorești.

Pentru a ajunge acolo, ai nevoie de un plan și de multă muncă.

N-am să te mint, cartea pe care o citești acum cere ambiție și multă hotărâre din partea ta. Sfatul meu este să o ții aproape în fiecare pas din crearea propriei tale afaceri, pentru că te va ajuta enorm - va fi un cadru de lucru care, odată aplicat, garantat te va duce acolo unde îți dorești.

TIPURI DE AFACERI ONLINE

În momentul în care ai luat cartea în mână, cu siguranță ai răsfoit-o și ai observat că mă axează strict pe procesul de creare a unui magazin online în toată regula. Însă magazinul nu reprezintă singura modalitate prin care să vinzi online pe termen lung, și nici singurul canal pe care îl poți folosi odată.

Deși există câteva paralele în lumea fizică, frumusețea online-ului constă în ușurința cu care ai acces la același public, indiferent de mărimea afacerii tale.

Fizic, o insulită lipită de Kaufland în Zalău nu are cum să aibă o vizibilitate (implicit un public) mai mare decât un blog care promovează același tip de produse online. La fel stau lucrurile și în cazul unui mall fizic sau chiar piața unde merge bunica să își vândă verdețurile, ca echivalent al mall-urilor și al marketplace-urilor din online.

Revenind la ideea de dinainte, există o multitudine de metode de a vinde online și ți le voi prezenta pe cele mai populare.

Vânzarea într-un magazin online

Primul și, părere personală, cel mai serios tip de afacere online este vânzarea prin intermediul unui magazin online, indiferent că vorbim de B2B (business to business) sau B2C (business to consumer).

Imaginează-ți că magazinul online este, practic, casa ta, de la fundație la acoperiș, de la canapeaua tapițată din sufragerie până la ghivecele cu levănțică pe care le-ai înșirat pe balcon. Nimeni nu va veni să te scoată din casa ta sau să îți impună reguli. Trebuie doar să îți plătești facturile (hosting-ul etc.) și taxele, iar casa (site-ul) va funcționa de minune.

Poți considera că sunt imparțial datorită produsului pe care îl vând, platforma de eCommerce, însă voi fi brutal de sincer cu tine. Conceptul de magazin online nu înseamnă doar lapte și miere. Există avantaje și dezavantaje, dintre care cel mai des întâlnit se referă la costuri.

Nu îți poți construi un magazin online gratuit. Însă poți reduce mult costurile în funcție de alegerile pe care le faci.

Poți lucra cu propriile stocuri sau poți face dropshipping. Poți investi mai mult sau mai puțin în anumite canale de marketing. Poți alege o soluție eCommerce cu toate funcționalitățile de care ai nevoie nativ, în platformă, sau poți apela la alte platforme, open source sau nu, dar în acel moment trebuie să te gândești bine dacă vrei să fii programator, să te ocupi singur de modificări în cod, integrări cu terțe părți și plugin-uri (cele mai eficiente fiind cele plătite).

Sau vrei să fii antreprenor și să vinzi.

Mă opresc aici deocamdată, pentru că vei primi toate detaliile despre ce înseamnă vânzarea într-un magazin online, pe parcursul întregii cărți.

Vânzarea pe marketplace

eMAG, Amazon și mulți alții reprezintă conceptul de marketplace, o platformă care, pe lângă propriile produse, oferă și altor vânzători posibilitatea de a-și afișa catalogul de produse - contra unui comision.

Așadar, o altă modalitate de a-ți vinde produsele este prin intermediul unui marketplace, platformă ce vine la pachet, la fel, cu avantaje și dezavantaje. Mulți antreprenori aleg să își testeze ideea de business începând cu vânzarea pe marketplace (de exemplu, vânzarea de produse handmade pe Breslo și apoi crearea unui butic online, de sine stătător), sau îl tratează ca pe un canal suplimentar de vânzare în momentul în care firma se dezvoltă suficient. Oricare dintre cele două abordări e corectă.

Punctele tari ale unui marketplace constă în costurile reduse de start, prezentarea pe o infrastructură existentă, cunoscută deja publicului, și faptul că profiți direct de marketing-ul tare pe care îl face echipa din spatele acestuia.

Punctele slabe cred că sunt evidente: ai o concurență acerbă, puțini clienți sunt conștienți că fac comenzi de la tine, nu de la marketplace propriu-zis, nu ai căi de a-ți afirma brandul și nu ai acces la baza ta de clienți. Plus comisioanele și regulile pe care ești obligat să le respecti.

Vânzarea pe blog

Câștigatul banilor din blog nu e o imposibilitate, însă nici floare la ureche așa cum îl prezintă toate site-urile pe care le găsești la o căutare „cum faci bani pe net”. Practic, nu, nu poți să te întinzi liniștit pe șezlongul tău din Maldive și să aștepti să curgă banii.

Din peste 95.000 de bloguri la ultima numărătoare (conform Zelist), doar un procent mic de proprietari se pot mândri că trăiesc, pe bune, doar din blog. Cu atât mai puțini sunt influenceri.

Pentru a vinde, realistic vorbind, cu ajutorul unui blog, ai nevoie mai întâi de o perioadă de timp și mult conținut pentru a crea o comunitate în jurul acestuia, pentru a strânge o bază de cititori fideli și adrese de email.

Pe blog poți vinde produse fizice prin intermediul butoanelor de cumpărături, poți face afiliere, scrii advertoriale, poți oferi servicii de consultanță, informații etc.

Ideea e că indiferent de ce vrei să vinzi, ai nevoie de un public fidel către care să te adresezi și a cărui atenție trebuie menținută constant, similar cazului în care ai un magazin online.

Vânzarea printr-o platformă de anunțuri

OLX, lajumat.ro, okazii.ro, publi24.ro etc. Cu siguranță ai auzit până acum de cel puțin unul dintre site-urile de anunțuri pe care le-am menționat. În principiu, acest tip de vânzare nu se încadrează în conceptul de afacere serioasă plus că, la vânzări repetate cu un profit total mare fără a-l declara, ai probleme legale.

De exemplu, în 2016, ANAF a închis ITMediaGalaxy.ro, site aparținând unei persoane fizice care vindea inclusiv pe Okazii și OLX. Tipul a vândut în mai puțin de doi ani telefoane, tablete și televizoare în valoare de peste 1.1 milioane de lei, cu un prejudiciu de 373.000 de lei prin neplata TVA și a impozitului pe venit (zf.ro).

Drept urmare, astăzi, toți cei care vând constant pe site-urile de anunțuri și au un venit mai mare de 220.000 lei pe an sunt obligați să depună declarația de venit și să plătească taxe, impozite și contribuții (acest prag s-ar putea schimba în timp).

Acum, nu îți spun să nu vinzi deloc pe site-urile de anunțuri. Cel puțin la început, e o modalitate bună de a testa piața, de a contura un preț adecvat pentru produsele tale și de a identifica o tipologie de client către care să te adresezi.

Însă, după cum spuneam și înainte, „bișnița” legală pe site-urile de anunțuri nu înseamnă cu adevărat o afacere online.

Vânzarea în social media

Social media nu mai este doar un loc de socializare - a devenit piața virtuală unde brandurile se întâlnesc cu clienții.

Conform DataReportal, românii petrec în medie 2 ore și 7 minute pe zi pe rețelele sociale, iar peste 60% dintre utilizatorii de social media din România caută și urmăresc activ paginile brandurilor preferate. Acest comportament creează o oportunitate unică pentru comercianții online, care pot valorifica prezența activă a românilor în social media pentru a-și crește vânzările.

Spre deosebire de piețele vest-europene, în România Facebook rămâne platforma dominantă pentru social commerce, cu un accent puternic pe grupurile de vânzare-cumpărare și Marketplace. Consumatorul român apreciază interacțiunea directă cu vânzătorul și posibilitatea de a negocia, lucru care se reflectă în preferința pentru comunicarea prin mesaje private și comentarii.

Mulți au început așa pentru că pare mai simplu - asta până la primele întrebări venite de la clienți, legate de statusul comenzilor, informații despre AWB, suport și altele.

Avem sute de clienți care au dat startul unui business pe social media, dar îmi amintesc cel mai bine de povestea Nicoletei, care vinde ulei presat la rece. Când au început să crească lucrurile, pur și simplu a rămas blocată între mesaje, confirmări comenzi și verificat plăți.

Mereu am recomandat ca toate aceste surse de trafic și clienți să fie unificate în propriul magazin online, acolo unde ai maxim control și beneficiezi de automatizările care îți fac viața de antreprenor mult mai ușoară.