

A termék

Mivel érdemes és mivel nem webshopot indítani?

Alaptézis az üzleti vagy marketing világban, hogy kétféleképpen lehetsz sikeres

1. legyél olcsó, vagy
2. legyél más

Az olcsósággal próbálkozni olyan termék kínálattal, ami másoknak is van vagy öngyilkosság, vagy valami rendkívüli képességre utal. Valami egyedi kapcsolatrendszerre, vagy paradigmaváltásra van szükség ahhoz, hogy olcsóbb lehess, mint mások.

Mint a fapados légitársaságok első megjelenése. Annyira más módszereket alkalmaztak a működésük során, hogy sokkal olcsóbbak tudtak lenni, mint mások. Ők a kék óceánt választották vadászterületnek. Ám akik most próbálkoznak ezzel ők már egy vérvörös, ragadozókkal teli tengerbe akarnak jönni vadászni. Minimális az esélyük. Ráadásul a fapados légitársaságok egy része már csődbe ment, és a létezők közül sem mindegyik sikeres.

Ezért a kisvállalkozásoknak inkább a másik utat kell választaniuk.

Legyél más! Olyan terméket vagy szolgáltatást hozz, ami megkülönböztet másoktól.

Egy mobiltelefon tok webshopot sikerre vinni hagyományos kínálattal és szolgáltatással majdnem lehetetlen manapság. Ám korábban sikerült

már olyanoknak, akik egyedi tokokat gyártottak nagyon gyorsan, vagy fából készült tokokat, vagy organikus telefon tokokat, amik nem szennyezték a környezetet. De Diller Kevin (mobilfox.com) csak egy van a világon.

És fogadd el, hogy ha más vagy és sikeres, akkor előbb-utóbb jönnek majd a másolók. Tehát csak egy ideid fogod tudni megkülönböztetni magad másoktól az eredeti ötleteddel. Ha nem leszel képes rendszeresen megújulni, akkor a másolók le fognak nyomni.

Vagy van egy harmadik út. Ezt neked kell kitalálni, és akkor te leszel a paradigmaváltó.

A tervezés előtt nem árt tisztában lenni vele, hogy mik

A sikeres webshop ismérvei

Szerintem az alábbi jellemzők a sikeres webshop alapkövei.

1. egy megfelelő termék vagy termék kínálat
2. elegendő árrés,
3. létező kereslet, (vagy felépíthető piac)
4. kiváló értékajánlat,
5. ha más tudsz lenni, mint a versenytársaid, vagy sokkal olcsóbb
6. és a piacod nem túltelített,
7. professzionális logisztika,
8. professzionális mérés és adatfeldolgozás,
9. kiváló webshop motor,
10. alapos online marketing tudás,
11. megfelelő szakemberek alkalmazása,

12. minden lehetséges folyamat automatizálása,
13. van anyagi forrás az induláshoz, és 2-3 évig képes mindent is visszaforgatni.

Nem állítom, hogy némelyik pont nélkül nem lehet sikerre vinni egy online kereskedést, de valamivel többszörösen ellensúlyozni kell. Általában pénzzel vagy hazugsággal szokták ezt megtenni a piaci szereplők.

Ha ezekkel tisztában vagy, akkor ideje hozzáfogni az

Üzleti terv felépítéséhez.

Üzleti terv nélkül belevágni olyan, mint ismeretlen vizeken útrakelni térkép nélkül.

Ha felfedező vagy tele pénzzel, akkor király.

Ha befektető vagy akkor öngyilkosság.

A fejedben már biztosan régen összeállt az elképzelés, másképp nem olvasnád ezeket a sorokat.

Valaha megszületett egy ötlet, ami nem hagyott nyugodni. Tudtad, hogy ott az ötlet fejedben, és egyre biztosan érezted, hogy nem fog örökké ottmaradni, hanem testet fog ölteni az online térben: webshopot fogsz nyitni.

Ez nagyon jó ötlet. A webshopoknak nincsenek területi korlátai, mint az offline boltoknak. A fizikai boltok még akkor is lokálisan kötve vannak, ha kiváló logisztikával több száz kilométerre tudják teríteni az árujukat.

Sosem jutnának a városhatárokon túlra, ha nem lenne az internet. Különösképpen nem lehetne több rendelést összegyűjteni webshop nélkül, mint amennyi embert a fizikai boltodba be tudsz csábítani.

Lehet, hogy neked nincs is fizikai boltod. Csak van egy ötleted, vagy egy király termék kínálat van a látókörödben, amit hited szerint webshopban értékesíteni a világ egyik legjobb üzlete lesz. Lehet, hogy ez valóban igaz. Hajt a tűz, hogy megvalósítsd.

Akiknek eddig meséltél róla vagy azt mondták, hogy *„tök jó ötlet, feltétlen valósítsd meg!”* vagy azt, hogy *„hülye vagy b@mmeg? Ebbe tuti belebuksz...”*.

Egyiküknek se higgy! A jó ötlet, az elszántság és a kitartás mind-mind a sikeres üzlet összetevői. Ám korántsem elegek hozzá.

Sokan úgy kezdenek hozzá, hogy csak azt tudják: webshopot akarok! Az tuti jó üzlet. Sajnos ők lesznek az online világ eleségei. Ők szinte kivétel nélkül abba a 99 webshopba tartoznak, akik 3 év múlva már nem is léteznek.

Az üzleti stratégia az, ami előrevetíti, hogy jó eséllyel sikeres lehet-e az ötleted, vagy sem.

És valljuk be sokkal jobb előbb megtudni, hogy esélytelen a sikerre, mint később. Szerencsés vagy, ha azelőtt tudod meg, hogy az ötleted nem életképes, mintha már elköltöttél rá pár millió Forintot.

Az üzleti stratégia elkészítésével megpróbálhatsz átleskelődni az előtted álló falon.