

CONTEXT SECTORIAL

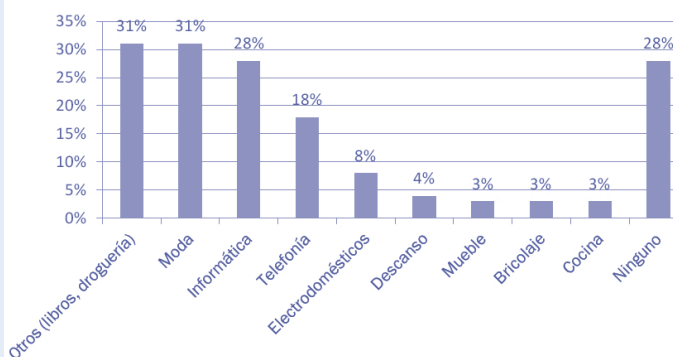
El comerç de barri, caracteritzat tradicionalment per la proximitat i l'especialització, té la possibilitat d'ampliar el seu radi d'acció gràcies a les noves tecnologies i la venda en línia.

El creixement de les compres en línia a Espanya està entre els més ràpids del món: entre 2008 i 2010 acumula un creixement del 49%. El 27% dels espanyols compra a través d'Internet, el que representa un 12,5% més que l'any 2010 i un 50% més que en el 2007.

El 50% de les compres en línia correspon a xicotetes adquisicions per un import aproximat d'entre 60 i 70 euros.

El 87% dels consumidors utilitza Internet com a mitjà d'informació en el seu procés de compra: l'e-WOM, o boca en boca electrònic, és una ferramenta molt potent per a les xicotetes empreses que no poden fer grans inversions en publicitat o màrqueting 2.0 i volen vendre en línia, ja que fomenta l'intercanvi d'opinions i idees entre clients i potencials clients en un fòrum, un bloc o a les xarxes socials.

INTENCIÓ DE COMPRA DE BÉNS I SERVICIS L'ANY 2011



DAFO

AMENACES

- Hi ha poques barreres d'entrada per a vendre en línia i més competència
- Desconfiança dels consumidors de comerç tradicional en la seguretat de les transaccions i enviaments
- Falta d'una normativa comú internacionalment
- Competència de les grans superfícies i multinacionals

PUNTS FORTS

- Ofereix flexibilitat i disponibilitat al comprador
- Reducció de costos operatius
- Posibilitat d'oferir majors descomptes
- Reducció dels estocs d'inventari
- Poca inversió inicial

OPORTUNITATS

- Possibilitat d'especialització
- Creixement del volum de negoci en línia
- Aprofitar la visibilitat de noves ferramentes, vinculant els comerços físics i els virtuals, com ara Foursquare, els codis QR, etc.
- Possibilitat d'unir-se a plataformes multiproducte
- Augment de la presència d'Internet a les llars
- Internacionalització dels productes amb poca inversió
- Ús de dispositius mòbils per a la compra en línia
- Consolidació dels sistemes de pagament electrònics

PUNTS FEBLES

- Oblidar la importància de la logística i els *partners* i proveïdors
- Pèrdua de la proximitat i el tracte personal del comerç de barri com a factor diferenciador

ANÁLISI DE LA DEMANDA

DIMENSIONS DEL MERCAT

Durant l'any 2011 els espanyols han gastat 9.400 milions d'euros, dels quals el 3,5% ha sigut a través d'Internet. Les vendes de comerç electrònic han crescut un 25% durant el 2010 (1.560 milions d'euros), fins arribar a un total de 7.870 milions d'euros, xifra que representa un 3% del conjunt de comerç espanyol al detall. L'11% de les vendes totals a Espanya procedeix del comerç electrònic, un percentatge que ha augmentat un 22,22% de 2007 a 2011.

Els productes més adquirits en línia pels valencians durant l'any 2011 han sigut les reserves d'allotjaments (59,6%), les compres de bitllets de transports (50,8%), la compra d'entrades per a espectacles (39,4%) i roba i material esportiu (28%).

Els sectors que representen més ingressos són el transport aeri i terrestre, els operadors turístics i les peces de vestir.

ANÀLISI COMPETITIVA A LA COMUNITAT VALENCIANA

L'any 2010 la Comunitat Valenciana és la regió espanyola que més ha venut a través d'Internet. Els valencians que utilitzen habitualment el comerç electrònic van realitzar 6,7 compres a l'any. El 97% d'estes compres es van fer des de la llar. Durant els últims anys (2007-2011) el percentatge de persones que compra per Internet ha augmentat considerablement, passant del 21% d'espanyols que comprava per Internet l'any 2007 al 31,8% que ho fa l'any 2011. A la Comunitat Valenciana, més d'1,1 milions de valencians han comprat alguna vegada a través d'Internet.

A Espanya, catalans, madrilenys, andalusos, valencians i bascos, per este ordre, són els que més compren per Internet. Entre 2008 i 2011 els andalusos són els que més han incrementat les seues compres en línia, amb un percentatge del 53,31%, seguits de catalans (45,9%) i càntabres (45,80%).

QUINS SERVICIS PUC OFERIR AL MEU CLIENT?

SERVICIS BÀSICS	SERVICIS COMPLEMENTARIS
Allotjament, manteniment i actualitzacions del web de venda en línia	Disseny de la pàgina web del comerç
Disseny i implementació de plataforma d'e-commerce	Comunicació en línia i dinamització en xarxes socials
Servici tècnic	Catàleg fotogràfic de productes
Seguiment d'enviaments i gestió de pagaments	Assessorament en màrqueting en línia
Atenció al client	
Integració de sistemes	

CARACTERÍSTIQUES BÀSIQUES DE LA EMPRESA D'E-COMMERCE PER A COMERÇ DE BARRI TIPUS

CNAE/SIC	47.91
IAE	631
Condició jurídica	Autònom / Societat Limitada Personal
Facturació mitjana	49.000 euros
Localització	Zona urbana comercial
Personal i estructura organitzativa	1 Emprenedor
Instal·lacions	Oficina administrativa
Clients	Comerços de barri
Ferramentes promocionals	Treball comercial, pàgina web del comerç físic, presència a les xarxes socials, boca en boca, anuncis en directoris comercials, associacions de comerciants
Valor de l'immobilitzat/Inversió	18.000 euros
Import despeses anuals	43.250 euros
Resultat brut (%)	4%

RECOMANACIONS

Oferir promocions i descomptes especials en els productes per tindre un avantatge competitiu davant la competència.

Especificar clarament les diferents opcions de comanda, cost d'enviament i protocols de devolució.

Cuidar la coherència entre les ofertes en línia i l'existència en estoc. Els productes oferits han d'estar disponibles.

Tindre un sistema de seguiment de la comanda i un protocol d'atenció al client.

Invertir en aconseguir una bona experiència d'usuari en el pagament en línia i oferir una plataforma de pagament de confiança i fàcil d'usar.

ENLLAÇOS D'INTERÉS

www.obs-edu.com · www.adigital.org · www.inteco.es · www.fevalco.org · www.anetcom.es