

CM: Kiire infovahetus toob e-poele käibekasvu

19.06.2015, 14:15

Kiire infovahetus veebi ja kassasüsteemi vahel võimaldab saada head ülevaadet laoseisust ning teha uusi ja kiireid ostuprognose, rääkis Ektaco AS kassasüsteemide ärisuunajuht Martin Laur.

Usaldusväärsus veebipoodide vastu on Eestis küll Euroopa Liidus kõige madalam (30%), kuid on vaid aastate küsimus, mil usaldusindeks jõuab Euroopa keskmise (52%) või isegi Soome (65%) tasemele.

Täna sooritavad eestlased suure osa internetiostudest välismaistes ostukeskkondades, sellele vaatamata, on ka Eesti oma veebipoodidel neile iseloomulik nišš olemas. „Eestis kujutavad internetipoed endast tarbijaharjumusi vaadates pigem reklaamikeskkondi, kus käiakse kaupa uurimas, vaatamas ning reklaamikampaaniate või allahindluste kohta teavet saamas,“ selgitas [Ektaco AS kassasüsteemide ärisuunajuht Martin Laur](#).

Tema sõnul eelistab enamus tarbijaid siiski peale internetipoes ringi vaatamist kauplusesse kohale minemist, et oma silma ja käega ostetavat kaupa proovida. Üheks probleemiks on kauba liiga ebamugavaks ja keeruliseks tehtud tagastusprotsess.

Näiteks Lääne-Euroopas ja USA-s on kauba tagastamisvõimalused väga paindlikud, tagastada saab pika perioodi jooksul ja ei pea põhjendama. Eestis on paraku väike turg ning taoline paindlik lähenemine pole kahjuks kaupmeestele jõukohane. Järgitakse pigem seadusega sätestatud nõudeid.

Kauplus, kust midagi osta ei saa

„Klienti huvitab peamiselt kaks ratsionaalset aspekti: kaup vastab tema ootustele ning on parima saadaoleva hinnaga. On muidugi veel nüansse, sh. tarne- ja garantiitingimused, müüja usaldusväärsus jmt, kuid need on juba teisejärgulisemad. Selles osas on erinevaid näiteid. Vesteldes Euronicsi müügiesindajaga, tõdes see et on tavapärane nähtus, kus klient olles kaupluses teinud kindlaks toote omadused, sooritab toote ostu soodsamas e-poes,“ selgitas hr. Laur. Hansapost on aga näiteks avanud kaupluse, kust midagi osta ei saa. Küll aga on oodatud kõik kliendid kaupa vaatama ja uurima ning täiendavaid küsimusi küsima, et hiljem meelepärane kaup Hansaposti e-poest soetada.

Mida arvestada veebipoodi luues?

Veebipoodi luues, peab kaupmees arvestama mõne baasnõudega. „Klient on veebipoes osteldes pandud kahte rolli – ta on nii müüja kui ostja,“ märkis Laur ja lisas, et klient peab kauba esmalt ise üles otsima, mistõttu on veebipoes eriti oluline kauba võimalikult „apetiitne“ ja infoküllane esitlus nii rikkaliku pildimaterjali kui ka mitmes keeles tootekirjelduste näol. Teiseks peab klient ise ka aru saama ja ennast veenma, et kaup on just see, mida ta hetkel vajab.

Veebipoodi luues põrkub algaja veebikaupmees mõistetega nagu CMS, teemametsad, kujundus, samm-sammult arendamine ning pangalingid. Viimased nõuavad küll investeerimist ja panga vahendutasu, kuid on ostja jaoks kõige mugavamad, tõstes ostu sooritamise tõenäosust võrreldes e-mailile saabuva tellimuse või arvega, mida eraldi tasuma peab hakkama.

Veebipoe sisuhalduse loomiseks pakutakse maailmas mitmesuguseid tasuta kasutatavaid standardeid. Tuntumad neist on Magento, VirtueMart, OpenCart ja mitmeid veel. Kõigile neile saab mõnest veebikaupluse disaini müüvast e-poest kujunduse osta. Tuleb arvestada, et tegemist on siiski just kui kiirmüügiketist soetatud ülerõivaga, millega ainulaadset väljanägemist saavutada ei pruugi.

Standardse sisuhalduse kasuks räägib aga võimalus oma e-poega ühe tarkvarahaldaja-

hooldaja juurest teise juurde liikuda. Vähe oluline ei ole ka veebipoe loomisel teada, kas e-pood peaks suutma päevas ära teenindada mõnikümmend või mõnikümmend tuhat inimest ning millised on ootused poe teenindusvõimele lähiaastatel.

Mida tuleb teada kassasüsteemide liidestamisel veebipoega?

Ektaco soovitus on, et kassasüsteem oleks veebipoega liidestatud nii, et need kaks süsteemi töötavad samas rütmis. Ektaco arendatav kassasüsteem CompuCash on loodud ühilduma levinumate veebpoodide sisuhaldustega. Kassasüsteemis olevatele toote põhiantmetele on võimalik määrata lisaparametreid, mis on olulised eelkõige veebipoe jaoks - näiteks kas veebi kaudu toodet müüakse, informatsiooniteksid, ostlejale arusaadavamad „apetiitsed“ tootenimetused, kategooriad ja nende struktuur, mitmekeelsus, otsisõnad Google'i jaoks, saadavus (laoseisud), jne. Ühtne süsteem lihtsustab oluliselt tööd, kuna kõik andmed sisestatakse kiirelt kesksest kohast ning neid saab ühe nupuvajutusega veebipoes müüki panna.

Ektaco otseliides levinumate veebipoe sisuhaldustega toimib otse andmebaaside tasandil ja sadu kordi kiiremini kui loodud liidesed. Pealegi liidestega pakutav andmevahetus polnud piisava funktsionaalsusega. Iga artikliga toimunud muudatused tuntakse ära, võrreldes infot varem sisestatud, uuendatakse vaid neid artikleid, millega seoses leitakse uut infot. Pidevalt sünkroniseeritakse näiteks veebipoe põhiantmeid, kategooriaid (mitmes keeles), laoseisu, laetakse alla uued kliendid, tellimused, klientide sooritatud ostud ning hoitakse ladu ja laohaldus praktiliselt online. „Kui klient sooritab ostu, kajastub see laoseisus mõne minutiga, võrreldes varasemaga, kus info ühtlustamiseks kulus paar päeva,“ rääkis Laur. Kiire infovahetus võimaldab pidevalt uusi ostuprognose ning head ülevaadet laoseisust.

„Ükski endast lugupidav pood ei tee enam äri ilma veebipoeta – nii on see Soomes ja nii hakkab see peagi olema ka Eestis,“ ütles Laur. Täna poode avavad kaupmehed peavad juba varakult planeerima ka oma veebipoe loomist, isegi kui alguses kasutatakse seda vaid reklaami eesmärgil. Soomes küsitakse juba ammu ühe esimese küsimusena veebipoega ühilduvuse kohta lao- ja kassasüsteemiga ning oleme näinud, et see trend on üha kasvav ka Eestis. „Seepärast on eriti oluline omada häid liideseid, sest ilma nendeta ei püsi konkurents. Ektaco, mille süsteemid on arenemisvõimelised ja jätkusuutlikud, suudab just selliseid liideseid pakkuda,“ kinnitas Laur.

KONTAKT

Telefon: 654 2150 (üld) 6397920 (müük)

E-post: sales@ektaco.ee

Rohkem infot või kodulehekülge: www.ektaco.ee

Postiaadress: Teaduspargi 8, Tallinn