

E-book

Vodič kroz online shopping

Sve što trebate znati
prije početka
internetske kupovine

Pravila internetskog
trgovanja u Hrvatskoj:
**Što je novo od
ulaska u EU?**

Što odabrati kao metodu
plaćanja na internetu:
kartice ili PayPal?

Najpoznatije web destinacije za shopping
(svijet i Hrvatska) po kategorijama!

Blog shoppingoholičarke
Imate li problema s kontroliranjem financija?

**Online vs. offline
shopping:**
razlike, prednosti
i mane

10 glavnih razloga
zašto ljudi ne kupuju
u vašem webshopu
i što možete učiniti
da to spriječite

• SAVJETNIK

Vodič za početnike



UVOD

Većina ljudi kupuje stvari koje zapravo ne treba. Osim što to znamo na nekoj životnoj razini, naviku da si kupujemo ono što nam nije od vitalne važnosti potvrđilo je i jedno istraživanje provedeno diljem svijeta 2012. godine. Dvije trećine anketiranih izjavilo je kako je zabrinuto zbog činjenice da kupuju previše, da grcaju u dugovima te da se ne znaju izvući iz situacije u koju su se doveli.

Istraživanja pokazuju da ljudi koji puno kupuju nisu sretniji od drugih, već su često izloženi velikom stresu te su nezadovoljni sobom i svojim životom.

Zašto onda toliko kupujemo?

Je li internet kriv što smo laci na okidaču zvanom klik pa lako ubijemo svoje kartice i minuse? Ili je to zapravo urođen nagon koji postoji od početka marketinga, koji nas tjerja da želimo više i da trošimo više. Nitko od nas nije trebao iPhone prije nego je izašao. Živjeli smo sretni i zadovoljni sa starim i običnim Nokijama, ali onda se dogodilo čudo: stvorena je tolika potražnja za novim proizvodom da su svi koji nisu stali u red za novi proizvod, koji je bio izlazak u novi svijet, odjednom postali staromodni i zadrti. Barem je vladao takav osjećaj – da moraš imati iPhone.

Za hrvatske prilike iPhone, kao i mnogi Appleovi proizvodi, nisu nikad bili na razini normalne cijenovne dostupnosti. Macove su imali najbogatija djeca u školi. Zato ih i nije bilo puno u Hrvatskoj, gdje je većina ipak okupljena ispred mamine i tatinе prosječne državne plaće. Macove smo željeli, ali nismo dizali kredite da ga kupimo. Postojala je cijenovno prihvatljiva konkurenca i svi su koristili proizvode konkurenčije. Nismo marili za zlatnu mlađež na Macovima.

Za iPhoneom su ljudi jednostavnom poludjeli. Preko noći su posudivali novac, radili kojekakve kombinacije i veze ne bi li se dočepali novog igračke – novog statusnog simbola 21. stoljeća. Zašto?

Jer je Steve Jobs vraški dobro odradio marketing i stvorio proizvod koji obećava, koji mijenja i koji je tog trenutka granici s izumom samog telefona. Bilo je nešto novo, opipljivo i zamamno u tom proizvodu. Ok, bio je novi. Ali zašto i danas ljudi mahnito žele iPhone, a postoje izvrsna konkurenčija, cijenovno prihvatljiva?

iPhone je postao statusni simbol, baš kao i Mac prije. Preskupi su za običnog korisnika. Čak i ako svjesno znamo da postoje bolji ili jeftiniji proizvodi, mi cemo vjerojatno kupiti skuplj jer ljudi često misle da će više dobiti ako više plate. No bitnija je jedna druga je stvar : stvaranje signala po logici „Ako mogu kupiti nešto skupo, onda znaju da sam bogat.“ Jer je u našem selu Mercedes glavno vozilo, a kuće i dalje nemaju žbuku. Zna se tko je bogat – onaj tko posjeduje statusne simbole koje drugi prihvataju kao takve.

Dakle, okolina će dosta utjecati na nas kao potrošača, jer se većina nas želi što bolje uklopiti u društvo. I dok će neki od nas smireno razmotriti sve prednosti i mane kupnje, drugi će zbog niza čimbenika posegnuti u džep i kupiti nešto izvan svoje kupovne moći: najviše ćemo kupovati kad smo u PMS-u, kada nam je općenito teško ili smo pod stresom te se želimo nagraditi nečin što donosi osjećaj da nismo potpuni u problemima. Kupovina će nam donijeti kratkotrajno uzbudnje, ali vjerojatno i dugoročno još veći stres.

Naše impluzivne kupnje pravdat ćemo na razne načine, toliko da ćemo iracionalno braniti naš odabir kao pravi jer nam se i pokazao odličnim. No, treba se boriti protiv iracionalnosti.

Ako nosite novac, vrlo ga je teško ne potrošiti. Zato je bolje koristiti gotovinu ili prepaid kartice.

Vaša ekesh urednica Iva

Iva



S . O . S . Z A S I G U R A N O N L I N E S H O P P I N G

SVE ŠTO TREBATE ZNATI PRIJE ONLINE KUPOVINE

Prije kupnje, posebice ako ste novi korisnik, provjerite na što sve morate paziti da biste imali što ugodnije iskustvo



Već sada na internetu kupuje 23 posto Hrvata, a brojke samo idu prema gore. Očekuje se da će do 2015. godine čak 50% svih Europsljana kupovati online. Ukrnjajte se na taj brod što sigurnije.

Krađa na internetu bit će jednako kao i krađa u fizičkim trgovinama. A kao što čuvate novčanike u dobro zatvorenoj torbi, tako morate biti spremni poduzeti neke mјere kako bi i vaš online novčanik bio sigurniji.



1. UVJEK KUPUJTE NA SIGURNIM WEB STRANICAMA

Prilikom kupnje, provjerite ima li adresa stranica označeno „https“ prije „www“ jer upravo taj ovaj dodatak slova „s“ predstavlja „secure“ (sigurnu) i originalnu stranicu. Neke stranice imaju odvojeni prezentacijski dio bez „s“, dok im webshopovi prelaze na „https“ pa svakako prilikom upisivanja podataka provjerite je li stranica označena s „https“ jer u tom slučaju vaši podaci prilikom unošenja su osigurani od strane davatelja usluga.



2. KUPUJTE KOD PROVJERENIH TRGOVACA

Kupujte u poznatim online trgovinama. Na Amazonu ili eBayju prije kupnje provjerite ocjene prodavača i pročitajte komentare prijašnjih kupaca. **Izbjegavajte one s lošim ocjenama**, kao i one s nedovoljno ocjena.

3. NE SPREMAJTE INFORMACIJE NA STRANICAMA

Gotovo svaki online trgovac vam nudi mogućnost da napravite vlastiti profil na stranici tako da prilikom sljedeće kupnje ne morate ponovo upisivati sve podatke. Koliko god to bilo praktično, riskirajte da vaši podaci budu kompromitirani ako stranicu netko napadne i dode do korisničkih podataka.



4. KORISTITE RAZLIČITE LOZINKE

Ne koristite uvijek iste lozinke za sve online profile. Svakako razlikujte lozinke za e-mail od one za PayPal i slično.



5. USPOREDITE CIJENE

Prije nego što obavite kupnju, istražite malo. Pronađeni proizvod „izgugljajte“ i pokušajte na drugoj stranici naći isti proizvod za povoljniju cijenu. Ako ste proizvod našli u trgovini izvan EU, pokušajte ga pronaći u nekoj trgovini unutar EU-a jer ćete ga brže dobiti i izbjegći plaćanje carine i PDV-a.



6. PROVJERITE POSTOJE LI DODATNI POPUSTI

Mnoge online trgovine ponudit će vam popust ako se preplatite na njihov newsletter, a prvim kupcima će ponuditi i besplatnu prvu dostavu. Svakako prvo provjerite tu mogućnost, a dobro bi bilo istražiti i stranice poput VoucherCodes.co.uk koji nude promotivne kodove za brojne online destinacije. Pronađene popuste ukupat ćete kod checkouta, na pretposljednjem koraku kupnje u kućicu koja će se zvati nešto poput „Gift cards & promotional codes“.



7. PROVJERITE KOLIKO JE DOSTAVA (SHIPPING)

Možda ste našli cipele za 16 dolara, no dostava, odnosno poštارina je 32 dolara. Ponekad cijena dostave iz zemalja izvan EU može biti triput skuplja od naručenog proizvoda pa vam možda i neće biti toliko isplativa. Posebice ako prijedete iznos za carinu te si natovarite još i taj trošak.

Kako biste provjerili iznos poštarine, kod mnogih servisa morat ćete proći kroz postupak „checkouta“. Kliknite na gumb kao da ste namjeravali kupiti proizvod te prije plaćanja provjerite Total, odnosno cjelokupan iznos. Iznos poštarine bit će naznačen pod Shipping costs ili Postage & Packing.

Primjerice,
Items: £20.63
Postage & Packing: £5.19
Order total: £25.82

8. ODABERITE SPORIJU, STANDARDNU DOSTAVU

Odaberite standardno slanje ako vam se jako ne žuri, jer ćete osim novca na iznosu poštarine, uštedjeti i kada pošiljka dode u Hrvatsku. Naime, prioritetna ili brza dostava ide putem servisa poput DHL-a koji će od vas naplatiti minimalnih 125 kuna za dostavu, a sigurno ćete morati vaditi EORI broj ukoliko se radi o skuploj kupnji iz zemalja izvan Europske Unije.

Standard (5 to 9 business days)
Priority Express (2-4 business days)



9. RADI LI PROIZVOD U HRVATSKOJ?

Određeni proizvodi neće raditi u Hrvatskoj bez prilagodbe pa obratite pažnju na specifikacije proizvoda. Posebice je to poželjno kod kupnje elektronike iz SAD-a koji imaju drugačiju struju od nas. Laptopi, lampe i drugi aparati vjerojatno neće raditi u Hrvatskoj bez adaptera ili transformatora.



10. OPREZNO S PREDOBRIM PONUDAMA

Ako je neka ponuda predobra da bi bila istinita, vjerojatno ste na stranici koja prodaje lažnjake, a možda je i čitava stranica posvećena blic prijevarai. Takve stranice često izuzetno dobro imitiraju izgled pravih stranica pa kupac teško posumnja.

11. IMATE LI SE KOME ŽALITI ILI GDJE VRATITI ROBU?

Provjerite ima li na stranici negdje navedena fizička adresa trgovine (PO boxeve ne računajte kao na nešto valjano) na koju se može vratiti pošiljka.



12. KAKO SE I ZA ŠTO MOŽETE ŽALITI?

Mnoge stranice imaju službene kontakt adrese za pritužbu, a potrebno je najčešće poslati samo broj narudžbe kako bi vam dali odgovor. U većini slučajeva će vam refundirati (vratiti) novac ako pošiljka nije stigla na vašu adresu ili će vam ponuditi ponovno slanje bez dodatnih troškova. Primjerice, ako vaš paket poslan s Amazona ne stigne u obećanom razdoblju, možete zatražiti povrat sredstava za troškove poštarine.

Ako imate bilo kakve pritužbe za kupljeno na eBayu, pokušajte prvo rješiti problem s prodavačem. Unutar 45 dana od kupovine, imate pravo i na službeni prigovor koji će Paypal u većini slučajeva rješiti u vašu korist, a prodavaču će staviti lošiju ocjenu. Zbog toga prodavač na eBayu naglašavaju da u slučaju nekih problema prvo njih kontaktirate. Ako ste kupili nešto od ovlaštenog trgovca iz EU-a i niste zadovoljni robom, imate dva tjedna za odluku vratiti je ili ne. Narudžbu se u tom roku može otakzati čak i bez ikakva posebnog razloga. Trgovac u tom slučaju mora vratiti novac u roku od 30 dana, što uključuje i troškove dostave, no kupac pokriva troškove vraćanja robe trgovcu. Ovo se odnosi na registrirane trgovce preko interneta, ali ne i na internetske aukcije.

Na stranicama Europskog potrošačkog centra www.ecc-croatia.hr možete pronaći savjete o potrošačkim pravima u Europskoj uniji, u slučaju prekogranične pritužbe na trgovca sa sjedištem u drugoj zemlji Europske unije, Norveškoj ili Islandu. Također, možete zatražiti od ECC-a da kontaktira Europski potrošački centar u zemlji trgovca i tražiti da, u vaše ime, kontaktiraju trgovca i pokušaju pronaći rješenje za vašu pritužbu.



13. ŠTO AKO SUMNJATE U IZVRŠENU KUPNJI?

Ako sumnjate u izvršenu kupnju, odmah kontaktirajte banku koja vam je izdala karticu. Možda vam neće vratiti iznos na kartici, no barem ste ju zaštitili od moguće daljne neovlaštene uporabe.

OGRANIČENJA: Što ne (možete ili smijete) kupiti na internetu?



Odredene proizvode hrvatski građani ne mogu kupiti na internetu, odnosno ne mogu ih legalno unijeti u državu.

Primjerice, uvoz lijekova u poštanskom prometu nije dozvoljen niči za osobne potrebe. Zakonom o lijekovima i medicinskim proizvodima propisano je da lijekove za osobne potrebe građana temeljem propisanog recepta mogu uvoziti samo pravne osobe koje imaju dozvolu za promet lijekovima uz suglasnost Agencije za lijekove i medicinske proizvode. Također, Pravilnikom o prometu lijekovima o medicinskim proizvodima zabranjuje se prodaja lijekova koji nemaju odobrenje za stavljanje u promet u Republici Hrvatskoj preko interneta, odnosno poštanskim narudžbama.



IZNOSI do kojih se ne plaća carina i porez na dodanu vrijednost za robu naručenu putem interneta?

Carina nakon ulaska u EU za obične građane znači da je zona bez carine proširena koliko je EU duga i široka. U prijevodu, promet između zemalja članica EU smatrati domaćim prometom pa nema carinskih formalnosti i naplate carinskih davanja.

Međutim, na sav uvoz roba iz trećih zemalja ili izvoz roba u treće zemlje primjenjuje se zajednički carinski propisi EU i Zajednička carinska tarifa EU.

A to znači da će se za kupnju stvari iz Kine ili SAD-a trebati ograničiti na vrijednosti do 22 eura (s uključenom poštarnicom) ako želite biti oslobođeni i

carine i PDV-a, a isto vrijedi i za nekomercijalne pošiljke do 45 eura koje fizička osoba šalje drugoj fizičkoj osobi. Pošiljke do 150 eura, osim alkoholnih proizvoda, parfema i toaletnih voda, duhana i duhanskih proizvoda, ne podliježu carinjenju, nego samo PDV-u, dok se one viših iznosa ne oslobođaju nikakvih troškova.

Poštanske pošiljke se podnose na carinjenje uz valjani dokaz o vrijednosti robe, npr. račun, potvrdu o plaćanju, internet narudžbu ili ispis zaključenja nadmetanja.

POŠTANSKA POŠILJKA	DAVANJA	NAPOMENA
Pošiljke zanemarive vrijednosti do 22 EUR u kunskoj protuvrijednosti	Oslobođeno od carine i PDV-a	Ne odnosi se na alkoholna pića, duhanske proizvode, parfeme i toaletne vode
Besplatne pošiljke koje fizička osoba šalje fizičkoj osobi, namijenjene osobnoj uporabi, vrijednosti do 45 EUR-a u kunskoj protuvrijednosti	Oslobođeno od carine i PDV-za pošiljke vrijednosti do 45,00 EUR u kunskoj protuvrijednosti	Oslobodenje je količinski ograničeno za duhanske proizvode, alkoholna pića, parfeme i toaletne vode
Pošiljke zanemarive vrijednosti do 150 EUR-a u kunskoj protuvrijednosti, odnosi se na komercijalne i nekomercijalne pošiljke, bez obzira na primatelja	Oslobođeno od carine; PDV se obračunava na pošiljke čija je vrijednost veća od 22 EUR-a u kunskoj protuvrijednosti	Oslobođenje se ne primjenjuje na alkoholna pića, parfeme i toaletne vode, duhan i duhanske proizvode
Pošiljke iznad 150 EUR-a u kunskoj protuvrijednosti	Plaća se carina i PDV	

MORA li fizička osoba koja uvozi robu iz trećih zemalja (koje nisu članice EU) imati EORI broj?

Neki korisnici koji kupuju stvari na internetu trebaju EORI broj da bi ga mogli unijeti u Hrvatsku, drugi pak ne trebaju. Što je EORI broj i u čemu je kvaka?

EORI (eng. Economic Operators Registration And Identification System) broj je jedinstveni broj u Europskoj uniji koji gospodarskim subjektima i drugim osobama dodjeljuju carinska tijela ili posebno određena nadležna tijela država članica, a koristi se za identifikaciju gospodarskih subjekata i drugih osoba u njihovim odnosima s carinskim tijelima. Najjednostavnije rečeno, stiže li vam pošiljka vrijednosti do 1000 eura običnim načinom, dakle putem Hrvatske pošte, nećete morati zatražiti elektronsku deklaraciju, odnosno EORI broj. Navedene pošiljke pravne osobe mogu ocariniti usmenom deklaracijom, putem obrasca Obračun davanja. Dostavljaju li vam robu vrijednosti veće od 22 eura kompanijom brze dostave poput DHL-a, budite sigurni da ćete morati platiti carinu. Kompanije brze dostave (poput DHL-a) podnose elektronsku deklaraciju neovisno o vrijednosti robe uvažavajući pri tome carinska i porezna oslobođenja. Zahtjev za izdavanjem EORI broja podnosi se nadležnom Carinskom uredu, a kada ga dobijete on je ustvari HR+vašOIB.

Zahtjev za dodjelu EORI broja podnosi se u pisanim obliku. Obrazac zahtjeva sa svom popratnom dokumentacijom objavljen je na stranicama Carinske uprave http://carina.hr/e_carina/EORI.aspx

SKRIVENI troškovi kod preuzimanja pošiljke naručene putem brze dostave

Pazite se dodatnih troškova kod dostave putem DHL-a jer će vam oni svoje operativne troškove naplatiti 125 kn (100kn fiksnih troškova + PDV), a za pošiljke koje nisu ocarinjene unutar 5 dana od dana prispijeća naplata iznosi 55 HRK+ PDV dnevno i obračunava se od prvog dana. Robu vraćaju natrag nakon isteka 20 dana.

Ležarinu plaćate i Hrvatskoj pošti, ali cijena je za pismovnu pošiljku smješnih 1,10 kuna po danu. Carinski pregled i otpremu poziva za carinjenje platit će ukupno 18kn, a naplatit će vam i 5kn za uplatu iznosa carine ona žiro račun. Ipak je daleko jednostavnije i jeftinije od DHL-a.

LAŽNE stranice prodaju Ray Ban naočale

Postoje mnoge web stranice koje prodaju lažnjake, a među popularnijim su ovo ljeti bile brojne lažne stranice za prodaju Ray Ban naočala. Kupci su toliko povjerivali dobro iskopiranoj stranici službene Ray-ban.com stranice da su bez razmišljanja ostavljali brojeve svojih kartica na raznim stranicama koje su nudile ove naočale za cijene od 25€. Čak bi i 50€ bila smješno niska cijena.

Ono što morate znati u vezi Ray Ban naočala jest da nijedna web stranica koja u nazivu (URL) ima „ray ban“ nije prava, jer pravo na korištenje tog naziva ima samo službena stranica marke na ray-ban.com.

Evo popisa web stranica koje prodaju lažne Ray Ban naočale:

rayban-shopsale.com
rayban-spain.net
raybanchic-us.com
fashionstore-uk.com
rayban-serbia.com
raybanshopping-germany.com
raybanvipuk.com
billigsender.com
rayban-ok.eu
spain-rayban.net
fashionstore-online.com
raybanstyle-uk.com
raybanstop.com
raybandsourcing-ca.com
rayban2014sunglasses.com
raybandsunglasses4u.com
sunglasseslet.cc
bestbuyrayban.com
raybanes.com
rayban-slovak.com
ray-ban2u.net
discountsunglasses2014.com
goraybanstore.com
america-raybanshop.com
gorayban.com
rbglasses-europe.com
storenewonline.com
cheaprbglassteva.com
rbglasses-sale.com
rbshopping.com
rb-official.com
brand4cheap.com
raybandsourcing-belgium.com
rayban-onlinestore.co.uk
raybanclassicstyle.com
rboutlet-spain.com
australia-raybans.com
rayban-de.net
raybanbrandstore.com
rayban-korea.com
australiastore-rayban.com
raybandsunglassesonline.com
raybanstore-us.net
raybanbrandshopping.com
rayban-ok.com

ŠTO I KAKO KUPUJU HRVATI

SVAKI TREĆI KORISNIK INTERNETA U HRVATSKOJ KUPUJE ONLINE, NAJDRAŽI SU IM ODJEĆA, OBUĆA, ELEKTRONIČKI PROIZVODI I KNJIGE

Hrvati se redovito informiraju na internetu prije kupovine, ali nerado kupuju online. Dok gotovo 70% ljudi istražuje online, samo 12% ih i obavi kupnju klikom.



akо se putem interneta kupuje u prosjeku samo nekoliko puta godišnje, u Hrvatskoj sve više raste broj onih koji internet koriste za kupovinu različitih proizvoda i usluga, a najčešće za kupovinu **odjeće/obuće/modnih dodataka i elektroničkih uređaja**, pokazalo je istraživanje o korištenju i kupovini putem interneta koje je GFK proveo u rujnu 2013. godine.

Internet koristi 64% hrvatske populacije starije od 15 godina, od kojih je jedna trećina barem jednom nešto kupilo na internetu.

Krajem 2010. godine u cijeloj Hrvatskoj samo je 6% hrvatskih građana kupovalo putem interneta. U dvije godine, ovaj se broj uvećao gotovo četiri puta, te podaci iz 2013. godine pokazuju da je **23% hrvatskih građana barem jednom kupilo nešto putem interneta**, odnosno 36% onih kojih se koriste internetom. Iako 36% online korisnika kupuje preko interneta, njihove kupovine i nisu tako česte: najveći broj „kupaca“ (44%) kupuje nekoliko puta godišnje, te jednom u nekoliko mjeseci – 24%.

Češće od prosjeka kupuju mlade generacije: 15-24 godine – njih 44%, 25-34% – njih 39%, visokoobrazovane osobe – 38%.

Što i gdje kupujemo preko interneta?

Putem interneta najviše se kupuju odjeća, obuća, modni dodaci i elektronički uređaji. Oko 63% onih koji kupuju preko interneta su barem jednom kupili neki odjevni predmet, obuću ili modni dodatak, dok je svaki treći internetski kupac kupio elektronički uređaj.



Prepaid kartice umjesto čuvanja novca ispod madraca

Istraživanje koje je 2014. godine provela agencija Ipsos plus za MasterCard širom Europe naglašava moć prepaid kartica, kako bi se udovoljilo želji potrošača da kontroliraju osobne finansije.

Potrošači žele veću kontrolu nad svojim financijama te se suočavaju s problemima koje bi se moglo riješiti pomoći prepaid kartica, potvrđilo je istraživanje provedeno na 2400 ljudi u šest zemalja, a koje govori da 77% ljudi redovno provjerava stanje na svom tekucem računu, dok njih 79% zna točan limit na svojoj kreditnoj kartici.

Čak 77% korisnika prepaid kartica zadovoljno je nakon prvog korištenja, jer im nudi bolje upravljanje novcem. Odlična situacija u kojoj upravljanje novcem dolazi do izražaja jest džeparac djeci, svakodnevno ili kada idu na putovanje. Sigurnost je također ogromna prednost prepaid kartica, posebno na putovanjima u inozemstvo gdje se znaju dogoditi krade brojeva kreditnih kartica.



Svaki treći kupac na internetu kupio je elektroniku

Oko 63% onih koji kupuju preko interneta su barem jednom kupili neki odjevni predmet, obuću ili modni dodatak, dok je svaki treći internetski kupac kupio elektronički uređaj.

U odnosu na prijašnje godine, interes za domaće trgovine je u padu. Naime, u 2013. godini, 45% ispitanika kupovalo je u stranim online trgovinama, 25% u domaćim te 30% u objema.

Možebit razlog tome je pad popularnosti i gašenje brojnih stranica za grupnu kupnju poput crnojajehr, kolektiva.hr, ponudadana.hr, kupime.hr i drugih, koji su otvorili tržiste e-kupovine u Hrvatskoj. Stranice za grupnu kupnju su i najpopularniji tip e-trgovine, na kojima kupuje 45% ispitanika, i to najčešće žene za zagrebačkog područja.

U istraživanju koje je MasterCard proveo u travnju 2013. godine u suradnji s GfK Hrvatska, s ciljem praćenja i razumijevanja navika i stavova korisnika prema karticama, na uzorku od 1001 korisnika bankarskih usluga starosti između 18 i 55 godina, pokazalo je kako je udio ispitanika koji kupuju na internetu ostao je na istoj razini kao i u 2012. godini, a to je 75 posto, dok su najpopularnije kategorije knjige, odjeća i električnički proizvodi.

Hrvati godišnje online potroše između 5 i 6 milijardi kuna, a samo 20 posto tvrtki koristi internet za prodaju!

Prema istraživanju Mediascopea, koje je IAB Europe proveo od rujna 2011. do veljače 2012., u Hrvatskoj je na online kupnju u tom razdoblju potrošen 401 milijun eura (nešto više od tri milijarde kuna). Iz toga se može procijeniti da se potrošnja na godišnjoj razini kreće između pet i šest milijardi kuna. U Europskoj uniji je, prema istom izvoru, kupnja internetom dosegla gotovo 188 milijardi eura (više od 1,4 trilijuna kuna).

Prosječan hrvatski kupac je tijekom spomenutog razdoblja obavio sedam kupnji i pritom potrošio oko 1700 kuna, a prosječni Europljanin potrošio je oko 4000 kuna u 13 kupnji. Istraživanje je pokazalo da čak 98 posto od 2,5 milijuna korisnika interneta u Hrvatskoj traži mogućnost online kupnje.

Prema drugom istraživanju, koje je GfK proveo za Google Hrvatska, iako 90 posto malih i srednjih tvrtki ima pristup internetu, a više od 50 posto ima vlastitu web stranicu, njih samo 20 posto koristi internet za prodaju svojih proizvoda.



Ulaskom Hrvatske u EU internet kupovina sve popularnija

Među „online kupcima“ najviše je onih (72%) koji neće promjeniti učestalost svoje dosadašnje kupovine, koji će kupovati putem interneta isto kao i do sada, 20% će povećati svoju kupovinu, ali ne značajno, dok će njih 4% znatno više kupovati putem interneta baš zbog ukidanja carinskih pristojbi za zemlje u EU.

6% hrvatskih građana koji do sada nisu kupovali putem interneta, zbog ukidanja carinskih pristojbi i ujedno pojeftinjenja narudžbi, planiraju početi s kupovinom putem interneta.

Tako među korisnicima koji koriste internet za kupnju barem povremeno, njih čak 50% kupuje odjeću, obuću i modne dodatke, među kojima je najviše žena i mlađih ispitanika do 29 godina starosti. Elektronika je nešto popularnija među muškarcima, i to iz Slavonije i sjeverne Hrvatske, dok su knjige i glazba zanimljive više obrazovanima muškarcima, baš kao i softveri i online igre. Usluge vezane za kulturu najviše se odnose na Zagrepčane višeg socio-ekonomskog položaja, a Zagrebačani općenito najviše kupuju i osobne usluge poput usluga masera, frizera i kozmetičara. Za pretpostaviti je da je najveća ponuda takvih usluga ponudena upravo stanovnicima Zagreba putem različitih groupon servisa.

Popularna je i kupnja kozmetike i parfema među mlađim ženama, te avionskih karata, posebno među Dalmatinima.

Čak 52% ispitanika želi mogućnost kupnje debitnim karticama na internetu, a Visa ekesh Poklon kartica idealna je za takav profil ispitanika jer omogućuje kontrolu troškova.



Google: Hrvati na internetu najlakše kupuju putovanja!

Istraživanje Consumer Barometer koje je krajem 2013. godine proveo Google na više od 2000 korisnika interneta u Hrvatskoj koji su obavili kupnju artikla iz 36 različitih kategorija proizvoda, pokazalo je kako **internet u Hrvatskoj ima veliki utjecaj na donošenje odluka o kupovini**, no još uvijek se nedovoljno kupuje isključivo klikovima. Naime, ovisno o kategoriji, između 57% i 96% istraživanja proizvoda i odluka o kupovini donesen je koristeći različite internetske izvore. **U maloprodajnom sektoru 68% ispitanih osoba je obavilo istraživanje i odlučilo o kupovini pregledavajući različite internetske izvore, od čega je tek 12% kupnje obavljeno izravno na internetu.**

Kao maloprodajne kategorije na koje najviše utječe **istraživanje na internetu** pokazale su se: knjige i kućanski aparati (81%), sportska oprema (78%) i pokućstvo/namještaj (78%). Istodobno, najviše kupljenih proizvoda iz ovih kategorija su knjige (28%) i sportska oprema (18%), dok se preko interneta najmanje kupuje oprema za uređenje doma i pokućstvo (6%).



Zašto trebam web shop?

- Veće tržište
- Otvoreno 24 sata 7 dana u tjednu
- Nema plaćanja najamnine prostora
- Manji troškova opremanja
- Nema troškova režija (struja, voda, plin, telefon)
- Manji broj radnika
- Ne postoji ograničenje u broju artikala

96% korisnika istraživanje je napravilo putem interneta, dok je 60% obavilo i kupnju preko interneta

Namještaj se i dalje većinom kupuje offline iako ¾ kupaca koristi internet kako bi pronašli proizvod koji im se sviđa. Nakon istraživanja, odlazu u fizičku trgovinu obaviti samu kupnju što se pravda time da korisnik takve stvari voli vidjeti uživo, kako bi bolje iskusio dimenzije proizvoda.

Najbolja situacija je kod putovanja. Hrvatski korisnici najčešće su na internetu provodili istraživanja i donosili odluke o kupnji kad je riječ o putovanjima:

Čak **96% korisnika istraživanje je napravilo putem interneta**, dok je 60% obavilo i kupnju preko interneta. Druga najpopularnija kategorija su potrošačka elektronika i mobiteli gdje je 92% istraživalo i 27% obavilo kupnju na internetu te sektoru medija koji, primjerice, uključuje kino ulaznice, i u kojem je 85% istraživalo i 38% obavilo kupnju na internetu.

PLAĆANJE NA INTERNETU

KREDITNE, DEBITNE, PREPAID KARTICE, PAYPAL ... ŠTO ODABRATI?

Razlog broj jedan zbog kojeg kupci zaziru od internetske trgovine je strah od krađe. Kome ostavljaju svoje podatke i broj kartice? Gdje se to čuva i tko može do tih podataka?



Kupoprodajni internetski proces gotovo je nemoguć bez posjedovanja kreditne kartice, a nemali broj ljudi upravo zbog bojazni od hakiranja ne želi upisivati broj svoje kartice.

Rješenje za to pružili su prepaid kartice s unaprijed određenim limitom te PayPal servis koji štiti kupca zahtijevajući svojim strogim pravilima sigurnosti.

Ukoliko nemate otvoreni račun i banci, niste kreditno sposobni ili imate problem s privatnošću i sa-kontrolom kod kupovine, najbolji odabir jest prepaid kartica.

Prepaid kartice mogu se koristiti instant i za njih nije potrebno previše muke i truda. Kupite ih offline za određeni iznos (npr. 250, 500 ili 1000 kuna) i koristite kad vam zatreba offline ili online kupnja. Prepaid kartice posebno su pogodne za kupnju na servisima na kojima ne želite istaknuti svoje prave podatke, a najviše se koriste za igranje igara i pristup multimedijskim sadržajima različitih vrsta. Idealne su za kontrolu troškova, posebice ako se volite „zaigrati“ klikanjem po proizvodima i uslugama.

Paypal s druge strane traži inicijalno postavljanje računa u kojem morate ostaviti sve svoje podatke i broj kartice. No, jednom pohranjeni podaci o kartici na ovom servisu znači da naknadno vlše nećete

Kako do ekesh prepaid kartice?

Otidite na bilo koji kiosk Tiska ili posjetite Tisak media centar te zatražite ekesh Visa Poklon karticu od 250, 500 ili 1000 kuna. Vaša kupnja može početi odmah.

morati upisivati broj svoje kartice, a postavljen je toliko sigurno da su šanse za njegovo hakiranje i krađu podataka minimalne. Dobra stvar je da PayPal traženi iznos naplaćuje od banke s kojom je povezana vaša kartica te ga proslijede na račun prodavatelja. Na ovaj način ne otkrivate podatke s kreditne kartice prodavatelju.

Kvaka je u tome što vlastiti novac ostavljate isključivo PayPalu, koji je odgovoran za proces kupnje te vam jamči povrat sredstava u roku od 45 dana u slučaju da niste dobili kupljeni proizvod ili nešto s njim nije u redu. Velika "mana" ovog servisa jest što vam je uvijek dostupan online shopping, što nije dobro ukoliko imate problem s kontroliranjem nagona za kupnju ili dijelite računalno i tablet s djecom koja mogu lako izvršiti kupnju – doznaju li vašu lozinku za Paypal račun ili kada, primjerice, nastavljaju s kupovinom u AppStoreu. In-game kupnja jednom kad ste unijeli lozinku za kupnju u AppStoreu vrši se putem jednog klika, što vaše dijete može dobro iskoristiti.

Kako registrirati Paypal račun?

Prvi uvjet jest da imate kreditnu ili debitnu karticu otvorenu u nekoj banci.
Zatim slijedite postupak registracije:

- Na web stranici www.paypal.com/hr, kliknite "Sign Up" za otvaranje računa.
- Odaberite način otvaranja računa kao fizička osoba te označite Hrvatsku kao zemlju.
- U sljedećem prozoru upišite osobne podatke i e-mail adresu.
- E-mail adresa koju ste unijeli postaje vaše korisničko ime kojim plaćate i kojim ćete primati novce.
- Dodajte karticu.
- Potrdite stvaranje računa, a nakon toga bi vam na e-mail adresu koju ste ostavili trebao stići verifikacijski e-mail u kojem se nalazi link za potvrdu postupka registracije.
- Upišite lozinku koju ste odabrali i proces je registracije gotov! Vaša prva internetska kupnja može početi, no s limitom od 100USD. Da biste skinuli taj limit potrebno je verificirati karticu - potvrditi da ste njen vlasnik.
- Uđite u PayPal account> Profile> Add card> Verify Account.

Slijedite upute te će vam za 3 dana vaš račun biti verificiran. Dobit ćete poruku „We made a \$1.95 USD or equivalent charge to your card on Feb 5, 2013. Check your summary of financial activity provided by your card issuer for the unique code we sent with the charge.“

Proces verifikacije je postupak u kojem PayPal naplati 1.95 \$ s kartice koju ste unijeli, a pod opis plaćanja stavi taj kod koji morate unijeti na PayPalovoj web stranici. Verifikacija traje nekoliko dana (3-4 dana), a za nju je potrebno upisati 4 brojke koju ćete dobiti u banci ili putem internetskog bankarstva, u izvodu računa pod trošak kartice. Primjerice, vidite li u fakturiranim troškovima transakciju opisa: 1234PAYPAL--*EXPUSE 77789523326 1.95\$, ono što jest vaš verifikacijski kod su prve 4 brojke, u ovom slučaju „1234“.

Ovim PayPal potvrđuje vas kao vlasnika kartice i vraća vam natrag 1.95\$.

Po uspješnoj verifikaciji, više nemate ograničenje od 100 USD za kupnju.

14 glavnih RAZLOGA ZAŠTO LJUDI NE KUPUJU U VAŠEM WEBSHOPU I ŠTO MOŽETE UČINITI DA TO SPRIJEĆITE



Napravili ste webstranicu, postavili webshop, ali proizvodi se ne prodaju. Što činite pogrešno?

Imate li prodajnu trgovinu na internetu, a kupaca nema, sasvim je normalno da ćete biti frustrirani i da ćete otpisati internet kao korisno sredstvo prodaje. No, možda nije internet kriv što se vaši proizvodi ne prodaju, možda radite neku od tipičnih pogrešaka zbog kojih potencijalni kupci nikad ne kliknu onaj završni OK na narudžbu ili odustaju na koracima i prije toga. Prema istraživanju Instituta Baymard, **67,75% svih online košarica se napušta prije završetka procesa kupovine**.

Obzirom da ste na internetu, imate uvid u čitav niz podataka o ponašanju vaših kupaca samo ako pozorno obratite pažnju na ono što vam govore podaci dostupni putem Google Alayticsa. Doznat ćete gdje vaši kupci najviše „slijeću“ (koja ih stranica tj. proizvod najviše zanimaju), putem kojih kanala ili ključnih riječi su došli do vas te gdje najčešće odustaju od kupnje.

Pozabaviti se analiticom trenutnog stanja prvi je korak ka uspješnom lječenju neprofitabilnog web-shopa.

1. Po čemu ste bolji od konkurencije?

Sigurno niste prvi koji prodaje određeni proizvod. Koji je vaš USP (unique selling point, odnosno jedinstvena točka prodaje)? Što nudite, a da drugi nemaju? Brinete li se za okoliš, pomažete li nekoj humanitarnoj udruzi poput mnogih drugih? Imate li isti dizajn stranice i poslovni model kao drugi, poput 50-ak groupon stranica u Hrvatskoj kojima nitko ne zna ime? Pronadite nešto što će vas izdvojiti od drugih. Možda se kod vas proizvodi mogu pretraživati po rangu cijena, boji ili prigodi?

Zapamtite, hrvatska groupon stranica Crnojaje.hr bila je 57. takva stranica kada je izašla na tržiste, no pametnim brendingom, drugim načinom komunikacije i aktivacijom TV kanala u prodaju je postigla izvrstan uspjeh i u manje od dvije godine postala broj 1, dok je konkurenca izumirala.



2. Što drugi kažu o vašim proizvodima?

Možda imate ljepši, veći ili noviji proizvod, no sve je to užalud ako nitko za njega ne zna ili im taj proizvod ne ulijeva dovoljno pouzdanja. Svakako ulažite u dobivanje recenzija kupaca te se potrudite da vaši kupci budu vaši najbolji ambasadori.

Kada nešto naruče od vas, pošaljite im gratis znak pažnje i dodajte popust za sljedeću kupnju u zamjenu za recenziju na vašoj stranici. Drugi kupci više vjeruju stvarnim kupcima prije njih, nego tvrtki koja prodaje proizvod, pa će više vremena provesti čitajući tude komentare nego vaš službeni opis onog što prodajete.

3. Content marketing: Kako prodajete proizvode?

Zapamtite, ljudi kupuju proizvode s kojima mogu poboljšati svoj način života. Ponudite im razlog zašto bi kupili određeni proizvod. Napišite niz članaka o tome kako vaši proizvodi pomažu u rješavanju određenih problema, dozvolite da vas ljudi pronađu putem tražilice kada „gugljuju“ svoj problem. Ako se prepoznaju u vašem članku, bit će skloniji od vas kao poznavatelja problema kupiti i rješenje – vaš proizvod. Budite stručnjaci za ono što prodajete i prodaja neće izostati.



4. Istaknite hit proizvode i akcije

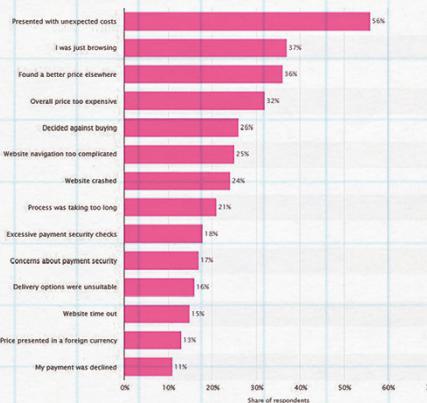
Kupci se na novoj web stranici teško snalaze pa im olakšajte putem do željenih proizvoda.

Na vidljivo mjesto (najbolje u navigaciju imati stalne rubrike) postavite „trenutne akcije“ i „najprodavanije proizvode“ jer ljudi žele ono što su drugi već kupili i ono što mogu dobiti po pristupačnoj cijeni.

5. Koliko koraka do kupnje?

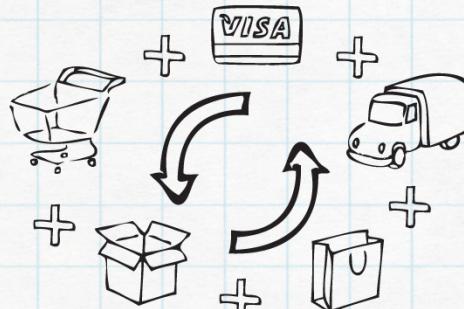
Čak 25 posto kupaca napušta webshopove jer je stranica prekomplikirana za korištenje, pokazalo je istraživanje koje je provela Statistica. Prekomplikiran način registracije, manjak fotografija i previše koraka do završetka kupnje učinit će svoje da udalje kupca koji želi jednostavno i sigurno iskustvo.

Why do online shoppers leave without paying?



6. Cijena

Nepredviđeni troškovi prilikom kupnje mogu itekako udaljiti kupce. Istraživanje Statistice pokazalo je da 56 posto kupaca oduštaje od kupnje na koraku gdje im se prezentiraju dodatni nepredviđeni troškovi, dok 36 posto odlazi jer su pronašli bolju cijenu na drugoj adresi.



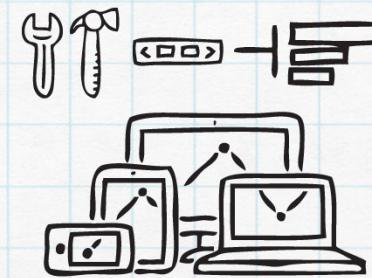
7. Cijene istaknute u jednoj valuti

Ako imate stranicu za međunarodni promet, uvedite mogućnost isticanja cijene u različitim valutama kako bi se kupci lakše snazili. Možete uvesti i raspoznavanje korisnika po IP adresi i ponuditi mu automatski prilagođenu valutu.

8. Loša stranica

Web stranica koja izgleda loše, kao da je napravljena na brzinu, ne odaje dojam profesionalnosti. Prevaranti se vrlo često služe jednostavnim stranicama koje nalikuju mnogim drugima, pa je dobro da se izgledom i funkcionalnošću izdvojite od drugih.

Poradite i na brzini stranici, jer sporo učitavanje dovodi do gašenja stranice.



9. „Samo gledam“

Čitav niz korisnika nije spremno na kupnju, već istražuje informacije na internetu. Njih 99 posto neće ništa kupiti tijekom prve posjeti, no čak 75 posto će se vratiti s namjerom kupnje. Samo ne još, prvo da provjere ostale. Ako ih pridobijete da vam ostave podatke, poput e-maila u zamjenu da prilikom prve kupnje ostvare neke benefite poput 19% popusta ili besplatne dostave, moći ćete ih lakše pretvoriti u kupce. Osim što sada imaju razlog više da kupe kod vas zbog ponuđenih benefita, možete ih podsjećati da postojite newsletterima (nemojte pretjerivati sa slanjem). S dobrim remarkingom i personaliziranim pristupom kupcu povećavate šanse za prodaju, a statistike govore da 26 posto onih koji su napustili košaricu jednom na vašoj stranici nakon ovakve taklike izvrše kupnju u nekoj od budućih posjeta.

10. Različite vrste plaćanja

Što više različita način plaćanja imate, veće je vjerojatnost da će kupci kupovati kod vas. Ponudite minimalno plaćanja karticama (kreditnim, debitnim i prepaid) ili PayPalom.



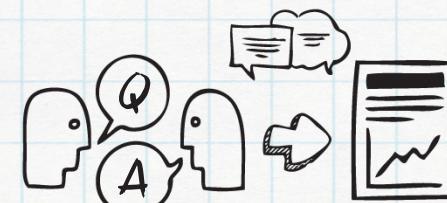
11. Podrška

Imate li podršku na stranici u obliku telefonskog broja ili chata uživo, korisnicima će porasti povjerenje u vas i olakšati brige da se neće imati kome obratiti u slučaju potrebe.



12. Ucestala pitanja i odgovori

Svakako je dobro imati na stranici postavljenu rubriku s učestalim pitanjima i odgovorima kako bi se korisnik bolje snalazio te lakše otklonio bilo kakve sumnje.



13. Sigurnost

Kupci su iznimno zabrinuti oko sigurnosti te poduzmite sve kako biste ih uvjerili da je njihova kartica sigurna kod vas. Postavite certifikate za sigurnu kupnju na vidljivo mjesto te ponudite načine dodatnih osiguranja.

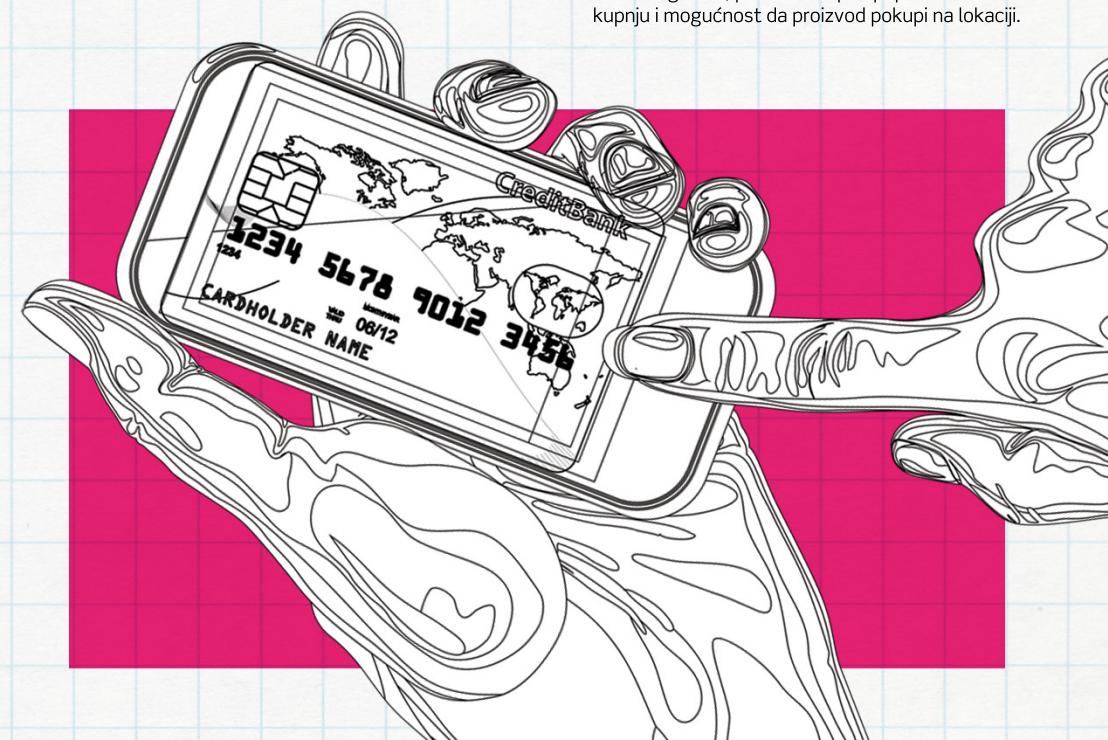


4. Dostava i poštارina

Korisnici očekuju besplatnu dostavu. Iako to nije moguće ostvariti za sve korisnike i uvjek, možete ponuditi dane sa smanjenom cijenom dostave, dane kad je dostava potpuno besplatna ili dostave koje su besplatne ako korisnik nešto učini za vas (podjeli na društvenim mrežama, doveđe drugog newsletter preplatnika itd.).

Najjednostavniji način kojim ćete zadovoljiti kupce, a pritom sebi zadržati profit, jest da ponudite besplatnu dostavu nakon određenog potrošenog iznosa.

Što se tiče načina dostave, korisnici uvjek traže brži i jednostavniji način te im ponudite više opcija kako biste zadovoljili različite skupine kupaca. Imate li i fizičku trgovinu, ponudite kupcu popust za online kupnju i mogućnost da proizvod pokupi na lokaciji.



BLOG SHOPPINGOHOLIČARKE



Ako lažete koliko kupujete, dobrodošli u klub shoppingoholičara. Dozvolite da vas izljećimo.



Piše:
Andrea
Stolnik

Prije nego se bolje upoznamo, postaviti ću vam jedno pitanje: **koliko ste puta ovog mjeseca nekom lagali koliko zapravo kupujete?** Ne morate odgovoriti na glas, dovoljno je da osvijestite što radite i da sebi priznate kako imate problem, baš kao i ja: Ja sam shoppingoholičarka, na lječenju.

Nema puno toga goreg od života u dugu i čekanja da se dug otplati ili barem smanji za onoliko koliko nam opet treba da dug bude do svih ograničenja. Kartičarske kuće daju nam po 20-30 tisuća minusa, banke odobravaju minuse čim imaš stalni posao pa on nekako naraste na istih tih 30 tisuća, pa te onda zovu da bi ti smanjili minus dok istovremeno kartičarska kuća šalje opomenu jer ste i dalje u dugu, koji je čak prešao dozvoljeni limit i imate rok od „odmah sada“ da ga platite.

Prvi put kad dobijete opomenu, srce vam ne prestaje tući dug, dug. Pronalazite načine da ipak skrpate za ratu mjesечne otplate ako ste na revolving kartici ili od nekoga posudjujete lov u vratite cijeli iznos na kreditnoj kartici, uspijivate izvesti salto i smiriti srce do idućeg mjeseca. Možda još tako uspješno izvršite salto koji mjesec, no

vjerojatnost da ćete nakon šest mjeseci opomena tek hladno pogledati u pismo vaše banke ili kartičarske kuće je ogromna. naviknut ćete se da živite u dugu i nakon prvog preživljenog mjeseca u kojem nećete namiriti sve dužničke potrebe, shvatit ćete da još niste u zatvoru i da možete „kombinirati“.

Većina ovisnika se jednostavno navikne na stalnu potrebnu i na stalno zadovoljanje potrebe, čisto toliko da „diler“ ostane miran. To što se tješimo da nismo ovisni o drogama, a pritom se uvaljujemo u dugove na karticama i po tekućem računu zbog stvari koje nam nisu priješko potrebne poput hrane ili školskih knjiga, nije neka sreća. Na život u dugu čovjek se može naviknuti, kao što se navikne na mnoga stanja. No život u dugu znači i stalnu anksioznost, život u stalnom očekivanju i razmišljanju hoćemo li idući put biti dovoljno sretni da pokrpatimo dugove, znači nesigurnost i vrlo vjerojatno besane noći, ma koliko se mi na našoj svjesnoj razini „pomirili da para nemamo.“ Slični simptomi kao kod ovisnika, gdje negiranje stanja i kemijske reakcije u našem tijelu koje se opiru tom negiranju, dovode život do (kontroliranog) kaosa.

„Para nema,“ jednostavna je rečenica koju izgovaraju svi i posvuda posljednjih šest godina recesije. I kad shvatiš da je rečenica točna i da ima i gorih ljudi oko tebe, sa znatno manje novca, onda ti tvoj dug na svjesnoj razini postane „u redu“, kategorija nečega s čim možeš živjeti jer je, eto, situacija takva, a i drugi su u sličnim situacijama. No jesu li svi krivi jednakim za svoje dugove? Ili ste vi možda otišli na dva putovanja previše, kupili pet pari cipela previše na onoj odličnoj akciji na net-a-porteru i uglavnom jeli po restoranima, jer se „ne isplati kuhati za dvoje“?

Zgodno je voditi evidenciju vlastitih finansija, čisto da vidite na što trošite. Ponekad nam se sitnice nakupe toliko da postanu hrpa preko koje padamo, a mi tu hrpu ne vidimo. Koliko potrošite na online igre, dok se malo zezate sami ili s djecom? Koliko puta jednim klikom kupite časopise, knjige i odjeću na raznim servisima na kojima ste već registrirali karticu ili imaju Paypal plaćanje koje vi, naravno, imate aktivirano?

Ako ste se prepoznali u gornjim recima, pratite me i dalje, na blogu na ekesh.com stranici, gdje ću vas od listopada učiti kako kupovati, i usput kontrolirati svoje financije.

VODIČ ZA POČETNIKE

Gdje što možete kupiti?

Najprodavaniji predmet na svijetu je Rubikova kocka, prodana u 350 milijuna primjeraka do danas. Znate li gdje ju možete kupiti?

-50%



Sigurno ste već upisivali u Google neku stvar koju ste poželjeli kupiti. Ako ste to radili na engleskom jeziku, vjerojatnost ste „završili“ na eBayu ili Amazonu, najpopularnijim internetskim trgovinama na svijetu za cijeli zapadni svijet. eBay je prema prvom hrvatskom istraživanju Best Buya 2010. godine bila najpopularnija internetska trgovina među hrvatskim građanima! No, eBay i Amazon su „male bebe“ prema kineskom divu Alibabi.

Alibaba je najveća svjetska online trgovina. Vlasnik je Kinez, a nedavno je izашla na svjetsko tržište domaćica i postala pravi hit. Njezine tri glavne prodajne stranice Taobao, Tmall and Alibaba.com imaju stotine milijuna korisnika te milijune prodavača i tvrtki koji rade preko njih. Transakcije u 2013. godine iznosile su 248 milijuna američkih dolara, više nego što su eBay i Amazon zajedno ostvarili.

Ipak, vi vjerojatno nećete kupovati na Alibabi obzirom da je namijenjena prvenstveno velikim trgovcima pa su minimalne količine gotovo uvijek iznad 1, što znači da morate naručiti minimalno 5, 50, 500 ili 1000 komada artikla kojeg želite. No, ova web adresa odlična je planirati li kupovati na veliko.

A gdje i što kupovati kad kupujete „na malo“?

Krenimo od Hrvatske.

Prva i najveća internetska trgovina prehrambenim artiklima jest Konzumova prodavaonica na adresi online.konzum.hr, koja postoji više od 10 godina, a krajem prošle godine imala je preko 70 tisuća registriranih korisnika. Prodavaonica ima organiziranu dostavu, ali i sustav Pokupi koji vam omogućuje da naručeno online pokupite isti dan offline, čime bitno štedite na vremenu. Zaposleni, trudnice i starije osobe ipak se odlučuju na dostavu na svoj kućni prag.



Poželite li kupiti proizvode iz kategorija sličnih onim na Amazonu, najveći internetski shopping centar s hrvatskim adresom iMall www.i-mall.hr, vjerojatno će zadovoljiti vaše appetite jer ima izlistano preko 50 tisuća artikala. Touch screen rukavice ili rukavice s kojim možete koristiti vaš pametni telefon ili tablet ovdje ćete sigurno naći, kao i alate ili primjerice, sudoper. Također, moguće je jednostavno otvoriti vlastiti webshop putem ove stranice.

Od domaćih trgovina preporučili bismo svakako da provjerite tisakmedia.hr, mondo.hr, superknjizara.hr, emmezzeta.hr, ikea.hr, conrad.hr, polleosport.hr, bike.hr, sonusart.hr i brojne druge.

Najpopularnije trgovine za knjige, glazbu, filmove, gadžete i raznih drugih asortimana su svakako Amazon, eBay, Dealextreme, Alibaba, Taobao, Aliexpress.com, Tmall i hrvatske trgovine Tisakmedia.hr i Mondo.hr. Internetskoj populaciji bit će poznate trgovine poput Etsyja (posebno ako su cure) ili ThinkGeeka (posebno ako su dečki) gdje možete kupiti jako unikatne i cool stvari. Na Etsyju se okupljuju kreativci koji prodaju proizvode koje su sami napravili, dok ThinkGeek nudi proizvode vezane uz igre, serije i filmove koje gledate pa će obožavatelji Star Warsa, Star Treka, Igre prijestolja, Teorije Velikog praska ili Minecrafta ovdje ostati jako dugo i trpati stvari u košaricu.



Već ranije spomenuti eBay je najčešće prva destinacija na kojoj netko kupi po prvi put putem interneta. Na toj web stranici pronaći ćete i nove i rabljene stvari, a najviše će ponude biti iz Kine. Asortiman je toliko širok da je zaista teško naći nešto ne možete kupiti na ovoj internetskoj trgovini, pa je ponekad potrebno provesti zaista puno vremena u traženju onog što želimo iako je trgovina odlično kategorizirana. Jednostavno je ogromna. Neke stvari su aukcijske, odnosno natječete se za njih i ako pobijedite, uglavnom dobijete željenu stvar daleko ispod tržišne vrijednosti. Međutim, većina stvari se može kupiti odmah, što je dobro za one koji su nestripljivi ili jednostavno imaju potrebu za nečim te imaju dovoljno novca. Na eBayu ćete proći vjerojatno jeftinije nego na Amazonu, no Amazon je sinonim za kvalitetnu kupnju.

Što se Amazona tiče, strane knjige i glazba ovdje su daleko najpovoljniji, posebice otkad smo ušli u EU i nema carine na posiljke iz EU-a. Svakako prvo pogledajte amazon.co.uk i amazon.de, a tek ako tamo nema stvari, naručite s Amazon.com, američke verzije web stranice. Skladišta Amazona se nalaze diljem svijeta radi brže distribucije proizvoda, a nama najbliže je ono u Njemačkoj.

Na Amazon.com možete kupiti Kindle edicije knjiga, koje možete čitati i na svojim tabletima. Knjiga u Kindle izdanju je jeftinija od klasične knjige, a i na vaš uredaj stiže odmah nakon kupnje. Poželite li pak kupiti određene proizvode iz asortimana za

kućanstvo ili elektronike, postoji mogućnost da čete prilikom „chekouta“ (završavanja kupovine) dobiti poruku kako proizvod ne šalju u Hrvatsku. Razlozi mogu biti široki, od onih da se neki proizvod ne može uvesti u Hrvatsku do najčešćeg razloga da garančija ne vrijedi u našoj zemlji. U tom slučaju slijedi guglanje gdje je moguće taj proizvod kupiti, a da ga dostavljaju kod nas.

Tražite li odjeću i obuću ili kozmetičke preparate, internet ćete zavoljeti instantno. Ponuda webshopova je ogromna, sve ih više dostavlja u Hrvatsku, a odabir i cijene su toliko dobre da čete sve manje odlaziti u naše trgovine. Romwe i Martofchina svidjet će se djevojkama plicađem džepa kojima marke nisu bitne, dok će oni koji cijene originale zastati na Net-a-porteru ili Theoutnetu gdje se dizajnerski komadi

Balenciage, Burberryja, Helmuta Langa, Yves Saint Laurent ili Vere Wang mogu naći po sniženim cijenama, prilagođenim hrvatskim prilikama.

Postoji niz trgovina koje nećemo spomenuti iz raznih razloga, a jedna od njih jest i jezična barjera. Tmall je najveći online webshop u Aziji na kojem je sve na kineskom jeziku, no zato postoje druge stranice koje nude pomoći pri kupnji na toj stranici, kao i na drugima na kojoj se komunicira isključivo na kineskom, poput Taobao, Paipai, dangdang, 360buy ili WholeSale. Bez tude pomoći ili naprednog tečaja kineskog, tamo ćete se teško snaći.

Niže ćete pronaći neke destinacije* koje bi vam mogle olakšati ulazak u svijet online shoppinga, a za sve ostalo tu je tražilica Google.

1) Hrana

online.konzum.hr, okusi-azije.hr, volimljuto.com

2) Tehnika, knjige i glazba

tisakmedia.hr, mondo.hr, conrad.hr, ekupi.hr, hgshop.hr, superknjizara.hr, gameshop.com.hr, sonusart.hr, interliber.com, tehnopolis.hr, links.hr

3) Domaće groupon stranice za povoljniju kupnju

crnojaje.hr, ponudadana.hr, kupime.hr itd.

4) Modne destinacije

asos.com, net-a-porter.com, shopbop.com, zappos.com, romwe.com, martofchina.com, mango.com, fashion-boutique.hr, veromoda.com, Etsy.com, theoutnet.com, allsaints.com, riverisland.com, luisaviaroma.com, whistles.com, kurtgeiger.com, lega-lega.com, xlshoes.hr

5) Ljepota i zdravlje

Beauty.com, strawberrynet.com, Swansominerals.cpm, Amazon.com, covergirl.com, garden.hr, kosarica.hr, hedera.hr, eljekarna.hr, ljekarnik.hr, bioshop.hr, fitzona.hr, encian.hr, mojaljekarna.hr

6) Cool stvari

Thinkgeek.com, thefowndry.com, shop.brando.com, etsy.com

7) Namještaj i stvari za kućanstvo

emmezzeta.hr, ikea.hr

8) Sport i hobи

polleosport.hr, bike.hr, top-tim.com, tc-sport.si, flexshop.com, fitness.com.hr, artshop.hr, chemaco.hr, sport4pro.net

9) Kućni ljubimci

pet-centar.hr, dajsapu.hr, petdirekt.hr

10) Djeca

crobebe.com, kikilina.si, sarenikutak.hr, pixiekid.hr, gugalni-konjicki.si, babysigns.hr, smile4me.net, male-stvari.hr, ekoigracke.hr

*Odabir destinacija je urednička odluka te se ne radi plaćenoj reklami tvrtki.



Producija sadržaja, dizajn i izrada e-knjizice:

Kiosk studio | Ulica grada Mainza 17 | Zagreb | www.kioskstudio.net

Sva prava pridržana.

TISAK

Ovdje kupite Visa® ekesh Poklon karticu!



► Poklon karticu moguće je kupiti u iznosima od **250, 500 ili 1000 kn**.

► Sa Visa ekesh Poklon karticom sigurno i jednostavno plaćajte na internetu bez otvaranja računa.



Idealan poklon za dragu osobu

Kontrola osobnih troškova
(za putovanja, djezerpar djeci i sl.)

Mogućnost plaćanja na svim VISA
prodajnim mjestima u zemlji i inozemstvu

VISA

www.ekesh.com

0800 66 99 66

podrska@ekesh.com