



Пројекат финансира
Европска унија



Република Србија
Министарство трговине, туризма и
телекомуникација



Република Србија
Министарство привреде



IZVOZNO ORIJENTISANA MALA I SREDNJA PREDUZEĆA I E-POSLOVANJE



 **e-business**
DEVELOPMENT



e - izvoz

je praksa elektronskog prijema i obrade narudžbina od kupaca koji se nalaze u inostranstvu.

Ova publikacija izrađena je u okviru projekta *Razvoj elektronskog poslovanja* koji finansira Evropska unija. Sadržaj publikacije apsolutno izražava stanovišta, mišljenja i stavove projekta *Razvoj elektronskog poslovanja* i ne predstavlja nužno stavove i mišljenja Evropske unije. Projekat sprovodi konzorcijum predvođen *Exemplas Ltd* u saradnji sa: *ACE Consultants, European Profiles, Imorgon, Seidor i Teamnet International*.

IZVOZNO ORIJENTISANA MALA I SREDNJA PREDUZEĆA I E-POSLOVANJE

Orijentacija ka izvozu je viša i potencijalno izuzetno unosna faza u razvoju za mnoga preduzeća. Razmislite koliko je potencijalnih kupaca širom sveta koji čekaju na vaš proizvod.

Prednosti izvoza:

- Povećana prodaja i povećana profitabilnost;
- Smanjeno oslanjanje na domaće tržište zbog diversifikacije tržišta;
- Nove mogućnosti za rast;
- Ekonomija obima (veća proizvodnja, manji jedinični troškovi);
- Upotreba viška kapaciteta (kroz povećanje prodaje);
- Podmlađena prodaja postojećih proizvoda;
- Smanjena ranjivost proizvoda tokom sezonskih oscilacija na tržištu;
- Povećan ugled preduzeća.

Za većinu vlasnika preduzeća, pozicioniranje na stranom tržištu je složen i dugotrajan proces. Međutim, korišćenje e-poslovanja za izvozno orijentisana mikro, mala ili srednja preduzeća može biti relativno jednostavno rešenje. Sa e-poslovanjem nećete morati da brinete o pitanjima vezanim za marketing i prodaju svog proizvoda na stranim tržištima, a sklapanje ugovora i plaćanje elektronskim putem značajno pojednostavljaju izvozno poslovanje preduzeća. Razumevanje lokalnih pravila i običaja lako postaju sastavni deo vaše elektronske ponude.



Kako **e-poslovanje** pomaže izvoz malih i srednjih preduzeća?

Prodaja putem interneta pomaže da vaš proizvod stigne do novih tržišta i da povećate prodaju i prihode. Ukoliko ste zainteresovani za prodaju proizvoda drugim preduzećima, možete koristiti internet da pronađete potencijalne klijente, objavljujete pozive za saradnju i nudite svoje proizvode ili usluge za prodaju putem svog ili putem specijalizovanih e- trgovinskih veb-sajtova.

Za određene industrije, proizvode i usluge, **e-poslovanje** izvoznici smanjuje troškove u vezi sa obradom naloga, plaćanjem, postprodajnom uslugom, direktnim marketingom i oglašavanjem. Ukupni troškovi realizacije strategije pristupa novom tržištu koristeći e-poslovanje su značajno niži u odnosu na tradicionalne mehanizme.

Neka od ključnih pitanja na koje morate imati jasan odgovor pre nego što krenete da izvozite elektronski su sledeća:



- *Da li ste spremni da izvozite online?* ✓
- *Ko su vaši ciljni kupci?* ✓
- *Da li koristite internet?* ✓
- *Koje informacije će vaš veb-sajt obezbediti?* ✓
- *Kako će ga vaši klijenti koristiti?* ✓
- *Kako se strategija e-trgovine uklapa u vaše izvozne ciljeve?* ✓
- *Kako efikasno možete da pružite personalizovanu uslugu prilagođenu potrebama klijenta?* ✓

Koje su koristi za izvozno orijentisana mikro, mala i srednja preduzeća od korišćenja interneta?

Korišćenje interneta i **e-poslovanje** omogućava pristup velikom broju potencijalnih kupaca iz celog sveta bez potrebe da se uspostavi fizičko prisustvo u drugim zemljama i jako je važno da:

- **Prilagodite svoj proizvod ili uslugu na osnovu lokacije kupca** - možete lokalizovati i personalizovati veb-sajt za različita tržišta (npr. da pružite informacije na lokalnom jeziku i prikazete cenu na valuti ciljanog tržišta).
- **Jasno prikazete karakteristike i prednosti vašeg proizvoda ili usluge** - vaš veb-sajt je idealno sredstvo da tržištu pokažete i promovirate svoj proizvod ili uslugu, korišćenje fotografija i videa u opisu proizvoda, prikazivanjem tehničkih detalja, preporuka korisnika... Lako možete da upravljate sadržajem koji vaši klijenti vide i gde mogu da saznaju o vama i vašem proizvodu. Isto tako, vaš veb-sajt je velika platforma za razmenu informacija o tome kako vaš proizvod zadovoljava međunarodne standarde i kakva je politika vaše kuće (cene, dostava, povraćaj proizvoda...)





- **Ponudite elektronsku korisničku podršku** – Preporučljivo je pružanje besplatne, jednostavne i lako dostupne podrške klijentima kroz elektronsku prezentaciju i/ili video sa najčešće postavljanim pitanjima i odgovorima ili putem e-pošte za pomoć, za razliku od tradicionalnog telefonskog poziva koji je skup i dugotrajan.
- **Promovišete svoje preduzeće** - Mnogi kupci su zainteresovani ne samo za specifikaciju proizvoda ili usluga, već i za informacije o kompaniji sa kojom treba da posluju. Internet prezentacija vam omogućava priliku da pokažete potencijalnim kupcima više o svojoj kompaniji, njenu istoriju, ljudske resurse, lokaciju, partnere, itd.
- **Olakšajte komunikaciju sa kupcima** - E-pošta je pogodan način da komunicirate sa svojim međunarodnim klijentima. Možete odgovoriti na pitanja odmah ili kasnije, možete informisati svoje klijente o statusu pošiljke naručenog proizvoda, slati im ažurirane kataloge proizvoda, najnovije vesti i informacije o specijalnim ponudama. Možete koristiti i druge raspoložive internet vidove komunikacije, koje su znatno jeftinije i brže od tradicionalnih.
- **Približite se kupcima** - Efikasnost poslovanja možete unaprediti kroz online prodavnicu koja doprinosi jednostavnosti u komunikaciji, brzini sklapanja kupoprodajnog ugovora i smanjenju troškova izvoza.

SPREIMATE SE DA KRENETE U ONLINE IZVOZ

Savet 1: Istražite nova tržišta

Savet 2: Odaberite ciljno tržište na koje se spremate da izvozite

Savet 3: Odredite online strategiju izvoza

Savet 4: Izaberite platformu e-trgovine za online izvoz

Savet 5: Lokalizujte i prevedite sadržaj online ponude

Savet 6: Proučite lokalne načine plaćanja



Koliko je veb prezentacija značajna za izvozno orijentisana preduzeća?

Ukoliko želite da izvozite na međunarodno tržište, obavezno je da imate dobro dizajniran veb-sajt kome je lako pristupiti. Dobar veb-sajt je onaj koji klijenti/kupci mogu lako da pronađu, koji im pruža sve neophodne informacije o vašem poslovanju, detaljan opis sa fotografijama vaših proizvoda/usluga, kao i istoriju vašeg preduzeća koja prikazuje iskustvo i kredibilitet preduzeća. Veb-sajt namenjen izvozu obavezno mora da sadrži prevod sadržaja na engleski jezik. Ukoliko ste orijentisani na neka posebna tržišta, morate imati i sadržaj preveden na te jezike.

Veb-stranica je vaša reklama dostupna na internetu 24 časa; niste ograničeni radnim vremenom. Primenom potpuno besplatnih analitičkih alata (*Google Analytics*) u svakom trenutku možete dobiti informaciju koliko ljudi je posetilo stranicu, šta su pregledali, šta ih najviše zanima. Potencijalni kupci mogu ostaviti komentar o proizvodu/usluzi koji vam može poslužiti da saznate koji su zahtevi tržišta. Takođe, elektronskom komunikacijom, vaš proizvod možete brže prilagoditi zahtevima nekog tržišta ili kupca.

Zašto je bitno da preduzeće ima veb stranicu (vebsajt):

- Smatra se da je vebsajt ogledalo/lična karta preduzeća, dobar vebsajt podiže imidž vašeg preduzeća;
- To je jedan od najjeftinijih i najbržih načina za promociju preduzeća u zemlji i inostranstvu;
- Izrada vebsajta je najjednostavniji i najbrži način da se potencijalni kupac/partner iz inostranstva upozna sa vašim preduzećem i uslugama/proizvodima koje nudite, svako ko koristi internet ima pristup vašem vebsajtu;
- Za vebsajt ne postoje granice, on omogućava lakši pristup novim tržištima, vaše poslovanje nije ograničeno samo na lokalni nivo;
- Ukoliko nemate vebsajt, ozbiljna preduzeća iz inostranstva vas smatraju neozbiljnim i ne žele da posluju sa vama;
- Obim elektronske trgovine se svakim danom povećava, elektronska komunikacija je brža, jeftinija i jednostavnija od klasičnih kanala komuniciranja.

Važno je da vaš vebsajt prati internet trendove koji se stalno menjaju. Kombinacija vebsajta i društvenih mreža (*Facebook, Twitter, Instagram...*) doprinosi boljem promovisanju vaših usluga/proizvoda.

Transakcione veb stranice – upravlja „od početka do kraja“ transakcijama dozvoljavajući klijentima da pretražuju, poručuju i plaćaju proizvode elektronski i da komuniciraju sa preduzećem za posleprodajne usluge.

Informativne veb stranice – kreiraju prodaju promovišući preduzeće i obezbeđujući informacije o proizvodu, obezbeđujući kontakt informacije neophodne da se nastavi sa kupovinom.

E- marketplaces (e-tržnice) – povezuju na jednom mestu kupce i prodavce kako bi se obavila transakcija. Korišćenje posrednika predstavlja efikasan način pronalaženja kupca bez stvaranja troškova za uspostavljanje sopstvene transakcione veb stranice.

PRIPREMA ZA ON-LINE IZVOZ

> Izbor veb adrese

Vaša veb adresa (takođe poznata kao *Uniform Resource Locator - URL*) ili ime domena je važna za nastup na međunarodnom tržištu isto koliko je važna i za domaće. Naziv bi trebalo da bude kratak, jednostavan, opisan i lako upamtljiv potencijalnim kupcima na ciljnom tržištu. Treba da znate da svaka zemlja (ali i nekoliko geografskih teritorija) ima rezervisana dva slova za oznaku domena (npr. Srbija ima „rs“, Italija „it“, Velika Britanija „uk“ itd.)

> Vidljivost u pretraživačima

Većina ljudi koristi pretraživače da pronađu informacije na internetu. Zato je neophodno da vaša veb stranica bude vidljiva na najznačajnim globalnim pretraživačima. S obzirom da ste izvozno orijentisani, važno je da budete prepoznati na regionalnim i lokalnim pretraživačima koji pokrivaju ciljno tržište, a sadržaj stranice da bude preveden na lokalne jezike.

> Izbor veb hosting pružalaca usluga

Veb host je preduzeće koje poseduje server koji održava sve podatke na vašoj veb stranici. Postoje besplatni, ali i oni na koje se možete pretplatiti, uključujući i one koje nude pružaoci internet usluga.



› Lokalizacija i internacionalizacija sadržaja veb stranice

Lokalizacija se sastoji od prilagođavanja veb stranice da ispuni jezičke, kulturne i komercijalne zahteve ciljnog tržišta. Internacionalizacija veb sajta omogućava preduzeću da se predstavi na više jezika, u skladu sa lokalnim kulturnim konvencijama i običajima, bez potrebe za opsežnim redizajnom. Lokalizacija ili internacionalizacija mora da bude deo korporativne strategije pripremljene za online izvoz i razvoj ukupnog poslovanja, a karakteristike koje preduzeće treba da uzme u obzir su sledeće:

- **Jezik** – pored engleskog na kojim drugim svetskim, odnosno lokalnim jezicima prisutnim na ciljnom tržištu preduzeće želi da se predstavi;
- **Kulturna obeležja** – kao što su dominantne boje, nijanse i ključni simboli koje predstavljaju obeležja za pojedine zemlje;
- **Preferencije plaćanja** – uobičajene u poslovnim odnosima sa kupcima na ciljnom tržištu;
- **Cene proizvoda** – izražene u značajnoj svetskoj valuti koja je prisutna na ciljnom tržištu (npr. dolar ili evro), ali i izražene u odgovarajućoj lokalnoj valuti;
- **Konvertor valuta** – koji omogućava potencijalnim kupcima lako pretvaranje cene proizvoda iz najznačajnije svetske u lokalnu valutu, ali i obrnuto;
- **Metrička merenja** – da bi lokalni kupci razumeli meru u kojoj je proizvod prezentovan i izražena cena po jedinici mere, neophodno je da se pored međunarodnog upotrebljava jedinica mere koja je prisutna na lokalnom tržištu.
- **Carine i porezi** – neophodno je obezbediti sve relevantne informacije koje se odnose na način isporuke, visinu carine i poreza, a koje utiču na krajnju cenu proizvoda koju treba da plati potencijalni kupac na ciljnim tržištima
- **Isporuka** – neophodno je jasno precizirati način i rokove isporuke koji su razumljivi i u skladu sa lokalnim običajima i pravilima.



> Promovisanje veb stranice

Ako želite da efikasno razvijete elektronski izvoz, svoju veb stranicu morate da promovišete i učinite lako dostupnom ciljnim potencijalnim kupcima. Postoji više načina da promovišete svoj veb sajt bez trošenja mnogo novca:

- Poslati kratke priče o svom preduzeću i veb stranici značajnim trgovačkim promoterima (udruženja, komore, institucije u javnom sektoru, itd.) koje sarađuju sa industrijskim sektorima na lokalnom tržištu u kojem vi poslujete i tražite potencijalne kupce ili partnere;
- Postaviti veb adresu na vizit kartama, memorandumima, kovertama, pakovanjima i celokupnom promotivnom materijalu pripremljenom za nastup na lokalnom tržištu;
- Postavite pitanje posetiocima veb stranice i omogućite opciju slanja online reklame kojima promovišete predstojeće prodaje, proizvode, akcije itd.
- Pripremite različite vrste prodajnih akcija preko veb stranice, posebno onim potencijalnim kupcima koji redovno posećuju veb stranicu, ali nisu trgovali preko nje;
- Korišćenje medija i društvenih mreža (*Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram...*) da promovišete svoju veb stranicu, ali i svoje preduzeće, proizvode, stručnost, itd.

WWW



E-trustmark

Evropska komisija pokrenula je 3. maja 2000. godine „e-pove-
renje inicijativu“ sa ciljem da smanji nepoverenje potrošača u elek-
tronsku trgovinu. Deo ove inicijative bilo je i stvaranje e-Trustmark
šeme.

E-trustmark je oznaka, slika ili logo u elektronskoj trgovini koji
se prikazuje na veb sajtu neke organizacije čime se potvrđuje da je
taj veb sajt bezbedan za kupovinu. E-trustmark logo uliva povere-
nje kupcima i ukazuje im da je bezbedno da posluju sa veb sajtom
na kome je logo prikazan. Postoje dve glavne evropske inicijative
za dodelu E-trustmark oznake: *E-commerce E-Trustmark* i *EMOTA
European Trustmark* koje su uglavnom tržišno orijentisane.



KORACI KA E-IZVOZU

Pre nego što krenete u **e-izvoz**, proverite još jednom da li ste prošli kroz osnovne korake koji vaš izvoz treba da učine uspešnim:

> 1. Procena e-izvoznog potencijala

Pre nego što potrošite mnogo vremena, truda i novca, potrebno je da analizirate tekuće poslovanje, ponudu proizvoda i potencijalne promene koje mogu nastati kao rezultat e-izvoza. Ova faza procene će vam pomoći da izbegnete mnoge probleme koji se kasnije mogu pojaviti i pripremiće vas da uradite sve ono što je potrebno da spremni započnete e-izvoz.

> 2. E-izvozni plan

Ukoliko imate proaktivan pristup u razvoju poslovanja i razmišljate o promociji svojih proizvoda na inostranom tržištu, neophodno je da napravite plan za pokretanje i realizaciju e-izvoza. Važno je da ne krenete sa e-izvozom suviše brzo i pokrenete pilot prodaje na jednom ili dva inostrana tržišta. Na taj način ćete moći da identifikujete neočekivane faktore koji mogu da ometaju prihvatanje proizvoda na novom tržištu i da utvrdite koliko je e-izvoz održiv za razvoj vašeg poslovanja.

> 3. Prilagodite proizvod zahtevima inostranog tržišta

Pre započinjanja e-izvoza, morate biti sigurni da je proizvod prihvatljiv u svom sadašnjem obliku za strano tržište. Neki primeri su pokazali da je možda potrebno da promenite pojedine karakteristika proizvoda:

- **Naziv proizvoda** – može da ima negativnu konotaciju na lokalnom jeziku;
- **Obeležavanje** – promena u izražavanju jedinice mere, ili davanje uputstava na nekoliko jezika, uključujući i jezik ciljnog izvoznog tržišta;
- **Proizvod** – potreba da zadovolji lokalne standarde, npr. da se osigura kompatibilnost sa lokalnim elektroenergetskim sistemom.

› **4. Istražite pravnu regulativu kojom se uređuje e – izvoz**

Kao i kod većine poslovnih transakcija, informišite se o zakonima i propisima koji regulišu e-poslovanje. Jako je važno da ste informisani o propisima koji važe na lokalnom tržištu i odnose se na uvoz robe, recimo metode plaćanja, visinu lokalnih poreza, carina i drugih taksi i dažbina. Savet je da se obratite advokatu specijalizovanom u međunarodnom pravu koji će vam pomoći da razumete pravnu regulativu koja važi na inostranom tržištu i da li su u inostrani propisi u skladu sa domaćim.

› **5. Iskoristite svoj vebsajt za prodaju u inostranstvu**

Unapredite postojeći vebsajt u skladu sa najvišim profesionalnim standardima. Najviši kvalitet veb prezentacije ostavlja izuzetno pozitivan utisak o preduzeću i proizvodima koje ste pripremili za e-izvoz. Imajte u vidu da je vebsajt možda jedina mogućnost da ubedite inostranog kupca da ste u stanju da mu isporučite kvalitetan proizvod. Proverite da li su na vebsajtu informacije o proizvodu ili usluzi prilagođene ciljnom inostranom tržištu i omogućite da potencijalni kupci mogu lako da postavljaju pitanja. Budite sigurni da možete da odgovorite na sva pitanja blagovremeno.

› **6. Isporuka proizvoda**

Kada ste preko vebsajta završili prodaju, potrebno je da isporučite proizvod do kupca. Međunarodna špedicija može da bude komplikovana. Dostava se mogu podeliti na sledeći način :

- **Pakovanje** - proverite da li je proizvod adekvatno upakovan, kako bi stigao na konačno odredište bezbedno i neoštećen;
- **Obeležavanje** - pravilno obeležavanje omogućava da se pažljivo rukuje i da proizvod stigne bezbedno i blagovremeno;
- **Dokumentacija** – potrebno je da određena dokumenta prate pošiljku do krajnjeg odredišta u stranoj zemlji;
- **Osiguranje** – uplatom osiguranja, štite proizvod od oštećenja, gubitka, krađe, pa čak i od kašnjenja u isporuci.

› **7. Naplata**

Neophodno je da razmotrite različite načine naplate, shodno vašim interesima, ali i preferencijama i mogućnostima kupaca na inostranom tržištu. Takođe, proverite kreditnu sposobnost potencijalnog kupca pre sklapanja dogovora o izvozu. Plaćanje kreditnom karticom je relativno siguran način naplate i prihvatite ga kao jedino sredstvo plaćanja za manje iznose. Za ostale izvozne aranžmane prihvatite alternativne načine plaćanja, kao što je avansna uplata, kreditno pismo itd. Ukoliko dajete robu na odloženo plaćanje, možete koristiti i usluge agencija za osiguranje izvoza.



e-business
DEVELOPMENT

www.europa.rs
www.eposlovanje.biz