

RAZVOJ PODUZETNIČKOG TRENDA INTERNET TRGOVINA - NA PRIMJERU "ABOUT YOU"

Grdić, Marijana

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Karlovac University of Applied Sciences / Veleučilište u Karlovcu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:128:733201>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-05**



VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
Karlovac University of Applied Sciences

Repository / Repozitorij:

[Repository of Karlovac University of Applied Sciences - Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
POSLOVNI ODJEL
STRUČNI PRIJEDIPLOMSKI STUDIJ
UGOSTITELJSTVO

Marijana Grdić

**Razvoj poduzetničkog trenda internet trgovina - na
primjeru „About You“**

Završni rad

Karlovac, 2024.

Marijana Grdić

**Razvoj poduzetničkog trenda internet trgovina - na
primjeru „About You“**

ZAVRŠNI RAD

Veleučilište u Karlovcu

Poslovni odjel

Stručni prijediplomski studij Ugostiteljstvo

Kolegij: Osnove poduzetništva

Mentorica: Andreja Primužak, dipl.oec., viši predavač

Matični. br. studenta: 0618617039

Karlovac, 2024.

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Predmet i cilj rada	1
1.2. Metode prikupljanja i izvori podataka	1
1.3. Struktura rada.....	1
2. UVOD U PODUZETNIŠTVO	2
2.1. Pojam poduzetništva	2
2.2. Pojam poduzetnika	3
2.3. Trendovi u poduzetništvu.....	5
2.4. Digitalni poduzetnici i poduzetništvo.....	6
3. INTERNETSKA TRGOVINA	8
3.1. Razvoj internet trgovine	8
3.1.1. Prisustvo internet trgovine u Svijetu	9
3.1.2. Prisustvo internet trgovine u Hrvatskoj	10
3.2. Podjela online trgovine.....	10
3.3. Načini poslovanja internetske trgovine.....	12
3.4. Prednosti i nedostaci internet trgovine	15
4. ODRŽIVI RAZVOJ INTERNET TRGOVINA	18
5. „ABOUT YOU“ INTERNET TRGOVINA	20
5.1. Nastanak i razvoj projekta	20
5.2. Faktori uspješnosti.....	21
5.3. Način poslovanja	21
5.4. Faza planiranja internetske trgovine.....	22
6. MARKETINŠKI MIKS	24
6.1. Proizvodi	24
6.2. Cijena.....	24
6.3. Distribucija	24
6.4. Promocija	25
7. „ABOUT YOU“ PROJEKTI ZA ODRŽIVI RAZVOJ	26
7.1. Second Love.....	26
7.2. AboutYou Outlet	27
7.3. Ambalaža i recikliranje	28
8. FINANCIJSKA ANALIZA.....	29

8.1. Prihodi i profitabilnost.....	31
8.2. Troškovi i izazovi.....	32
9. RAZVOJ DRUGIH PODUZEĆA U SURADNJI S „ABOUT YOU“ INTERNET TRGOVINOM	34
9.1. Upravljačka djelatnost.....	34
9.1.1. Mplus Group.....	34
9.1.2. SCAYLE platforma	35
9.2. Logističke djelatnosti	36
9.3. Mali poduzetnici	37
10. KONKURENCIJA NA TRŽIŠTU	39
10.1. Zalando	39
10.2. Asos	40
11. MOGUĆI BUDUĆI RAZVOJ „ABOUT YOU“ INTERNET TRGOVINE.....	41
11.1. Budući trend virtualne probe	41
11.2. Second Love na svim tržištima	41
12. Zaključak.....	43
Popis literature.....	44
Popis ilustracija.....	45

Sažetak

Ovaj rad istražuje najnovije trendove u poduzetničkom poslovanju s fokusom na online trgovinu, koristeći About You kao ključan primjer. About You je vodeća online platforma za modu koja se odlikuje inovativnim pristupom i uspješnim poslovnim modelom, što je čini idealnim primjerom za analizu. About You se ističe u primjeni personalizacije kroz preporuke proizvoda temeljenih na prethodnim pretraživanjima i kupnjama korisnika. Ova strategija povećava angažman korisnika, pokazujući kako personalizacija može unaprijediti korisničko iskustvo i povećati prodaju. Kroz korištenje naprednih tehnologija, poput umjetne inteligencije i machine learning-a, omogućava About You da optimizira pretraživanje proizvoda i upravljanje zalihama. Trendovi u tehnologiji, kao što su chatboti i virtualni asistenti, također igraju ključnu ulogu u poboljšanju korisničke podrške. About You koristi multi kanalni pristup za prodaju, uključujući mobilne aplikacije, društvene mreže i web platformu. Ovaj pristup omogućuje kupcima da kupuju s bilo kojeg uređaja, što doprinosi povećanoj dostupnosti i udobnosti kupovine.

Sve veći broj potrošača zahtijeva od tvrtki da se obavežu na održivost i etičko poslovanje. About You se angažira u ovom trendu kroz inicijative koje uključuju održivu modu i transparentnost u lancu opskrbe, što je u skladu s rastućim zahtjevima tržišta za etičkim standardima. Upotreba analitike omogućava About You da donosi informirane odluke na temelju analize korisničkih podataka i tržišnih trendova. Ovo omogućuje preciznije predviđanje potražnje i prilagodbu marketinških strategija.

Kroz primjer About You, rad naglašava kako uspješne online trgovine primjenjuju moderne trendove u poduzetništvu kako bi se prilagodile promjenjivom tržištu i potrebama potrošača. Personalizacija, integracija tehnologije, multi kanalni pristup, održivost i upotreba analitike ključni su za postizanje konkurentske prednosti i uspjeha u dinamičnom svijetu online trgovine.

Ovaj sažetak pruža pregled najvažnijih trendova i njihovih primjena na primjeru About You, ističući ključne aspekte koji čine ovu online trgovinu relevantnim modelom za analizu u kontekstu modernog poslovanja.

Ključne riječi: poduzetništvo, Internet trgovina, marketinški miks, konkurencija.

Abstract

This work explores the latest trends in entrepreneurial business with a focus on online sales, using About You as a key example. About You is a leading online fashion platform with an innovative approach and a successful business model, which makes it an ideal case study. About You excels in the application of personalization through product recommendations based on the users previous searches and purchases. This strategy increases customer engagement, showing how personalization can improve customer experience and increase sales. Through the use of advanced technologies, such as artificial intelligence and machine learning, About You enables you to optimize product search and inventory management. Trends in technology, such as chatbots and virtual assistants, also play a key role in improving customer support. About You uses a multi-channel approach to sales, including mobile apps, social networks and a web platform. This approach allows customers to shop from any device, which contributes to increased accessibility and shopping convenience.

An increasing number of consumers are demanding companies to commit to sustainability and ethical business. About You engages in this trend through initiatives that include sustainable fashion and transparency in the supply chain, which is in line with the market's growing demands for ethical standards. The use of analytics enables About You to make informed decisions based on analysis of user data and market trends. This enables more accurate demand forecasting and adaptation of marketing strategies.

Through the example of About You, the paper highlights how successful online stores apply modern trends in entrepreneurship to adapt to the changing market and consumer needs. Personalization, technology integration, multi-channel approach, sustainability and the use of analytics are key to achieving competitive advantage and success in the dynamic world of online commerce.

This summary provides an overview of the most important trends and their applications on the example of About You, highlighting the key aspects that make this online store a relevant model for analysis in the context of modern business.

Keywords: entrepreneurship, web shop, marketing mix, competition.

Zahvala

Želim izraziti svoju duboku zahvalnost svim osobama koje su pridonijele mom uspjehu.

Posebnu zahvalnost upućujem svojoj mentorici, Andreji Primužak, dipl. oec., viši predavač, čija stručnost, podrška i ohrabrenje su bili ključni u oblikovanju ovog istraživanja. Hvala Vam što ste našli mjesta i vremena za mene, kako bih obranila ovaj rad i sve znanje stečeno ovim školovanjem.

Hvala profesorima koji su svojim znanjem i iskustvom značajno doprinijeli mom akademskom razvoju i pružili vrijedne uvide koji su oblikovali ovaj rad.

Iskreno zahvaljujem svojim roditeljima, čija ljubav, podrška i vjerovanje u mene su me motivirali kroz sve izazove. Vaša nesebična pomoć i razumijevanje su temelj mog uspjeha.

Zahvaljujem svom zaručniku Kristijanu, čija ljubaznost i strpljenje su mi omogućili da se posvetim ovom istraživanju. Njegova podrška i motivacija bili su ključni za moj napredak i uspjeh.

Ne zaboravljam zahvaliti svojim prijateljima i kolegama koji su pružili moralnu podršku i motivaciju. Vaša prijateljstva i zajednički trenuci su obogatili ovaj put.

Svi vi ste svojim doprinosom pomogli u ostvarivanju ovog rada, i za to vam duboko zahvaljujem.

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet rada je najnoviji trend poduzetničkog poslovanja odnosno poslovanje online trgovine. Cilj je predstaviti njihovo poslovanje te поближе prikazati na primjeru online trgovine „About You“. Proučavanjem različitih projekata biti će prikazana važnost prilagođavanja promjenama na tržištu te prednosti, nedostaci i koristi ovog oblika poslovanja.

1.2. Metode prikupljanja i izvori podataka

Metode korištene prilikom izrade ovoga rada su: metoda analize, sinteze, osim toga koristili smo komparativnu metodu, metodu kompilacije i statističku metodu. Prilikom izrade ovoga rada podaci su bili prikupljeni metodom istraživanja za stolom te su korišteni podatci iz sekundarnih izvora (internetske stranice, web stranica About You).

1.3. Struktura rada

Rad je podijeljen na uvod, razradu teme i zaključak, popis ilustracija, popis literature. Tema je razrađena u deset točaka.

2. UVOD U PODUZETNIŠTVO

2.1. Pojam poduzetništva

Kada se govori o poduzetništvu, referira se na sveukupnost poduzetnikovih organizatorskih, nadzornih, usmjeravajućih i upravljačkih funkcija te se ono promatra kao poseban čimbenik proizvodnje.

Richard Cantillon prvi je upotrijebio poduzetništvo, što se bilježi kao početak teorije poduzetništva.

U okviru poslovnog djelovanja poduzetništvo ima definirane i osnovne zadaće. Zadaće poduzetništva su:

- Upravljanje poslovanjem – koordiniranje proizvodnje, identifikacija optimalne kombinacije resursa i utvrđivanje optimalne proizvodne razine.
- Utvrđivanje veličine poslovanja u skladu s ekonomijom obujma – smanjenje troškova po jedinici proizvoda povećanjem obujma proizvodnje
- Kombiniranje proizvodnih činilaca – prema načelu marginalni prihod veći od marginalnog troška kako bi se maksimizirao profit
- Utvrđivanje optimalne količine učinaka – optimalna količina učinaka postiže se kada su marginalni prihod i marginalni trošak izjednačeni.

Gledajući na sveobuhvatni proces poduzetništva, može ga se opisati kao strategiju investiranja resursa u razne poslovne aktivnosti kako bismo postigli određene poslovne rezultate i druge pozitivne efekte. No, poduzetništvo ne posvećuje pažnju samo generiranju ekonomske dobiti već ima i širu društvenu i ekonomsku dimenziju.

Društvena dimenzija poduzetništva izražava se kroz različite aspekte:

- Društvene komponente poduzetništva: inovacije, rad, preuzimanje rizika, znanje, obrazovanje, procjena, predviđanje i mnoge druge ključne komponente koje čine poduzetničku aktivnost.

- Stvaranje novih tržišta i nove potrošačke baze, čime se potiče rast gospodarstva i otvaraju mogućnosti za nove proizvode i usluge.
- Stvaranje dodatne vrijednosti kroz inovacije, čime se unaprjeđuju postojeći proizvodi i usluge te se potiče konkurencija.
- mobiliziranje tuđeg kapitala kako bi se financirali projekti i ideje te potaknulo ulaganje u različite sektore gospodarstva.
- Socijalno poduzetništvo kao oblik poduzetništva koji teži unaprjeđenju kvalitete života zajednice kroz rješavanje društvenih problema i ispunjavanje potreba koje nisu samo ekonomske prirode.

Bez obzira na različite definicije poduzetništva, činjenica je da je ono ključni pokretač svake ekonomije, bez obzira radi li se o malim i srednjim poduzećima ili velikim korporacijama. Upravo poduzetništvo predstavlja glavni motor gospodarskog razvoja. Bez angažmana poduzetnika, nema prostora za gospodarski napredak. Stoga je imperativ da politike svake zemlje budu usmjerene prema poticanju i podržavanju poduzetništva na svim razinama.

Svestrani doprinos poduzetništva uključuje stvaranje radnih mjesta, poticanje inovacija, generiranje ekonomske aktivnosti i unaprjeđenje životnog standarda. Njegova važnost seže dalje od pukog stvaranja profita; ono oblikuje društveni okvir, potiče konkurenciju i potpomaže razvoj zajednica. Stoga bi političke strategije trebale podupirati poduzetništvo kao ključni faktor za održiv i prosperitetan ekonomski put.

2.2. Pojam poduzetnika

Poduzetnici se često suočavaju s neizvjesnošću i rizikom. Jedno od glavnih obilježja dobrog poduzetnika je i to da je u danom momentu spreman preuzeti na sebe rizik koji njegov poslovni pothvat nosi.

To uključuje financijski rizik odnosno investiranje vlastitog kapitala, operativni rizik (upravljanje poslovnim aktivnostima) i tržišni rizik (nepredvidljivo ponašanje tržišta i konkurencija). Upravo ta spremnost poduzetnika da preuzme određeni nivo rizika često je nužna kako bi se ostvarili veliki uspjesi. Uspješni poduzetnici moraju također

biti sposobni učinkovito upravljati raznim resursima. To uključuje upravljanje ljudskim potencijalima (zapošljavanje, razvoj, motivacija i zadržavanje talentiranih radnika), upravljanje materijalima, upravljanje proizvodima te upravljanje proizvodnim procesima.

Važno je da poduzetnik razumije i svoje ciljno tržište, identificira potrebe kupaca i razvije strategiju marketinga i prodaje koja privlači i zadržava klijente. Ovo uključuje razvoj marki, promociju, odnose s kupcima i analizu konkurencije.

Svjesni potrebe za uspjehom u svijetu poduzetništva, poduzetnici trebaju pokazati svoju sposobnost eksperimentiranja s novim idejama i tehnologijama te biti otvoreni za prilagodbe u svojem poslovanju kako bi se adekvatno nosili s promjenama na tržištu.

Naravno, kontinuirano učenje i razvoj vlastitih vještina ključni su za prevladavanje izazova koji se pojavljuju u svijetu poslovanja. Također, ne smije se zaboraviti da je razumijevanje financijskih aspekata poslovanja, poput bilance, troškova, prihoda i profitabilnosti, presudno za očuvanje stabilnosti i poticanje rasta u poslovanju. Nadalje, poduzetnici često posjeduju izraženu viziju svog poslovanja i posebnu sposobnost inspiriranja svojih timova da udruže snage i zajedno rade prema tom zajedničkom cilju.

Sve ove komponente zajedno čine osnovu uspješnog poslovanja i postizanja izvanrednih rezultata. Uspješan poduzetnik mora balansirati rizik s upravljanjem resursima i sposobnošću prilagodbe na dinamično tržište kako bi postigao dugoročni uspjeh.

Na osnovu navedenih komponenti, poduzetnik može imati različite definicije.

Smith, A.: izjednačuje poduzetnika s kapitalistom i prema tome kako stječu kapital i djeluju, razlikuje one koji djeluju marljivošću i štedljivošću te poslovnim špekulacijama ili poslovnim inovacijama,

Schumpeter, J.: poduzetnik je osoba koja ne obavlja uhodane i rutinske zadatke, već je uvijek inovator. Rizik inovacije ne snosi poduzetnik već onaj tko osigurava kapital te tako postaje inovativni poduzetnik. Schumpeter je definirao poduzetnika kao

inovatora, odnosno osobu koja u poslovni svijet uvodi nove proizvodne kombinacije i na taj način stiže do profita.

Marshal, J.: Važna karakteristika poduzetnika je da ima kapital i preuzima rizike posla,

Say, J.-B.: Posebnu važnost pridaje spremnosti poduzetnika da se upuste u rizik te njihovoj sposobnosti da osmisle pothvat, nadziru ga i upravljaju njime.

2.3. Trendovi u poduzetništvu

Veliki naglasak među novonastalim promjenama u svijetu ekonomije uglavnom se stavlja na sveopću informatizaciju, kompjuterizaciju i uvođenje elektroničkog poslovanja. Oni su ključni aspekti suvremenog poslovanja. No, kako bi se bolje razumjele te promjene, važno je definirati i nekoliko ključnih dugoročnih trendova u ekonomiji koji su doveli do ovih promjena.

Jedan od trendova koji je doveo do tih promjena je upravo rast dohotka i promjena potrošnje. Rast potrošačkog dohotka stvara potražnju za novim proizvodima i uslugama te mijenja strukturu potrošnje prema luksuznim dobrima i turističkim uslugama. Vrijeme je neprocjenjiv resurs. Brze i nepredvidljive promjene na tržištu zahtijevaju od poduzetnika fleksibilnost i brzu prilagodbu kako bi preživjeli u globalnom konkurentskom okruženju.

Globalizacija, potaknuta modernim tehnologijama, konzumerizmom i neoliberalnim ekonomskim politikama, rezultira brisanjem zemljopisnih ograničenja i stvaranjem globalnog tržišta. Ovaj proces globalizacije dovodi do intenzivnog umrežavanja poduzeća, čime se formiraju mreže međusobno povezanih organizacija koje omogućuju zajedničko korištenje i kombiniranje poslovnih resursa. Osim toga, virtualizacija poslovanja, koja se ostvaruje korištenjem informacijske tehnologije, mijenja tradicionalnu fizičku prisutnost poduzeća. Ova transformacija omogućuje prevladavanje geografskih prepreka i donosi promjene u organizaciji prostora, vremena i strukture poslovanja.

Kako bi se uskladili s ovim promjenama, poduzeća se moraju prilagoditi i promjenama u pojmu radnog mjesta i vremena. Razvoj informatičke tehnologije transformira

klasične urede u virtualne radne okoline, čime se omogućuje rad na različitim lokacijama i stvara koncept virtualnih ureda.

Razvoj e-trgovine omogućava široku prisutnost ovog oblika trgovine, pružajući poduzetnicima priliku da svoje proizvode i usluge prodaju putem interneta, čime se otvaraju nova tržišta i poslovne perspektive.

2.4. Digitalni poduzetnici i poduzetništvo

Digitalno poduzetništvo donosi brojne prednosti u smislu inovacija i prilagodbe tržišnim uvjetima. Nudi poduzećima mogućnost proširenja tržišnog udjela putem pravodobnog usvajanja velikog broja inovativnih tehnologija i prilagodbe svog poslovanja novim digitalnim alatima.

Također, važno je naglasiti da poduzeća koja se ne prilagode modernim digitalnim tehnologijama i turbulentnom poslovnom okruženju riskiraju izbacivanju s tržišta.

Digitalno poduzetništvo, također poznato kao e-poduzetništvo ili elektroničko poduzetništvo, odnosi se na proces stvaranja, razvoja i upravljanja poslovnim aktivnostima koristeći internetske platforme. Ovo područje poduzetništva tek se pojavljuje na tržištima i još istražuje načine kako tehnologija može poboljšati postojeće poslovne modele i otvoriti nove poslovne prilike.

Ključni aspekti digitalnog poduzetništva obuhvaćaju online prisutnost, internet trgovinu, digitalni marketing i inovacije. Online prisutnost odnosi se na stvaranje i održavanje digitalne prisutnosti putem web stranica, društvenih medija i drugih digitalnih platformi, što omogućuje poduzećima da dosegnu šire tržište i povežu se s potrošačima diljem svijeta.

Internet trgovina predstavlja online "prostor" gdje poduzeća nude svoje proizvode i usluge putem interneta. To može uključivati vlastite online trgovine, suradnju s trećim stranama kao što je primjerice AboutYou trgovina, ili drugih online platformi.

Digitalni marketing se bazira na upotrebi digitalnih alata za promociju proizvoda ili usluga putem internetskog oglašavanja, društvenih medija, e-pošte i drugih online

kanala. Ova strategija omogućuje ciljano oglašavanje i analizu učinkovitosti marketinških kampanja.

U cjelini, digitalno poduzetništvo predstavlja ključnu komponentu modernog gospodarstva i ima dubok utjecaj na način na koji poslovni svijet funkcionira i raste.

3. INTERNETSKA TRGOVINA

3.1. Razvoj internet trgovine

Razvoj internetske trgovine predstavlja izazovan i kompleksan proces. Ovaj proces uključuje temeljito odnosno detaljno istraživanje tržišta kako bi se razumjele potrebe kupaca, analizirala konkurencija i pratili svi bitni trendovi. Nakon što se odrede pravilni proizvodi ili usluge za prodaju, pristupa se izradi i optimizaciji web stranice, s posebnim naglaskom na prilagodbi tehnologiji i stvaranje pozitivnog iskustva koje privlači i zadržava kupce.

Veliki značaj za uspjeh internet prodaje imaju osiguranje sigurnosnih transakcija i zaštita od cyber prijetnji te razvoj marketinške strategije koja obuhvaća digitalni marketing, oglašavanje na društvenim mrežama i druge tehnike za privlačenje posjetitelja na web stranicu.

Važna komponenta uključuje upravljanje zalihama i logistikom, što podrazumijeva točno praćenje i brzu isporuku proizvoda ili usluga. Također, pružanje visokokvalitetne korisničke podrške i brza obrada upita kupaca igraju ključnu ulogu u izgradnji povjerenja i osiguranju njihovog zadovoljstva. Provođenjem do sad navedenih faktora olakšava se i analiza podataka i neprestana optimizacija te se proces kontinuirano unaprjeđuje kako bi se postigli zadovoljavajući rezultati.

Nadalje, nužno je poštivati zakonske i regulatorne zahtjeve.

Promatrajući povijesni razvoj internet trgovine, treba napomenuti da su internet trgovine prisutne od kraja 20. stoljeća. Prvima se smatraju Amazon (1994. godine) i Ebay (1995. godine) te su velikim dijelom zaslužne za razvoj i popularizaciju ove vrste poslovanja. Iako su prvi oblici internet trgovine prisutni već tri desetljeća, primjetan rast i ubrzanje razvoja zabilježeni su tijekom pandemije COVID-19. Pandemija je imala znatan utjecaj na ponašanje potrošača i poslovni sektor na mnogo različitih načina, rezultirajući snažnijom prisutnošću online trgovine.

3.1.1. Prisustvo internet trgovine u Svijetu

Pojava internet trgovina ¹ bila je ključni događaj u razvoju modernog poslovanja, omogućujući revoluciju u načinu na koji ljudi kupuju i prodaju proizvode i usluge.

Iako su rani pokušaji razvoja ove vrste prodaje bili ograničeni zbog sporih veza i nedostatka povjerenja u online plaćanja, ubrzo su se pojavile prve uspješne platforme. Prva online transakcija bila je kada je putem interneta prodana CD ploča, što se smatra prvom uspješnom online transakcijom između potrošača i trgovca.

Početak 2000-ih godina, brzi rast internetske infrastrukture i sve veća dostupnost širokopolasnih veza omogućili su značajan rast e-commercea. Više ljudi je imalo pristup internetu, a kupovina putem interneta postala je praktičnija. Kako je sve više tržišta dobilo pristup internetu, pojavljivale su se nove globalne platforme. Platforme za online trgovinu postale su naprednije, što je omogućilo i bolje korisničko iskustvo, personalizirane preporuke, i optimizaciju za tražilice (SEO). S pojavom pametnih telefona i mobilnih aplikacija, web-shopovi su se počele prilagođavati mobilnim korisnicima. Mobilne aplikacije poput Amazona i eBaya omogućile su kupcima da obavljaju kupovinu u pokretu.

Tehnološke inovacije:

Umjetna inteligencija (AI): Trgovine koriste umjetnu inteligenciju (AI) za poboljšanje korisničkog iskustva, personalizaciju preporuka i optimizaciju logistike.

Chatbotovi: Automatizirani chatbotovi omogućavaju brže odgovore na upite kupaca i pružaju podršku u stvarnom vremenu.

Pojava internet trgovina značajno je promijenila način na koji ljudi kupuju, te se ovaj model razvija brzinom koju omogućavaju tehnološke inovacije i promjene u ponašanju potrošača.

¹ <https://core.ac.uk/download/pdf/198073742.pdf> (pristupljeno svibanj 2024.)

3.1.2. Prisustvo internet trgovine u Hrvatskoj

Internet trgovina u Hrvatskoj, kao i u mnogim drugim zemljama, bilježi značajan rast posljednjih godina. Digitalizacija, promjena ponašanja potrošača, te razvoj logistike i platnih sustava potaknuli su širu primjenu online trgovina.

Prvi oblici u Hrvatskoj pojavili su se krajem 1990-ih i početkom 2000-ih, s nekoliko domaćih online trgovina koje su se specijalizirale za elektroniku, knjige i računalnu opremu. U prvim godinama internet trgovina razvijala se relativno sporo, zbog niže penetracije interneta, nedostatka povjerenja u online plaćanje, kao i zbog nepovjerenja prema sigurnosti transakcija i dostavi proizvoda.

Zadnjih dvadeset godina, porastom pristupa širokopojasnom internetu i rastom korištenja pametnih telefona, kupci su postali otvoreniji za online kupovinu. To je značajno ubrzalo razvoj tržišta. Pojavile su se lokalne internetske trgovine kao što su „eKupi“ i „Mall.hr“, koje su postale prepoznatljive kao pouzdani izvori za kupovinu raznovrsnih proizvoda. Internet trgovina „eKupi“² je jedna od najvećih domaćih platformi za online trgovinu. Pokrenuta je 2010. godine. Amazon i eBay su također popularni među hrvatskim potrošačima. Iako nemaju direktne poslovnice u Hrvatskoj, velik broj ljudi koristi njihove usluge, pogotovo za kupovinu specifičnih ili jeftinijih proizvoda koji nisu dostupni na domaćem tržištu.

Ulazak Hrvatske u Europsku uniju 2013. godine olakšao je prekograničnu trgovinu, omogućivši jednostavniju kupovinu iz drugih zemalja EU, s nižim troškovima dostave i bez carinskih prepreka.

Internet trgovina u Hrvatskoj je u posljednjih nekoliko godina prošla značajan rast, uz podršku sve bolje infrastrukture, digitalnih inovacija i promjena u navikama potrošača.

3.2. Podjela online trgovine

Online trgovina može se podijeliti na nekoliko načina ovisno o kriterijima. Osnovna podjela³ je prema načinu poslovanja:

² <https://core.ac.uk/download/pdf/198073742.pdf> (pristupljeno svibanj 2024.)

³ file:///C:/Users/user/Downloads/ivan_gembes-_diplomski_rad_nastanak_i_razvoj_internetskih_trgovina_finalni_12.10.2018.pdf (pristupljeno svibanj 2024.)

- B2B (Business-to- Business) – poslovanje među tvrtkama
- B2C (Business-to-Customer) – poslovanje tvrtke s krajnjim potrošačem
- C2C (Customer-to-Customer) - poslovanje među pojedincima
- C2B (Customer-to- Business) – poslovanje fizičke osobe koja svoje proizvode ili usluge prodaje tvrtki.

Poslovanje među tvrtkama, poznato kao B2B (Business-to-Business), predstavlja oblik poslovanja u kojem jedna tvrtka surađuje s drugom. Ovaj model poslovanja uključuje razmjenu različitih proizvoda, usluga i servisa između tih dvaju poslovnih partnera. U ovom kontekstu, menadžeri i profesionalci u tvrtkama često koriste internet kako bi zadovoljili potrebe svojih organizacija. To može uključivati kupnju različitih proizvoda, od jednostavnih potrepština poput olovaka, vizit karti i ostalog uredskog materijala do opreme potrebne za poslovanje tvrtke. Ovaj oblik trgovine razvijao se iz prvotnog elektroničkog poslovanja na veleprodaju i danas predstavlja dominantan način poslovanja između tvrtki. B2B trgovina obično uključuje transakcije vrijedne znatnim financijskim sredstvima, a često se odvijaju putem sigurnih online platformi.

Prednosti B2B poslovanja uključuju smanjenje troškova kroz automatizaciju nabave i prodaje. Istraživanja su pokazala da je još 2005. godine veliki broj tvrtki koristio elektroničko poslovanje kao ključnu komponentu svojih operacija, bilo kao kupci, prodavatelji ili i jedno i drugo. Trend je tada već ukazivao na rastući značaj B2B poslovanja.

B2C (Business-to-Customer) poslovanje, odnosno poslovanje tvrtke s krajnjim potrošačem označava model u kojem kompanija prodaje proizvode i/ili usluge direktno krajnjim korisnicima (potrošačima). Tvrtke se izravno povezuju sa ciljanim tržištem i nudi proizvode i usluge koji odgovaraju potrebama krajnjih korisnika. Upravo takva vrsta poslovanja je često korištena u sektorima maloprodaje, ugostiteljstva i turizma, mode, elektronike i zabave.

U obliku poslovanja Customer-to-Customer (C2C), pojedinci prodaju proizvod ili uslugu drugim pojedincima. Vrlo je čest na online platformama, obzirom da pojedinci lako mogu postaviti svoje proizvode ili usluge na prodaju. Dok u poslovanju C2B (Customer-to-Business) pojedinac nudi svoj proizvod, uslugu ili čak vještinu tvrtkama. Najbolji primjer ovog oblika poslovanja su influenceri na društvenim mrežama, gdje oni kao pojedinci promoviraju proizvode ili usluge poduzeća.

3.3. Načini poslovanja internetske trgovine

Postoji izravna internet trgovina i neizravna internet trgovina. U izravnoj internet trgovini prodaja se odvija direktno između prodavatelja (trgovca ili proizvođača) i krajnjeg kupca, bez posrednika. U neizravnoj internet trgovini prodaja se odvija putem posrednika, odnosno treće strane koja povezuje prodavatelja i krajnjeg kupca.

Karakteristike izravne internet trgovine:

1. Bez posrednika: Kupac kupuje direktno od proizvođača ili trgovca putem njihove web stranice.
2. Kontrola nad procesom: Trgovac ima potpunu kontrolu nad cijelim procesom – od izrade proizvoda, postavljanja cijena, marketinga, do obrade narudžbi i isporuke.

Prednosti za prodavatelja: Prodavatelj zadržava veći udio dobiti jer nema troškova povezanih s posrednicima. Također, ima direktan odnos s kupcima i može bolje upravljati korisničkim iskustvom.

Karakteristike neizravne internet trgovine:

1. Posrednici: Kupci kupuju proizvode preko online platformi koje djeluju kao posrednici. To mogu biti platforme kao što su Amazon, eBay, Etsy, ili Alibaba.
2. Manja kontrola za prodavatelja: Prodavatelj nema potpunu kontrolu nad korisničkim iskustvom jer treća strana (platforma) upravlja ključnim aspektima prodaje, kao što su korisnička podrška, isporuka, recenzije, i ponekad cijene.
3. Šira publika: Prodavači mogu dosegnuti širu bazu kupaca jer su prisutni na velikim platformama koje posjećuju milijuni ljudi.

Primjer:

Ako kupac kupi laptop putem Amazona, gdje Amazon upravlja procesom prodaje, ali laptop isporučuje treća strana (drugi trgovac), to je primjer neizravne internet trgovine.

Način poslovanja internet trgovina uključuje niz koraka i procesa koje je potrebno odrediti za obavljanje online prodaje proizvoda i usluga.

1. Postavljanje i dizajn web stranice

Web stranica mora biti funkcionalna, pregledna i vizualno privlačna. Na njoj se prikazuju proizvodi, opis proizvoda, cijene, slike, recenzije, kao i druge informacije koje su važne za kupce. Ključna je optimizacija stranice za mobilne uređaje, jer veliki broj kupaca koristi pametne telefone za kupovinu.

2. Postavljanje i upravljanje proizvodima

Na web stranicu se postavljaju proizvodi sa detaljnim opisima, slikama visoke kvalitete, specifikacijama i recenzijama kako bi kupci imali jasan uvid u ono što kupuju. Proizvode je također potrebno kategorizirati prema vrstama, markama, cijenama, kako bi kupcima olakšali pronalaženje željenih artikala.

3. Marketing i promocija

Neki primjeri oglašavanja su digitalno oglašavanje, E-mail marketing, društvene mreže, influencer marketing.

4. Proces kupovine

Kupci pregledavaju proizvode, odabiru i stavljaju ih u virtualnu košaricu. Kada kupac odluči kupiti, prelazi na "checkout" stranicu gdje unosi svoje podatke za dostavu, odabire način plaćanja i potvrđuje narudžbu.

Načini plaćanja: Online trgovine nude različite opcije plaćanja: kartično plaćanje (VISA, Mastercard), PayPal, bankovni prijenos, ili čak gotovinsko plaćanje prilikom dostave (COD).

5. Obrada narudžbe i logistika

Nakon potvrde narudžbe trgovina dobiva obavijest i kreće u pripremu narudžbe. Sistemi upravljanja zalihama često automatski ažuriraju inventar. Nakon što je proizvod pripremljen, šalje se kupcu. Internet trgovine koriste različite dostavne službe (DHL, DPD, GLS, lokalne poštanske usluge). Kupac zatim dobiva informacije o praćenju pošiljke, što omogućava da zna gdje se narudžba nalazi u svakom trenutku.

6. Post prodajna podrška i povrat

Internet trgovine često imaju timove za korisničku podršku koji pomažu kupcima u vezi s problemima vezanim za narudžbe, dostavu, tehničke poteškoće ili povrat proizvoda.

Većina trgovina omogućava povrat proizvoda unutar određenog roka (često 14 ili 30 dana), što podrazumijeva povrat novca ili zamjenu proizvoda.

7. Analitika i praćenje rezultata

Online trgovine koriste alate analizu kako bi pratili ponašanje kupaca, pregledavali promet, konverzije i prihode. Na temelju prikupljenih podataka, prilagođavaju se poslovni procesi, korisničko iskustvo i marketing strategije kako bi se povećali prihodi.

8. Pravna regulativa

Zaštita potrošača: Online trgovine moraju poštivati zakone o zaštiti potrošača, uključujući prava na povrat proizvoda, transparentnost u vezi s cijenama i uvjetima prodaje.

GDPR: U zemljama Europske unije i mnogim drugim regijama, internet trgovine moraju se pridržavati pravila o zaštiti osobnih podataka (GDPR).

Pravna dokumentacija: Svaka trgovina mora imati jasno definirane uvjete korištenja, politiku privatnosti i informacije o povratu ili zamjeni robe.

Ključni faktori uspjeha internet trgovina

Pouzdanost i sigurnost: Sigurnost podataka kupaca, posebno prilikom plaćanja, jedan je od najvažnijih faktora.

Brzina dostave: kupci očekuju brzu isporuku, pa je optimizacija logističkog lanca važna.

Korisničko iskustvo: jednostavnost upotrebe stranice i jednostavan proces kupovine ključni su za zadržavanje kupaca.

Recenzije i povjerenje kupaca: pozitivne recenzije i visoko povjerenje korisnika direktno utiču na prodaju i rast trgovine.

3.4. Prednosti i nedostaci internet trgovine

Internet trgovina nudi brojne prednosti kako za potrošače tako i za poduzeća, omogućujući jednostavniji i učinkovitiji način kupovine i prodaje.

Ova vrsta trgovine dostupna je 24 sata dnevno, 7 dana u tjednu, što omogućava kupcima da obavljaju kupovinu u bilo koje vrijeme koje im odgovara, bez obzira na radno vrijeme fizičkih trgovina. Također može im se pristupiti iz bilo kojeg mjesta, kupci mogu obavljati kupovinu iz udobnosti vlastitog doma ili bilo kojeg mjesta sa pristupom internetu, bez potrebe da fizički posjećuju trgovinu.

Često se nudi mnogo širi raspon proizvoda nego fizičke trgovine, uključujući i proizvode koji nisu dostupni lokalno. Kupci mogu pretražiti proizvode, usporediti cijene, i obaviti kupovinu s nekoliko klikova. Bez potrebe da fizički obilaze više trgovina, što kupovinu čini mnogo bržom i manje stresnom.

Većina internet trgovina omogućuje korisnicima ostavljanje recenzija i ocjena proizvoda, što pomaže drugim potrošačima u donošenju bolje odluke o kvaliteti proizvoda i pouzdanosti trgovine.

Online trgovine često nude povoljnije cijene zbog manjih troškova poslovanja (nema troškova najma fizičkih prostora, manji broj zaposlenika itd.). Također, zbog jače konkurencije među trgovinama, cijene su često konkurentnije te često nude popuste, kupone i promotivne akcije koje dodatno snižavaju cijene proizvoda. Moguće su razne metode plaćanja, uključujući kreditne kartice, PayPal, bankovne transfere, plaćanje pouzećem, pa čak i kripto valute, što kupcima daje veću fleksibilnost. Za poduzeća, internet trgovine omogućuju bolju kontrolu nad zalihama putem automatiziranih sustava, time se smanjuju troškovi skladištenja i moguće je osigurati dostupnost proizvoda kada su potrebni.

Iako internet trgovina nudi brojne prednosti, postoje i određeni nedostaci koje potrošači i poduzeća trebaju uzeti u obzir. Jedan od najvećih nedostataka online trgovine je to što kupci ne mogu fizički pregledati ili isprobati proizvod prije kupnje. To se posebno odnosi na odjeću, obuću, namještaj i kozmetiku, gdje je fizički dojam važan.

Iako cijene u online trgovinama mogu biti niže, troškovi dostave ponekad mogu značajno povećati ukupnu cijenu kupovine, pogotovo ako se radi o međunarodnim pošiljkama. Također dodatno čekanje na dostavu može predstavljati problem kupcima. Dostava može kasniti ili se narudžba može izgubiti. U nekim ruralnim ili udaljenim dijelovima, dostava može biti sporija ili skuplja, a u nekim slučajevima čak i nedostupna.

Neki kupci još uvijek nemaju povjerenje u sigurnost online kupovine, posebno kada je riječ o unosu podataka o kreditnoj kartici ili osobnim podacima. Pojedine internet trgovine mogu uključivati skrivene troškove, poput visokih carinskih davanja, koji nisu jasno naznačeni tijekom kupovine. Internet trgovina predstavlja i rizik od krađe podataka ili lažne internet trgovine.

Povrat proizvoda u online trgovini može biti kompliciran i dugotrajan proces. Potrošači često moraju ispuniti obrasce, poslati proizvod natrag i čekati na povrat novca ili zamjenu, što može biti frustrirajuće. U nekim slučajevima, kupci moraju sami snositi troškove povrata proizvoda, što može biti skupo, pogotovo za međunarodne narudžbe. U fizičkim trgovinama kupci mogu dobiti pomoć od prodavača, pitati za savjete ili dodatne informacije. U online trgovinama ta je interakcija ograničena na chat botove ili e-mail podršku, što često može biti manje zadovoljavajuće.

Problemi s web stranicama: Tehnički problemi na stranicama online trgovina, poput sporog učitavanja, pada sustava ili neispravnih funkcija, mogu frustrirati korisnike i otežati kupovinu. Uslijed tehničkih problema ili ograničenja banaka, transakcije mogu propasti, što može uzrokovati dodatne frustracije za korisnike.

Iako online trgovina smanjuje potrebu za putovanjem u trgovine, povećana dostava proizvoda (posebno ako se naručuju pojedinačni artikli) može pridonijeti većim emisijama ugljika i stvaranju otpada od ambalaže.

Iako široka ponuda proizvoda može biti prednost, prevelik broj opcija može zbuniti kupce, otežavajući donošenje odluka i produžujući vrijeme koje provode u traženju proizvoda.

Internet trgovina nudi brojne pogodnosti, ali važno je biti svjestan i njenih nedostataka. Problemi s dostavom, tehničke poteškoće, sigurnosni rizici, te nemogućnost fizičkog isprobavanja proizvoda mogu negativno utjecati na iskustvo kupnje. Međutim, mnoge

od ovih izazova moguće je minimizirati pažljivim odabirom provjerenih trgovina i korištenjem sigurnih metoda plaćanja.

4. ODRŽIVI RAZVOJ INTERNET TRGOVINA

Održivi razvoj internet trgovina odnosi se na poslovne strategije i prakse koje omogućuju kompanijama da funkcioniraju na način koji minimizira negativan utjecaj na okoliš, a istovremeno zadovoljava ekonomske ciljeve i društvene odgovornosti. Internet trgovina bilježi stalan rast u svijetu, ali ovaj rast dolazi s izazovima povezanim s održivošću, kao što su ekološki troškovi dostave, proizvodnje i pakiranja. Održivi razvoj u ovom kontekstu podrazumijeva primjenu tehnologija, inovacija i etičnih praksi kako bi se smanjio negativan ekološki otisak, povećala društvena odgovornost i dugoročno osigurao uspjeh poslovanja.

Rast internet trgovina povezan je s povećanjem potrošnje energije i emisije CO₂, posebno zbog logistike, prijevoza i dostave. Održivi razvoj teži smanjenju ovih emisija kroz optimizaciju logističkih procesa i kompaktno i biorazgradivo. Pakiranje je značajan izazov za internet trgovine jer doprinosi velikom otpadu. Sve više se koriste pakiranja od recikliranog materijala.

Internet trgovine imaju značajnu ulogu u promoviranju proizvoda koji su proizvedeni na ekološki prihvatljiv način. To uključuje:

- Etiku u proizvodnji – Pružanje podrške brandovima koji koriste održive i obnovljive materijale (npr. organski pamuk, reciklirani materijali) te proizvode na način koji minimizira negativan utjecaj na okoliš.
- Dugotrajnost proizvoda – Poticanje prodaje proizvoda koji su izdržljivi i dugotrajniji, kako bi se smanjila potreba za stalnom zamjenom i smanjio otpad.

Mogućnost preprodaje i ponovne upotrebe znatno bi povećalo održivost. Sve više se uvode modeli kružne ekonomije, gdje se potiče korisnike da prodaju, doniraju ili recikliraju stare proizvode. Ova praksa smanjuje količinu otpada i potiče odgovornu potrošnju. Neke platforme nude mogućnost povratka proizvoda na način koji omogućava njihovu obnovu i ponovno stavljanje u prodaju.

Održive internet trgovine koriste svoju platformu kako bi educirale potrošače o važnosti odgovorne potrošnje i ekoloških proizvoda. Mnoge online trgovine

promoviraju proizvode koji su proizvedeni na održiv način i pružaju informacije o tome kako kupci mogu smanjiti svoj ekološki otisak.

Održivi razvoj internet trgovina je nužnost u današnje vrijeme gdje stupa svijest o okolišu i društvenoj odgovornosti. Kompanije koje se bave internet prodajom moraju preuzeti odgovornost za smanjenje negativnog ekološkog utjecaja, koristeći tehnologije i strategije koje promoviraju održivost. Održivost više nije samo trend, već postaje ključan faktor za dugoročni uspjeh kompanija u digitalnom poslovanju.

5. „ABOUT YOU“ INTERNET TRGOVINA

5.1. Nastanak i razvoj projekta

„AboutYou“ je jedna od najbrže rastućih modnih internetskih trgovina u Europi, osnovana 2014. godine u Njemačkoj, kao dio „Otto Group“, jedne od najvećih maloprodajnih grupacija u zemlji. Tvrtku su pokrenuli Tarek Müller, Sebastian Betz i Hannes Wiese. Tarek Müller je bio ključan u izgradnji branda, koristeći svoje iskustvo u digitalnom marketingu i tehnologiji.

Ubrzo nakon pokretanja, About You je postala popularna u Njemačkoj, zahvaljujući širokoj ponudi odjeće, obuće i modnih dodataka od raznih brandova. Nakon uspjeha na domaćem tržištu, krenula je u širenje diljem Europe. Danas posluju u više od 20 europskih zemalja, uključujući Hrvatsku.

Internetska trgovina About You službeno je došla u Hrvatsku u kolovozu 2020. godine. Ovaj ulazak na hrvatsko tržište bio je dio šireg plana širenja tvrtke u zemlje srednje i istočne Europe. About You je u Hrvatskoj lansirala veliku promotivnu kampanju putem društvenih mreža i influencera, kako bi privukli pažnju mlađe populacije.

Nakon ulaska na hrvatsko tržište, About You je brzo stekao popularnost i postao jedan od omiljenih modnih brandova među hrvatskim potrošačima, zahvaljujući povoljnoj ponudi, dobrom korisničkom iskustvu i inovativnom marketingu.

Slika 1. AboutYou logo



Izvor: Službena internet stranica AboutYou, <https://corporate.aboutyou.de/en/> (20.07.2024)

5.2. Faktori uspješnosti

About You je postigao veliki uspjeh na tržištima diljem Europe, uključujući Hrvatsku, zahvaljujući kombinaciji nekoliko ključnih faktora.

Usmjerena je na svoje kupce, čime poboljšava korisničko iskustvo i povećava vjerojatnost kupovine. Personalizacija je jedan od najvažnijih faktora uspjeha About You-a. Koristeći određene algoritme i tehnologiju, platforma omogućava svakom korisniku personalizirane preporuke proizvoda na temelju njihovih preferencija, prethodnih kupovina i pretraživanja.

Kvaliteta proizvoda i konstantna inovacija predstavlja veliku važnost poslovanja trgovine. Stoga nudi širok izbor odjeće, obuće i modnih dodataka od preko 1000 brandova, uključujući popularne svjetske i lokalne marke. To omogućuje da pokrije širok spektar stilova i potreba za različite vrste korisnika. About You nudi nešto za svakoga, što pomaže da zadovolji širu ciljanu publiku.

Kontinuirano poboljšava Web stranicu i mobilnu aplikaciju About You-a. Ovo omogućuje korisnicima da brzo pronađu proizvode koje traže, što je ključno za zadržavanje posjetitelja na stranici. Oko 80% kupaca koristi mobilne uređaje za pregledavanje i kupovinu, a About You je to prepoznao i optimizirao svoju platformu za mobilne korisnike.

Jedan od ključnih elemenata njihove marketinške strategije je suradnja s poznatim influencerima i modnim ikonama. Influenceri su promovirali About You putem društvenih mreža, što je značajno pomoglo izgradnji branda, posebno među mlađ

5.3. Način poslovanja

„AboutYou“ internet trgovina kombinira tehnološku inovaciju s jakim marketinškim pristupom i personaliziranim iskustvom kupovine. Njihov poslovni model temelji se na pružanju jednostavne i fleksibilne usluge, uz veliki izbor proizvoda i pogodnosti za kupce, kao što su besplatna dostava i povrat.

5.4. Faza planiranja internetske trgovine

Faza planiranja u razvoju internet trgovine poput About You ključna je za uspjeh poslovanja, a uključuje različite korake, od istraživanja tržišta, postavljanja ciljeva, definiranja korisničkog iskustva do tehničke infrastrukture.

Prvi korak u fazi planiranja je definiranje ciljne publike. U slučaju About You Internet trgovine, cilj je bio privući mlađu, digitalno osviještenu publiku koja preferira online kupovinu i modni sadržaj na društvenim mrežama. U ovoj fazi, About You je analizirao i konkurente poput Zalanda, ASOS-a i drugih platformi koji djeluju u obliku internet trgovine, kako bi identificirali što oni nude i na koje načine About You može biti drugačiji. To uključuje praćenje cijena, ponude proizvoda, korisničkog iskustva i marketinških taktika konkurencije. Veliku pažnju posvećuju i istraživanju globalnih i lokalnih trendova u modnoj industriji.

Za About You, jedan od ključnih ciljeva bio je postati vodeća platforma za modnu online kupovinu u Europi, s naglaskom na personalizirano korisničko iskustvo. Još u fazi planiranja, dugoročni cilj bio je širenje na više europskih tržišta, uključujući prilagodbu različitim jezicima, kulturama i tržišnim potrebama, što je postala realnost već nekoliko godina nakon lansiranja. Potrebno je bilo razviti tehnološku infrastrukturu koja će podržati personalizaciju ponude za svakog korisnika i omogućiti prilagodljivost kako bi platforma mogla rasti i podržavati milijune korisnika. Planiranje uključuje i tehnološka rješenja pomoću kojih sustav može podnijeti veliku količinu korisnika i transakcija, posebno s obzirom na planiranu internacionalnu ekspanziju.

U fazi planiranja je bilo potrebno odrediti oblik poslovnog modela. U planiranju poslovnog modela, About You je odlučio biti platforma koja nudi proizvode mnogih brandova, od luksuznih do pristupačnih. Ova odluka omogućila je stvaranje velike baze kupaca s različitim modnim ukusima i budžetima. Umjesto da razvijaju vlastitu liniju proizvoda kao primarni fokus, odlučili su se za model posredovanja između brandova i krajnjih korisnika, pružajući brandovima pristup širokoj online publici, dok su se sami fokusirali na pružanje najboljeg iskustva kupcima.

Veliki naglasak stavljen je na razvoj jednostavne i pregledne platforme gdje korisnici mogu lako pronaći proizvode koje traže, bez kompliciranih i pretrpanih izbornika.

Korištenje filtara za pretragu, kao što su veličina, boja i brand, dio je planiranog poboljšanja korisničkog iskustva.

6. MARKETINŠKI MIKS

6.1. Proizvodi

About You nudi širok asortiman proizvoda uključujući odjeću, obuću i modne dodatke za muškarce, žene i djecu. Njihov portfelj uključuje proizvode od više od 1000 brandova, od luksuznih i poznatih modnih kuća do pristupačnih i lokalnih brandova. Platforma koristi napredne algoritme za preporučivanje proizvoda na temelju korisničkih preferencija i povijesti pretraživanja. Korisnici mogu vidjeti proizvode koji su specifično prilagođeni njihovom stilu i interesima.

About You se fokusira na kvalitetu i stil, a redovito dodaje nove kolekcije i brandove kako bi se pratili najnoviji modni trendovi.

6.2. Cijena

Obzirom da trgovina nudi širok asortiman proizvoda ti proizvodi pripadaju različitim cjenovnim rangovima. Redovito se provode promotivne kampanje i popusti, kao što su sezonska sniženja, kuponi za popust i posebne ponude. Ove akcije pomažu u privlačenju kupaca i povećanju prodaje.

Cijene su konkurentne u odnosu na slične platforme i fizičke trgovine, s naglaskom na transparentnost cijena i jasno označene cijene bez skrivenih troškova.

6.3. Distribucija

„About You“ je isključivo online trgovina, što znači da su svi proizvodi dostupni putem njihove web stranice i mobilne aplikacije. Njihov model omogućava globalnu dostupnost uz brzu i jednostavnu kupovinu. Ovisno o tržištu, About You nudi različite opcije dostave. Također imaju fleksibilnu politiku povrata koja omogućava korisnicima da vrate proizvode unutar određenog vremenskog okvira.

Platforma je dostupna u više od 20 europskih zemalja, a logistički sustav je optimiziran za podršku velikim količinama narudžbi i dostavu na međunarodnoj razini.

Tablica 1. Primjeri dostavne službe

<i>Država</i>	<i>Dostavna služba</i>
<i>Njemačka</i>	DHL, Hermes
<i>Austrija</i>	DHL, HermesAT
<i>Švicarska</i>	SwissPost, Quickpac
<i>Španjolska</i>	Correos
<i>Hrvatska</i>	Hrvatska pošta
<i>Belgija</i>	Bpost, DHL

Izvor: Službena internet stranica AboutYou, <https://ir.aboutyou.de/websites/about-you/English/4000/publications.html> (11.09.2024.)

Uvjeti dostave razlikuju se u svakoj državi. Na početku poslovanja dostava je bila besplatna u svim državama gdje je ova internet trgovina poslovala. Naknadno je uvedeno naplaćivanje dostave. U Hrvatskoj za narudžbe u vrijednosti od 17,90 € i iznad dostava je besplatna. Ako je vrijednost narudžbe manja, troškovi dostave po narudžbi iznose 2,90 € uključujući PDV. Za Njemačku vrijedi pravilo besplatne dostave za narudžbe iznad 29,90 €, inače će se naplatiti troškovi dostave od 4,90 €.

6.4. Promocija

U planiranju marketinških aktivnosti, About You je odlučio staviti veliki naglasak na influencer marketing i suradnju s poznatim licima iz modne industrije, što je postalo ključan dio njihove promotivne strategije. Fokus na društvene mreže poput Instagrama i Facebooka omogućio je About You-u da izravno komunicira sa svojom ciljnom publikom. Planirano je također korištenje plaćenih oglasa i kampanja kako bi privukli nove korisnike.

Održavaju redovitu komunikaciju s korisnicima putem emaila, nudeći im personalizirane preporuke, informacije o novim proizvodima i posebnim ponudama. Još dodatani oblik promocije provode kroz različite promotivne kampanje kao što su sezonski popusti, Black Friday ponude, i posebne promocije za nove korisnike.

7. „ABOUT YOU“ PROJEKTI ZA ODRŽIVI RAZVOJ

7.1. Second Love

Second Love inicijativa u About You internet trgovini fokusira se na koncept cirkularne ekonomije i održivosti kroz poticanje ponovne upotrebe odjeće. Nažalost dostupno je trenutno samo na području Njemačke, ali obzirom da bilježi pozitivan razvoj može se uskoro očekivati i širenje na ostala područja. Ova inicijativa omogućava kupcima da prodaju svoju nošenu odjeću ili kupuju rabljene komade na platformi About You, čime se smanjuje potreba za novom proizvodnjom, umanjuje tekstilni otpad i produljuje vijek trajanja odjevnih predmeta.

Ovime About You potiče potrošače da sudjeluju u ponovnoj upotrebi odjeće, čime se smanjuje proizvodnja novih komada i negativni ekološki utjecaj povezan s "brzom modom". Umjesto da se odjeća baci ili završi na otpadu, potrošači imaju priliku zaraditi prodajom svojih korištenih predmeta ili kupiti kvalitetnu odjeću po nižim cijenama.

Ova inicijativa podržava održivost u modnoj industriji, koja je inače poznata po visokom stupnju otpada i ekološki neodrživim praksama. Korištenjem platforme za preprodaju odjeće, About You smanjuje potražnju za proizvodnjom novih odjevnih predmeta, čime doprinosi smanjenju resursa potrebnih za njihovu proizvodnju, poput vode, energije i sirovina.

Također, Second Love pridonosi smanjenju emisija ugljičnog dioksida povezanih s proizvodnjom i transportom novih komada odjeće.

Kupci mogu biti sigurni da kupuju odjeću koja je u dobrom stanju jer About You osigurava kontrolu kvalitete proizvoda prije nego što se stave na prodaju putem Second Love platforme. Ovo omogućava kupcima pristup kvalitetnoj odjeći po pristupačnijim cijenama.

Second Love inicijativa je inovativan korak u smjeru održivosti, koji pruža vrijednost ne samo kupcima kroz pristup povoljnijoj odjeći, već i planetu smanjenjem otpada i resursa potrebnih za proizvodnju nove odjeće. Kroz ovu inicijativu, About You doprinosi promjeni načina na koji potrošači pristupaju modi, podiže svijest o održivoj potrošnji i aktivno sudjeluje u smanjenju negativnih ekoloških utjecaja modne industrije.

7.2. AboutYou Outlet

About You Outlet trgovine predstavljaju poseban segment poslovanja internet trgovine About You, koji omogućava kupcima kupovinu brandiranih odjevnih komada, obuće i dodataka po značajno sniženim cijenama. Ove trgovine nude proizvode koji su iz prethodnih sezona, višak zaliha ili artikle s manjim oštećenjima, čineći ih dostupnima po povoljnijim uvjetima.

Ključne karakteristike About You Outlet trgovina:

- Snižene cijene - Glavna prednost outlet trgovina je mogućnost kupovine kvalitetnih modnih artikala po nižim cijenama. Outlet asortiman često uključuje popuste koji idu i do 70%, što čini brandiranu odjeću pristupačnijom široj publici.
- Raznovrstan asortiman - About You Outlet nudi široku ponudu odjevnih komada, uključujući sve kategorije – odjeću, obuću i dodatke za žene, muškarce i djecu.
- Održiva moda i smanjenje otpada - Outlet trgovine igraju važnu ulogu u konceptu održive mode jer omogućuju brandovima da prodaju zalihe koje bi inače mogle ostati neprodane ili završiti kao otpad. Prodaja viška zaliha pomaže smanjiti potrebu za bacanjem neprodanih proizvoda, što doprinosi održivosti i smanjenju tekstilnog otpada.
- Pristupačnost modnih brandova - About You Outlet nudi pristup poznatim brandovima koji su inače skuplji, ali u outlet trgovinama postaju dostupniji široj publici.
- Kombinacija sa sezonskim rasprodajama -Pored stalnih outlet ponuda, About You često nudi dodatne popuste u sezoni rasprodaja, što znači da kupci mogu pronaći artikle po još nižim cijenama.

About You Outlet trgovine predstavljaju odličnu priliku za ljubitelje mode koji traže kvalitetnu odjeću po sniženim cijenama, dok istovremeno promoviraju održiviji pristup kupovini. Ovaj segment poslovanja doprinosi boljoj iskorištenosti modnih resursa i smanjenju viškova, čineći ga korisnim i za kupce i za okoliš.

Slika 2. About You Outlet logo



Izvor: <https://www.google.com/search>, (13.09.2024.)

7.3. Ambalaža i recikliranje

Ambalaža i recikliranje kod About You trgovine igraju ključnu ulogu u njihovim nastojanjima da postanu održiviji i ekološki odgovorniji.

Kao dio industrije koja se suočava s velikim izazovima u smislu otpada i emisije štetnih plinova, About You je poduzeo niz inicijativa kako bi minimizirao svoj ekološki otisak kroz upotrebu održivih materijala za pakiranje i promociju recikliranja.

About You se fokusira na korištenje ekološki prihvatljivih materijala za pakiranje svojih proizvoda. Upotrebljava kartonske kutije i papir koji su napravljeni od recikliranih materijala. Kako bi se smanjila količina otpada koriste što manju količinu materijala. Koristeći inteligentne sustave za pakiranje, prilagođavaju veličinu ambalaže količini i vrsti proizvoda. Gdje god je to moguće, koristi se samo jedan sloj pakiranja kako bi se smanjila količina otpada.

Kroz uporabu recikliranih materijala, smanjenje otpada i poticanje recikliranja, About You nastoji unaprijediti svoje poslovanje u skladu s principima održivog razvoja. Njihove inicijative u vezi s ambalažom i recikliranjem predstavljaju značajan doprinos smanjenju negativnog ekološkog utjecaja internet trgovina, dok kupcima omogućuju da postanu dio tog održivog procesa.

8. FINANCIJSKA ANALIZA

Financijska analiza „AboutYou“ internet trgovine može obuhvatiti nekoliko ključnih područja, uključujući prihode, troškove, profitabilnost, te strategiju rasta i ekspanzije.

U nastavku su prikazani ključni poslovni pokazatelji prve četvrtine razdoblja za 2023./2024. i 2024./2025. godinu.

Tablica 2. Poslovni pokazatelji prve četvrtine razdoblja za 2023./2024. i 2024./2025. godinu

	Q1 2024/2025	Q1 2023/2024	Postotak razlike
Ključni pokazatelji			
<i>Broj korisnika</i>			
<i>Broj korisnika mjesečno</i>	118.9	138.6	14.2%
<i>Korisnici mobilne aplikacije</i>	91.0%	88.0%	3.0%
Ostali pokazatelji			
<i>Aktivni korisnici (u milijunima)</i>	12.3	12.8	4.4%
<i>Broj narudžbi (u milijunima)</i>	37.7	39.6	4.9%
<i>Prosječan broj narudžbi po kupcu</i>	3.1	3.1	0.5%
<i>Prosječna vrijednost narudžbe (u EUR, uključujući PDV)</i>	58.5	54.8	6.7%

Izvor: Službena internet stranica AboutYou, <https://ir.aboutyou.de/websites/about-you/English/4000/publications.html> (11.09.2024.)

U razdoblju prve četvrtine 2024./2025. broj mjesečnih korisnika iznosi 118.9 milijuna, dok je u istom razdoblju za 2023./2024. godinu iznosio 138.6 milijuna, što predstavlja pad od 14.2%. To znači da se smanjio broj aktivnih korisnika na mjesečnoj razini. Dok je udio korisnika koji koriste mobilnu aplikaciju porastao je s 88.0% na 91.0%, što je povećanje od 3.0%. Mobilna aplikacija postaje dominantniji način pristupa platformi.

Broj aktivnih korisnika smanjio se s 12.8 milijuna na 12.3 milijuna u prvoj četvrtini 2024./2025, što predstavlja pad od 4.4%. Isto tako „AboutYou“ je zabilježio pad u broju narudžbi s 39.6 milijuna na 37.7 milijuna, što je smanjenje od 4.9%.

Prosječan broj narudžbi po kupcu ostao je gotovo nepromijenjen, zadržavši se na 3.1 u oba razdoblja, uz minimalan rast od 0.5%, a prosječna vrijednost narudžbe porasla je s 54.8 EUR na 58.5 EUR, što predstavlja porast od 6.7%.

Iako je broj korisnika i narudžbi opao u 2024./2025. u usporedbi s istim razdobljem prethodne godine, došlo je do povećanja prosječne vrijednosti narudžbe i udjela korisnika mobilne aplikacije. Ovi podaci mogu ukazivati na veću angažiranost korisnika putem mobilnih uređaja, dok ukupni broj korisnika i narudžbi bilježe pad.

Tablica 3. Financijski rezultati za prvu četvrtinu (Q1) fiskalnih godina 2024./2025. i 2023./2024.

	Q1	Q1	Postotak
(u milijunima eura, osim ako nije drugačije navedeno)	2024./2025	2023./2024	razlike
Financijski rezultati			
<i>Ukupni prihodi</i>	518.3	507.1	2.2%
<i>DACH</i>	252.7	248.8	1.6%
<i>RoE</i>	234.1	228.8	2.3%
<i>TME (Tech, Media, and Enabling)</i>	46.8	48.3	3.1%

Izvor: Službena internet stranica AboutYou, <https://ir.aboutyou.de/websites/about-you/English/4000/publications.html> (11.09.2024.)

Ova tablica prikazuje financijske rezultate za prvu četvrtinu fiskalnih godina 2024./2025. i 2023./2024., uz usporedbu prihoda različitih poslovnih segmenata unutar kompanije About You, izraženo u milijunima eura. Tablica uključuje i postotak razlike u prihodima između ta dva razdoblja.

Ukupni prihodi tvrtke povećali su se za 2.2% u usporedbi s istim razdobljem prethodne godine. Ovaj rast pokazuje da je kompanija ostvarila blago povećanje prihoda, što ukazuje na rastuću prodaju ili veću potražnju.

U regiji DACH (Njemačka, Austrija, Švicarska), koja uključuje najvažnija tržišta za tvrtku, prihodi su porasli za 1.6%. Ovo ukazuje na stabilan rast u središnjoj Europi, iako skroman, pokazuje da tvrtka zadržava svoju poziciju na glavnim tržištima. Na tržištima izvan DACH regije (ostatak Europe), prihodi su porasli za 2.3%. Ovaj rast je nešto veći nego u DACH regiji, što može značiti jaču ekspanziju ili veću potražnju na drugim europskim tržištima.

About You je zabilježio ukupni rast prihoda u glavnim regijama (DACH i ostatak Europe). Međutim, segment TME zabilježio je pad prihoda od 3.1%, što može upućivati na izazove u tom dijelu poslovanja. Generalno, tvrtka ostvaruje stabilan rast na ključnim tržištima, iako po nešto nižim stopama.

8.1. Prihodi i profitabilnost

About You, kao dio grupacije Otto Group, bilježi snažan rast prihoda otkako je pokrenut 2014. godine. Prihodi su iz godine u godinu rasli zahvaljujući širenju na međunarodna tržišta i povećanom broju aktivnih kupaca. Glavni izvor prihoda dolazi od prodaje odjeće, obuće i modnih dodataka putem njihove platforme. Njihov model poslovanja omogućuje suradnju s mnogim modnim brandovima, što doprinosi širokoj ponudi proizvoda i povećanju broja transakcija.

U posljednjim godinama, About You radi na povećanju profitabilnosti kroz optimizaciju operacija, širenje baze korisnika i smanjenje troškova po narudžbi. Ovaj proces često uključuje poboljšanje marži putem optimizacije lanaca opskrbe i logističkih rješenja.

Ekspanzija na nova tržišta ključan je dio njihove strategije rasta, jer im omogućuje povećanje prihoda i korisničke baze. Značajne investicije u tehnologiju, logistiku i korisničku podršku omogućile su im brzi rast, dok su ulagači prepoznali potencijal za širenje i razvoj na tržištima.

8.2. Troškovi i izazovi

S obzirom na to da About You intenzivno koristi digitalni marketing, posebno influencer marketing, veliki dio troškova odlazi na marketinške kampanje. Ove kampanje su ključne za povećanje prepoznatljivosti branda i privlačenje novih korisnika. Zbog sofisticirane tehnološke platforme koja nudi personalizirane preporuke, značajan dio troškova otpada na razvoj i održavanje tehnologije te optimizaciju korisničkog iskustva.

Kao online trgovina, logistika je važan segment njihovih operacija. Troškovi uključuju skladištenje, dostavu i povrate, što je posebno važno jer About You nudi besplatne povrate, što može povećati operativne troškove.

U početnim fazama, visoki troškovi marketinga i logistike mogu otežavati put prema profitabilnosti. Također, besplatni povrati, koji su privlačni korisnicima, mogu dodatno povećati troškove. Modno tržište na internet stranicama izrazito je konkurentno, s velikim igračima poput Zalanda i ASOS-a, što zahtijeva kontinuirano ulaganje u inovacije i zadržavanje korisnika.

Tablica 4. Izvod novčanog toka

<i>in EUR millions</i>	Q1 2024/2025	Q1 2023/2024
Gubitak za razdoblje	(9.5)	(23.8)
<i>Amortizacija i otpisi</i>	16.7	17.5
<i>Porez na dobit</i>	(0.7)	0.7
<i>Neto kamatni rezultat</i>	2.8	1.2
<i>Plaćeni porezi</i>	(0.0)	0.0
<i>Povećanje / smanjenje zaliha</i>	32.8	16.7
<i>Povećanje / smanjenje potraživanja od kupaca i drugih potraživanja</i>	(1.1)	(13.3)
<i>Povećanje / smanjenje obveza prema dobavljačima</i>	22.7	24.5
<i>Povećanje / smanjenje drugih sredstava / obveza</i>	(11.3)	(4.4)
<i>Troškovi koji nisu u gotovini</i>	6.9	7.0

Novčani tok iz operativnih aktivnosti	59.3	26.0
<i>Nabava nematerijalne imovine i nekretnina, postrojenja i opreme</i>	(8.7)	(9.2)
<i>Nabava dionica tvrtke</i>	(0.0)	(0.0)
<i>Plaćanja / Otplate kredita</i>	(5.3)	(6.5)
<i>Primljene kamate</i>	0.7	0.6
Novčani tok iz investicijskih aktivnosti	(13.3)	(15.2)
Slobodni novčani tok	46.0	10.8
<i>Troškovi leasinga</i>	(11.8)	(10.3)
<i>Plaćene kamate</i>	(3.3)	(1.7)
Novčani tok iz financijskih aktivnosti	(15.1)	(12.0)
<i>Novac i novčani ekvivalenti na početku razdoblja</i>	163.9	204.9
<i>Neto promjena u novcu i novčanim ekvivalentima</i>	30.9	1.2
Novac i novčani ekvivalenti na kraju razdoblja	194.8	203.7

Izvor: Službena internet stranica AboutYou, <https://ir.aboutyou.de/download/companies/58027/> (11.09.2024.)

Financijska analiza pokazuje da je tvrtka usredotočena na dugoročni rast, ulažući značajne resurse u tehnologiju, marketing i ekspanziju na nova tržišta. Iako su se suočili s početnim gubicima, njihov brzi rast prihoda, rast korisničke baze i izlazak na burzu ukazuju na pozitivan smjer prema postizanju održive profitabilnosti.

9. RAZVOJ DRUGIH PODUZEĆA U SURADNJI S „ABOUT YOU“ INTERNET TRGOVINOM

Suradnja s About You internet trgovinom može biti izuzetno korisna jer pruža brojne prilike za rast i širenje poslovanja kroz digitalne platforme. About You je velika online trgovina fokusirana na modu koja nudi manjim poduzećima mogućnost pristupa širokom tržištu i ciljanoj publici.

9.1. Upravljačka djelatnost

Upravljačka djelatnost u About You internet trgovini temelji se na modernim principima upravljanja e-trgovinom, koristeći napredne tehnologije, podatkovnu analitiku i fokus na korisničko iskustvo.

About You koristi outsourcing logistike i upravljanja korisničkom podrškom, surađujući s partnerima poput Mplus Group, što im omogućuje da se fokusiraju na razvoj strategija i proizvoda, dok partneri upravljaju operativnim procesima. Partnerstvo između Mplus Group i About You usmjereno je na korištenje stručnosti Mplus Group-a u outsourcingu poslovnih procesa i tehnologija (BPTO) kako bi se podržale operativne potrebe About You-a. Ova suradnja prvenstveno poboljšava korisničku podršku i procese back-office operacija.

9.1.1. Mplus Group

Mplus Group pruža usluge korisničke podrške, poput upravljanja upitima kupaca, obrade narudžbi i rješavanja problema u različitim regijama u kojima About You posluje. Osim toga, Mplus Group nudi podršku u prodaji, moderiranje sadržaja i automatizaciju procesa, što pomaže u optimizaciji poslovanja About You, omogućujući im učinkovito širenje usluga na različita tržišta.

Poslovanje između ove dvije kompanije omogućuje About You da se fokusira na svoje osnovne aktivnosti kao internet trgovina, dok Mplus Group osigurava nesmetano funkcioniranje pozadinskih operacija, poboljšavajući ukupno zadovoljstvo kupaca i

omogućujući About You održavanje visokokvalitetne usluge tijekom širenja na međunarodnom tržištu.

Slika 3: Mplus Group logo



Izvor: <https://www.vecernji.hr/vijesti/perspektivno-zanimanje-kao-stepenica-za-daljnji-razvoj-1730934>
(20.05.2024.)

9.1.2. SCAYLE platforma

Uprava About You postavila je cilj brzog širenja na različita europska tržišta. Korištenje zajedničkih usluga kao što su logistika, IT infrastruktura i marketing omogućuje brzo prilagođavanje lokalnim uvjetima, dok se fokusiraju na digitalno oglašavanje i promociju branda. Kompanija ima dinamičnu i inovativnu korporativnu kulturu koja privlači talente, posebno u područjima IT-a i marketinga. Transparentna komunikacija i jasno definirani ciljevi omogućuju učinkovito vođenje timova koji se brzo prilagođavaju tržišnim promjenama.

Slika 4: Scayle logo



Izvor: <https://www.scayle.com/> (20.05.2024.)

SCAYLE je softverska platforma koju je razvila About You, a suradnja između SCAYLE-a i About You trgovine temelji se na pružanju tehničke infrastrukture i skalabilnih rješenja za e-trgovinu.

Tehnološka platforma SCAYLE je platforma koja omogućava i drugim tvrtkama da koriste tehnologiju About You trgovine za razvoj i upravljanje vlastitim online trgovinama. About You koristi vlastitu SCAYLE infrastrukturu za svoj e-commerce poslovni model, što omogućuje jednostavnu prilagodbu i brzu međunarodnu ekspanziju. Kroz ovaj program, About You može brzo prilagođavati svoje operacije ovisno o potrebama tržišta, uključujući integraciju novih partnera i pružanje personaliziranih iskustava kupcima. Ova tehnologija omogućava brzo skaliranje, bilo da se radi o ulasku na nova tržišta ili o povećanju broja transakcija.

SCAYLE omogućava drugim tvrtkama, uključujući male poduzetnike i velike brandove, da koriste tehnologiju koju je razvio About You za vlastite potrebe e-trgovine, bez potrebe za ulaganjem u vlastiti IT tim ili infrastrukturu.

Ova platforma pruža sveobuhvatnu tehničku podršku About You platformi, što im omogućava da se usredotoče na svoje ključne operacije, poput marketinga, kupaca i proizvoda, dok SCAYLE upravlja tehničkim aspektima kao što su serveri, aplikacije, sigurnost i druge IT funkcije. Korištenjem SCAYLE-a, About You je izgradila svoju trgovinu na temeljima pouzdane, prilagodljive i tehnološki napredne platforme koja omogućava visoku učinkovitost i optimizaciju poslovanja.

9.2. Logističke djelatnosti

Razvoj logističkih djelatnosti uz pomoć About You internet trgovine temelji se na visoko optimiziranim procesima i tehnološki podržanim rješenjima koja omogućuju brzu i učinkovitu dostavu te upravljanje skladištima. About You surađuje s vanjskim logističkim partnerima koji upravljaju dostavom i skladištenjem, čime osigurava efikasno rukovanje velikim količinama narudžbi. Ova suradnja omogućava fleksibilnost i skalabilnost, posebno tijekom perioda visoke potražnje, kao što su sezonski popusti ili promocije. About You koristi centralizirana skladišta koja omogućuju bolju kontrolu zaliha i brže slanje proizvoda korisnicima. Ova skladišta su

opremljena naprednim sustavima za upravljanje zalihama (Warehouse Management System – WMS), što smanjuje vrijeme obrade narudžbi i minimizira mogućnost grešaka.

Korištenjem SCAYLE platforme, koja omogućava optimizaciju cjelokupnog procesa e-trgovine, About You koristi napredne tehnologije za praćenje narudžbi, optimizaciju rute dostave i upravljanje povratima. Ove tehnologije omogućuju transparentnost i smanjenje vremena isporuke.

Za dostavu svojih proizvoda, About You surađuje s različitim dostavnim službama, uključujući DHL i Hermes u Njemačkoj i Hrvatsku poštu na našim područjima.

Suradnja s različitim dostavnim službama omogućuje brzu i pouzdanu dostavu, uključujući opcije za ekspresnu dostavu. Pruža mogućnost praćenja paketa putem svoje platforme i usluge za povratak paketa, što je važno za online kupovinu.

9.3. Mali poduzetnici

About You nudi mogućnosti malim poduzetnicima i brendovima da surađuju s njima putem svoje platforme, pružajući im priliku da prodaju svoje proizvode putem njihovog online shopa.

Na web stranici postoji odjeljak za suradnju s partnerima ili prodavačima. Mali poduzetnici mogu pripremiti detaljan opis svojih proizvoda, cijene, slike i sve druge relevantne informacije koje mogu pomoći About You timu da procijeni ponudu. Ako se ponuda prihvati, slijedi integracija proizvoda u About You platformu. Ovo može uključivati prijenos informacija o proizvodima, slike i druge tehničke korake.

About You je popularna online trgovina s velikim brojem posjetitelja i kupaca, što omogućuje malim poduzetnicima da dosegnu širu publiku nego što bi to mogli sami. Često uključuje podršku u logistici, uključujući skladištenje, pakiranje i dostavu proizvoda, što smanjuje operativne troškove za malog poduzetnika. Korištenje poznate platforme može pomoći u povećanju prodaje zahvaljujući već uspostavljenom korisničkom povjerenju i jednostavnosti kupovine.

Suradnja s velikom platformom poput About You može biti izvrsna prilika za male poduzetnike da prošire svoj doseg i povećaju prodaju.

10. KONKURENCIJA NA TRŽIŠTU

10.1. Zalando

Iako obje kompanije posluju u istom sektoru, razlikuju se po poslovnim strategijama, uslugama, pristupu korisnicima, te načinima na koje implementiraju održivost. Zalando internet trgovina je duže u poslovanju na ovom tržištu te je proširen u više zemalja nego što je to About You.

Personalizacija je ključna strategija kod About You. Korisnici mogu kreirati osobne profile s mjerama, a platforma koristi algoritme kako bi preporučila proizvode na temelju stila, preferencija, povijesti pretraživanja i ponudila odgovarajuću veličinu.

Iako i Zalando nudi samo određeni stupanj personalizacije, njegov primarni fokus je na širokom spektru proizvoda i dostupnosti za sve korisnike. Korisnici imaju mogućnost pregledavanja različitih stilova, no personalizacija nije toliko naglašena kao kod About You.

Zalando ima znatno širi asortiman, s više od 6.000 brandova. Pruža proizvode od pristupačne mode do luksuznih brandova, uključujući sportsku odjeću, dodatke i proizvode za različite dobne skupine i stilove.

Osim što se ističe po personalizaciji, About You koristi tehnologije poput umjetne inteligencije (AI) i big data analitike kako bi unaprijedio korisničko iskustvo i prilagodio ponudu prema individualnim preferencijama kupaca. Dok Zalando ima veći fokus na logističku tehnologiju, uključujući upotrebu robota u skladištima.

Zalando ima širi marketing fokus, ciljajući različite dobne i demografske skupine. Često se koristi tradicionalnim oglašavanjem, uključujući televizijske kampanje i bilborde, uz naravno prisutnost na digitalnim kanalima. About You se fokusira na marketing putem influencera i društvenih mreža kako bi dopro do mlađe publike.

Iako About You i Zalando posluju u istom sektoru, njihova strategija i fokus se razlikuju. About You se ističe personalizacijom i jakim fokusom na mlađe generacije kroz digitalno iskustvo, dok Zalando nudi veći asortiman, napredniju logistiku i snažniji fokus na održivost. Obje platforme su uspješne, ali privlače različite profile kupaca –

About You je više orijentiran na personalizirane kupce željne trendova, dok Zalando cilja širu publiku s naglaskom na dostupnost i održive opcije.

10.2. Asos

Komparativna analiza između About You i ASOS-a pokazuje kako se ove dvije modne platforme razlikuju i nadopunjuju u pristupu internet trgovine. Iako obje platforme ciljaju slične demografske skupine, osobito mlađe potrošače zainteresirane za online shopping, njihovi poslovni modeli, strategije personalizacije, asortiman i pristup održivosti nude jedinstvene prednosti i izazove.

Asos je internet trgovina osnovana 2000. godine u Ujedinjenom Kraljevstvu. Aktivan je u više od 200 zemalja.

Posjeduje ogromnu raznolikost proizvoda, s tisućama brandova, uključujući vlastite linije odjeće. Osim pristupačne odjeće, nudi i premium linije te luksuzne kolekcije.

Iako se ne oslanja toliko na personalizaciju kao About You, ASOS pruža sličnu funkcionalnost kroz kategorije proizvoda i stilove koje korisnici mogu filtrirati prema željama.

About You se fokusira na suradnju s poznatim influencerima i kreiranje personaliziranih marketinških kampanja. ASOS je jedan od pionira u online modnoj industriji i ima snažno brendiranje usmjereno prema mladim potrošačima. Iako je izuzetno prepoznatljiv, ponekad se smatra previše usmjerenim na mlade, što može ograničiti privlačnost starijim demografskim skupinama.

Asos ima snažan fokus na održivost, s jasnim oznakama za održive proizvode i planovima za smanjenje ugljičnog otiska.

11. MOGUĆI BUDUĆI RAZVOJ „ABOUT YOU“ INTERNET TRGOVINE

About You kao popularna internet trgovina ima mogućnosti i daljnjeg razvoja. Kako bi nastavila rasti i privlačiti nove korisnike, može se usredotočiti na nekoliko budućih projekata.

11.1. Budući trend virtualne probe

Razvoj projekta virtualne probe može pružiti bolje korisničko iskustvo i smanjenje stopa povrata. Osmišljena je kao virtualna soba koja omogućava korisnicima da vide kako odjeća izgleda na virtualnom modelu koji odgovara njihovim dimenzijama ili kako odjeća izgleda na njima samima pomoću kamere pametnog telefona. Korisnici trenutno u About You shopu mogu već spremati svoje dimenzije i aplikacija im sama uz pomoću pametnih sustava preporučiti veličinu, uz tu opciju bilo bi moguće vidjeti kako im odjeća stoji virtualnoj sobi.

U početnoj fazi je potrebno provoditi testiranje s korisnicima kako bi se prikupile povratne informacije i identificirali potencijalni problemi.

Razvijanje virtualne probe može značajno unaprijediti iskustvo kupovine na About You, smanjiti stopu povrata i povećati zadovoljstvo korisnika. Ključ uspjeha leži u pravom odabiru tehnologije, dizajnu korisničkog iskustva, integraciji s postojećim sustavima, te kontinuiranom testiranju i optimizaciji funkcionalnosti. Uključivanje AR tehnologije i 3D modeliranja može pružiti inovativna rješenja koja će About You staviti u prednost na tržištu online trgovine.

11.2. Second Love na svim tržištima

Proširenje inicijative Second Love na druga tržišta može donijeti značajne prednosti, ali naravno i izazove.

Proširenje na nova tržišta može poboljšati globalnu prepoznatljivost About You kao lidera u održivosti i privući ekološki osviještene potrošače na novim tržištima. „Recikliranje“ rabljenih proizvoda može obogatiti ponudu, povećati asortiman proizvoda i zadovoljiti različite preferencije i potrebe potrošača.

Proširenje Second Love značajno bi smanjilo otpad i emisije povezane s proizvodnjom i transportom novih odjevnih komada, doprinosi globalnim ciljevima održivosti.

Kako svaka zemlja ima različite zakone i regulative vezane za trgovinu rabljene robe, sigurnost proizvoda i zaštitu potrošača tu se mogu pojaviti izazovi plasiranja ove opcije i na druga tržišta. Proširenje može zahtijevati prilagodbu poslovne strategije kako bi se zadovoljili lokalni zakoni. Različite carinske politike i porezi na uvoz rabljene robe mogu utjecati na troškove i cijene proizvoda.

Navike potrošnje i prihvaćanje rabljenih proizvoda razlikuju se među kulturama i regijama. Uvođenje inicijative može zahtijevati prilagodbu marketinških strategija i obrazovnih kampanja kako bi se povećala prihvaćenost.

Prije plasiranja potrebno je provesti detaljnu analizu tržišta kako bi se razumjele lokalne preferencije, regulative i konkurencija.

Proširenje Second Love na nova tržišta može donijeti značajne koristi i doprinijeti globalnim ciljevima održivosti, ali zahtijeva pažljivo planiranje i prilagodbu kako bi se uspješno prevladali izazovi i maksimizirale prednosti.

12. Zaključak

U ovom radu analizirani su najnoviji trendovi u poduzetničkom poslovanju s posebnim naglaskom na online trgovinu, koristeći About You kao ključan primjer.

Internet poslovanje nastavlja rasti i evoluirati, oslanjajući se na ključne trendove kao što su personalizacija, tehnološke inovacije, multi kanalni pristup i održivost. Online trgovine pokazale su kako uspješna primjena trendova može poboljšati korisničko iskustvo, povećati operativnu učinkovitost i zadovoljiti rastuće zahtjeve potrošača za etičkim i održivim praksama. U budućnosti, uspjeh u internet poslovanju bit će sve više povezan s sposobnošću prilagodbe i inovacije u skladu s dinamičnim promjenama tržišta i tehnologije.

Analizom smo uvidjeli kako About You uspješno primjenjuje inovativne strategije i tehnologije koje odražavaju trenutne trendove u internet trgovini. Personalizacija se pokazala kao ključna komponenta uspjeha online trgovina. Kroz sofisticirane algoritme preporuka, About You stvara personalizirano iskustvo za svoje korisnike, što značajno povećava angažman i lojalnost kupaca. Ovaj pristup ne samo da poboljšava korisničko iskustvo, već i doprinosi većoj stopi prihoda. Tehnološke inovacije, uključujući upotrebu umjetne inteligencije i big data analitike, omogućuju About You da optimizira svoje operacije i prilagodi ponudu u realnom vremenu. Ove tehnologije omogućuju preciznije predviđanje potreba kupaca i učinkovitije upravljanje zalihama, što povećava operativnu učinkovitost.

Multikanalni pristup prodaji omogućava About You da dosegne širu publiku putem različitih kanala, uključujući mobilne aplikacije, društvene mreže i njihovu web platformu. Ova strategija osigurava da kupci mogu lako pristupiti i kupovati proizvode s bilo kojeg uređaja, što dodatno povećava dostupnost i udobnost kupovine. Održivost i etičko poslovanje postaju sve važniji za potrošače, a About You se uspješno uklapa u ovaj trend kroz svoje inicijative usmjerene na održivu modu i transparentnost u lancu opskrbe. Ova predanost održivosti ne samo da zadovoljava rastuće zahtjeve tržišta, već i doprinosi pozitivnom imidžu branda.

About You implementira moderne trendove i tehnologije kako bi unaprijedio svoje poslovanje i postigao uspjeh na tržištu.

Popis literature

Stručna literatura

1. Bolfek B., Sigurnjak L.; Poduzetništvo, Slavonski Brod, 2011. god., korišteno: travanj, 2024.
2. Osredečki E.; Marketing iz dana u dan, Zagreb, 1996. god., korišteno: kolovoz, 2024.
3. Osredečki E.; Sve što poduzetnik treba znati, Zagreb, 1996. god., korišteno: kolovoz, 2024.
4. Siropolis N. C.; Menadžment malog poduzeća, Hrvatska obrtnička komora, 1995. god., korišteno: travanj, 2024.

Internet stranice

5. ABOUT YOU, <https://corporate.aboutyou.de/en/about-us> , Pristupljeno veljača, 2024.
6. CORE, <https://core.ac.uk/download/pdf/198073742.pdf> , Pristupljeno veljača, 2024.
7. Cut.hr,
<https://www.cut.hr/resources/publikacije/55/u%2010%20koraka%20internet%20i%20web%20shop.pdf> Pristupljeno kolovoz, 2024.
8. ABOUT YOU,
https://ir.aboutyou.de/download/companies/58027/Pressreleases/24-7-10_Press_release_en.pdf, Pristupljeno kolovoz, 2024.
9. SCAYLE, <https://www.scayle.com/>, Pristupljeno rujan, 2024.
10. Mplus Group, <https://mplusgroup.eu/>, Pristupljeno rujan, 2024.

Popis ilustracija

Popis slika

Slika 1. AboutYou logo.....	20
Slika 2. About You Outlet logo.....	28
Slika 3: Mplus Group logo.....	35
Slika 4: Scayle logo.....	35

Popis tablica

Tablica 1. Primjeri dostavne službe.....	25
Tablica 2. Poslovni pokazatelji prve četvrtine razdoblja za 2023./2024. i 2024./2025. godinu.....	29
Tablica 3. Financijski rezultati za prvu četvrtinu (Q1) fiskalnih godina 2024./2025. i 2023./2024.....	30
Tablica 4. Izvod novčanog toka.....	32