

Online vs. Offline



Conform celui mai recent studiu ROADS, realizat de catre PwC Romania si IAB Romania, valoarea total raportata a pietei de publicitate online din Romania in 2012 este de 98,6 milioane de lei (22.7 milioane euro), ceea ce inseamna o crestere de 7% a pietei locale de publicitate online, comparativ cu anul 2011. Pornind de la această informație, am valorificat oportunitatea de a-l întâlni pe Paul P. Durariu în cadrul Conferinței SEA 2013 și l-am chestionat cu privire la principalele aspecte relative la dezvoltarea unei afaceri în mediul online, comparativ cu dezvoltarea ei în offline.

Corina: Cine este Paul P. Durariu?

Paul: Varianta scurtă a răspunsului la această întrebare s-ar rezuma la: fondator revista online iLikeIasi.ro, antreprenor online, online strategist, E-commerce consultant și "alte nazdravanii prin online marketing".

Corina: Pentru ce trebuie să fie pregătiți cei care intenționează să pornească o afacere, fie că e în mediul online, fie că e în offline?

Paul: Dacă îți dorești să pornești o afacere trebuie să fii pregătit pentru surprize în fiecare zi, pentru nopți nedormite și zile de lucru mult mai lungi de 8 ore - mai ales în primul an de activitate.

Corina: Este lesne de observat pentru cineva care îți urmărește activitatea faptul că ești inclinat spre dezvoltarea unui mediu de afaceri în online. De ce nu dedici la fel de mult timp și afacerilor în offline, tradiționale, să zicem?

Paul: O afacere tradițională este în primul rând foarte scumpă. Costurile începerii unei astfel de afaceri includ închiriere, stocuri, taxe, autorizații și angajați. Mai mult decât atât, locația este foarte importantă pentru o afacere tradițională - aceasta poate însemna succes sau faliment. Din această cauză trebuie să analizezi mai mult timp piața pentru a îți clarifica clienții te adresezi și cu ce clienți vei face afaceri.

Corina: Care opinezi că sunt principalele avantaje ale dezvoltării unei afaceri în mediul offline?

Paul: O afacere dezvoltată tradițională încă are avantajul unui simț al încrederii și siguranței. Mulți clienți încă se simt mai siguri să îți facă cumpărăturile dintr-un magazin fizic. De asemenea, încă există site-uri dubioase, astfel că având în față o prezență "reală" afacerea ta se va bucura de o mai mare încredere. Clienții de pe stradă sunt încă un avantaj de care afacerea ta se va bucura. Modul tradițional de a face cumpărături încă beneficiază de o mare popularitate astfel, în locațiile cu "vad" veți avea mulți asemenea clienți. Mulți clienți încă mai doresc să vadă, simt și ating produsul fizic înainte de a face achiziția.

Corina: Iar dezavantajele afacerii tradiționale, din punctul tău de vedere, care ar fi?

Paul: Deși nu sunt foarte multe de spus aici, avem un motiv major și anume COSTURILE. Cea mai mare problemă în ceea ce privește deținerea unei afaceri în mod tradițional sunt costurile. Chiriile spațiilor comerciale sunt foarte mari, de asemenea pe lângă aceasta se adaugă și contractele de închiriere pe perioade mari de timp (2 - 5 ani). Dacă afacerea ta nu decurge după cum ai plănit pierderile vor fi foarte mari. De asemenea mă gândesc și la faptul că este foarte dificil de scalat afacerea, pentru a atinge piețe noi. Și nu în cele din urmă, orele de funcționare: afacerea ta este accesibilă clienților doar într-un interval orar bine stabilit.

Corina: Am putea spune că o afacere în mediul online ar presupune mai puțină muncă și o bucată de cap?

Paul: O afacere virtuală este mult mai ușoară, dar munca ce trebuie depusă este la fel de multă. Va trebui să efectuezi cercetare de piață pentru ținta ta demografică. Dar datorită magiei internetului, nu mai suntem limitați la o anumită zonă geografică sau locație. Cercetarea ta de piață va fi efectuată comod în fața calculatorului, folosind

toata uneltele necesare online, social media, forumuri, etc. Capitalul necesar pentru a începe o afacere online este dramatic mai mic.

Corina: Dacă ar fi să facem o comparație între costurile referitoare la marketing și advertising între cele două tipuri de afaceri – online și offline – cum ar înclina balanța?

Paul: Dacă ne referim la costurile de marketing și advertising, există diferențe enorme între online și tradițional. Reclama este relativ ieftină, iar în multe cazuri chiar gratis în online. Va trebui doar să fii activ în social media (forumuri, bloguri, rețele sociale) iar oamenii vor intra la tine pe site. Per total costurile sunt incomparabili mai mici în online. Ai nevoie de un calculator, o conexiune la internet și un telefon pentru a putea fi contactat de clienți. Vei avea nevoie să ai propriu tău site, astfel ca vei plăti pentru domeniu și web hosting. Și poți deschide!

Corina: Ca să rezumăm: care ar fi avantajele pe care le vezi tu, din prisma ocupației tale, vis a vis de dezvoltarea afacerilor în mediul online?

Paul: În primul rând costurile de start-up sunt foarte mici. Din punct de vedere al programului: avem deschis 24 de ore pe zi, 7 zile pe săptămână, 365 de zile pe an. Mă gândesc de asemenea la numărul mare de vizitatori pe zi. Este relativ ușor să creezi "buzz"-ul necesar pentru a aduce oameni pe site-ul tău. Oricum, pentru a transforma acești vizitatori în clienți este o altă provocare.

Corina: Afacerile în mediul online nu au chiar nici un dezavantaj?

Paul: Sentimentul fals de securitate. Chiar dacă internetul poate fi o mină de aur nemaipomenită, trebuie să avem în vedere că pentru a face cu adevărat bani este la fel de greu. Antreprenorul online și antreprenorul tradițional sunt ambii muncitori, perseverenți și dispuși la sacrificii. De asemenea interacțiunea cu clientul este foarte scumpă. În unele cazuri este mai bine să vorbești cu clientul față în față pentru a le oferi acestora o experiență plăcută. Și un alt punct vulnerabil este faptul că există foarte multe distracții în momentul operării unui business online. Poți fi distras foarte ușor și să uiți care este adevăratul tău business. Doar fiți vigilenți și productivi!

Corina: Cale de mijloc avem? În sensul a ceva care să încorporeze avantajele online și cele offline?

Paul: Da, vorbim despre Modelul Hibrid. Dacă doriți și aveți disponibilitatea financiară, puteți să optați pentru modelul Hibrid. Modelul afacerii hibrid (din punct de vedere, tradițional și virtual) integrează modelul tradițional și cel online. Însemnând că afacerea dumneavoastră poate avea prezență atât virtuală, cât și fizică, unde clienții își pot face cumpărăturile din magazin sau prin intermediul site-ului, produsele acestora fiind livrate prin curieri. Acest model de afacere este deja popular în străinătate cât și în România, unde avem ca exemple mari magazine de tip retail precum eMag, Altex, Domo.

Succes în continuare, Paul, și mulțumim pentru timpul acordat!

Interviul a fost realizat de Corina Anamaria Ioan, în Suceava, în cadrul Conferinței SEA (Share. Empower. Awareness.): 21-23 iunie 2013, organizată de jurnalul nostru.