



FUTURE **e-COMMERCE**

2022-1-R001-KA220-VET-000088579

Good Practice Guide

This Project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which be made of the information contained therein.



**Co-funded by
the European Union**

CUPRINS

ITALIA	3
1. Pâine din Matera toate peste cel lume	3
2. Tuf din Sassi în Mic piatră sculpturi vândut online	4
3. De la cultivarea măslinilor la comerțul electronic cu ulei de măsline	6
4. Comerțul electronic ca modalitate de promovare a zonei rurale	7
5. O platformă de comerț electronic pentru a ajuta artizanii italieni în perioada pandemiei	9
ROMANIA	12
1. Magazin alimentar online	12
2. Esteto	13
3. Haine Select	13
4. Pantofi	14
5. Karturi Berg	15
6. Fitness Nation	16
7. Mărci de nișă	17
8. SMART TabbyBoo	17
9. AQUA Life	18
10. Energie Sustenabila	19
SPANIA	21
1. Comercializați produse locale prin platforme de vânzare online I	21
2. Comercializați produse locale prin platforme de vânzare online II	22
3. Comercializați produse locale prin platforme de vânzare online III	25
4. Comercializați produse locale prin platforme de vânzare online IV	27
5. Bună practică de comerț electronic realizată în perioada pandemiei: Compraensoria.com	29
6. Cazare și activități în aer liber	31
7. Ulei de măsline de înaltă calitate	32
8. Crama	33
9. Mezeluri	34
10. Adaptarea la comerțul electronic din cauza pandemiei de COVID-19	35
TÜRKİYE	37
1. Carte de vizită digitală Trowas	37
2. Homefoni ev tekstilleri	38

3. Syorell	39
4. Söyle Gelsin	41
5. Fozy	42
6. Hobiburada	43
7. Căni din ceramică	44
8. E-Hediyeci	45
9. Pastaland	46
10. Hipotenus E-Ticaret Siteleri	47



ITALIA

1. Pâine din Matera toate peste cel lume

NUMELE COMPANIEI :	Pane e Pace
DESCRIEREA BUNEI PRACTICII:	Pane e Pace este un exemplu al modului în care o companie artizanală poate adopta un model sustenabil de comerț electronic, păstrând propria tradiție și valori. Familia Perrone este activă în producția de pâine în Matera de peste un secol cu un cuptor cu lemne tradițional. Trei generații de brutari au acoperit întregul secol al XX-lea, participând la schimbările și revoluțiile care au transformat societatea italiană. Într-un oraș străvechi precum Matera, unde ai impresia că timpul se oprește ocazional, își trage respirația și continuă, Pane e Pace a păstrat vie relația cu teritoriul și a reușit să conserve și să protejeze, să inoveze și să răspândească cunoștințele despre panificație. Rezultatul este caracterizarea puternică a pâinii astfel încât să devină o identitate pentru comunitate. Experiența profesională, simțul responsabilității și selecția atentă a materiilor prime garantează prepararea unor produse sănătoase. Proiectul Bread and Peace este manifestarea angajamentului pentru producerea conștientă a alimentelor autentice pentru a promova sănătatea și a cultiva pacea în sine, în familii și în societate. Acesta este un exemplu de Frugal Management pentru că se lucrează pe cele 4 dimensiuni care se integrează între

	ele într-un model pe cât de vechi, pe atât de modern. Acum, Pane e Pace își poate vinde produsul în toată lumea datorită unei platforme de comerț electronic , disponibilă aici https://www.paneepace.it/forno-online/ , unde nu numai că vând mâncare tipică (cum ar fi pâine, biscuiți) , „taralli” etc.), dar și produse noi și inovatoare din pâine, precum berea.
PROBLEME/RISURI: Informații despre probleme și riscuri la începerea comerțului electronic.	Principalele probleme legate de comerțul electronic Pane e Pace se referă la capacitatea de a livra clienților toate produsele achiziționate la timp și fără a compromite calitatea alimentelor.
INFORMAȚII SUPLIMENTARE PE WEB:	https://www.paneepace.it/ https://www.sassilive.it/economia/enogastronomia/antico-forno-a-legna-di-matera-pane-e-pace-scelto-come-migliore-pratica-per-le-commerce-sostenibile-di-unimpresa-artigiana/ https://www.basilicatamagazine.it/pane-e-pace-matera-indicato-come-migliore-practica-nel-commercio-online-sustenabil/ https://www.paneepace.it/2023/01/13/pa-ne-e-pace-matera-indicato-come-migliore-practica-nel-commercio-online-sostenibile/?fbclid=IwAR3JF_h646kgafy8V_o3fklp4x8jpdWc3zxLE3JXGdX3hZaCkFMF_Qfc3N0Js
FOTOGRAFII	https://www.paneepace.it/gallery/

2. Tuf din Sassi în Mic piatră sculpturi vândut pe net

NUMELE COMPANIEI :	Progetto Arte
--------------------	---------------

DESCRIEREA BUNEI PRACTICII:	Progetto Arte s-a născut în urmă cu 20 de ani, cu intenția de a satisface cererea de elemente arhitecturale din tuf pentru restaurarea și renovarea Sassi. Astăzi, pe lângă faptul că este încă angajată în producția de elemente pentru restaurare și renovare, Progetto Arte produce corpuri de iluminat, produse pentru construcții, mobilier pentru casă și decor; toate realizate în mod tradițional susținut de designeri internaționali. Tuful este un calcar de formare sedimentară, ductil și foarte rezistent la compresiune. Până acum câțiva ani, tuful a fost unul dintre principalele materiale de construcție folosite în regiunea noastră (Basilicata). Astăzi, datorită asocierii cu „Sassi”, tuful de Matera se bucură de o recunoaștere națională și internațională. Ca răspuns la această conștiință în creștere a Materiei și a tufului (piatra cu care au fost construite „Sassi”), există o cerere tot mai mare în Italia și în străinătate de produse artisanale realizate din această piatră. Așadar, echipa Progetto Arte a decis să implementeze producția de sculpturi mici din piatră din tuf și a creat Brand Tufa, care le permite să vândă aceste produse nu numai în magazinul său din Matera, ci și online, datorită comerțului electronic. platformă disponibilă aici https://tufaitaly.com/collections/all. Astfel, acești mici artizani locali își pot vinde în toată lumea produsele lor, realizate din tuf, material tipic din Matera.
PROBLEME/RISURI: Informații despre probleme și riscuri la începerea comerțului electronic.	Principalele probleme legate de comerțul electronic Progetto Arte se referă la abilitățile necesare membrului personalului care trebuie să gestioneze platforma web, inclusiv munca de făcut

	pentru a o actualiza cu fotografii bune și interesante, descriere atractivă a produsului, serviciu online eficient pentru clienți înainte și după vânzare etc.
INFORMAȚII SUPLIMENTARE PE WEB:	https://www.progettoarte.info/it/ https://tufaitaly.com/
FOTOGRAFII	https://www.progettoarte.info/it/prodotti/le-nostre-realizzazioni https://tufaitaly.com/collections/all

3. De la cultivarea măslinilor la comerțul electronic cu ulei de măsline

NUMELE COMPANIEI :	L'Olio dei Sassi
DESCRIEREA BUNEI PRACTICII:	Fondată în 2000, L'Olio dei Sassi este o afacere de familie care se ocupă cu producția, transformarea și comercializarea uleiului de măsline extravirgin și care se află în Matera. Compania, cu umilință, angajament și un mare spirit de sacrificiu, de-a lungul anilor a reușit să crească cu pași mici fără a uita niciodată importanța practicării unei culturi veritabile și sănătoase, în deplin respect pentru mediul înconjurător. Datorită pregătirii continue a personalului, angajamentului constant și pasiunii în creștere a întregii familii, compania își plasează uleiul de măsline extravirgin, sub marca L'Olio dei Sassi, pe locul 1 al Concursului Regional Olivarum în Sesiune. al Academiei Naționale a Măslinelor din Basilicata. După acest rezultat extraordinar și crezând cu fermitate în potențialul acestui proiect, familia Vitale, care plecase de la

	ideea de a practica cultivarea măslinilor și pur și simplu de a vinde măslinile produse către terți, de-a lungul timpului, nu a trecut doar către producția de ulei de măsline extravirgin și comercializarea acestuia, dar odată cu achiziționarea unei mori de ulei a reușit în sfârșit să închidă întregul ciclu de producție a uleiului în cadrul companiei însăși. Apoi, acești mici artizani locali au început să-și vândă produsele nu numai în magazin, ci și online, pentru a-și vinde în toată lumea uleiul lor cultivat la Matera. Platforma de comerț electronic pe care au creat-o este disponibilă aici https://www.oliodeisassi.it/prodotti/ și produsele lor sunt foarte cunoscute în Italia și în străinătate.
PROBLEME/RISURI: Informații despre probleme și riscuri la începerea comerțului electronic.	Principalele probleme legate de comerțul electronic L'Olio dei Sassi se referă la capacitatea de a livra clientului toate produsele achiziționate într-o stare bună. Datorită numărului mare de persoane care utilizează platforma de comerț electronic, o altă problemă de confruntat se referă la competența și nivelul de implicare a personalului care gestionează sistemul de comerț electronic.
INFORMAȚII SUPLIMENTARE PE WEB:	https://www.oliodeisassi.it/
FOTOGRAFI	https://www.oliodeisassi.it/filiera/

4. Comerțul electronic ca modalitate de promovare a zonei rurale

NUMELE COMPANIEI :	Masseria Agricola Buongiorno
---------------------------	------------------------------

DESCRIEREA BUNEI PRACTICII:	Masseria Agricola Buongiorno s-a născut în Senise, un orașel situat în Basilicata aproape de Parcul Național Pollino, cu scopul de a promova și de a spori excelența bucătăriei lucane, „Peperone di Senise IGP”, cunoscut și sub numele de „Aur roșu” unic. calitate de acest fel cu o aromă neobișnuită, un produs care este un simbol al tradiției gastronomice lucane. Compania produce în principal ardei Senise IGP, certificați de un lanț de aprovizionare garantat de la pământ până la borcan. Fiecare etapă de producție este urmărită cu atenție, de la însămânțare până la recoltare, uscare, prelucrare și ambalare pentru a garanta calitatea produsului. Ei produc și transformă produsele agricole pe care le oferă pământul lor, Basilicata. De la măslina, la vinetele albe de Senise și Rotonda până la căpșunul Cadonga, pentru a conserva și promova teritoriul prin transformarea produselor 100% lucane. Cu scopul de a promova zona lucană și produsele sale, compania a decis să implementeze vânzări online, pentru a completa celelalte canale tradiționale de distribuție: delicatese sau puncte de vânzare selectate în toată Italia și restaurante. Magazinul electronic este disponibil aici https://www.masseriagricolabuongiorno.it/i-nostri-prodotti/
PROBLEME/RISCURI: Informații despre probleme și riscuri la începerea comerțului electronic.	Una dintre problemele sau riscurile atunci când începeți în comerțul electronic este să aveți un SEO slab, ceea ce poate face ca site-ul să ajungă pe cele mai joase poziții în motoarele de căutare. Înseamnă că potențialii clienți nu vor putea găsi afacerea prin motoarele de căutare și astfel se pierd bani și timpul petrecut

	pentru implementarea platformei de comerț electronic.
INFORMAȚII SUPLIMENTARE PE WEB:	https://www.masseriagricolabuongiorno.it/
FOTOGRAFII	https://www.masseriagricolabuongiorno.it/gallery/

5. O platformă de comerț electronic pentru a ajuta artizanii italieni în perioada pandemiei

NUMELE COMPANIEI :	MIRTA
DESCRIEREA BUNEI PRACTICII:	MIRTA este un startup care a crescut în vremuri de pandemie, o platformă de comerț electronic care sprijină artizanii italieni și promovează munca lor, făcându-i cunoscuți direct clienților din întreaga lume. Datorită tehnologiei digitale, platforma deschide porțile atelierelor prin crearea unei legături directe între producător și clientul final, plasând în centru creațiile, valoarea și semnătura fiecărui meșter. În 2019, MIRTA și-a lansat propriul butic axat pe cele mai bune mărci locale mici Made in Italy. Ei au avut un succes neașteptat în perioada pandemiei, cu venituri de peste 10 milioane de dolari în doar 2 ani, realizând cât de multă apreciere exista pentru acele produse la nivel mondial. Cu toate acestea, au experimentat, de asemenea, cât de dureros și de costisitor este pentru buticurile independente să găsească și să ajungă la mărci locale și neexplorate. Așa s-a născut MIRTA, cu scopul de a împuternici proprietarii de magazine, oferindu-le o platformă ușor de utilizat

pentru a căuta și a comanda de la mărci independente nedescoperite.

MIRTA a revoluționat cumpărările de modă, căutând cele mai bune mărci locale și aducând colecțiile lor handmade curatorilor de buticuri, ușurând și digitalizând legătura dintre mărci și retaileri.

„Ne propunem să aducem mărfuri italiene în străinătate – a declarat Martina Capriotti, fondatorul Mirta împreună cu Ciro Di Lanno, Alley Oop – și să ajutăm micile realități artisanale care au fost puternic lovite în timpul pandemiei în tranziția la digital. Nu online și adesea obișnuiți cu viața fizică, când turiștii nu mai veneau în Italia, se simțeau în dificultate. Am încercat să-i susținem prin tehnologie și e-commerce într-o cale de construcție, iar în timpul verii am văzut un efect mai mare» .

Cei doi tineri, ambii în vârstă de 32 de ani, au inventat formula de precomandă, mai ales când magazinele erau închise și nu mai puteau continua munca, oferind clienților internaționali posibilitatea de a precomandă produse. Din punctul de vedere al clientului a existat entuziasm în sprijinirea firmelor mici aflate în dificultate, din punct de vedere al meșterului era esențial să se lucreze în continuare chiar și atunci când munca era blocată. *„Meșteriștii au văzut multe comenzi anulate – spune Martina – din magazine în perioada pandemiei, iar faptul de a-și aduce produsele pe o platformă prin digitalizare, a putea să le vândă pe alt canal a fost fundamental pentru a da continuitate activitate, când afacerea lor tradițională eșua» .*

Datele spuneau că din 60.000 de artizani, 60% nu erau online: Martina și Ciro au luat această felie de producători italieni pentru a-i ajuta în digitalizare, ceea ce reprezintă acum normalitate.

PROBLEME/RISURI: Informații despre probleme și riscuri la începerea comerțului electronic.	În acest caz , riscul legat de comerțul electronic este foarte scăzut deoarece tot sistemul tehnic și administrativ este gestionat de Mirta, astfel încât artizanii pot lucra ca de obicei în magazinele lor. Principala satisfacție a clienților este coloana vertebrală a oricărei afaceri de comerț electronic. Dacă clienții sunt mulțumiți, șansele de achiziții repetate sunt mai mari, iar produsele tale pot fi recomandate mai multor clienți potențiali.
INFORMAȚII SUPLIMENTARE PE WEB:	https://www.mirta.com/ https://alleyoop.ilsole24ore.com/2021/11/08/start-up-mirta-ele-commerce-a-sprijin-degli-artigiani-del-made-in-Italia/
FOTOGRAFII	https://www.mirta.com/m/our-brands

ROMÂNIA

1. Magazin alimentar online

NUMELE COMPANIEI :	Euro Discount V&C SRL
DESCRIEREA BUNEI PRACTICII:	Euro Discount V&C este o firma de prestigiu in industria comertului din judetul Neamt care si-a inceput activitatea pe 31 martie 2008, din dorinta de a aduce pe piata alimentara produse proaspete si de calitate.
PROBLEME/RISURI: Informații despre probleme și riscuri la începerea comerțului electronic.	- Afacerea este la început și s-a resimțit o lipsă de resurse financiare disponibile; - Compania nu era cunoscuta pe piata online; - Costuri suplimentare pentru incheierea contractelor cu furnizorii, firme de curierat; - Adoptarea unor reglementări legislative sau normative restrictive cu impact nefavorabil.
INFORMAȚII SUPLIMENTARE PE WEB:	https://www.eurodiscount.ro/
FOTOGRAFI	

2. Esteto

NUMELE COMPANIEI :	SC EASY PRO SOFT SRL
DESCRIEREA BUNEI PRACTICII:	Esteto este un magazin online care vinde produse cosmetice profesionale. Magazinul online se remarcă printr-o gamă variată de produse și experiența în comerțul online.
PROBLEME/RISURI: Informații despre probleme și riscuri la începerea comerțului electronic.	- Afacerea este la început și s-a resimțit o lipsă de resurse financiare disponibile; - Compania nu era cunoscută pe piața online; - Costuri suplimentare pentru încheierea contractelor cu furnizorii, firme de curierat; - Adoptarea unor reglementări legislative sau normative restrictive cu impact nefavorabil.
INFORMAȚII SUPLIMENTARE PE WEB:	https://www.esteto.ro/
FOTOGRAFII	

3. Haine Select

NUMELE COMPANIEI :	SC MONSTERA SRL
DESCRIEREA BUNEI PRACTICII:	Există peste 25000 de produse pentru bărbați pe site-ul nostru. De la clasic la complex, de la sport, casual, la elegant, reușim să aducem clientului o gamă

	variata de articole vestimentare ieftine si de calitate. Sună idealist? Ei bine, vă arătăm cum este posibilă o piață corectă, care să-și respecte clienții.
PROBLEME/RISURI: Informații despre probleme și riscuri la începerea comerțului electronic.	- Afacerea este la început și s-a resimțit o lipsă de resurse financiare disponibile; - Compania nu era cunoscuta pe piata online; - Costuri suplimentare pentru incheierea contractelor cu furnizorii, firme de curierat; - Adoptarea unor reglementări legislative sau normative restrictive cu impact nefavorabil.
INFORMAȚII SUPLIMENTARE PE WEB:	https://www.haineselect.ro/
FOTOGRAFII	

4. Pantofi

NUMELE COMPANIEI :	SC Boutique Mall SRL
DESCRIEREA BUNEI PRACTICII:	Zapatos este un butic de încălțăminte și accesorii pentru doamne și domnișoare!
PROBLEME/RISURI: Informații despre probleme și riscuri la începerea comerțului electronic.	- Afacerea este la început și s-a resimțit o lipsă de resurse financiare disponibile; - Compania nu era cunoscuta pe piata online;

	- Costuri suplimentare pentru încheierea contractelor cu furnizorii, firme de curierat; - Adoptarea unor reglementări legislative sau normative restrictive cu impact nefavorabil.
INFORMAȚII SUPLIMENTARE PE WEB:	https://zappatos.ro/
FOTOGRAFII	

5. Karturi Berg

NUMELE COMPANIEI :	Corban Petru PFA
DESCRIEREA BUNEI PRACTICII:	Magazinul oferă o gamă largă de karturi cu pedale și accesorii.
PROBLEME/RISURI: Informații despre probleme și riscuri la începerea comerțului electronic.	- Afacerea este la început și s-a resimțit o lipsă de resurse financiare disponibile; - Compania nu era cunoscută pe piața online; - Costuri suplimentare pentru încheierea contractelor cu furnizorii, firme de curierat; - Adoptarea unor reglementări legislative sau normative restrictive cu impact nefavorabil.
INFORMAȚII SUPLIMENTARE PE WEB:	http://www.karturi-berg.ro/

FOTOGRAFII	
------------	--

6. Fitness Nation

NUMELE COMPANIEI :	RANATION SRL
DESCRIEREA BUNEI PRACTICII:	Fitness, nutriție și sănătate! Programe de antrenament pentru masa musculară, slăbire și recompunere corporală.
PROBLEME/RISURI: Informații despre probleme și riscuri la începerea comerțului electronic.	- Afacerea este la început și s-a resimțit o lipsă de resurse financiare disponibile; - Compania nu era cunoscută pe piața online; - Costuri suplimentare pentru încheierea contractelor cu furnizorii, firme de curierat; - Adoptarea unor reglementări legislative sau normative restrictive cu impact nefavorabil.
INFORMAȚII SUPLIMENTARE PE WEB:	https://fitness-nation.ro/
FOTOGRAFII	

7. Mărci de nișă

NUMELE COMPANIEI :	NICHE BRANDS SRL
DESCRIEREA BUNEI PRACTICII:	Consultanta fonduri europene – Solutii viabile si eficiente pentru implementarea cu succes a proiectelor de investitii propuse.
PROBLEME/RISURI: Informații despre probleme și riscuri la începerea comerțului electronic.	- Afacerea este la început și s-a resimțit o lipsă de resurse financiare disponibile; - Compania nu era cunoscuta pe piata online; - Costuri suplimentare pentru incheierea contractelor cu furnizorii, firme de curierat; - Adoptarea unor reglementări legislative sau normative restrictive cu impact nefavorabil.
INFORMAȚII SUPLIMENTARE PE WEB:	http://nichebrands.ro/
FOTOGRAFII	

8. SMART TabbyBoo

NUMELE COMPANIEI :	BEST ALTERNATIVE TECHNOLOGIES SRL
DESCRIEREA BUNEI PRACTICII:	SMART TabbyBoo® este un brand nou, pe care Daniela și Raul, doi părinți entuziaști, l-au creat pentru părinți care împărtășesc același spirit și aceleași valori ca noi. A fi un părinte modern este complicat, fiecare

	zi aducând noi provocări, stres, incertitudini și... multă bucurie. Ei au creat brandul SMART TabbyBoo® pentru a-i ajuta pe părinți să creeze momente fericite alături de cei mici.
PROBLEME/RISURI: Informații despre probleme și riscuri la începerea comerțului electronic.	- Afacerea este la început și s-a resimțit o lipsă de resurse financiare disponibile; - Compania nu era cunoscută pe piața online; - Costuri suplimentare pentru încheierea contractelor cu furnizorii, firme de curierat; - Adoptarea unor reglementări legislative sau normative restrictive cu impact nefavorabil.
INFORMAȚII SUPLIMENTARE PE WEB:	https://tabletecopii.ro/
FOTOGRAFII	

9. AQUA Life

NUMELE COMPANIEI :	NATIVART SRL
DESCRIEREA BUNEI PRACTICII:	O echipă de oameni cu experiență în construcția piscinelor, întreținerea și repararea piscinelor. Obiectivul principal fiind construirea de piscine care să impresioneze și, mai ales, să fie pe gustul clienților. Oferă un design original, în

	funcție de cerințe și de spațiul existent, soluții pe cât de ingenioase, pe atât de atractive.
PROBLEME/RISURI: Informații despre probleme și riscuri la începerea comerțului electronic.	- Afacerea este la început și s-a resimțit o lipsă de resurse financiare disponibile; - Compania nu era cunoscută pe piața online; - Costuri suplimentare pentru încheierea contractelor cu furnizorii, firme de curierat; - Adoptarea unor reglementări legislative sau normative restrictive cu impact nefavorabil.
INFORMAȚII SUPLIMENTARE PE WEB:	https://piscineaqualife.ro/
FOTOGRAFI	

10. Energie Sustenabila

NUMELE COMPANIEI :	GLOBAL ONLINE SRL
DESCRIEREA BUNEI PRACTICII:	Energie Sustenabila este o afacere care se dedică instalării de încălzire, aer condiționat și panouri solare pentru companii și persoane fizice.
PROBLEME/RISURI: Informații despre probleme și riscuri la începerea comerțului electronic.	- Afacerea este la început și s-a resimțit o lipsă de resurse financiare disponibile; - Compania nu era cunoscută pe piața online;

	- Costuri suplimentare pentru incheierea contractelor cu furnizorii, firme de curierat; - Adoptarea unor reglementări legislative sau normative restrictive cu impact nefavorabil.
INFORMAȚII SUPLIMENTARE PE WEB:	https://www.energiesustenabila.ro/
FOTOGRAFI	 energiesustenabila.ro

SPANIA

1. Comercializați produse locale prin intermediul platformelor de vânzare online I

NUMELE COMPANIEI :	Cooperativa de Quesos de La Jarradilla
DESCRIEREA BUNEI PRACTICII:	Cooperativa de Quesos de La Jarradilla este o companie situată într-o zonă rurală din regiunea Cantabria, unde se produc brânzeturi artizanale. Cea mai bună practică pe care au implementat-o constă în vânzarea produselor lor prin intermediul platformelor de vânzări online precum Amazon și Etsy, precum și prin intermediul propriului site web. Această strategie le-a permis să ajungă la un public mai larg și să-și crească vânzările. Prin aceste platforme online, Cooperativa de Quesos de La Jarradilla își poate oferi produsele clienților din întreaga lume, fără a fi nevoie să investească în infrastructură sau să deschidă noi magazine fizice. În plus, compania a profitat de instrumentele de marketing online, precum social media, pentru a-și promova produsele și a ajunge la noi clienți. Cooperativa de Quesos de La Jarradilla folosește Facebook și Instagram pentru a posta fotografii și descrieri ale produselor sale, precum și pentru a informa despre evenimente și activități legate de companie.
PROBLEME/RISURI: Informații despre probleme și riscuri la începerea comerțului electronic.	<u>Concurență:</u> este posibil ca compania să se fi confruntat cu o concurență online crescută, ceea ce ar putea face dificilă diferențierea produselor și realizarea vânzărilor.

	<u>Costurile de transport și logistică</u> : Manipularea transportului și logisticii ar putea fi mai complexă și mai costisitoare pentru companie, ceea ce i-ar putea afecta profitabilitatea. <u>Mentținerea reputației online</u> : Recenziile și opiniile clienților sunt vizibile pentru alți potențiali cumpărători, astfel încât compania trebuie să mențină o bună reputație online pentru a atrage noi clienți și a-i păstra pe cei actuali. <u>Adaptarea tehnologiei</u> : Implementarea unei platforme de comerț electronic necesită o investiție semnificativă în resurse și timp pentru dezvoltarea și întreținerea acesteia, ceea ce ar putea duce la dificultăți tehnice și financiare pentru companie.
INFORMAȚII SUPLIMENTARE PE WEB:	https://www.quesoslajarradilla.com/
FOTOGRAFI	

2. Comercializați produse locale prin platforme de vânzare online II

NUMELE COMPANIEI :	Aceites Hacienda El Palo
--------------------	--------------------------

DESCRIEREA BUNEI PRACTICII:	Aceites Hacienda el Palo este o afacere de familie situată în provincia Jaén, Andaluzia, care este dedicată producției și vânzării de ulei de măsline extravirgin de înaltă calitate. Au implementat o bună practică de comerț electronic prin crearea unui magazin online care le-a permis să ajungă la clienți din întreaga lume și să-și sporească prezența pe piața digitală. Magazinul online oferă o mare varietate de uleiuri de măsline extravirgine, inclusiv diferite soiuri și calități. De asemenea, oferă și alte produse, cum ar fi măsline și oțet balsamic. Site-ul web include informații detaliate despre fiecare dintre produse, cu descrieri de arome, origine și recomandări de utilizare. Aceites Hacienda el Palo a folosit o varietate de strategii de marketing digital pentru a-și promova magazinul online, inclusiv publicitate pe rețelele sociale și colaborări cu influenți. De asemenea, au participat la târguri și evenimente gastronomice pentru a crește vizibilitatea mărcii lor. În general, strategia de comerț electronic a Aceites Hacienda el Palo le-a permis să ajungă la un public mai larg, să-și crească vânzările și să-și consolideze poziția ca unul dintre cei mai importanți producători de ulei de măsline din Spania. În plus, au reușit să iasă în evidență pe o piață foarte competitivă datorită calității produselor lor și angajamentului lor față de sustenabilitate și mediu.
PROBLEME/RISURI: Informații despre probleme și riscuri la începerea comerțului electronic.	Aceites Hacienda el Palo să se fi confruntat cu provocări legate de logistica și distribuția produselor din ulei de măsline extravirgin în comerțul electronic. Uleiul de măsline este un produs delicat care necesită o grijă deosebită la transport

	și depozitare pentru a-și menține calitatea. Compania trebuie să se asigure că produsele lor ajung în stare bună la clienți, ceea ce poate fi o provocare în zonele rurale și atunci când exportă în alte țări. În plus, compania trebuie să se asigure că magazinul lor online este ușor de utilizat și bine conceput, pentru a oferi clienților o experiență bună. De asemenea, trebuie să investească în securitate și confidențialitate pentru a proteja informațiile personale și financiare ale clienților. O altă provocare pentru Aceites Hacienda el Palo ar putea fi lipsa recunoașterii mărcii în rândul consumatorilor online. Lipsa interacțiunii personale cu clienții poate face dificilă construirea de relații de încredere cu cumpărătorii online. Compania trebuie să investească în marketing și publicitate online pentru a crește vizibilitatea mărcii și pentru a atrage noi clienți în magazinul lor online.
INFORMAȚII SUPLIMENTARE PE WEB:	https://www.bravoleum.com/
FOTOGRAFI	

3. Comercializarea produselor locale prin platforme de vânzare online III

NUMELE COMPANIEI :	Naranjas María Teresa
DESCRIEREA BUNEI PRACTICII:	Naranjas María Teresa este o companie de comerț electronic care vinde portocale și alte citrice cultivate în livada sa din Valencia. Compania a implementat mai multe bune practici pe site-ul său web pentru a îmbunătăți experiența de cumpărături a clientului și pentru a crește încrederea în marca sa: - Oferă informații detaliate despre produsele lor, inclusiv fotografii, descrieri și sfaturi de consum. Acest lucru permite clienților să învețe mai multe despre produse înainte de a le cumpăra și crește satisfacția clienților. - Au o politică de livrare gratuită pentru cumpărături peste o anumită valoare. Acest lucru stimulează clienții să facă achiziții mai mari și crește valoarea fiecărei tranzacții. - Acestea oferă o varietate de metode de plată, inclusiv card de credit, transfer bancar și ramburs la livrare. Acest lucru facilitează achizițiile clienților și crește accesibilitatea site-ului web. - Ei își expediază produsele direct din livada lor, ceea ce garantează proapețimea și calitatea produselor. În plus, oferă posibilitatea de a selecta data de expediere care se potrivește cel mai bine nevoilor clientului. - Au un sistem de feedback al clienților pe site-ul lor, care crește

	transparența și încrederea în companie. Clienții își pot împărtăși opinia despre produsele și serviciile companiei, ceea ce îi ajută pe alți clienți să ia decizii informate de cumpărare.
PROBLEME/RISURI: Informații despre probleme și riscuri la începerea comerțului electronic.	Unele probleme și riscuri potențiale cu care Naranjas María Teresa s-ar fi confruntat atunci când a început ca companie de comerț electronic includ: 1. <u>Logistica și transportul</u>: asigurarea faptului că comenzile sunt onorate corect și livrate la timp poate fi o provocare, în special pentru mărfurile perisabile, cum ar fi fructele proaspete. Costurile de transport pot fi, de asemenea, o preocupare, mai ales atunci când expediți pe distanțe lungi. 2. <u>Securitatea plăților</u>: în cazul tranzacțiilor online, există întotdeauna riscul de fraudă sau hacking, care poate duce la pierderi financiare atât pentru companie, cât și pentru clienții săi. 3. <u>Utilizabilitatea și funcționalitatea site-ului web</u>: un site web prost proiectat sau unul care este dificil de navigat poate descuraja clienții să facă achiziții, ducând la pierderi de vânzări. 4. <u>Serviciu clienți</u>: furnizarea de servicii excelente pentru clienți poate fi mai dificilă într-un mediu online, deoarece clienții pot avea întrebări sau probleme care trebuie rezolvate rapid și eficient. 5. <u>Concurență</u>: Odată cu creșterea comerțului electronic, piața online poate fi foarte competitivă, ceea ce face dificilă câștigarea noilor

	companii. tracțiune și atrage clienți.
INFORMAȚII SUPLIMENTARE PE WEB:	https://www.naranjasmariaateresa.com/
FOTOGRAFII	

4. Comercializarea produselor locale prin platforme de vânzare online IV

NUMELE COMPANIEI :	La Antigua de Fuentesauco
DESCRIEREA BUNEI PRACTICII:	La Antigua de Fuentesauco este un bun exemplu de practică de comerț electronic de succes în mediile rurale din Spania. Această companie este dedicată producției de cârnați artizanali și a reușit să se adapteze mediului digital și comerțului electronic fără a-și abandona rădăcinile rurale. Compania a dezvoltat un site de comerț electronic foarte intuitiv și ușor de utilizat, unde toate produsele lor pot fi găsite cu o descriere detaliată și fotografii atractive. De asemenea, au o strategie bună de marketing pe rețelele sociale, care le

	permite să ajungă la un public mai larg și mai divers. Compania s-a concentrat pe calitatea produselor sale și pe oferirea de servicii excepționale clienților săi, ceea ce a dus la o loialitate ridicată și la recomandarea clienților mulțumiți. În plus, au reușit să se adapteze la cererea clienților și să ofere produse adaptate diferitelor nevoi, precum cârnații fără gluten și fără lactoză.
PROBLEME/RISURI: Informații despre probleme și riscuri la începerea comerțului electronic.	Când și-a început afacerea de comerț electronic, La Antigua de Fuentesauco s-ar fi putut confrunta cu diverse provocări și riscuri, cum ar fi: 1. Lipsa de experiență în vânzări online și strategii de marketing; 2. Dificultate de adaptare la cerințele tehnologice ale comerțului electronic; 3. Concurență crescută din partea altor retaileri online; 4. Preocupări cu privire la securitatea și confidențialitatea datelor clienților; 5. Dependența de furnizori terți pentru expediere, procesare plăți și alte servicii esențiale; 6. Acces limitat la o infrastructură de internet fiabilă și accesibilă în zonele rurale; 7. Probleme de îndeplinire și livrare legate de produse perisabile precum brânza. Cu toate acestea, prin implementarea strategiilor și practicilor eficiente, aceștia au reușit să depășească aceste provocări și să stabilească o prezență de succes în comerțul electronic.

INFORMAȚII SUPLIMENTARE PE WEB:	https://queserialaantigua.com/
FOTOGRAFII	

5. Bună practică de comerț electronic realizată în perioada pandemiei: *Compraensoria.com*

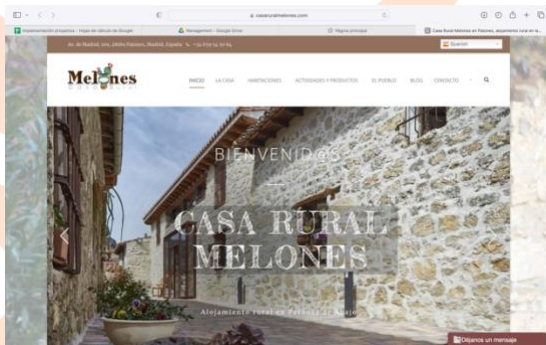
NUMELE COMPANIEI :	Diputación Provincial de Soria
DESCRIEREA BUNEI PRACTICII:	Compra e n s oria.com este o platformă de comerț electronic creată de Guvernul Provincial Soria din Spania, care își propune să promoveze comerțul local și consumul durabil în provincia Soria. Această inițiativă a fost realizată în perioada pandemiei de COVID-19, pentru a ajuta comercianții locali să facă față provocărilor economice și logistice prezentate în contextul pandemiei. Platforma permite comercianților locali să creeze un magazin virtual online, unde își pot afișa și vinde produsele și serviciile. În acest fel, comercianții pot ajunge la un public mai larg și își pot oferi produsele într-un mod mai convenabil și mai sigur,

	deoarece clienții își pot face achizițiile din confortul casei, fără a fi nevoiți să iasă în stradă. Clienții pot accesa platforma și pot cumpăra produse din surse locale, multe dintre ele produse într-un mod sustenabil și artizanal. În plus, Compra e n s oria.com ofera posibilitatea de a plasa comenzi online și de a primi produse la domiciliul clientului sau de a le ridica de la magazinul fizic al comerciantului. În acest fel, se reduce nevoia de deplasare pentru a face cumpărături, și se promovează consumul local și sustenabil. Pe scurt, Compra e n s oria.com este o inițiativă inovatoare de comerț electronic care le-a permis comercianților locali din provincia Soria să facă față provocărilor pandemiei de COVID-19 și să continue să își vândă produsele și serviciile, promovând în același timp un mediu local și durabil. consumul din regiune. Această platformă este o practică excelentă de comerț electronic care poate fi replicată în alte regiuni și țări pentru a sprijini comercianții locali și pentru a promova economii durabile.
PROBLEME/RISURI: Informații despre probleme și riscuri la începerea comerțului electronic.	<u>Rezistență la schimbare:</u> Adoptarea unei platforme de comerț electronic de către comercianții locali s-ar fi putut întâlni cu rezistență din cauza lipsei de experiență sau familiarității cu acest mod de vânzare. <u>Logistica:</u> Logistica de livrare ar fi putut fi o provocare pentru comercianții locali, deoarece mulți dintre ei nu erau obișnuiți cu livrarea la domiciliu. <u>Lipsa resurselor tehnologice:</u> Unii comercianți locali s-ar fi putut confrunta cu probleme tehnice în utilizarea platformei din cauza lipsei de acces la dispozitivele tehnologice sau la internet.

	<u>Adaptarea comercianților la modelul de afaceri online:</u> Adoptarea unei platforme de comerț electronic presupune o transformare a modelului de afaceri al comercianților locali, care ar fi putut avea dificultăți de adaptare la această nouă paradigmă. <u>Lipsa stocurilor sau incapacitatea de a reaprovisiona stocul:</u> pandemia de COVID-19 ar fi putut afecta producția sau furnizarea unor produse, ceea ce ar fi îngreunat pentru comercianții locali să mențină stocul de produse pe platformă.
INFORMAȚII SUPLIMENTARE PE WEB:	https://compraensoria.com/
FOTOGRAFI	

6. Cazare și activități în aer liber

NUMELE COMPANIEI :	Casa Rural Melones
DESCRIEREA BUNEI PRACTICII:	Această companie este o pensiune rurală situată în provincia Cuenca. Ei folosesc comerțul electronic pentru a-și vinde

	serviciile online, inclusiv cazare și activități precum drumeții și călărie.
PROBLEME/RISURI: Informații despre probleme și riscuri la începerea comerțului electronic.	<u>Acces limitat la internet de mare viteză:</u> zonele rurale au adesea acces limitat la internet de mare viteză, ceea ce poate îngreuna companiilor să înființeze și să ruleze platforme de comerț electronic. Vitezele reduse ale internetului pot duce, de asemenea, la experiențe frustrante pentru clienții care încearcă să acceseze site-ul web sau să facă achiziții. <u>Provocări de transport și livrare:</u> companiile rurale se pot confrunta cu provocări atunci când vine vorba de expediere și livrare. Acestea pot include costuri de expediere mai mari, timp de livrare mai lungi și dificultăți de a accesa servicii de transport de încredere și accesibile.
INFORMAȚII SUPLIMENTARE PE WEB:	https://casaruralmelones.com/
FOTOGRAFII	

7. Ulei de măsline de înaltă calitate

NUMELE COMPANIEI :	Aceite de Oliva Valderrama
DESCRIEREA BUNEI PRACTICII:	Această companie produce ulei de măsline de înaltă calitate în provincia

	Jaén. Ei folosesc comerțul electronic pentru a-și vinde produsele online și pentru a ajunge la un public mai larg.
PROBLEME/RISURI: Informații despre probleme și riscuri la începerea comerțului electronic.	<u>Opțiuni de plată limitate:</u> Zonele rurale pot avea opțiuni de plată limitate, ceea ce poate face dificil pentru companii să proceseze plățile de la clienți. Acest lucru poate duce, de asemenea, la imposibilitatea clienților potențiali să facă achiziții din cauza opțiunilor de plată limitate. <u>Lipsa prezenței și marketingului online:</u> multe companii rurale pot să nu aibă o prezență online puternică sau o strategie de marketing, ceea ce poate face dificilă atragerea clienților și concurența cu companii mai mari. Acest lucru poate duce la vânzări și venituri mai mici pentru companie.
INFORMAȚII SUPLIMENTARE PE WEB:	https://www.valderrama.es/
FOTOGRAFII	

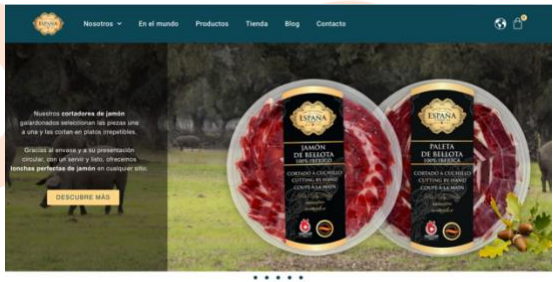
8. Crama

NUMELE COMPANIEI :	Bodegas La Aurora
DESCRIEREA BUNEI PRACTICII:	Aceasta este o crama de familie situată în provincia Valladolid. Ei folosesc comerțul electronic pentru a-și vinde vinurile online

	și pentru a-și promova brandul clienților din afara regiunii.
PROBLEME/RISURI: Informații despre probleme și riscuri la începerea comerțului electronic.	<u>Lipsa încrederii clienților:</u> clienții pot ezita să cumpere produse de la companii rurale cu care nu sunt familiarizați, mai ales dacă au avut experiențe negative cu comerțul electronic în trecut. <u>Acces limitat la asistența pentru clienți:</u> companiile rurale pot avea acces limitat la serviciile de asistență pentru clienți, ceea ce poate face dificilă soluționarea plângerilor clienților sau furnizarea de asistență în timp util. <u>Riscuri de conformitate cu reglementările:</u> companiile rurale se pot confrunta cu riscuri de conformitate cu reglementările, inclusiv respectarea legilor privind confidențialitatea datelor, legile fiscale și legile privind protecția consumatorilor. Respectarea acestor reglementări poate fi complexă și costisitoare pentru întreprinderile mici.
INFORMAȚII SUPLIMENTARE PE WEB:	https://www.bodegaslaaurora.com/
FOTOGRAFII	

9. Mezeluri

NUMELE COMPANIEI :	Embutidos y Jamones España e Hijos
---------------------------	------------------------------------

DESCRIEREA BUNEI PRACTICII:	Această companie produce mezeluri tradiționale spaniole și se află în provincia Salamanca. Ei folosesc comerțul electronic pentru a-și vinde produsele online și pentru a ajunge la clienți din Spania și nu numai.
PROBLEME/RISURI: Informații despre probleme și riscuri la începerea comerțului electronic.	<u>Acces limitat la tehnologie și resurse:</u> companiile rurale pot avea acces limitat la tehnologie și resurse necesare pentru a crea și rula platforme de comerț electronic. Aceasta poate include accesul la computere, software și personal instruit, ceea ce poate face dificilă crearea și întreținerea unui site web de comerț electronic. <u>Riscuri de securitate cibernetică:</u> platformele de comerț electronic pot fi vulnerabile la atacuri cibernetice, iar companiile rurale ar putea să nu aibă resursele necesare pentru a investi în măsuri solide de securitate cibernetică pentru a proteja datele clienților și a preveni fraudă.
INFORMAȚII SUPLIMENTARE PE WEB:	https://espanahijos.com/
FOTOGRAFII	

10. Adaptarea la comerțul electronic din cauza pandemiei de COVID-19

NUMELE COMPANIEI :	Aceitunas Torrent
---------------------------	-------------------

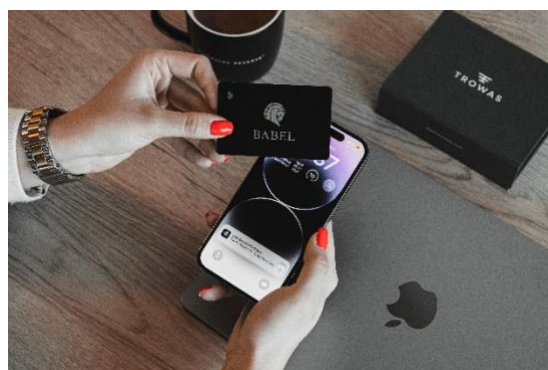
DESCRIEREA BUNEI PRACTICII:	Înainte de pandemie, Aceitunas Torrent și-a vândut produsele în principal magazinelor, barurilor și restaurantelor locale și a participat la târguri și evenimente. Cu toate acestea, când a lovit pandemia și au fost implementate măsurile de blocare, vânzările lor au scăzut semnificativ, deoarece clienții lor au fost forțați să se închidă. Pentru a se adapta situației, au decis să înceapă să-și vândă produsele online și au lansat un site de comerț electronic. De asemenea, au început să-și promoveze produsele prin intermediul platformelor de social media și au oferit servicii de livrare la domiciliu clienților din Spania .
PROBLEME/RISURI: Informații despre probleme și riscuri la începerea comerțului electronic.	Tranziția către comerțul electronic nu a fost ușoară pentru companie, deoarece nu aveau experiență anterioară cu vânzările online. Cu toate acestea, au învățat rapid abilitățile necesare și și-au adaptat operațiunile la noul model. Trecerea către comerțul electronic le-a permis să ajungă la clienți noi dincolo de zona lor locală și să-și extindă afacerea chiar și în timpul pandemiei.
INFORMAȚII SUPLIMENTARE PE WEB:	https://www.aceitunastorrent.com/es/
FOTOGRAFII	

T Ü RKIYE

1. Carte de vizită digitală Trowas

NUMELE COMPANIEI :	Smartover Yazilim
DESCRIEREA BUNEI PRACTICII:	Cartea de vizită digitală Trowas vă permite să transferați rapid informațiile de contact, informațiile din rețelele sociale și multe altele pe orice smartphone cu tehnologie NFC, fără a fi nevoie de o aplicație. Oferă o soluție alternativă de mediu digitală, fiind dezvoltată în perioada pandemiei în locul cărților de vizită tradiționale pe hârtie.
PROBLEME/RISURI: Informații despre probleme și riscuri la începerea comerțului electronic.	- Faptul că tehnologia NFC este o tehnologie foarte necunoscută încă; - Faptul că oamenii nu pot renunța ușor la cărțile de vizită tradiționale din cauza obiceiurilor generale; - Lipsa tehnologiei NFC pe telefoane înainte de 2018; - Incapacitatea de a înțelege funcția de salvare în contacte pe telefoanele Android; - Costuri de livrare; - Costurile serverului și soluțiile de protecție de înaltă tehnologie necesare pentru a asigura în mod continuu securitatea datelor.
INFORMAȚII SUPLIMENTARE PE WEB:	https://www.trowas.com/

FOTOGRAFII



2. Homefoni ev tekstilleri

NUMELE COMPANIEI :	Beyceli Tekstil
DESCRIEREA BUNEI PRACTICII:	Brandul de textile și decorațiuni pentru casă Homefoni este inițiativa de comerț electronic a Beyceli Textile, care exportă în 17 țări diferite și produce ca subcontractant pentru propriile mărci și alte mărci importante de textile pentru casă. Creșterea cumpărăturilor digitale odată cu procesul de pandemie, împreună cu interesul pentru produsele textile de casă, oferă produsele sale utilizatorilor finali cu comerțul electronic.
PROBLEME/RISURI: Informații despre probleme și riscuri la începerea comerțului electronic.	- Compania nu are experiență anterioară de vânzări în comerțul electronic. - Prezența companiilor concurente cu notorietate mare a mărcii în același domeniu. - Necesită aranjamente de stoc și producție în tranziția de la producția de masă la vânzările individuale cu amănuntul.
INFORMAȚII SUPLIMENTARE PE WEB:	https://homefoni.com/

FOTOGRAFII	

3. Syorell

NUMELE COMPANIEI :	Sanitrum Biyoteknoloji A.Ş.
DESCRIEREA BUNEI PRACTICII:	Syorell este derivat din expresia engleză „See Your Real” – „Look at Your Real Self”. Prima oglindă din lume din Çatalhöyük ne-a impresionat atât de tare încât am ales acest nume drept brand, în onoarea strămoșilor noștri care s-au uitat în acea oglindă și s-au văzut pe ei înșiși pentru prima dată. Sanitrum este derivat din latinescul „Sanitas” – „Sănătate” și din engleză „Camere” care înseamnă „Camere”. Pe scurt, o putem numi „Camera de Sănătate”. Nu ar putea fi un nume mai bun pentru afacerea noastră de tip boutique. Toate produsele Syorell sunt produse și umplute în fabrica noastră din Bursa-Orhangazi. Fabrica noastră are, de asemenea, un laborator avansat pentru cercetare și dezvoltare a extractelor și uleiurilor din plante. Produsele noastre conțin conservanți naturali care respectă standardele organice. Într-un produs natural, dacă

	există o picătură de apă; Chiar și gelul de aloe vera are nevoie de un fel de conservant pentru a-și menține prospețimea și a garanta durata de valabilitate a formulării. Nu folosim conservanți toxici. În afară de conservanții admiși de standardul ICEA în cremele organice, folosim vitamina E în formulele fără apă. Săpunurile noastre nu conțin conservanți.
PROBLEME/RISURI: Informații despre probleme și riscuri la începerea comerțului electronic.	- Utilizatorii preferă produsele solare clasice de marcă cunoscută; - Puterea de publicitate și marketing a marilor producători de produse solare chimice; - Faptul că produsele de pe piețele comune de cosmetice sunt prima alegere a utilizatorilor ca vânzări; - Produsele organice de protecție solară nu sunt bine cunoscute în Turcia.
INFORMAȚII SUPLIMENTARE PE WEB:	https://syorell.com/
FOTOGRAFI	

4. *Söyle Gelsin*

NUMELE COMPANIEI :	Söyle Gelsin Teknoloji Danışmanlık İletişim Tekstil
DESCRIEREA BUNEI PRACTICII:	Söyle Gelsin este un supermarket de aprovizionare online de consumabile din Istanbul, care oferă servicii online în special companiilor! Am fost stabiliți în timpul procesului de pandemie pentru a oferi soluții mobile online care vor elimina dificultățile din lanțul de aprovizionare cu consumabile și dezvoltăm tehnologii adecvate noilor nevoi care apar în acest proces și oferim soluții de nouă generație vieții moderne. Rechizitele de birou și toate nevoile pe care le cauți la locul de muncă sunt pe site-ul nostru la prețuri accesibile și competitive.
PROBLEME/RISURI: Informații despre probleme și riscuri la începerea comerțului electronic.	- Să avem mărci care au intrat în sector înaintea noastră și au primit investiții; - Dificultăți de transport în Istanbul; - Modificari rapide ale costurilor si conditii competitive; - Incapacitatea unor branduri de a renunta la clasicele procese de cumparare si achizitie.
INFORMAȚII SUPLIMENTARE PE WEB:	https:// www.soylegelsin.com.tr/

FOTOGRAFII	
------------	--

5. Fozy

NUMELE COMPANIEI :	Fozy Toptan Ltd Şti.
DESCRIEREA BUNEI PRACTICII:	Fozy Toptan a fost înființată în 2021 și produce și vinde sub marca Fozy și, de asemenea, vinde cu ridicata multe companii distinse. Gama de vârstă a produselor noastre este de 0-5 ani. Pentru a vinde produse de îmbrăcăminte pentru copii pe internet, am început să vindem în 2022 prin intermediul site-ului nostru de comerț electronic în timpul procesului de Pandemie. www.fozy.com.tr, Toate nevoile de îmbrăcăminte ale copiilor și bebelușilor începând de la naștere și până la vârsta de 5 ani. Acesta își propune să fie un site web care vă întâmpină 24 de ore pe zi cu produse de calitate, prețuri accesibile, produse de design și asistență post-vânzare.
PROBLEME/RISURI: Informații despre probleme și riscuri la începerea comerțului electronic.	- Existența unor piețe pentru bebeluși și copii care au început deja în domeniu. - Provocările proceselor de livrare și returnare a produselor pentru bebeluși și copii.

	- Avantajele puterii de publicitate ale mărcilor mari.
INFORMAȚII SUPLIMENTARE PE WEB:	https://www.fozy.com.tr/
FOTOGRAFI	

6. Hobiburada

NUMELE COMPANIEI :	Ayaz Yün İplik Tekstil
DESCRIEREA BUNEI PRACTICII:	Cu ideea că oamenii care nu pot ieși din casă în timpul pandemiei vor apela la obiecte de artizanat, am decis să arătăm produsele noastre oamenilor din mediul virtual și să le livrăm la casele lor cu marfă. Astfel, a crescut odată cu site-ul de comerț electronic pe care l-am înființat în perioada pandemiei.
PROBLEME/RISURI: Informații despre probleme și riscuri la începerea comerțului electronic.	Am apelat la comerțul electronic din cauza dificultăților financiare cauzate de perioada de pandemie. Cu toate acestea, atât noi, cât și personalul nostru am întâmpinat dificultăți de adaptare la competențele digitale. Mai mult decât atât, am avut dificultăți în fotografia de produs și expedierea pentru că nu aveam experiență de comerț electronic înainte.

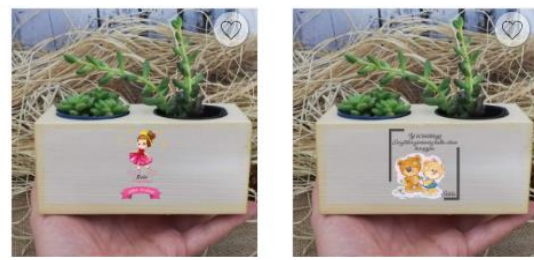
INFORMAȚII SUPLIMENTARE PE WEB:	https://www.hobimurada.com/
FOTOGRAFI	

7. Căni ceramice

NUMELE COMPANIEI :	Vina Seramik
DESCRIEREA BUNEI PRACTICII:	Și-a transformat afacerea cu ceramică, pe care și-a dat seama ca un hobby, într-un profit comercial odată cu răspândirea comerțului electronic în perioada pandemiei. El își oferă ceramica lucrată manual spre vânzare prin intermediul site-ului său și Instagram.
PROBLEME/RISURI: Informații despre probleme și riscuri la începerea comerțului electronic.	Lipsa experienței de comerț electronic și vânzări înainte a fost una dintre cele mai evidente probleme pe care le-am întâlnit.
INFORMAȚII SUPLIMENTARE PE WEB:	https://vinaseramik.com/

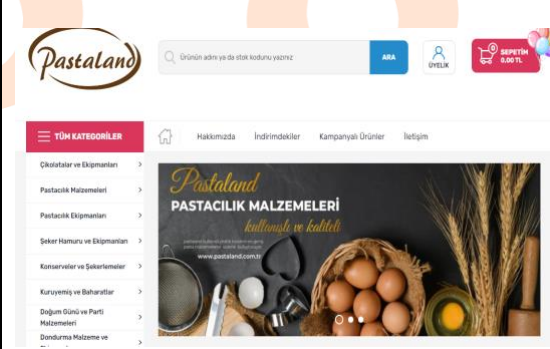
FOTOGRAFII	
------------	--

8. E-Hediyeci

NUMELE COMPANIEI :	Selda Alkor
DESCRIEREA BUNEI PRACTICII:	E-Hediyeci este o companie antreprenorială pentru femei și un magazin de cadouri din Bursa, care a adus conștientizarea industriei cadourilor și operează ca dropshipping oferind francize XML la cererea populară.
PROBLEME/RISURI: Informații despre probleme și riscuri la începerea comerțului electronic.	Nu avem experiență anterioară de vânzări online. Am avut o problemă la secțiunea de fotografiere și expediere a produsului.
INFORMAȚII SUPLIMENTARE PE WEB:	https://www.e-hediyeci.com/
FOTOGRAFII	



9. Pastaland

NUMELE COMPANIEI :	Ataygeldi Gida
DESCRIEREA BUNEI PRACTICII:	Pastaland este un site de comerț electronic bazat pe Bursa-inegöl, creat la cererea populară. Materiale și echipamente de cofetarie-patiserie - ciocolata angro ofera posibilitatea de a cumpara produse de cofetarie.
PROBLEME/RISURI: Informații despre probleme și riscuri la începerea comerțului electronic.	- Prezența mărcilor care au intrat în sector înaintea noastră și au primit investiții. - Dificultăți de comunicare cu incapacitatea de a obține un contact pozitiv din cauza lipsei de întâlnire față în față cu clienții.
INFORMAȚII SUPLIMENTARE PE WEB:	https://www.pastaland.com.tr/
FOTOGRAFII	

10. Hipotenus E-Ticaret Siteleri

NUMELE COMPANIEI :	Hipotenus Elektronik Ticaret Ve Yazilim
DESCRIEREA BUNEI PRACTICII:	Cu structura noastră care urmărește inovațiile din sectorul comerțului electronic din Bursa, oferim servicii de infrastructură de comerț electronic pentru sute de mărci importante. Când toată lumea s-a orientat către comerțul electronic odată cu pandemia, am decis să vindem site-uri de comerț electronic ca e-commerce ca companie. Oferim soluții de comerț electronic clienților noștri din sectorul comerțului electronic în continuă dezvoltare, cu infrastructura SEO de ultimă generație compatibilă cu dispozitivele mobile (responsive), cu o abordare 100% inovatoare, susținând infrastructura SEO de ultimă tehnologie, găzduire. multe metode de plată, infrastructură de interfață facilitată și avansată.
PROBLEME/RISURI: Informații despre probleme și riscuri la începerea comerțului electronic.	Capitalul de intrare mare a fost printre principalele noastre probleme. Dec. Din cauza incapacității micilor meseriași de a comunica cu clienții online și de a stăpâni platformele digitale, noi, ca companie, le-am oferit constant servicii online și le-am oferit servicii de consultanță privind adaptarea lor. În acest sens, a trebuit să ne pregătim propriul personal în comunicare și mentorat.
INFORMAȚII SUPLIMENTARE PE WEB:	https://www.hipotenus.com.tr/

FOTOGRAFII



CC-BY-NC-SA



Acest document poate fi copiat, reprodus sau modificat conform regulilor de mai sus. În plus, o recunoaștere a autorilor documentului și a tuturor părților aplicabile ale notificării privind drepturile de autor trebuie să fie menționate în mod clar.

Toate drepturile rezervate.
© Copyright 2023 e-Commerce