Kako organizirati dostavu, koliko trgovci plaćaju dostavu za male pakete i što je kupcima bitno prilikom dostave

# Vodič kroz ECOMMERCE DOSTAVU 2023

*drugo izdanje*

Autor publikacije:

eCommerce Hrvatska

# Glavni partneri udruge eCommerce Hrvatska:

dwizards™

monri

MEMBER OF Payten

# Sadržaj


4 Uvodnik

6 Istraživanje o logistici

16 Organizacija dostave

20 Pravni uvjeti dostave

25 Procvat "instant dostave"


**NAPOMENA:**
**Vodič je sastavljen uz pomoć vanjskih konzultanata iz domene računovodstva i prava, no isti ne predstavlja službeni dokument, te predlažemo da ga koristite samo informativno. Za bilo kakva pitanja obavezno se obratite nadležnim tijelima ili stručnjacima.**

# UVODNIK

## Stiglo je vrijeme superbrze dostave

Naše istraživanje online kupaca je pokazalo da samo 1 % ispitanika smatra cijenu iznad 4 eura prihvatljivom za dostave paketa do 2 kg, a 28 % ih kupuje samo ako je dostava besplatna. S druge strane, čak 33% kupaca je spremno platiti i 3 eura više za brzu dostavu, što ide u korist Woltu koji omogućuje dostavu unutar 30-60 minuta (!) u većim gradovima.

Osim toga, Udruga eCommerce Hrvatska je ove godine provela i novo istraživanje o logistici, unutar kojeg su web trgovci ocijenili svoje zadovoljstvo raznim dostavnim službama, a čije rezultate možete ekskluzivno pročitati u ovom vodiču.

U vodiču možete saznati i kako organizirati cross border dostavu, a uz pomoć naše pravne savjetnice Dijane Kladar odgovorili smo na najčešća pitanja naših trgovaca vezano za uvjete dostave prema Zakonu o zaštiti potrošača (npr tko plaća trošak dostave prilikom povrata proizvoda).

Ukratko, cijena i uvjeti dostave su i dalje jedna od najvažnijih informacija koju kupci traže na webshopu, a većina njih će okriviti trgovca ako dostavna služba zakaže. Obzirom da je zadovoljstvo dostavom presudno za stvaranje vjernih kupaca, nadamo se da će vam ovaj vodič pomoći u odabiru kvalitetnog partnera za dostavu, ali i u organizaciji dostave općenito.




**Marcel Majsan**

Predsjednik udruge eCommerce Hrvatska

marcel@ecommerce.hr

**Pridružite se 500+ trgovaca koji rastu zajedno s nama**

**www.ecommerce.hr**

# WOLT DRIVE




## Wolt Drive je logistička usluga brze dostave za kupovinu i naručivanje preko web shopova.

Wolt Drive

01

# POGLAVLJE

# Istraživanje o logistici

# Rezultati istraživanja – dostava na hrvatskim webshopovima

**Udruga svake godine provodi istraživanje online kupaca iz kojeg smo saznali što je KUPCIMA bitno, no ove godine smo anketirali i 70 web trgovaca kako bi otkrili što je njima bitno kod dostave, koje načine dostave nude, ali i koje cijene plaćaju za dostavu u Hrvatsku, regiju, Europu i svijet.**

Evo i par natuknica o metodologiji našeg istraživanja:

• Podaci su prikupljeni anketnim upitnikom koji je sadržavao 32 pitanja

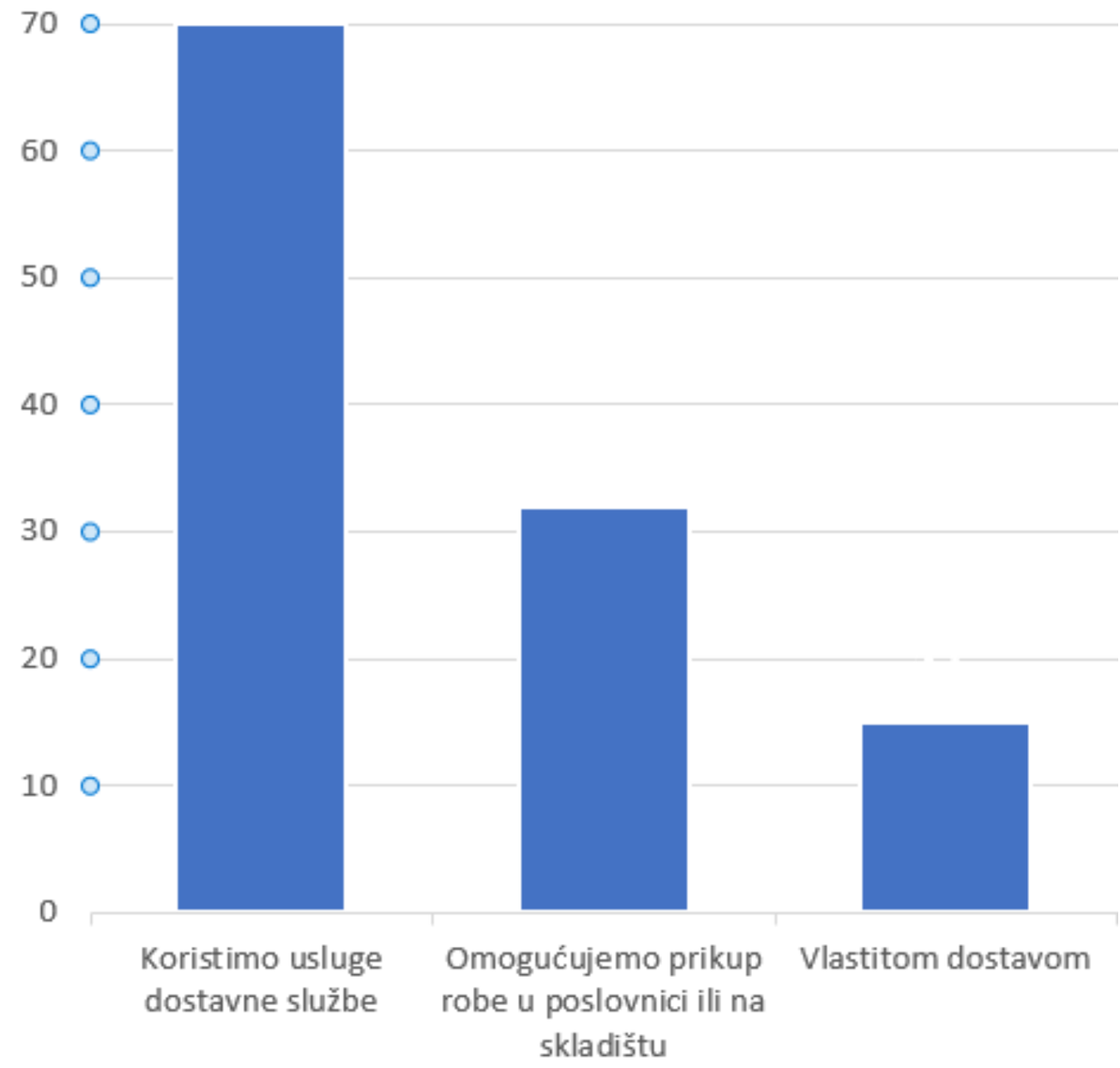
• Istraživanje smo proveli u suradnji s članovima udruge (58 %), te članovima Facebook grupe eCommerce Hrvatska (42 %)

• Sve što je prikazano kao pie chart s postocima je imalo jednu opciju izbora, a sve što prikazano u stupcima s ukupnim brojem odgovora je imalo više opcija izbora

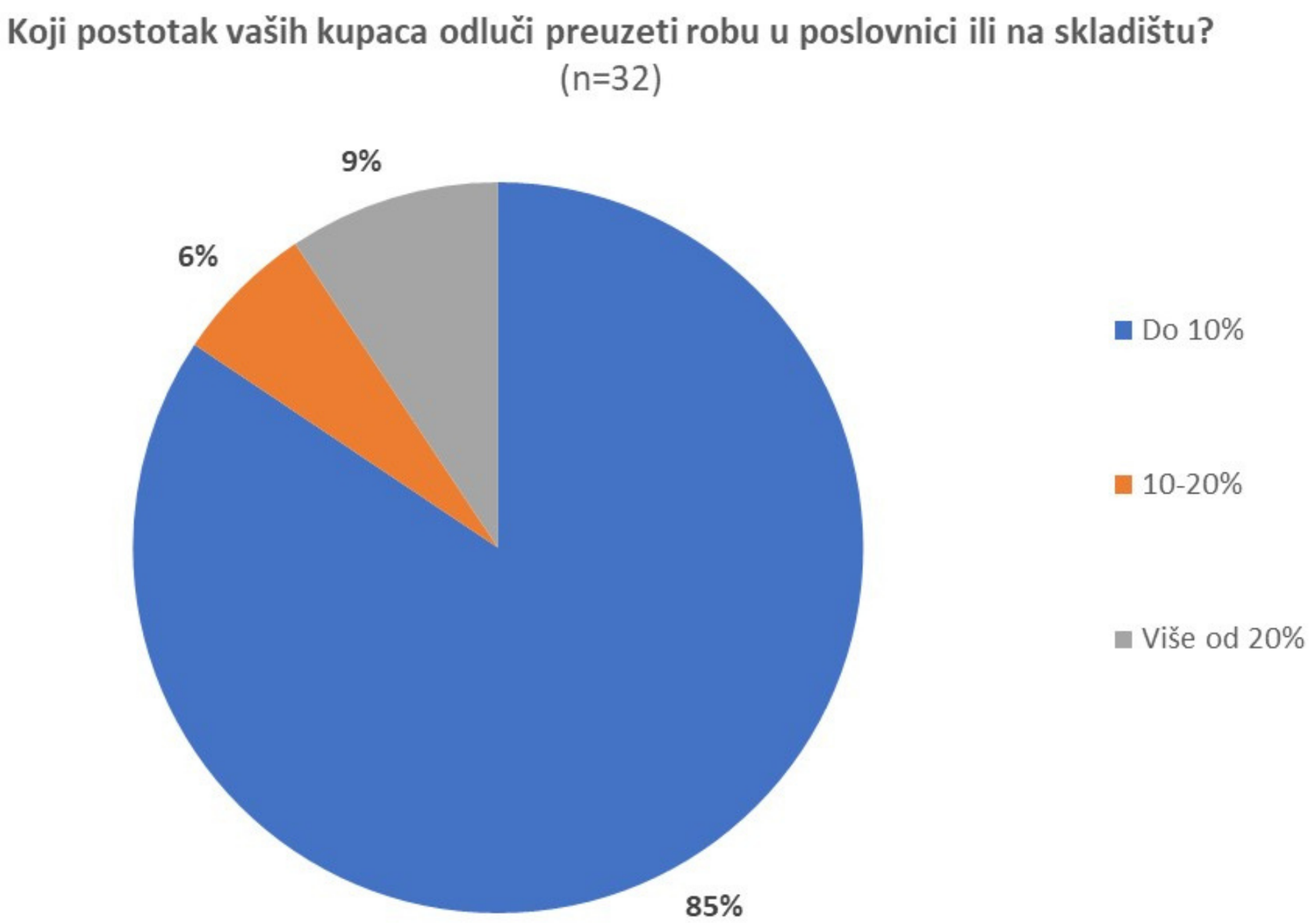
U nastavku možete pročitati najzanimljivije zaključke s našeg istraživanja, dok kompletne rezultate istraživanja možete dobiti u paketu premium članstva u našoj udruzi.

**Više o uvjetima i benefitima članstva u udruzi možete saznati na ovom linku: https://ecommerce.hr/clanstvo**

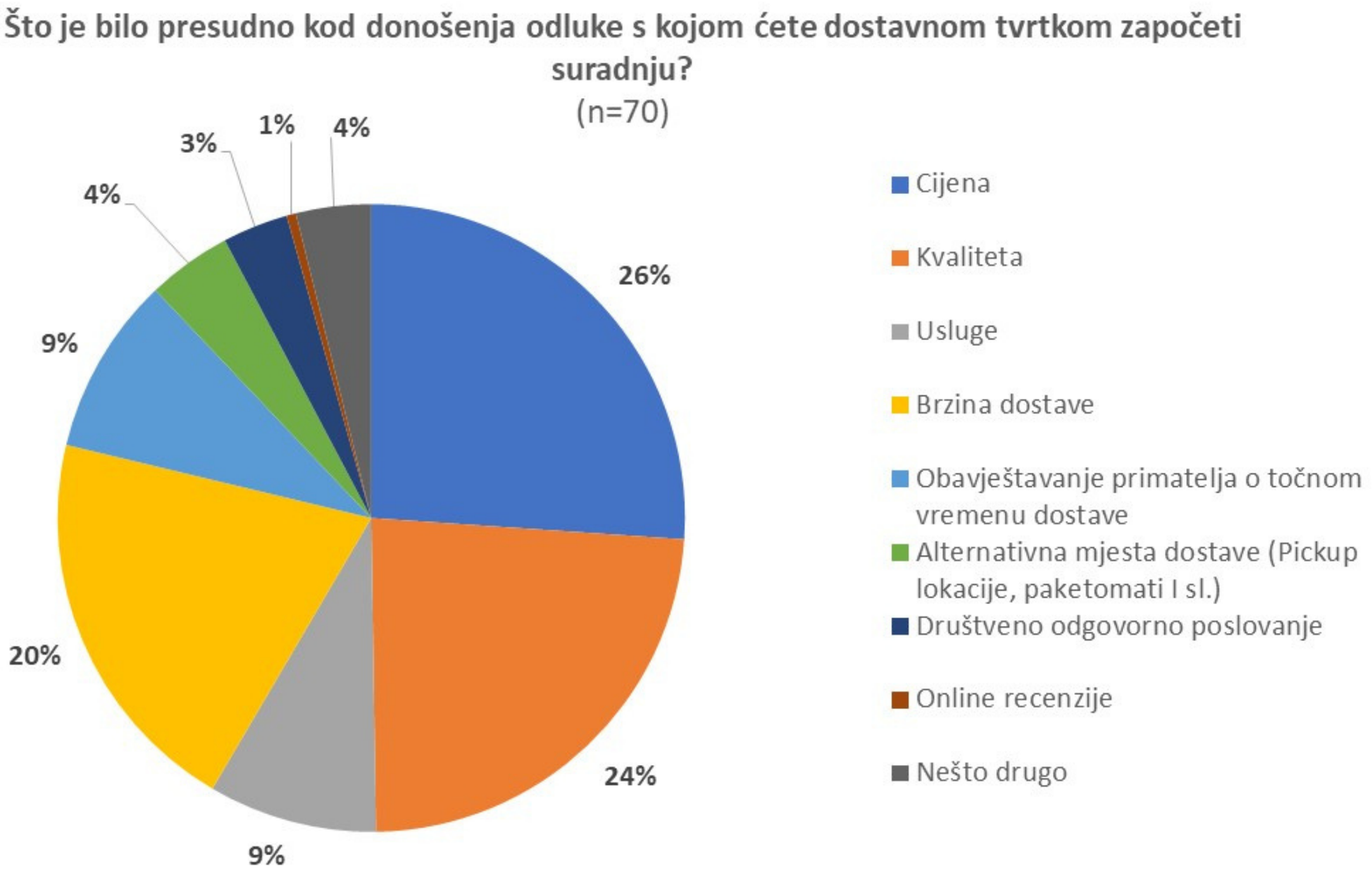
# KAKO ISPORUČUJETE PROIZVODE NARUČENE PREKO VAŠEG WEBSHOPA?



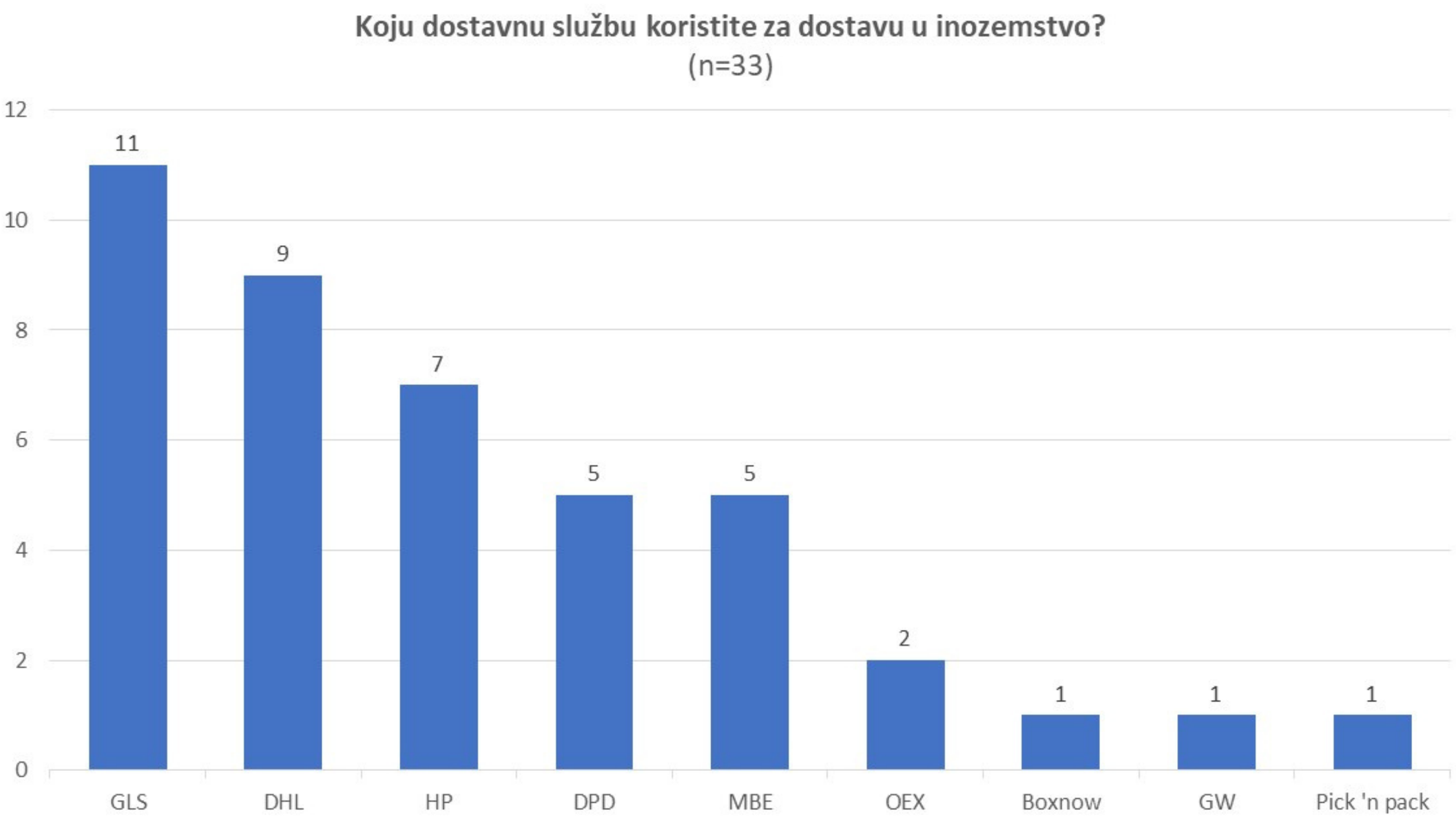

Svi ispitanici koriste usluge dostavne službe, dok prikup u poslovnici i skladištu omogućuje njih 46 %, a vlastitu dostavu organizira njih samo 21 %.




Najveći broj trgovaca koji nude prikup u poslovnici ili skladištu (85 %) navodi kako samo do 10 % kupaca odabere ovakav oblik dostave.

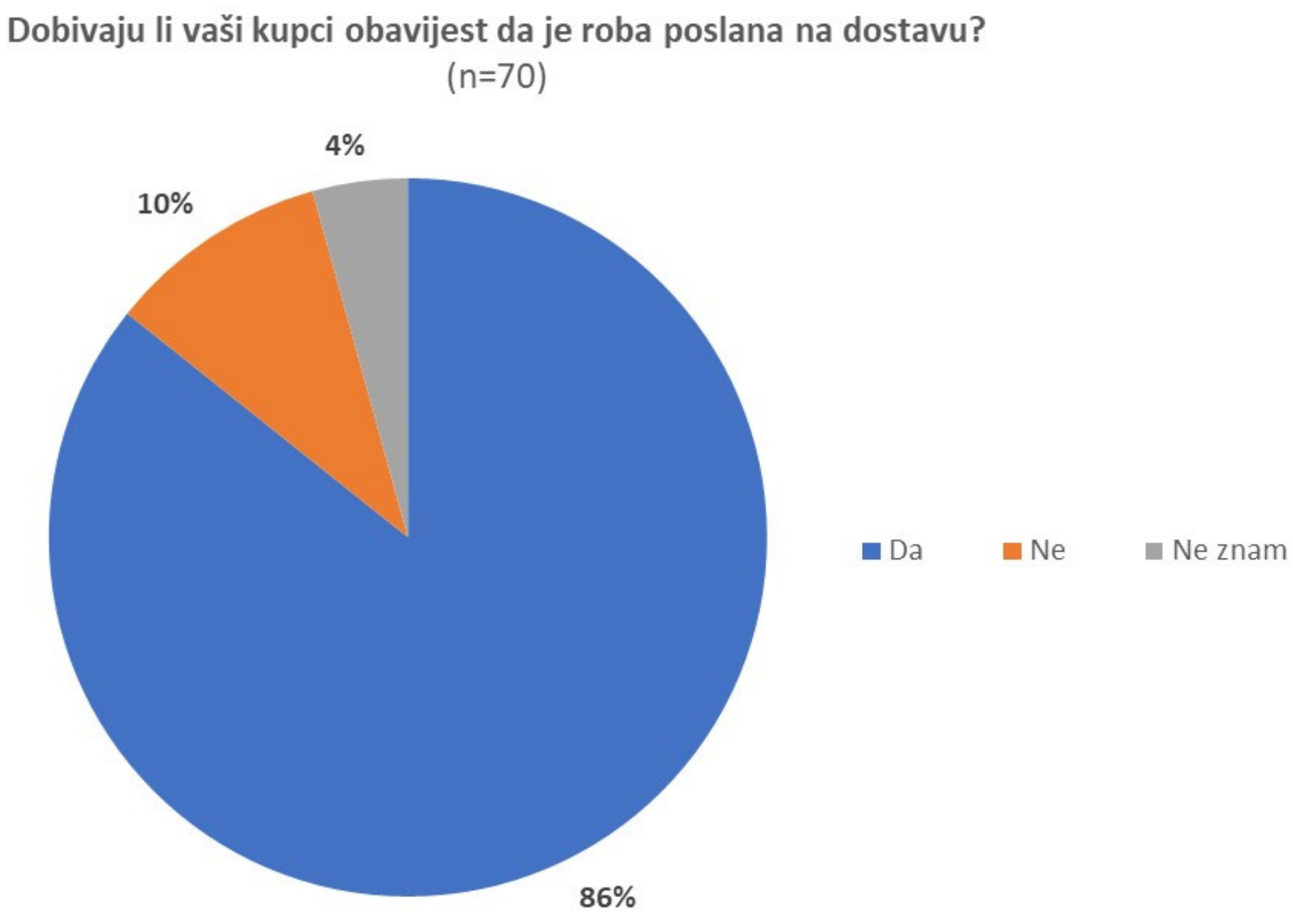



Kada smo ih pitali što je bilo presudno kod odabira dostavne službe, podjednak broj trgovaca odgovorio je cijena (26 %), kvaliteta (24 %) i brzina dostave (20 %).

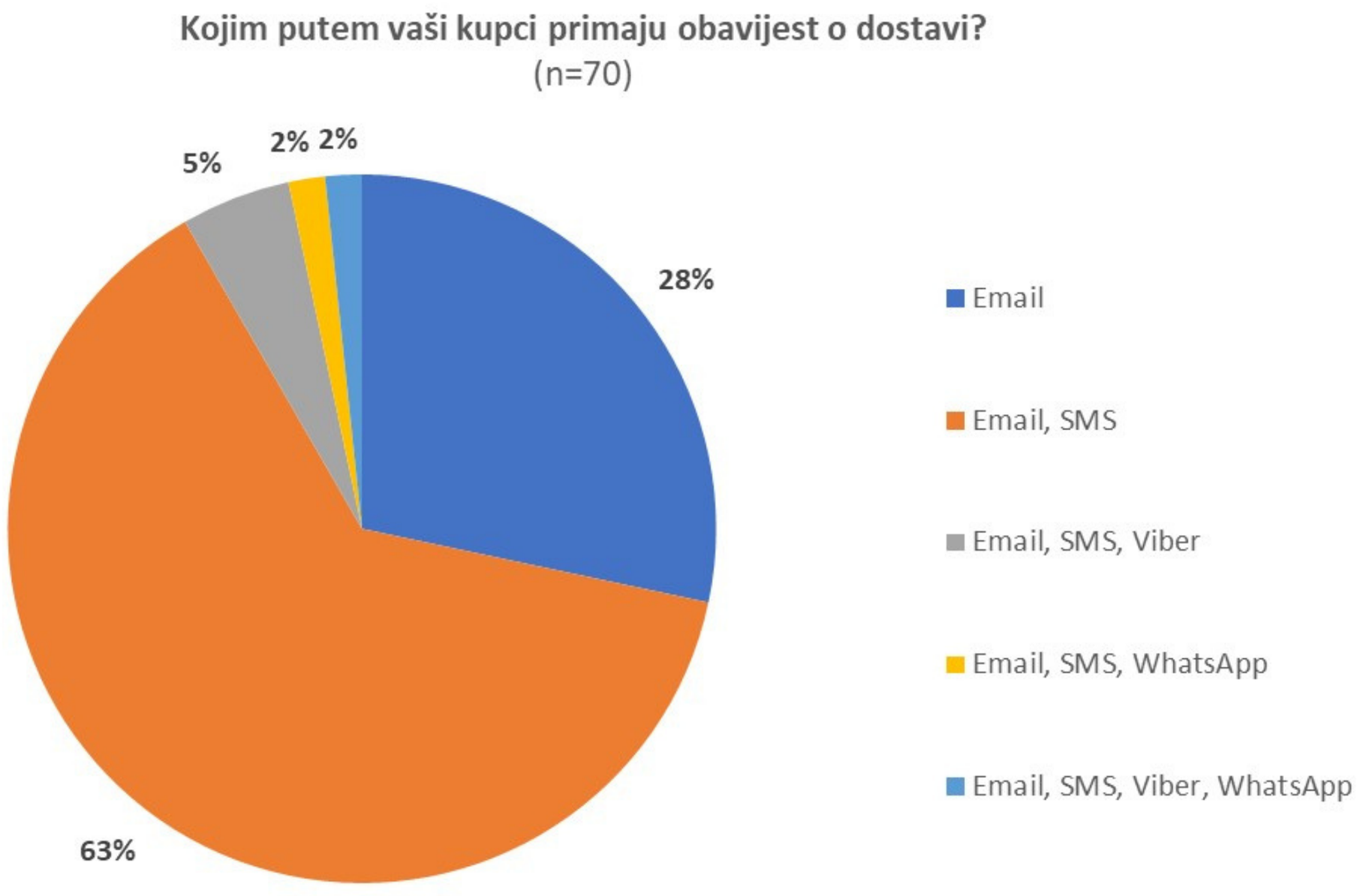



Za dostavu u inozemstvo trgovci najčešće biraju GLS, dok se na drugo mjesto penje DHL, a HP pada na treće.

# *Svaki deseti web trgovac NE šalje kupcima obavijest da je roba poslana na dostavu*




86 % web trgovaca navelo je da njihovi kupci dobivaju obavijest da je roba poslana na dostavu, a najčešći način slanja te obavijesti je mailom i SMS-om (graf niže). Čak 10 % web trgovaca tu obavijest ne šalje, a 4 % ih nije sigurno dobivaju li kupci obavijest ili ne.

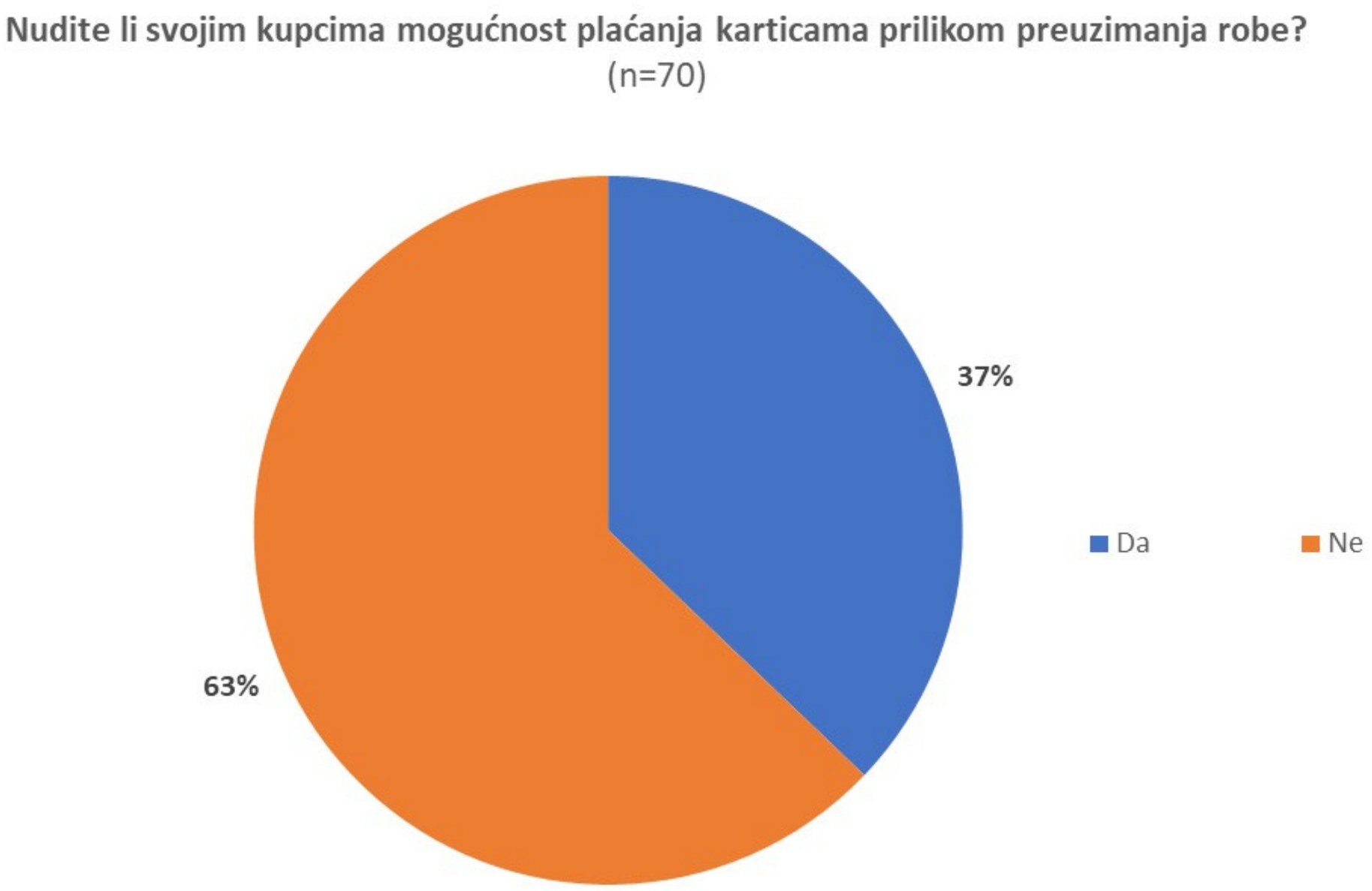


# Čak 37 % web trgovaca nudi plaćanje karticama prilikom preuzimanja robe

Prema informacijama koje smo dobili od trgovaca koji su naši članovi, 50 do 70 % kupovina završava odabirom plaćanja prilikom preuzimanja.

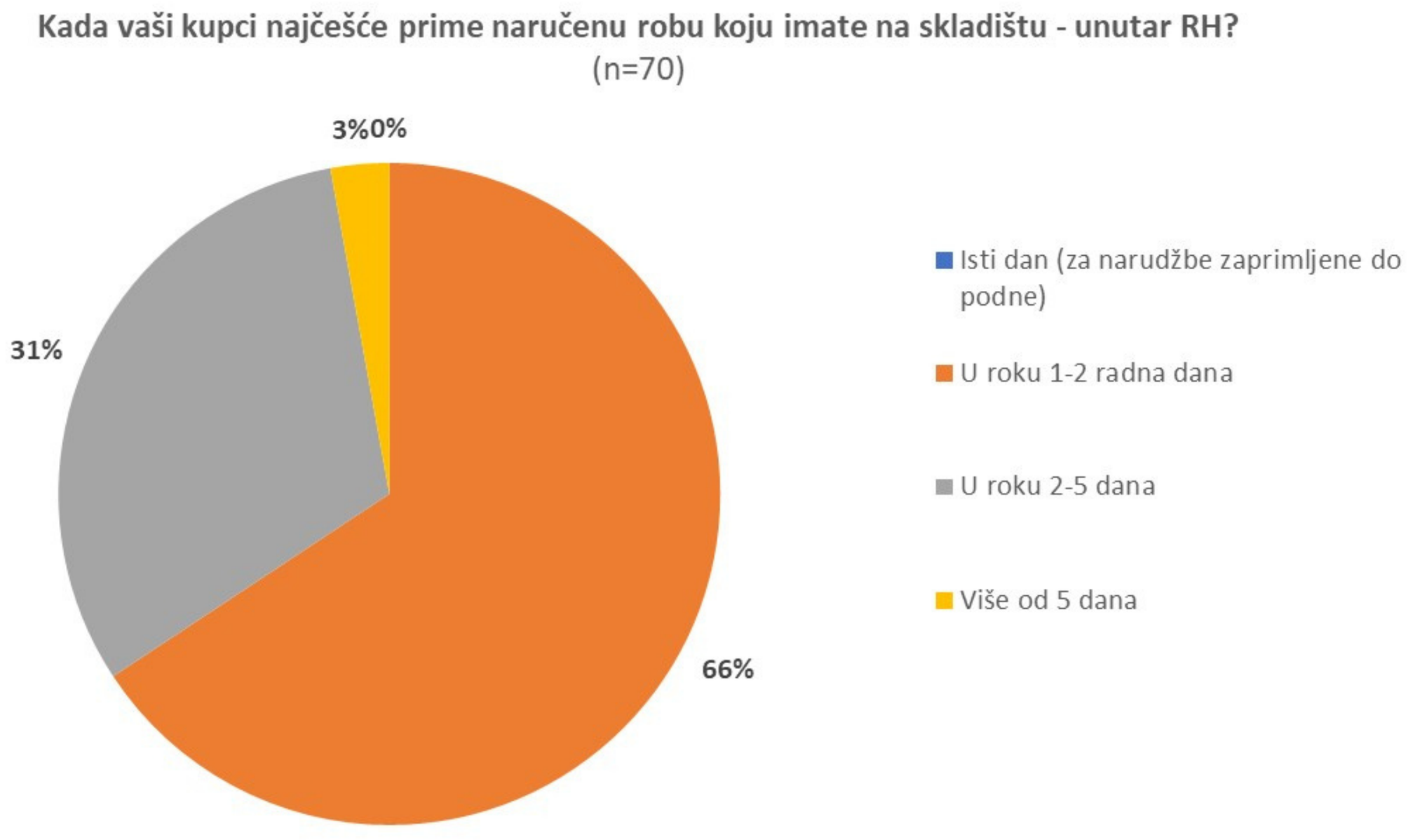
No, kad smo te iste kupce pitali koji način plaćanja preferiraju, najviše njih odabralo je karticu, dok je pouzeće završilo na drugom, a Paypal na visokom trećem mjestu.

Jedan od razloga diskrepancije između želje i stvarnosti vjerojatno je strah od krađe podataka koji osjeća preko 56 % naših ispitanika. Nakon toga, na listi razloga našla se činjenica da im se ne da uvijek tražiti karticu i utipkavati podatke.



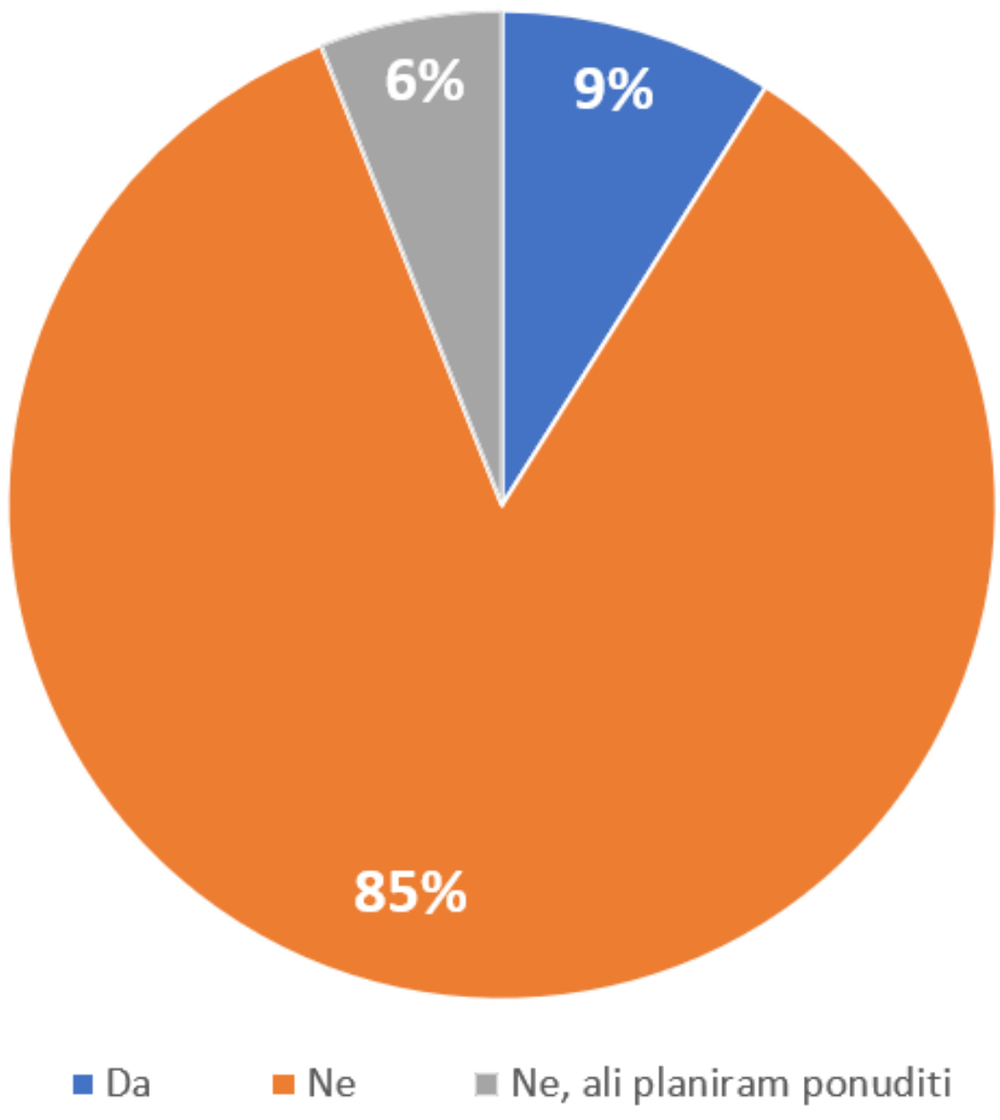

Dobar izbor bi onda bio ponuditi mogućnost plaćanja karticama prilikom preuzimanja robe. Prošle godine je samo 16 % trgovaca nudilo ovu opciju, a ove godine se taj broj udvostručio. Prema našem istraživanju online kupaca, **najvažniji kriterij za prvu kupovinu je mogućnost preferiranog plaćanja**.

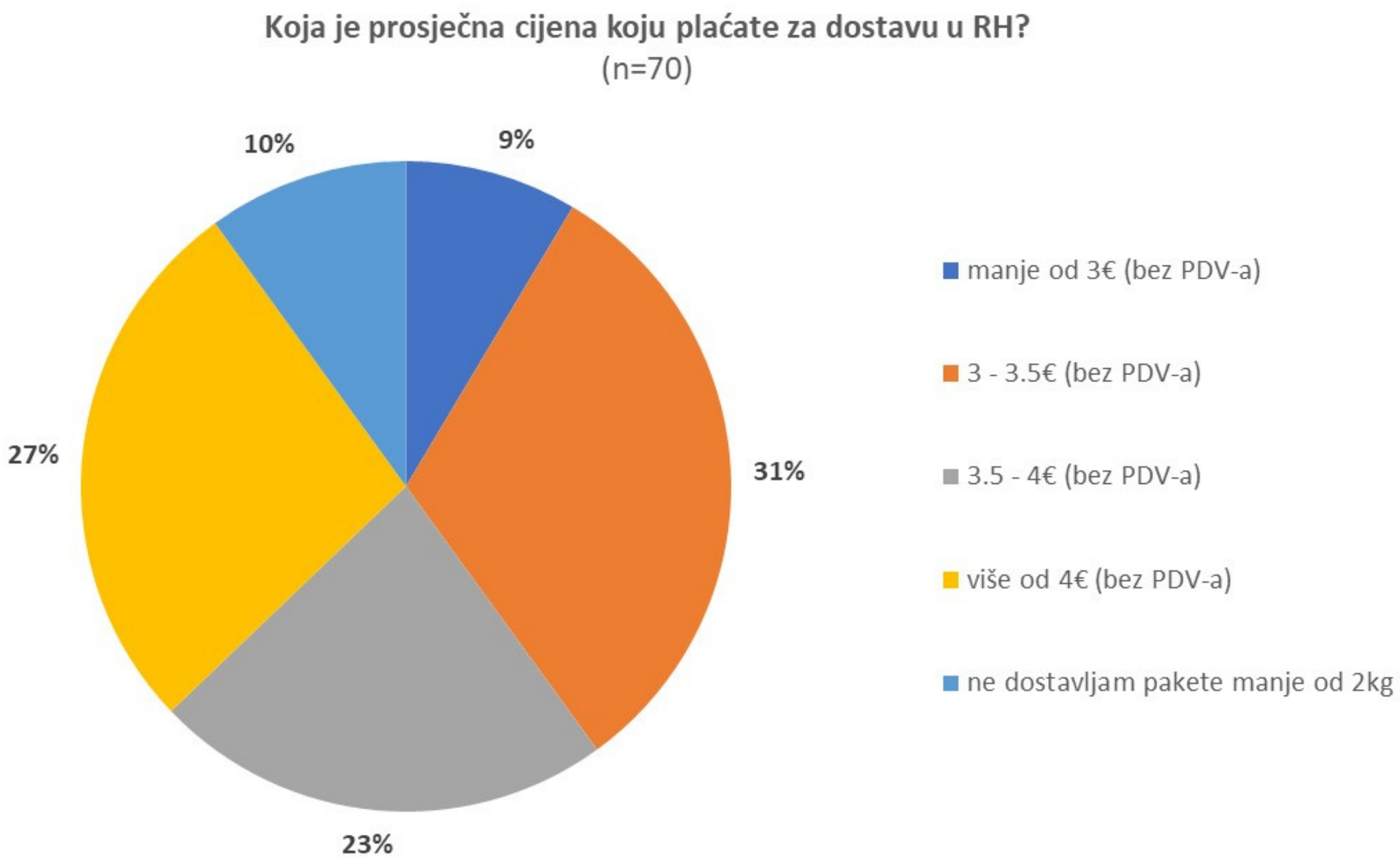
# Kupci najčešće primaju robu u roku 1-2 radna dana



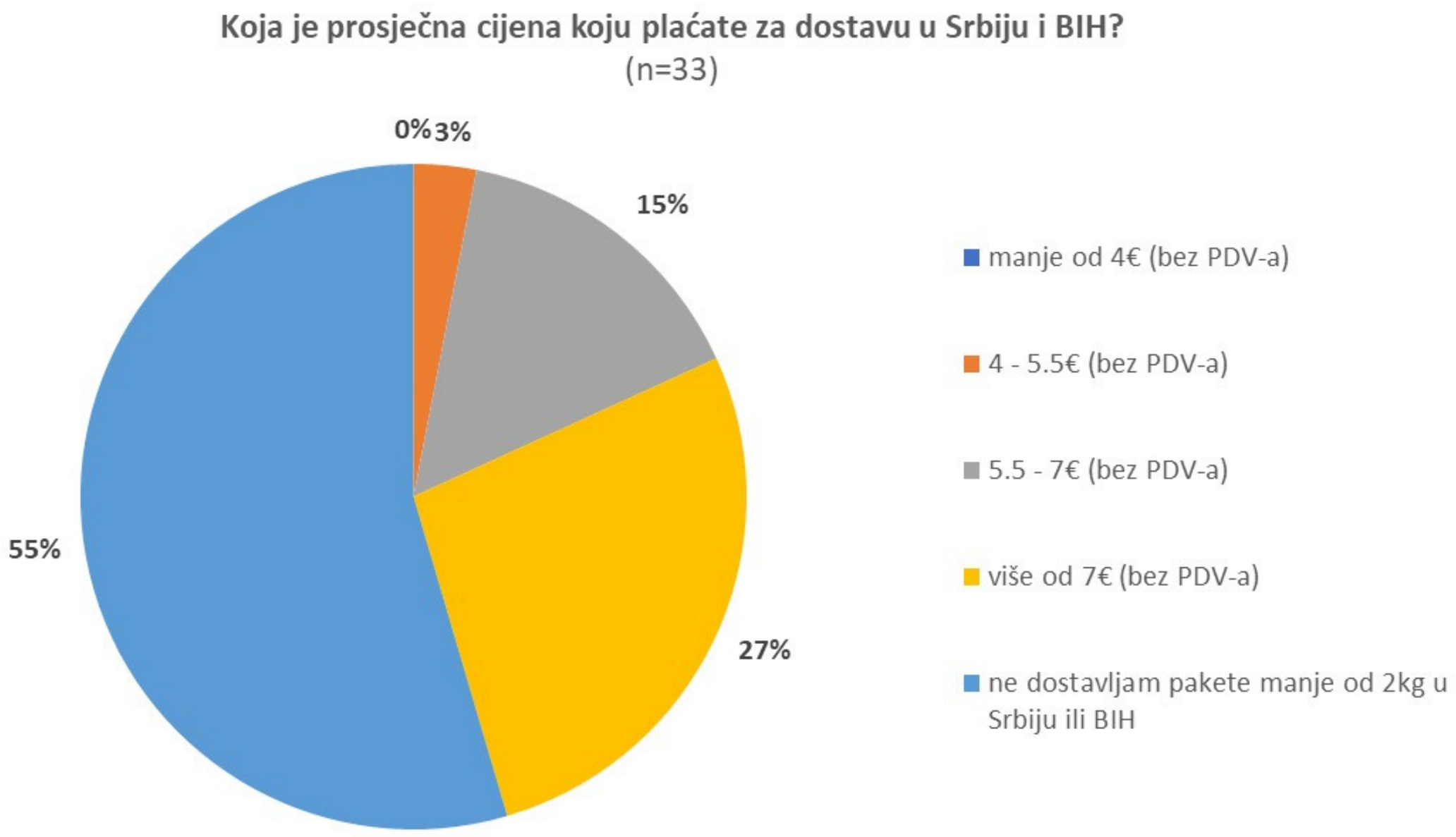

Prema našem istraživanju online kupaca, kvalitetna dostava je kupcima bitna, no nije im bilo toliko bitno da bude i ekspresna, pa trenutno samo 9 % trgovaca nudi tu opciju. Vjerujemo da će se to uskoro promijeniti jer Wolt i slične službe u velikim gradovima sada omogućuju i brzu dostavu u roku sat vremena (više o tome možete pročitati u zadnjoj sekciji vodiča).

## NUDITE LI SAME DAY DELIVERY ODNOSNO DOSTAVU U ISTOM DANU?

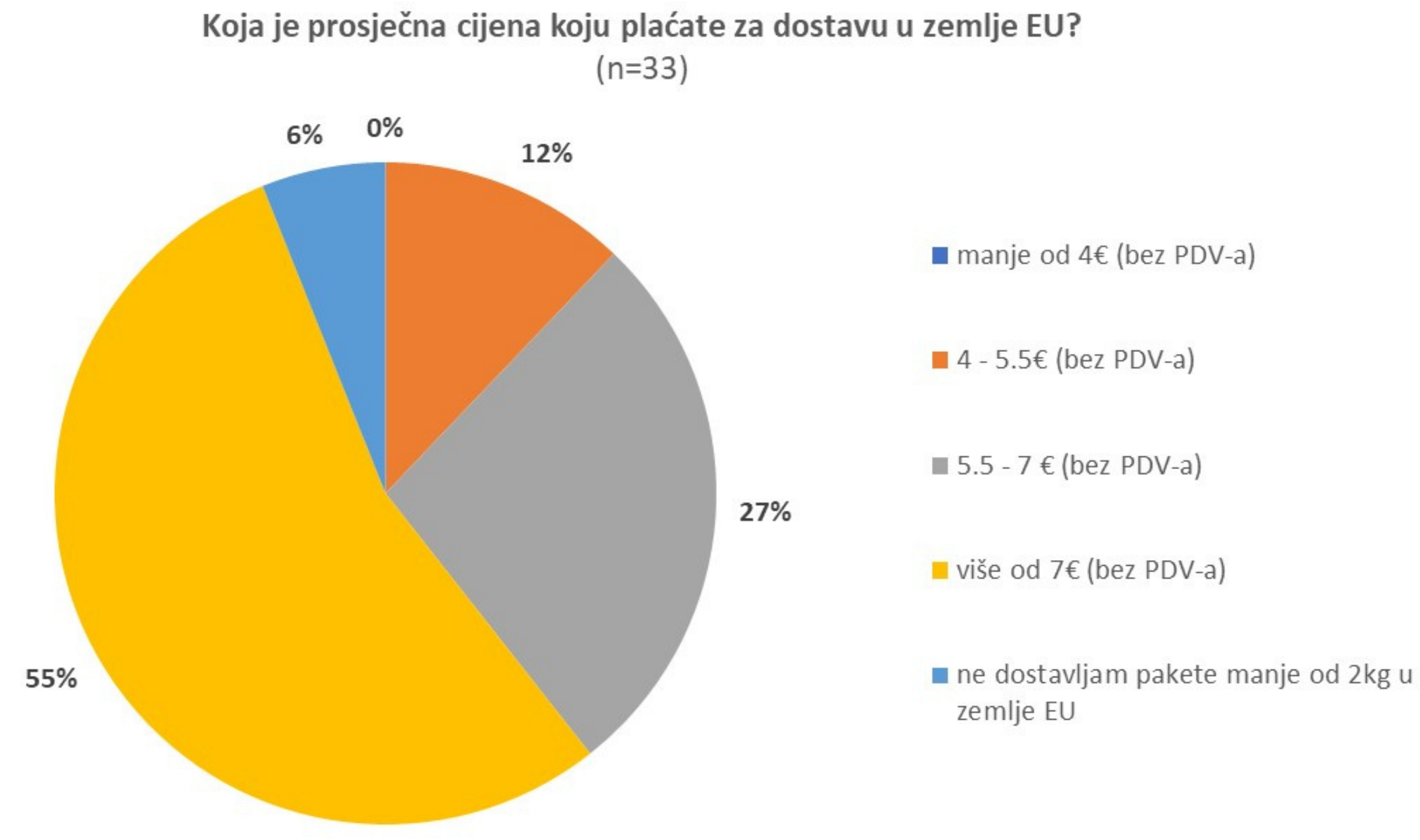




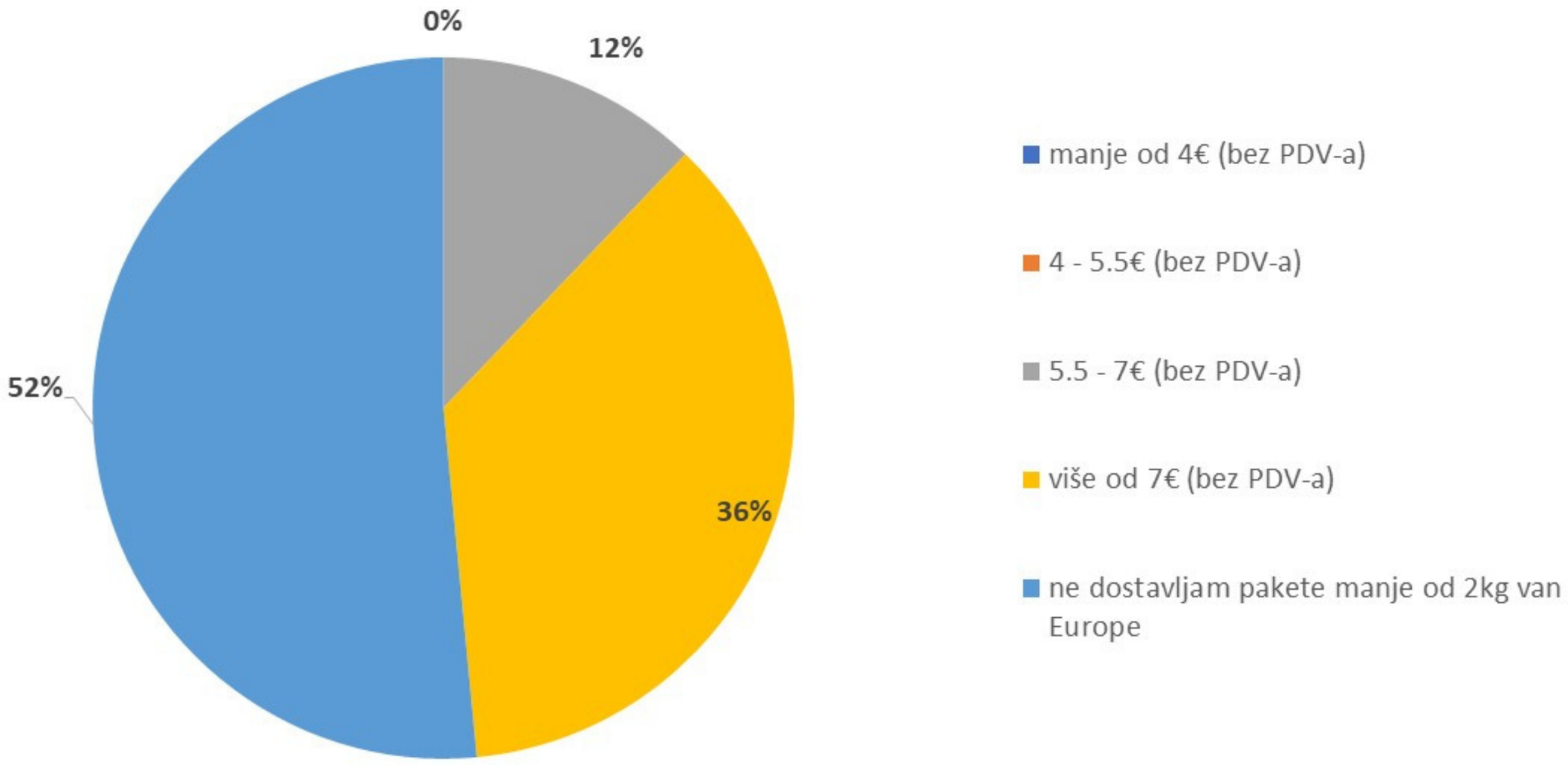

31 % web trgovaca dostavu unutar Hrvatske plaća 3.5 do 4 €, a 27 % više od 4 €. Samo 9 % trgovaca za dostavu unutar RH izdvaja manje od 3 € (bez PDV-a).




Većina trgovaca (55 %) ne dostavlja pakete manje od 2 kg u Srbiju i Bih, a oni koji dostavljaju najčešće dostavu plaćaju preko 7 €.




Iako i dalje daleko najveći broj trgovaca dostavu plaća preko 7 € (55 %), samo je 6 % onih koji NE nude dostavu unutar EU.




Najveći broj ispitanika ne omogućuje dostavu van EU, a oni koji omogućuju gotovo uvijek tu dostavu plaćaju preko 7 €.

# Koja dostavna služba je najbolja?

U tablici niže nalaze se ocjene dostavnih službi od strane ispitanih trgovaca (n=70). Svaki od njih je davao ocjene isključivo za dostavnu službu koju koristi. Iz navedenog je vidljivo da najbolje ocijene po kvaliteti i opcijama dobiva DPD.  Najbolje ocijene za cijenu dostave dobio je DPD , dok GLS dobiva najbolju ocjenu za brzinu dostave.

| | HP | GLS | DPD | DHL |
|---|---|---|---|---|
| **Kvaliteta** | 5 | 7,7 | 8 | 6,8 |
| **Brzina** | 5,3 | 8,5 | 8,3 | 7 |
| **Cijena** | 5,1 | 4,4 | 6,3 | 4,3 |
| **Dostupne opcije** | 5,1 | 6,6 | 7,1 | 5,7 |
| **UKUPNO** | 5,1 | 6,8 | 7,4 | 6 |

**Ukupni pobjednik po svim kategorijama je DPD, dok je prije 3 godine u istom istraživanju pobjedio GLS.**

02

POGLAVLJE

# Organizacija dostave

# Što kupci žele?

## Istraživanje online kupaca

**U istraživanju online kupaca koje smo proveli krajem 2022. godine, 3431 ispitanik nam je otkrio svoje preferencije vezano za dostavu robe kupljene online.**

*NAJBOLJA DOSTAVA JE - JEFTINA DOSTAVA*

Čak 54 % kupaca je označilo cijenu do 3 € kao prihvatljivu za pakete do 2 kg. Samo 1 % ispitanika smatra cijenu iznad 4 € prihvatljivom dostave paketa do 2 kg, a čak 28 % ih kupuje samo ako je dostava besplatna.

*KUPCI SU SPREMNI ČEKATI ROBU DO 5 DANA, ALI PLATIT ĆE VIŠE ZA BRZU DOSTAVU*

Prihvatljivo vrijeme dostave za većinu njih (52 %) iznosi do pet radnih dana, no čak 33 % ispitanika tvrdi da je spremno platiti i 3 eura više za dostavu unutar istog dana.

*POZIV DOSTAVLJAČA PRIJE DOSTAVE JE JAKO BITAN*

Kada smo ih pitali što im je najvažnije kod dostave, najviše kupaca je označilo kako su cijena i brzina dostave najvažniji, a na treće mjesto stavili su poziv dostavljača prije dostave.

**Rezultate istraživanja online kupaca možete pročitati u našem vodiču za online kupovinu: https://ecommerce.hr/vodic/vodic-za-online-kupovinu-powered-by-visa/**

# Cross border dostava

**Prekogranična web trgovina unosna je prilika, bez obzira na veličinu poduzeća. Većina kupaca kupila je barem jednom na vodećim svjetskim marketplacima – eBayu, Amazonu ili Alibabi. To znači da kupcima više nije važno otkuda naručuju, već su primarno u potrazi za najpovoljnijom cijenom i najboljom uslugom.**

## Zašto prodavati preko granica?

U današnje vrijeme kupovina iz inozemstva nije nimalo stran pojam. Otvarajući svoju trgovinu prekograničnim kupcima, na pravi način, garantirate si stotine milijuna novih potencijalnih kupaca.

## Kako prodavati preko granica?

Ako želite prvo provjeriti bi li vaš proizvod uspio na inozemnom tržištu, preporučujemo prodaju na nekom od vodećih marketplaceova – Amazonu, eBayu ili Alibabi. Kasnije, ako shvatite da se za vas prekogranična prodaja isplati, možete otvoriti vrata svog webshopa inozemnom tržištu.

## Kako slati narudžbe?

Ovo ovisi o vašem izboru dostavne službe. Ako vaš prijevoznik nudi mogućnost dostave u inozemstvo, jednostavno je s njime dogovoriti isporuku proizvoda. Ako želite imati skladište u drugoj zemlji, mogli biste razmisliti o angažiranju fulfilment agencije na tom prostoru.

**Ako prodajem preko granice, što je s porezima?**
Od 1. srpnja 2021. godine prag isporuke građanima unutar Europske Unije iznosi **10.000 € za sve države članice EU zajedno.** To znači da se do tog praga od 10.000 € primjenjuje čl. 90. stavak 2. Zakona o PDV-u te se do tog iznosa **ne obračunava PDV na isporučena dobara.**

Nakon što se prijeđe prag isporuke dobara od 10.000 €, trgovac ima 2 mogućnosti:

1. **Upis u OSS sustav** gdje se vode sve evidencije na jednom mjestu za sve države članice – važno je napomenuti kako se upisom u OSS sustav **ne ulazi u sustav PDV-a ako već niste u njemu.**
2. **Registrirati se za potrebe PDV-a svake države članice** u koju se vrši isporuka dobara.

Nakon prijeđenog praga od 10.000 € trgovac je dužan **obračunavati PDV na isporučena dobra unutar EU** prema propisima određene države članice.

**Prema našem istraživanju online trgovaca, čak 50 % njih prodaje cross border, dok još 20 % njih to planira početi.**

https://ecommerce.hr/istrazivanje-hrvatskih-web-trgovina-hrvati-zele-besplatnu-dostavu-a-trgovci-je-najcesce-naplacuju-preko-4-eura/

03

POGLAVLJE

# Pravni uvjeti dostave

# Koji su uvjeti dostave putem weba?

**Zakonom o zaštiti potrošača jasno je propisana obveza trgovca da potrošača obavijesti o uvjetima i troškovima dostave.**



Informacije koje potrošač mora prvenstveno dobiti jesu cijena dostave i vrijeme isporuke naručenih proizvoda. Zakon izričito navodi i obvezu trgovca da na svojim mrežnim stranicama, najkasnije na početku postupka naručivanja, jasno i čitko naznači postoje li određena ograničenja u dostavi, kao što je primjerice nemogućnost dostave na otoke.

Iz pozicije trgovca, najbitnija stavka vezana za dostavu je propisivanje roka isporuke, s obzirom da neispunjenje ugovora u ugovorenom roku može dovesti do raskida kupoprodajnog ugovora od strane potrošača.
Ukoliko trgovac ne regulira rokove dostave primijeniti će se zakonsko rješenje koje kaže da je trgovac dužan ispuniti ugovor najkasnije u roku od 30 dana od sklapanja ugovora, osim kod primjerice digitalnog sadržaja koji se ne isporučuje na tjelesnom mediju.

Trgovac bi ispunio svoju obvezu obavještavanja o vremenu isporuke i ako navede razdoblje, primjerice 15 dana ili tri tjedna od sklapanja ugovora. Trgovac nije dužan navesti određeni kalendarski datum kada će se isporuka odviti jer to nije uvijek praktično izvedivo.

U slučaju da trgovac nije u mogućnosti ispuniti ugovor u ugovorenom ili propisanom roku, dužan je bez odgađanja o tome obavijestiti potrošača i to pisanim putem. U tom slučaju, potrošač je dužan dati trgovcu naknadni razumni rok za ispunjenje ugovora (dostavu naručenih proizvoda). Međutim, ukoliko trgovac ni u naknadnom roku ne izvrši dostavu proizvoda, potrošač ima pravo raskinuti kupoprodajni ugovor.

Navedeno pravilo o dužnosti potrošača da trgovcu da naknadni rok za isporuku kupljenih proizvoda ne vrijedi, ukoliko je ugovoreno razdoblje isporuke ili zakonsko razdoblje od 30 dana ključno – primjerice kod isporuke vjenčanice, a trgovac ne isporuči robu na vrijeme. U tom slučaju potrošač bi trebao imati pravo na raskid ugovora odmah nakon isteka početno dogovorenog roka.

Zbog pandemije uzrokovane virusom COVID-19, trgovci su često bili u zakašnjenju s isporukom određenih proizvoda koje prodaju putem interneta. Pritom je zabrinjavajuća činjenica da su trgovci najčešće propustili obavijestiti potrošače o kašnjenju s isporukom te nisu propisali dulji rok dostave u svojim općim uvjetima, pri čemu i dalje potrošačima šalju opće uvjete u kojima ugovaraju rok isporuke u roku 4 do 5 radnih dana.

Ovakva je praksa problematična, a posljedice se mogu uvelike odraziti na trgovce. Prvenstveno, kako smo već naveli potrošač može raskinuti ugovor ukoliko mu naručeni proizvodi ne stignu u ugovorenom ni naknadnom razumnom roku. S druge strane, postupanje trgovca na način da potrošačima daje netočne informacije o rokovima isporuke moglo bi se okarakterizirati i kao nepoštena poslovna praksa.

Naime, uvjeti i troškovi dostave predstavljaju bitne informacije na temelju kojih kupac donosi odluku o kupnje te u slučaju davanja krivih ili izostavljanja informacija o vremenu isporuke i troškovima dostave od strane trgovca, postoji mogućnost da potrošač donese odluku o kupnji koju inače, da je imao sve potrebne i točne informacije, ne bi donio.

**U skladu s navedenim, ovakvo bi postupanje predstavljalo nepoštenu poslovnu praksu za koju je zapriječena novčana kazna u iznosu do 13.272 €.**

Primjerice, Ivana pretražuje nove tenisice na više različitih webshopova. Iste tenisice na web shopu X koštaju 100 € + 4 € dostave, a na webshopu Y tenisice koštaju 99 €
pri čemu nije naznačena cijena dostave. Ivana se odlučuje naručiti tenisice putem web shopa Y jer su jeftinije, a uz to vjeruje da je dostava besplatna s obzirom da cijena dostave nije posebno istaknuta.

Međutim, neugodno se iznenadi kada joj dostavljač prilikom predaje tenisica naplati dostavu u iznosu od 7 €. Ovakva je poslovna praksa trgovca nepoštena, s obzirom da je Ivana svoju odluku o kupnji tenisica putem web shopa Y donijela iz razloga jer je vjerovala da će tenisice naručene na toj web stranici platiti manje, te inače da je bila informirana o cijeni dostave takvu odluku o kupnji vjerojatno ne bi donijela.

Trgovci često nisu sigurni koja strana ugovora je dužna snositi troškove povrata robe u slučaju jednostranog raskida ugovora te u slučaju povrata robe zbog materijalnog nedostatka.
Kada potrošač jednostrano raskine ugovor sklopljen na daljinu putem interneta u roku od 14 dana od isporuke naručenih proizvoda, isti je dužan vratiti trgovcu proizvode u odnosu na koje je odlučio iskoristiti to svoje pravo.

Trgovac može primijeniti poslovnu praksu u kojoj on sam snosi troškove povrate i na taj način „pružiti“ svom potrošaču pogodnosti koje mu neki drugi trgovci ne pružaju. No, ukoliko trgovac želi prebaciti trošak povrata na kupca, dužan je to izričito propisati u svojim općim uvjetima poslovanja. **Ukoliko trgovac propusti obavijestiti potrošača da je dužan snositi trošak povrata – trošak će snositi trgovac.**

S druge strane, kada potrošač vraća robu trgovcu zbog nekakvog materijalnog nedostatka, trgovac nije u mogućnosti odlučiti koja strana snosi trošak povrata – trošak povrata u ovom slučaju uvijek snosi trgovac.




*Dijana Kladar predaje pravni modul na eCommerce Akademiji*

**SAVJET: Pročitajte članke Dijane Kladar i prijavite se za izradu pravnih tekstova uz 30 % popusta za članove Udruge**

04

POGLAVLJE

# Procvat "instant dostava"

# Procvat "instant dostava": Kako Q-trgovina pomaže kompanijama zadržati postojeće i privući nove potrošače



Potrošački zahtjevi se razvijaju s promjenom načina života i tehnologijom, potičući mnoge kompanije da prilagode svoje poslovanje. Dugo vrijeme isporuke u današnjim uvjetima više nije prihvatljivo te mnoge kompanije traže nove načine kako bi ubrzale procese dostave. U takvim uvjetima nastaje Q-commerce, odnosno brza trgovina, koja se usredotočuje na dostavu proizvoda (ili usluga) unutar jednog sata po povoljnim cijenama. Q-commerce predstavlja sljedeću logičnu evoluciju E-commerce, zadajući nove standarde u očekivanju potrošača.

Iako mnogi potrošači i dalje kupuju u trgovinama, odlazak u ljekarnu ili naručivanje hrane i namirnica ne pokazuje znakove usporavanja. Procjenjuje se da će u Europi vrijednost Q-commerca porasti na 9,07 milijardi dolara u 2023. godini, ostvarujući udio na tržištu od 6,4%. Prema projekcijama, do 2027. godine, vrijednost Q-commerca će se rapidno povećati na 14,16 milijardi dolara uz penetraciju od 9,1%.

Razne studije i istraživanja pokazuju što su potrošači voljni (ili nisu voljni) prihvatiti u vrijeme Q-commerca:
- 22% potrošača će napustiti košaricu ako im vrijeme dostave bude predugo
- 33% potrošača voljni su platiti 3 eura više za bržu dostavu
- 52% potrošača koji kupuju online tvrdi kako im brzina dostave utječe na odluku o kupnji

## Wolt Drive: Krenite u Q-commerce s lakoćom

Wolt Drive nudi učinkovito rješenje za dostavu koje pomaže lokalnim kompanijama i restoranima da se uključe u svijet Q-commercea bez velikih financijskih ulaganja. Tvrtke koje postanu Wolt Drive partneri mogu računati na kontinuiranu podršku partnera dostavljača koji rade preko Wolt platforme, čak i ako njihova trgovina nije na Wolt aplikaciji.

Uz Wolt Drive, kompanije dobivaju pristup ključnim značajkama kao što su **dostavljači na zahtjev** (on demand), izvrsna korisnička podrška **te praćenje u stvarnom vremenu**. Uz navedeno, Wolt Drive lako se integrira u bilo koji poslovni model, nudeći pristup "**pay-as-you-go**" modelu.

## Pogodnosti integracija Wolt Drive usluge

**Diferenciranje od konkurenata:** Brza dostava je jedan način na koji se svaka vrsta poslovanja može istaknuti na zasićenom tržištu. Kada potrošači hitno trebaju nešto, vjerojatnije je da će kupiti nešto od kompanije koja pruža brze i praktične opcije dostave, umjesto od dobro poznatog brenda koji ne može ispuniti njihovu trenutnu potrebu na pouzdan i povoljan način.

**Poboljšanje korisničkog iskustva:** Q-commerce je uglavnom motivirana spontanim ili emocionalnim odlukama o kupnji pa su potrošači skloniji kompanijama koje im to što žele mogu brzo dostaviti. To stvara jedinstvenu priliku za privlačenje novih potrošača i razvijanje lojalnosti prema brendu.

**Novi kanali za ostvarivanje profita:** Studija tvrtke Deloitte pokazala je da je 50% kupaca spremno potrošiti više na kupovine koje nude pogodnosti poput dostave, ili mogućnosti preuzimanja u trgovini. Mogućnostima koje pruža Q-commerce teško je odoljeti, a kompanijama koje nisu velike kao jedan Amazon dovoljna je jedna greška da ih potrošači zaobiđu.

**Troškovi flote i osoblja:** Glavna prepreka u uključivanju ili prijelazu na Q-commerce model je početna investicija potrebna za kupnju flota bicikala, automobila i kamiona te zapošljavanje vozača, a dodatno je potrebna i financijska rezerva za održavanje svega navedenog

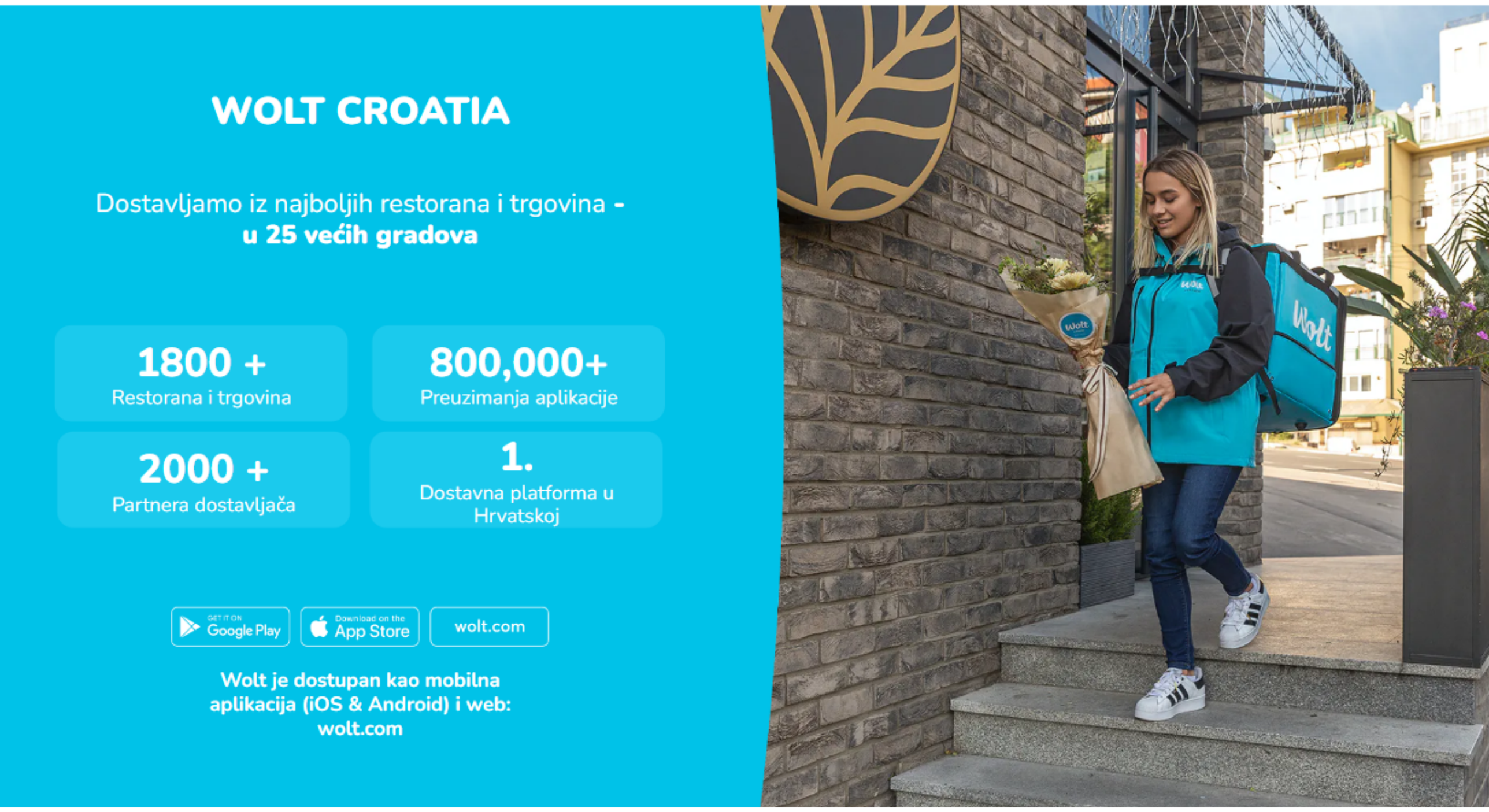
## Lako se integrirajte s Woltom

Wolt Drive nudi tri metode integracije kako bi svaka tvrtka mogla iskoristiti rješenje koje odgovara njihovim potrebama, pružajući brzi proces dostave za njihove potrošače.

**Wolt Drive API:** Tvrtke mogu dodati Wolt Drive izravno u svoju kupovinu putem jednostavne API integracije. Ova integracija automatizira cijeli protok podataka i stvara prilagođeno iskustvo blagajne za potrošače. Wolt pruža jasnu, dobro održavanu dokumentaciju i tehničku podršku kako bi proces integracije bio brz i uspješan.

**Web Drive web portal:** Nakon što trgovci ili restorani otvore Wolt Drive račun, mogu pristupiti web portalu u bilo koje vrijeme kako bi pokrenuli dostavu prema zahtjevu kupaca. Dostava je zakazana u svega nekoliko klikova.

**Wolt Drive Plugin:** Kompanije s trgovinama smještenim na popularnim platformama e-trgovine mogu posjetiti trgovinu aplikacija i preuzeti Wolt Drive plug-and-play dodatak. Nakon instalacije i otvaranja Wolt Drive računa, mogu odmah ponuditi usluge dostave putem Wolt Drivea.



# Wolt Drive i Wolt app - Put do još većeg broja narudžbi i zadovoljnijih kupaca!

Za Wolt Drive, ne morate biti prisutni na Wolt aplikaciji, ali odabirom ove opcije, vaš restoran ili trgovina postaju dostupni više od 800.000 Woltovih korisnika.

Na stotine trgovina i restorana u 25 gradova vjeruju Woltu i našem poslovnom modelu, zašto ne bi i vi?

Za više informacija o Wolt Driveu, posjetite našu web stranicu (**Wolt Drive Hrvatska**) ili nas kontaktirajte na **mislav.podnar@wolt.com**






# eCommerce Akademija

## Prva edukacija o planiranju, vođenju i razvoju uspješne online trgovine

**8**
**MODULA**

**8**
**STRUČNJAKA**

Cijena kotizacije: 1440 €

PROMOTIVNA CIJENA: 1008 €

cijena za članove Udruge

## Upišite eCommerce Akademiju i naučite kako:

✓ Napraviti strategiju za izradu webshopa
✓ Odabrati platformu i izvođača
✓ Osmisliti sadržaj koji će privući vaše ciljane kupce
✓ Kreirati oglase koji će prodavati
✓ Analizirati i optimizirati webshop
✓ Rješavati prigovore i stvoriti zadovoljne kupce
✓ Uskladiti webshop sa zakonima i izbjeći kazne

Sky Office, Zagreb

PRIJAVITE SE OVDJE: ecommerce.hr/ecommerce-akademija