

Afacerile online, concurenta pentru investitorii conservatori

9 Martie 2005

Internetul este vazut din ce in ce mai mult ca o sursa de venituri, mai ales ca investitiile initiale sunt reduse. Cu toate ca acest mijloc de comunicare este folosit de firme mai mult pentru a-si promova imaginea, numarul afacerilor virtuale, dar cu incasari reale, a crescut in ultima perioada in Romania.

Vremurile in care Internetul era considerat doar un mijloc de distractie sau de a obtine informatii par sa se apropie de sfirsit. Din ce in ce mai multi romani identifica oportunitatile de castig pe care le ofera acesta. Marile companii si-au facut vitrine de prezentare, in vreme ce alti oameni cu initiativa au demarat afaceri care se deruleaza doar in spatiul virtual, insa aduc profituri consistente.

Unul dintre segmentele care au cunoscut o dezvoltare rapida este publicitatea pe Internet. Acest tip de afacere se dovedeste o concurenta serioasa pentru investitorii conservatori care nu acorda atentie Internetului.

Raiul pe portal

Pe Internet se vinde, in prezent, totul. De la informatii pina la consoarte. Afaceristii autohtoni si-au dat seama ca aceasta este una dintre cele mai rentabile forme de comert, din cauza costurilor scazute. Daca intr-o prima faza s-a dezvoltat comertul online, mai ales pe partea de componente de calculatoare si produse electronice, acum oferta acopera toate domeniile. Cine vrea un loc de munca acceseaza un site specializat, cine vrea o nevasta merge cu mouse-ul la o agentie matrimoniala, iar cine vrea o informatie poate sa acceseze site-uri specializate. Chiar si extemporalele si referatele pot fi descarcate de pe Internet. Unele dintre aceste site-uri aduc profit, chiar daca informatiile sunt descarcate gratuit.

Afaceri profitabile

Comertul online devine rentabil, ceea ce denota o crestere a increderii oamenilor in astfel de tranzactii. De asemenea, a crescut numarul comenzilor efectuate prin Internet la restaurante sau firme specializate in livrarea la domiciliu a preparatelor culinare. Cei care cauta un job reprezinta si ei o sursa de venituri. „In ultima vreme s-au dezvoltat multe site-uri care ofera servicii online, dintre care unele sunt profitabile, cum ar fi site-urile de locuri de munca, ce apeleaza la publicitate doar pentru a-si completa veniturile, pentru a-si promova serviciile proprii, sau nu apeleaza deloc“, considera Ionut Oprea, director de comunicare al companiei NetBridge.

De aprecieri se bucura si comertul online, de la librarii si magazine de calculatoare la site-uri de licitatii online. Aceste servicii depind de cresterea increderii romanilor in tranzactiile online, pe de o parte, si de dezvoltarea unor servicii care sa inspire si sa stimuleze siguranta tranzactiilor. Pentru multe dintre firmele de pe Internet, o sursa consistenta de venituri o constituie publicitatea.

Domeniu in dezvoltare

Publicitatea pe Internet a devenit un instrument folosit in majoritatea campaniilor de marketing. „Se pare ca, in ceea ce priveste veniturile, publicitatea pe Internet a depasit un milion de dolari anual“, considera Gheorghe Serban, director executiv al Asociatiei Nationale a Internet service providerilor. „Are un viitor mare, deoarece tot mai multi oameni stau in fata calculatorului. In prezent, aproximativ 20% din cetateni navigheaza pe Internet“, mai spune acesta. Afisarea bannerelor publicitare reprezinta, pentru multi proprietari de site-uri, o sursa de venituri. Astfel, chiar daca site-ul nu este unul cu scop comercial, se transforma in sursa de venituri in momentul in care dobandeste notorietate si atrage mesaje publicitare. Pretul pe mia de afisari (CPM) variaza in functie de audienta site-ului, de valoarea acesteia, cit si in functie de numarul de afisari cumparate de client sau de catre agentie, fiind oferite discounturi pe volum, ca si in cazul ziarelor sau televiziunilor.

„Exista pe Internet, la fel ca in presa, vehicule media care nu au o audienta valoroasa si care au preturi mici, dar exista si site-uri cu o audienta foarte specializata sau cu un public deosebit de valoros, cum ar fi site-urile de business, cele de IT, sau site-urile pentru femei, care au preturi mari, in unele cazuri, de peste 10 euro/mia de afisari“, spune Orlando Nicoara, director general Boom.ro, agentie de publicitate online.

Fonduri europene de la distanta

Consultanta si intermedierea de afaceri sint alte doua tipuri de business-uri care prind avint pe Internet. „Se poarta un dialog online permanent, in timp real, astfel ca nu exista intirziri in receptionarea informatiei“, spune Gheorghe Serban. Si accesarea fondurilor europene se dovedeste o operatiune mai facila prin intermediul Internetului. „In multe cazuri, partenerii straini, alaturi de care se aplica la programele europene, sint gasiti prin Internet. Si discutiile referitoare la alcatuirea programului se deruleaza in acelasi mod“, spune Gheorghe Serban.

Vitrine electronice

Se constata, in ultima perioada, si o crestere a dorintei firmelor de a avea o pagina pe Internet. „Tot mai multe companii vor vitrina electronica. Este cea mai ieftina metoda de promovare a produselor“, afirma Gheorghe Serban. Acest lucru a facut ca cei care se ocupa cu web-design-ul sa aiba mult de lucru. Preturile variaza de la 300 de euro la 1.500 de euro pentru un site. Sperantele sint mari in ceea ce priveste dezvoltarea afacerilor pe Internet. Ramine de vazut in ce masura increderea romanilor in aceasta metoda va evolua pe masura asteptarilor celor care activeaza in acest domeniu.

Site-urile de stiri, cele mai cautate

Conform Trafic.ro, cele mai vizitate site-uri sint cele de informatii, inclusiv versiunile online ale publicatiilor tiparite. Apoi urmeaza categoria computere/ Internet, care cuprinde reviste electronice, site-uri cu informatii din domeniul IT si serviciile romanesti de e-mail, precum www.email.ro, www.k.ro, www.mymail.ro. Pe al treilea loc se afla portalurile, site-uri generale care cuprind informatii din mai multe domenii de interes, completate de servicii online (e-mail, dating, locuri de munca).

Valentin Baesu