



B & B
VIŠJA STROKOVNA ŠOLA

Diplomsko delo višješolskega strokovnega študija
Program: Ekonomist
Modul: Organizator poslovanja

PRODAJA UNIKATNIH IZDELKOV PREKO ETSY

Mentor: dr. Klemen Podjed
Lektorica: Simona Špolad, prof. slov. in univ. dipl. lit. komp.

Kandidatka: Urška Dornig

Kranj, december 2023

ZAHVALA

Zahvaljujem se mentorju dr. Klemenu Podjedu za vso pomoč, čas, potrpežljivost in strokovne nasvete.

Zahvaljujem se tudi lektorici Simoni Špolad, ki je mojo diplomsko nalogo jezikovno in slovnično pregledala.

Posebne zahvale mojemu možu in otrokom, ker so verjeli vame, me spodbujali in so mi omogočili nemoten čas za študij in pisanje diplomske naloge.

Hvala tašči za pomoč pri varstvu otrok, da sem se lahko nemoteno udeleževala predavanj preko Zooma.

Hvala družini, prijateljem in sodelavcem, ker so me podpirali in spodbujali.

IZJAVA

Študentka Urška Dornig izjavljam, da sem avtorica tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom dr. Klemena Podjeda.

Skladno s 1. odstavkom 21. člena Zakona o avtorskih in sorodnih pravicah dovoljujem objavo tega diplomskega dela na spletni strani šole.

V Kranju, 29. 12. 2023

Podpis: _____

POVZETEK

Prodaja unikatnih zapestnic preko platforme Etsy je potencialno donosna dejavnost. V podjetniškem poslu je pomembno predvsem razumevanje ciljnega občinstva, tržnih trendov in prednosti konkurence. Poleg načrtovanja in izvajanja učinkovitih marketinških strategij se tudi spremlja in prilagaja vsem novim trendom ter ustvarja spletno prisotnost – vse to je zelo pomembno za pridobivanje novih strank. Pomembno je sledenje računovodskim smernicam, obvladovanje stroškov in pravilno obračunavanje davkov. Uspešna prodaja na Etsyju se meri na podlagi rednega obnavljanja inventarja, sodelovanja s strankami, visokokakovostnih izdelkov in z zagotavljanjem odličnih storitev za stranke. Problem diplomske naloge bo tržna konkurenca, in sicer kako se soočiti s konkurenco na Etsyju ter kako izstopati med množico prodajalcev zapestnic in kako doseči ciljno občinstvo. Del problema bosta predstavljala tudi oblikovanje in izdelava izdelkov, saj bo potrebno oblikovati privlačne in kakovostne zapestnice, pridobiti potrebne materiale in zagotoviti, da so izdelki trajni. Pri teoretičnih izhodiščih bo treba preučiti teorijo in koncepte spletnega trženja, kot so optimizacija za iskalnike, družabni mediji, e-poštno trženje, plačljivo oglaševanje in vsebina na spletni strani. Pravilno uporabljanje spletne trgovine na Etsyju je odvisno od prilagodljivosti in stalnega učenja. Trženjske strategije, ki temeljijo na trendih in potrebah strank, so lahko ključ do dolgoročnega uspeha. S pravilno načrtovanimi marketinškimi pristopi, z natančnim vodenjem računovodstva in s kakovostnimi izdelki je prodaja unikatnih zapestnic na platformi Etsy lahko trajnostna in dobičkonosna poslovna priložnost.

KLJUČNE BESEDE

- platforma Etsy
- spletna prodaja
- unikatne zapestnice
- spletno trženje
- konkurenca

ABSTRACT

Selling unique bracelets through the Etsy platform is a potentially profitable business. Understanding the target audience, market trends and competitive advantages is especially important in entrepreneurial business. In addition to planning and implementing effective marketing strategies, it also monitors and adapts to all new trends and creates an online presence, which are of primary importance for acquiring new customers. It is important to follow accounting guidelines, manage costs and calculate taxes correctly. Selling successfully on Etsy is measured by regular inventory replenishment, customer engagement, high-quality products, and providing excellent customer service. The thesis problem will be market competition, namely how to face the competition on Etsy and how to stand out from the crowd of bracelet sellers and how to reach your target audience. The design and manufacture of the products will also be part of the problem, as it will be necessary to design attractive and high-quality bracelets and obtain the necessary materials and ensure that the products are durable. The theoretical starting point will be to study the theory and concepts of online marketing such as search engine optimization, social media, e-mail marketing, paid advertising and website content. Getting your Etsy shop right depends on flexibility and constant learning. Marketing strategies based on trends and customer needs can be the key to long-term success. With properly planned marketing approaches, accurate accounting management and quality manufactured products, selling unique bracelets on the Etsy platform can be a sustainable and profitable business opportunity.

KEYWORDS

- the Etsy platform
- sales
- unique bracelets
- online marketing
- competition

KAZALO

| | | |
|-----|---|----|
| 1 | UVOD | 1 |
| 1.1 | Predstavitev problema | 1 |
| 1.2 | Cilji naloge | 2 |
| 1.3 | Predstavitev okolja..... | 2 |
| 1.4 | Predpostavke in omejitve | 2 |
| 1.5 | Metode dela | 3 |
| 2 | IZDELAVA IZDELKOV | 4 |
| 2.1 | Ideja..... | 4 |
| 2.2 | izbor materialov | 4 |
| 2.3 | oblikovanje unikatnih zapestnic..... | 5 |
| 2.4 | slike in opisi unikatnih zapestnic | 5 |
| 2.5 | Kvaliteta in trajnost izdelkov | 7 |
| 3 | PREGLED TRGA | 8 |
| 3.1 | analiza ciljnega trga | 8 |
| 3.2 | konkurenca na Etsyju..... | 11 |
| 3.3 | Trendi v prodaji zapestnic | 12 |
| 4 | TRŽENJE IN PROMOCIJA | 16 |
| 4.1 | Uporaba ključnih besed za SEO | 17 |
| 4.2 | Uporaba socialnih omrežij..... | 18 |
| 4.3 | Druge metode trženja in promocije na Etsyju | 18 |
| 5 | UPRAVLJANJE NAROČIL IN DOBAVA | 21 |
| 5.1 | Postopek naročila | 22 |
| 5.2 | Skrb za stranke..... | 23 |
| 5.3 | Upravljanje zalog | 24 |
| 6 | TVEGANJA IN SPREMLJANJE | 25 |
| 6.1 | Indifikacija tveganj..... | 25 |
| 6.2 | Načrt za obvladovanje tveganj | 26 |
| 6.3 | Merila uspeha in spremljanje napredka..... | 26 |
| 7 | RAČUNOVODSTVO PLATFORME ETSY | 28 |
| 7.1 | Prodajalci na Etsyju in njihove obveznosti..... | 28 |
| 7.2 | Davčna pravila | 28 |
| 7.3 | Obračunavanje in poročanje o ddv-ju..... | 29 |
| 8 | FINANČNI NAČRT | 30 |
| 8.1 | Določitev stroškov | 30 |
| 8.2 | Določitev lastne cene..... | 31 |
| 8.3 | Določitev prodajne cene | 32 |
| 8.4 | Načrt prodaje in prihodkov | 32 |
| 8.5 | projekcija izkaza uspeha..... | 33 |
| 9 | ZAKLJUČEK | 34 |
| 10 | VIRI IN LITERATURA | 35 |

KAZALO SLIK

| | |
|--|----|
| Slika 1: Zapestnica | 6 |
| Slika 2: Opis izdelka na Etsyju | 6 |
| Slika 3: Analiza prodajnih cen na Etsyju | 9 |
| Slika 4: Analiza zapestnic za priložnosti na Etsyju..... | 10 |
| Slika 5: Analiza zapestnic po barvi | 10 |
| Slika 6: Minimalistična zapestnica | 12 |
| Slika 7: Personalizirana zapestnica | 12 |
| Slika 8: Zapestnica iz naravnih materialov..... | 13 |
| Slika 9: Zapestnici, ki se ujemata | 13 |
| Slika 10: Zapestnica s simbolom | 13 |
| Slika 11: Zapestnica z etničnim dizajnom | 14 |
| Slika 12: Zapestnica z dragimi kamni | 14 |
| Slika 13: Zapestnice različnih barv | 14 |
| Slika 14: Eko zapestnica | 15 |
| Slika 15: Makrame zapestnica..... | 15 |
| Slika 16: Proces obladovanja tveganja | 27 |

KAZALO TABEL

| | |
|--|----|
| Tabela 1: Skupni stroški odhodkov na obdobje | 31 |
| Tabela 2: Prihodek | 33 |
| Tabela 3: Projekcija poslovnega izida | 33 |

1 UVOD

Digitalno okolje je prineslo revolucijo v načinu, kako potrošniki dostopajo do izdelkov in storitev. Ena izmed ključnih platform, ki izstopa v svetu spletnega trženja unikatnih izdelkov, je Etsy. V času hitre digitalizacije je platforma Etsy postala pomemben igralec na trgu, ki omogoča ustvarjalcem, umetnikom in obrtnikom, da svoje izdelke predstavijo globalni publiki.

To diplomsko delo se osredotoča na analizo prodaje unikatnih zapestnic na platformi Etsy. Cilj je raziskati dinamiko trga unikatnih zapestnic, njihovo priljubljenost, trende in strategije trženja, ki vodijo k uspešnosti prodajalcev na tej platformi. S tem bomo preučili vpliv kakovosti, oblikovanja, cenovne strategije in uporabe socialnih omrežij na uspešnost prodaje.

Raziskava je pomembna zaradi večjega povpraševanja po unikatnih izdelkih in rasti digitalne trgovine. Znano je, da se kupci vse bolj obračajo k platformam, kot je Etsy, da bi našli izvirne in kakovostne izdelke. Ključno je razumeti dejavnike, ki vplivajo na uspeh prodaje, ter identificirati strategije, ki lahko prodajalcem pomagajo pri izstopanju in doseganju večje prepoznavnosti.

1.1 Predstavitev problema

Diplomska naloga z naslovom Prodaja unikatnih zapestnic na Etsy bo pregled, kako uspešno začeti in voditi posel na omenjeni platformi s prodajo ročno izdelanih zapestnic. Obsegala bo raziskavo trga, oblikovanje izdelkov, trženje zapestnic na tej platformi, celotno finančno načrtovanje in upravljanje naročil – to bodo osrednji elementi naloge. Obravnavana bodo tudi tveganja in strategije za njihovo obvladovanje.

Problem diplomske naloge bo tržna konkurenca, in sicer: Kako se soočiti s konkurenco na Etsyju, kako izstopati med množico prodajalcev zapestnic in kako doseči ciljno občinstvo? Oblikovanje in izdelava izdelkov bosta predstavljala tudi del problema, saj bo potrebno oblikovati privlačne in kakovostne zapestnice, pridobiti potrebne materiale ter zagotoviti, da so izdelki trajni.

Teoretično izhodišče bo pregled teorije in konceptov spletnega trženja, kot so optimizacija za iskalnike (SEO), družabni mediji, e-poštno trženje, plačljivo oglaševanje in vsebina na spletni strani. Te koncepte bom uporabila za promocijo svojih unikatnih zapestnic.

1.2 Cilji naloge

Cilj je, da ustvarimo privlačne in kakovostne zapestnice ter izdelamo profesionalen prodajni profil na platformi Etsy, ki bo privabil potencialne stranke. Za analizo trga bo izveden pregled obstoječih tržnih trendov na trgu unikatnih zapestnic. Podana bosta ocena velikosti trga in rastni potencial, ugotovili bomo, kdo so ključni igralci na trgu in kakšen je njihov vpliv. Pri analizi ciljnega občinstva bo to opredeljeno in opisano, kakšne so njegove potrebe, želje in navade pri nakupovanju zapestnic. Izveden bo tudi pregled konkurentov na Etsyju, ki prodajajo podobne izdelke, in ocena njihovih prednosti in slabosti ter kaj lahko naredimo bolje. Analizirani bodo stroški in dohodki, povezani s poslovanjem, vključno z materiali, oglaševanjem, s provizijami na Etsyju in z drugimi izdatki. Pripravljen bo pregled izračuna pričakovanih prihodkov na podlagi prodajnih napovedi in cenovne strategije. Namen je raziskati in razumeti poslovno priložnost za prodajo unikatnih zapestnic na spletni platformi Etsy. To vključuje preučevanje tržnih trendov, ciljnega občinstva, konkurence in drugih dejavnikov, ki vplivajo na uspeh takšnega posla. Diplomaska naloga bo priložnost za osebno rast in zadovoljstvo pri uresničevanju lastnih poslovnih ciljev in idej.

1.3 Predstavitev okolja

Dejavnost se osredotoča na ročno izdelavo in prodajo unikatnih zapestnic preko priznane spletne platforme Etsy. Izdelki so skrbno oblikovani in izdelani iz različnih materialov, vključno s kovino, kamenčki in z lesom. V ponudbi so edinstvene in privlačne zapestnice. Ves proizvodni program vključuje široko paleto zapestnic, ki sega od elegantnih in minimalističnih dizajnov do tistih v bolj drznem in izrazitem slogu. V ponudbi so zapestnice za vsako priložnost, vključno z vsakodnevnimi nošenimi, posebnimi priložnostmi in darili. Zapestnice so natančno izdelane iz visokokakovostnih materialov in upoštevajo najnovejše modne trende. Popoldanski s. p. je specializiran za ročno izdelavo zapestnic. Omogoča prilagodljivost pri oblikovanju izdelkov po meri in individualiziranje naših storitev za stranke. Organizirano je tako, da spodbuja ustvarjalnost, inovacije in odzivnost za stranke.

1.4 Predpostavke in omejitve

Predvidena je predpostavka, da lahko ustvarimo konkurenčno spletno trgovino na Etsyju: ta platforma je polna konkurence, zato je pomembno, da preučimo svoje konkurente in ugotovimo, kako se bomo razlikovali od njih. Identificirali bomo svojo konkurenčno prednost, kar bomo storili z edinstvenim dizajnom, s kakovostjo izdelkov ali s posebnimi storitvami za stranke. Prav tako je pomembno razumevanje ciljnih kupcev ter da se ponudi visokokakovostne izdelke, ki izstopajo in izpolnjujejo pričakovanja strank. Morebitne težave lahko nastanejo pri tem, da ima Etsy veliko prodajalcev, zato je konkurenca zelo močna, za kar je potrebno povečanje

prepoznavnosti. Vodenje konkurenčne spletne trgovine zahteva čas in naložbe v oglaševanje, inventar in upravljanje trgovine. Omejeni čas in sredstva lahko omejijo rast.

1.5 Metode dela

Predvidene metode za doseganje ciljev bodo spremljanje in prilagajanje trendom ter izvajanje učinkovitega oglaševanja. Za predhodne raziskave se bo spremljalo aktualne trende v oblikovanju nakita, uporabi materialov in barvnih shemah. Usmerjeni bomo na to, kako se bodo trendi vključili v izdelke. Preučili bomo druge prodajalce zapestnic na Etsyju, ki ponujajo podobne izdelke, ter analizirali njihove prodajne strategije, cenovno politiko in ocene strank. Oglaševanje nam poleg plačljivega oglaševanja na Etsyju ponuja tudi digitalno oglaševanje zunaj omenjene platforme. To vključuje oglaševanje na družabnih medijih, kot sta Facebook in Instagram, in e-poštno trženje, služi pa obveščanju obstoječih strank o novih izdelkih in promocijah.

2 IZDELAVA IZDELKOV

Izdelava izdelka je velik korak v procesu proizvodnje, ki vključuje pretvorbo surovin in drugih vhodnih materialov v končni izdelek, ki je pripravljen za prodajo in uporabo. Izdelava izdelka je ključna za zagotavljanje visoke kakovosti, inovacij, konkurenčnosti in zadovoljstva strank, kar pomembno prispeva k uspešnosti podjetja na trgu.

2.1 Ideja

Izdelovanje zapestnic je ustvarjalna dejavnost, ki omogoča neomejene možnosti izražanja. Za navdih za izdelavo zapestnic lahko spremljamo različne modne trende, ki nam ponujajo raznolike barvne sheme, vzorce in materiale, ki so priljubljeni v modnem svetu. Lahko se usmerimo v raziskovanje kulture in tradicijo različnih držav. Vsaka kultura ima svoje edinstvene motive, barvne kombinacije in tehnične spretnosti, ki jih lahko vključimo v izdelavo zapestnic. Vsaka barva ima svoj pomen in lahko vpliva na razpoloženje – tako lahko kombiniranje različnih barv prinese harmonijo ali kontrast pri izdelavi unikatnih zapestnic.

Pomembno je, da smo odprti za nove ideje in eksperimentiramo z različnimi materiali in s tehnikami. Vsaka zapestnica lahko pove svojo zgodbo, zato se je potrebno prepustiti ustvarjalnosti in izraziti svoj edinstven slog.

2.2 Izbor materialov

Izbor materialov je pomemben korak pri izdelavi zapestnic, saj materiali določajo izgled, trpežnost in estetsko vrednost končnega izdelka. Za izdelavo zapestnic lahko uporabimo kar nekaj priljubljenih materialov. Kot opisuje Lepa mami (2023): »Zavedati se morate trenda k uporabi okolju prijaznega nakita. Mladi in najstniki radi nosijo lesen nakit, da pokažejo, da jim je mar za našo naravo.« Lepa mami (2023) opisuje, da je nakit iz lesa pogosto razglašen za okolju prijazno izbiro predvsem zato, ker je obnovljiv vir, saj se lahko drevesa ponovno zasadi, in ker se lahko razgradi, ko se odvrže. Poznamo tudi različne druge vrste nakita, kot je nakit iz školjk; njegova prednost sta cenovna dostopnost in minimalistični videz, slabost tega nakita pa je, da se lahko hitro poškoduje. Nakit iz stekla je priljubljen med mlajšo generacijo; poznamo različne vrste stekla za izdelavo zapestnic, in sicer staljeno steklo, morsko steklo in murano steklo. Poznamo tudi še druge vrste materialov, kot so zapestnice iz zlata, srebra, platine, biserov in diamantov.

Les lahko ponudi široko paleto barv, tekstur in vzorcev, kar omogoča izdelavo unikatnih in estetsko privlačnih zapestnic. Uporaba lesa kot materiala za zapestnice pritegne tiste, ki cenijo naravne materiale in si želijo izdelke, ki so okolju prijazni. Les je obnovljiv vir, kar privablja kupce, ki si želijo trajnostnih izdelkov. Les je material, ki ga je mogoče oblikovati na različne načine. Zato so lesene zapestnice na voljo v številnih oblikah, velikostih in stilih, kar omogoča široko izbiro za različne okuse in

preferenice. Kljub številnim prednostim imajo lahko tudi lesene zapestnice nekatere slabosti, ki jih je dobro upoštevati pri izdelavi. Les lahko reagira na spremembe v vlažnosti okolja. Prekomerna izpostavljenost vlagi lahko povzroči razpoke ali spremembe v strukturi lesa, kar lahko vpliva na videz zapestnice. Lesene zapestnice so lahko bolj občutljive na praske ali udarce. Nekatere vrste lesa lahko sčasoma spremenijo barvo ali se obrabijo, zlasti ob izpostavljenosti soncu ali kemikalijam. To lahko vpliva na estetski videz zapestnice. Zapestnice iz plastike so priljubljen nakit, ki ponuja široko paleto možnosti za različne stile in okuse. Plastika omogoča veliko barv, vzorcev in oblik, kar omogoča izdelavo zapestnic v različnih stilskih izvedbah. Določene vrste plastike so zelo trpežne in odporne na praske, udarce ter vlago. To pomeni, da so lahko zapestnice iz plastike bolj obstojne v primerjavi z nekaterimi drugimi materiali. Plastika je lahka, zato so zapestnice iz tega materiala udobne za nošenje ves dan. Primerne so za tiste, ki se izogibajo težkemu ali preveč masivnemu nakitu. Plastične zapestnice so pogosto cenovno dostopne, kar privablja tiste, ki iščejo stilski nakit po dostopnih cenah. Določeni reciklirani plastični materiali se uporabljajo za izdelavo okolju prijaznih zapestnic. Pri izbiri materialov je ključno najti ravnotežje med estetiko, kakovostjo, udobjem in trajnostjo, ki bo zadovoljilo tako oblikovalske zahteve kot tudi pričakovanja kupcev.

2.3 Oblikovanje unikatnih zapestnic

Oblikovanje zapestnic je kreativen proces, ki vključuje izbiro materialov, barv, vzorcev in tehnik za ustvarjanje privlačnih in edinstvenih izdelkov. Razumeti je potrebno, kdo bo nosil zapestnice, določiti starostno skupino, spol, slog in druge lastnosti ciljnega občinstva.

Pomemben je izbor materialov, ki bo zadovoljili okus ciljnega občinstva, pri tem pa je treba upoštevati barve, teksture in kakovost materialov. Drugi korak je izbira tehnike. Tretji korak sledi dizajnu zapestnic, vključno z oblikami, vzorci in dodatki, kot so obeski, kamenčki ali bleščice. Po izdelavi zapestnice se je treba prepričati, ali je zapestnica vzdržljiva in udobna, zato jo je potrebno testirati.

Edinstvenost je ključna pri oblikovanju zapestnic. Nepriporočljivo je kopiranje drugih oblikovalcev; pomembno je, da se osredotočimo na ustvarjanje lastnega prepoznavnega stila. Izraziti moramo svojo ustvarjalnost ter slediti svojim strastem in sanjam pri oblikovanju zapestnic, saj se bo to odražalo v končnem izdelku.

2.4 Slike in opisi unikatnih zapestnic

Za objavo na platformi je pomembno, da so fotografije izdelkov kakovostne, saj igrajo ključno vlogo pri pritegnitvi kupcev. Za dobro sliko je potrebna dobra osvetlitev izdelkov – najboljša osvetlitev je naravna svetloba. Za kvalitetno sliko je priporočljiv dober fotoaparati ali pametni telefon, da posnamete ostre in jasne slike zapestnic. Zapestnice se prikazuje v primernem okolju, se pravi, če so zapestnice elegantne, se jih lahko postavi na belo blazino ali v škatlo za nakit. Če so bolj boemske, jih

fotografiramo na naravnem lesu ali kamnu. Kupcem za lažjo predstavo pomaga, če uporabimo sliko naravnega modela, kjer se pokažeta dejanska velikost in izgled izdelka. Lahko dodamo ustvarjalne elemente, kot so cvetje, listi ali druga dekoracija, ki dopolnjujejo temo zapestnic, kot je prikazano na sliki 1.



Slika 1: Zapestnica
(Lasten vir.)

Z informativnimi opisi se lahko ustvari prepričljive izdelke na Etsyju, ki bodo pritegnili kupce. Natančno je potrebno navesti, kateri materiali so uporabljeni pri izdelavi zapestnice, navesti velikost zapestnice in druge pomembne dimenzije. To pomaga kupcem razumeti, ali bo zapestnica ustrezala njihovemu zapestju. Če ima zapestnica kakšno posebno lastnost, kot so svetleči kamni ali prilagodljivo zapenjanje, se to izpostavi. Če ima zapestnica posebno zgodbo ali navdih, se to deli z kupci, kar ustvari emocionalno povezavo s produktom. Poudariti je treba, kot prikazano na sliki 2, da je vsaka zapestnica ročno izdelana, kar izdelku dodaja vrednost in edinstvenost.



0 shop reviews ☆☆☆☆

Sort by: Suggested ▾

EUR 52.46

Local taxes included (where applicable)

Bracelets

BraceletsMeBoutique Local seller

Add to cart

♥ Add to collection

Item details

Handmade Item

Ships from a small business in Slovenia

Ročno izdelana roza bela kombinacija zapestnice je sestavljena iz perlam, ki ponujajo popolno mešanico sloga in prefinjenosti za vašo novo kombinacijo stila. Večbarvne perlice so zasnovane tako, da zagotavljajo edinstveno estetiko, ki bo zagotovo pritegnila pozornost. Uživate v prijetnem, modnem in elegantnem videzu s to čudovito zapestnico!

Handmade pink and white bracelet combination consists of beads that offer the perfect blend of style and sophistication for your new style combination. The multi-colored beads are designed to provide a unique aesthetic that is sure to attract attention. Enjoy a cozy, fashionable and elegant look with this beautiful bracelet!

Slika 2: Opis izdelka na Etsyju
(Lasten vir.)

2.5 Kvaliteta in trajnost izdelkov

Pomembno je zagotoviti visoko kakovost in trajnost izdelkov. Kupci cenijo izdelke, ki so dobro izdelani, trpežni in jih lahko nosijo dolgo. Za izdelavo kvalitetne zapestnice so pomembni naslednji elementi:

- uporaba kakovostnega materiala,
- natančna izdelava zapestnice,
- trpežna konstrukcija,
- odpornost na oksidacijo,
- testiranje in pregled izdelka pred prodajo,
- nasvet za oskrbo izdelka,
- garancija.

Kvaliteta izdelka se nanaša na skupno stopnjo izvršitve, učinkovitosti, zanesljivosti, uporabnosti in zadovoljstva, ki jo izdelek ponuja svojim uporabnikom. To pomeni, da izdelek izpolnjuje ali celo presega pričakovanja kupcev glede delovanja, zanesljivosti, trajnosti, estetike in drugih značilnosti.

Z zagotavljanjem kakovosti in trajnosti zapestnic se ustvari dober ugled trgovine na Etsyju, kamor se bodo zadovoljne in zveste stranke še vračale po več izdelkov.

3 PREGLED TRGA

Pregled trga je proces zbiranja, analize in informacij o določenem trgu. Pregled trga je pomemben za razvoj strategij prodaje in trženja, saj podjetjem omogoča, da sprejemajo odločitve in se prilagajajo spremembam na trgu. Namen tega procesa je pridobiti vpogled v trenutno stanje trga, razumeti trende, prepoznati konkurenčne dejavnike, ugotoviti potrebe strank in oceniti poslovne priložnosti. »Raziskava trga je koristna, saj lahko s pridobljenimi podatki lažje opredelite lastnosti produkta, ki vaše ciljne kupce najbolj privabijo, tveganost investicij pa je tako nižja!« (Klajnščak, 2017) Klajnščak (2017) opisuje, da se podjetniki na začetku poslovanja ne zavedajo, kako so pomembe raziskave trga in kako s tem zmanjšajo tveganost naložbe v prihodnosti. Raziskave lahko opravimo sami ter jih opredelimo kot sekundarne in primarne. Pri sekundarnih raziskavah spoznavamo naravo posla in globalne trende, pri primarnih pa potrebe kupcev v danem trenutku.

Pregled trga zapestnic je velik del strateškega načrtovanja in uspešne prodaje na platformi Etsy. Podjetnik naj skuša pridobiti zunanji odgovor in pogled na vprašanja, kot so:

- komu je namenjena njegova ponudba, kaj od tega si želijo stranke;
- kaj podobnega že obstaja na trgu, kako močna je njegova konkurenca;
- kakšno je mnenje drugih o podjetnikovi poslovni ideji ... (Dvoršek, 2020, str. 37)

Dvoršek (2020) opredeljuje poslovno področje, trg, kupce, konkurenco, kar vse lahko vpliva na prihodnost o odločitvi poslovanja. Opravimo lahko dobre raziskave, a to na koncu še ne pomeni, da podjetnik dobi pravi odgovor.

Za razumevanje dinamike trga smo izvedli pregled konkurence in modnih trendov ter analizirali ciljni trg, da bi prilagodili svoje prodajne strategije. Pregled konkurence je vključeval pregled ponudbe zapestnic podobnih stilov, cenovnega razpona, stopnje izkušenosti in mednarodne konkurence. Poleg tega smo se seznanili s trenutnimi modnimi trendi in sezonskimi preferencami, da bi bolje razumeli pričakovanja ciljne publike. Pregled cenovne konkurenčnosti je bil ključen za razumevanje vrednosti zapestnic v primerjavi s konkurenco. Analiza prodajnih trendov je razkrila vzorce povpraševanja in priložnostnih nihanj in barv, kar je bilo pomembno za oblikovanje prilagodljivih prodajnih strategij. Zbrane informacije bodo služile kot podlaga za razvoj in izvedbo učinkovite prodajne strategije zapestnic na platformi Etsy.

3.1 Analiza ciljnega trga

»Raziskava in analiza ciljnega trga predstavljata enega ključnih delov vsakega poslovnega načrta. Ta nam pomaga pri umeščanju svojih izdelkov in storitev v okvir dejavnosti oziroma trga, na katerem nameravamo delovati, služi pa tudi kot podlaga za načrtovanje kasnejših trženjskih aktivnosti.« (Klajnščak, 2017)

Klajnščak (2017) opisuje, da raziskave in analize pomagajo v prihodnosti, da se usmerjamo na pravo pot razvoja in uspešnosti podjetja.

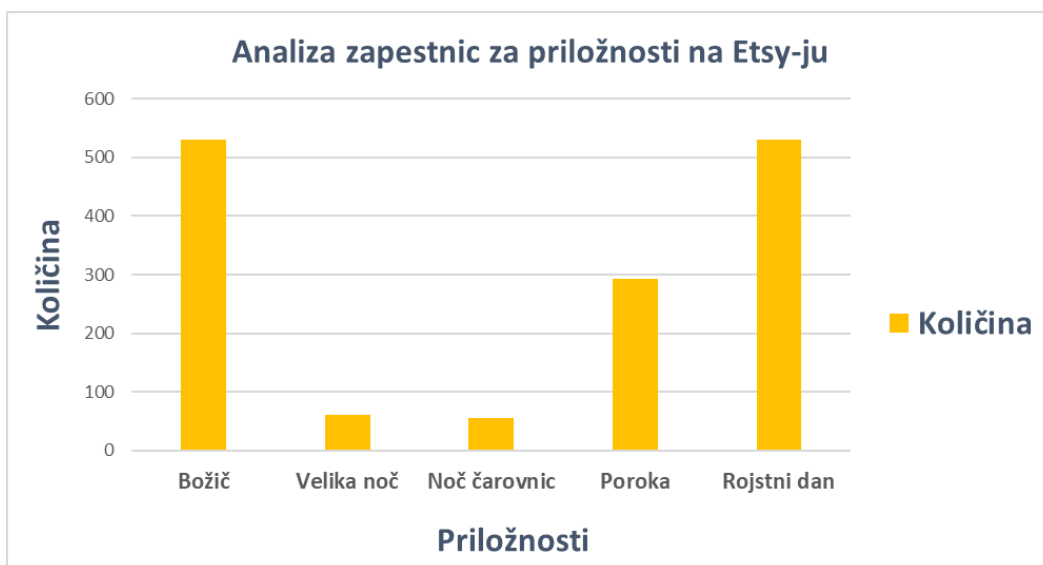
Analiza pomaga oblikovati prodajno strategijo, vključno z izborom izdelkov, s cenovno politiko in trženjem. Analiza prodajnih cen na Etsyju lahko prinese pomembne poglede v tržne trende, preference kupcev in konkurenco. Analiza cen na Etsyju je dinamičen proces, ki zahteva redno spremljanje in prilagajanje glede na tržne trende, konkurenco in povratne informacije strank. Pomembno je najti ravnotežje med konkurenčnimi cenami, ki odražajo vrednost izdelkov, in dobičkonosnostjo podjetja.

V spodnjem grafu je prikaz prodajnih cen zapestnic na platformi Etsy z omejitvijo na zapestnice s perlicami. Na sliki številka 3 je prikaz analize prodajnih cen zapestnic. Najbolj se prodajajo zapestnice med 10 € do 20 €.



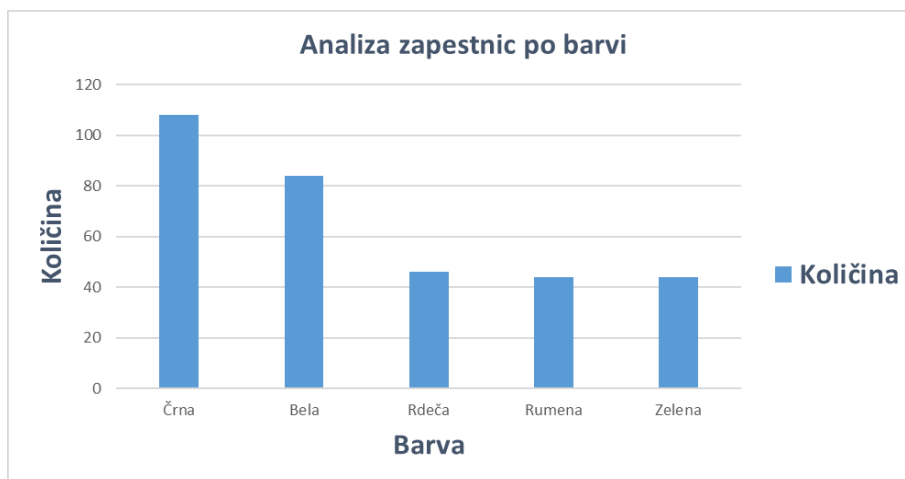
Slika 3: Analiza prodajnih cen na Etsyju
(Vir: Etsy, 2023.)

Analiza priložnosti za zapestnice na platformi Etsy je lahko zelo koristna pri identifikaciji potencialnih področij rasti in razvoja posla. Lahko pomaga identificirati nove poti za rast in izboljšanje prodaje zapestnic na Etsyju. Pomembno je, da redno spremljamo trende in v svoji ponudbi ostajamo inovativni. Na sliki številka 4 je prikaz tabele, iz katere je razvidno, da se najbolj prodajajo zapestnice za božične priložnosti in rojstne dneve.



Slika 4: Analiza zapestnic za priložnosti na Etsyju
(Vir: Etsy, 2023.)

Z analizo barv zapestnic na platformi Etsy bolje razumemo preference kupcev in trendov v oblikovanju. Analiza barv zapestnic na Etsyju lahko pomaga bolje razumeti, kateri barvni vzorci so najbolj privlačni za ciljno občinstvo in kako jih lahko uporabimo za povečanje privlačnosti izdelkov. Na grafu slika 5 je prikaz zapestnic glede na barvo. Najbolj prodajane so črne in bele zapestnice.



Slika 5: Analiza zapestnic po barvi
(Vir: Etsy, 2023.)

Analiza ciljnega trga zapestnic na platformi Etsy je prinesla dragocene vpoglede v dinamiko in zahteve trga, ključne za oblikovanje uspešne prodajne strategije. Analize so nam omogočile razumevanje ponudbe in priljubljenosti med kupci. Hkrati smo pridobili ključne informacije o trenutnih modnih trendih, preferencah in nakupnih navadah ciljne publike. V skladu s temi ugotovitvami bomo oblikovali prilagodljivo prodajno strategijo, ki bo usmerjena v zadovoljevanje potreb ciljne publike in izkoriščanje priložnosti na trgu zapestnic na platformi Etsy.

3.2 Konkurenca na Etsyju

Konkurenca na Etsyju je zelo raznolika in dinamična, saj platforma gosti na tisoče prodajalcev z vsega sveta, ki ponujajo različne izdelke. Raznolikost izdelkov in prodajalcev na Etsyju ustvarja živahno konkurenčno okolje. Za uspeh v tej konkurenci je potrebno razviti edinstveno prodajno točko in ponuditi visokokakovostne, privlačne in edinstvene izdelke.

Poznamo različne vrste konkurence za prodajo zapestnic na platformi Etsy:

Raznolikost izdelkov: Etsy je znan po raznolikosti izdelkov, ki jih ponuja.

Mednarodna konkurenca: Etsy omogoča prodajalcem z vsega sveta, da prodajajo svoje izdelke. To pomeni, da konkurenca prihaja iz različnih držav z različnimi kulturami, trendi in okusi.

Prodajalci različnih stopenj in izkušenj: na Etsyju najdemo tako izkušene prodajalce z veliko mero strokovnosti kot tudi nove prodajalce, ki se šele začenejo s poslovno potjo. To ustvarja različne ravni kakovosti in cenovne politike.

Osebna unikatnost: kupci na platformi Etsy pogosto iščejo izdelke, ki so edinstveni, ročno izdelani in imajo osebni pridih. To pomeni, da je konkurenca pogosto usmerjena v izdelke, ki so unikatni in imajo za seboj zgodbo.

Prestižna konkurenca: ker Etsy spodbuja umetniško ustvarjanje, je na platformi prisotna tudi prestižna konkurenca. Prodajalci se pogosto trudijo ustvariti izdelke visokega cenovnega razreda, ki privabljajo zahtevnejše kupce.

Cenovna konkurenca: obstaja konkurenca med prodajalci za različne cenovne razrede. Nekateri prodajalci se osredotočajo na nizke cene, medtem ko drugi ciljajo na višji cenovni razred z bolj ekskluzivnimi izdelki.

Trženjska konkurenca: prodajalci se trudijo izstopati z učinkovitimi trženjskimi strategijami, vključno z uporabo družbenih medijev, oglaševanjem in optimizacijo iskalnih ključnih besed za boljšo vidnost.

3.3 Trendi v prodaji zapestnic

Trendi v prodaji zapestnic na Etsyju se nenehno spreminjajo glede na spremenljive okuse kupcev in aktualne modne smernice. Pri konkurenčnosti je pomembno slediti aktualnim trendom in jim prilagoditi svojo ponudbo.

Poznamo različne trende:

Minimalistični dizajn: enostavni in minimalistični dizajni zapestnic so priljubljeni med kupci, ki iščejo subtilne in elegantne dodatke. V ospredju so tanke verižice, subtilni obeski in drobni detajli, kot je prikazano na sliki 6.



Slika 6: Minimalistična zapestnica
(Vir: Etsy, 2023.)

Personalizirane zapestnice: na sliki številka 7 so prikazane zapestnice, ki jih je mogoče prilagoditi z imeni, datumom rojstva ali osebnimi sporočili; te so zelo iskane. Personalizirani izdelki ustvarjajo čustveno povezavo s kupcem.



Slika 7: Personalizirana zapestnica
(Vir: Etsy, 2023.)

Uporaba naravnih materialov: zapestnice iz naravnih materialov, kot so les, kamenje, perlice, usnje in školjke, so v trendu, kar prikazuje slika številka 8. Ti materiali izdelkom dodajo naraven in organski videz.



*Slika 8: Zapestnica iz naravnih materialov
(Vir: Etsy, 2023.)*

Ujemajoče zapestnice: večplastne zapestnice (slika 9), ki jih je mogoče nositi skupaj, so v trendu. Kupci radi kupujejo komplete zapestnic, ki se med seboj ujemajo.



*Slika 9: Zapestnici, ki se
ujemata
(Vir: Etsy, 2023.)*

Zapestnice s simboli: priljubljene so tudi zapestnice s simboli, kot so srce, črke, ključi, rože in druge simbolne oblike. Te zapestnice pogosto predstavljajo posebne pomene ali sporočila, kot je prikazano na sliki 10.



*Slika 10: Zapestnica s
simbolom
(Vir: Etsy, 2023.)*

Etnični in bohemski dizajni: zapestnice na sliki 11 z etničnimi vzorci, s plemenskimi motivi ali z bohemskimi elementi so v trendu. Ti izdelki ponujajo unikatnen in umetniški videz.



Slika 11: Zapestnica z etničnim dizajnom
(Vir: Etsy, 2023.)

Zapestnice z dragimi kamni: zapestnice z dragimi ali s poldragimi kamni, kot prikazuje slika 12, so cenjene zaradi svoje lepote in energetskih lastnosti. Kupci pogosto iščejo zapestnice z določenimi kamni, ki so povezani z rojstnim znakom ali z mesecem.



Slika 12: Zapestnica z dragimi kamni
(Vir: Etsy, 2023.)

Barvna paleta zapestnic: moderni so tudi živahne barve in kombinacije (na sliki 13) ter nevtralni toni. Barvne zapestnice lahko pritegnejo pozornost kupcev, še posebej v poletnih mesecih.



Slika 13: Zapestnice različnih barv
(Vir: Etsy, 2023.)

Eko prijazni materiali: zavedanje o okoljski trajnosti spodbuja povpraševanje po zapestnicah iz eco prijaznih in recikliranih materialov, kot je prikazano na sliki 14.



Slika 14: Eko zapestnica
(Vir: Etsy, 2023.)

Nove tehnike: nove tehnike, prikazane na sliki 15, kot so makrame, vpletanje, mikromakrame in druge oblikovalske tehnike, postajajo priljubljene za ustvarjanje edinstvenih vzorcev in struktur zapestnic.



Slika 15: Makrame zapestnica
(Vir: Rayher Adria, d. o. o., bl.)

Pomembno je, da se sledi trenutnim trendom, vendar hkrati ohranja svoj edinstveni slog in kreativnost. Sledenje trendom v kombinaciji z osebno kreativnostjo lahko vodi do uspešne prodaje zapestnic na Etsyju.

4 TRŽENJE IN PROMOCIJA

»Trženje (upravljanje) je proces načrtovanja in snovanja izdelkov, storitev in idej, določanja cene, odločitev v zvezi s tržnim komuniciranjem in z distribucijo z namenom, da se s ciljnim skupinami ustvari taka menjava, ki zadovolji pričakovanja porabnika in podjetja.« (Tomin Vučkovič, 2010)

Marsikdo lahko razume, kot opisuje Tomin Vučkovič (2010), da je prodaja in oglaševanje ena stvar, ampak gre za dve različni trženjski funkciji, se pravi, da sta to dve trženjski orodji za uspeh na trgu. Za dobro opredelitev trženja so pomembni potrebe, želje, odnosi, trg, povpraševanja, zadovoljstvo in kakovost.

Trženje predstavlja velik del procesa pri doseganju uspeha na platformi Etsy. Na tem tržišču, ki je zaznamovano z bogato konkurenco in raznolikimi izdelki, je učinkovito trženje ključnega pomena za pridobivanje pozornosti potencialnih kupcev. Aktivnosti trženja ne samo da povečujejo prepoznavnost izdelkov, ampak tudi ustvarjajo zaupanje in povečujejo verjetnost nakupa.

»Pojem trgov nas v polnem krogu pripelje do pojma trženja. Trženje pomeni dejavnost, ki se odvija v povezavi s trgi. Trženje pomeni delo s trgi z namenom, da se sprožijo možne menjave in tako zadovoljijo človeške potrebe in želje.« (Kotler, 1996, str.12)

Kotler (1996) opisuje, da je opredeljeno, če imamo trg, imamo tudi tržnike in kupce. Tržnik želi prodajati končnim porabnikom. Hkrati je lahko tržnik kupec ali prodajalec. V primeru, da ima prodajalec več kupcev za en izdelek, ga kupec prepričuje, naj prodaja izdelek njemu. Če si obe strani to želita, postaneta tržnika, zato se dejavnost imenuje obojestransko trženje.

Etsy je platforma, na kateri se uporabljajo različne trženjske strategije. Za povečanje prepoznavnosti ponudbe zapestnic na platformi Etsy je potrebno izvajati večstransko trženjsko strategijo. Potrebno se je osredotočili na optimizacijo ključnih besed za iskalnike (SEO), s čimer se izboljša vidnost ponudbe v iskalnih rezultatih na Etsyju. Uporabljati je potrebno natančno izbrane ključne besede, ki odražajo edinstvenost izdelkov in privabljajo ciljno publiko. Poleg tega se skrbno oblikuje visokokakovostne vizualne elemente, kot so fotografije zapestnic – naj bodo skrbno urejene in prilagojene, da pritegnejo pozornost kupcev med brskanjem po platformi. Opisne vsebine so jasne, privlačne in informativne, kar dodatno podpre prodajni proces. Za povečanje dosega in komunikacijo s potencialnimi kupci se aktivno uporablja družbena omrežja, predvsem Instagram in Facebook. Z objavami visokokakovostnih fotografij, rednimi posodobitvami in interakcijo s sledilci se gradi skupnost in vzpostavlja zaupanje s ciljno publiko. Ta celovit pristop k trženju prispeva k povečanju prepoznavnosti blagovne znamke in izdelkov na platformi Etsy ter privablja novo občinstvo, kar se bo kasneje odražalo v večjem številu obiskov trgovine in povečanju prodaje zapestnic. Kljub temu da je trženje ključnega pomena, je pomembno poudariti, da je uspešno trženje na Etsyju rezultat kombinacije različnih dejavnikov, kot so kakovost izdelka, zadovoljstvo kupcev in učinkovito upravljanje s prodajno platformo.

»Koncept trženja se skriva za temi barvitimi mislimi:

- Zadovoljimo potrebe in ustvarimo dobiček.
- Poiščimo želje in jih izpolnimo.
- Pri srcu na nam bo kupec, ne izdelek.« (J. C. Penny) (Kotler, 1996, str. 18) Kotler (1996) navaja, da je koncept trženja poslovna filozofija, ki trdi, da je uspeh organizacij v tem, da opredelijo potrebe in želje trga, prejmejo zadovoljstvo in so s tem uspešnejši od tekmecev.

Vsaka trženjska strategija zahteva čas in trud, zato sta pomembni potrpežljivost in doslednost. Redno se spremlja trende, posodablja ponudbe in nenehno išče načine, kako izboljšati izkušnjo svojih strank.

4.1 Uporaba ključnih besed za SEO

»Optimizacija SEO je postopek, ki pomaga vaše internetne strani uvrstiti med najprej prikazanimi spletnimi strani na Googlu. Tovrstna optimizacija je kratica za angleški izraz „search engine optimization“. V slovenščini se za optimizacijo SEO uporabljata izraza „optimizacija spletnih strani“ oz. na kratko: SEO.« (Zajšek, 2018)

Zajšek (2018) opisuje, da se SEO-optimizacija največkrat uporablja v Googlu, saj ima pokrit 90-odstotni tržni delež. Prej, ko bodo prikazane spletne strani na Googlu, več uporabnikov jih bo opazilo, kar pomeni več ogledov izdelkov na spletni strani in večjo prodajo.

SEO (optimizacija za iskalnike) vključuje niz praks, namenjenih izboljšanju vidnosti spletnih strani ali izdelkov v spletnih iskalnikih. Ta koncept je ključen za doseg višjih mest v rezultatih iskanja, kar lahko poveča obiskanost spletne strani ali trgovine na platformi Etsy ter posledično tudi prodajo zapestnic. Ključni elementi SEO vključujejo uporabo pomembnih ključnih besed, ki se pojavljajo v naslovih, opisih izdelkov in vsebinah, kar omogoča, da so izdelki med iskanji bolj vidni. Dobra uporabniška izkušnja, ki jo lahko dosežete s SEO, lahko vpliva na večje zaupanje potencialnih kupcev in posledično na večjo verjetnost nakupa. Pri izbiri ključnih besed je pomembno razumeti, kaj privlači potencialne kupce in kaj jih zanima pri iskanju zapestnic. Ključne besede, kot so „unikatne zapestnice“, „ročno izdelane zapestnice“ ali „nakit iz naravnih materialov“, lahko poudarijo edinstvenost, kakovost in naravno privlačnost izdelkov. Prav tako je pomembno vključiti ključne besede, ki odražajo potencialne uporabnike, kot so „modni dodatki“, „personalizirane zapestnice“ ali „eko prijazne zapestnice“. Za doseg dolgoročnih in trajnih rezultatov so ključni redno spremljanje, analiza rezultatov in prilagajanje strategije SEO. To omogoča stalno izboljšanje vidnosti izdelkov in posledično tudi večjo prodajo na platformi Etsy.

4.2 Uporaba socialnih omrežij

»Socialno omrežje je sestavljeno iz različnih vrst uporabnikov, med katerimi ima vsak svoj profil. Socialna omrežja so spletna mesta, ki posameznikom ali podjetjem omogočajo ustvariti javni profil in si ustvariti seznam uporabnikov, s katerimi si delijo vsebino.« (Matić, 2023)

V nadaljevanju Matić (2023) opisuje, da živimo v času, ko je internet aktivni del prodaje. Socialna omrežja so vsako leto bolj obiskovana in pomembno je, da imajo podjetja razvit marketing, s čimer izkoristijo oglaševanje in si pridobijo kupce.

Socialna omrežja so postala pomemben dejavnik v sodobnem trženju iz več razlogov. Zmogljivost dosega in dostopnost, ki ju ponujajo, podjetjem omogočata, da dosežejo ogromno število potencialnih strank v različnih demografskih skupinah. Interakcija in angažiranost na socialnih omrežjih pripomoreta k vzpostavljanju osebnega stika s strankami, kar omogoča boljše razumevanje njihovih potreb in želja. To vodi h gradnji zaupanja in bolj pristni komunikaciji. Uporaba socialnih omrežij je lahko izjemno učinkovito orodje za promocijo in prodajo izdelkov na platformi Etsy. Ustvarimo lahko profil podjetja na najprimernejših socialnih omrežjih, kot so Instagram, Facebook, Pinterest ali celo TikTok. Osredotočiti se je potrebno na omrežja, na katerih je ciljna publika najbolj aktivna. Uporabimo funkcionalnosti, kot so zgodbe na Instagramu in kratki videoposnetki, da se pokaže postopek izdelave, različne načine nošenja ali zgodbe strank. Sodelujemo s ciljno publiko, odgovarjamo na komentarje, postavljajo se vprašanja in spodbuja se sodelovanje s sledilci. Na vidnost objav zelo vpliva sodelovanje z blogerji in vplivneži, ki se ukvarjajo z modo ali nakitom, saj njihovo priporočilo pritegne večjo pozornost. Jasno označimo povezavo do trgovine na Etsyju v vseh objavah, da se olajša prehod sledilcev k nakupu. Ponudi se ekskluzivne promocije ali popuste sledilcem na socialnih omrežjih. Ponudba posebnih promocij, kot so popusti, nagradne igre, brezplačna poštnina ali darila, spodbudijo nakup in poveča zanimanje strank. Socialna omrežja omogočajo neposredno komunikacijo s strankami, gradnjo blagovne znamke ter povečanje prepoznavnosti in prodaje izdelkov na Etsyju. Ključno je biti kreativen, dosleden in interaktiven, da se izkoristi vse prednosti teh platform.

4.3 Druge metode trženja in promocije na Etsyju

Trženje in promocija na Etsyju sta pomembna za uspeh trgovine z unikatnimi zapestnicami na omenjeni platformi. Poleg uporabe socialnih omrežij obstaja še vrsta drugih učinkovitih metod trženja, ki lahko pomagajo pri promociji na platformi Etsy.

E-poštni marketing: v sodobnem poslovnem svetu je postal ključno orodje za podjetja in tržnike. Ta oblika trženja prinaša več prednosti, ki vključujejo visoko stopnjo prilagodljivosti in dostopnost ter obenem nizke stroške in visoke donose. Eden največjih atributov e-poštnega marketinga je njegova sposobnost personalizacije sporočil. S pravilnim pristopom lahko tržniki prilagodijo vsebino e-poštnih sporočil

glede na zanimanje, vedenje in nakupne navade prejemnikov. Ta pristop personalizacije pripomore k večji angažiranosti in večji stopnji odziva. Poleg tega e-poštni marketing omogoča enostavno spremljanje rezultatov kampanj. Omogoča tudi nizke stroške v primerjavi z drugimi oblikami oglaševanja. Vse te lastnosti e-poštni marketing postavljajo v ospredje kot učinkovito in prilagodljivo orodje za gradnjo odnosov s strankami, povečanje prepoznavnosti blagovnih znamk ter povečanje konverzij in prodaje.

Plačano oglaševanje: predstavlja element sodobnega digitalnega marketinga. Ta oblika trženja podjetjem omogoča, da z določenimi sredstvi dosežejo željeno ciljno občinstvo preko različnih platform in kanalov ter tako povečajo prepoznavnost svojih izdelkov ali storitev. Ena izmed ključnih prednosti plačanega oglaševanja je njegova ciljno usmerjena narava. Podjetja lahko natančno določijo demografske značilnosti, interese in vedenje ciljne skupine, kar omogoča usmerjanje oglasov le k relevantnim uporabnikom. Ta natančnost pripomore k večjemu učinku in boljši uspešnosti oglaševalskih kampanj. Z analitičnimi orodji je mogoče natančno spremljati učinkovitost oglasov, kot so stopnje klikov, konverzij, stroški na konverzijo in še več. S temi podatki lahko marketinški strokovnjaki prilagodijo svoje strategije in optimizirajo svoje kampanje za boljše rezultate. Plačano oglaševanje ponuja tudi raznolike možnosti formatov oglasov – od besedilnih oglasov, slikovnih oglasov do videoposnetkov. To podjetjem omogoča prilagodljivost pri izbiri najboljšega načina predstavitve svojih izdelkov glede na ciljno občinstvo. Kljub svojim prednostim pa plačano oglaševanje zahteva natančno načrtovanje, analizo rezultatov in stalno optimizacijo kampanj, da bi bilo uspešno. Pomembno je tudi, da se oglasni proračun porabi učinkovito, zato je pomembno natančno določiti marketinške cilje in jim slediti ter prav tako ciljni skupini. S pravilno strategijo in z izvedbo lahko plačano oglaševanje prispeva k povečanju prepoznavnosti blagovnih znamk in povečanju prodaje.

Sponsorstva in dogodki: v marketinški strategiji podjetij predstavljajo cilj povečanje prepoznavnosti, vzpostavljanje odnosov s strankami in promocijo blagovne znamke. Sponsorstva se lahko nanašajo na podporo dogodkom, športnim ekipam, kulturnim dejavnostim ali celo dobrodelnim projektom. Ta oblika trženja podjetjem omogoča, da se povežejo s svojo ciljno publiko na bolj osebni in družbeno odgovoren način. Eden izmed ključnih ciljev sponzorstev in dogodkov je gradnja odnosov s strankami. S pomočjo sponzorstev podjetja vstopajo v skupnosti ali dejavnosti, ki jih zanimajo njihovi kupci, kar pripomore h gradnji zaupanja in odnosa s strankami. Poleg tega sodelovanje na dogodkih omogoča neposredno interakcijo s ciljno publiko, kar je odlična priložnost za vzpostavitev osebnega stika in pridobivanje povratnih informacij. Z oznako ali imenovanjem podjetja kot sponzorja ali partnerja dogodka lahko podjetje poveča svojo vidnost med udeleženci dogodka, občinstvom in širšo javnostjo. To lahko prispeva k pozitivni percepciji blagovne znamke in vzpostavljanju pozitivne podobe. Kljub številnim koristim sponzorstva dejavnosti zahtevajo natančno načrtovanje, pravilno izbiro dogodkov ali projektov ter učinkovito izvedbo. Pomembno je tudi merjenje uspešnosti sponzorstev in dogodkov, da podjetja lahko ocenijo

donosnost naložbe. Če so sponzorstva in dogodki ustrezno načrtovani in izvedeni, lahko prispevajo k dolgoročnemu uspehu podjetja in h gradnji odnosov s strankami. Sodelovanje z mediji: lahko ga uporabimo za povečanje prepoznavnosti, obveščanje ciljne publike in promocijo izdelkov. To vključuje odnose z javnostmi, distribucijo tiskovnih sporočil, sodelovanje v intervjujih, vključevanje v članke in uporabo različnih medijskih platform za komunikacijo s strankami. Z ustreznim in s ciljno usmerjenim sporočanjem lahko podjetja dosežejo široko občinstvo preko različnih medijskih kanalov, kar vodi v večjo prepoznavnost in doseganje nove publike. Sodelovanje v intervjujih, člankih ali kot vir informacij za medije podjetjem omogoča, da delijo svoje znanje, izkušnje in perspektivo, kar lahko vodi v boljšo percepcijo med občinstvom kot avtoriteto na svojem področju. Vendar sodelovanje z mediji zahteva pravilno načrtovanje in izvajanje. Pomembno je, da podjetja vzpostavijo dobre odnose z novinarji in uredniki, pravilno določijo cilje in sporočila ter redno spremljajo medijsko pokritost in odzive na njihove aktivnosti v medijih. S pravilnim sodelovanjem z mediji podjetja lahko povečajo svojo prepoznavnost, vzpostavijo ugled in vzdržujejo dober odnos s svojo ciljno publiko.

Uporaba kombinacije teh metod lahko pomaga doseči večje občinstvo, povečati prepoznavnost izdelkov in povečati prodajo na platformi Etsy. Ključno je izbrati prave metode, ki najbolje ustrezajo izdelkom in ciljni publiko.

5 UPRAVLJANJE NAROČIL IN DOBAVA

»Če je vaše podjetje imetnik spletne strani ali spletne trgovine, ki ponuja izdelke fizičnim osebam za zasebno uporabo, potem morate imeti na njej objavljene vse zakonsko zahtevane podatke.« (Vadnov, 2019)

Vadnov (2019) opisuje, da poznamo splošno zakonodajo ter zakonodajo za elektronsko poslovanje in varstvo potrošnikov, kar je pomembno zato, ker prodajalec in kupec nista istočasno prisotna. Spletna stran mora objaviti vse informacije – tako je kupec obveščen o prodajalcu, prodajalec pa ima objavljene splošne pogoje.

Pomembna je pravilna in pregledna objava zakonskih zahtev na spletni strani. To vključuje informiranje obiskovalcev o njihovih pravicah (npr. pravica do vračila), informacije o identiteti prodajalca, postopkih plačila, obdelavi osebnih podatkov in avtorskih pravicah. Poleg navedbe teh zakonskih zahtev je pomembno, da so informacije obiskovalcem spletnega mesta enostavno dostopne in razumljive. To lahko vključuje ločeno stran ali del pogojev poslovanja, ki so jasno označeni in dostopni na spletni strani. Zagotavljanje skladnosti s predpisi in pravilna objava zakonskih zahtev na spletni strani prispevata k zaupanju potrošnikov, izpolnjevanju zakonskih obveznosti ter vzpostavljanju transparentnosti in pravičnosti v poslovanju. Pri oblikovanju teh informacij je ključno tudi posvetovanje s pravnimi strokovnjaki za zagotovitev natančnosti in skladnosti z veljavno zakonodajo. Za zagotovitev nemotenega poteka poslovanja je treba sistematično upravljati naročila in skrbeti za pravočasno dostavo izdelkov kupcem. Ko stranka odda naročilo, se začne ključni proces upravljanja. Pomembno je, da natančno beležimo prejeta naročila in jih potrdimo. To vključuje pregled podrobnosti naročila, kot so modeli zapestnic, količina, želeni čas dostave in naslov kupca. Proces priprave izdelkov za pošiljanje je naslednji korak. Izdelki morajo biti pravočasno pripravljene za odpremo. Dobavni roki so ključni pri izpolnjevanju pričakovanj kupcev, zato je treba jasno komunicirati in spoštovati časovne roke, ki so bili določeni ob naročilu. Komunikacija s strankami med celotnim procesom je izjemno pomembna (biti dosegljiv za vprašanja, zagotoviti ažurne odgovore in obvestila o statusu naročila). Ko je izdelek pripravljen za odpremo, je potrebno paziti na pravilno in varno pakiranje ter pravočasno dostavo. Zagotovitev sledljivosti pošiljke (z zagotavljanjem sledilne številke) kupcem omogoča spremljanje statusa njihovega paketa. S stalnim spremljanjem procesa, z izboljševanjem komunikacije in s prilagajanjem operativnih postopkov je moč izboljšati upravljanje naročil in dobave, kar vodi k boljši izkušnji strank ter posledično k rasti in uspehu podjetja.

5.1 Postopek naročila

Postopek naročila za stranke, ki želijo kupiti unikatne zapestnice na platformi Etsy, vključuje naslednje korake:

1. korak je pregled izdelkov: stranka pregleduje izdelke na platformi Etsy in se odloči kupiti unikatno zapestnico. Omogočeno je, da izdelke išče s pomočjo filtrov, kot so cena, velikost, barva, ki bi ji pomagali pri iskanju želenega izdelka. Vsak izdelek ima jasen opis, ki vsebuje vse pomembne informacije (material, velikost, barva, posebne lastnosti). Fotografije so visoke kakovosti in prikazujejo izdelek iz različnih kotov.
2. korak je dodajanje izdelkov v košarico: stranka doda izdelek v košarico z enim klikom na gumb „Dodaj v košarico“. Vsak izdelek mora imeti jasno označen gumb, ki omogoča dodajanje izdelka v košarico. Ta gumb mora biti dobro viden in enostaven za uporabo. Ob vsakem dodajanju izdelka v košarico uporabnika obvestimo o uspešnem dodajanju in mu omogočimo, da kadar koli pregleda vsebino svoje košarice.
3. korak je pregled košarice: v košarici stranka pregleda izbrane izdelke, preveri količino, ceno in skupno vsoto predmetov, vključenih v naročilo. V košarici morajo biti jasno prikazani vsi izdelki, ki so bili dodani, s slikami, z opisi in s cenami. Uporabnikom je potrebno omogočiti spreminjanje količine posameznih izdelkov ali odstranjevanje izdelkov iz košarice. Pomemben je jasen prikaz skupnega zneska nakupa, vključno s stroški dostave ali z morebitnimi popusti. Zagotoviti je potrebno možnost za pomoč ali vprašanja glede košarice, na primer povezava do podpore strankam ali kontaktni obrazec. V pregledu košarice so vključene tudi informacije o politiki vračila izdelkov ali pogojih nakupa, da so kupci seznanjeni s pogoji nakupa.
4. korak je izbira dostave in vnos naslova: stranka izbere želeno dostavno možnost (npr. standardna ali hitra dostava) in vnese naslov za dostavo izdelkov. Ob uporabi košarice ali ob zaključku nakupa uporabniku omogočimo vnos naslova za dostavo. To vključuje ime, priimek, naslov, poštno številko, mesto, državo, telefonsko številko in e-pošto. Ponudimo mu več možnosti dostave: od hitre dostave do standardne pošiljke ali celo osebnega prevzema. Zagotovimo tudi informacije o stroških dostave in pričakovanem času dostave. Omogočimo shranjevanje podatkov o naslovu za dostavo za prihodnje nakupe. To lahko olajša nakupovalni proces pri ponovnih obiskih spletne strani. Jasno morajo biti predstavljeni pogoji dostave, možne omejitve glede lokacije dostave in pogoji vračila v primeru nezadovoljstva ali težav z izdelki. Uporabnikom je omogočeno, da pregledajo izbrane možnosti dostave in naslova ter jih potrdijo pred končnim plačilom. Zaradi pomembnosti pravilne dostave in naslova je ključno, da je ta del nakupnega procesa za uporabnike

enostaven, jasen in pregleden, saj lahko neustrezno ali zapleteno izpolnjevanje teh podatkov vodi v zaplete ali odstop od nakupa.

5. korak je plačilo: stranka izbere način plačila, bodisi s kreditno kartico, PayPalom ali drugimi možnostmi plačila, ki so na voljo na Etsyju. Po opravljenem plačilu se naročilo zaključi. Zagotoviti je potrebno več možnosti plačil in poskrbeti, da je celoten proces plačila varovan s šifriranjem in z drugimi varnostnimi ukrepi, da se zaščitijo osebni podatki in plačilne informacije uporabnikov. Uporabniki morajo imeti jasna navodila za izvedbo plačila. To vključuje obvestila o potrebnih korakih, kot so vnos podatkov o kartici, izbira načina plačila ali potrditev transakcije. Pri oblikovanju procesa plačila je ključno, da je uporabniku prijazen, pregleden in varen. Jasna navodila in varna plačilna platforma lahko izboljšajo uporabniško izkušnjo in povečajo stopnjo zaupanja pri izvedbi plačila.
6. korak je potrditev naročila: po uspešno izvedenem plačilu se uporabnika preusmeri na stran s potrdilom ali se pošlje potrditveno sporočilo na njegov e-poštni naslov. To sporočilo vsebuje podrobnosti naročila, kot so številka naročila, seznam izdelkov, količina, cena, naslov za dostavo in informacije o načinu plačila. V nadaljevanju se pošlje zahvalno sporočilo, s katerim se uporabnika obvesti o uspešno zaključenem nakupu. Vsebuje zahvalo za naročilo in informacije o pričakovanem času dostave. V potrditvenem sporočilu ponudimo povezavo do podpore strankam ali kontaktni obrazec, s katerim lahko uporabnik poišče dodatno pomoč ali postavi morebitna vprašanja.

Zagotovljena je povezava in prikazana so navodila, kako uporabnik lahko sledi svojemu naročilu. Potrditev naročila je pomembna, saj uporabniku zagotavlja občutek zaupanja in zadovoljstva z zaključenim nakupom. Ta zaključek postopka naročila predstavlja zadnji stik s stranko pred dejanskim fizičnim prejemom izdelka. Pomembno je, da je ta faza jasna, informativna in uporabniku prijazna.

5.2 Skrb za stranke

Jasna in odzivna komunikacija je pomembna, da stranka prejme vse odgovore na zastavljena vprašanja; omogočiti je potrebno enostaven dostop do informacij o izdelkih in politiki dostave. Informacije o izdelkih, politikah in postopkih morajo biti osvežene in natančne. Stranke naj bodo obveščene o statusu dostave. Sledilna številka in obvestila o pošiljanju pomagajo strankam slediti naročilom. Stranki omogočimo enostaven postopek vrnitve ali zamenjave, kar lahko poveča zaupanje strank. Za stranke se lahko uvede program zvestobe, ki nadgradi redne stranke, vključuje lahko popuste, brezplačno dostavo ali ekskluzivne ponudbe. Strankam po nakupu pošljemo zahvalno e-pošto ali se k vsakemu naročilu vključi majhen zahvalni

izdelek – to daje dodaten občutek cenjenosti. Če nastopi težava (poškodovani izdelki, neprijetnosti pri pošiljanju), jo je potrebno rešiti učinkovito in hitro. Zadovoljne stalne stranke so pogosto najboljši vir pozitivnega oglaševanja. Priporočila strank lahko pritegnejo nove stranke.

»Ena pomembnejših nalog marketinga je pridobivati nove stranke, jih prepričati, da kupujejo več, večkrat, da kupujejo dodatke. Na tak način seveda podjetje raste.« (Vidic, 2000, str. 80)

Vidic (2000) opisuje, da je stranki potrebno maksimalno predstaviti prednosti izdelka in graditi na pozitivnih odnosih. Nikakor se ne sme pozabiti na obstoječe stranke, ker so lahko izgubljene ne le zaradi slabega izdelka, lahko tudi zaradi slabih odnosov v podjetju.

Pridobivanje novih strank je pomembno za rast podjetja. S tem povečamo bazo strank, širimo prepoznavnost blagovne znamke in ustvarjamo nove priložnosti za prodajo. Raznolike stranke omogočajo večjo stabilnost. Če se en segment strank zmanjša, lahko drugi segmenti še vedno ohranjajo poslovanje. Nove stranke prinašajo svežo perspektivo in povratne informacije, ki lahko podjetju pomagajo izboljšati izdelke. S pridobivanjem novih strank lahko podjetje sledi spremembam na trgu in se prilagodi novim trendom ali zahtevam strank, ki kasneje lahko postanejo dolgoročni kupci. Ne smemo pozabiti na skrb za obstoječe stranke. Z vzpostavljanjem in ohranjanjem odnosa z obstoječimi strankami gradimo zaupanje, ki je ključno za dolgoročno zvestobo.

Pridobivanje novih strank je pomembno za dolgoročno uspešnost podjetja, vendar pa je enako pomembno tudi ohranjanje obstoječih strank, saj je skrb za obe skupini ključ do ravnovesja in rasti podjetja.

5.3 Upravljanje zalog

Upravljanje zalog je del procesa, ki vključuje nadzor nad količino izdelkov, ki jih ima podjetje na voljo za prodajo. Upravljanje zalog je bistveno za učinkovito delovanje podjetja in izpolnjevanje zahtev strank.

Analizirati je potrebno potrebe trga in strank ter na podlagi tega oceniti, koliko zalog je potrebnih za izpolnitev povpraševanja. Določi se optimalne ravni zalog za posamezni izdelek ali kategorijo izdelkov. To vključuje varnostne zaloge, minimalne naročene količine in druge dejavnike. Zagotoviti je potrebno, da je na zalogi dovolj surovin za izdelavo zapestnic, poleg tega je nujno ohranjati dobre odnose s svojimi dobavitelji in sprotno komunicirati o potrebah po zalogah, spremembah v povpraševanju in drugih pomembnih informacijah.

Učinkovito upravljanje zalog lahko pripomore k zmanjšanju stroškov skladiščenja, izboljšanju dobavnih verig, povečanju zadovoljstva strank in optimizaciji poslovnih procesov.

6 TVEGANJA IN SPREMLJANJE

»Upravljanje s tveganji predstavlja proces, čigar sestavni del je skupek pravil, pristojnosti, odgovornosti in aktivnosti za ugotavljanje, ocenjevanje, spremljanje in obvladovanje tveganj. Upravljanje tveganj posledično temelji na strategiji in poslovnem načrtu določenega podjetja.« (E-bonitete, 2021)

E-bonitete (2021) razumejo, da tveganje za podjetje lahko predstavlja nevarnosti, ki negativno vplivajo na podjetje in zato lahko pride do izgube. Pri tveganju lahko pride tudi do priložnosti, da podjetje doseže donosnost.

Prodaja unikatnih zapestnic na platformi Etsy nosi tveganja – kot pri vsakem podjetju. Konkurenca na platformi Etsy je velika, ker obstaja veliko prodajalcev, ki ponujajo podobne izdelke. Spletni trg s trendi se lahko hitro spremeni, kar vpliva na povpraševanje po izdelkih in predstavlja tudi nestabilnost tržišča. Cene surovin in materialov za izdelavo zapestnic se lahko spreminjajo, kar lahko vpliva na nihanje cen in stroške proizvodnje. Etsy lahko spreminja svoja pravila, kar tudi vpliva na poslovanje. Spremembe v provizijah, pravilnikih o izdelkih ali načinu prikaza izdelkov lahko vplivajo na dohodek. Če so izdelki slabe kakovosti, lahko pride do nižjih ocen, kar vpliva na nadaljnjo prodajo. Težave lahko pridejo z izgubljenimi ali s poškodovanimi pošiljkami, kar povzroči nezadovoljstvo strank. Pomembno se je držati davčnih in pravnih zahtev, povezanih z e-poslovanjem. Neupoštevanje teh predpisov lahko vodi v kazni.

Da bi zmanjšali tveganja, je pomembno, da se skrbno načrtuje svoje dejavnosti v podjetju ter se sledi trendom in odzivu strank. Redno se preverja in prilagaja svoje pristope ter se zagotavlja visoko kakovost izdelkov in odlično storitev strankam. Prav tako se je pomembno posvetovati s pravnim svetovalcem za nasvete glede intelektualne lastnine in davčnih obveznosti.

6.1 Indifikacija tveganj

»Večje število definiranih tveganj ne pomeni boljšega sistema upravljanja s tveganji. Čeprav je smiselno identificirati čim več tveganj, ta pristop pogosto vodi do slabega upravljanja tveganj, saj se je v primeru, da jih je preveč, težje poglobljeno posvetiti vsakemu tveganju, zato zaradi velikega števila podatkov nobeno tveganje ni ustrezno analizirano.« (Silver Bullet Risk, 2022)

Silver Bullet Risk (2022) predstavlja, da se izpostavi tista tveganja, ki predstavljajo največje tveganje za podjetje. Tveganj z minimalno škodo ni potrebno definirati v začetku, nujno pa jih je obravnavati kasneje.

Zunanje grožnje pri poslovanje na platformi Etsy lahko prepoznamo s pregledom tržnih trendov, konkurence in vedenja potrošnikov. Pregledamo notranje procese, dobavo materiala in dostavo strankam. Identificiramo morebitne slabosti ali ranljivosti. Pozorni moramo biti tudi pri finančnem stanju in ugotoviti, ali nihanja v prihodkih ali stroških lahko pomenijo tudi tveganje za poslovanje. Poslovanje mora biti urejeno z vsemi pravnimi zahtevami, tudi davki, licencami in varstvom potrošnikov.

6.2 Načrt za obvladovanje tveganj

»Učinkovit načrt za obvladovanje tveganja in postopek, ki ga je treba izvesti, je mogoče uresničiti v nekaj korakih.« (Silver Bullet Risk, 2022)

Kot povzema Silver Bullet Risk (2022), je učinkovit načrt lahko pripravljen v ključnih petih korakih. Prvi korak je dobra ekipa za obvladovanje tveganja; če je organizacija večja, je znotraj podjetja potrebnih tudi več ekip. V naslednjem koraku je potrebna analiza, ki preuči podjetje z vsemi vključenimi oddelki. V tretjem koraku sledi opredeljevanje tveganj, pri katerem se obravnava postopke, ki so nagnjeni k tveganju. Ko so tveganja opredeljena, prednostno obravnavamo tveganja – večji, kot je učinek, prej se obravnavajo. V zadnji fazi se spremlja tveganja.

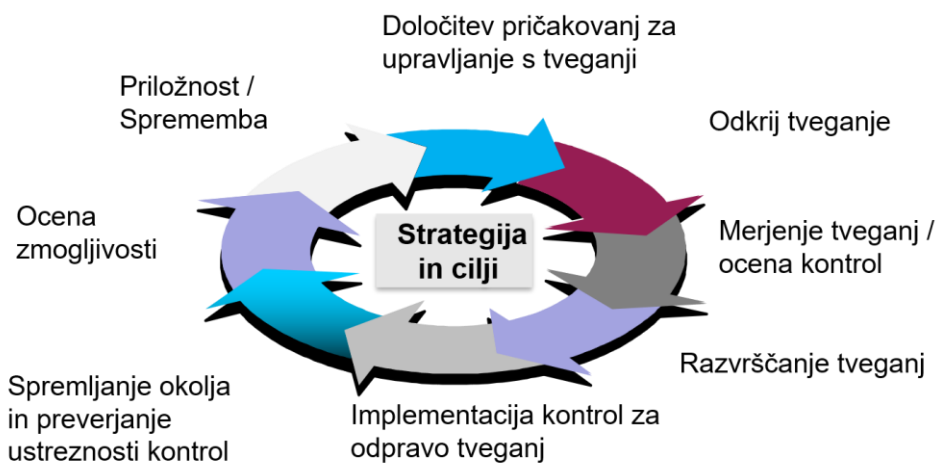
Pri prodaji unikatnih zapestnic na Etsyju pripravimo načrt za obvladovanje tveganja z rednim pregledovanjem in analiziranjem poslovnega okolja, ocenimo verjetnost tveganja, ki se lahko pojavi, in določimo možne posledice. Razviti je potrebno strategije za vsako tveganje, kar vključuje preventivne ukrepe, ki zmanjšajo verjetnost pojava tveganja. Pomembno je izobraževanje na področju prepoznavanja in obvladovanja tveganja, da prepoznamo postopke in ukrepe v primeru, da se tveganje uresniči. Priporočljivo si je ustvariti finančni rezervni sklad, ki ga lahko uporabimo v primeru izgube prihodkov zaradi nepričakovanih tveganj. S stalnim spremljanjem, prilagajanjem in izvajanjem teh ukrepov za obvladovanje tveganj podjetje pripravimo na soočanje z nepričakovanimi situacijami.

6.3 Merila uspeha in spremljanje napredka

Učinkovito obvladovanje tveganj v poslovanju je ključnega pomena za zagotavljanje dolgoročnega uspeha podjetja. Uspeh obvladovanja tveganj lahko prikažemo z zmanjšanjem števila incidentov, kot so napačne dobave, izgube izdelkov in nekvalitetni izdelki. Ob krizni situaciji je pomembno ohraniti mirnost, pozitivnost, učinkovitost in se hitro odzvati, kar pomeni, da ob hitrem ukrepanju zamenjamo škodo in ohranimo ugled podjetja. Pomembno je, da je podjetje sposobno sprejeti spremembe in uvesti inovativne rešitve pri obvladovanju tveganja, saj izboljšujejo učinkovitost in zmanjšujejo negativne posledice. Merilo uspeha ni le v izogibanju težav, temveč je tudi sposobnost učinkovitega odziva na nepričakovane situacije. Slika številka 16 prikazuje proces obvladovanja tveganj v podjetju.

Obvladovanje tveganj je neprekinjen proces

PROFESSIONAL SERVICES NETWORK • arem



Slika 16: Proces obladovanja tveganja
(Vir: Arem, d. o. o., bl.)

7 RAČUNOVODSTVO PLATFORME ETSY

»Kar nekaj administrativnih in tudi davčnih obveznosti ima prodajalec, posebno pozornost pa je potrebno posvetiti davčnemu potrjevanju računov pri prejemu plačil preko Etsy Payments. Etsy namreč nastopa zgolj kot „tržnica“, kot nakupovalno središče, kadar prodajate fizične izdelke. Prodajalec ste vi in za vse prodaje morajo biti tudi izdani ter davčno potrjeni računi.« (Dvoršek, 2021)

V nadaljevanju, kot opisuje Dvoršek (2021), se je potrebno pri uporabljanju storitev s strani Etsyja registrirati kot atipični zavezanec za DDV. Obvezujoče je poročanje o prodaji na Furs, mesečno oddajanje DDV-obračuna in plačevanje slovenskega DDV. Svetuje, da je priporočljivo voditi evidenco o prodaji – razdeljeno po državah.

Etsy omogoča prodajalcem, da vodijo svoje računovodstvo in sledijo finančnim transakcijam preko svojega računa. Omogoča dostop do pregleda vseh transakcij, vključno s prodajami, stroški in z drugimi finančnimi gibanji v povezavi s prodajnim računom. Prav tako omogoča generiranje finančnih poročil, ki lahko pomagata pri sledenju dohodkom, davkom, provizijam Etsyja in drugim pomembnim kazalnikom. Sodelovati je potrebno pri nastavitvah davkov za prodane izdelke in pregledovati informacije o davkih, ki se nanašajo na transakcije. Preverjati je potrebno izplačila Etsyja na prodajalčev bančni račun in slediti izplačilom glede na prodajo. Redno je potrebno preverjati stroške, povezane s prodajo na Etsyju, vključno s stroški oglaševanja, poštnin in z drugimi povezanimi izdatki. Pomembno je, da je sistem računovodstva natančen, urejen in da se po potrebi sodeluje s strokovnjaki za davke. To pomaga pri učinkovitem upravljanju financ in izpolnjevanju davčnih obveznosti.

7.1 Prodajalci na Etsyju in njihove obveznosti

»Ko se zavezanec uspešno registrira v sistem, je potrebno mesečno poročanje davčnemu organu. Mesečno poročanje se opravi na obrazcih DDV-O in RP-O (rekapitulacijsko poročilo). Poroča se samo o opravljenih storitvah čezmejnih transakcij, slovenskih pa ne.« (Kušar, 2021)

Kot navaja Kušar (2021), se poročanje opravi z oddajo DDV-O obrazca vsak mesec; če ni izdanega računa v EU, se odda prazen obrazec. Ob obrazcu se odda tudi obrazec RP-O (rekapitulacijsko poročilo za izdane račune v EU). Z njim se nadzoruje pravilnost obračunanega DDV-ja. Oddaja poročila se izvede na portalu eDavki.

7.2 Davčna pravila

»Od 1. 7. 2021 je začela na ravni EU veljati direktiva, ki uvaja novo ureditev za prodajo na daljavo. Tudi v Sloveniji se bo to posprenilo z več spremenjenimi predpisi – tako veliko novosti velja tudi za slovenske prodajalce na Etsyju. Uvedel se je nov prag prodaje končnim kupcem iz EU – in sicer 10.000 € skupnega prometa vsem končnim kupcem iz EU.« (Dvoršek, 2021)

Kot povzema Dvoršek (2021), je bil v preteklost prag skupnega prometa od 35.000 € do 100.000 € za posamezno članico EU. Po novem, ko presežete 10.000 € skupaj v

EU, se račune obravnava ločeno. Kot navaja (Dvoršek 2021): »Ko presežete prag, se morate registrirati v posebno ureditev – t. i. VEM+ oz. OSS (one stop shop). Še pred tem morate postati redni zavezanec za DDV (torej ni dovolj biti atipični zavezanec) – tako ste najprej dolžni urediti še to identifikacijo za DDV pri FURS. Ko ste vključeni v OSS, ste dolžni od vseh prodaj obračunati tuji DDV (načeloma bo to za vas prikazal že sam Etsy) po stopnji države, od koder prihaja kupec (fizična oseba iz EU).«

Pri prodaji izdelkov znotraj Evropske unije je potrebno poudariti pomen upoštevanja davčnih pravil in predpisov. Za trgovce, ki delujejo v EU, veljajo specifični pragovi oddaljene prodaje, njihovo preseganje pa lahko zahteva registracijo za DDV v drugih državah članicah. Uveljavljanje teh predpisov je ključnega pomena za zagotavljanje skladnosti in zakonitosti poslovanja ter zmanjšanje morebitnih davčnih tveganj. Zato je nujno, da se redno spremlja in se posvetuje z davčnimi strokovnjaki glede aktualnih predpisov in pravil, da bi učinkovito upravljali davčne obveznosti in ohranili zakonitost v poslovanju.

7.3 Obračunavanje in poročanje o ddv-ju

»Atipični davčni zavezanec se priklasi Finančni upravi Republike Slovenije v primeru, ko gre za poslovanje s tujino in netipično obračunavanje davka na dodano vrednost.« (Kobetič, 2020)

Kobetič (2020) opisuje, da postanemo atipični zavezanci, če prejemo ali opravljamo storitev od davčnega zavezanca iz druge države članice EU in če v tekočem koledarskem letu presežemo limit 10.000 evrov nabave blaga znotraj Evropske unije. DDV se v Sloveniji ne obračunava, razen če presežemo 50.000 evrov obdavčljivega prometa v Sloveniji. Če atipični zavezanec preseže prag 50.000 evrov, se mora registrirati kot tipični davčni zavezanec. Atipični davčni zavezanec mora mesečno poročati Finančni upravi Republike Slovenije z rekapitulacijskim poročilom za opravljene storitve v drugo državo članico. Poročila se posreduje na eDavkih.

8 FINANČNI NAČRT

»V finančnem delu poslovnega načrta mora podjetnik odkriti finančno realnost svojega posla. Izračunati mora, kolikšen finančni uspeh mora doseči, če želi ostati v poslu.« (Data, d. o. o., 2023)

Na portalu Data, d. o. o., (2023) opisujejo, da je finančni načrt strateški dokument, ki vključuje prihodke, stroške in dobičke. Je pomembno orodje in nadzor za finančno upravljanje podjetja. Pri ustvarjanju podjetja je pomembno, da podjetnik pozna začetno investicijo in stroške podjetja. Pri določanju cene produktov je ključno, da s prodanimi produkti pokrije stroške in začne ustvarjati dobiček.

Finančni načrt predstavlja orodje za razumevanje finančnih vidikov in usmeritev poslovanja pri prodaji unikatnih izdelkov na platformi Etsy. Finančni načrt je sestavljen iz več elementov, vključno s projekcijami prihodkov, z izdatki, oceno dobičkonosnosti ter s strategijami upravljanja stroškov in pridobivanja prihodka. Ena od sestavin finančnega načrta je analiza pričakovanih prihodkov iz prodaje unikatnih zapestnic na platformi Etsy. Ta vključuje predvidene prihodke na podlagi tržnih trendov, cenovne strategije in pričakovano rast prodaje. Poleg tega je v načrtu obravnavana tudi ocena stroškov, kot so nabavni stroški materiala in oglaševanja, provizije platforme in morebitni stroški dostave. Finančni načrt predstavlja celovito strategijo za finančno upravljanje in usmerjanje poslovanja v prodaji unikatnih izdelkov na platformi Etsy – s poudarkom na doseganju stabilnih prihodkov, dobičkonosnosti in dolgoročne trajnosti.

8.1 Določitev stroškov

»Pri poslovanju podjetja nastajajo različni stroški. Za njihovo pravilno evidentiranje je potrebno poznavanje strokovnih računovodskih predpisov in davčne zakonodaje.« (Trobej, 2018)

Kot navaja Trobej (2018), poznamo več vrst stroškov. V kategorijo stroški materiala vključujemo stroške materiala, energije, pisarniški material, odpis drobnega inventarja in embalaže. V drugo kategorijo spadajo stroški storitev, kamor spadajo stroški storitev pri ustvarjanju proizvodov, transportne storitve, zavarovalne premije in bančne storitve. Tretji del stroškov opisuje stroške dela, to so oblike zaslužkov, ki jih podjetje dá zaposlenimi. Ti stroški so plače, nadomestila plač, darila, nagrade in odpravnine.

Pri prodaji unikatnih zapestnic je potrebno analizirati vse stroške; med ključnimi so bili stroški materiala. Vključujejo nabavo surovin in materialov, ki so potrebni za izdelavo zapestnic, kot so vrvice, kovinski dodatki, dekorativni elementi in embalaža. To predstavlja osnovno podlago za končne izdelke in vpliva na ceno. Delovni stroški obsegajo plačo za ročno izdelavo zapestnic in so prav tako pomemben faktor pri določitvi stroškov. Ta zajema čas in denar, porabljen za oblikovanje in fotografiranje, ter stroške dostave. Stroški storitev vključujejo oglaševanje, promocijo izdelkov, administrativne storitve in storitve za stranke – so ključnega pomena za vzdrževanje

in razvoj odnosa s kupci ter povečanje prepoznavnosti izdelkov na tržišču. Celostna določitev in analiza teh stroškov je ključna za boljše razumevanje celotnih operativnih stroškov poslovanja na platformi Etsy. Investicijski stroški v začetnem obdobju ne bodo nastali, računalnik, telefon in fotoaparati je že v osebni uporabi in ni potrebe po novi investiciji. Vendar je pomembno, da razmislimo o potencialnih investicijah za prihodnost, ki bi lahko izboljšale ali razširile poslovanje. V tabeli številka 1 je prikazan pregled skupnih stroškov odhodkov na obdobje.

| Vrsta stroška | 2024 | | | 2025 | | | 2026 | | |
|--------------------------------|----------------|-----|-------------------|----------------|-----|-------------------|----------------|-----|-------------------|
| | strošek na kos | kos | stroški | strošek na kos | kos | stroški | strošek na kos | kos | stroški |
| Stroški materiala | 4,00 € | 100 | 400,00 € | 5,00 € | 150 | 750,00 € | 6,00 € | 200 | 1.200,00 € |
| Stroški pošiljanja in embalaže | 5,00 € | 100 | 500,00 € | 6,00 € | 150 | 900,00 € | 6,00 € | 200 | 1.200,00 € |
| Stroški dela | 3,00 € | 100 | 300,00 € | 3,60 € | 150 | 540,00 € | 4,00 € | 200 | 800,00 € |
| Stroški marketinga in prodaje | 2,00 € | 100 | 200,00 € | 6,00 € | 150 | 900,00 € | 7,00 € | 200 | 1.400,00 € |
| Drugi stroški poslovanja | 2,00 € | 100 | 200,00 € | 4,00 € | 150 | 600,00 € | 5,00 € | 200 | 1.000,00 € |
| Skupaj: | 16,00 € | | 1.600,00 € | 24,60 € | | 3.690,00 € | 28,00 € | | 5.600,00 € |

*Tabela 1: Skupni stroški odhodkov na obdobje
(Lasten vir.)*

8.2 Določitev lastne cene

»Lastna oziroma stroškovna cena izdelka ali storitve je seštevek vseh stroškov, ki jih povzroči izdelek ali storitev. (ABC podjetništva 2019)

Kot opisujejo na portalu ABC podjetništva (2019), podjetniki velikokrat pozabijo na določene stroške, kot so najemnina, amortizacija, računovodski servis ... Pomembno je, da se v lastno ceno vključi vsak del stroška, preden se določa prodajna cena, saj lahko hitro poslujemo z izgubo.

Pri določanju lastne cene izdelka na platformi Etsy je potrebno upoštevati več dejavnikov. Prvič vključuje stroške materiala, kot so surovine, embalaža, orodja in drugi potrebni elementi za izdelavo zapestnic. Poleg tega je pomembno upoštevati tudi stroške dela, vključno s časom, ki ga porabimo za izdelavo vsake zapestnice, in želenim zaslužkom na uro. Prav tako je potrebno vključiti stroške storitev, kot so oglaševanje, promocija, fotografiranje izdelkov ter administrativne storitve in storitve za stranke. Ti stroški se porazdelijo na vsak prodani izdelek. Poleg finančnega vidika upoštevamo tudi konkurenčnost na trgu. Pregledamo cene podobnih izdelkov na Etsyju in upoštevamo, ali izdelki ponujajo posebno vrednost ali kakovost, ki lahko upraviči višjo ceno. Pri določanju cene je potrebno poiskati ravnotežje med pokrivanjem stroškov, doseganjem dobička in konkurenčnostjo na trgu. Spremljanje odzivov kupcev in prilagajanje cen glede na povratne informacije in prodajne rezultate je nujno za uspešno prodajo na platformi Etsy.

8.3 Določitev prodajne cene

»Malo podjetniških ali managerskih odločitev je pomembnejših od določanja prodajne cene. Podjetje mora prodajati svoje izdelke ali storitve po ceni, ki je dovolj visoka, da pokrije vse stroške in omogoči doseganje načrtovanega dobička. Če so cene previsoke, ne boste dobili kupcev, če pa so postavljene prenizko, ste v nevarnosti, da boste namesto z dobičkom poslovali z izgubo.« (ABC podjetništva, 2019)

Na portalu ABC podjetništva (2019) definirajo, da je prodajna cena končna cena za kupca. Ta cena ima vključene lastno ceno, želeni dobiček in druge dejavnike, ki vplivajo na prodajno ceno. Ta se prilagaja glede na trg oziroma konkurenco na trgu. Upoštevati je potrebno tudi povpraševanje, po kakšni ceni in kolikšni količini bi bili kupci pripravljene kupiti izdelek.

»Pri oblikovanju cen je možno uporabiti več pristopov. Medne sodijo:

- a) pristop na osnovi stroškov neposrednih konkurentov,
- b) pristop na osnovi odjemalčeve zaznave vrednost izdelka,
- c) pristop na osnovi cen neposrednih konkurentov.« (Vidic, 2000, str. 136)

Povzetek oblikovanja cen, ki ga je napisal Vidic (2000), je prikazan glede na stroške in konkurenco; sprememba cene se izvede glede na količino prodanih artiklov ali zaradi konkurence. Pomembno je, da redno spremljamo trg in prodajo, da se uspešno in pravočasno prilagodimo trgu.

Prilagajanje in spremljanje cen je ključnega pomena. Redno je potrebno spremljati odzive kupcev in analizirati tržne trende, da bomo lahko prilagodili cene glede na povratne informacije in spremembe na trgu. Cenovna strategija naj bo dolgoročno vzdržna in usklajena s poslovnimi cilji.

8.4 Načrt prodaje in prihodkov

»Ob finančnem načrtovanju projekta se mnogo podjetnikov usmeri predvsem v dobičkonosnost – vendar je ravno na začetku poslovanja pomembnejše, da ima podjetje na razpolago dovolj sredstev za pokrivanje tekočih obveznosti iz poslovanja. (Harb, bl)

Kot opozarja Harb (bl), je za podjetja pomembno, da se projekcija finančnega dela prikaže na mesečni ravni in ne na letni. Do težav pride zaradi daljših plačilnih rokov in tako denar v obtok ne pride pravočasno, da bi pokrili mesečne obveznosti. Izdelava načrta prodaje in prihodkov je pomembna za pregled, ali smo v določenem obdobju dosegli cilj. Pri ustvarjanju načrta prodaje in prihodkov za prodajo zapestnic na platformi Etsy je ključno upoštevati več faktorjev: opredelimo cilje prodaje in dohodkov za določeno obdobje, kar vključuje število pričakovanih prodaj, doseganje specifičnega dobička in želeno rast prodaje. Natančno določimo cenovno politiko, ki krije stroške izdelave, stroške platforme Etsy in hkrati prinaša dobiček. Načrt prodaje in prihodkov omogoča boljše upravljanje prodaje na platformi Etsy ter omogoča

ustvarjanje stabilnih in trajnostnih prihodkov. Pomembno je, da redno preverjamo in prilagajamo načrt glede na rezultate in spremembe na trgu.

V tabeli številka 2 je pregled prihodka v obdobju treh let, pri katerem se prodaja zapestnic prvo leto poveča za 50 %, drugo leto pa za 100 %.

| VRSTA PRIHODKA | 1 mesec | | | 2024 | | | 2025 | | | 2026 | | |
|----------------|---|---------------|----------|---|---------------|------------|---|---------------|------------|---|---------------|-------------|
| | POVPREČNA PRODAJNA CENA IZDELKA, s prevozom | Prodano kosov | Prihodki | POVPREČNA PRODAJNA CENA IZDELKA, s prevozom | Prodano kosov | Prihodki | POVPREČNA PRODAJNA CENA IZDELKA, s prevozom | Prodano kosov | Prihodki | POVPREČNA PRODAJNA CENA IZDELKA, s prevozom | Prodano kosov | Prihodki |
| Zapestnice | 45,00 € | 10 | 450,00 € | 45,00 € | 100 | 4.500,00 € | 48,00 € | 150 | 7.200,00 € | 53,00 € | 200 | 10.600,00 € |

*Tabela 2: Prihodek
(Lasten vir.)*

8.5 Projekcija izkaza uspeha

»Izkaz uspeha so vključeni podatki o prihodkih, stroških poslovanja, stroških za nabavo blaga za prodajo ali materiala za proizvodnjo, proizvodnih stroškov, podatki o stroških financiranja poslovanja, stroških zaposlenih itd.« (Harb, bl)

Harb (bl) poudarja, da so ključni elementi v izkazu uspeha prihodki iz poslovanja, stroški materiala, stroški poslovanja in finančni stroški. V nadaljevanju opisuje, da je izkaz uspeha napoved finančnih rezultatov podjetja v prihodnosti in nam pomaga pri odločitvah v podjetju, ker omogoča celoten vpogled v finančne rezultate.

Projekcija izkaza uspeha predstavlja napoved o prihodnjih finančnih rezultatih podjetja na podlagi trenutnih podatkov, preteklih trendov in predpostavk o prihodnjih dejavnikih. Ta napovedana projekcija zajema prihodnje prihodke, stroške in dobiček. Za prodajo zapestnic na platformi Etsy projekcija izkaza uspeha vključuje napovedane prihodke od prodaje zapestnic, predvidene stroške materiala in izdelave, marketinške stroške ter druge povezane stroške poslovanja. Poleg tega projekcija zajema tudi predvideni dobiček glede na napovedane prihodke in stroške. V tabeli številka 3 je prikaz poslovnega izida v obdobju treh let.

| Leto | 2024 | 2025 | 2026 |
|--------------------------------|------------|------------|-------------|
| Prihodek od prodaje | 4.500,00 € | 7.200,00 € | 10.600,00 € |
| Stroški materiala | 500,00 € | 750,00 € | 1.200,00 € |
| Stroški pošiljanja in embalaže | 500,00 € | 900,00 € | 1.400,00 € |
| Stroški dela | 300,00 € | 540,00 € | 960,00 € |
| Stroški marketinga in prodaje | 200,00 € | 900,00 € | 1.800,00 € |
| Drugi stroški poslovanja | 100,00 € | 600,00 € | 1.200,00 € |
| Poslovni izid iz poslovanja | 2.900,00 € | 3.510,00 € | 4.040,00 € |

*Tabela 3: Projekcija poslovnega izida
(Lasten vir.)*

Projekcija izkaza uspeha je pomembno orodje za upravljanje podjetja, saj omogoča vpogled v pričakovane finančne rezultate ter lahko služi kot osnova za strategijo in odločitve o prihodnjih korakih. Pomaga tudi pri identifikaciji področij, kjer je morda potrebno prilagoditi poslovne procese ali strategije za doseganje zelenih finančnih ciljev.

9 ZAKLJUČEK

V diplomski nalogi smo pridobili informacije o dinamiki spletnega trženja ročno izdelanih zapestnic in se poglobili v kompleksnost spletnega trženja. Analiza trga je pokazala, da se trg z unikatnimi zapestnicami stalno razvija. Prodajna strategija je pomembna pri kakovostnih fotografijah in privlačnih opisih izdelkov ter aktivnem sodelovanju, da pridobimo in dosežemo večjo prepoznavnost in zaupanje kupcev. Kljub močni konkurenci na Etsyju se je kot ključno izkazalo prilagajanje novim trendom in izboljševanje strategij oglaševanja ter sledenje povratnim informacijam kupcev. S tem smo prepoznali, da je uspeh na platformi Etsy tesno povezan z ustvarjalnostjo, inovativnostjo in s sposobnostjo prilagajanja dinamičnemu okolju spletnega trženja. Nadaljnje raziskave bi lahko raziskale možnosti sodelovanja s podobnimi platformami, razširitev ponudbe palete izdelkov ali vpeljavo personaliziranih marketinških strategij za ciljno občinstvo. Ta raziskava je pokazala, da je prodaja zapestnic na Etsyju obsežen proces, ki zahteva stalno prilagajanje, ustvarjalnost in tesno povezavo s kupci. Kljub izzivom je platforma Etsy ponudila priložnost za prodajo edinstvenih izdelkov ter omogočila izboljšanje marketinških pristopov in spretnosti, kar je ključno za uspeh na spletnem trgu unikatnih izdelkov, ki je obenem navdihujoč. Pridobljeno znanje o spletnem trženju, oblikovanju izdelkov in gradnji odnosov s strankami predstavlja neprecenljiv vir za nadaljnji razvoj in uspeh na tem področju. Prisotnost in dejavnost na platformi Etsy sta bili dosledni in preiščljeno usmerjeni v promocijo ter prodajo unikatnih zapestnic. Kljub tem prizadevanjem trenutno beležimo izzive glede doseženih prodajnih rezultatov. Prodaja na Etsyju še ni dosegla pričakovane dinamike in obsega, ki je bila predvidena ob začetku dejavnosti. To omogoča pregledno komunikacijo o obstoječih izzivih, hkrati pa kaže zavezanost k preučevanju možnosti za izboljšanje in rast prodaje na tej platformi. Kljub doslednim prizadevanjem je bilo ugotovljeno, da bo potrebno več časa in naporov, da bi dosegli želene prodajne rezultate na omenjeni platformi. Razumevanje zahtevnega tržnega okolja in prilagajanje nanj ter nenehno izboljševanje strategij trženja in prodaje so ključnega pomena za doseganje zelenega obsega prodaje. V tem trenutku smo zavezani k analizi svoje tržne strategije in razvoju novih pristopov, ki bi lahko okrepili prisotnost in privabili večjo pozornost potencialnih strank na platformi Etsy. Potrebna bosta dodaten čas in napor za izboljšanje prodaje, kar kaže realna situacija, obenem pa bomo vztrajali pri prizadevanjih za izboljšanje rezultatov na platformi Etsy.

10 VIRI IN LITERATURA

ABC podjetništva (2019). Določanje cene. Pridobljeno 20. 11. 2023 z naslova: https://www.podjetniski-portal.si/uploads/gradiva/spot/poglavje_4_dolocanje_cene.pdf.

Arem, d. o. o. (bl). Član uprave za tveganja. Pridobljeno 23. 11. 2023 z naslova: <https://arem-psn.com/si/clan-uprave-za-tveganja/>.

Dvoršek, R. (2020). (Z)najdi se v podjetništvu. Krško: Zavod Znajdi se.

Dvoršek, R. (2021). ETSY prodajalci in njihove obveznosti po 1. 7. 2021. Pridobljeno 15. 11. 2023 z naslova: <https://znajdise.net/poslovni-portal/davki/228-etsy-prodajalci-obveznosti-po-1-7-2021>.

Dvoršek, R. (2021). ETSY prodajalci in njihove obveznosti. Pridobljeno 14. 11. 2023 z naslova: <https://znajdise.net/poslovni-portal/davki/227-etsy-prodajalci-obveznosti>.

Data, d. o. o. (2023). Poslovni načrt – zakaj je pomemben za podjetja? Pridobljeno 16. 11. 2023 z naslova: <https://data.si/blog/poslovni-nacrt-2/>.

E-bonitete (2021). Upravljanje s tveganji. Pridobljeno 6. 11. 2023 z naslova: <https://www.ebonitete.si/blog/post/upravljanje-s-tveganji-obvladovanje-tveganj>.

Etsy (2023). Jewelry & Accessories. Pridobljeno 31. 10. 2023 z naslova: https://www.etsy.com/listing/1075740424/14k-solid-gold-diamond-bracelet-008ct?click_key=94d29f7e92776e428d53db7542a87cf57b1e31be%3A1075740424&click_sum=eeaff802&ref=related-1&pro=1&frs=1&sts=1.

Etsy (2023). Jewelry & Accessories. Pridobljeno 31. 10. 2023 z naslova: https://www.etsy.com/listing/1578897386/custom-name-bracelet-with-birthstone?ga_order=most_relevant&ga_search_type=all&ga_view_type=gallery&ga_search_query=bracelets+whit+name&ref=sc_gallery-1-2&pro=1&frs=1&plkey=9bd562daa898f13caf5ebc2b9c9a2b291bb505c0%3A1578897386.

Etsy (2023). Jewelry & Accessories. Pridobljeno 31. 10. 2023 z naslova: https://www.etsy.com/listing/1304905430/2-partner-bracelets-made-of-cedar-wood?ga_order=most_relevant&ga_search_type=all&ga_view_type=gallery&ga_search_query=wood+bracelets+for+women&ref=sr_gallery-1-10&pro=1&organic_search_click=1.

Etsy (2023). Jewelry & Accessories. Pridobljeno 31. 10. 2023 z naslova: <https://www.etsy.com/listing/1159954481/distance-bracelets-with-magnetic->

-heart?ga_order=most_relevant&ga_search_type=all&ga_view_type=gallery&ga_search_query=match+bracelets&ref=sr_gallery-2-&bes=1&organic_search_click=1.

Etsy (2023). Jewelry & Accessories. Pridobljeno 31. 10. 2023 z naslova: https://www.etsy.com/listing/1096901869/howlite-bracelet-with-engraved-gold?ga_order=most_relevant&ga_search_type=all&ga_view_type=gallery&ga_search_query=bracelets+white+heart&ref=sr_gallery-1-23&sts=1&organic_search_click=1.

Etsy (2023). Jewelry & Accessories. Pridobljeno 31. 10. 2023 z naslova: https://www.etsy.com/listing/754841665/beaded-bracelet-two-strands-bracelet?ga_order=most_relevant&ga_search_type=all&ga_view_type=gallery&ga_search_query=bracelets+with+ethnic+and+bohemian+designs&ref=sr_gallery-1-39&frs=1&sts=1&organic_search_click=1.

Etsy (2023). Jewelry & Accessories. Pridobljeno 31. 10. 2023 z naslova: https://www.etsy.com/listing/891382973/diamond-bracelet-heart-solitaire?ga_order=most_relevant&ga_search_type=all&ga_view_type=gallery&ga_search_query=bracelets+with+diamond&ref=sr_gallery-2-31&pro=1&sts=1&organic_search_click=1.

Etsy (2023). Etsy Pridobljeno 23. 11. 2023 z naslova: https://www.etsy.com/search?q=bracelets+with+black+pearl&explicit=1&attr_1=11&attr_308=199&attr_357=206&ship_to=SI.

Etsy (2023). Jewelry & Accessories. Pridobljeno 31. 10. 2023 z naslova: https://www.etsy.com/listing/1405366142/crystals-round-beads-bracelet-stretchy?ga_order=most_relevant&ga_search_type=all&ga_view_type=gallery&ga_search_query=bracelets+colorful&ref=sr_gallery-2-9&pro=1&bes=1&sts=1&organic_search_click=1.

Harb, K. (bl). Finančni načrt. Pridobljeno 21. 11. 2023 z naslova: <https://www.tiko-pro.si/slovenski-razpisi/kako-v-okviru-prijave-na-razpis-pripraviti-dober-financni-nacr>t.

Klajnščak, B. (2017). Raziskava in analiza trga za majhna podjetja. Pridobljeno 26. 10. 2023 z naslova: <https://mladipodjetnik.si/podjetniski-koticek/ustanovitev-podjetja/raziskava-in-analiza-trga-2013-how-to-za-majhna-podjetja>.

Klajnščak B. (2017). Raziskava trga – nuja in potreba. Pridobljeno 26. 10. 2023 z naslova: <https://mladipodjetnik.si/podjetniski-koticek/ustanovitev-podjetja/raziskava-trga-nuja-in-potreba>.

Kotler, P. (1996). Marketing management. Ljubljana: Slovenska knjiga.

Kobetič, M. (2020). Atipični davčni zavezanec. Pridobljeno 16. 11. 2023 z naslova: <https://spotjvslo.si/clanek/atipicni-davcni-zavezanec>.

Kušar, K. (2021). Poslujete z državami EU? Registrirajte se kot atipični davčni zavezanec. Pridobljeno 16. 11. 2023 z naslova: <https://mladipodjetnik.si/novice-in-dogodki/novice/poslujete-z-drzavami-eu-registrirajte-se-kot-atipicni-davcni-zavezanec>.

Lepa mami (2023). Katere so različne vrste nakita, ki jih morate poznati, da boste lažje izbrali? Pridobljeno 23. 10. 2023 z naslova: <https://www.lepamami.si/vrste-nakita/>.

Matič, N. (2023) Socialna omrežja Pridobljeno 1. 11. 2023 z naslova: <https://www.spletni-uspeh.si/socialna-omrezja/>.

Rayher Adria, d. o. o. (bl). Ustvarjalne ideje. Pridobljeno 23. 11. 2023 z naslova: <https://www.rayher.si/ustvarjalne-ideje/46/shamballa-zapestnica>.

Silver Bullet Risk (2022). Kako identificiramo tveganja? Pridobljeno 6. 11. 2023 z naslova: <https://silverbulletrisk.com/blog-kako-identificiramo-tveganja/>.

Silver Bullet Risk (2022). Kako oceniti tveganja za vaše podjetje? Pridobljeno 7. 11. 2023 z naslova: <https://silverbulletrisk.com/kako-oceniti-tveganja-za-vase-podjetje/>.

Tomin Vučkovič, M. (2010). Trženje. Pridobljeno 31. 10. 2023 z naslova: https://www.leila.si/dokumenti/ttk_2010.pdf.

Trobej, U. (2018). Kaj lahko upravičimo kot stroške oziroma odhodke? Pridobljeno 16. 11. 2023 z naslova: <https://www.minimax.si/blog-kaj-lahko-upravicimo-kot-odhodke-ozroma-stroske/>.

Vadnov, K. (2019). Obvezni podatki na spletni strani ali v trgovini. Pridobljeno 14. 11. 2023 z naslova: <https://mladipodjetnik.si/podjetniski-koticek/poslovanje/obvezni-podatki-na-spletni-strani-ali-trgovini>.

Vidic., F. (2020). Trženje za podjetnike. Portorož: Visoka strokovna šola za podjetništvo.

Zajšek, M. (2018) Kaj je SEO optimizacija, zakaj se uporablja & kako deluje. Pridobljeno 1. 11. 2023 z naslova: <https://www.seo-praktik.si/kaj-je-seo/>.