



Spletna zbirka vseh industrijskih in outlet trgovin v Sloveniji

Prihranimo.si je izhodišče glavni vodnik po izletih nakupih

Pravi naslov, telefon, elektronsko pošto, spletno stran, odpiralni čas in opis ponudbe z blagovnimi znamkami ter odstotkom nižanja cen. V tem, da ljudje poznajo do deset takih trgovin, hkrati verjamejo, da prinašajo cenejše nakupe, za katere so zainteresirani, je Blaž Zupan prepoznal obetavnost projekta.

Ne nazadnje je o industrijskih in outlet prodajalnah, ki se razlikujejo predvsem v tem, da so prve v lasti proizvajalcev, druge pa ne, pisal tudi diplomu. Pravi, da industrijske prodajalne ponujajo celotni proizvodni program podjetja, odprodajo presežnih zalog, opuščene modele, dele posebne proizvodnje za znane kupce, blago iz prejšnjih sezon, poskusne kolekcije, blago slabše kakovosti in vrnjeno blago. Naprodaj je s popustom do 75 odstotkov.

Ženske bolj zanimajo cenejši nakupi

Prihranimo.si, v razvoj katerega je Zupan vložil pet tisoč evrov, ima več kot tisoč

registriranih uporabnikov, ki prejemajo novice in posebne ugodnosti. Portal obiskujejo predvsem ženske med 20 in 40 letom. Večinoma iščejo cenejše nakupe oblačil. Vsak dan ga obišče od 300 do 400 različnih uporabnikov. Pozimi jih najbolj zanima recimo Elanova industrijska trgovina, poleti pa oblačila in pohištvo, pravi Zupan.

Poudarja, da je portal izhodišče za poznejšo promocijo in trženje papirnatega vodnika po cenejših nakupih v slovenskih outlet in industrijskih prodajalnah, ki je glavni cilj. Zdaj skušajo služiti z oglaševanjem vključenih prodajal, kar jim je lani prineslo okoli tri tisoč evrov prihodkov. Prodajalne s portala je težko prepričati o oglaševanju, saj se ne zavedajo, da bi pritegnili več ljudi v svoje trgovine, če bi jim predstavili svojo ponudbo, razlaga Zupan. Opaža še, da se proizvajalci bojijo nezadovoljstva velikih trgovcev, ki bi ga lahko

sprožilo oglaševanje cenejše ponudbe industrijskih trgovin proizvajalcev.

Od vodnika v knjižni obliki, ki bi ga vsako leto izdali s posodobljenimi podatki, si Zupan veliko obeta. »V Nemčiji prodajo milijon izvodov takega vodnika, če bi pri nas prodali 40-krat ali 80-krat manj izvodov, bi bil ta projekt zelo uspešen,« pravi. Z gospodarsko zbornico Slovenije in Večerom se je o sofinanciranju knjižne izdaje že pogovarjal, a je vse padlo v vodo. Sogovornik upa, da bi čez pet let izdali vsaj tretjo izdajo papirnatega vodnika po outlet in industrijskih prodajalnah. Po izidu knjige namreč pričakuje 60 tisoč prihodkov na leto in 50-odstotno letno rast, tudi zaradi širitve prepoznavnosti znamke in portala. Razmišlja tudi o širitvi tega poslovnega modela na sosednje države, saj druge po Zupanovih besedah nimajo celotnega pregleda nad outlet in industrijskimi prodajalnami.



► Industrijske in outlet prodajalne je težko prepričati o spletnem oglaševanju, ker ne vedo, da bi pritegnile več ljudi v svoje trgovine, če bi jim predstavile svojo ponudbo. Proizvajalci, ki imajo industrijske trgovine, se bojijo nezadovoljstva velikih trgovcev, ki bi ga lahko sprožilo oglaševanje cenejše ponudbe v industrijskih trgovinah, pravi **Blaž Zupan**, avtor portala Prihranimo.si.

F ŠTEVILKE

10

► industrijskih in outlet trgovin v povprečju poznajo ljudje, čeprav jih je v Sloveniji 215.

3

► tisoč evrov znašajo lanski prihodki portala Prihranimo.si od spletnega oglaševanja.

60

► tisoč evrov prihodkov na leto naj bi prinesla prodaja knjižnega vodnika po industrijskih in outlet trgovinah v Sloveniji.