

Zakaj in kako spletno trgovino povezati z zalednimi sistemi

Čas branja: 4 min

0

12.01.2021 20:00

Medtem ko se je lani digitalizirala prodaja v strogem pomenu besede, se bo letos digitaliziral širši trženjski proces



KLEMEN KONCILJA



Foto: Shutterstock

Več iz teme:

[Spletno poslovanje](#) > [digitalizacija](#) > [informacijska tehnologija](#) > [Brane](#)

[Tomažič](#) > [Andrej Perc](#) > [Creatim](#) > [Class](#) >

Zdaj že preteklo leto 2020, ko je tedaj še novi koronavirus ustavil precejšen del realnega gospodarstva in mnoge tržne dejavnosti preselil na splet, je pokazalo izjemno vlogo spletnega poslovanja in spletnih trgovin kot vse pomembnejšega dela trženjskega spleta. Izkušnje podjetij s pomladanskim in nato jesensko-zimskim valom zaprtja gospodarstva pa so razkrile tudi vse večjo ozaveščenost porabnikov pri digitalnih nakupih. Mnoga podjetja so tako dobila prvo lekcijo iz spletnega poslovanja: dobra uporabniška izkušnja je ključna za vračanje kupcev.

Podjetja so se na strani ponudbe ukvarjala s hitrim postavljanjem spletnih trgovin in optimizacijo njihovega delovanja, v ozadju pa so hkrati potekali mnogi procesi, ki podpirajo delovanje spletnih prodajnih kanalov. Podjetja so v navalu spletnih povpraševanj hitela s procesi avtomatizacije, ki podpirajo delovanje spletne prodaje. Zdi se, da šele zdaj, ko so prestala porodne krče spletne prodaje v prvi polovici prejšnjega leta, v ospredje prihaja pomen ustreznih zalednih sistemov, kot so CRM, ERP, MRP in drugi, ki omogočajo avtomatizacijo prodajnih in poprodajnih aktivnosti. Medtem ko se je lani digitalizirala prodaja v strogem pomenu besede, se bo letos digitaliziral širši trženjski proces.

Ročno urejanje več tisoč izdelkov je zamudno

»Glavni razlog za povezavo spletne trgovine z zalednimi sistemi je lažje upravljanje spletne trgovine, saj je ročno urejanje več sto ali tisoč izdelkov lahko zelo zamudno. Povezava med sistemi pomeni tudi znatne prihranke pri poslovanju, poleg tega v realnem času obiskovalcem in potencialnim kupcem ponujamo ažurne podatke o zalogah, cenah in vseh podrobnostih celotnega asortimana, ki ga želimo ponuditi prek spleta«
pojasnjuje **Brane Tomažič**, direktor spletne agencije noviSplet, ki največje koristi vidi pri povezavah spletne trgovine

z računovodskimi sistemi. Pri teh sistemih se v spletno trgovino avtomatično izvaža izbrana zaloga, vključno z nazivi, opisi, cenami, popusti in drugimi atributi prodajnega programa.

Seveda manjše spletne trgovine ne potrebujejo kompleksnih zalednih sistemov. »Če za hobi izdelujete dišeča mila in prodate 10 izdelkov na teden, ne potrebujete avtomatiziranih integracij, za uvoz podatkov in naročila lahko poskrbite ročno. Z naraščanjem števila nakupov pa ročno delo postane zamudno in drago, poleg tega narašča možnost človeških napak,« komentira **Andrej Perc**, ustanovitelj podjetja **Creatim**. Kje je meja, ko je smiselno postopke avtomatizirati, je odvisno od prometa ali od ambicij trgovca. Vedno se splača gledati nekaj let naprej in izbrati tako spletno trgovino, ki jo bo možno nagraditi, da bo zmožna prenesti večje obremenitve, kot so trenutne. To se je pokazalo ob epidemiji COVID-19, ko marsikatera spletna trgovina ni zmogla pritiska kupcev.

Od preprostih do kompleksnih integracij

Lastnik spletne trgovine se mora odločiti, kaj želi integrirati, nato se pripravi vzorčen primer podatkov iz zalednih sistemov, ki jih želi uvoziti v spletno trgovino. Večina platform spletnih trgovin sicer ponuja že pripravljene vmesnike in integracijo z nekaj kliki. A takšna integracija se v praksi pogosto ne zgodi



tako preprosto, saj je vsaka spletna trgovina po svoje specifična glede na ponujene izdelke in zaledno okolje. Zato je pogosto treba integracijo zalednih sistemov zaupati tehnično usposobljenim ekipam.

Brane Tomažič, direktor spletne agencije **noviSplet**: »Trgovinam z večjo količino izdelkov povezava z zalednim sistemom olajša in poceni upravljanje. Vloženi denar se zato hitro povrne, poslovanje pa postane učinkovitejše.«

Pri izvedbi je možnih več rešitev. »Najbolj preprost način integracije je prenos v paketu enkrat dnevno, na primer ponoči, ko je sistem najmanj obremenjen. Datoteke s podatki o cenah, zalogah in novih izdelkih zaledni (ETP) sistem odloži na dogovorjeno mesto, spletna trgovina jih nato uvozi in osveži podatke,« opisuje Andrej Perc in dodaja, da je slabost takšne integracije neosveževanje podatkov.

Če je bilo zjutraj še na voljo 20 izdelkov, nato pa so kupci vse kupili, bo trgovina zvečer kupcem še vedno ponujala izdelek, ki ga ni več na zalogi. Temu se po Perčevih besedah izognemo z integracijo prek spletnih servisov (API), kjer trgovina ob vsakem uporabnikovem zahtevku vpraša zaledni sistem za ceno in zalogo ter kupcu prikaže aktualno stanje. »Vendar pa tisoči takšnih zahtevkov precej obremenijo zaledne sisteme, ki tako postanejo ozko grlo spletne trgovine,« dodaja ustanovitelj podjetja Creatim. Zato podjetja v praksi praviloma uporabljajo kombinacijo obeh pristopov. Podatke, ki se redko spreminjajo in so vključeni v težje datoteke (denimo slike ali video), prenašajo ponoči v paketih, podatke, ki se pogosto spreminjajo (na primer zaloge), pa prek spletnih servisov.

S katerimi zalednimi sistemi povezati spletno trgovino

Osnovna je integracija spletne trgovine z ERP-sistemom, ki vsebuje cene, zaloge in omogoča izdajanje računov. Pri tem ni odveč opozoriti, da na spletu kupci pričakujejo enako izkušnjo in enake pogoje kot v prodajalni (akcije, popuste, točke zvestobe).

»Vse te sisteme je treba prenesti na splet. Poleg tega je treba zagotoviti opise izdelkov, za kar pri večjih trgovinah skrbijo orodja PIM (Product Information Management). Tu so še integracije z družbenimi omrežji, kontaktnim centrom, dostavnimi servisi in drugimi sistemi. Z vsemi temi integracijami pa kompleksnost spletne trgovine (in posledično cena) strmo narašča,« opozarja Andrej Perc.

»Spletne trgovine neposredno povezujemo tudi z dobaviteljevimi bazami za neposredno črpanje podatkov. V smeri iz spletne trgovine v zaledne sisteme pa se avtomatizira pošiljanje zelenih podatkov v poljuben CRM – podatki so lahko posebnost naročila, izdaja računa, polnjenje baze strank ... Prav tako lahko izvoz podatkov povežemo z zunanjim virom, kot so dostavna služba ali platforme bolha.si, ceneje.si in podobno,« razlaga Brane Tomažič. Ko je sistem spletne trgovine tako povezan z zalednimi sistemi, se bistveno zmanjša verjetnost za napake.

Da bi bila integracija uspešna, morajo ustrezno delovati vsi povezani sistemi. Napaka v zalednih sistemih lahko povzroči motnje ali celo nedelovanje celotnega sistema, zlasti če gre za starejšo monolitno zasnovano spletno trgovino. Zato za počasno delovanje ne krivite izvajalca postavitve spletne trgovine, če sistem ERP ni dovolj odziven, opozarja Perc. »Tem težavam se lahko vsaj delno izognemo s sodobnejšo arhitekturo, ki deluje bolj kot mreža povezanih, a precej samostojnih komponent (microservices). Posledice izpada ene komponente so tako manjše, predvsem pa se napaka hitreje odkrije in lažje odpravi. Poleg tega je posamezno komponento lažje vzdrževati, razširiti ali celo nadomestiti z zmogljivejšo,« še dodaja.
