



# Pets.com

Schneider, P. G. (2015). *Electronic Commerce, Eleventh Edition*. Cengage Learning, Stamford, CT 06902 USA, p. 26

- Februara 1999. godine lansiran je sajt Pets.com
- Prema procenama 60% domova u SAD ima ljubimca i da godišnje potroše preko 20 milijardi dolara na hranu, zabavu i brigu
- Preko 10.000 radnji u SAD prodaje robu namenjenu ljubimcima
- Među njima se nalaze male radnje, supermarketi, diskontne prodavnice i specijalizovane prodavnice za prodaju robne namenjene ljubimcima

- Domen Pets.com je zakupljen i namera je bila da se privuku investitori zainteresovani za investiranje u elektronsku trgovinu
- Plan je bio da se ulaže u razvoj brenda i prisustvo na Internetu, što bi učinilo da kompanija postane najznačajnijim elektronskim prodavcem proizvoda za kućne ljubimce

- Nakon lansiranja Pets.com je prikupio 110 miliona dolara od privanih investitora 1999. godine i još 80 miliona dolara tokom javne ponude akcija 2000.godine
- Pets.com je potrošio preko 100 miliona dolara na reklame (oglašavanje) za kratko vreme
- I značajna sredstva za kreiranje online prodavnice sa preko 12.000 različitih proizvoda

- U novembru 2000. godine, nepune dve godine nakon lansiranja sajta Pets.com je ugašen
- Pets.com je kreirao online prodavnicu u sektoru koji ima nekoliko preodnosti u odnosu na tradicionalne maloprodavce
- Transportni troškovi hrane za životinje, jedne od najbolje prodavanih kategorija proizvoda, uticali su na gubitak prilikom svake prodaje

- Proizvodi za kućne ljubimce dolaze u svim oblicima, veličinama i težinama, pa ih je, stoga, teško pakovati i isporučiti
- Pets.com je takođe brzo trošio novac u vreme kada su investitori počeli da dovode u pitanje dugoročnu održivost svih poslova elektronske trgovine
- Pouka je da Pets.com nije mogao razviti neku održivu prednost u odnosu na tradicionalne trgovine za kućne ljubimce.
- Bez takve prednosti, posao je bio osuđen na propast

- U narednim godinama nakon neuspaha Pets.com brojne kompanije poput PETCO i PetFoodDirect.com počele su putem interneta prodavati hranu i druge proizvode za kućne ljubimce
- Ove kompanije su bile pažljivije nego što je Pets.com o tome šta su ponudile na prodaju

- Prodajući samo proizvode koji imaju odgovarajući profil otpreme, mnoge od ovih kompanija su postale uspešne
- Na primer, veterinari koji spremaju hranu koja zadovoljava potrebe specifične ishrane kućnih ljubimaca i dijete mogu naplatiti dovoljno da bi prodaju tih proizvoda online bila profitabilna



# Pitanja za diskusiju na času

- Koji su razlozi neuspaha elektronske prodavnice Pets.com?
- Na koji način su druge kompanije uspele da postanu profitabilne i izbegnu sudbinu Pets.com?
- <https://www.youtube.com/watch?v=sICSyC9u5il> (Pets.com Commercials)