

E-COMMERCE

Ghid E-commerce România 2026

Platformă, plăți, curieri, ANPC, SEO produse și Google Shopping

~36 pagini · 26 min citire · PDF A4

Lansarea unui magazin online în România în 2026 cere mai mult decât un template frumos. Trebuie să alegi platforma potrivită, să integrezi plăți locale, să respecti ANPC și să fii vizibil în Google Shopping. Acest ghid acoperă tot fluxul, de la decizia Gomag vs WooCommerce vs Shopify până la checklist-ul de go-live.

valcode.dev/resurse

Descarcă gratuit · Consultanță la cerere

Cuprins

- 01** Alegerea platformei — Gomag, WooCommerce sau Shopify
 - 02** Plăți online — Netopia, EuPlatesc și alternative
 - 03** Curieri și logistică — Fan Courier, Sameday, Cargus
 - 04** Conformitate legală — ANPC, OUG 34/2014 și drept de retur
 - 05** SEO produse — titluri, descrieri și structură categorii
 - 06** Google Shopping și feed-uri Merchant Center
 - 07** Design, UX și mobile-first
 - 08** Marketing la lansare — primele 90 de zile
 - 09** Integrări ERP, stocuri și automatizări
 - 10** Checklist lansare — go-live fără surprize
- + Întrebări frecvente

1 Alegerea platformei — Gomag, WooCommerce sau Shopify

Nu există platformă perfectă — există platforma potrivită pentru bugetul, echipei și planurile tale. Gomag e ideal pentru start rapid în RO, WooCommerce oferă flexibilitate maximă, iar Shopify excelează la scalare internațională. Decizia de acum îți costă sau îți economisește mii de euro în primul an.

☐ Sfat ValCode

Dacă ai sub 500 SKU și vrei live în 2 săptămâni, Gomag sau WooCommerce găzduit sunt cele mai rapide opțiuni în România.

- Gomag: hosting inclus, plăți RO native, de la ~100€/lună, limitat customizare
- WooCommerce: open-source, cost hosting 10-50€/lună, necesită mentenanță tehnică
- Shopify: 29-299\$/lună, apps costisitoare, excelent pentru cross-border
- Next.js headless: performanță maximă, cost dezvoltare 3.000-8.000€
- Criterii: buget, SKU-uri, integrări ERP, echipă tehnică internă
- Evită migrarea în primul an — costă 2.000-5.000€ și pierzi SEO

2 Plăți online — Netopia, EuPlatesc și alternative

Românii preferă plata cu cardul (55%) și rambursul (35%), dar rambursul are cost logistic mai mare. Procesatorii locali Netopia și EuPlatesc au comisioane 1.5-2.5% și integrare nativă cu magazinele RO. Activează minim 2 metode de plată pentru a nu pierde conversii.

☐ Sfat ValCode

Afișează logo-urile Visa/Mastercard/Netopia sub butonul „Adaugă în coș” — crește încrederea și conversia cu 5-8%.

- Netopia (MobilPay): comision ~1.9%, integrare WooCommerce/Gomag/Shopify
- EuPlatesc: comision ~2%, suport bun, dashboard clar
- Stripe: ideal pentru SaaS și B2B, comision 1.5% + 0.25€
- Apple Pay / Google Pay: +12% conversie mobil când sunt active
- Rate fără dobândă (Oney, TBI): AOV cu 25-40% mai mare
- Facturare automată: SmartBill, Oblio — obligatoriu pentru SRL/PFA

3 Curieri și logistică — Fan Courier, Sameday, Cargus

Livrarea e decisivă: 68% din abandonul coșului e din cauza costurilor sau termenelor neclare. În România, Fan Courier și Sameday domină, dar easybox-ul Sameday reduce costul cu 30% și crește satisfacția. Integrează AWB automat din prima zi.

☐ Sfat ValCode

Ofere easybox ca opțiune implicită pe mobil — 40% din comenzi RO aleg locker când e pre-selectat.

- Fan Courier: acoperire națională, API robust, easybox disponibil
- Sameday: livrare rapidă urbană, easybox extins, preț competitiv
- Cargus: opțiune economică pentru colete mari și B2B
- Calcul automat cost livrare pe greutate și zonă
- Livrare gratuită de la prag (ex: 199 lei) — testează pragul optim
- SMS tracking automat la generare AWB și la livrare

4 Conformitate legală — ANPC, OUG 34/2014 și drept de retur

Magazinele online din România sunt supravegheate de ANPC și trebuie să respecte OUG 34/2014 privind comerțul electronic. Lipsa informațiilor obligatorii sau a politicii de retur clară atrage amenzi de 5.000–25.000 lei. Conformitatea e și un semn de încredere pentru clienți.

☐ Sfat ValCode

Adaugă un link „Drepturile consumatorului ANPC” în footer — e obligatoriu și evită reclamații la 0800 080 099.

- Date firmă complete: CUI, J, sediu, telefon, email pe fiecare pagină
- Termeni și condiții: livrare, plată, retur 14 zile, garanție
- Politica de cookies și confidențialitate (GDPR) — vezi ghidul dedicat
- Prețuri cu TVA inclus, menționat explicit
- Buton „Plasează comandă” = contract — nu „Cumpără acum” ambiguu
- Formular retur accesibil, fără condiții ascunse

5 SEO produse — titluri, descrieri și structură categorii

Fiecare pagină produs e o pagină de aterizare SEO. Titlurile generice („Tricou bumbac”) nu rankează; cele specifice („Tricou bumbac organic damă bleumarin mărimea M”) da. Structura categorii clară ajută Google să înțeleagă catalogul și să indexeze mai rapid.

☐ Sfat ValCode

Folosește Schema Product cu priceValidUntil și availability — apare rich snippet cu stele și preț în Google.

- Title unic: [Produs] + [Atribut] + [Brand] — max 60 caractere
- Meta description cu CTA și beneficiu — 150-160 caractere
- Descriere 200+ cuvinte unice, nu text de la furnizor copiat
- URL scurt: /tricou-dama-bleumarin nu /produs?id=12345
- Imagini WebP, alt text descriptiv, lazy load sub fold
- Breadcrumb + internal links între produse complementare

6 Google Shopping și feed-uri Merchant Center

Google Shopping aduce 20-40% din traficul plătit al magazinelor mature din RO. Feed-ul din Merchant Center trebuie actualizat zilnic: preț, stoc, GTIN. O eroare de feed poate suspenda tot contul și opri vânzările peste noapte.

☐ Sfat ValCode

Setează regula automată: produse cu stoc 0 → exclude din feed în max 2 ore, nu 24h.

- Cont Merchant Center verificat, domeniu confirmat în Search Console
- Feed XML/CSV: id, title, description, link, image, price, availability
- GTIN/EAN obligatoriu pentru produse cu cod de bare
- Google Product Category corect — nu categorie inventată
- Supplemental feed pentru custom labels (marjă, sezon, bestseller)
- Free listings + Shopping ads — ambele active din start

7 Design, UX și mobile-first

Peste 72% din traficul e-commerce din România e pe mobil. Un site lent sau greu de navigat pe telefon pierde jumătate din vânzări. Investește în navigare simplă, filtre funcționale și checkout în max 3 pași.

📌 Sfat ValCode

Butonul „Aduă în coș” trebuie să fie vizibil fără scroll pe mobil — e regula #1 de conversie.

- LCP sub 2.5s, CLS sub 0.1 — testează pe PageSpeed mobil
- Meniu sticky, search cu autocomplete, filtre pe categorie
- Pagină produs: galerie swipe, preț vizibil, CTA contrastant
- Coș persistent cross-device (cont sau cookie)
- Checkout: 3 pași max — date, livrare, plată
- Testează pe iPhone SE și Samsung A-series — nu doar flagship

8 Marketing la lansare — primele 90 de zile

Lansarea fără trafic e ca un magazin fizic în pustiu. Primele 90 de zile definesc dacă proiectul e viabil: SEO organic crește lent, dar Google Ads și social ads aduc primele vânzări și date. Bugetează realist 500–2.000€/lună marketing în faza de start.

📌 Sfat ValCode

Nu aștepta trafic organic 3 luni — pornește ads cu buget mic (20€/zi) din prima zi de live.

- Google Ads Search pe brand + categorii principale din ziua 1
- Meta Ads: catalog + retargeting de la 100 vizitatori/zi
- Email welcome series: 3 emailuri în prima săptămână
- Influenceri micro locali: cost mic, încredere mare
- Google Business Profile dacă ai și showroom fizic
- Blog cu 4 articole/lună pe întrebări clienți (SEO long-tail)

9 Integrări ERP, stocuri și automatizări

Manual sincronizarea stocurilor nu scalează peste 200 SKU. ERP-ul (SeniorERP, Nexus, SmartBill) trebuie conectat la magazin pentru stoc, preț și factură automată. Automatizarea reduce erorile și economisește 10-20 ore/săptămână.

☐ Sfat ValCode

Testează fluxul complet cu o comandă reală de 1 leu înainte de lansare publică — prinde 90% din bug-uri.

- Sincronizare stoc bidirecțională: magazin ↔ ERP
- Factură automată la status „Plătit”
- Alertă email când stoc < 5 bucăți pe SKU activ
- Export comenzi CSV pentru contabilitate lunară
- Webhook la curier: AWB generat automat la confirmare plată
- Dashboard vânzări: venit, marjă, top produse — actualizat zilnic

10 Checklist lansare — go-live fără surprize

Go-live-ul e momentul în care toate piesele trebuie să funcționeze simultan. Parcurge checklist-ul de mai jos cu 48h înainte de lansare și din nou în dimineața zilei D. O singură pagină 404 pe checkout poate costa mii de lei.

☐ Sfat ValCode

Fă un „soft launch” cu 10 clienți fideli 48h înainte — feedback-ul lor e mai valoros decât orice test intern.

- SSL activ, redirect www → non-www (sau invers), consistent
- Test plată reală: card, ramburs, rate — toate metodele
- Email confirmare comandă, factură PDF, SMS AWB — primite corect
- Google Analytics 4 + conversii purchase configurate
- Merchant Center feed valid, 0 erori critice
- Pagini legale: termeni, confidențialitate, cookies, retur
- Robots.txt permite indexare, sitemap.xml trimis în Search Console
- Backup automat zilnic configurat și testat restore

Întrebări frecvente

Cât costă un magazin online complet în România?

De la 1.500€ (WooCommerce simplu) la 8.000€+ (custom Next.js + integrări ERP). Include design, plăți, curieri, SEO de bază. ValCode.dev oferă demo gratuit înainte de plată.

Gomag sau WooCommerce pentru un magazin nou?

Gomag dacă vrei rapid și fără echipă tehnică. WooCommerce dacă vrei control total, SEO avansat și costuri hosting mai mici pe termen lung.

Implementare completă

Site + SEO + Google Ads + Mentenanță
Audit gratuit · Demo site gratuit · Răspuns în 24h

valcode.dev/contact

+40 750 205 515 · contact@valcode.dev