



Πανεπιστήμιο Αιγαίου

Ηλεκτρονική Επιχειρηματικότητα

Επανάληψη

Δρ. Δημήτρης Δρόσος (ddrosos@aegean.gr)

Επίκουρος Καθηγητής

Τμήμα Μηχανικών Πληροφοριακών & Επικοινωνιακών Συστημάτων



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

Άδειες Χρήσης

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό υπόκειται σε άδειες χρήσης Creative Commons.
- Για εκπαιδευτικό υλικό, όπως εικόνες, που υπόκειται σε άλλου τύπου άδειας χρήσης, η άδεια χρήσης αναφέρεται ρητώς.



Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στα πλαίσια του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «**Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Πανεπιστήμιο Αιγαίου**» έχει χρηματοδοτήσει μόνο τη αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



Εξεταστέα Ύλη

Εξεταστέα Ύλη στο Μάθημα «Ηλεκτρονική Επιχειρηματικότητα» από το βιβλίο «Ηλεκτρονικό Εμπόριο 2010», των Laudon & Traver

- Κεφάλαιο 1 ΕΠΑΝΑΣΤΑΣΗ ΜΟΛΙΣ ΞΕΚΙΝΗΣΕ
- Κεφάλαιο 2 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΜΟΝΤΕΛΑ ΚΑΙ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ
- Κεφάλαιο 6 ΕΝΝΟΙΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ ΣΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ
- Κεφάλαιο 7 ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ, ΚΙΝΗΤΟ ΚΑΙ ΤΟΠΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ
- Κεφάλαιο 9 ΛΙΑΝΙΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΤΟ INTERNET
- Κεφάλαιο 11 ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ, ΔΗΜΟΠΡΑΣΙΕΣ ΚΑΙ ΠΥΛΕΣ
- Κεφάλαιο 12 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ Β2Β: ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΤΡΟΦΟΔΟΣΙΑΣ ΚΑΙ ΣΥΝΕΡΓΑΤΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

Θεματολογία μαθήματος

- Εισαγωγή
- Επιχειρηματικά μοντέλα
- Συμπεριφορά καταναλωτή και διαδίκτυο
- Επικοινωνία και προβολή στο ψηφιακό περιβάλλον
- Μέτρηση αποτελεσματικότητας ηλεκτρονικού μάρκετινγκ και πωλήσεων
- Διαχείριση πληροφοριών με την χρήση ERP & CRM συστημάτων
- Κινητό ηλεκτρονικό εμπόριο
- Ηλεκτρονικές αγορές B2B, διαχείριση αλυσίδας τροφοδοσίας και δημοπρασίες
- Δημιουργία αξίας και στρατηγική στο διαδίκτυο
- Σχέδιο δράσης & επιχειρηματικό πλάνο

Ηλεκτρονικό Επιχειρείν & Εμπόριο

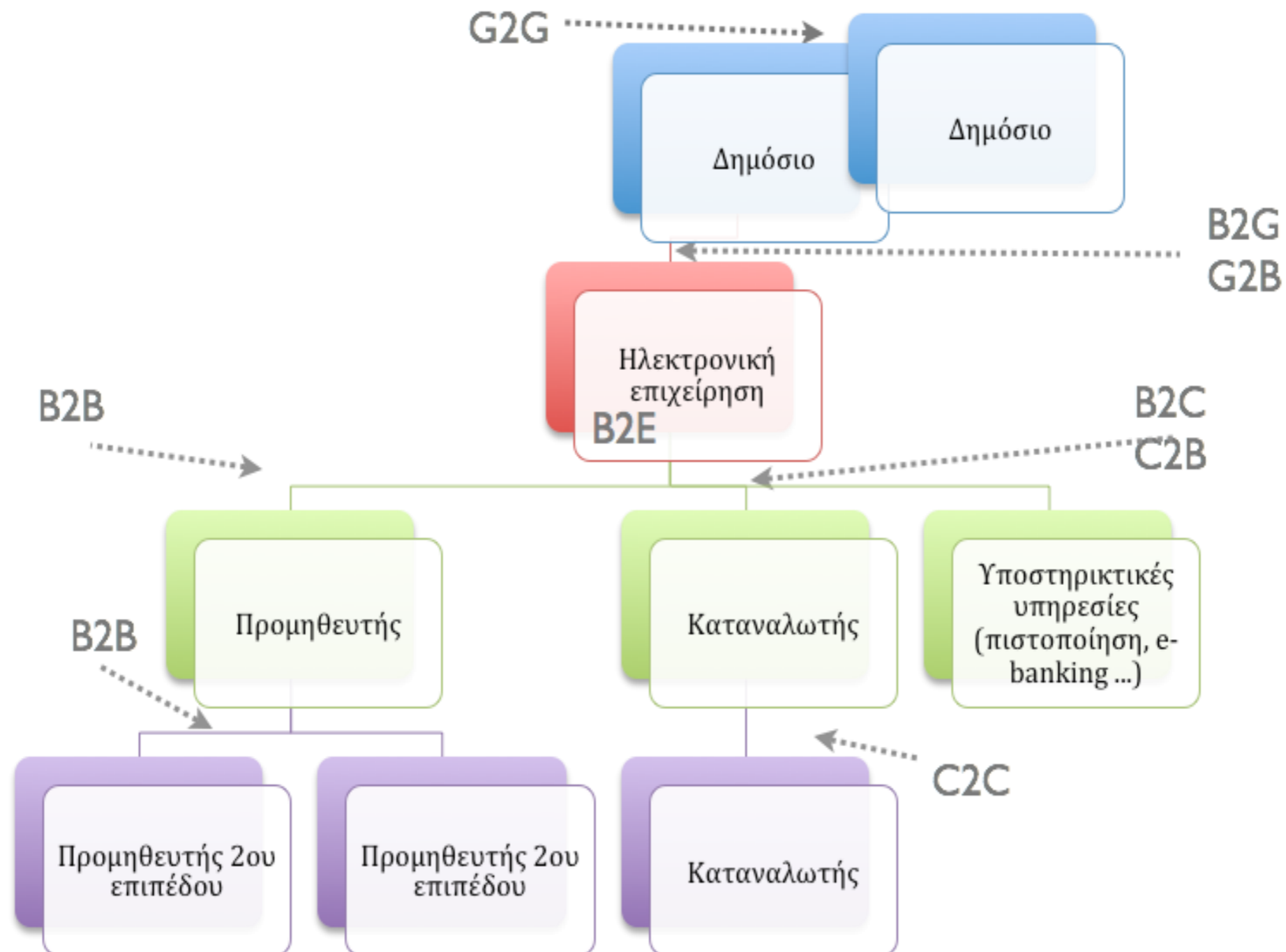
Ηλεκτρονικό εμπόριο

- Η διαδικασία **αγοράς, πώλησης ή ανταλλαγής προϊόντων, υπηρεσιών και πληροφοριών** μέσω υπολογιστών.

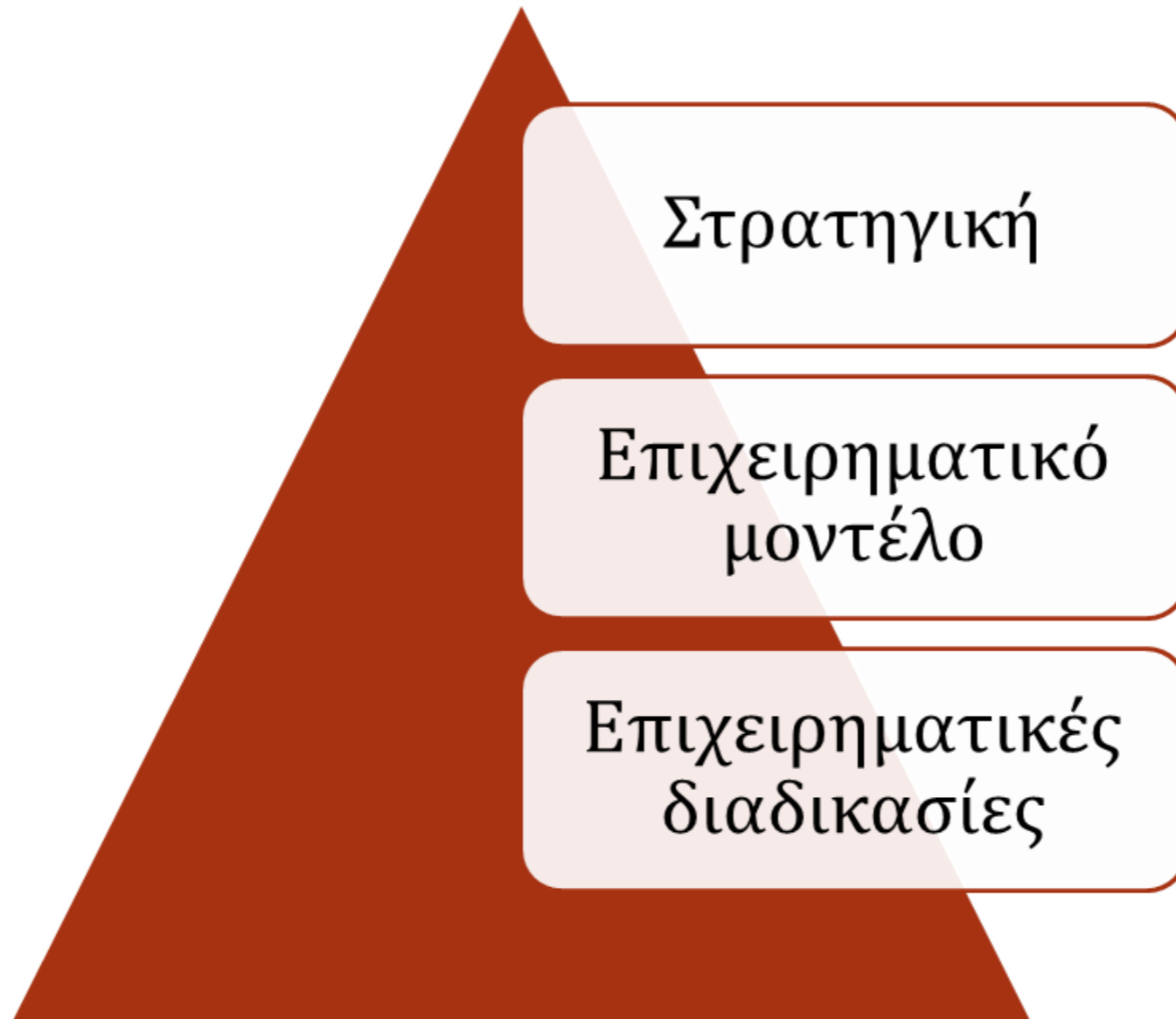
Ηλεκτρονικό επιχειρείν

- Ένας ευρύτερος ορισμός του ΗΕ, που περιλαμβάνει όχι μόνο την αγορά και την πώληση αγαθών και υπηρεσιών, αλλά επίσης την **εξυπηρέτηση πελατών, τη συνεργασία με επιχειρηματικούς εταίρους** και την πραγματοποίηση **ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσα σε ένα οργανισμό.**

Τομείς ηλεκτρονικού επιχειρείν



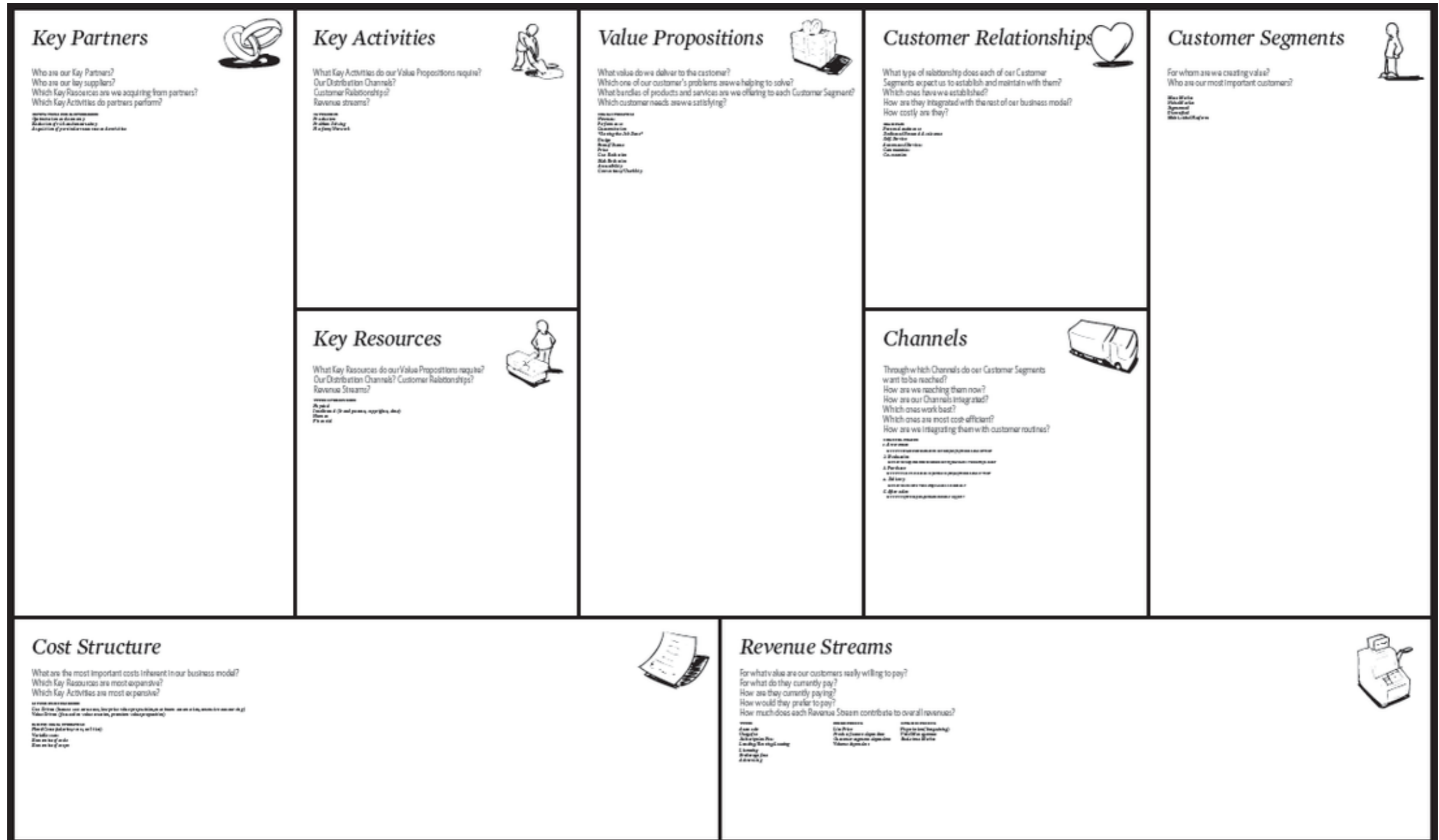
Επιχειρηματικά μοντέλα στο ηλεκτρονικό περιβάλλον



Ορισμός

- Μια μέθοδος για διεξαγωγή εμπορικών δραστηριοτήτων, με βάση την οποία μια εταιρεία μπορεί να παράγει έσοδα για να υποστηρίξει τον εαυτό της.

Business model canvas in 2 minutes

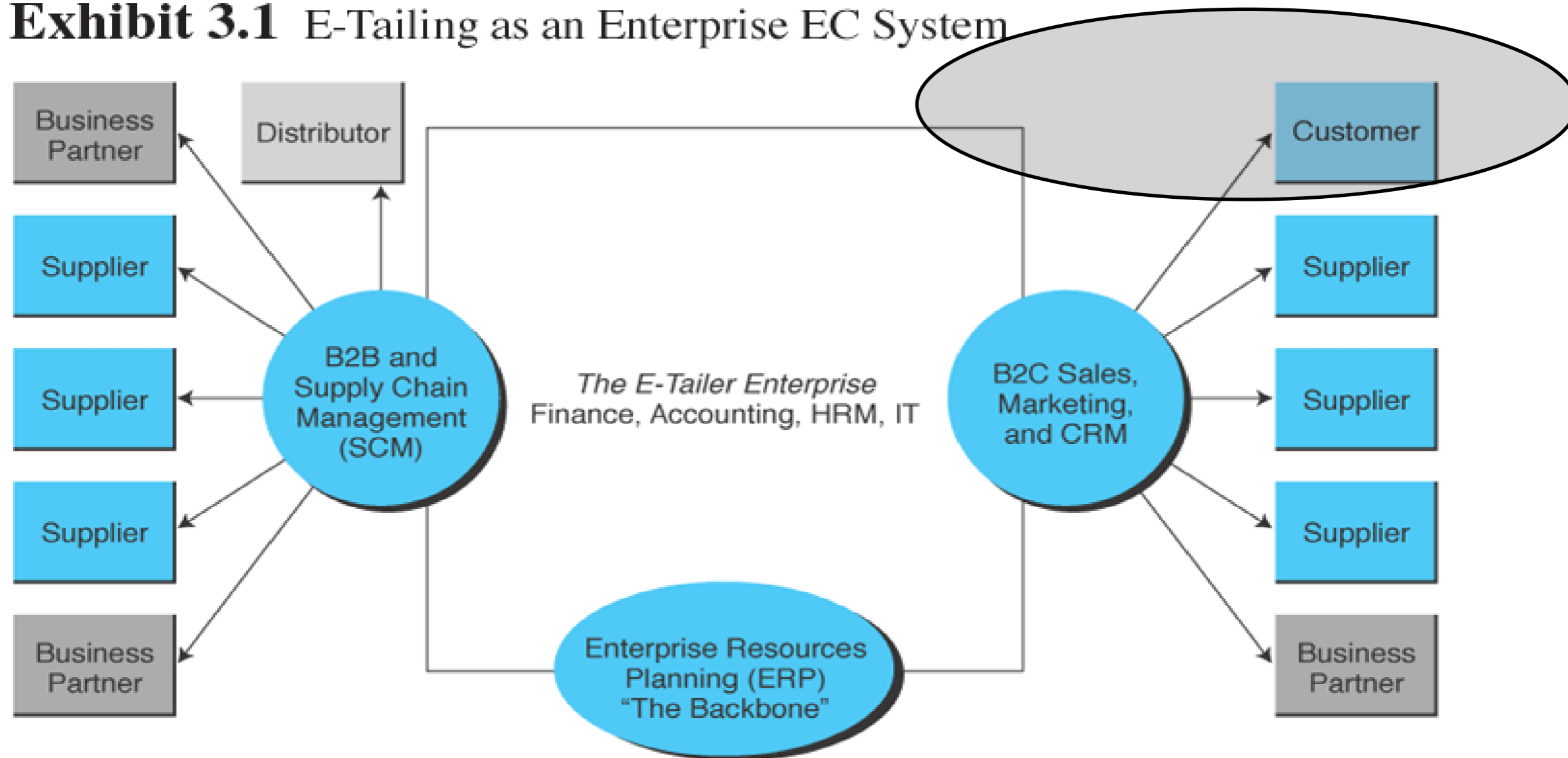


Business models

- o Ηλεκτρονικά Καταστήματα (E-shops)
- o Ηλεκτρονικές Προμήθειες (E-procurement)
- o Ηλεκτρονικές Δημοπρασίες (E-auctions)
- o Ηλεκτρονικά πολυκαταστήματα (E-malls)
- o Αγορές τρίτων (Third party marketplaces)
- o Παροχείς υπηρεσιών υποστήριξης (Value chain service providers)
- o Μεσιτεία πληροφοριών, εμπιστοσύνης και άλλων υπηρεσιών (Information brokerage, trust and other services)
- o Καθορισμός τιμής (Name-your-own-price)
- o Μάρκετινγκ σύνδεσης (Affiliate marketing)
- o Ομαδικές αγορές (Group buying)

Λιανικό Ηλ. εμπόριο

Exhibit 3.1 E-Tailing as an Enterprise EC System

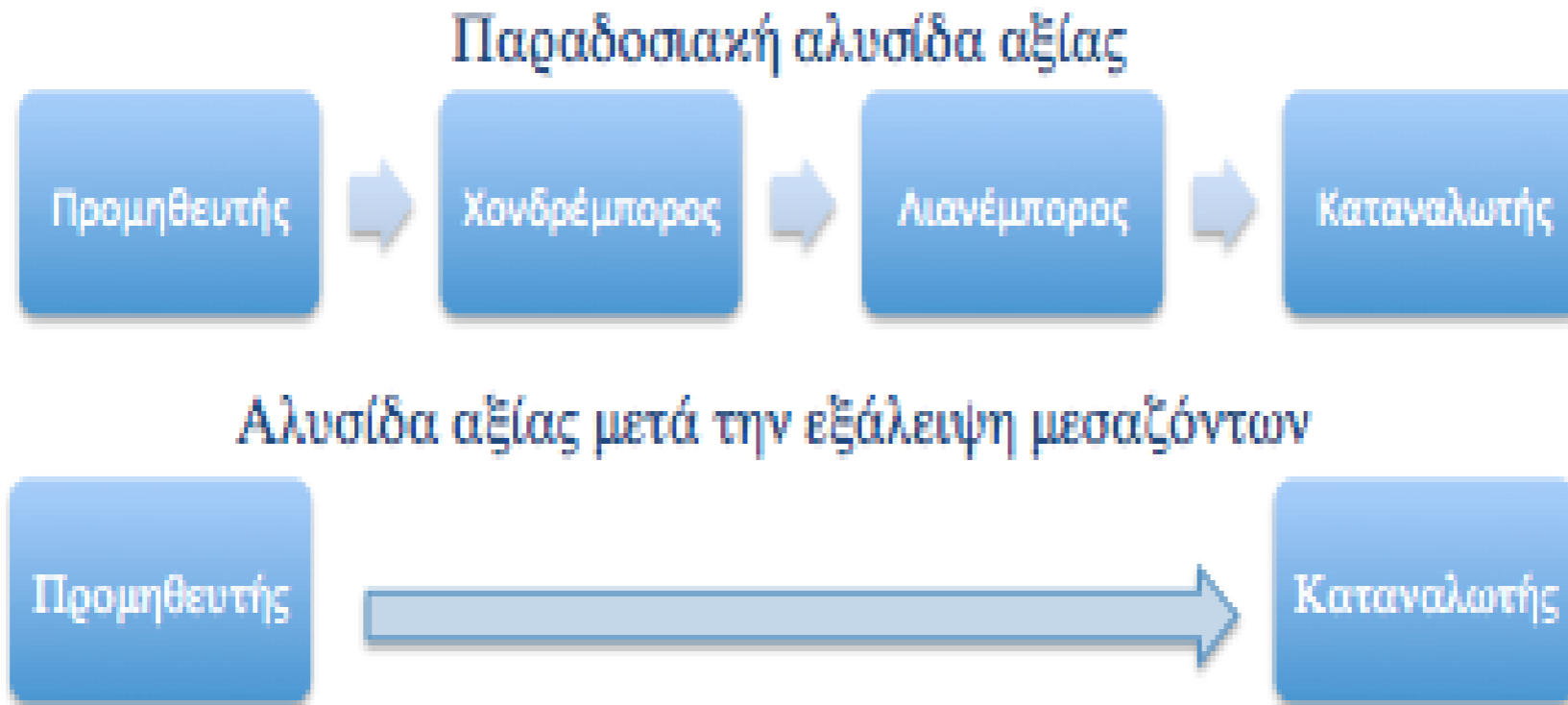


*Facing Supplier/Distributor/
Business Partner*
Objective: Optimize relationships with business partners and reduce cost of goods sold

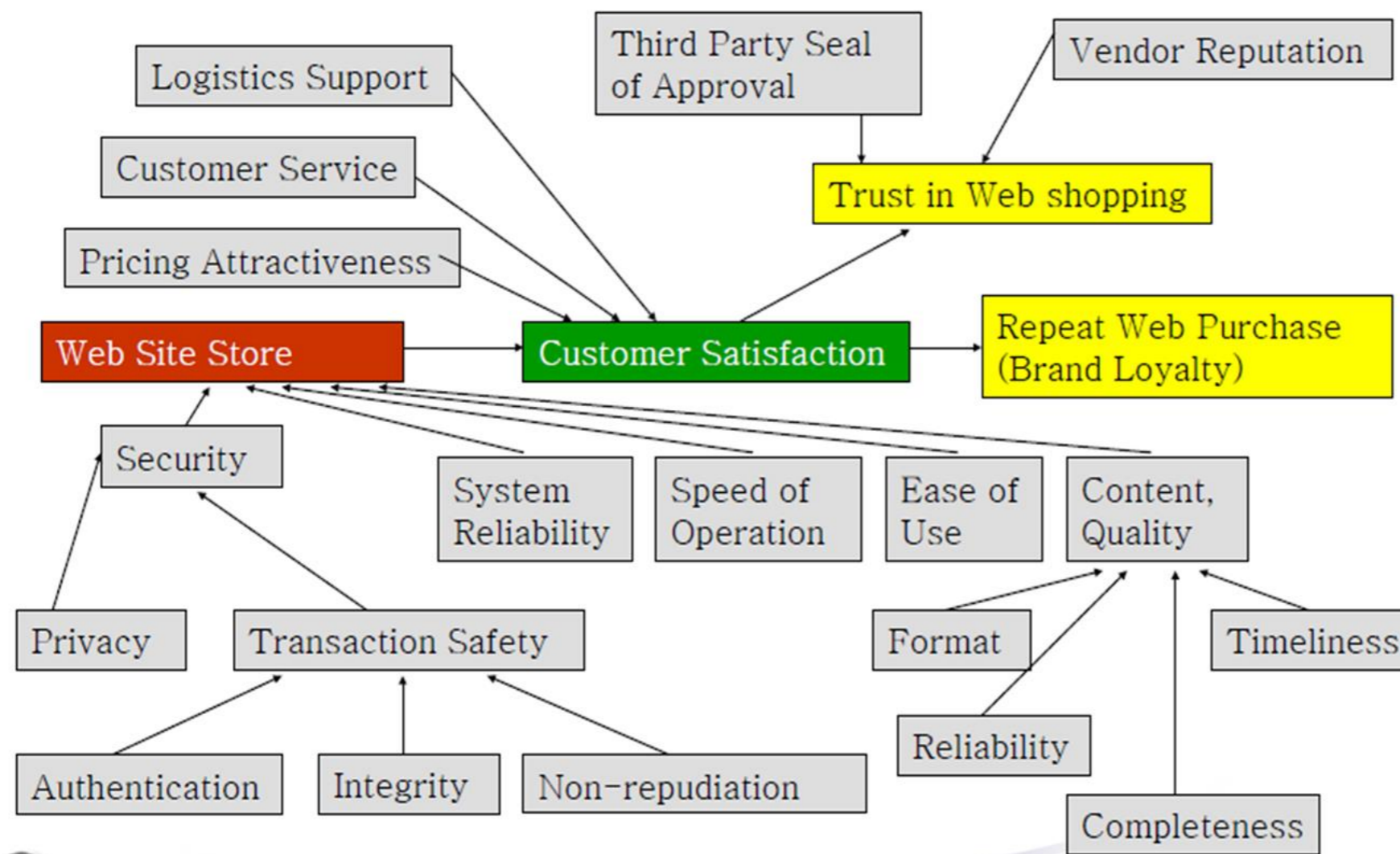
Internal Operations
Objective: Facilitate internal operations & increase productivity

B2C and Customer-Facing Applications
Objective: Optimize business relationships with customers; increase service effectiveness and sales

Αποδιαμεσολάβηση: Εξάλειψη των μεσαζόντων



Τι επηρεάζει την online συμπεριφορά των καταναλωτών;



Άλλες ταξινομήσεις:

Αγοραστική διαδικασία & συμπεριφορά

Ανάγκη

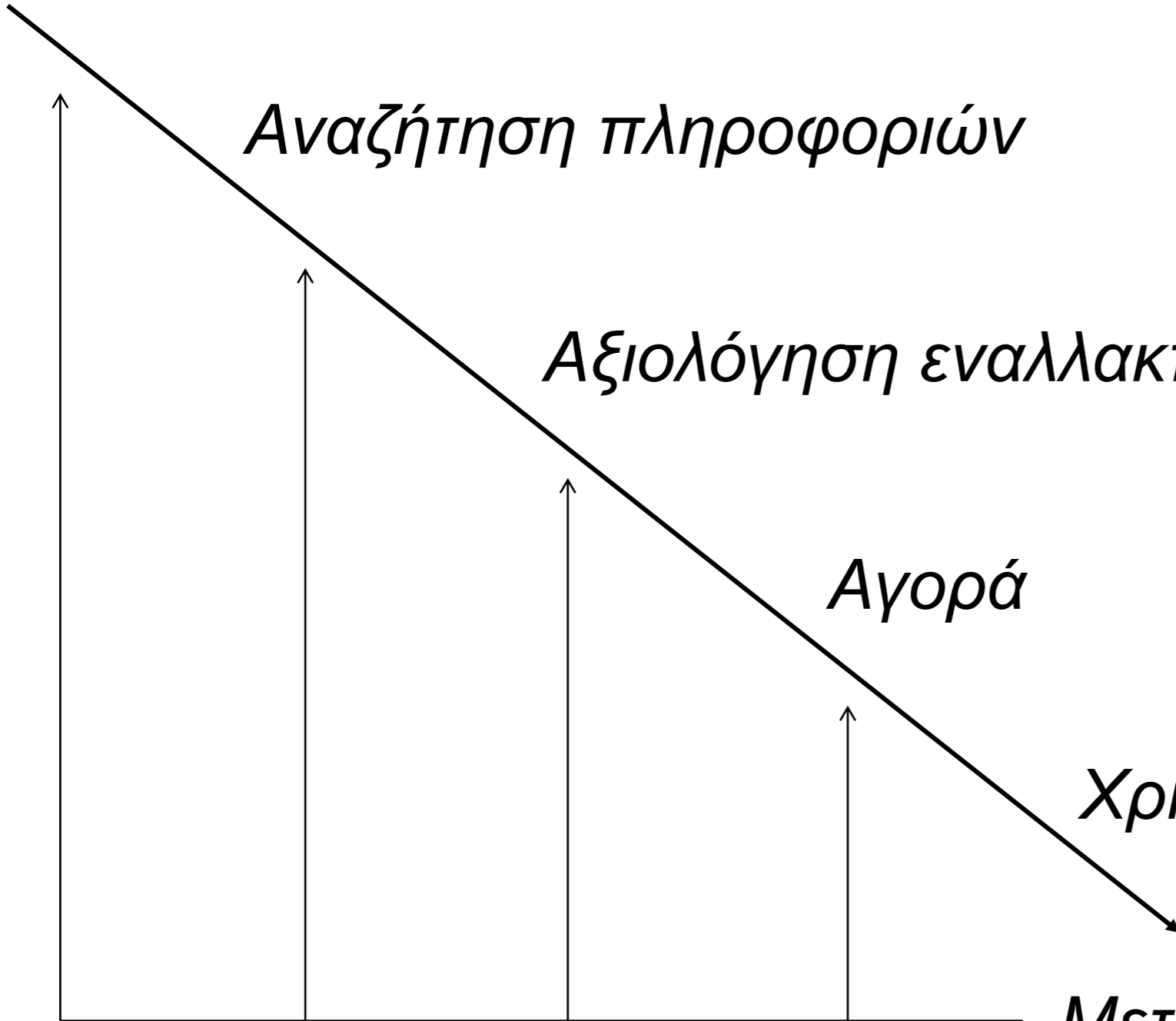
Αναζήτηση πληροφοριών

Αξιολόγηση εναλλακτικών λύσεων

Αγορά

Χρήση

Μετά-αγοραστική συμπεριφορά



Website design & development



Αλληλεπιδραστικό μάρκετινγκ και εξατομίκευση

- Οι επιχειρήσεις επενδύουν σε τεχνολογίες εξατομίκευσης, με την λογική ότι παρέχοντας το σωστό προϊόν στο σωστό πελάτη και στο σωστό χρόνο, μπορούν να εξυπηρετούν τους πελάτες τους καλύτερα, να αυξάνουν την ικανοποίηση των πελατών, να οικοδομούν σχέσεις εμπιστοσύνης και να αυξάνουν το ποσοστό πιστών πελατών, που δημιουργούν επαναλαμβανόμενες αγορές.
- Οι τεχνολογίες εξατομίκευσης επιτρέπουν στις επιχειρήσεις την παροχή εξατομικευμένων χαρακτηριστικών που κυμαίνονται από την απλή προβολή του ονόματος ενός πελάτη σε μια ιστοσελίδα, στην πλοήγηση στον προσωπικό ηλεκτρονικό κατάλογο προϊόντων ή ακόμη και στην προσαρμογή των προϊόντων με βάση τη βαθιά κατανόηση των αναγκών των χρηστών και των συμπεριφορών τους (Kramer, Noronha, και Vergo, 2000).



Τρόποι διαφήμισης

- ✓ Web marketing
- ✓ Email marketing
- ✓ Mobile marketing
- ✓ Social media advertising
- ✓ Search engine marketing

Το site μου
«πουλάει»; (Web
analytics & Conversion
Rate)



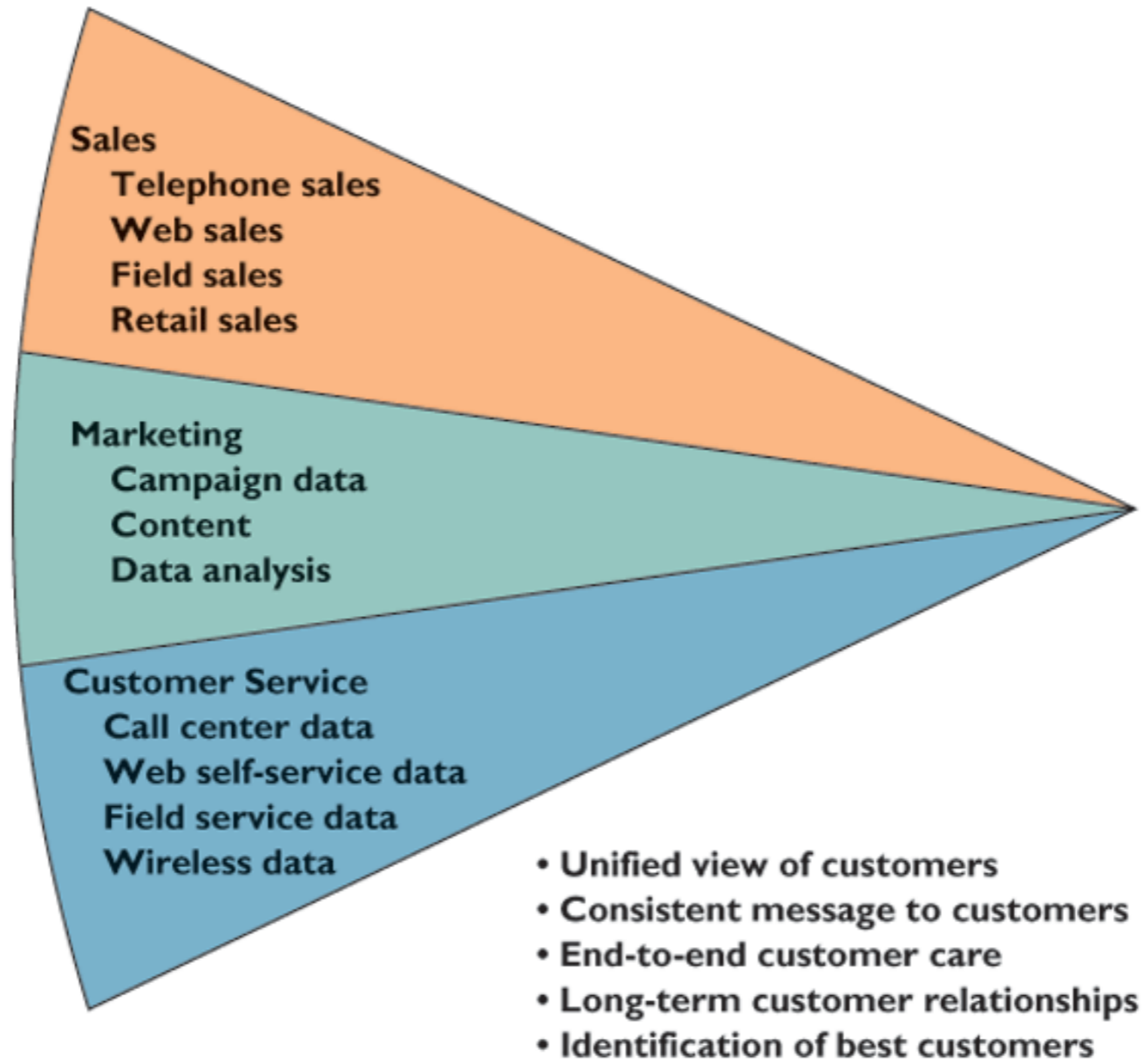
Διαχείριση πληροφοριών με την χρήση ERP & CRM συστημάτων

ERP συστήματα

Ένα σύστημα ERP (Enterprise Resource Planning):

- αποτελεί μία ακολουθία από άμεσα υλοποιήσιμα πακέτα εφαρμογών, που καλύπτουν όλες τις λειτουργίες μίας επιχείρησης και διαθέτουν την απαραίτητη ευλυγισία για τη δυναμική προσαρμογή τους στις απαιτήσεις και τις μεταβολές που συμβαίνουν σε αυτή
- παρέχει ολοκληρωμένες πληροφοριακές λύσεις για την καλύτερη και αποδοτικότερη διαχείριση και προγραμματισμό των πόρων
- δίνει τη δυνατότητα στην επιχείρηση να λειτουργήσει συντονισμένα σαν ενιαίο σύνολο, καθοδηγούμενη από τις πληροφορίες που δέχεται από το περιβάλλον.

Διαχείριση των Σχέσεων με τους Πελάτες



Κινητό Εμπόριο και Διεισδυτική Υπολογιστική

- Βασικές έννοιες
- Υποδομή
- SMS
- Εμπόριο βάσει θέσης
- Mobile coupons / barcodes
- Επαυξημένη πραγματικότητα στο κινητό
- 6η αίσθηση
- Αόρατη υπολογιστική (Έξυπνα σπίτια, συσκευές και αυτοκίνητα)
- Mobile apps

- Εφοδιαστική αλυσίδα
- Ηλεκτρονικές αγορές B2B,
- διαχείριση αλυσίδας τροφοδοσίας και
- δημοπρασίες



Κατηγορίες B2B

TABLE 12.2

**OTHER CHARACTERISTICS OF NET MARKETPLACES:
A B2B VOCABULARY**

CHARACTERISTIC	MEANING
Bias	Sell-side vs. buy-side vs. neutral. Whose interests are advantaged: buyers, sellers, or no bias?
Ownership	Industry vs. third party. Who owns the marketplace?
Pricing mechanism	Fixed-price catalogs, auctions, bid/ask, and RFPs/RFQs.
Scope/Focus	Horizontal vs. vertical markets.
Value creation	What benefits do they offer customers or suppliers?
Access to market	In public markets, any firm can enter, but in private markets, entry is by invitation only.

e-procurement



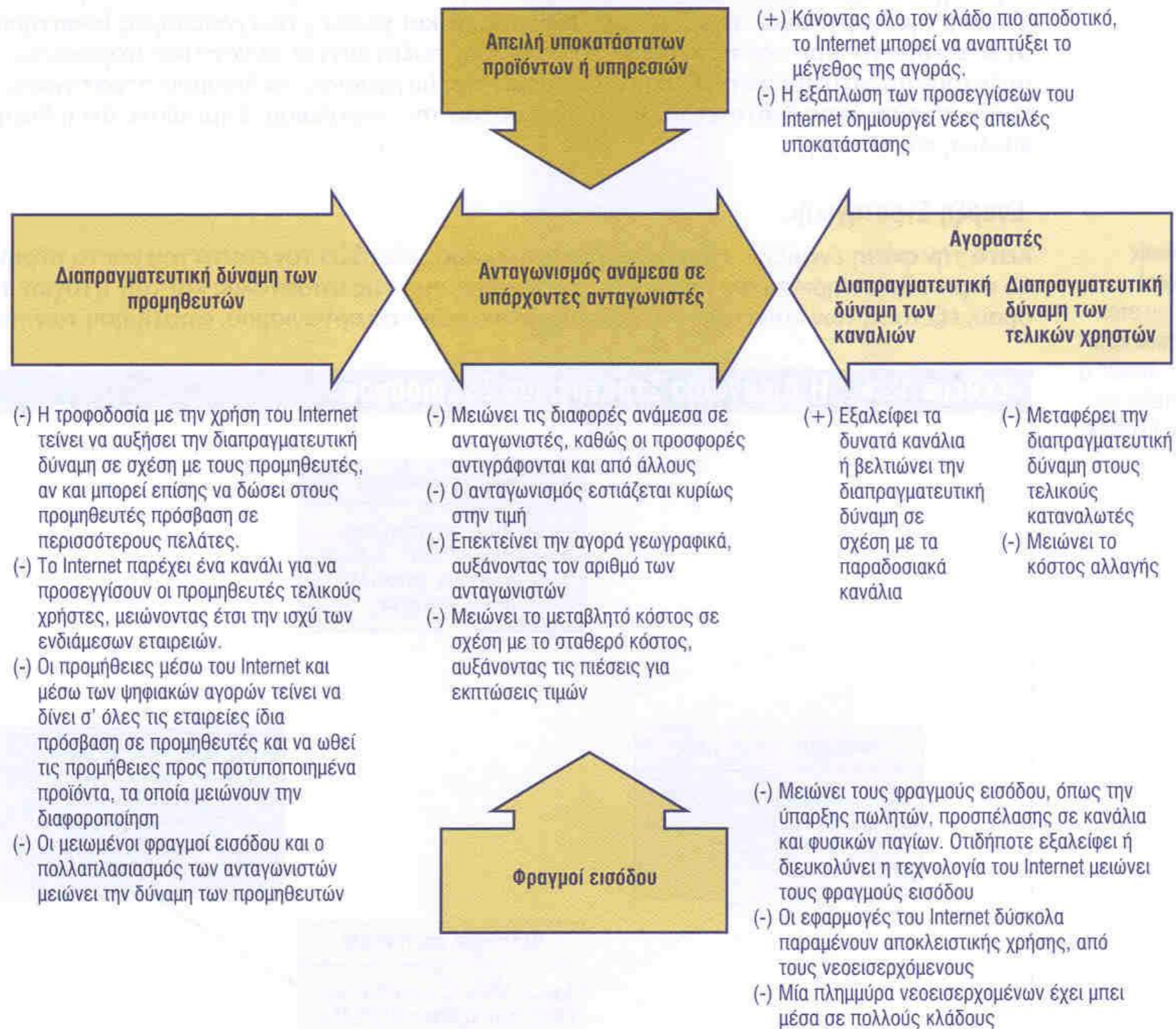
Οι δημοπρασίες ως μηχανισμοί αγορών

- Μια δημοπρασία είναι ένας μηχανισμός της αγοράς, που χρησιμοποιεί μια ανταγωνιστική διαδικασία κατά την οποία ένας πωλητής δέχεται ακολουθιακές προσφορές από αγοραστές (προωθητική) ή ένας αγοραστής δέχεται προσφορές από πωλητές (αντίστροφη)
 - <https://www.youtube.com/watch?v=MTKmZrpi39s>
- Περιορισμοί παραδοσιακών offline δημοπρασιών;
- Δυναμική απόδοση τιμής → τιμές που αλλάζουν με βάση τις σχέσεις προσφοράς και ζήτησης ανά πάσα χρονική στιγμή
- Ένας πωλητής και πολλοί αγοραστές: Προωθητική → Αγγλική (η τιμή ανεβαίνει) / Ολλανδική (η τιμή κατεβαίνει)
- Ένας αγοραστής και πολλοί προμηθευτές: Αντίστροφη → μειώνουν την τιμή ακολουθιακά (κυρίως B2B ή B2G)
- Το μοντέλο καθορισμού τιμής (priceline.com)

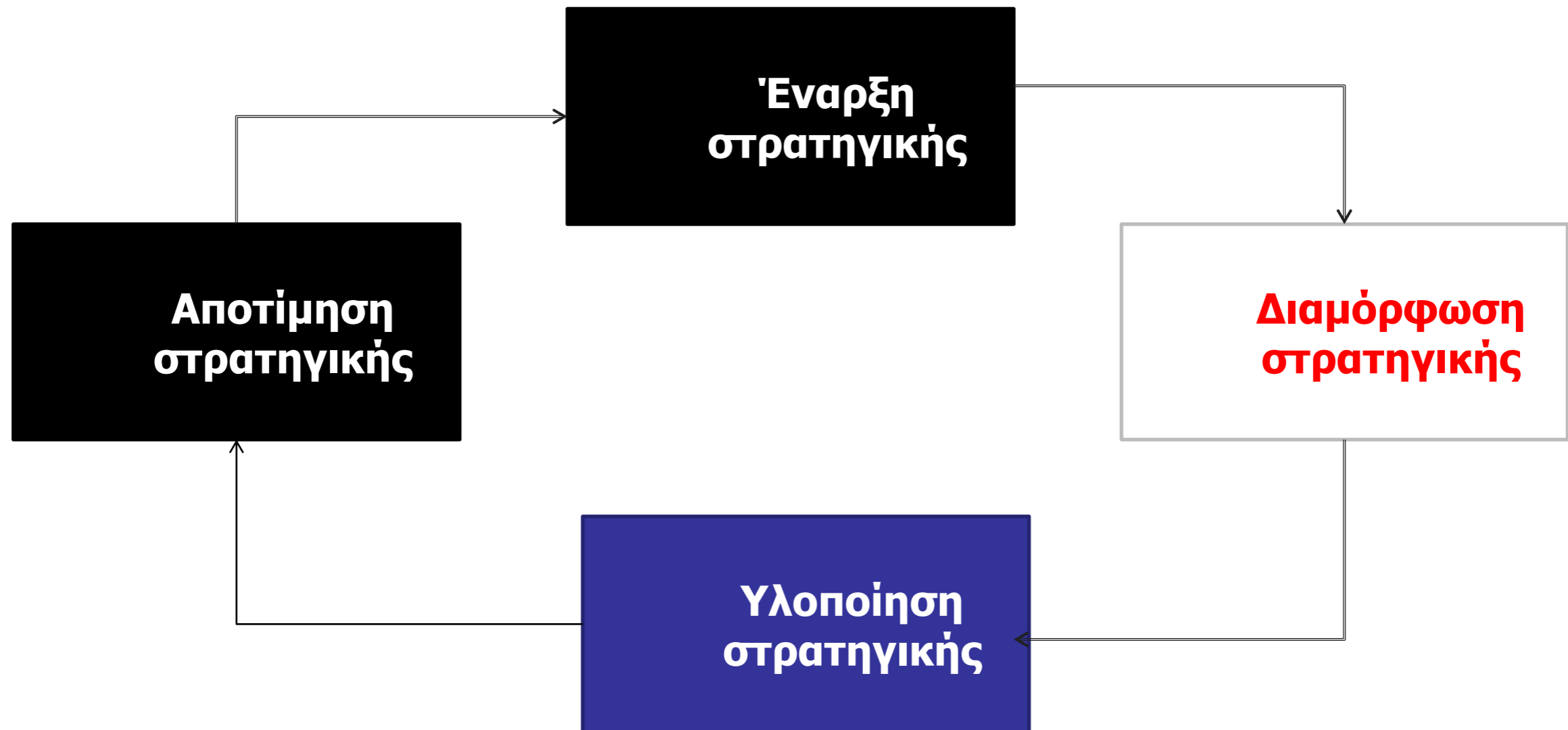
Επιχειρησιακή Στρατηγική

- Στρατηγική: Μια γενική μεθοδολογία για το πώς μια επιχείρηση πρόκειται να ανταγωνιστεί, ποιοι πρέπει να είναι οι στόχοι της και ποια σχέδια και πολιτικές θα χρειαστούν ώστε να επιτευχθούν αυτοί οι στόχοι.
 - *θέση*
 - *trade-offs*
 - *κερδοφορία*
 - *αξία*
- Στρατηγική ηλεκτρονικού εμπορίου: η διαμόρφωση και η εκτέλεση ενός οράματος για το πώς μια νέα ή υπάρχουσα εταιρεία σκοπεύει να κάνει ηλεκτρονικές συναλλαγές.

Έκθεμα 13.3 Μοντέλο Δυνάμεων του Ανταγωνισμού του Porter: Πώς το Internet Επηρεάζει την Δομή του Κλάδου



Η διαδικασία στρατηγικού σχεδιασμού



Παράδειγμα SWOT

Δυνάμεις

- Γνωστή στην αγορά – διαθέτει πόρους (μεγάλη επιχείρηση)
- Περισσότερο ευέλικτη (μικρή)
- Καλή οργάνωση πωλήσεων
- Καλό δίκτυο διανομής
- Εικόνα ποιότητας
- Παράγει τα προϊόντα εγχώρια

Αδυναμίες

- Μικρή επιχείρηση σε σχέση με τον ανταγωνισμό
- Ανεπαρκή οργάνωση πωλήσεων
- Ανικανότητα πρόσληψης κατάλληλου προσωπικού
- Κακή εικόνα σε ότι αφορά την ποιότητα
- Ανεπαρκές δίκτυο διανομής, εξυπηρέτησης πελατών

Ευκαιρίες

- Πρόσφατη συγχώνευση με άλλη επιχείρηση (οικονομίες κλίμακας)
- Συναλλαγματικές ισοτιμίες κάνουν τα προϊόντα της φθηνότερα

Απειλές

- Μεγαλύτερος πελάτης εξαγόρασε έναν από τους μεγαλύτερους ανταγωνιστές
- Ξένοι ανταγωνιστές κατασκευάζουν εργοστάσιο στην χώρα-έδρα της επιχείρησης

Μοντέλα χρέωσης στο e-επιχειρείν

- ✓ Μοντέλο πωλήσεων προϊόντων
- ✓ Μοντέλο συνδρομής
- ✓ Μοντέλο χρέωσης με βάση τη συναλλαγή
- ✓ Μοντέλο διαφήμισης
- ✓ Μοντέλα χορηγίας

Ορισμός Επιχειρηματικού Σχεδίου

Το επιχειρηματικό σχέδιο (business plan):

- ✓ προσδιορίζει τους στόχους μιας επιχείρησης
- ✓ περιγράφει το σχέδιο της για να τους υλοποιήσει
- ✓ εκφράζει γραπτά τη στρατηγική της επιχείρησης και
- ✓ τον χάρτη πορείας (road map) της.

Τύποι Πληροφοριακών Συστημάτων

