



# ΔΕΟ 45 2020 - 2021

# ΜΑΘΗΜΑ 1<sup>ο</sup>

# Ορισμός του ηλεκτρονικού επιχειρείν

Το **ηλεκτρονικό επιχειρείν** αναφέρεται σε έναν ευρύτερο ορισμό του ηλεκτρονικού εμπορίου, στον οποίο δεν περιλαμβάνεται μόνο η αγορά ή η πώληση αγαθών και υπηρεσιών, αλλά στην διεξαγωγή όλων των ειδών των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων ηλεκτρονικά, μεταξύ άλλων, η εξυπηρέτηση πελατών, η συνεργασία με εμπορικούς εταίρους και η εξ αποστάσεως εκπαίδευση, η διεξαγωγή ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσα σε ένα οργανισμό κτλ.





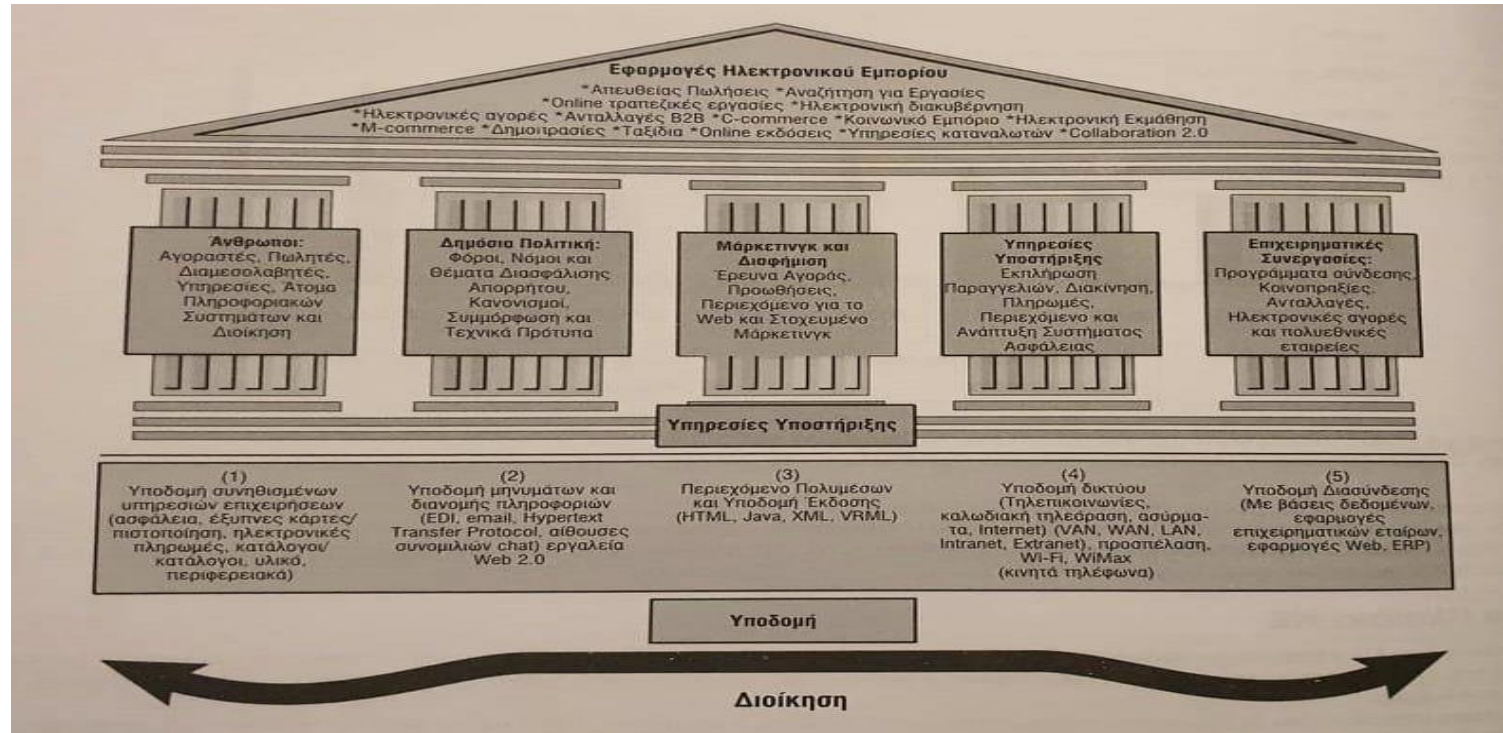
# ΜΟΡΦΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

**Αμιγές και Μερικό ΗΕ:** ανάλογα με το βαθμό ψηφιοποίησης:

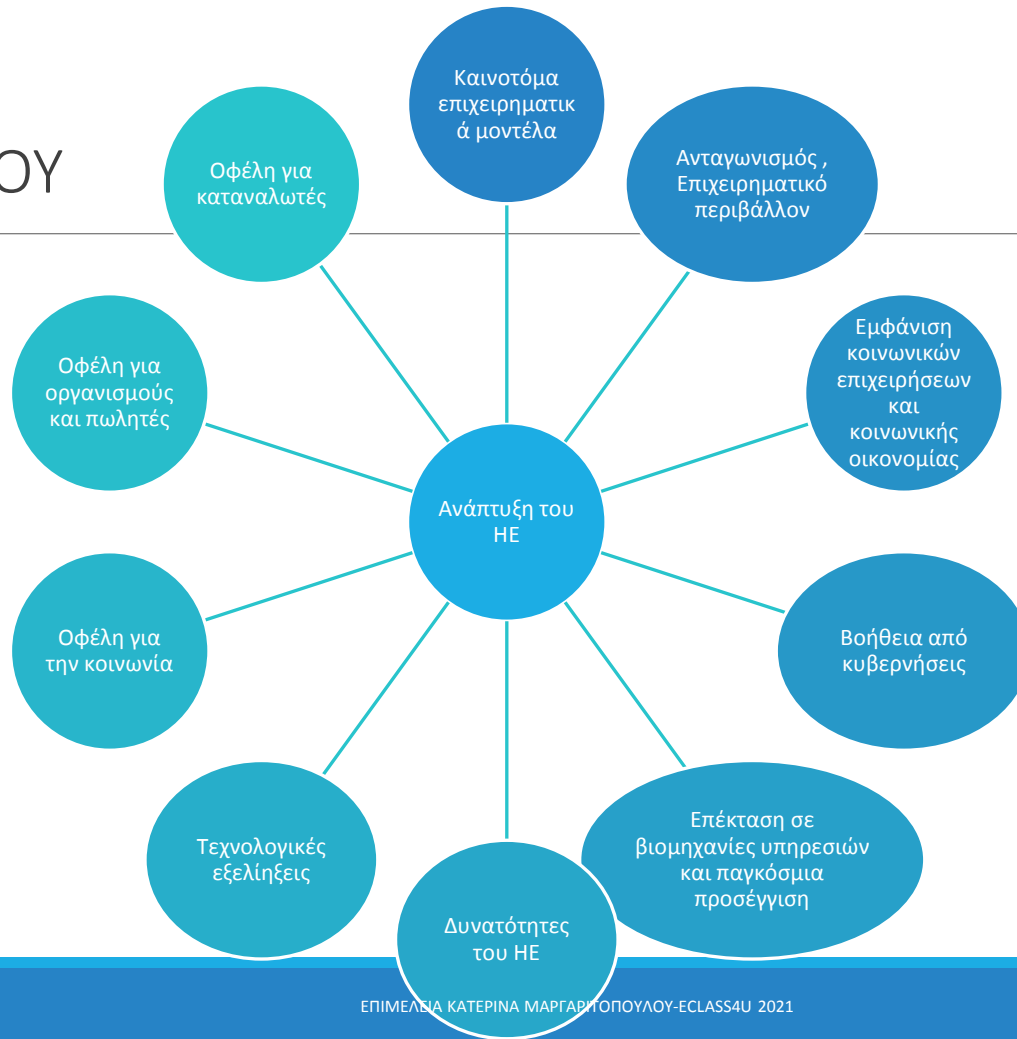
- του προϊόντος/υπηρεσίας
- της διαδικασίας (π.χ. παραγγελία, πληρωμή)
- της μεθόδου διανομής



# Εφαρμογές Ηλ. Εμπορίου



# ΚΙΝΗΤΗΡΙΕΣ ΔΥΝΑΜΕΙΣ ΤΟΥ HE



# Ο νέος κοινωνικός πελάτης



# ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΤΟΥ ΗΕ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΗ ΦΥΣΗ ΤΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ ΚΑΙ ΤΙΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

Επιχείρηση προς Επιχείρηση ( business to business B2B.

Επιχείρηση προς Καταναλωτή (Business-to-Consumer, B2C)

Επιχείρηση προς Επιχείρηση προς καταναλωτή (B2B2C)

Καταναλωτής προς Επιχείρηση (C2B)

Ενδοεπιχειρησιακό ΗΕ

- Επιχείρηση προς Εργαζόμενο (Business-to-Employee, B2E)

Καταναλωτής προς Καταναλωτής (Consumer-to-Consumer, C2C).

Συνεργατικό εμπόριο

Ηλεκτρονική διακυβέρνηση



Στο βιβλίο του Timmers με τίτλο “Electronic Commerce – Strategies and Models for Business-to-Business Trading”, το 1999 δίνεται ο ακόλουθος ορισμός του επιχειρηματικού μοντέλου:

- Επιχειρηματικό μοντέλο είναι μία αρχιτεκτονική για τα προϊόντα, τις υπηρεσίες και τις ροές της πληροφορίας στην οποία ορίζονται καθαρά οι διαφορετικοί επιχειρηματικοί παίκτες (business actors) και οι ρόλοι τους (roles)
- Το επιχειρηματικό μοντέλο περιγράφει τα αναμενόμενα οφέλη για τους επιχειρηματικούς παίκτες.
- Το επιχειρηματικό μοντέλο περιγράφει την πηγή εισοδήματος

## ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΜΟΝΤΕΛΑ ΗΕ:

Υπάρχουν πολλοί τύποι επιχειρησιακών μοντέλων ΗΕ. Τα πέντε πιο συνηθισμένα μοντέλα είναι:

1. Online απευθείας μάρκετινγκ
2. Ηλεκτρονικά συστήματα προσφορών
3. Ηλεκτρονικές αγορές και ανταλλακτήρια
4. Ιογενές μάρκετινγκ
5. Ομαδικές αγορές

- ©Μια περιγραφή των πελατών που θα εξυπηρετηθούν και της πρότασης οικονομικού οφέλους τους. Επίσης, το πως μπορούν να προσεγγιστούν και να υποστηριχθούν οι πελάτες.
- ©Μια περιγραφή όλων των προϊόντων και των υπηρεσιών που θα προσφέρει η επιχείρηση και ποια χαρακτηριστικά διαφοροποιούν τα προϊόντα της
- ©Στρατηγικές ανάπτυξης της εταιρείας
- ©Περιγραφή της απαιτούμενης επιχειρησιακής διεργασίας και της υποδομής διανομής.
- ©Μια λίστα απαιτούμενων πόρων, του κόστους και της διαθεσιμότητας τους
- ©Περιγραφή της εφοδιαστικής αλυσίδας του οργανισμού (προμηθευτές και άλλοι επιχ. Εταίροι)
- ©Δομή της αλυσίδας οικονομικού οφέλους
- ©Ανάλυση σχετικών αγορών με λίστα των κύριων ανταγωνιστών, του μεριδίου αγοράς τους και στρατηγικές αγοράς και δυνατότητες και αδυναμίες της εταιρείας
- ©Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που προσφέρεται από το επιχειρησιακό μοντέλο
- ©Εκτιμώμενες αλλαγές στην επιχείρησης και τυχόν αντίσταση στην αλλαγή
- ©Περιγραφή των αναμενόμενων εσόδων, του εκτιμώμενου κόστους, των πηγών χρηματοδότησης και της οικονομικής βιωσιμότητας.

# ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΜΟΝΤΕΛΑ κατά Timmers

---

1. Ηλεκτρονικά Καταστήματα (E-shops)
2. Ηλεκτρονικές Προμήθειες (E-procurement)
3. Ηλεκτρονικές Δημοπρασίες (E-auctions) (κλασική, αντίστροφη)
4. Ηλεκτρονικά πολυκαταστήματα (E-malls)
5. Αγορές τρίτων (Third party marketplaces)
6. Εικονικές κοινότητες (Virtual communities)
7. Παροχείς υπηρεσιών υποστήριξης (Value chain service providers)
8. Ολοκληρωτές αλυσίδας αξίας (Value chain integrators)
9. Πλατφόρμες συνεργασίας (Collaboration platforms)
10. Μεσιτεία πληροφοριών, εμπιστοσύνης και άλλων υπηρεσιών (Information brokerage, trust and other services)

# Μοντελα εσοδων

- Πωλήσεις πχ net a porter
- Προμήθεια συναλλαγής πχ allazorenma.gr
- Τέλος συνδρομής πχ. netflix
- Τέλη διαφήμισης
- Τέλη σύνδεσης. Amazon.com οι εταιρείες χρεώνουν επειδή παρεχουν αναφορά στους πελάτες τους προς άλλους ιστοτόπους
- Τέλος Άδειας χρήσης. Πχ με ετήσια συνδρομή ή τέλος ανά χρήση ενός προγράμματος πχ Microsoft ή λογιστικά συστήματα
- Άλλες πηγές εσόδων. Πχ κάποια Online παιχνίδια.

### Λειτουργίες ενός επιχειρησιακού μοντέλου:

- ⊙ Περιγραφή της εφοδιαστικής αλυσίδας και της αλυσίδας οικ. Οφέλους
- ⊙ Διαμόρφωση της ανταγωνιστικής στρατηγικής του εγχειρήματος και των μακροχρόνιων σχεδίων της
- ⊙ Παρουσίαση της πρότασης οικονομικού οφέλους για τον πελάτη
- ⊙ Προσδιορισμός του ποιος θα χρησιμοποιεί την τεχνολογία και για ποιο σκοπό. Καθορισμός της διεργασίας παραγωγής εσόδων. Που θα λειτουργεί η επιχείρηση.
- ⊙ Εκτίμηση της δομής και του ποσού του κόστους και των δυνατοτήτων κέρδους

### Κατάταξη Επιχειρησιακών Μοντέλων στο HE

- ⊙ Μεσιτεία. Διαμορφωτές της αγοράς που χρεώνουν προμήθεια για τις υπηρεσίες τους
- ⊙ Διαφήμιση. Ιστότοποι που παρέχουν περιεχόμενο και χρεώνουν διαφημιστές για σχετικές διαφημίσεις
- ⊙ Διαμεσολαβητές πληροφοριών. Παρέχουν πληροφορίες και υποδομή, που βοηθούν τους αγοραστές και τους πωλητές και χρεώνουν για τις υπηρεσίες τους.
- ⊙ Έμπορος. Έμποροι λιανικής
- ⊙ Μοντέλο απευθείας πώλησης. Πώληση χωρίς διαμεσολαβητές
- ⊙ Σύνδεση. Πληρωμή προς ιδιοκτήτες ιστοτόπων, ώστε να τοποθετηθούν διαφημιστικές αφίσες
- ⊙ Κοινότητα. Μοντέλο που βασίζεται σε κοινωνικά μέσα, το οποίο χρησιμοποιεί εργαλεία του web 2.0 και κοινωνικά δίκτυα

# Οι ηλεκτρονικές αγορές μπορούν να είναι:

- ❖ Δημόσιες, δηλαδή ανοικτές αγορές με δυνατότητα διεθνούς συμμετοχής
- ❖ Ιδιωτικές αγορές, οι οποίες επιτρέπουν σε συγκεκριμένους εγκεκριμένους προμηθευτές να κάνουν συναλλαγές με άλλες μεγάλες επιχειρήσεις.
- ❖ Οριζόντιες αγορές στις οποίες συμμετέχουν επιχειρήσεις ανεξαρτήτως κλάδου και είναι συνήθως ηλεκτρονικές αγορές για την αγοραπωλησία προϊόντων / υπηρεσιών γενικής χρήσης, όπως είδη γραφείου και μηχανοργάνωσης.
- ❖ Κάθετες αγορές, οι οποίες σχηματίζονται γύρω από ένα συγκεκριμένο προϊόν, μια υπηρεσία, ένα συγκεκριμένο κλάδο, ή βάσει των αναγκών ενός μεγάλου προμηθευτή ή αγοραστή (π.χ. αλουμίνιο).

# Τύποι ηλεκτρονικών αγορών

## Ιδιωτικές ηλ. αγορές

- Ανήκουν σε μια εταιρεία και λειτουργούν από αυτήν την εταιρεία
- Starbucks.com
- Net-a-porter.com

## Δημόσιες Ηλ. Αγορές

- Στην πλειοψηφία B2B, ανήκουν σε ένα τρίτο μέρος ή σε μια ομάδα εταιρειών οι οποίες αγοράζουν ή πωλούν, γνωστές και ως ανταλλακτήρια
- Alibaba.com

# Ρόλοι στις Ηλεκτρονικές Αγορές:

Οι κύριοι ρόλοι στην ηλεκτρονική αγορά είναι αυτοί του αγοραστή, του προμηθευτή και του ενδιάμεσου.

- ❖ Ο αγοραστής αναζητά ευκαιρίες αγοράς ή προμηθεύεται υπηρεσίες και προϊόντα για την παραγωγική διαδικασία.
- ❖ Ο προμηθευτής παρέχει προϊόντα και υπηρεσίες, εκπληρώνοντας έτσι ανάγκες των συμμετεχόντων αγοραστών. Ο προμηθευτής φροντίζει να παρέχει και να ενημερώνει σε συνεχή βάση, στοιχεία και πληροφορίες για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες του στον κατάλογο της αγοράς, όπου οι αγοραστές έχουν πρόσβαση.
- ❖ Ο ενδιάμεσος είναι μια τρίτη διαμεσολαβητική οντότητα που παρέχει υπηρεσίες που διευκολύνουν τη συνεργασία μεταξύ αγοραστή προμηθευτή μέσω μιας τεχνολογικής πλατφόρμας λειτουργίας της ηλεκτρονικής αγοράς. Τα έσοδα του ενδιάμεσου προέρχονται κυρίως από τις αμοιβές συμμετοχής, τις αμοιβές υπηρεσιών, συναλλαγών ή από το ποσοστό επί της αξίας συναλλαγών (προμήθεια).



# Οι Ηλεκτρονικές Αγορές Έχουν 4 Κύριες Λειτουργίες:

- ① Διευκόλυνση διεξαγωγής συναλλαγών, παρέχοντας σημείο συνάντησης για αγοραστές και πωλητές
- ① Διευκόλυνση της ροής σχετικών πληροφοριών
- ① Παροχή υπηρεσιών που σχετίζονται με συναλλαγές της αγοράς, όπως πληρωμές και μεσεγγύηση
- ① Παροχή βοηθητικών υπηρεσιών όπως νομικού πλαισίου, λογιστικού ελέγχου και ασφάλειας

Η βασική θέση για διεξαγωγή συναλλαγών ΗΕ είναι η ηλεκτρονική αγορά (e-marketplace). Είναι ένας χώρος που συναντώνται και διεξάγουν διάφορους τύπους συναλλαγών

# ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΜΙΑΣ ΑΓΟΡΑΣ

## ΤΑΙΡΙΑΣΜΑ ΑΓΟΡΑΣΤΩΝ ΚΑΙ ΠΩΛΗΤΩΝ

- Καθορισμός προσφορών προϊόντων
- Αναζήτηση (από αγοραστές για πωλητές και από πωλητές για αγοραστές) πληροφοριων, τιμών και προϊόντων
- Εύρεση τιμών
- Άλλες, αύξηση πωλήσεων, παροχή εργαλείων , διακανονισμός δημοπρασιών

## ΔΙΕΥΚΟΛΥΝΣΗ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ

- Επικοινωνία
- Μηχανισμοί: παροχή καταλόγων
- Διακίνηση
- Ρύθμιση οφειλών, μεταφορά πληρωμών σε πωλητές, υπηρεσίες μεσεγγύησης
- Εμπιστοσύνη, πιστωτικό σύστημα, καλή φήμη, εταιρείες αξιολόγησης

## ΙΔΡΥΜΑΤΙΚΗ ΥΠΟΔΟΜΗ (ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ)

- Νομικό, εμπορικός κώδικας, νομοθεσία συμβάσεων, διευθέτηση διαφορών, προστασία πνευματικών δικαιωμάτων
- Ρυθμιστικό, νόμοι και ρυθμίσεις, συμμόρφωση και παρακολούθηση και επιβολή
- Ανακάλυψη, παρέχει πληροφορίες για την αγορά, πχ για τον ανταγωνισμό και τις κρατικές ρυθμίσεις

# ΟΙ ΡΟΛΟΙ ΤΩΝ ΔΙΑΜΕΣΟΛΑΒΗΤΩΝ ΣΤΙΣ ΗΛ. ΑΓΟΡΕΣ

---

## Μεσίτες

- Διαπραγμάτευση
- Οργάνωση ηλ. Εμπορικών κέντρων
- Πράκτορας σύγκρισης
- Πάροχος βοηθημάτων αγορών
- Υπηρεσίες ταιριάσματος

## ◎ Διανομείς στο B2B

# Πωλησεις Μέσω Ηλεκτρονικων Δημοπρασιων

**Ηλεκτρονικές Δημοπρασίες (E-auctions)** : Πρόκειται για τον ηλεκτρονικό τρόπο υλοποίησης των κλασικών παραδοσιακών δημοπρασιών. Οι ηλεκτρονικές δημοπρασίες εκτελούνται σε ελάχιστο χρόνο, με κοινό σημείο πρόσβασης για διοργανωτές και συμμετέχοντες. Απευθύνονται στην τοπική και στη διεθνή αγορά.

Οι συμμετέχουσες οντότητες σε ένα σύστημα ηλεκτρονικών δημοπρασιών είναι ο δημοπράτης που καθορίζει τους όρους, με βάση τους οποίους θα πραγματοποιηθεί η δημοπρασία, ο πωλητής, ο οποίος προσφέρει τα προϊόντα του προς πώληση και ο αγοραστής, ο οποίος προσφέρει μια τιμή για τα προϊόντα που επιθυμεί να αγοράσει.

Τα έσοδα για τις επιχειρήσεις που παρέχουν την υποδομή για τη διεξαγωγή των ηλεκτρονικών δημοπρασιών προέρχονται από συνδρομές των συμμετεχουσών εταιρειών, ή από προμήθειες που σχετίζονται με τον όγκο ή την αξία των συναλλαγών ή ακόμη και από διαφημίσεις στον ιστοχώρο τους. Τα προσφερόμενα προϊόντα καλύπτονται με τη χρήση τεχνολογιών πολυμέσων (βίντεο προϊόντος, δυνατότητα τρισδιάστατης απεικόνισης και περιστροφής, ηχητική παρουσίαση χαρακτηριστικών κλπ.) Τα έσοδα για τις επιχειρήσεις που παρέχουν την υποδομή για τη διεξαγωγή των ηλεκτρονικών δημοπρασιών προέρχονται από τα έσοδα παροχής της τεχνολογίας της πλατφόρμας, τα έσοδα που σχετίζονται με τον όγκο ή την αξία των δοσοληψιών και τα έσοδα διαφημίσεων.

Εργασία

# ΤΥΠΟΙ ΔΗΜΟΠΡΑΣΙΩΝ (TURBAN ΚΑ, 2018):

ΕΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣΤΗΣ, ΕΝΑΣ ΠΩΛΗΤΗΣ

ΕΝΑΣ ΠΩΛΗΤΗΣ, ΠΟΛΛΟΙ ΠΙΘΑΝΟΙ ΑΓΟΡΑΣΤΕΣ

ΕΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣΤΗΣ, ΠΟΛΛΟΙ ΠΙΘΑΝΟΙ ΠΩΛΗΤΕΣ

ΑΝΤΙΣΤΡΟΦΕΣ ΔΗΜΟΠΡΑΣΙΕΣ – ΣΥΣΤΗΜΑ ΥΠΟΒΟΛΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΩΝ (Ο ΑΓΟΡΑΣΤΗΣ ΘΕΤΕΙ ΕΝΑ ΕΙΔΟΣ ΣΕ ΔΗΜΟΠΡΑΣΙΑ ΣΕ ΕΝΑ ΣΥΣΤΗΜΑ ΥΠΟΒΟΛΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΩΝ)

ΠΟΛΛΟΙ ΠΩΛΗΤΕΣ, ΠΟΛΛΟΙ ΑΓΟΡΑΣΤΕΣ

ΔΗΜΟΠΡΑΣΙΕΣ ΜΕ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ

# ΤΥΠΟΙ ΔΗΜΟΠΡΑΣΙΩΝ (TURBAN ΚΑ, 2018):

**ΕΝΑΣ ΠΩΛΗΤΗΣ, ΠΟΛΛΟΙ ΠΙΘΑΝΟΙ ΑΓΟΡΑΣΤΕΣ.** Σε αυτήν την περίπτωση ο πωλητής χρησιμοποιεί μια προωθητική δημοπρασία, μια δημοπρασία κατά την οποία, ο πωλητής δέχεται προσφορές από πολλούς αγοραστές. Υπάρχουν τέσσερις τύποι προωθητικών δημοπρασιών:

- Πλειοδοτικές δημοπρασίες (Αγγλικές ή Αμερικάνικες δημοπρασίες). Οι τιμές προσφοράς αυξάνουν στην διάρκεια της δημοπρασίας
- Μειοδοτικές δημοπρασίες (Ολλανδικές και Ελεύθερης πτώσης), οι τιμές προσφορών μειώνονται στην διάρκεια της δημοπρασίας

**ΕΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣΤΗΣ, ΠΟΛΛΟΙ ΠΙΘΑΝΟΙ ΠΩΛΗΤΕΣ**

- Αντίστροφες δημοπρασίες
- Καθορισμού τιμής

# ΤΥΠΟΙ ΔΗΜΟΠΡΑΣΙΩΝ (TURBAN ΚΑ, 2018):

Αγγλική δημοπρασία—δημοπρασία στην οποία ένα προϊόν πωλείται κάθε φορά και οι αγοραστές δίνουν προσφορές για ένα αντικείμενο εναλλάξ και η τιμή αυξάνεται με το χρόνο

Yankee δημοπρασία—δημοπράτηση πολλαπλών πανομοιότυπων αντικειμένων κατά την οποία οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να προσφέρουν τιμή για οποιαδήποτε ποσότητα των προσφερόμενων αντικειμένων, και η υψηλότερη προσφορά κερδίζει

Ολλανδική δημοπρασία—δημοπράτηση πολλαπλών πανομοιότυπων αντικειμένων, με τιμές που ξεκινούν από ιδιαίτερα υψηλό επίπεδο και μειώνονται καθώς περνάει ο χρόνος. Οι ενδιαφερόμενοι ορίζουν τη ποσότητα που είναι διατεθειμένοι να αγοράσουν σε συγκεκριμένη τιμή

Ελεύθερη πώση (μειούμενη τιμή)—μία διαφοροποίηση της Ολλανδικής δημοπρασίας, κατά την οποία ένα μόνο αντικείμενο δημοπρατείται τη φορά. Η τιμή ξεκινά από πολύ υψηλό επίπεδο και μειώνεται σε τακτά χρονικά διαστήματα, η προσφορά που κερδίζει είναι η χαμηλότερη όταν εξαντληθεί ο χρόνος.

# ΟΦΕΛΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΔΗΜΟΠΡΑΣΙΩΝ

## ΟΦΕΛΗ ΓΙΑ ΠΩΛΗΤΕΣ:

- Αυξημένα έσοδα από την διεύρυνση της πελατειακής τους βάσης και την μείωση του χρόνου κύκλου εργασιών. Μπορούν να πωλούν οπουδήποτε, σε όλο τον κόσμο
- Πιθανότητα διαπραγμάτευσης αντί να πωλούν σε σταθερή τιμή. Μπορούν να πωλούν οποτεδήποτε και να διεξάγουν συχνές δημοπρασίες.
- Βέλτιστη ρύθμιση της τιμής, που καθορίζεται από την αγορά (περισσότεροι αγοραστές, περισσότερες πληροφορίες)
- Οι πωλητές μπορούν να πάρουν περισσότερα χρήματα από τους πελάτες προσφέροντας είδη απευθείας (εξοικονομηση των προμηθειών προς διαμεσολαβητές. Επίσης, οι ηλεκτρονικές δημοπρασίες είναι πιο οικονομικές από τις χρεώσεις των συμβατικών δημοπρασιών).
- Μπορούν να ρευστοποιούν μεγάλες ποσότητες γρήγορα
- Βελτιωμένη σχέση και πίστη πελατών (ειδικά στην περίπτωση των εξειδικευμένων ιστοτόπων για δημοπρασίες B2B και ηλεκτρονικών ανταλλακτηρίων).



## Τα οφέλη των δημοπρασιών πλευράς πωλητή:

Παραγωγή εσόδων. Υποστηρίζουν και επεκτείνουν τις ηλεκτρονικές αλλά και τις συνολικές πωλήσεις.

Εξοικονομήσεις κόστους. Μειώνεται το κόστος πώλησης των δημοπρατημένων ειδών. Αυτές οι εξοικονομήσεις βοηθούν στην αύξηση των κερδών των πωλητών.

Αυξημένη προσκόλληση. Οι πιθανοί αγοραστές παραμένουν μέσα στον ιστότοπο περισσότερο. Άρα έχουν αυξημένη προσκόλληση = πίστη=αυξημένα έσοδα.

Πρόσκτηση και διατήρηση μελών. Τα εγγεγραμμένα μέλη μπορούν να προσκαλούν τις επιχειρηματικές τους επαφές.

# ΟΦΕΛΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΔΗΜΟΠΡΑΣΙΩΝ

## ΟΦΕΛΗ ΓΙΑ ΑΓΟΡΑΣΤΕΣ:

- Ευκαιρίες να βρουν μοναδικά αντικείμενα και συλλεκτικά είδη
- Ψυχαγωγία. Η συμμετοχή σε ηλεκτρονικές δημοπρασίες μπορεί να είναι διασκεδαστική και συναρπαστική
- Ευκολία. Οι αγοραστές μπορούν να υποβάλλουν προσφορές από οπουδήποτε, ακόμη και από το κινητό τους τηλέφωνο. Δεν χρειάζεται να ταξιδέψουν για να βρεθούν σε φυσικό δημοπρατήριο
- Ανωνυμία. Με την βοήθεια ενός τρίτου μέρους, οι αγοραστές μπορούν να μείνουν ανώνυμοι
- Πιθανότητα εύρεσης ευκαιριών τόσο για άτομα όσο και για οργανισμούς

## ΟΦΕΛΗ ΓΙΑ ΔΗΜΟΠΡΑΤΕΣ:

- Υψηλότερο ποσοστό επαναλαμβανόμενων αγορών. Η marketresearch.com βρήκε ότι ισότοποι δημοπρασιών όπως το ebay, επιτυγχάνουν υψηλότερα ποσοστά επαναλαμβανόμενων αγορών σε σχέση με κορυφαίους ιστότοπους Ηεμπορίου B2C όπως η Amazon.com
- Υψηλότερος βαθμός προσκόλλησης στον ιστότοπο ( τάση των πελατών να παραμένουν για περισσότερο χρόνο και να επανέρχονται πιο συχνά). Οι ιστότοποι δημοπρασιών συχνά έχουν μεγαλύτερο βαθμό προσκόλλησης από τους ιστότοπους σταθερής τιμής. Έτσι παράγουν περισσότερα έσοδα από διαφημίσεις για τον ηλεκτρονικό δημοπράτη.
- Εύκολη επέκταση της εμπορικής δραστηριότητας των δημοπρασιών.

**η ελάχιστη ασφάλεια**, ορισμένες δημοπρασίες C2C που διεξάγονται στο Internet δεν είναι ασφαλείς, επειδή γίνονται σε ένα μη κρυπτογραφημένο περιβάλλον (ελάχιστα προστατευμένο). Αυτό σημαίνει ότι οι αριθμοί πιστωτικών καρτών μπορούν να κλαπούν κατά τη διάρκεια της διαδικασίας πληρωμής.

**η πιθανότητα απάτης**, σε πολλές περιπτώσεις τα είδη που δημοπρατούνται είναι μοναδικά, μεταχειρισμένα ή αντίκες. Επειδή ο αγοραστής δεν μπορεί να τα δει ή να τα πιάσει, μπορεί να προμηθευτεί κάτι διαφορετικό από αυτό που είχε στο μυαλό του. Επίσης, τα προϊόντα μπορεί να είναι ελαττωματικά. Οι αγοραστές, επίσης, μπορούν να κάνουν απάτες. Δηλαδή να λαμβάνουν αγαθά και υπηρεσίες χωρίς να πληρώσουν. Για αυτό και είναι σχετικά υψηλό το ποσοστό απάτης στις ηλεκτρονικές δημοπρασίες

**η περιορισμένη συμμετοχή**. Ορισμένες δημοπρασίες είναι μόνο κατόπιν πρόσκλησης, ενώ άλλες είναι ανοικτές μόνο σε διαπραγματευτές. Η περιορισμένη συμμετοχή αποτελεί μειονέκτημα για τους πωλητές, οι οποίοι συνήθως ωφελούνται, αν υπάρχει μεγάλος αριθμός πιθανών αγοραστών. Οι αγοραστές επίσης, μπορεί να μην είναι ικανοποιημένοι αν δεν τους επιτρέπεται να συμμετάσχουν.

# ΑΝΤΙΣΤΡΟΦΕΣ ΔΗΜΟΠΡΑΣΙΕΣ ΣΕ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ ΠΛΕΥΡΑΣ ΑΓΟΡΑΣΤΗ

Αντίστροφη δημοπρασία (reverse auction)

---

Πρόσκληση για υποβολή προσφοράς (request for quote, RFQ)

Μια από τις κύριες μεθόδους της ηλεκτρονικής προμήθειας είναι οι αντίστροφες δημοπρασίες. Μια αντίστροφη δημοπρασία είναι μια διεργασία κατά την οποία πολλοί πωλητές (προμηθευτές) ανταγωνίζονται για να εκπληρώσουν παραγγελίες που ζητούνται από έναν αγοραστή. Μια αντίστροφη δημοπρασία είναι ένα σύστημα υποβολής προσφορών, με βάση το οποίο οι προμηθευτές προσκαλούνται να υποβάλλουν προσφορές για την εκπλήρωση μιας παραγγελίας και ο μειοδότης κερδίζει. Στο B2B ο αγοραστής μπορεί να εκινήσει μια ηλεκτρονική αγορά στον εξυπηρετητή του (στον ιστότοπο της εταιρείας του) ή στον ιστότοπο ενός τρίτου και να προσκαλέσει πιθανούς προμηθευτές να υποβάλλουν προσφορά για τα είδη που χρειάζεται ο αγοραστής.

Συχνότερα τις επιλέγουν οι κυβερνήσεις και οι μεγάλες εταιρείες επειδή τους παρέχει εξοικονόμηση, αφού συμμετέχουν περισσότεροι προμηθευτές σε μια πιο ανταγωνιστική διεργασία.

# Τα οφέλη των αντίστροφων δημοπρασιών:

1. Χαμηλότερο κόστος αγοραζόμενων ειδών
2. Μείωση του διαχειριστικού κόστους προμήθειας
3. Μείωση της διαφθοράς και των δωροδοκιών
4. Μείωση του χρόνου παραλαβής αγαθών( ο προμηθευτής έχει τη δυνατότητα να παράγει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες ταχύτερα)

## Τα οφέλη για τους προμηθευτές:

1. Μείωση χρόνου που απαιτείται για εύρεση πελατών
2. Μείωση κόστους διαχείρισης
3. Μείωση χρόνου που απαιτείται από τους διευθυντές να διεξάγουν δημοπρασίες με το χέρι

## Ηλεκτρονικά κοινωνικά Δίκτυα και Ιστότοποι κοινωνικών δικτύων

- Κοινωνικό δίκτυο είναι μια εταιρεία, όπως το Facebook που παρέχει δωρεάν χώρο στο Web και εργαλεία για τα μέλη της κοινότητας του ώστε να δημιουργούν προφίλ, να αλληλεπιδρούν, να μοιράζονται πράγματα, να συνδέονται και να δημιουργούν και να εκδίδουν περιεχόμενο.
- Εμφανίζονται σε διάφορες μορφές.
- Το μέγεθος τους αυξάνει ταχέως. Για παράδειγμα στα τέλη του 2013 το Pinterest είχε 70 εκ. μέλη τώρα έχουν τριπλασιαστεί. Η τυπική ετήσια αύξηση είναι ενός επιτυχημένου ιστότοπου είναι 40%-50% τα πρώτα χρό.νια της λειτουργίας του

### ΚΑΙΝΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΚΑΙ ΠΛΑΤΦΟΡΜΕΣ ΓΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΔΙΚΤΥΩΣΗ:

- Snapchat
- Whatsapp
- Ortsbo.com
- Drois Translator
- Tagged.com
- Viber.com
- Instagram
- Hshtags.com

# Οι ιστότοποι κοινωνικών δικτύων παρέχουν πολλές δυνατότητες και υπηρεσίες όπως:

- Οι χρήστες μπορούν να δημιουργήσουν μια ιστοσελίδα, όπου παρουσιάζουν τα προφίλ του στο κοινό
- Οι χρήστες μπορούν να δημιουργούν ένα κύκλο φίλων, οι οποίοι συνδέονται μεταξύ τους.
- Ο ιστότοπος παρέχει φόρα συζητήσεων ανά θέμα ή ομάδα
- Υποστηρίζονται προβολή και διαμοιρασμός φωτογραφιών, βίντεο και εγγράφων
- Μπορούν να χρησιμοποιηθούν wikis, για από κοινού δημιουργία εγγράφων
- Αυτοί οι ιστότοποι παρέχουν δυνατότητες email και ανταλλαγής άμεσων μηνυμάτων στα μέλη
- Μπορούν να διατίθενται ειδικοί ώστε να απαντούν σε ερωτήματα των μελών.
- Οι καταναλωτές μπορούν να αξιολογούν και να σχολιάζουν προϊόντα και υπηρεσίες
- Μπορεί να διατίθενται ηλεκτρονική ψηφοφορία για δημοσκόπηση των απόψεων των μελών
- Ο ιστότοπος μπορεί να παρέχει ένα ηλεκτρονικό ενημερωτικό δελτίο
- Ο ιστότοπος υποστηρίζει συνομιλίες σε διασκέψεις, συνδυασμένες με διαμοιρασμό εγγράφων και εικόνων.
- Διατίθενται υπηρεσίες μηνυμάτων και πινάκων ανακοινώσεων για ανάρτηση πληροφοριών σε ομάδες και σε άτομα, που είναι μέλη του ιστότοπου
- Ο ιστότοπος παρέχει χώρο αποθήκευσης για περιεχόμενο που περιλαμβάνει φωτογραφίες, βίντεο και μουσική
- Οι χρήστες μπορούν να τοποθετούν σελιδοδείκτες σε περιεχόμενο που δημιουργούν οι ίδιοι
- Οι χρήστες μπορούν να βρίσκουν άλλα δίκτυα, φίλους και θέματα ενδιαφέροντος



# Τα κοινωνικά δίκτυα:

- ◉ Ενθαρρύνουν τους καταναλωτές να αξιολογούν και να σχολιάζουν προϊόντα και υπηρεσίες
- ◉ Να επιτρέπει σε καταναλωτές να δημιουργούν τις δικές τους θεματικές περιοχές και να δημιουργούν κοινότητες φόρα για κοινά ενδιαφέροντα, που πιθανώς σχετίζονται με προϊόντα μιας εταιρείας
- ◉ Να προσλαμβάνει ιστολόγους (bloggers) ή επιμελητές, οι οποίοι μπορούν να καθοδηγήσουν συζητήσεις για να λαμβάνουν ανάδραση από πελάτες.
- ◉ Να παρέχει κίνητρα όπως σουιπστέικ και διαγωνισμούς για πελάτες, ώστε να τους εμπλέκει σε εκστρατείες σχεδίασης μάρκετινγκ νέων προϊόντων και υπηρεσιών.
- ◉ Να ενθαρρύνει την παραγωγή βίντεο από χρήστες για προϊόντα ή υπηρεσίες και να προσφέρει βραβεία για βίντεο διαφημίσεων που κερδίζουν
- ◉ Να παρέχει ενδιαφέρουσες ιστορίες σε ηλεκτρονικά ενημερωτικά δελτία

# Κοινωνική υπολογιστική

## Social Computing

Αναφέρεται σε ένα υπολογιστικό σύστημα, που περιλαμβάνει κοινωνικές διαδράσεις και συμπεριφορές. Επιτελείται με ένα σύνολο εργαλείων, τα οποία περιλαμβάνουν τα ιστολόγια (blogs), τα wikis, τις υπηρεσίες κοινωνικών δικτύων κι άλλα εργαλεία κοινωνικού λογισμικού και κοινωνικές αγορές. Ενώ τα παραδοσιακά υπολογιστικά συστήματα επικεντρώνονται στις επιχειρησιακές διεργασίες και στην μείωση του κόστους και στην αύξηση της παραγωγικότητας, η κοινωνική υπολογιστική επικεντρώνεται στη βελτίωση της συνεργασίας και της διάδρασης ανάμεσα σε ανθρώπους και σε περιεχόμενο που παράγεται από χρήστες. Στην κοινωνική υπολογιστική και στο κοινωνικό εμπόριο οι άνθρωποι συνεργάζονται επάνω στο ίντερνετ, συμβουλεύονται ειδικούς και εντοπίζουν αγαθά που συνιστώνται από φίλους τους.

Παράδειγμα: Tripadvisor

# WEB 2.0.

Είναι η δεύτερη γενιά εργαλείων που βασίζονται στο internet και επιτρέπει στους χρήστες να παράγουν περιεχόμενο, να μοιράζονται μέσα και να επικοινωνούν και να συνεργάζονται με καινοτόμους τρόπους. Το διαδίκτυο και ειδικότερα οι εφαρμογές της κοινωνικής δικτύωσης επέτρεψαν το μοντέλο μαζικής επικοινωνίας «πολλοί προς πολλούς». Η Wikipedia αποτελεί ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα του Web 2.0. Ο καθένας μπορεί να έχει πρόσβαση στην πλατφόρμα, να συμβάλει στο περιεχόμενο και να ελέγξει το υπάρχον περιεχόμενο στην πλατφόρμα μέσω του λογισμικού Wiki. Όσο η Wikipedia συγκεντρώνει όλο και περισσότερα δεδομένα, τόσο περισσότερο οι χρήστες συμβάλλουν σε αυτήν την προσπάθεια με ταυτόχρονη αύξηση της χρήσης για αναζήτηση πληροφοριών.

# Επιχειρησιακά μοντέλα ηλεκτρονικού λιανεμπορίου

- ◉ Απευθείας πωλήσεις Direct Marketing
  - Πωλήσεις Online χωρίς φυσικά καταστήματα
- ◉ Απευθείας πωλήσεις από κατασκευαστές και κατασκευή κατά παραγγελία
  - Κατασκευαστές πωλούν απευθείας σε πελάτες
- ◉ Εικονικοί Αμιγείς Ηλ. Λιανέμποροι
  - Απευθείας πωλήσεις σε καταναλωτές χωρίς φυσικό κατάστημα πχ Amazon
- ◉ Λιανέμποροι μερικού ΗΕ
  - Το πιο διαδεδομένο μοντέλο ΗΕ που ανταγωνίζεται αμιγείς ηλ. λιανεμπόρους
- ◉ Λιανικό Εμπόριο σε Ηλ. Εμπορικά Κέντρα
  - Κατάλογοι παραπομπής
  - Εμπορικά κέντρα με υπηρεσίες κοινής χρήσης
- ◉ Πολυκαναλικό μοντέλο
  - Η εταιρεία πουλά σε πολλαπλά κανάλια ταυτόχρονα

# ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΗΛ. ΕΜΠΟΡΙΟΥ

## ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟΙ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ

Ανάγκη για παγκόσμια αποδεκτά πρότυπα σε θέματα ποιότητας, ασφάλειας και αξιοπιστίας

Ανεπαρκές εύρος ζώνης τηλεπικοινωνιών

Τα εργαλεία ανάπτυξης λογισμικού είναι υπό ανάπτυξη

Δυσκολίες ολοκλήρωσης του ίντερνετ και του λογισμικού ΗΕ με ορισμένες εφαρμογές ή και βάσεις δεδομένων

Ακριβή προσπέλαση στο ίντερνετ

Η ικανοποίηση παραγγελιών για B2C μεγάλης κλίμακας απαιτεί ειδικές αυτοματοποιημένες αποθήκες

# Περιορισμοί ηλ. Εμπορίου

## Μη τεχνολογικοί περιορισμοί

τα προβλήματα ασφάλειας και διασφάλισης απορρήτου αποτρέπουν τους χρήστες από αγορές  
Έλλειψη εμπιστοσύνης στους πωλητές, στους υπολογιστές και στις απρόσωπες συναλλαγές

Αντίσταση στην αλλαγή

Πολλά νομικά θέματα και θέματα δημόσιας πολιτικής, περιλαμβανομένης και της φορολόγησης, δεν έχουν επιλυθεί ακόμα

Εθνικές και διεθνείς κυβερνητικές ρυθμίσεις που δυσκολεύουν τις συναλλαγές

Δυσκολία μέτρησης οφελών του ΗΕ

Δεν υπάρχουν αρκετοί πελάτες. Υπάρχει έλλειψη συνεργασίας στην εφοδιαστική αλυσίδα

# ΚΥΡΙΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΗΕ

---

Παρουσία και ανακάλυψη, Εύρεση πληροφοριών, σύγκριση, ανάλυση

Διαπραγμάτευση, Αγορά, πώληση, ανταλλαγή

Επικοινωνία, συνεργασία, εκμάθηση

Ψυχαγωγία

Βελτίωση της απόδοσης

Άλλες δραστηριότητες, πρόσληψη, εξυπηρέτηση πελατών.

# ΚΥΡΙΟΙ ΜΗΧΑΝΙΣΜΟΙ ΗΕ

---

Ηλεκτρονικές Αγορές

Μετωπικά καταστήματα, Εμπορικά κέντρα, Δικτυακές πύλες

Ηλεκτρονικοί κατάλογοι, μηχανές αναζήτησης, καλάθια αγορών, κατάλογοι, ηλεκτρονικοί χάρτες

Ηλεκτρονικές δημοπρασίες

Εργαλεία Web 2.0. Υπηρεσίες κοινωνικών δικτύων.

Εικονικοί κόσμοι

Πληρωμές, επεξεργασία παραγγελιών, ασφάλεια και υποστήριξη



# ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

- ✓ Χαμηλότερο κόστος προϊόντος, με επακόλουθο την αύξηση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος
- ✓ Προσέγγιση περισσότερων πελατών, πολλοί από τους οποίους βρίσκονται εκτός της περιοχής του προμηθευτή
- ✓ Αλλαγή τιμών και καταλόγων γρήγορα, περιλαμβάνοντας και οπτική παρουσίαση
- ✓ Χαμηλότερο κόστος εφοδιαστικής αλυσίδας
- ✓ Παροχή σε πελάτες μιας πληθώρας πληροφοριών ηλεκτρονικά, ως μια επιλογή αυτοεξυπηρέτησης, εξοικονομώντας έτσι κόστος εξυπηρέτησης πελατών
- ✓ Γρήγορη αντίδραση σε ανάγκες των πελατών, σε παράπονα, σε εκτιμήσεις κοκ
- ✓ Παροχή εξειδίκευσης προϊόντων και υπηρεσιών, αυτοδιαμόρφωση και εξατομίκευση φροντίδας πελατών
- ✓ Δυνατότητα σε μικρές εταιρείες να ανταγωνίζονται με μεγαλύτερες εταιρείες.
- ✓ Καλύτερη κατανόηση των πελατών και αλληλεπίδραση με αυτούς
- ✓ Πώληση εξειδικευμένων ειδών σε όλη τη χώρα ή και σε όλο τον κόσμο
- ✓ Εμπλοκή πελατών σε ενδιαφέρουσες δραστηριότητες αναζητήσεων, συγκρίσεων και συζητήσεων
- ✓ Επαφή με πελάτες που δεν μπορούν να προσεγγιστούν με παραδοσιακές μεθόδους επικοινωνίας

# Φυσικό έναντι Ηλεκτρονικού Λιανικού Εμπορίου

ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ	ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΙΟ	ΗΛΕΚΤΡ. ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΙΟ
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Αύξηση Όγκου Πωλήσεων</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Επέκταση θέσεων, καταστημάτων και χώρου</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Έξοδος από την κανονική του περιοχή , ακόμη και σε όλο τον κόσμο για την εύρεση πελατών</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Περισσότεροι επισκέπτες αλλά λιγότερα έσοδα</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Επέκταση της προσπάθειας μάρκετινγκ ώστε να μετατραπούν οι θεατές της βιτρίνας σε πραγματικούς αγοραστές</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Επέκταση της προσπάθειας μάρκετινγκ, ώστε να μετατραπούν οι θεατές της οθόνης σε πραγματικούς αγοραστές</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Χρήση της τεχνολογίας</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Τεχνολογίες αυτοματοποίησης πωλήσεων, όπως συστήματα σημείων πωλήσεων, δυνατότητα αυτόματης πληρωμής, κιόσκια πληροφοριών</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Συστήματα παραγγελιών, πληρωμών και εκπλήρωσης παραγγελιών-Συγκρίσεις και μαρτυρίες πελατών- Άμεση παράδοση ψηφιακών προϊόντων</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Σχέσεις με πελάτες και διαχείριση παραπόνων</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Σταθερές επαφές πρόσωπο με πρόσωπο</li> <li>• Ανεκτικότητα στις διενέξεις, λόγω των επαφών πρόσωπο με πρόσωπο</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ανώνυμες επαφές, λιγότερη ευστάθεια – καλύτερη απόκριση σε παράπονα, λόγω πιθανής αρνητικής δημοσιότητας μέσω πλατφόρμων κοινωνικών μέσων.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ανταγωνισμός</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Τοπικός ανταγωνισμός - Λιγότεροι ανταγωνιστές</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Περισσότεροι ανταγωνιστές – Έντονος ανταγωνισμός λόγω των συγκρίσεων και των μειώσεων τιμών - Παγκόσμιος ανταγωνισμός</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Πελατειακή βάση</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Τοπικοί πελάτες – Έλειψη ανωνυμίας – Μεγάλη, αυξημένη πίστη πελατών</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Πελάτες σε ευρεία περιοχή – ανωνυμία, τις περισσότερες φορές – Ευκολία εναλλαγής επωνυμιών</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Κόστος εφοδιαστικής αλυσίδας</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Υψηλό κόστος, διακοπές</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Χαμηλότερο κόστος και αποδοτικότερη εφοδιαστική αλυσίδα</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Εξειδίκευση και εξατομίκευση</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ακριβή και αργή – όχι πολύ δημοφιλής</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ταχεία, αποδοτικότερη – δημοφιλής</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Αλλαγή τιμών</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ακριβή και αργή</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Φθηνή, μπορεί να γίνει ανά πάσα στιγμή</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Προσαρμοστικότητα στις τάσεις της αγοράς</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Αργή</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ταχεία</li> </ul>

# ΤΟ ΝΕΟ ΠΡΟΣΩΠΟ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ: ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΟΙ ΈΝΑΝΤΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΩΝ

Κύριες μεταβλητές των ηλεκτρονικών αγοραστών που επηρεάζουν τον ανταγωνισμό και φέρνουν αλλαγές στην προσφορά και ζήτηση:

- Κόστος αναζήτησης για τους πελάτες
- Χρόνος Παράδοσης
- Κόστος διανομής
- Διαφορές Φορολογίας
- Τιμή
- Διαθέσιμες πληροφορίες σε αγοραστές
- Άλλοι παράγοντες που επηρεάζουν τον ανταγωνισμό πχ χαρακτηριστικά αγοραστών, πωλητών, κανάλια διανομής κτλ

# Η επιτυχία των μικρών ηλ. Λιανεμπόρων βασίζεται στα εξής:

Εξειδικευμένες αγορές. Προϊόντα που δεν μπορούν να παραχθούν μαζικά.

Ταχύτερη παράδοση από την Amazon. Ειδικά διανεμόμενα προϊόντα σε τοπικές αγορές είναι ιδανικά για μικρές επιχειρήσεις

Προστασία απορρήτου

Επικέντρωση σε τοπικές αγορές

Παροχή εξαιρετης εξυπηρέτησης πελατών

Οι τιμές πρέπει να είναι ανταγωνιστικές

Διατηρώντας την φήμη τους χρησιμοποιώντας στρατηγικές είτε αμιγούς ΗΕ, είτε μερικού , είτε παραδοσιακού εμπορίου

## ΟΦΕΛΗ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΑΓΟΡΑΣΤΕΣ

- Πληρώνουν λιγότερο από ότι στα παραδοσιακά ή ακόμη και τα εκπτώτικα καταστήματα
- Βρίσκουν προϊόντα/υπηρεσίες, που δεν διατίθενται σε τοπικά καταστήματα
- Αγοράζουν από όλο τον κόσμο: συγκρίνουν τιμές και υπηρεσίες
- Κάνουν αγορές όποτε θέλουν και από όπου θέλουν
- Θεωρούν άχρηστο να πάνε στο κατάστημα και να ξοδέψουν χρόνο και βενζίνη και να πιέζονται από πωλητές
- Δημιουργούν τα δικά τους σχέδια και προϊόντα
- Βρίσκουν συλλεκτικά είδη
- Αγοράζουν σε ομάδες : μαζί με φίλους και εμπλέκονται σε κοινωνικές αγορές