

ΔΕΟ 45

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ ΚΑΙ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΓΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

ΑΚ. ΕΤΟΣ 2022-2023

Ενδεικτική
Απάντηση
1ης ΓΡΑΠΤΗΣ
ΕΡΓΑΣΙΑΣ



Eclass4U

The best Choice for you

210 5711484, 6970 401981
grammateia.eclass4u@gmail.com

1η ΓΡΑΠΤΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΔΕΟ 45

ΑΠΟΤΕΛΕΙ ΠΡΟΤΥΠΟ ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΗΣ ΑΠΑΝΤΗΣΗΣ- ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΤΕ ΤΗ ΔΙΚΗ ΣΑΣ ΜΕ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΥΦΟΣ ΚΑΙ ΚΡΙΣΗ- Η ΛΟΓΟΚΛΟΠΗ ΤΙΜΩΡΕΙΤΑΙ ΑΠΟ ΤΟ ΕΑΠ

Εισαγωγή

Επικοινωνήστε με τον καθηγητή ΣΕΠ σας και επιβεβαιώστε ότι επιθυμεί να προσθέσετε εισαγωγή στην εργασία σας. Δεν θέλουν όλοι οι καθηγητές εισαγωγή. Ωστόσο, ανά επιλέξετε να την γράψετε, φροντίστε να συμπεριλάβετε σε αυτήν μια σύνοψη των θεμάτων που θα σας απασχολήσουν.

Στην εισαγωγή γράφετε σε μια παράγραφο (150-200 λέξεων), περιληπτικά το αντικείμενο που πραγματεύεται η παρούσα εργασία και αναφέρεται το σκοπό εκπόνησης αυτής της εργασίας.

ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ!! Είναι προτιμότερο την εισαγωγή να την συντάσσετε στο τέλος, διότι έτσι θα έχετε μια ολιστική σφαιρική εικόνα για τον τρόπο που προσεγγίσατε τις απαντήσεις των θεμάτων της εργασίας, και θα είναι ευκολότερο να αποδώσετε περιληπτικά το αντικείμενο και το σκοπό της εργασίας. Ωστόσο, μπορείτε να τεκμηριώσετε την άποψή σας στην εισαγωγή και με μια ή δύο βιβλιογραφικές πηγές που θα αναφέρονται γενικά στο συνολικό θέμα της εργασίας.

ΑΠΟΤΕΛΕΙ ΠΡΟΤΥΠΟ ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΗΣ ΑΠΑΝΤΗΣΗΣ- ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΤΕ ΤΗ ΔΙΚΗ ΣΑΣ ΜΕ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΥΦΟΣ ΚΑΙ ΚΡΙΣΗ- Η ΛΟΓΟΚΛΟΠΗ ΤΙΜΩΡΕΙΤΑΙ ΑΠΟ ΤΟ ΕΑΠ

ΘΕΜΑ 1ο

Στο επίκεντρο της ανάπτυξης του επιχειρηματικού μοντέλου μιας επιχείρησης είναι ο προσδιορισμός του τρόπου με τον οποίο μια επιχείρηση λειτουργεί και προσφέρει αξία στους πελάτες της.

Ερώτηση: (A) Έχοντας διαβάσει την Ενότητα 1.6 του βιβλίου, περιγράψτε το επιχειρηματικό μοντέλο της εταιρείας **FREE NOW** (<https://www.free-now.com/>) και πιο συγκεκριμένα τα ακόλουθα:

- **Πρόταση αξίας:** Ειδικότερα, ποιες ανάγκες κάθε πελατειακής ομάδας ικανοποιούνται; Τι αξία παρέχεται σε κάθε πελατειακή ομάδα;
- **Πελάτες (Κοινά - στόχοι):** Ειδικότερα, για ποιες πελατειακές ομάδες δημιουργείται αξία; Ποιοι είναι οι πιο σημαντικοί πελάτες της επιχείρησης;
- **Κανάλια - σημεία επαφής με τους πελάτες:** Ειδικότερα, μέσω ποιων καναλιών επιθυμούν οι πελάτες της επιχείρησης να την προσεγγίσουν;
- **Εισροές (μοντέλα) εσόδων:** Ειδικότερα, τι αγοράζουν και πως πληρώνουν οι πελάτες;

(B) Καταγράψτε τις βασικές ανταγωνιστικές εφαρμογές που προσφέρουν υπηρεσίες μετακινήσεων στην πόλη, όπως η **FREE NOW**. (Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε και ιστοσελίδες όπως το <https://www.similarweb.com/> για πιο γρήγορη και εύκολη χαρτογράφηση του ανταγωνισμού, παραθέτοντας παράλληλα και κάποια σύντομα σχόλια ανά ανταγωνιστική εφαρμογή).

A) Περιγραφή επιχειρηματικού μοντέλου της Free Now

- 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

Ένα επιχειρηματικό μοντέλο παραθέτει (Turban κα, 2020, σελ. 57):

- ◎ 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
- ⊙ Αναμενόμενες οργανωσιακές αλλαγές στην επιχείρησης και τυχόν αντίσταση στην αλλαγή
- ⊙ Περιγραφή των αναμενόμενων εσόδων, του εκτιμώμενου κόστους, των πηγών χρηματοδότησης και της οικονομικής βιωσιμότητας.

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΜΟΝΤΕΛΑ ΗΕ:

Υπάρχουν πολλοί τύποι επιχειρηματικών μοντέλων ΗΕ. Τα πέντε πιο συνηθισμένα μοντέλα είναι (Turban κα, 2020, σελ. 59-60):

1. Διαδικτυακό άμεσο μάρκετινγκ
2. Ηλεκτρονικά συστήματα προσφορών
3. Ηλεκτρονικές αγορές και ανταλλακτήρια
4. Διαφήμιση και μάρκετινγκ ταχείας εξάπλωσης (Ιογενές – viral) μάρκετινγκ
5. Ομαδικές αγορές

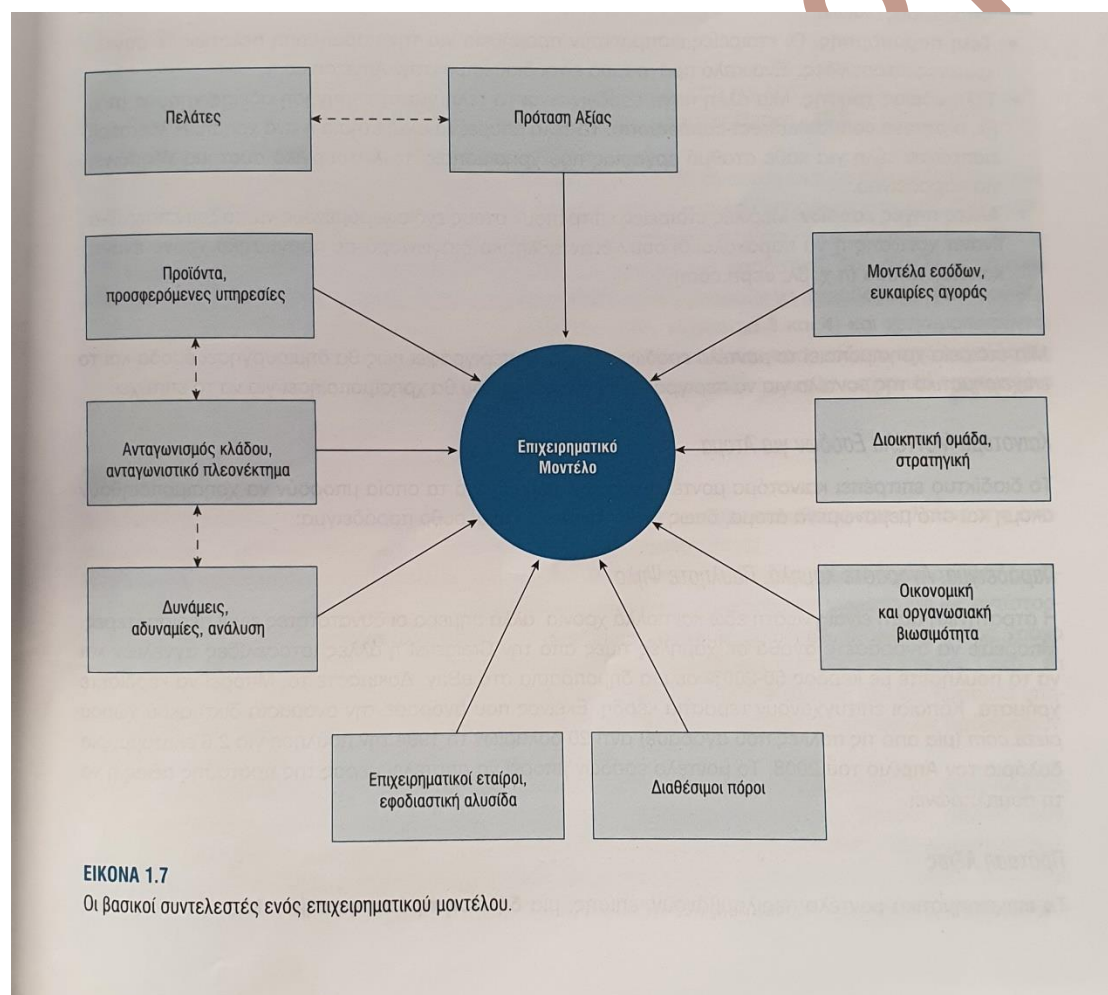
Ταξινόμηση επιχειρηματικών Μοντέλων στο ΗΕ (Turban κα, 2020, σελ. 60):

1. **Μεσιτεία.** Διαμορφωτές της αγοράς που χρεώνουν προμήθεια για τις υπηρεσίες τους
2. **Διαφήμιση.** Ιστότοποι που παρέχουν περιεχόμενο και χρεώνουν διαφημιστές για σχετικές διαφημίσεις
3. **Διαμεσολαβητές πληροφοριών.** Παρέχουν πληροφορίες και υποδομή, που βοηθούν τους αγοραστές και τους πωλητές και χρεώνουν για τις υπηρεσίες τους.
4. **Έμπορος .** Έμποροι λιανικής ή χονδρικής

5. **Άμεσο Μοντέλο απευθείας πώλησης.** Πώληση χωρίς διαμεσολαβητές
6. **Συνεργαζόμενος.** Πληρωμή προς ιδιοκτήτες ιστοτόπων, ώστε να τοποθετηθούν διαφημιστικές αφίσες
7. **Κοινότητα.** Μοντέλο που βασίζεται σε κοινωνικά μέσα, το οποίο χρησιμοποιεί εργαλεία του web 2.0. και κοινωνικά δίκτυα

Ουσιαστικά, ένα επιχειρηματικό μοντέλο περιγράφει την ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ της επιχείρησης για τα παρεχόμενα εμπορεύματα ή προϊόντα, για τον τρόπο διάχυσης της πληροφόρησης και την δόμηση των υπηρεσιών που παρέχονται στον πελάτη.

Ένα ολοκληρωμένο επιχειρηματικό μοντέλο μπορεί να περιλαμβάνει μερικά από τα ακόλουθα στοιχεία ((Turban κα, 2020, βλ. Εικόνα 1.7, σελ. 57):



Η Free Now αποτελεί την εξέλιξη της εταιρείας Taxibeat η οποία είχε μετονομαστεί σε Beat και είχε εξαγοραστεί από τη θυγατρική της γερμανικής Daimler, My Taxi, που μετονομάστηκε τον Ιούλιο του 2019 σε Free Now. Από την ένταξή της στην ομπρέλα της Daimler (μετονομασθείσας από την 1η

Φεβρουαρίου 2022 σε Mercedes Benz), η Beat ακολουθούσε σχεδόν αυτόνομη πορεία στην Ελλάδα και τη Λατινική Αμερική. Αυτό άλλαξε ύστερα από τη μετονομασία της σε Free Now, η οποία θα λειτουργεί σε περισσότερες από 150 πόλεις σε όλη την Ευρώπη, με την Beat να παραμένει ενεργή μόνο στη Λατινική Αμερική. Η μετονομασία σε Free Now, σύμφωνα με την εταιρεία, ενισχύει τις αποδόσεις και για τους οδηγούς, που θα είναι σε θέση να εξυπηρετούν τουρίστες από όλη την Ευρώπη, επειδή οι τελευταίοι δεν θα χρειάζεται να εγκαταστήσουν τη μέχρι πρότινος τοπική εφαρμογή – την Beat (Καθημερινή, 2022).

Η αλλαγή επωνυμίας της Beat σε Free Now συνοδεύεται και με δύο ακόμη κινήσεις. Πρώτον, οι χρήστες σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη θα έχουν τη **δυνατότητα να επιλέξουν μεταξύ τριών τύπων στόλου**: το «ταξί», με τον αριθμό των εγγεγραμμένων αυτοκινητιστών στην πλατφόρμα να διαμορφώνεται σε 8.000, από τους οποίους υπολογίζεται ότι οι 6.000 είναι ενεργοί. Το «comfort ταξί», που αντιστοιχεί σε στόλο οχημάτων με νεότερη ηλικία έως και 5 χρόνων, έχει ως προϋπόθεση την πληρωμή με ηλεκτρονικά μέσα και αποσκοπεί στη διασφάλιση μεγαλύτερης άνεσης. Και το «eco ταξί», που θα αντιπροσωπεύει στόλο ηλεκτροκίνητων και υβριδικών αυτοκινήτων, διαθέσιμο στο κέντρο της Αθήνας και σε πολλά σημεία του Δήμου Θεσσαλονίκης (Καθημερινή, 2022).

Η δεύτερη καινούργια βασική λειτουργία της Free Now ενσωματώνει τις **υπηρεσίες του παρόχου μικροκινητικότητας Ride Now, επιτρέποντας τη δυνατότητα κράτησης ηλεκτρικών ποδηλάτων (e-Bikes)**, με την εταιρεία να σχεδιάζει, αρχικά, την ανάπτυξη στόλου 100 δικύκλων. Η κίνηση αυτή γίνεται στο πρότυπο της αντίστοιχης στρατηγικής που υιοθετεί η Free Now πανευρωπαϊκά, προσφέροντας τη δυνατότητα μίσθωσης ηλεκτρικών ποδηλάτων (Καθημερινή, 2022).

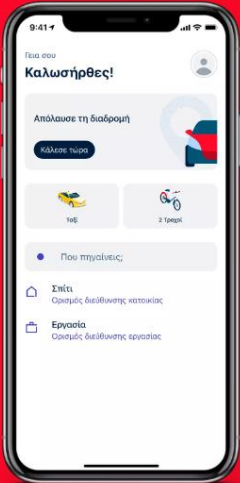
Πριν από μερικούς μήνες η πρώην Beat είχε προχωρήσει στην επιβολή κόστους προμίσθωσης ύψους 2 ευρώ για άμεσες και προγραμματισμένες διαδρομές, που μειώθηκε μετά την αύξηση των κομίστρων ταξί σε 1,20 ευρώ. Η υιοθέτηση της επιπλέον αυτής χρέωσης, κατά τους επικεφαλής της εταιρείας, δεν επηρέασε τη ζήτηση, ενώ πλέον «9 στους 10 που αναζητούν υπηρεσίες μετακίνησης μέσω ταξί εξυπηρετούνται». Επίσης, παρά την επιπλέον χρέωση καταγράφηκε αύξηση των διαδρομών και των εσόδων, εξέλιξη που σχετίζεται και με τον μεγάλο φέτος αριθμό τουριστικών αφίξεων (Καθημερινή, 2022).

Το επιχειρηματικό μοντέλο της Free Now

Το FREE NOW ενσωματώνει διάφορα brand μετακίνησης καθώς και υπηρεσίες πληρωμών, ώστε οι χρήστες να μπορούν να καλέσουν το πλησιέστερο ταξί, να κάνουν ride-hailing ή car sharing, και να πειραματιστούν με λύσεις μικροκινητικότητας οδηγώντας eScooters, eMopeds και eBikes (<https://www.free-now.com>, 2022).

Η **Free Now** είναι μια εφαρμογή που ενώνει αγοραστές – πελάτες και πωλητές – ταξί, αποτελεί δηλαδή ένα **διαμεσολαβητή** (πληροφοριών – υπηρεσιών). Ως μεσάζοντας ασχολείται με τη συγκέντρωση πληροφοριών και τη διευκόλυνση των πωλητών (εν προκειμένω, των οδηγών ταξί) και των αγοραστών να έρθουν σε επαφή. Το μοντέλο του μεσάζοντα, είναι μία αμιγώς ηλεκτρονική επιχείρηση πληροφοριών σχετικά με πωλητές και αγοραστές. Η υπηρεσία της εταιρίας που είναι καθαρά ηλεκτρονική, κάτι που συνεπάγεται πλήρη εξάρτηση από τις δικτυακές τεχνολογικές υποδομές και τα πληροφοριακά συστήματα που διαθέτει.

Επίσης, μέσω της Free Now οι πελάτες μπορούν να νοικιάζουν και ηλεκτρικό ποδήλατο στην Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη, καθώς και σε πολλές άλλες Ευρωπαϊκές πόλεις (free Now, 2022).



Γνώρισε το super app μετακίνησης

Με το FREE NOW έχεις περισσότερες επιλογές μετακίνησης σε μία εφαρμογή. Θες να μετακινηθείς με ταξί; Θες διάφορες επιλογές με βάση τις ανάγκες σου; Θες να δοκιμάσεις την εμπειρία σε 2 τροχούς με ηλεκτρικό ποδήλατο; Το FREE NOW σου δίνει τη δυνατότητα να διαλέξεις. Σε ενδιαφέρει; Κατέβασε τώρα το app και μετακινήσου όπως θες.

Κάνε διαδρομή τώρα

1 - το Free Now app

Λειτουργίες ενός επιχειρηματικού μοντέλου (Turban, κα, 2020, σελ. 59):

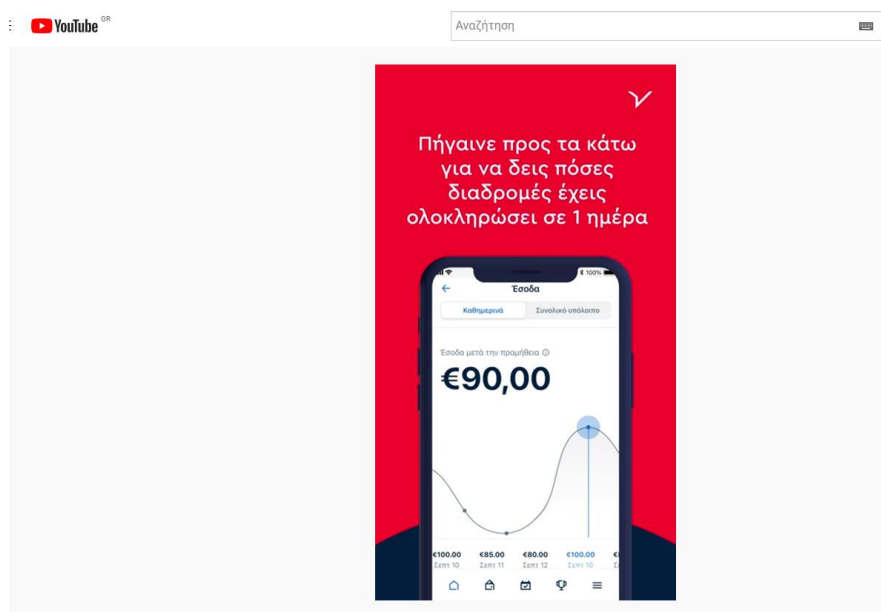
- Ⓞ **Περιγραφή της εφοδιαστικής αλυσίδας και της αλυσίδας οικ. Οφέλους / αλυσίδας αξίας.** Το Free Now είναι ένας διαμεσολαβητής υπηρεσιών μετακίνησης. Φέρνει σε επαφή οδηγούς ταξί ή ηλεκτρικά ποδήλατα με πελάτες που επιθυμούν μετακινήσεις είτε με ταξί ή με

ηλεκτρικό ποδήλατο, σε περισσότερες από 100 πόλεις, μέσα από την εφαρμογή που μπορούν οι χρήστες να κατεβάσουν στο κινητό τους. Οι χρήστες-πελάτες της εφαρμογής είναι οι αγοραστές, που επιθυμούν να μετακινηθούν στην πόλη με ταξί ή ποδήλατο καθώς και οι πωλητές – οδηγοί ταξί, που έχουν πρόσβαση σε περισσότερους πελάτες, μέσω της εφαρμογής.

Τα ηλεκτρικά ποδήλατα διατίθενται σε συνεργασία με την RideMovi που έχει παρουσία σε 17 πόλεις της Ευρώπης. Οι πελάτες μπορούν να νοικιάσουν ένα ποδήλατο μέσα από το FREE NOW app σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη (<https://www.free-now.com/gr/epibatis/ebike/>).

- ◎ **Διατύπωση της ανταγωνιστικής στρατηγικής του εγχειρήματος και των μακροχρόνιων σχεδίων της.** Να μετατρέψει σε έξυπνη πόλη τις συνεργαζόμενες πόλεις της μέσω της τεχνολογίας και της εξυπηρέτησης πελατών και να παρέχει αξιόπιστες λύσεις για γρήγορη, ασφαλή και υψηλής ποιότητας μετακίνηση στον χρήστη ώστε να εξελίσσεται συνεχώς και να αποτελεί εταιρεία πρότυπο στο είδος της.
- ◎ **Παρουσίαση της πρότασης αξίας για τον πελάτη.** Η Free Now επιδιώκει να εξυπηρετήσει τους πελάτες της να βρουν γρήγορα και εύκολα ταξί για τις μετακινήσεις τους και να επιτρέψει και στους οδηγούς να βρουν πελάτες μέσα από ένα δίκαιο σύστημα.
 - ◎ Οι **πελάτες** δεν περιμένουν πολύ για να βρουν ταξί αφού η πλατφόρμα εντοπίζει τα κοντινά σε αυτούς ταξί. Επίσης, υπάρχουν προωθητικές ενέργειες και προσφορές κατά διαστήματα, από τα οποία επωφελούνται οι πελάτες. Επίσης, συνεργάζονται με την Google maps για καλύτερη πλοήγηση και την εύρεση της πιο κοντινής διαδρομής. Για τους **οδηγούς**, αποτελεί ένα έξτρα εισόδημα και έχουν πρόσβαση σε μεγαλύτερη πηγή πελατών. Επίσης, έχουν ευελιξία στο πότε θα το χρησιμοποιούν ενώ οι διαδικασίες πληρωμής και προμήθειας είναι απλή.
- ◎ **Προσδιορισμός του ποιος θα χρησιμοποιεί την τεχνολογία και για ποιο σκοπό. Καθορισμός της διεργασίας παραγωγής εσόδων. Που θα λειτουργεί η επιχείρηση.** Το μοντέλο εσόδων της εταιρείας είναι η προμήθεια. Για κάθε διαδρομή, υπάρχει χρέωση προμήθειας στον οδηγό, ο οποίος εισπράττει το κόμιστρο από τον πελάτη πληρώνοντας με μετρητά ή επιλέγει την πληρωμή με κάρτα ή Payral απευθείας στην εφαρμογή. Μέσω της εφαρμογής, ο οδηγός μπορεί να δει πόσα είναι τα καθαρά ποσά που του αποδίδονται ανάλογα με τις διαδρομές που έχει κάνει. Βλ. εικόνα 2 .
Αντίστοιχα και για την ενοικίαση ηλεκτρικών ποδηλάτων υπάρχει προμήθεια για τη Free Now. Στην περίπτωση αυτή, όμως, η πληρωμή γίνεται μέσω της εφαρμογής.
- ◎ **Εκτίμηση της διάρθρωσης των εξόδων και το δυναμικό κερδοφορίας.** Η Free Now χρεώνει τους οδηγούς προμήθεια, ένα

ποσοστό επί του κομίστρου. Επίσης, υπάρχουν χρεώσεις ακύρωσης αν ο επιβάτης ακυρώσει ενώ ο οδηγός είναι στο δρόμο. Το κόστος δημιουργίας της εφαρμογής ήταν το μεγαλύτερο, καθώς τα περισσότερα λειτουργικά έξοδα βαρύνουν τους οδηγούς (καύσιμα, συντήρηση αυτοκινήτων κτλ.). Επομένως, το μεγαλύτερο κόστος της εταιρείας αφορά στην ανάπτυξη και συντήρηση της εφαρμογής.



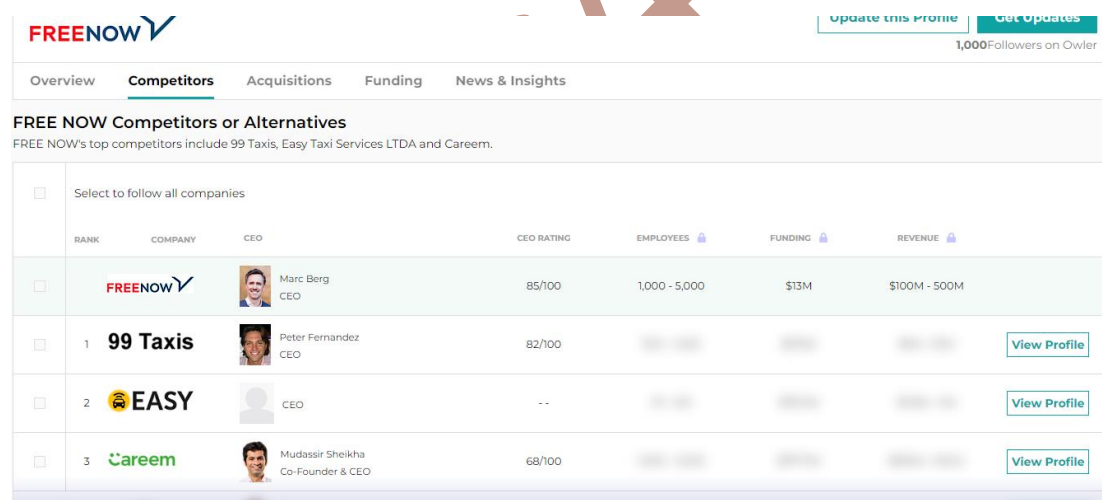
2 - έσοδα οδηγών - πηγή
https://www.youtube.com/watch?v=NP5apRQaTBq&list=PLOrHUVI5EQbVgK_HpY78JAjDPu16PFRmr&index=8&ab_channel=FoodNow

Συνοψίζοντας, **η πρόταση αξίας** εντοπίζεται στην διασύνδεση των αγοραστών και των πωλητών μέσω της εφαρμογής. Οι πελάτες δεν περιμένουν πολύ για να βρουν ταξί αλλά και την πιο κοντινή διαδρομή, ενώ οι οδηγοί ταξί θα έχουν ένα έξτρα εισόδημα και πρόσβαση σε περισσότερη πελατεία με τη δυνατότητα αμφοτεροί να αξιολογήσουν ο ένας τον άλλο(και οι πελάτες και οι οδηγοί). Επίσης, υπάρχει ευελιξία στο πότε θα το χρησιμοποιούν και η διαδικασία πληρωμής και προμήθειας είναι απλή. Στην περίπτωση του ηλεκτρικού ποδηλάτου επίσης, η αξία αναφέρεται στην πιο άμεση εξυπηρέτηση πελατών που επιθυμούν να ενοικιάσουν ένα ηλεκτρικό ποδήλατο στην Αθήνα και Θεσσαλονίκη. Οι **Πελάτες (Κοινά - στόχοι)**, είναι τόσο οι πελάτες των ταξί όσο και οι οδηγοί των ταξί. Και για τις δύο ομάδες δημιουργείται αξία, όπως αναλύθηκε παραπάνω. Οι χρήστες να μπορούν να καλέσουν το πλησιέστερο ταξί, να κάνουν ride-hailing ή car sharing, και να πειραματιστούν με λύσεις μικροκινητικότητας και μάλιστα σε περισσότερες από 100 πόλεις. Τα **κανάλια - σημεία επαφής** με τους πελάτες (Ειδικότερα, μέσω ποιων καναλιών επιθυμούν οι πελάτες της επιχείρησης να την προσεγγίσουν) είναι η εφαρμογή κινητού εμπορίου, την οποία μπορούν να κατεβάσουν οι χρήστες στο κινητό

τους. **Οι Εισροές (μοντέλα) εσόδων**, και ειδικότερα, τι αγοράζουν και πως πληρώνουν οι πελάτες, είναι η υπηρεσία μετακίνησης, είτε διαδρομής ταξί είτε ενοικίαση ηλεκτρικού ποδήλατου. Για κάθε διαδρομή, η εταιρεία χρεώνει μια προμήθεια στον οδηγό ταξί, ο οποίος εισπράττει το ποσό από τον πελάτη με μετρητά ή ο πελάτης πληρώνει με κάρτα ή Paypal απευθείας στην εφαρμογή και η εταιρεία αποδίδει την αξία μετά την προμήθεια στον οδηγό.

B) Οι ανταγωνιστές της Free Now

Οι ανταγωνιστές της Free Now είναι άλλες παρόμοιες εφαρμογές, όπως η [Uber](#), η οποία έχει και τη μεγαλύτερη παρουσία στον κόσμο, όμως δεν περιλαμβάνει επαγγελματίες οδηγούς ταξί. Στην Ελλάδα, υπάρχει η [taxiplon](#), η [TAXI 18300](#) και άλλες μικρότερες εταιρείες κυρίως ραδιοταξί. Αλλά και άλλες τοπικές εφαρμογές όπως [99 taxis](#), [Easy](#), [careem](#) κα.



RANK	COMPANY	CEO	CEO RATING	EMPLOYEES	FUNDING	REVENUE	
		Marc Berg CEO	85/100	1,000 - 5,000	\$13M	\$100M - 500M	
1	99 Taxis	Peter Fernandez CEO	82/100				View Profile
2		CEO	--				View Profile
3		Mudassir Sheikh Co-Founder & CEO	68/100				View Profile

3 - μερικοί από τους ανταγωνιστές της Free Now

Θέλοντας να μείνουμε στην ελληνική επικράτεια, οι δύο βασικότεροι ανταγωνιστές της είναι η [taxiplon](#) και η [TAXI 18300](#).

Η taxiplon είναι μια κινητή επιχείρηση, η οποία δραστηριοποιείται μέσω μιας εφαρμογής που δίνει τη δυνατότητα στον χρήστη να καλεί ταξί ανάλογα με την περιοχή που βρίσκεται. Ο χρήστης μπορεί να επιλέξει οδηγό προτίμησης, να κλείσει ραντεβού σε συγκεκριμένη ημέρα και ώρα, να ενημερωθεί εκ των προτέρων για το εκτιμώμενο κόστος και τη διάρκεια της διαδρομής, καθώς

επίσης και για τον τρόπο πληρωμής, ενώ μπορεί να παρακολουθεί το ταξί σε πραγματικό χρόνο, να επικοινωνεί με τον οδηγό και να έχει πρόσβαση στο ιστορικό διαδρομών του (taxiplon, 2022).

Η συγκεκριμένη εφαρμογή λειτουργεί με αντίστοιχο επιχειρηματικό μοντέλο με αυτό της Free Now, με μοντέλο εσόδων προμήθειας και με παρόμοια πρόταση αξίας για τους πελάτες της. Είναι ένας μεσάζοντας που φέρνει σε επαφή αγοραστές και πωλητές (οδηγούς ταξί) μέσω της κινητής εφαρμογής.

Η taxiplon, έχει δημιουργήσει και το e-Smart Business για να προσφέρει «στις συνεργαζόμενες εταιρίες την ευκολότερη και αποτελεσματικότερη λύση για τον προγραμματισμό και τη διαχείριση του μεταφορικού τους έργου». Επιπρόσθετα, σε ξεχωριστή υπηρεσία, διαθέτει αυθημερόν παραδόσεις προϊόντων, εντός δύο ωρών από την παραλαβή, με τη δυνατότητα μεταφοράς ασυνόδευτων δεμάτων σε όλη την Αττική και Θεσσαλονίκη. Επίσης, έχει δυνατότητα συνεργασίας με τουριστικά καταλύματα και ξενοδοχεία, για συχνές κλήσεις από και προς αεροδρόμια, λιμάνια κτλ. Καθώς και πλατφόρμα κρατήσεων, «για τα συνεργαζόμενα ξενοδοχεία, τα οποία ενσωματώνουν το link της πλατφόρμας στο email επιβεβαίωσης της κράτησης του πελάτη, δίνοντάς του τη δυνατότητα να προγραμματίσει τις διαδρομές του καθ' όλη τη διάρκεια παραμονής του, αλλά και να διαλέξει από ένα πλήθος οχημάτων ανάλογα με τις ανάγκες του» (taxiplon, 2022).



4 - taxiplon

ΕΠΙΛΕΞΤΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΜΕ ΤΗ ΒΟΗΘΕΙΑ ΤΟΥ [HTTPS://WWW.SIMILARWEB.COM/](https://www.similarweb.com/) ΠΟΥ ΣΥΣΤΗΝΟΥΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΚΦΩΝΗΣΗ ΚΑΙ ΑΝΑΦΕΡΘΕΙΤΕ ΠΕΡΙΛΗΠΤΙΚΑ ΣΤΑ ΒΑΣΙΚΑ ΤΟΥΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ.

Θέμα 2^ο

Το διαδίκτυο προσφέρει την υποδομή για την εκτέλεση ηλεκτρονικών δημοπρασιών με μια ευρεία επιλογή υποστηρικτικών υπηρεσιών και φυσικά με πολύ περισσότερους συμμετέχοντες ως πωλητές και αγοραστές σε σχέση με τις φυσικές δημοπρασίες. Για ένα ιστότοπο ηλεκτρονικών δημοπρασιών της επιλογής σας:

Ερώτηση: (Α) Περιγράψτε σε ποια κατηγορία ηλεκτρονικών δημοπρασιών ανήκει η συγκεκριμένη επιχείρηση.

(Β) Περιγράψτε τα οφέλη που απορρέουν για όλα τα εμπλεκόμενα μέρη και παραθέστε παραδείγματα.

(Γ) Ποιοι είναι οι κυριότεροι περιορισμοί του συγκεκριμένου ιστότοπου ηλεκτρονικών δημοπρασιών;

A) Οι ηλεκτρονικές δημοπρασίες

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.

ΤΥΠΟΙ ΔΗΜΟΠΡΑΣΙΩΝ

1. ΕΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣΤΗΣ, ΕΝΑΣ ΠΩΛΗΤΗΣ
2. ΕΝΑΣ ΠΩΛΗΤΗΣ, ΠΟΛΛΟΙ ΠΙΘΑΝΟΙ ΑΓΟΡΑΣΤΕΣ
3. ΕΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣΤΗΣ, ΠΟΛΛΟΙ ΠΙΘΑΝΟΙ ΠΩΛΗΤΕΣ
4. ΑΝΤΙΣΤΡΟΦΕΣ ΔΗΜΟΠΡΑΣΙΕΣ – ΣΥΣΤΗΜΑ ΥΠΟΒΟΛΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΩΝ (Ο ΑΓΟΡΑΣΤΗΣ ΘΕΤΕΙ ΕΝΑ ΕΙΔΟΣ ΣΕ ΔΗΜΟΠΡΑΣΙΑ ΣΕ ΕΝΑ ΣΥΣΤΗΜΑ ΥΠΟΒΟΛΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΩΝ – το μοντέλο «Ορίστε εσείς την τιμή» (priceline)
5. ΠΟΛΛΟΙ ΠΩΛΗΤΕΣ, ΠΟΛΛΟΙ ΑΓΟΡΑΣΤΕΣ
6. ΔΗΜΟΠΡΑΣΙΕΣ της ΔΕΚΑΡΑΣ

Μια γνωστή επιχείρηση ηλεκτρονικών δημοπρασιών είναι αυτές που πραγματοποιούνται από τον οίκο Christies. Ο Christies είναι από τους παλαιότερους οίκους δημοπρασιών και έχει περάσει και στην υλοποίηση ηλεκτρονικών δημοπρασιών τα τελευταία χρόνια. <https://www.christies.com/features/Online-Auction-Guide-to-Bidding-and-Buying-New-7954-1.aspx>. Η συγκεκριμένη επιχείρηση ανήκει στον τύπο δημοπρασιών με ένα πωλητή και πολλούς πιθανούς αγοραστές.

Ο συγκεκριμένος οίκος, πραγματοποιεί φυσικές δημοπρασίες εδώ και πάρα πολλές δεκαετίες. Όπως ήταν φυσικό, εξελίχθηκε με την ανάπτυξη της τεχνολογίας και πλέον προσφέρει και ηλεκτρονικές δημοπρασίες. Πρόκειται για Αγγλική δημοπρασία (όπως ονομάζεται ο συγκεκριμένος τύπος) με ένα προϊόν να πωλείται κάθε φορά και οι αγοραστές να δίνουν προσφορές για ένα αντικείμενο εναλλάξ και η τιμή αυξάνεται με το χρόνο. Ένας από τους δημοφιλέστερους τώρα C2C, B2C και B2B τύπους δημοπράτησης προϊόντων και υπηρεσιών είναι αυτός του Αγγλικού (English auction), ένας ανοικτός πλειοδοτικός τύπος ηλεκτρονικής δημοπράτησης, προσανατολισμένος στον εκάστοτε πωλητή (seller bias), που δεν διαφέρει σημαντικά από τον αντίστοιχο των παραδοσιακών δημοπρασιών.

Σε μία Αγγλικού τύπου δημοπρασία, ένα πολύ κοινότυπο πλέον τύπο ηλεκτρονικής δημοπράτησης στο διαδίκτυο, έχουμε έναν πωλητή (seller) από τη μία πλευρά ο οποίος και προχωρά στην πώληση ενός προϊόντος και πολλαπλών αγοραστών (bidders) από την άλλη, οι οποίοι και ανταγωνίζονται μεταξύ τους προκειμένου να το αποκτήσουν.

Ειδικότερα, αυτή πραγματοποιείται μέσω της υποβολής ανάλογων προτάσεων προσφορών εντός ενός πολύ συγκεκριμένου και γνωστού σε όλους χρονικού διαστήματος και πέραν μίας τιμής κάτω της οποίας και ο εκάστοτε πωλητής αρνείται να πουλήσει, με την υψηλότερη αυτών στο τέλος πρόταση να “κερδίζει” το προϊόν. Ακόμη περισσότερο, σε αυτόν τον τύπο δημοπράτησης κάθε πρόταση προσφοράς αυξάνει βάσει ενός πολύ συγκεκριμένου κάθε φορά ανάλογου ελαχίστου βήματος (bid increment) ενώ κάθε αγοραστής δύναται να υποβάλλει περισσότερες της μίας προτάσεις προσφορών ανεξαρτήτου χρόνου και γεωγραφικής του τοποθέτησης.

B) Οφέλη των ηλεκτρονικών δημοπρασιών

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 (εξοικονόμηση 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).

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 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥΣ ΔΗΜΟΠΡΑΤΕΣ:

- Υψηλότερο ποσοστό επαναλαμβανόμενων αγορών. Η market research.com βρήκε ότι ιστότοποι δημοπρασιών όπως το eBay, επιτυγχάνουν υψηλότερα ποσοστά επαναλαμβανόμενων αγορών σε σχέση με κορυφαίους ιστοτόπους Η εμπορίου 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 ιστοτόπους σταθερής τιμής. Έτσι παράγουν περισσότερα έσοδα από διαφημίσεις για τον ηλεκτρονικό δημοπράτη.
- Εύκολη επέκταση της εμπορικής δραστηριότητας των δημοπρασιών.

Στην περίπτωση του οίκου Christie's τα οφέλη είναι πολλαπλά και εντοπίζονται τόσο στους αγοραστές, όσο και στους πωλητές αλλά και τους δημοπράτες. Για τους **πωλητές**, είναι τα αυξημένα έσοδα από την διεύρυνση της πελατειακής τους βάσης και την μείωση του χρόνου κύκλου εργασιών. Επίσης, μπορούν να πωλούν οποτεδήποτε και να διεξάγουν συχνές δημοπρασίες. Ενώ, μέσω της

δημοπρασίας γίνεται και η βέλτιστη ρύθμιση της τιμής. Για τους **αγοραστές**, το βασικότερο πλεονέκτημα είναι ότι μπορούν να βρουν ευκαιρίες με μοναδικά αντικείμενα τέχνης και συλλεκτικά είδη. Επίσης, η συμμετοχή σε ηλεκτρονικές δημοπρασίες μπορεί να είναι διασκεδαστική και συναρπαστική ενώ, είναι ιδιαίτερα εύκολη αφού μπορούν να συμμετέχουν ακόμη και από το κινητό τους τηλέφωνο, και επομένως δεν χρειάζεται να ταξιδέψουν για να βρεθούν σε φυσικό δημοπρατήριο. Τέλος, τα οφέλη για τον ίδιο τον οίκο, είναι το υψηλότερο ποσοστό επαναλαμβανόμενων αγορών καθώς επίσης και ο υψηλότερος βαθμός προσκόλλησης στον ιστότοπο.

Γ) Περιορισμοί των ηλεκτρονικών δημοπρασιών

Οι ηλεκτρονικές δημοπρασίες έχουν αρκετούς περιορισμούς. Οι σημαντικότεροι περιορισμοί είναι:

- **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.

Εν προκειμένω:

- **η ελάχιστη ασφάλεια:** Ο οίκος Christie's έχει κάνει όλες τις απαραίτητες ενέργειες προκειμένου να αντιμετωπίσει επιθέσεις ασφάλειας. Επίσης, αν κατά την γνώμη τους κάποιος που συμμετέχει σε δημοπρασία δεν πληροί τις απαραίτητες προϋποθέσεις ταυτοποίησης και εγγραφής στις διαδικασίες, συμπεριλαμβανομένου ακόμα και του ξεπλύματος χρημάτων ή της χρηματοδότησης τρομοκρατίας μπορεί να ακυρώσει το συμβόλαιο αγοράς πώλησης ανάμεσα στον πλειοδότη και τον πωλητή.
https://www.christies.com/pdf/onlineonly/ECOMMERCE_CONDITIONS_OF_SALE_CINC_Jan_2018.pdf άρθρο Β. 2.
- **η πιθανότητα απάτης,** Ο οίκος Christies παρέχει χαρτιά και πιστοποιητικά αυθεντικότητας και εγγυήσεις που αποδεικνύουν την αυθεντικότητα και κυριότητα των αντικειμένων και πωλητών αντίστοιχα.
https://www.christies.com/pdf/onlineonly/ECOMMERCE_CONDITIONS_OF_SALE_CINC_Jan_2018.pdf άρθρο Ε.
- **η περιορισμένη συμμετοχή.** Η συμμετοχή σε δημοπρασίες του οίκου γίνεται κατόπιν εγγραφής και με την προσκόμιση των απαραίτητων δικαιολογητικών, ειδικά σε ότι αφορά την ηλικία του συμμετέχοντα και την ικανότητα πληρωμής, καθώς και τα λοιπά δικαιολογητικά, που αναφέρονται σε στοιχεία επικοινωνίας αλλά και σε αναλυτικά στοιχεία οργανισμών (πχ καταστατικά εταιριών, πιστοποιητικά ΓΕΜΗ ή αντίστοιχα του εξωτερικού στοιχεία κτλ). Ο οίκος δημοπρασιών διατηρεί πάντα το δικαίωμα να αρνηθεί την εγγραφή σε κάποιον που δεν πληροί τις προϋποθέσεις συμμετοχής.
https://www.christies.com/pdf/onlineonly/ECOMMERCE_CONDITIONS_OF_SALE_CINC_Jan_2018.pdf άρθρο Β .

ΘΕΜΑ 3ο

Επιλέξτε και περιγράψτε σύντομα *μία επιχείρηση η οποία δραστηριοποιείται αποκλειστικά στον φυσικό κόσμο*, δηλαδή στο παραδοσιακό λιανικό εμπόριο (συμβατικός λιανέμπορος), και *μία επιχείρηση η οποία δραστηριοποιείται αποκλειστικά στον ψηφιακό κόσμο*, δηλαδή στο ηλεκτρονικό λιανικό εμπόριο (αμιγώς ηλεκτρονικός λιανέμπορος). Φροντίστε να επιλέξετε επιχειρήσεις του ίδιου κλάδου με το ίδιο αντικείμενο δραστηριοποίησης και σχετικά συγκρίσιμου μεγέθους, ώστε να διευκολυνθείτε στις απαντήσεις σας.

Για τις δύο αυτές επιχειρήσεις της επιλογής σας:

Ερώτηση: (Α) Συζητήστε τα πλεονεκτήματα που υπάρχουν από τη λειτουργία της επιχείρησης της επιλογής σας που δραστηριοποιείται αποκλειστικά στο ηλεκτρονικό λιανικό εμπόριο (Ενότητα 3.9).

(Β) Περιγράψτε τη στρατηγική που θα ακολουθούσατε για τον ψηφιακό μετασχηματισμό του συμβατικού λιανέμπορου που επιλέξατε σε λιανεμπορική επιχείρηση υβριδικού τύπου με την απόκτηση και ψηφιακής παρουσίας (Ενότητα 3.9).

(Γ) Για τον αμιγώς ηλεκτρονικό λιανέμπορο που επιλέξατε, συζητήστε πως θα ξεπεράσετε τα προβλήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου που αναφέρονται στην Ενότητα 3.10.

Για τις ανάγκες της εργασίας επιλέχθηκε η επιχείρηση αμιγώς ηλεκτρονικού λιανεμπορίου ειδικού σκοπού https://www.pharm24.gr/about_us.html

A) Αμιγώς Ηλεκτρονικοί λιανέμποροι – Τα πλεονεκτήματα

Η pharm24.gr είναι ένα ηλεκτρονικό φαρμακείο το οποίο δραστηριοποιείται μόνο ηλεκτρονικά (αμιγώς ηλεκτρονικός λιανέμπορος) διαθέτοντας προϊόντα υγείας και ομορφιάς καθώς και φαρμακευτικά μη συνταγογραφούμενα(ειδικού σκοπού). Προσφέρει τη δυνατότητα αγοράς ανάμεσα σε χιλιάδες είδη υγείας και ευεξίας, σε ανταγωνιστικές τιμές, οι οποίες φτάνουν μέχρι και 50% φθηνότερα και θεωρείται ένα από τα μεγαλύτερα ηλεκτρονικά φαρμακεία της χώρας ¹.

Οι εικονικοί λιανέμποροι είναι εταιρείες με άμεσες διαδικτυακές πωλήσεις που δεν χρειάζονται φυσικά καταστήματα. Η Amazon είναι το πιο χαρακτηριστικό υπόδειγμα αυτής της μορφής λιανεμπορίου. Οι γενικού σκοπού αμιγώς ηλεκτρονικές εταιρείες μπορεί να είναι πολύ μεγάλες. Οι ειδικού σκοπού εικονικοί λιανέμποροι είναι εξειδικευμένοι λιανέμποροι που λειτουργούν σε περιορισμένες αγορές (Turban κα.,2020, σελ. 135 -136).

¹ https://www.pharm24.gr/about_us.html

Τα κυριότερα οφέλη του ηλεκτρονικού λιανεμπορίου για τους πωλητές είναι:

- Μείωση του κόστους παραγωγής και ενίσχυση ως εκ τούτου του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος
- Προσέγγιση περισσότερων πελατών σε διεθνή κλίμακα
- Γρήγορη αλλαγή τιμών και καταλόγων καθώς και οπτικής παρουσίασης, γεγονός που ενισχύει το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα
- Μείωση του κόστους εφοδιαστικής αλυσίδας
- Παροχή πληροφοριών στους πελάτες μέσω του διαδικτύου ως μια επιλογή αυτοεξυπηρέτησης, με συνεπαγόμενη εξοικονόμηση του κόστους εξυπηρέτησης πελατών
- Ταχεία ανταπόκριση στις ανάγκες των πελατών, στα παράπονα, στις προτιμήσεις κοκ
- Προσαρμογή προϊόντων και υπηρεσιών, αυτοδιαμόρφωση και εξατομίκευση της φροντίδας του πελάτη
- Προτάσεις εναλλακτικών ή συμπληρωματικών προϊόντων βάσει του ιστορικού και των προτιμήσεων του πελάτη.
- Υποστήριξη των μικρών εταιριών στον ανταγωνισμό των μεγαλύτερων και ισχυρότερων
- Καλύτερη κατανόηση πελατών και αλληλεπίδραση μαζί τους
- 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

ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ	ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΙΟ	ΗΛΕΚΤΡ. ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΙΟ
• Αύξηση Όγκου Πωλήσεων	• Επέκταση θέσεων, καταστημάτων και χώρου	• Έξοδος από την κανονική του περιοχή, ακόμη και σε όλο τον κόσμο για την εύρεση πελατών
• Περισσότεροι επισκέπτες αλλά λιγότερα έσοδα	• Επέκταση της προσπάθειας μάρκετινγκ ώστε να μετατραπούν οι θεατές της βιτρίνας σε πραγματικούς αγοραστές	• Επέκταση της προσπάθειας μάρκετινγκ, ώστε να μετατραπούν οι θεατές της οθόνης σε πραγματικούς αγοραστές
• Χρήση της τεχνολογίας	• Τεχνολογίες αυτοματοποίησης πωλήσεων, όπως συστήματα σημείων πωλήσεων, δυνατότητα αυτόματης πληρωμής, κιόσκια πληροφοριών	• Συστήματα παραγγελιών, πληρωμών και εκπλήρωσης παραγγελιών-Συγκρίσεις και μαρτυρίες πελατών- Άμεση παράδοση ψηφιακών προϊόντων
• Σχέσεις με πελάτες και διαχείριση παραπόνων	• Σταθερές επαφές πρόσωπο με πρόσωπο • Ανεκτικότητα στις διενέξεις, λόγω των επαφών πρόσωπο με πρόσωπο	• Ανώνυμες επαφές, λιγότερη ευστάθεια – καλύτερη απόκριση σε παράπονα, λόγω πιθανής αρνητικής δημοσιότητας μέσω πλατφόρμων κοινωνικών μέσων.
• Ανταγωνισμός	• Τοπικός ανταγωνισμός - Λιγότεροι ανταγωνιστές	• Περισσότεροι ανταγωνιστές – Έντονος ανταγωνισμός λόγω των συγκρίσεων και των μειώσεων τιμών - Παγκόσμιος ανταγωνισμός
• Πελατειακή βάση	• Τοπικοί πελάτες – Έλειψη ανωνυμίας – Μεγάλη, αυξημένη πίστη πελατών	• Πελάτες σε ευρεία περιοχή – ανωνυμία, τις περισσότερες φορές – Ευκολία εναλλαγής επωνυμιών
• Κόστος εφοδιαστικής αλυσίδας	• Υψηλό κόστος, διακοπές	• Καμηλότερο κόστος και αποδοτικότερη εφοδιαστική αλυσίδα
• Εξειδίκευση και εξατομίκευση	• Ακριβή και αργή – όχι πολύ δημοφιλής	• Ταχεία, αποδοτικότερη – δημοφιλής
• Αλλαγή τιμών	• Ακριβή και αργή	• Φθηνή, μπορεί να γίνει ανά πάσα στιγμή
• Προσαρμοστικότητα στις τάσεις της αγοράς	• Αργή	• Ταχεία

Τα κυριότερα οφέλη για τους αγοραστές είναι:

- Πληρώνουν λιγότερο από ότι στα συμβατικά 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. Αγορές σε οποιαδήποτε χρονική στιγμή από οπουδήποτε. Επέκταση της αγοραστικής εμπειρίας 24/7 και από παντού (anytime-anywhere).
- Εξοικονόμηση χρόνου και ενέργειας (και καυσίμων) και αποφυγή πίεσης πωλητών
- Δημιουργούν τα δικά τους σχέδια και προϊόντα
- Βρίσκουν συλλεκτικά είδη
- Αγοράζουν σε ομάδες : μαζί με φίλους και εμπλέκονται σε κοινωνικές αγορές (social shopping)

Για την συγκεκριμένη επιχείρηση τα οφέλη μπορούν να εντοπιστούν στα εξής:

- Προσέγγιση περισσότερων πελατών σε παγκόσμιο επίπεδο κλίμακα σε σύγκριση με την ευρύτερη περιοχή που μπορεί να εξυπηρετήσει ένας έμπορος Brick-and-mortar
- Γρήγορη αλλαγή τιμοκαταλόγου αλλά και της οπτικής παρουσίασης του καταστήματος και των προϊόντων γεγονός που ενισχύει το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα
- Μείωση του κόστους εφοδιαστικής αλυσίδας αφού δεν υπάρχει φυσικό κατάστημα και μπορεί να γίνει αποστολή των προϊόντων απευθείας από την αποθήκη
- Μείωση του κόστους εξυπηρέτησης πελατών, καθώς μπορούν να αυτοεξυπηρετηθούν σε πολλά επίπεδα
- Ταχεία ανταπόκριση στις ανάγκες των πελατών, στα παράπονα, στις προτιμήσεις κοκ
- Προσαρμογή προϊόντων και υπηρεσιών και εξατομίκευση της φροντίδας του πελάτη, μέσα από προσφορές, δυνατότητα δόσεων με πιστωτική κάρτα, και ειδικό σύστημα ανταμοιβών μέσω του Loyalty club².
- Το eshop προτείνει εναλλακτικά ή συμπληρωματικά προϊόντα βάσει του ιστορικού και των προτιμήσεων του πελάτη.
- Καλύτερη κατανόηση των πελατών και αλληλεπίδραση μαζί τους
- Πώληση εξειδικευμένων ειδών ομορφιάς και υγείας σε όλο τον κόσμο
- Εμπλοκή πελατών σε ενδιαφέρουσες δραστηριότητες αναζητήσεων, συγκρίσεων και συζητήσεων μέσα από τα προφίλ στα κοινωνικά δίκτυα
- Επαφή με πελάτες που δεν μπορούν να προσεγγιστούν με παραδοσιακές μεθόδους επικοινωνίας μέσα από εξειδικευμένους τρόπους όπως είναι τα κοινωνικά μέσα αλλά και τις κριτικές των προϊόντων της

Και για τους πελάτες της:

- Χαμηλότερες τιμές ακόμα και κατά 50%

² <https://www.pharm24.gr/loyaltyclub.html>

- Βρίσκουν προϊόντα, που δεν διατίθενται σε τοπικά καταστήματα και σε πολύ ανταγωνιστικές τιμές.
- Δυνατότητα σύγκρισης τιμών
- Δυνατότητα αγοράς 24/7 και από παντού (anytime-anywhere).
- Εξοικονόμηση χρόνου και ενέργειας
- Αγοράζουν σε ομάδες : μαζί με φίλους και εμπλέκονται σε κοινωνικές αγορές (social shopping) ειδικά αν θέλουν να εξοικονομήσουν σε έξοδα αποστολής

B) Ο ψηφιακός μετασχηματισμός του συμβατικού λιανέμπορου

Για τις ανάγκες της εργασίας έχει επιλεγεί το φαρμακείο Μπακάκος, ένα από τα πιο κλασσικά και παλιά φαρμακεία της χώρας, με ελάχιστη ωστόσο διαδικτυακή παρουσία και χωρίς eshop. Το φαρμακείο διαθέτει μια βασική Landing page <https://www.bacacos.gr/> με πληροφορίες για το ωράριο λειτουργίας και το τηλέφωνο επικοινωνίας και μια βασική φόρμα εκδήλωσης ενδιαφέροντος.

Ένας λιανέμπορος μόνο με φυσική παρουσία ασκεί δραστηριότητα αποκλειστικά στον φυσικό κόσμο. Ανοίγοντας το ηλεκτρονικό κατάστημα όμως, δίνει την δυνατότητα και στους πελάτες να κάνουν το λεγόμενο “showrooming”, όπου οι πελάτες επισκέπτονται ένα κατάστημα για να εξετάσουν ένα προϊόν, το οποίο, όμως αγοράζουν έπειτα στο διαδίκτυο. Έτσι, οι λιανέμποροι μπορούν να ικανοποιούν αποδοτικότερα τις ανάγκες πελατών μοχλεύοντας τα πλεονεκτήματα των τεχνολογικών συστημάτων όσο και των φυσικών καταστημάτων (Brown, 2016 στο Turban κα.,2020, σελ. 137).

Επειδή πρόκειται για εξειδικευμένη αγορά (φαρμακείο), ο Μπακάκος μπορεί να επωφεληθεί από την online Παρουσία με τον ψηφιακό μετασχηματισμό του, εκμεταλλευόμενος και την φήμη του, ως ένα από τα πιο διάσημα φαρμακεία της χώρας. Θα μπορέσει να εστιάσει στη φήμη του, στην εξειδίκευση του σε Ομοιοπαθητική, στις Βιταμίνες, στα Είδη & Συμπληρώματα Διατροφής, στη Φυτοθεραπεία, στα Αιθέρια Έλαια και την Αρωματοθεραπεία, τα Δερμοκαλλυντικά και τα Είδη Ατομικής Υγιεινής & Στοματικής Φροντίδας, στα Είδη Αντικαπνιστών, τα Οφθαλμολογικά Προϊόντα, τα Προϊόντα Αδυνατίσματος τα Είδη Εγκυμοσύνης αλλά και τα Παιδικά και Βρεφικά είδη, όπως επίσης και στα Ορθοπεδικά, στα Προϊόντα Μαστεκτομής και τα Ανατομικά Μαξιλάρια και Υποδήματα, στις Κάλτσες – Καλσόν Φλεβίτιδας, στα Βαδιστικά, στα Προϊόντα

Πρόληψης & Αποκατάστασης, στα Προϊόντα Ακράτειας ακόμα και στα Αναπηρικά Αμαξίδια και τα Ιατρικά Βοηθήματα. Επίσης, διαθέτει:

- Διαγνωστικά
- Ιατρικά & Νοσοκομειακά Είδη
- Υαλικά Χημικά & Αναλώσιμα Εργαστηρίων
- Επιδεσμικό & Υγειονομικό Υλικό
- Είδη Κατ' Οίκον Νοσηλείας
- Διαβητολογικά
- Είδη Κολοστομίας.

Οι επιχειρήσεις που θα ενσωματώσουν τις αλλαγές που φέρνει η ψηφιακή εποχή θα μπορέσουν όχι μόνο να απλοποιήσουν τις επιχειρηματικές διαδικασίες τους, αλλά και να κεφαλαιοποιήσουν τις αλλαγές αυτές αυξάνοντας τον τζίρο και τα κέρδη τους. Ο ψηφιακός μετασχηματισμός μιας επιχείρησης συμβάλλει στην δημιουργία μιας πιο ολοκληρωμένης επαφής με τους πελάτες και ενισχύει την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων. Με τα κατάλληλα ψηφιακά εργαλεία και την υιοθέτηση σύγχρονης τεχνολογίας στις επιχειρηματικές σας διαδικασίες, οι εταιρείες μπορούν να έχουν καλύτερη λήψη αποφάσεων και αποτελεσματικότερη αντιμετώπιση κινδύνων (Αλεβιζόπουλος – Βασιλόπουλος, 2019).

Σε ό,τι έχει να κάνει με την τιμολογιακή πολιτική μιας **click & mortar** επιχείρησης, είναι φανερό πως οι τιμές πρέπει να είναι ανταγωνιστικές και στα δύο κανάλια διάθεσης των προϊόντων (φυσικό και ηλεκτρονικό). Άλλωστε οι δυνατότητες που δίνουν οι σύγχρονες μηχανές αναζήτησης και σύγκρισης τιμών στους καταναλωτές καθιστούν την τιμολόγηση των προϊόντων ιδιαίτερα σημαντική για τη βιωσιμότητα μιας επιχείρησης λιανικού εμπορίου. Πολλές φορές για την αποφυγή προβλημάτων που σχετίζονται με τις συγκρουόμενες τιμές των προϊόντων στα δύο κανάλια, οι επιχειρήσεις προβαίνουν στη δημιουργία θυγατρικών εμπορικών επιχειρήσεων που αναλαμβάνουν εξ' ολοκλήρου την ηλεκτρονική διάθεση των προϊόντων τους, πολλές φορές, με διαφορετική ονομασία και σήμα .

Γενικά, η επιχείρηση που θα προχωρήσει σε ψηφιακό μετασχηματισμό θα πρέπει να εκμεταλλευτεί όπως μπορεί τα σύγχρονα εργαλεία που έχει στη διάθεση της, όπως τους ηλεκτρονικούς καταλόγους, το καλάθι αγορών και τις μηχανές αναζήτησης, καθώς επίσης και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Turban κα, 2020, σελ. 89-91).

Οι ηλεκτρονικοί κατάλογοι: Αποτελούνται από μια βάση δεδομένων προϊόντων, δυνατότητες κατάταξης και αναζήτησης και από μια λειτουργία παρουσίασης. Είναι η ραχοκοκαλιά των περισσότερων ιστοτόπων πωλήσεων ΗΕ. Η διαδικασία της διαδικτυακής αγοράς ξεκινά με έναν αγοραστή να συνδέεται στον ιστότοπο ενός πωλητή ή να εγγράφεται (εάν χρειάζεται) και να μεταβαίνει στον ηλεκτρονικό κατάλογο ή στον λογαριασμό του, ως αγοραστής (Turban κα, 2020, σελ. 89).

Οι ηλεκτρονικοί κατάλογοι μπορεί να είναι πολύ μεγάλοι, επομένως η χρήση μιας μηχανής αναζήτησης είναι πάντα χρήσιμη. Οι αγοραστές συνήθως επιθυμούν να συγκρίνουν τιμές. Επομένως, μια διαδικτυακή υπηρεσία σύγκρισης τιμών μπορεί να είναι χρήσιμη. Ορισμένοι πωλητές (π.χ. American Airlines, Amazon.com) παρέχουν συγκρίσεις τιμών που δείχνουν τους υπάρχοντες ανταγωνιστές (βλ. Οδηγό μελέτης για το βιβλίο Turban και).

Όταν ολοκληρωθεί η επιλογή των προϊόντων, ο αγοραστής μεταβαίνει σε μια επόμενη σελίδα για να ολοκληρώσει την αγορά, όπου έχει συχνά τη δυνατότητα να επιλέξει το πότε θα γίνει η αποστολή των προϊόντων που αγόρασε (π.χ. τυπική, την επόμενη μέρα κ.α.). Τέλος, ο αγοραστής μεταβαίνει σε μια σελίδα για να συμπληρώσει τα στοιχεία σχετικά με την πληρωμή (βλ. Οδηγό μελέτης για το βιβλίο Turban).

Οι **ηλεκτρονικοί κατάλογοι** θα συμβάλλουν στην μείωση των λειτουργικών εξόδων καθώς θα είναι πολύ πιο οικονομικοί στην δημιουργία τους σε σύγκριση με τους έντυπους καταλόγους. Επιπλέον θα μπορούν να διατεθούν ηλεκτρονικά σε μεγαλύτερο γεωγραφικό εύρος.

Οι **μηχανές αναζήτησης** είναι ένα πρόγραμμα υπολογιστή το οποίο μπορεί να προσπελάσει μια βάση δεδομένων πόρων του ίντερνετ και να ψάξει για συγκεκριμένες πληροφορίες ή με βάση λέξεις – κλειδιά και να αναφέρει τα αποτελέσματα. Δημοφιλέστερες μηχαν. Αναζήτησης: Google, Bing, Yahoo. Οι μηχανές αναζήτησης είναι ένας καλός μηχανισμός για να βρίσκουν πληροφορίες οι περισσότεροι άνθρωποι και έτσι μια καλή πλατφόρμα για ηλεκτρονική διαφήμιση (Turban κα, 2020, σελ. 90).

Το νέο ηλεκτρονικό φαρμακείο Μπακάκος, μπορεί να χρησιμοποιήσει τις μηχανές αναζήτησης προκειμένου να βελτιστοποιήσουν την θέση τους στο Internet. Ειδικά στην Google η οποία μπορεί να υποστηρίξει και την προώθηση του καταστήματος, ενώ είναι η πιο δημοφιλής μηχανή αναζήτησης την οποία χρησιμοποιούν εκατομμύρια άνθρωποι στον κόσμο. Χρησιμοποιώντας λέξεις-κλειδιά οι πελάτες θα μπορούν να αναζητήσουν και εξειδικευμένα τα προϊόντα

του φαρμακείου με την χρήση του ηλεκτρονικού καταλόγου. Και έτσι να μπορούν γρήγορα να δουν τιμές, διαθεσιμότητα κτλ

Η μετάβαση από “brick” σε “click” εταιρεία θα πρέπει να περιλαμβάνει μια **καλή έρευνα του Online ανταγωνισμού** κυρίως σε ελληνικό επίπεδο. Αλλά και σε Ευρωπαϊκό ή παγκόσμιο καθώς υπάρχει εκεί πρόσθετος ανταγωνισμός. Επίσης, μπορούν να μελετήσουν τη συμπεριφορά των καταναλωτών με τη μελέτη του ανταγωνισμού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Τι λένε οι πελάτες τους; Τι ιδιαίτερες ανάγκες έχουν που δεν καταφέρνουν να τις εξυπηρετήσουν;

Θα πρέπει να προσοχή να επιλεγεί η μετάβαση σε πολυκαναλικό μοντέλο με **έμφαση στο omnichannel marketing**. Μπορεί να επιλεγεί και η ανάπτυξη εφαρμογής για κινητό, για την πιο αποτελεσματική μετάβαση ή ακόμα και την υποστήριξη με viber ή what's app. Το σημαντικότερο είναι να εντοπίσει που είναι οι πελάτες του; Και πως θα τους στοχεύσει.

Διαβάστε επίσης: <https://hbr.org/2017/01/a-study-of-46000-shoppers-shows-that-omnichannel-retailing-works>

Το σημαντικότερο είναι **να επιμείνει στη φήμη**. Ο Μπακάκος είναι ένα ήδη καταξιωμένο φαρμακείο το οποίο έχει μεγάλη πελατεία. Είναι σημαντικό να προσφέρει αντίστοιχη εμπειρία εξυπηρέτησης και στους online Πελάτες ή και ακόμα καλύτερη.

Η πολύχρονη εμπειρία του μπορεί να εγγυηθεί ότι θα προσφέρει εξυπηρέτηση πελάτων εξαιρετικής ποιότητας και ανταγωνιστικές τιμές, ενώ θα μπορούσε να εξυπηρετήσει και εκτός συνόρων, όπως κοντινές βαλκανικές χώρες, Ευρώπη, και Κύπρο, με την κατάλληλη συνεργασία με εταιρεία κούριερ.

Είναι τέλος, εξαιρετικά σημαντικό να επιλεγεί **ένα καλό σύστημα που θα βοηθήσει στη διαχείριση της εφοδιαστικής του αλυσίδας** και την οργάνωση της αποθήκης του και με τη δυνατότητα να ενώνονται όλα τα κανάλια διανομής σε πραγματικό χρόνο.

Γ) Μειονεκτήματα του αμιγώς ηλεκτρονικού λιανεμπορίου

Μειονεκτήματα για τη συγκεκριμένη επιχείρηση:

- Σε περίπτωση που κολλήσει το site δεν θα μπορούν να μπουν σε αυτό οι πελάτες να αγοράσουν
- Οι πελάτες δεν μπορούν να δοκιμάσουν πριν αγοράσουν

- Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι ιδιαίτερα ανταγωνιστικό και οι επιχειρήσεις που επιθυμούν να πετύχουν περισσότερες πωλήσεις συχνά ξοδεύουν μεγάλα ποσά σε διαφημίσεις και προώθηση των πωλήσεων.
- Εάν ένας πελάτης θέτει μια ερώτηση σε ένα φυσικό κατάστημα ο πωλητής που βρίσκεται εκεί, που θα απαντήσει άμεσα στην ερώτησή του. Ωστόσο, ένα άλλο μειονέκτημα του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι ότι οι περισσότερες επιχειρήσεις καθυστερούν να απαντήσουν στις ερωτήσεις των πελατών. Η πραγματικότητα είναι ότι οι περισσότεροι πελάτες αναμένουν την απάντηση της επιχείρησης μέσα σε μια ώρα στα social media. Εάν καθυστερήσετε να απαντήσετε στο μήνυμά τους, μπορεί να θυμώσουν και να αποφασίσουν να φωνίσουν από κάπου αλλού. Πρέπει να είστε online 24 ώρες το 24ωρο. Η συγκεκριμένη επιχείρηση για να μειώσει τον χρόνο απόκρισης χρησιμοποιεί Chatbot το οποίο δίνει απαντήσεις στους πελάτες σας, οποιαδήποτε στιγμή της ημέρας ή της νύχτας, όμως σε πιο εξειδικευμένες ερωτήσεις καθυστερεί να απαντήσει σε λίγες ώρες.
- Όταν ένας πελάτης φωνίζει από ένα φυσικό κατάστημα μπορεί να πάρει αμέσως τα προϊόντα του στο σπίτι του κάτι το οποίο δεν συμβαίνει με τις online αγορές που χρειάζονται μια εβδομάδα ή και περισσότερο για να ολοκληρωθούν.

ΑΠΟΤΕΛΕΙ ΠΡΟΤΥΠΟ ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΗΣ ΑΠΑΝΤΗΣΗΣ- ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΤΕ ΤΗ ΔΙΚΗ ΣΑΣ ΜΕ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΥΦΟΣ ΚΑΙ ΚΡΙΣΗ- Η ΛΟΓΟΚΛΟΠΗ ΤΙΜΩΡΕΙΤΑΙ ΑΠΟ ΤΟ ΕΑΠ

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Ηλεκτρονικό Εμπόριο, Εργαλείο διοίκησης και αξιοποίησης κοινωνικών δικτύων, 2020, Efraim Turban ΝΕΟΣ ΤΟΜΟΣ 2022.
- Αλεβιζόπουλος και Βασιλόπουλος, 2019, Πτυχιακή εργασία: Ψηφιακός μετασχηματισμός επιχειρήσεων
<http://repository.library.teiwest.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/7660/%CE%A8%CE%97%CE%A6%CE%99%CE%91%CE%9A%CE%9F%CE%A3%20%CE%9C%CE%95%CE%A4%CE%91%CE%A3%CE>

[%A7%CE%97%CE%9C%CE%91%CE%A4%CE%99%CE%A3%CE%9C%CE%9F%CE%A3%20%CE%95%CE%A0%CE%99%CE%A7%CE%95%CE%99%CE%A1%CE%97%CE%A3%CE%95%CE%A9%CE%9D..pdf?sequence=1&isAllowed=y](#)

- Biztech, 2016, «Ο ψηφιακός μετασχηματισμός των επιχειρήσεων, κλειδί για την επιτυχία τους» <https://biztech.gr/activateit-digital-transformation/>
- Δημήτρης Δελεβέγκος, Καθημερινή, 2022, «Σε πανευρωπαϊκή ομπρέλα η Beat, που μετονομάζεται σε Free Now» , <https://www.kathimerini.gr/economy/562075081/se-panevropaiki-omprela-i-beat-poy-metonomazetai-se-free-now/>
- Free Now , 2022, <https://www.free-now.com/gr/about-us/>
- Ανταγωνιστές της Free Now <https://www.owler.com/company/free-now/competitors>
- Βασιλείου Βασ. , 2009, διπλωματική εργασία: Ηλεκτρονικές δημοπρασίες, τύποι και εφαρμογές. Πανεπιστήμιο Μακεδονίας <https://dspace.lib.uom.gr/bitstream/2159/13354/2/VasileiouMsc2008.pdf>
- Οίκος Christies – online auctions conditions of sale https://www.christies.com/pdf/onlineonly/ECOMMERCE_CONDITIONS_OF_SALE_CINC_Jan_2018.pdf
- <https://www.christies.com/features/Online-Auction-Guide-to-Bidding-and-Buying-New-7954-1.aspx>
- <https://hbr.org/2017/01/a-study-of-46000-shoppers-shows-that-omnichannel-retailing-works>