



Πληροφοριακά Συστήματα για Επιχειρήσεις

Ηλεκτρονικό εμπόριο: Ψηφιακές αγορές, ψηφιακά αγαθά

Αρκετές από τις διαφάνειες του μαθήματος προέρχονται από
το Βιβλίο MIS του K. Laudon



Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο Σήμερα

- Χρήση του Διαδικτύου και του Ιστού για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας (ψηφιακά διενεργούμενες συναλλαγές)
- Ξεκίνησε το 1995 και αναπτύχθηκε εκθετικά
- Συνεχίζει να αναπτύσσεται με ετήσιο ρυθμό 25%
- Οι εταιρείες που επέζησαν από dot-com τώρα ευημερούν
- Η επανάσταση του ηλ. εμπορίου βρίσκεται ακόμη στα πρώτα στάδιά της
- Το νέο ηλεκτρονικό εμπόριο: smartphone, social networks
- Μετακίνηση από επιτραπέζιο υπολογιστή σε smartphone



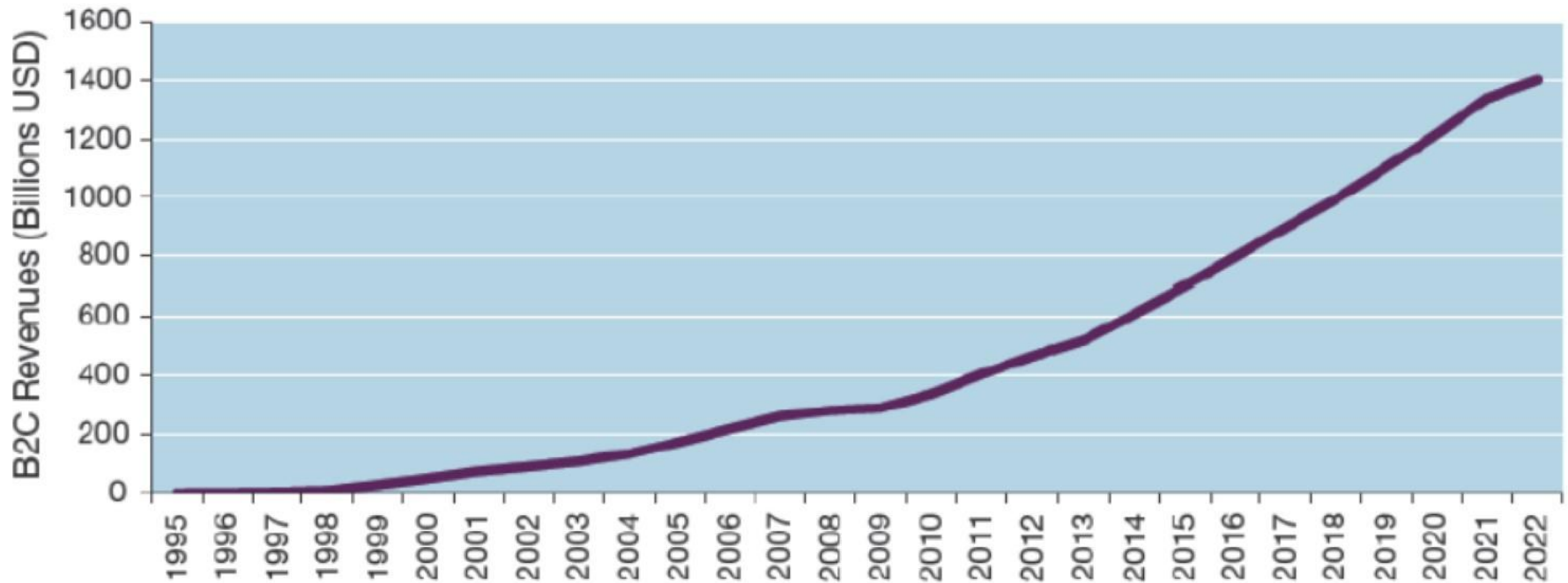
Πληροφοριακά Συστήματα για Επιχειρήσεις

Μέρος Γ : Βασικές Εφαρμογές Π.Σ.

Ηλεκτρονικό Εμπόριο και Διαδίκτυο

Η Ανάπτυξη του Ηλ. εμπορίου

Growth in E-commerce B2C Revenue (billions)





Μοναδικά Χαρακτηριστικά της Τεχνολογίας του Ηλ. εμπορίου

1. Πανταχού παρουσία
2. Παγκόσμια εμβέλεια
3. Οικουμενικά πρότυπα
4. Πλούτος
5. Αλληλεπιδραστικότητα
6. Πυκνότητα πληροφοριών
7. Εξατομίκευση/προσαρμογή
8. Κοινωνική τεχνολογία



Χαρακτηριστικά της Τεχνολογίας του Ηλεκτρονικού εμπορίου

Πανταχού παρουσία

- Η τεχνολογία του Διαδικτύου/ Ιστού είναι διαθέσιμη **παντού** και ανά **πάσα στιγμή**
- Οι κινητές συσκευές επεκτείνουν τις υπηρεσίες σε τοπικές περιοχές και εμπόρους
- Εικονική αγορά: δεν έχει τους παραδοσιακούς χρονικούς και γεωγραφικούς περιορισμούς
- Ευκολία του πελάτη
- Μείωση του κόστους αγορών



Παγκόσμια εμβέλεια

- Η τεχνολογία διασχίζει τα εθνικά σύνορα σε όλο τον κόσμο
- Το εμπόριο ξεπερνάει τα πολιτισμικά και εθνικά σύνορα χωρίς εμπόδια και χωρίς αλλαγές
- Το δυνητικό μέγεθος της αγοράς περιλαμβάνει δισεκατομμύρια καταναλωτών και εκατομμύρια επιχειρήσεων σε όλο τον κόσμο



Οικουμενικά πρότυπα

- Ένα μοναδικό σύνολο τεχνολογικών προτύπων: τα πρότυπα του Διαδικτύου
- Διαφορετικά συστήματα υπολογιστών επικοινωνούν εύκολα μεταξύ τους
- Μειωμένα κόστη εισόδου στην αγορά – δηλαδή οι δαπάνες των εμπόρων για να φέρουν τα προϊόντα τους στην αγορά
- Μειωμένο κόστος αναζήτησης των καταναλωτών – δηλαδή η προσπάθεια που καταβάλουν για να βρουν τα κατάλληλα προϊόντα



Πλούτος

- Υποστηρίζει βίντεο και μηνύματα ήχου και κειμένου
- Είναι δυνατή η μετάδοση πλούσιων μηνυμάτων με κείμενο, ήχο και βίντεο σε μεγάλους αριθμούς ανθρώπων ταυτόχρονα
- Τα μηνύματα μάρκετινγκ βίντεο, ήχου και κειμένου μπορούν να ενοποιούνται σε ένα μόνο μήνυμα μάρκετινγκ και στην ίδια εμπειρία του καταναλωτή



Αλληλεπιδραστικότητα

- Η τεχνολογία λειτουργεί αμφίδρομα με τον χρήστη
- Οι καταναλωτές εμπλέκονται σε διάλογο, ο οποίος προσαρμόζει δυναμικά την εμπειρία στο άτομο
- Ο καταναλωτής γίνεται συμμετέτοχος στη διαδικασία παράδοσης του προϊόντος στην αγορά



Πυκνότητα πληροφοριών

- Μεγάλη αύξηση στην πυκνότητα πληροφοριών – η συνολική ποσότητα και ποιότητα πληροφοριών που είναι διαθέσιμες σε όλους τους συμμετόχους της αγοράς
- Μεγαλύτερη διαφάνεια τιμών
- Μεγαλύτερη διαφάνεια κόστους
- Δίνει τη δυνατότητα στους εμπόρους να κάνουν διαφοροποίηση τιμών



Εξατομίκευση/προσαρμογή

- Η τεχνολογία επιτρέπει την τροποποίηση των μηνυμάτων και των προϊόντων
- Μπορούν να στέλνονται εξατομικευμένα μηνύματα σε άτομα καθώς και σε ομάδες
- Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες μπορούν να προσαρμόζονται στις ατομικές προτιμήσεις



Κοινωνική τεχνολογία

- Η τεχνολογία προωθεί τη δημιουργία περιεχομένου από τους χρήστες και την κοινωνική δικτύωση
- Νέα κοινωνικά και επιχειρηματικά μοντέλα στο Διαδίκτυο δίνουν στους χρήστες τη δυνατότητα δημιουργίας και διανομής περιεχομένου και υποστηρίζουν κοινωνικά δίκτυα



Βασικές Έννοιες Ηλ. εμπορίου

- Το Διαδίκτυο και οι ψηφιακές αγορές έχουν αλλάξει τον τρόπο με τον οποίο ασκείται η επιχειρηματική δραστηριότητα
- Οι ψηφιακές αγορές μειώνουν την πληροφοριακή ασυμμετρία
- Οι ψηφιακές αγορές μειώνουν τα κόστη
 - αναζήτησης
 - συναλλαγών
 - τιμοκαταλόγου
- Οι ψηφιακές αγορές δίνουν τη δυνατότητα
 - Διαφοροποίησης τιμών
 - Δυναμικής τιμολόγησης
 - Απομεσολάβησης

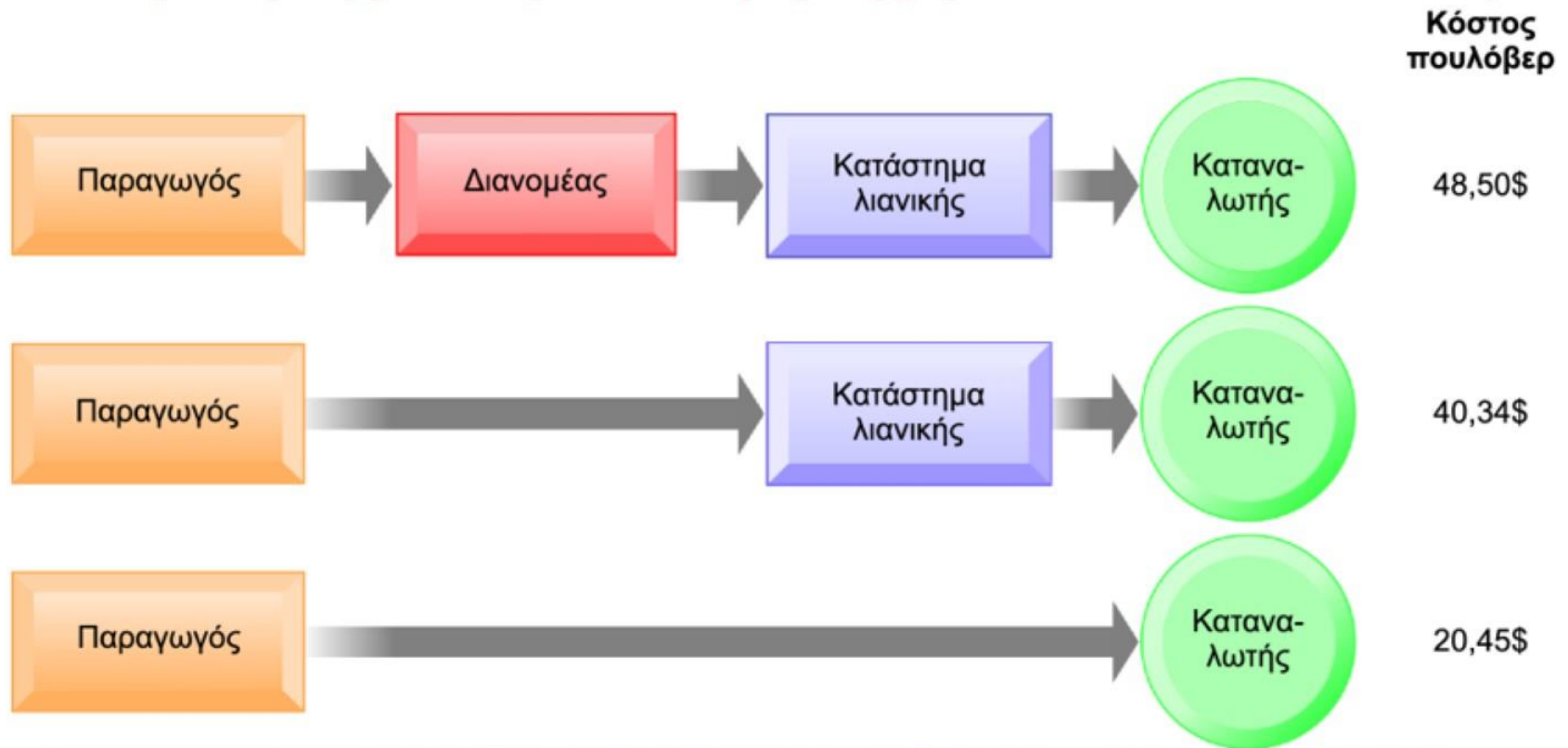


Πληροφοριακά Συστήματα για Επιχειρήσεις

Μέρος Γ : Βασικές Εφαρμογές Π.Σ.

Ηλεκτρονικό Εμπόριο και Διαδίκτυο

Τα Οφέλη της Απομεσολάβησης για τον Καταναλωτή



Το τυπικό δίκτυο διανομής έχει αρκετά ενδιάμεσα στάδια, καθένα από τα οποία προσθέτει κόστος στην τελική τιμή ενός προϊόντος, όπως ενός πουλόβερ. Η αφαίρεση κάθε ενδιάμεσου σταδίου μειώνει το τελικό κόστος για τον καταναλωτή.



Ψηφιακά αγαθά

- Αγαθά που παραδίδονται μέσω ψηφιακών δικτύων
- Το κόστος της παραγωγής της πρώτης μονάδας είναι το συνολικό σχεδόν κόστος του προϊόντος: το οριακό κόστος παραγωγής της 2ης μονάδας είναι περίπου μηδενικό
- Το κόστος παράδοσης μέσω Διαδικτύου είναι πολύ χαμηλό
- Το κόστος μάρκετινγκ παραμένει το ίδιο
- Η τιμολόγηση είναι εξαιρετικά μεταβλητή
- Οι κλάδοι με ψηφιακά αγαθά υφίστανται επαναστατικές αλλαγές (εκδότες, δισκογραφικές εταιρείες κ.λπ.)



Τύποι Ηλεκτρονικού Εμπορίου

- 3 κυρίως τύποι
 - Μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών
business-to-consumer, **B2C**
 - Μεταξύ επιχειρήσεων
 - business-to-business, **B2B**
 - Μεταξύ καταναλωτών
 - consumer-to-consumer, **C2C**
- Κατηγοριοποίηση ανά πλατφόρμα
 - Mobile Commerce (m-commerce)



Επιχειρηματικά Μοντέλα του Διαδικτύου

- Αμιγώς διαδικτυακά μοντέλα: Βασίζονται αποκλειστικά στο Διαδίκτυο
- Φυσικό και ηλεκτρονικό μοντέλο: Επέκταση της φυσικής επιχειρηματικής δραστηριότητας
- Επικοινωνίες και κοινωνική δικτύωση
 - Μερικά καινούργια επιχειρηματικά μοντέλα εκμεταλλεύονται τις πλούσιες δυνατότητες επικοινωνίας του Διαδικτύου
 - Τοποθεσίες κοινωνικής δικτύωσης
 - Κοινωνικές αγορές (Social shopping)
 - Παρέχουν τρόπους σε εταιρικούς πελάτες να εστιάζουν σε πελάτες με διαφημιστικά πανό και αναδυόμενα διαφημιστικά μηνύματα



Επιχειρηματικά Μοντέλα Ηλεκτρονικού Εμπορίου

- Διαδικτυακή πύλη (portal)
- Εικονικό κατάστημα ή επιχείρηση λιανικού εμπορίου μέσω δικτύου (e-tailer)
- Πάροχος περιεχομένου (content provider)
- Διαμεσολαβητής συναλλαγών (transaction broker)
- Δημιουργία εικονικής αγοράς (market creator)
- Πάροχος υπηρεσιών (service provider)
- Ηλεκτρονικές κοινότητες ή κοινωνικά δίκτυα (community providers ή social networks)



Επιχειρηματικά Μοντέλα Ηλεκτρονικού Εμπορίου

- Διαδικτυακή πύλη (portal)
 - κεντρικό σημείο εισόδου προς μια τεράστια ποικιλία πόρων και υπηρεσιών στο Διαδίκτυο
- Εικονικό κατάστημα (e-tailer)
 - Πουλάει υλικά προϊόντα απευθείας σε καταναλωτές ή σε επιμέρους επιχειρήσεις
- Πάροχος περιεχομένου (content provider)
 - Παράγει έσοδα παρέχοντας ψηφιακό περιεχόμενο, όπως ειδήσεις, μουσική, φωτογραφίες ή βίντεο



Επιχειρηματικά Μοντέλα Ηλεκτρονικού Εμπορίου

- Διαμεσολαβητής συναλλαγών (transaction broker)
 - Παρέχει πληροφορίες για το προϊόν, τις τιμές και τη διαθεσιμότητα
 - Εξοικονομεί χρόνο και χρήμα στους χρήστες με την διεκπεραίωση διαδικτυακών συναλλαγών και εισπράττει αμοιβή για κάθε συναλλαγή
- Δημιουργία εικονικής αγοράς (market creator)
 - Δημιουργεί ένα ψηφιακό περιβάλλον, όπου αγοραστές και πωλητές μπορούν να συναντώνται, να αναζητούν προϊόντα, να παρουσιάζουν προϊόντα και να ορίζουν τιμές γι' αυτά



Επιχειρηματικά Μοντέλα Ηλεκτρονικού Εμπορίου

- Πάροχος υπηρεσιών (service provider)
 - Προσφέρει υπηρεσίες εφαρμογών Ιστού όπως κοινή χρήση φωτογραφιών, βίντεο και περιεχομένου που παράγεται από χρήστες
- Κοινωνικό δίκτυο
 - Προσφέρει ένα διαδικτυακό τόπο συνάντησης, όπου άνθρωποι με παρόμοια ενδιαφέροντα μπορούν να επικοινωνούν και να βρίσκουν χρήσιμες πληροφορίες



Μοντέλα εσόδων Ηλεκτρονικού Εμπορίου

- Διαφήμιση (Advertising)
- Πωλήσεις (Sales)
- Συνδρομές (Subscription)
- Συνδυασμός δωρεάν και ειδικών επί πληρωμή υπηρεσιών (Free/Freemium)
- Τέλη συναλλαγών (Transaction fee)
- Συνεργατική προώθηση προϊόντων (Affiliate)



Επίδραση του διαδικτύου στο Μάρκετινγκ

- Το Διαδίκτυο παρέχει νέους τρόπους αναγνώρισης και επικοινωνίας με τους πελάτες
- Long tail marketing
 - Προσέγγιση μεγάλου κοινού με ελάχιστο κόστος
- Behavioral targeting /Στόχευση συμπεριφοράς
 - Διαφημιστική στόχευση βάσει συμπεριφοράς
- Μορφές διαφήμισης στο Διαδίκτυο
 - μέσω μηχανών αναζήτησης, πλαίσια προβολής διαφημίσεων, εμπλουτισμένα πολυμέσα και email



Αλληλεπιδραστικό Μάρκετινγκ, Εξατομίκευση και Αυτοεξυπηρέτηση

- Οι τοποθεσίες Ιστού είναι πλούσια πηγή λεπτομερειών για τη συμπεριφορά, τις προτιμήσεις, και τις αγοραστικές συνήθειες των πελατών, οι οποίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την προσαρμογή προωθητικών ενεργειών, προϊόντων, υπηρεσιών και τιμών
- Εργαλεία παρακολούθησης συνδεσμοδιαδρομής (clickstream tracking tools): Συλλέγουν δεδομένα για τις δραστηριότητες των επισκεπτών σε τοποθεσίες Ιστού
 - Χρησιμοποιούνται για τη δημιουργία εξατομικευμένων ιστοσελίδων
- Συνεργατικό φιλτράρισμα (collaborative filtering): Συγκρίνει δεδομένα ενός πελάτη με εκείνα άλλων πελατών για να κάνει προτάσεις για προϊόντα



Πληροφοριακά Συστήματα για Επιχειρήσεις

Μέρος Γ : Βασικές Εφαρμογές Π.Σ.

Ηλεκτρονικό Εμπόριο και Διαδίκτυο

Παρακολούθηση Επισκεπτών Τοποθεσίας Ιστού

Οι τοποθεσίες Ιστού ηλεκτρονικού εμπορίου διαθέτουν εργαλεία για να παρακολουθούν κάθε βήμα ενός επισκέπτη σ' ένα διαδικτυακό κατάστημα. Η προσεκτική εξέταση της συμπεριφοράς των πελατών σε μια τοποθεσία Ιστού που πωλεί γυναικεία ρούχα δείχνει τις πληροφορίες που θα μπορούσε να αντλήσει το κατάστημα σε κάθε βήμα και ποια μέτρα θα μπορούσε να πάρει για να αυξήσει τις πωλήσεις.

Click 1

Click 2

Click 3

Click 4

Click 5

Click 6

The shopper clicks on the home page. The store can tell that the shopper arrived from the Yahoo portal at 2:30 PM (which might help determine staffing for customer service centers) and how long she lingered on the home page (which might indicate trouble navigating the site). Tracking beacons load cookies on the shopper's browser to follow her across the Web.

The shopper clicks on blouses, then clicks to view a woman's pink blouse. The shopper clicks to select this item in a size 10 in pink and clicks to place it in her shopping cart. This information can help the store determine which sizes and colors are most popular. If the visitor moves to a different site, ads for pink blouses will appear from the same or a different vendor.

From the shopping cart page, the shopper clicks to close the browser to leave the website without purchasing the blouse. This action could indicate the shopper changed her mind or that she had a problem with the website's checkout and payment process. Such behavior might signal that the website was not well designed.



Πληροφοριακά Συστήματα για Επιχειρήσεις

Μέρος Γ : Βασικές Εφαρμογές Π.Σ.

Ηλεκτρονικό Εμπόριο και Διαδίκτυο

Εξατομίκευση Τοποθεσιών Ιστού



Οι εταιρείες μπορούν να χρησιμοποιούν μοναδικές εξατομικευμένες ιστοσελίδες που παρουσιάζουν περιεχόμενο ή διαφημίσεις για προϊόντα ή υπηρεσίες σε επιμέρους χρήστες, βελτιώνοντας την εμπειρία των πελατών και δημιουργώντας πρόσθετη αξία.

Με βάση το χαρτοφυλάκιό σας και τις πρόσφατες τάσεις της αγοράς, έχουμε ορισμένες συστάσεις για σας

Γεια σου και πάλι, Χρήστο Παπανικολάου.
Αν θέλεις, δες τους τίτλους που σου προτείνουμε:
Ο Μάνατζερ του ενός λεπτού
Ποιος πήρε το τυρί μου;
Πλούσιος μπαμπάς φτωχός μπαμπάς

Γεια σου, Ιωάννα! Να τα είδη στα οποία θέλεις να κάνεις προσφορά:
Μοντέρνο πορτατίφ
Συλλεκτική κούκλα Μπάρμμι
Γραβάτα με τους Μπιτλς

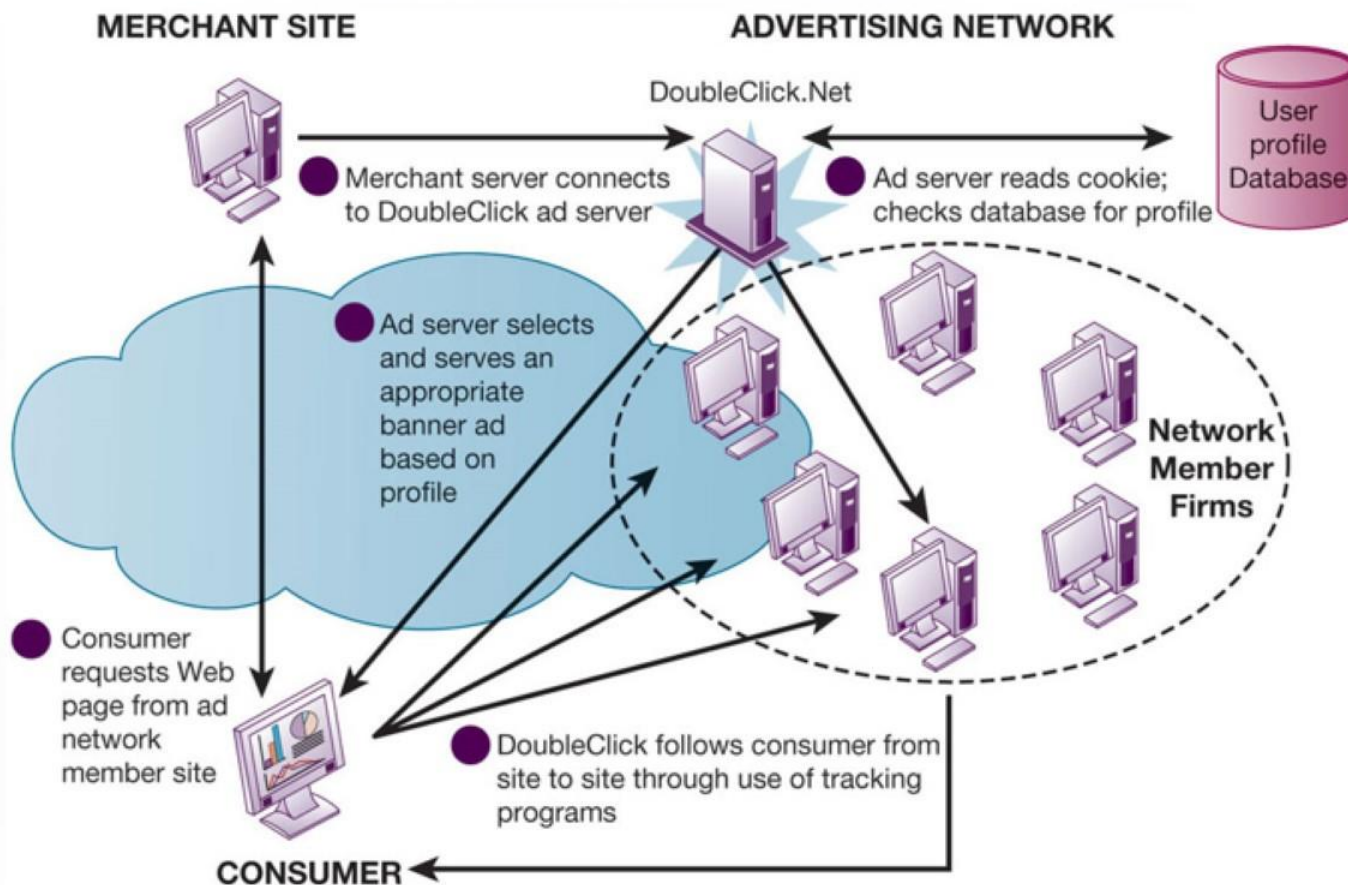


Πληροφοριακά Συστήματα για Επιχειρήσεις

Μέρος Γ : Βασικές Εφαρμογές Π.Σ.

Ηλεκτρονικό Εμπόριο και Διαδίκτυο

Πώς λειτουργεί ένα διαφημιστικό δίκτυο





Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Ανάπτυξη Σχέσεων με τον Πελάτη: Αλληλεπιδραστικό Μάρκετινγκ, Εξατομίκευση και Αυτοεξυπηρέτηση

- Ιστολόγια
 - Προσωπικές ιστοσελίδες που περιέχουν σειρές χρονολογικών εγγραφών του συγγραφέα τους και συνδέσμους προς συναφείς ιστοσελίδες
 - Έχουν αυξανόμενη επίδραση σε πολιτική και ειδήσεις
 - Εταιρικά ιστολόγια: Νέοι δίαυλοι επικοινωνίας με πελάτες, παρουσιάζουν νέα προϊόντα και υπηρεσίες
- Αυτοεξυπηρέτηση πελατών
 - Τοποθεσίες Ιστού και ηλεκτρονικό ταχυδρομείο που απαντούν σε ερωτήματα πελατών ή δίνουν στους πελάτες πληροφορίες για προϊόντα
 - Μειώνουν την ανάγκη για ανθρώπους ειδικούς στην υποστήριξη πελατών



Κοινωνικό Ηλεκτρονικό Εμπόριο και Κοινωνικό Δικτυακό Μάρκετινγκ

- Ένας από τους πιο ταχέως αναπτυσσόμενους τομείς εσόδων του ηλεκτρονικού εμπορίου
 - Newsfeed
 - Timelines
 - Social sign-on
 - Collaborative shopping
 - Network notification
 - Social search (recommendations)



Κοινωνικό Ηλεκτρονικό Εμπόριο και Κοινωνικό Δικτυακό Μάρκετινγκ

- Βασίζεται στην έννοια του ψηφιακού κοινωνικού γράφου (digital social graph)
- Οι αγορές ενός ατόμου επηρεάζουν εκείνες που πραγματοποιούν άλλα άτομα
- Η «σοφία του πλήθους» (wisdom of crowds)
- Crowdsourcing



Ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων (EDI)

- Ανταλλαγή τυποποιημένων συναλλαγών μεταξύ Π.Σ.
 - Τιμολόγια ή εντολές αγοράς
- Πρότυπα EDI που ορίζουν τη δομή και τα πεδία πληροφοριών ηλεκτρονικών εγγράφων ανά κλάδο
- Όλο και περισσότερες εταιρείες εγκαταλείπουν τα ιδιωτικά δίκτυα και υιοθετούν το Διαδίκτυο για τη σύνδεση με άλλες επιχειρήσεις

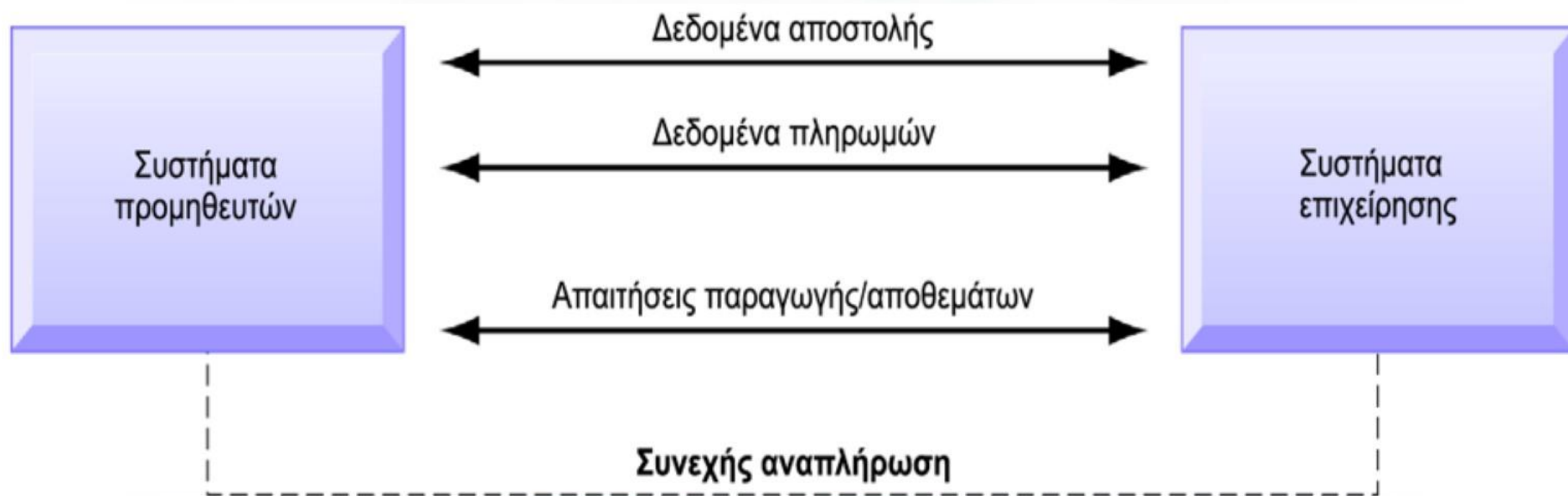


Πληροφοριακά Συστήματα για Επιχειρήσεις

Μέρος Γ : Βασικές Εφαρμογές Π.Σ.

Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Ηλεκτρονική Ανταλλαγή Δεδομένων (EDI)



Οι εταιρείες χρησιμοποιούν EDI για να αυτοματοποιήσουν συναλλαγές ηλεκτρονικού εμπορίου μεταξύ επιχειρήσεων και συνεχή αναπλήρωση αποθεμάτων. Οι προμηθευτές μπορούν αυτόματα να στέλνουν δεδομένα για αγορές στις αγοράστριες επιχειρήσεις. Οι αγοράστριες επιχειρήσεις μπορούν να χρησιμοποιούν EDI για να ενημερώνουν με τις ανάγκες τους παραγωγής και αποθεμάτων και με δεδομένα πληρωμών τους προμηθευτές.



Ηλεκτρονικό Εμπόριο μεταξύ Επιχειρήσεων: Νέες Αποτελεσματικότητες και Σχέσεις

- Ιδιωτικά κλαδικά δίκτυα (ιδιωτικά ανταλλακτήρια)
 - Οι μεγάλες επιχειρήσεις χρησιμοποιούν εξωδίκτυα για να συνδέονται με προμηθευτές, διανομείς και άλλους βασικούς επιχειρηματικούς συνεργάτες τους
 - Το δίκτυο ανήκει στον αγοραστή
 - Επιτρέπει την από κοινού διενέργεια:
 - Σχεδιασμού και ανάπτυξης προϊόντων
 - Μάρκετινγκ
 - Προγραμματισμό παραγωγής και διαχείριση αποθεμάτων
 - Αδόμητες επικοινωνίες (γραφήματα και ηλεκτρονικό ταχυδρομείο)

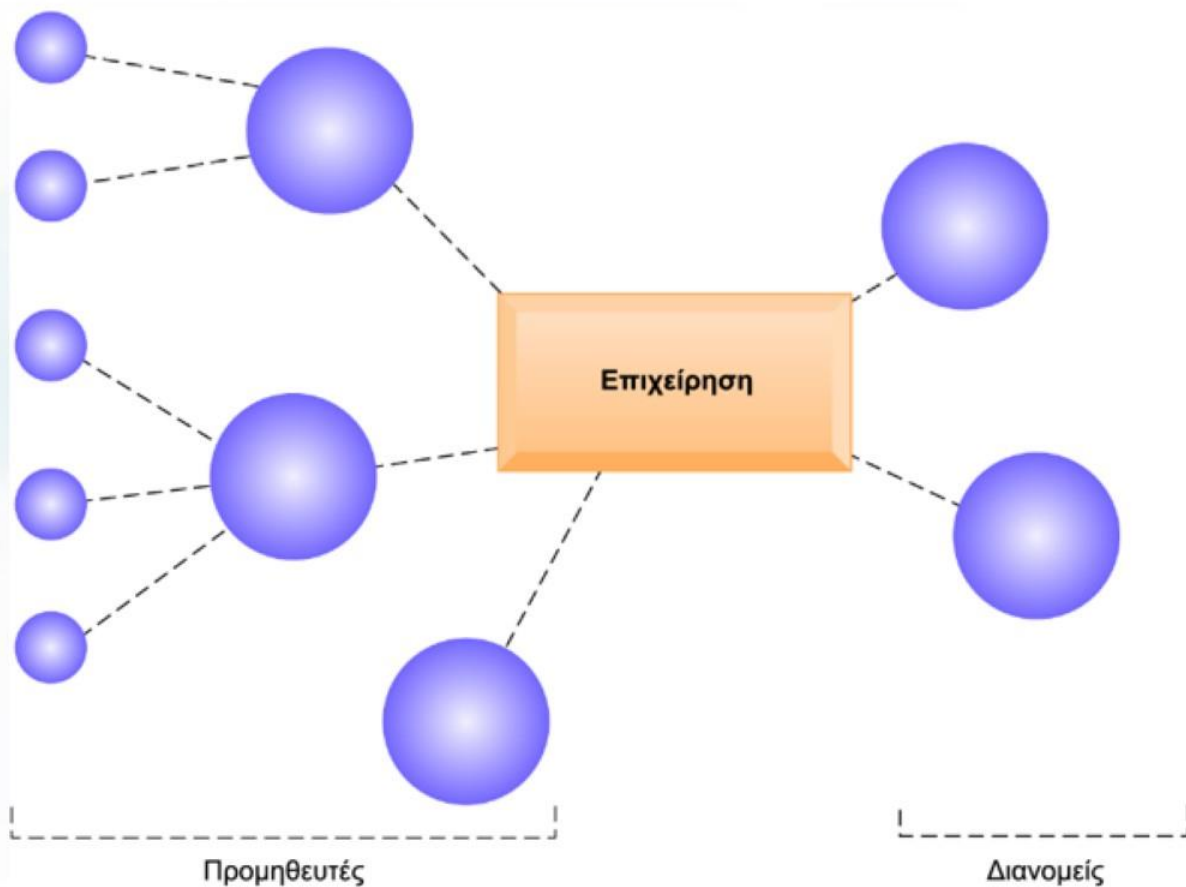


Πληροφοριακά Συστήματα για Επιχειρήσεις

Μέρος Γ : Βασικές Εφαρμογές Π.Σ.

Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Ένα Ιδιωτικό Κλαδικό Δίκτυο



Το ιδιωτικό κλαδικό δίκτυο, που είναι επίσης γνωστό ως ιδιωτικό ανταλλακτήριο, συνδέει την επιχείρηση με τους προμηθευτές, τους διανομείς και άλλους βασικούς επιχειρηματικούς συνεργάτες της, με σκοπό την αποτελεσματική διαχείριση εφοδιαστικής αλυσίδας και άλλες δραστηριότητες συνεργατικού εμπορίου.



Ηλεκτρονικό Εμπόριο μεταξύ Επιχειρήσεων: Νέες Αποτελεσματικότητες και Σχέσεις

- Δικτυακές αγορές (ηλεκτρονικοί κόμβοι)
 - Ενιαία αγορά για πολλούς πωλητές και αγοραστές
 - Ανήκουν σε έναν κλάδο ή σε ανεξάρτητο μεσάζοντα
 - Παράγουν έσοδα από προμήθειες συναλλαγών και άλλες υπηρεσίες
 - Οι τιμές ορίζονται με διαπραγματεύσεις, δημοπρασίες, αιτήσεις προσφορών, ή χρησιμοποιούνται σταθερές τιμές
 - Μπορεί να εστιάζονται σε άμεσα ή έμμεσα αγαθά
 - Μπορεί να εξυπηρετούν κατακόρυφες ή οριζόντιες αγορές



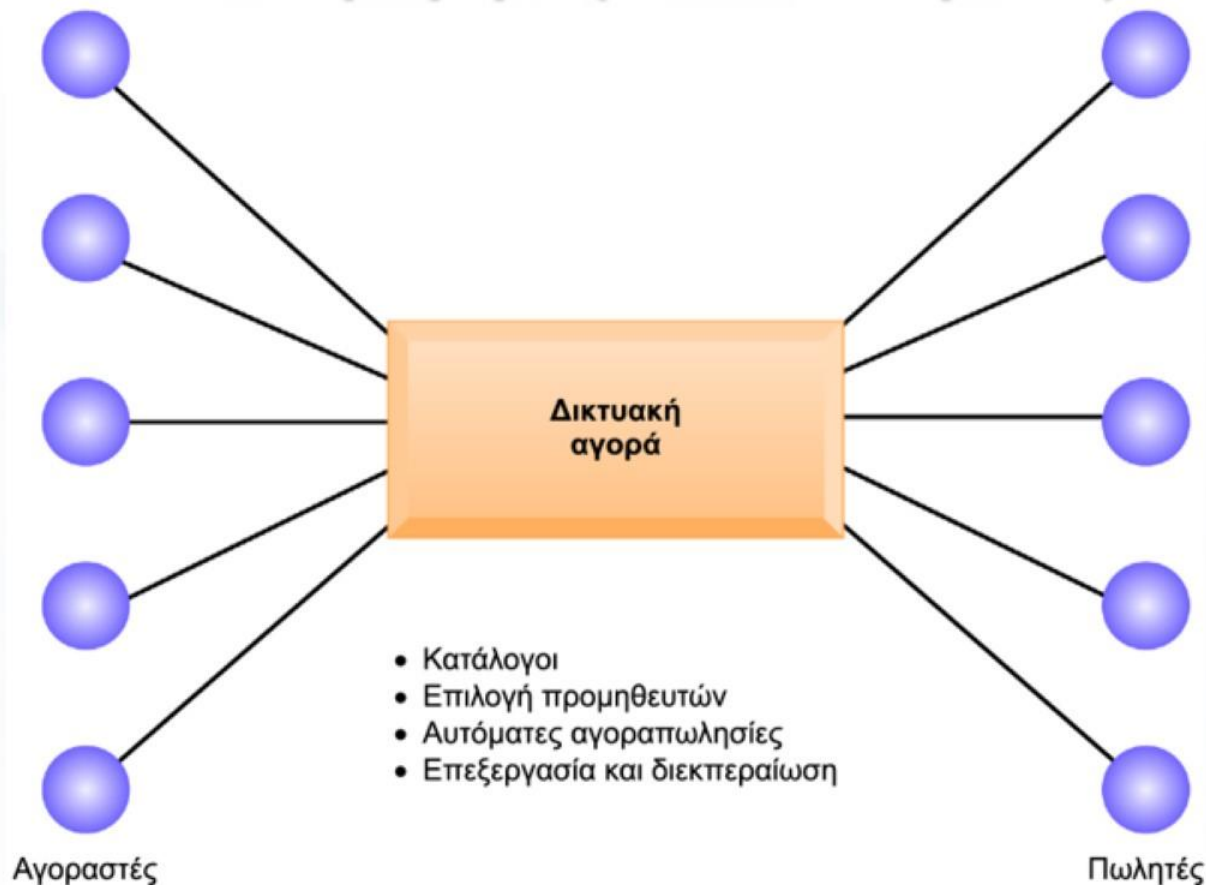
Πληροφοριακά Συστήματα για Επιχειρήσεις

Μέρος Γ : Βασικές Εφαρμογές Π.Σ.

Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Διαδικτυακή Αγορά (Net Marketplace)

Οι δικτυακές αγορές είναι ηλεκτρονικές αγορές όπου πολλοί αγοραστές μπορούν να αγοράζουν από πολλούς πωλητές.





Ηλεκτρονικό Εμπόριο μεταξύ Επιχειρήσεων: Νέες Αποτελεσματικότητες και Σχέσεις

- Ανταλλακτήρια
 - Δικτυακές αγορές που ανήκουν σε ανεξάρτητους τρίτους
 - Συνδέουν χιλιάδες προμηθευτές και αγοραστές για άμεσες αγορές μετρητοίς
 - Συνήθως εξυπηρετούν κατακόρυφες αγορές άμεσων αγαθών για ένα μόνο κλάδο (τροφίμων, ηλεκτρονικών)
 - Αυξήθηκαν σε αριθμό στα πρώτα χρόνια του ηλεκτρονικού εμπορίου· πολλά πλέον χρεοκόπησαν
 - Ευνοούν τον ανταγωνισμό που ρίχνει τις τιμές χωρίς να προσφέρουν μακροπρόθεσμες σχέσεις με τους αγοραστές ή υπηρεσίες που να αξίζουν τη μείωση των τιμών



Κινητό Εμπόριο

Υπηρεσίες και Εφαρμογές Κινητού Εμπορίου

- Το 2017 κατέχει το 35% από τις συναλλαγές ηλ. εμπορίου
- Ρυθμός αύξησης 20% ετησίως
- Τομείς
 - Μαζικό εμπόριο λιανικής (Amazon, eBay)
 - Πωλήσεις ψηφιακού περιεχομένου (μουσική, TV)
 - Πωλήσεις εντός εφαρμογής σε κινητές συσκευές



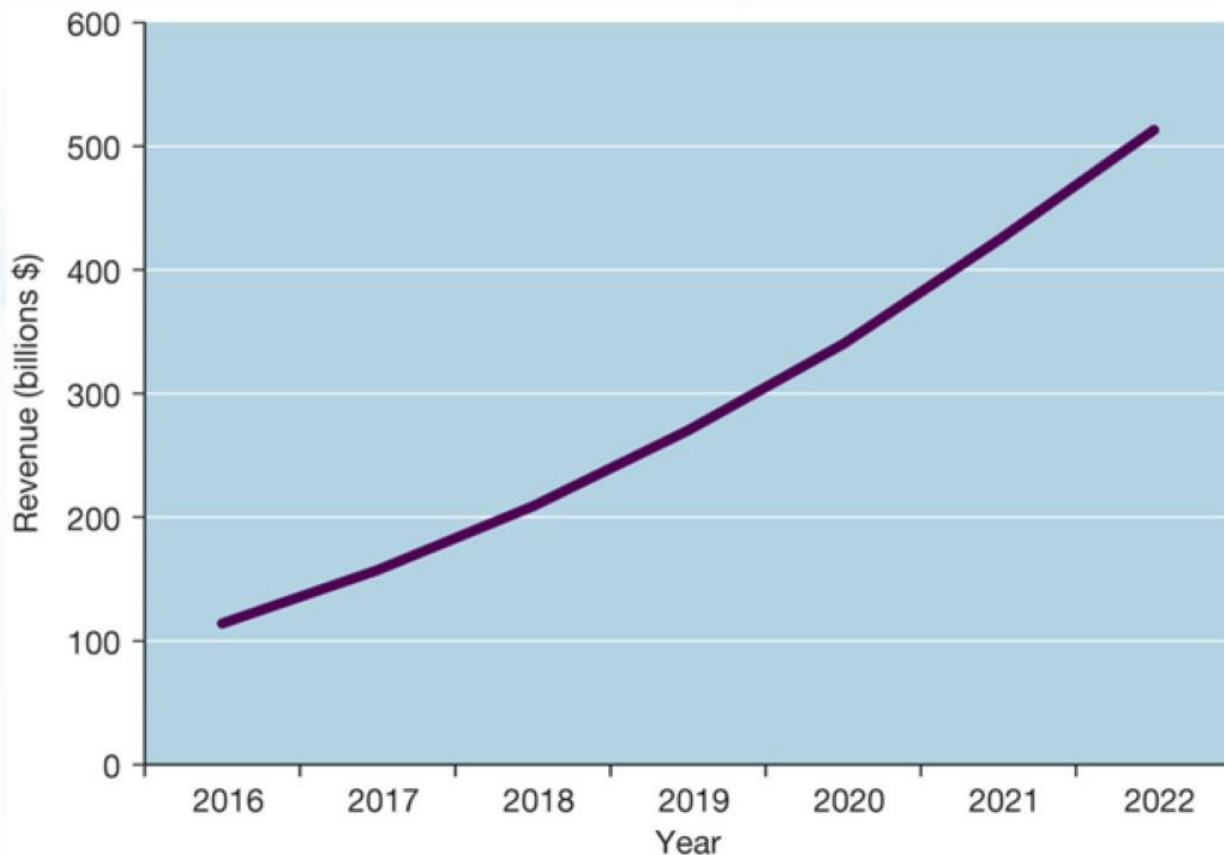
Πληροφοριακά Συστήματα για Επιχειρήσεις

Μέρος Γ : Βασικές Εφαρμογές Π.Σ.

Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Έσοδα του Παγκόσμιου Κ-εμπορίου

Το κινητό ηλεκτρονικό εμπόριο είναι ο ταχύτερα αναπτυσσόμενος τύπος ηλεκτρονικού εμπορίου B2C και αντιπροσώπευε περίπου το 34 τοις εκατό του συνόλου του ηλεκτρονικού εμπορίου το 2018.





Πρόσβαση σε Πληροφορίες από τον Ασύρματο Ιστό

- Κινητά τηλέφωνα και κινητές συσκευές χειρός
 - Περιορισμένα δεδομένα
 - Μέγεθος οθόνης
- Ασύρματες διαδικτυακές πύλες (κινητές πύλες Διαδικτύου)
 - Παρουσιάζουν περιεχόμενο και υπηρεσίες βελτιστοποιημένες για κινητές συσκευές για να κατευθύνουν τους χρήστες σε πληροφορίες που είναι πιθανότερο να χρειάζονται



Τύποι Συστημάτων Ηλεκτρονικών Πληρωμών

- **Ηλεκτρονικό πορτοφόλι**
 - Αποθηκεύει πληροφορίες της πιστωτικής κάρτας και των στοιχείων αναγνώρισης του κατόχου του, και εισάγει αυτόματα το όνομα του αγοραστή, τον αριθμό της πιστωτικής κάρτας του, και πληροφορίες για την αποστολή των ειδών όταν καλείται να ολοκληρώσει μια αγορά
- **Συστήματα μικροπληρωμών:**
 - Αναπτύχθηκαν για αγορές αξίας κάτω των \$10
 - Ψηφιακά συστήματα πληρωμών συσσωρευμένου υπολοίπου
 - Συσσωρεύουν ένα χρεωστικό υπόλοιπο που πληρώνεται περιοδικά μέσω της πιστωτικής κάρτας ή του λογαριασμού τηλεφώνου



Τύποι Συστημάτων Ηλεκτρονικών Πληρωμών

- Σύστημα πληρωμών αποθηκευμένης αξίας
 - Επιτρέπουν τις πληρωμές μέσω δικτύου με βάση την αξία που έχει αποθηκευθεί σε δικτυακό ψηφιακό λογαριασμό
 - Μπορεί να προσφέρονται από εμπόρους ή να είναι πληρωμές μεταξύ ομότιμων (PayPal)
- Ψηφιακές επιταγές
 - Επεκτείνουν τη λειτουργικότητα υπαρχόντων λογαριασμών όψεως σε πληρωμές μέσω δικτύου
- Συστήματα ηλεκτρονικής παρουσίασης και πληρωμής λογαριασμών
 - Πληρωμή μηνιαίων λογαριασμών με ηλεκτρονική μεταφορά κεφαλαίων ή με πιστωτικές κάρτες



Ψηφιακά Συστήματα Πληρωμών για το Κ-εμπόριο

- Τρία είδη συστημάτων κινητών πληρωμών χρησιμοποιούνται στην Ασία
 - Συστήματα αποθηκευμένης αξίας που τροφοδοτούνται από πιστωτικές κάρτες ή τραπεζικούς λογαριασμούς
 - Κινητές χρεωστικές κάρτες
 - Κινητές πιστωτικές κάρτες
- Στις ΗΠΑ, το κινητό τηλέφωνο δεν έχει ακόμη εξελιχθεί σε κινητό σύστημα πληρωμών



Ζητήματα παρουσίας ηλεκτρονικού εμπορίου

- Προκλήσεις διαχείρισης
 - Ξεκάθαροι επιχειρηματικοί στόχοι
 - Επιλογή της σωστής τεχνολογίας για την επίτευξη των στόχων
- Ανάπτυξη ηλεκτρονικού εμπορίου
 - Τέσσερις τομείς: ιστότοποι, ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, μέσα εκτός σύνδεσης
 - Διαφορετικές πλατφόρμες και δραστηριότητες που σχετίζονται με το καθένα
- Χρονοδιάγραμμα Υλοποίησης
 - Διακριτές φάσεις υλοποίησης έργου

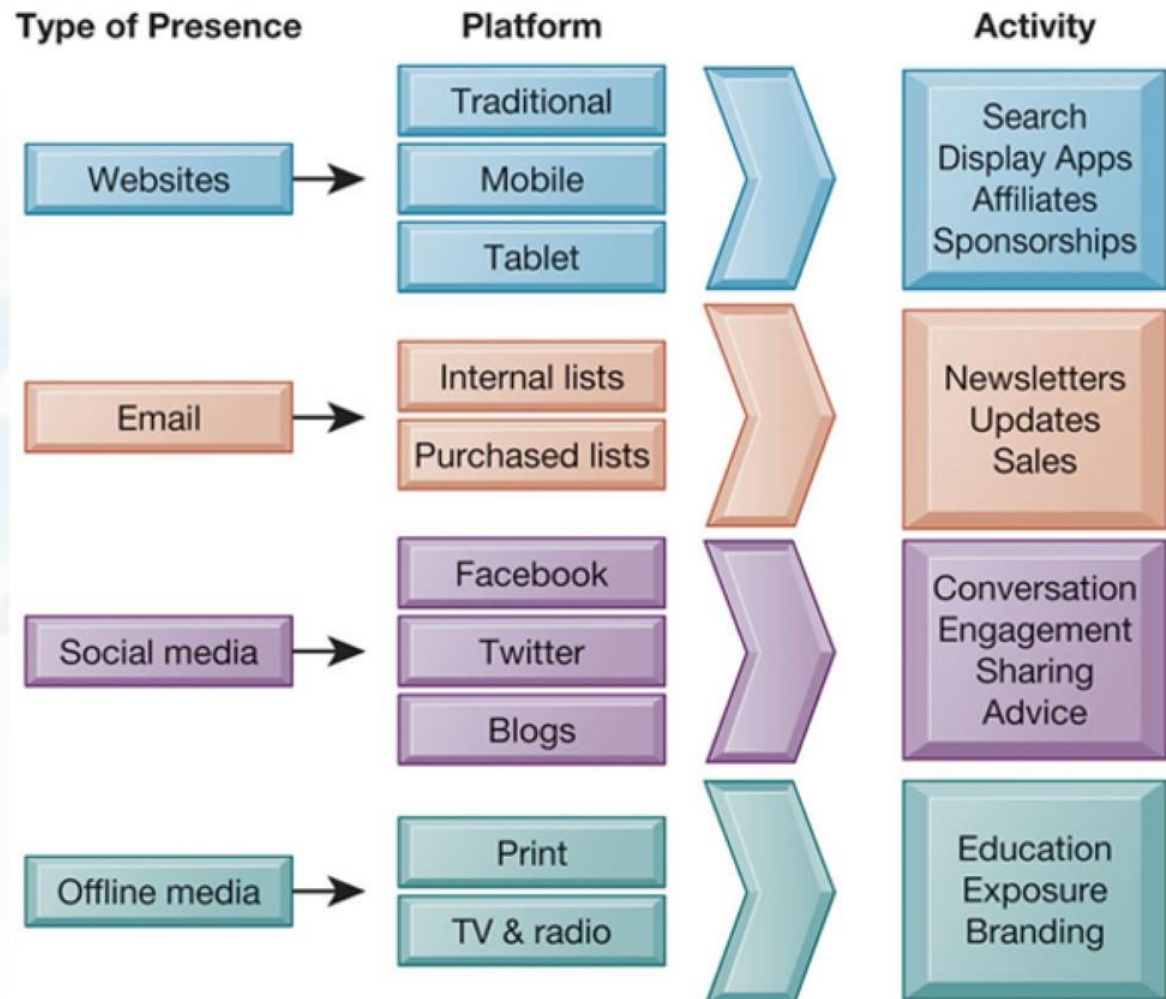


Πληροφοριακά Συστήματα για Επιχειρήσεις

Μέρος Γ : Βασικές Εφαρμογές Π.Σ.

Παρουσία στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Χάρτης παρουσίας για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο





Σύνοψη

1. Ποια είναι τα μοναδικά χαρακτηριστικά του ηλεκτρονικού εμπορίου, των ψηφιακών αγορών και των ψηφιακών αγαθών
2. Ποια τα κύρια επιχειρηματικά μοντέλα ηλεκτρονικού εμπορίου;
3. Πώς έχει μεταμορφώσει το ηλεκτρονικό εμπόριο το μάρκετινγκ
4. Πώς επηρέασε το ηλεκτρονικό εμπόριο τις συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων;
5. Ποιος είναι ο ρόλος του κινητού εμπορίου και ποιες οι σημαντικότερες εφαρμογές του;
6. Ποια είναι τα κυριότερα θέματα στο ηλεκτρονικό εμπόριο;



Πληροφοριακά Συστήματα για Επιχειρήσεις

Μέρος Γ : Βασικές Εφαρμογές Π.Σ.

Ηλεκτρονικό εμπόριο: Ψηφιακές αγορές, ψηφιακά αγαθά

Απορίες ?