

Temat: eHandlu – za i przeciw. Przegląd rozwiązań komercyjnych.

Wstęp

Oprogramowanie eSklepów znaczenie się różni od siebie. Dlaczego do jednego sklepu ludzie wchodzą „tabunami”, sklep poprostu żyje, natomiast inny w ogóle nie ma odwiedzin.

I tu właśnie jest różnica. W tym miejscu bardzo znaczącą rolę odgrywają moduły wspierające pozycjonowanie oraz możliwość integracji z pasażami (np. pasaz.onet.pl, zakupy.wp.pl, ceneo.pl, skapiec.pl). Również znaczącą rolę odgrywa wsparcie dla klienta na starcie, jest rzecz jasna że ludzie którzy od kilku lat obracają się na rynku internetowym, mogą mieć znacznie większe pojęcie o tym od klienta, który dopiero zaczyna swoją zarobkową przygodę w sieci, dlatego też kupienie sklepu tzw. "golasa" nie rozwiązuje sprawy jeśli się myśli o poważnym handlu.

Optymista powiedziałby

O wyższości handlu internetowego nad innymi formami sprzedaży:

- czynny 24 godziny w tygodniu przez 365/366 dni w roku,
- działa bez ograniczeń terytorialnych, możesz mieć klientów z całego świata,
- nie ma praktycznie barier w ekspozycji towarów - sklep może posiadać nieograniczoną liczbę produktów, a koszty zwiększenia powierzchni "wystawowej" sklepu internetowego są nieporównywalnie mniejsze niż podobna operacja w sklepie "rzeczywistym",
- nie trzeba zabezpieczać towarów przed kradzieżą i dbać o przechowywanie produktów w odpowiednich warunkach,
- nie trzeba "fizycznie" posiadać oferowanych artykułów z oferty, po złożeniu zamówienia są one sprowadzone,
- klientami sklepów internetowych w Polsce są w większości ludzie z dochodami powyżej średniej, dlatego oferta kierowana jest do konsumentów, którzy mają pieniądze i chcą je wydawać,
- w mniejszym stopniu, niż w sklepach "realnych" firma jest narażona na kontrole najprzeróżniejszych organów, instytucji, inspekcji itp., utrudniających często normalne funkcjonowanie "rzeczywistego" sklepu,
- czas działa na korzyść firmy. Im dłużej prowadzona jest internetowa sprzedaż, tym firma jest wiarygodna,
- sklepem możesz administrować z dowolnego miejsca na świecie.

I CO NAJWAŻNIEJSZE : wirtualny handel to najszybciej rozwijający się segment sprzedaży, o świetnych prognozach i nieograniczonych perspektywach.

Pesymista powiedziałby

To nie jest takie proste, czyli inne spojrzenie na sprzedaż przez Internet:

- handel internetowy, kieruje się normalnymi prawami rynku, trudno mimo dostępności oferty handlowej przez cały rok sprzedać łyżwy w środku lata, czy okulary przeciwsłoneczne podczas jesiennej zawieruchy,
- także godziny nocne i poranne nie będą porą dnia w której osiągniesz znaczące przychody,
- mimo, że sklep działa w sieci ogólnoswiatowej barierami hamującymi jego rozwój są ograniczenia językowe, wysokie koszty przesyłek zagranicznych, ograniczenia importowe i celne i problemy z płatnościami,
- ekspozycja towaru w "realnym" sklepie wymaga mniejszego nakładu pracy; ogranicza się praktycznie do wystawienia towaru na półkę i jego ometkowania. W wirtualnym sklepie bardzo ważne są wysokiej jakości zdjęcia i ciekawe opisy zachęcające do kupna produktu co wymaga ogromu pracy. By nie być posądzonym o kradzież własności intelektualnych należy stosować często własne rozwiązania autorskie, a jeśli firma nie posiada odpowiednich możliwości to należy za nie zapłacić,
- firma narażona na straty wynikłe z realizacji nieprawdziwych zamówień, uszkodzeń towarów w trakcie przesyłki i odesłań produktów nieodbieranych z różnych przyczyn przez klientów. Zgodnie z prawem, firma musi przyjmować tzw. "zwroty bez powodu", do czego firma nie jest zobowiązana prowadząc sklep "rzeczywisty",
- ilość towarów, których sprzedaż można zwiększyć poprzez różne działania promocyjne jest ograniczona,
- czasy sklepów działających na zasadzie, "ktoś zamawia, a ja jadę wtedy do hurtowni po towar" dawno minęły,
- w Internecie bardzo łatwo porównać ceny, firma musi oferować niskie ceny, aby w ogóle coś sprzedać,
- prowadzenie sklepu internetowego wiąże się z obowiązkiem ściślejszego przestrzegania przez firmę panujących przepisów, które w przypadku tej formy sprzedaży są znacznie bardziej restrykcyjne niż w "normalnym" handlu,
- złe opinie, także nieprawdziwe w Internecie rozchodzą się bardzo szybko i raz wydane zostają praktycznie na zawsze.
- z różnych badań wynika, że klienci kupujący przez Internet słabo przywiązują się do adresu WWW, pod którym robią zakupy, łatwo też ich zrazić drobnym uchybieniem, czy pomyłką. W "normalnym" handlu kupujący jest często "skazany" na miejsce kupowania pewnych produktów z powodu braku konkurencyjnych placówek handlowych na określonym terenie.
- dużym plusem "realnych" zakupów niemożliwym raczej do spełnienia w handlu przez Internet jest też ulubiony przez większość klientów "fizyczny kontakt" z towarem i sprzedawcą.
- firma uzależniona od różnej klasy "fachowców" od hostingu, programowania itp., a brak rzeczywistego kontaktu z nimi powoduje, że często jest bardzo trudno wymusić na nich odpowiedni poziom usług.

I CO NAJWAŻNIEJSZE: obroty handlu internetowego, to w ojczyźnie eCommerce - USA, gdzie eZakupy są niesamowicie popularne to zaledwie około 2 % wartości całej sprzedaży,

w Polsce obecnie to zaledwie około 0,1% obrotów całego handlu, ze z 100 złotych wydanych przez klientów na zakupy - do Internetu płynie tylko 10 groszy. Zaufanie kupujących do tej formy sprzedaży jest bardzo ograniczone, ogromna większość mieszkańców Polski nigdy nie korzystała z tej możliwości robienia zakupów i na pewno z różnych powodów ani razu z niej nie skorzysta. Trzeba zainwestować spore pieniądze, bez gwarancji nie tylko osiągnięcia zysku, ale i zwrotu z inwestycji.

Oprogramowanie

Oprogramowanie eSklepów znaczenie się różni od siebie. Dlaczego do jednego sklepu ludzie wchodzą „tabunami”, sklep prosto żyje, natomiast inny w ogóle nie ma odwiedzin.

I tu właśnie jest różnica. W tym miejscu bardzo znaczącą rolę odgrywają moduły wspierające pozycjonowanie oraz możliwość integracji z pasażami (np. pasaz.onet.pl, zakupy.wp.pl, ceneo.pl, skapiec.pl). Również znaczącą rolę odgrywa wsparcie dla klienta na starcie, jest rzecz jasna że ludzie którzy od kilku lat obracają się na rynku internetowym, mogą mieć znacznie większe pojęcie o tym od klienta, który dopiero zaczyna swoją zarobkową przygodę w sieci, dlatego też kupienie sklepu tzw. "golasa" nie rozwiązuje sprawy jeśli się myśli o poważnym handlu.

Przydatne adresy:

1. <http://www.cstore.pl/>
2. <http://www.intway.com/products.aspx>
3. <http://www.triger.com.pl/>
4. <http://tipace.com/j/Ecommerce%20Software>
5. <http://www.e-biznes.pl/>

Zadania

1. Określić jakie usługi będą wymagane przez projektowany sklep internetowy.
2. Spośród ofert systemów gotowych wybrać produkt odpowiedni dla projektowanej firmy.
3. Uwzględniając koszty wykupienia domeny, hostingu oraz oprogramowania opracować kosztorys..

Uwaga! Odpowiedzi na pytania powinny zostać zapisane w postaci sprawozdania z laboratorium i oddane prowadzącemu zajęcia po ich zakończeniu.