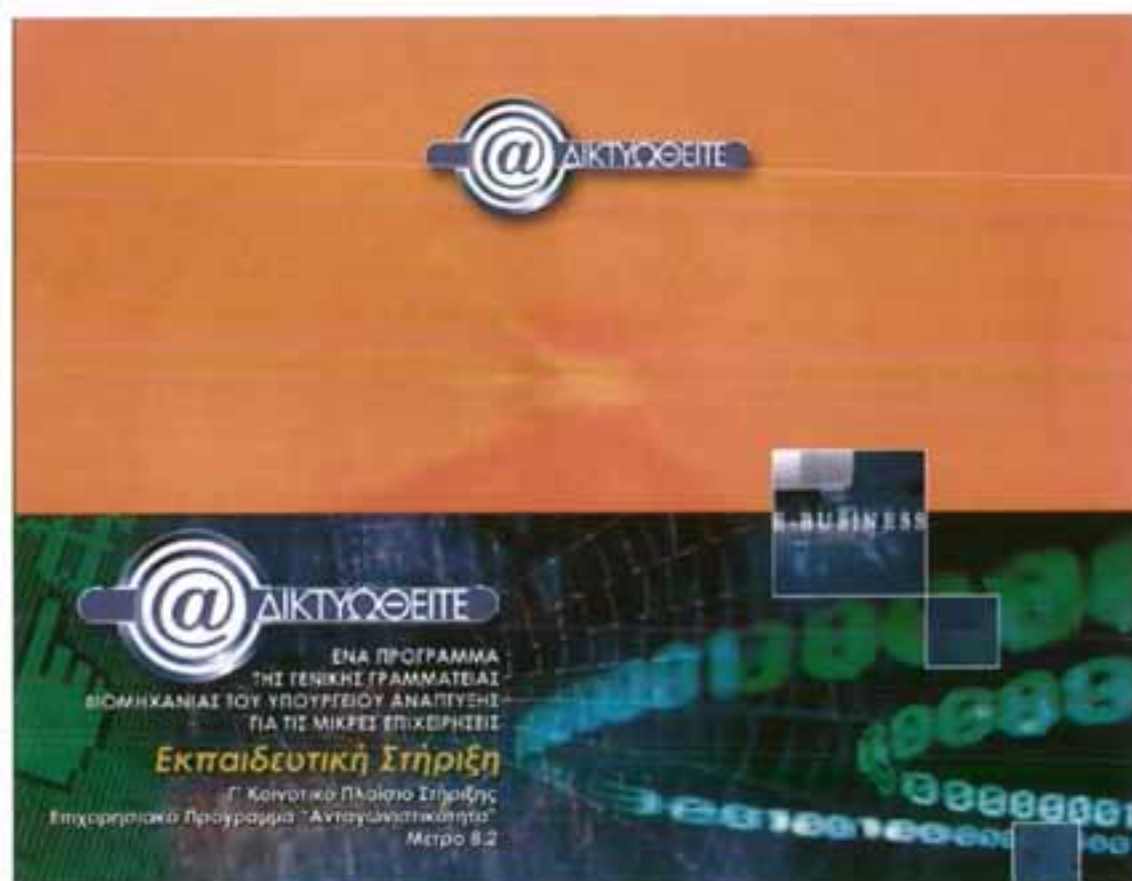


**ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΠΑΤΡΩΝ**

**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

ΘΕΜΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ:

**ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΜΙΑΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ ΣΤΟ
ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ**



**ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ: ΦΑΖΑΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ
ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ: ΧΡΙΣΤΟΔΟΥΛΟΥ ΒΑΛΕΝΤΙΝΑ**

ΠΑΤΡΑ 2005



ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τους εξής ανθρώπους και εταιρείες για την βοήθεια και την υποστήριξη τους κατά τη διάρκεια της εκπόνησης αυτής της μελέτης:

Τον κ. Γεώργιο Φαζάκη

Την εταιρεία Δούβρης ΑΕΕΕ

Την εταιρεία Σερέτης Α.Ε.

Την εταιρεία Προοπτική Ο.Ε.

Την εταιρεία rent@dvd

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Α.ΤΙ ΕΙΝΑΙ INTERNET.....σελ 1
Β. Η ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΣΗΜΕΡΑ.....σελ.2
Γ.ΠΕΤΥΧΗΜΕΝΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΣΕ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧ/ΣΕΙΣ.....σελ 2-4
Δ.ΤΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΠΡΟΚΛΗΘΟΥΝ ΑΠΟ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ.....σελ 4-6

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Α. ΟΦΕΛΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ.....σελ 7-8
Β. ΟΦΕΛΗ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ.....σελ 9-10
Γ. ΜΕΣΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΓΙΑ ΠΡΟΩΘΗΣΗ...σελ 11-12

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

1. ΣΤΟΧΟΙ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ.....σελ 13-16
2.ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ.....σελ 16-18

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

1.ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΑΡΟΥΣΑΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ.....σελ 19
- ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΕΝΔΟ-ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ
- ΠΡΟΦΙΛ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣσελ 19
- ΠΡΟΦΙΛ ΠΕΛΑΤΩΝ.....σελ 20
2.ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΕΞΩ-ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ.....σελ 21-22

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

1. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ Κ
ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΜΜΕ.....σελ 23-29
- <<ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΤΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ>>..... σελ 23-28
 - <<ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ>>.....σελ 26-27
 - <<ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ>>.....σελ 28-29

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

1. ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΣΧΕΔΙΟ..... σελ 29-36

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

1. ΔΕΚΑΛΟΓΟΣ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ..... σελ 37-41

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

1. ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ.....σελ 42-46
2. ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΟΙ ΠΙΝΑΚΕΣ 2003-2004.....σελ 47-55

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....σελ 56
2. ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....σελ 57-58

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

A. ΤΙ ΕΙΝΑΙ INTERNET

Το internet, είναι το πιο ευρύ δίκτυο υπολογιστών σε όλο το κόσμο. Οι υπολογιστές συνδέονται μεταξύ τους με τηλεφωνικές και άλλες γραμμές. Είναι, δηλαδή, ένα σύνολο από ένα μεγάλο αριθμό από διασυνδεδεμένους υπολογιστές, το οποίο επεκτείνεται σε κάθε σημείο του πλανήτη και παρέχει τις υπηρεσίες του σε εκατοντάδες εκατομμύρια χρήστες, ανεξάρτητα από το χώρο που βρίσκονται και το χρόνο που εργάζονται.

Το internet δίνει την δυνατότητα πρόσβασης σε πληροφορίες και βάσεις δεδομένων σε παγκόσμια κλίμακα. Επιτρέπει την χρήση πολλών και διαφορετικών εφαρμογών, που στοχεύουν κατ' αρχάς στην επικοινωνία με μέσα όπως είναι το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail), οι ηλεκτρονικές ομάδες συζητήσεως (newsgroups), οι ηλεκτρονικές λίστες ανακοινώσεων (mail lists), η επικοινωνία σε πραγματικό χρόνο (chat) κτλ. Σχετικά με τις εφαρμογές από το χώρο των επιχειρήσεων, το internet δίνει τη δυνατότητα για ανάπτυξη δραστηριοτήτων ηλεκτρονικού εμπορίου, για εκπαίδευση και επιμόρφωση από απόσταση, ακόμη και για εργασία από απόσταση, δηλαδή τηλε-εργασία.

B. Η ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΣΗΜΕΡΑ ΑΠΟ ΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.

Η αξιοποίηση του internet σε μια επιχείρηση σχετίζεται με την λήψη πληροφόρησης.

Ο κάθε επιχειρηματίας μπορεί με την χρήση του internet να αναζητήσει οποιαδήποτε πληροφορία τον ενδιαφέρει σχετικά με τον κλάδο δραστηριοποίησης του, να δει τη δουλειά των συναδέλφων του, να βρει νέες ιδέες από τη δουλειά τους, να επικοινωνήσει με άλλους συνάδελφους του προκειμένου να λάβει χρήσιμα σχόλια σχετικά με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρει.

Ακόμη η αξιοποίηση των υπολογιστών από τις ελληνικές επιχειρήσεις τα τελευταία χρόνια, έχει επιφέρει ουσιαστικές αλλαγές στην οργάνωση και την λειτουργία τους. Έτσι σήμερα, η χρήση των υπολογιστών, των δικτύων και του internet στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι αρκετά διαδεδομένη και καλύπτει μεγάλο εύρος δραστηριοτήτων και αναγκών. Η ολοκληρωμένη πληροφοριακή υποδομή προσφέρει στις επιχειρήσεις τη δυνατότητα να επικεντρωθούν στις παραγωγικές τους δραστηριότητες, στην βελτίωση και προώθηση των και υπηρεσιών τους και όχι στα διαχειριστικά και διοικητικά θέματα που απαιτούνται για την υποστήριξη των δραστηριοτήτων αυτών.

Στην Ελλάδα ,η χρήση του internet από τις επιχειρήσεις δεν είναι αρκετά διαδεδομένη, αλλά υπάρχουν μεγάλες προοπτικές ανάπτυξης. Σύμφωνα με τα στοιχεία της Ευρωπαϊκής Ένωσης , το 32% των Ελληνικών επιχειρήσεων είχε σύνδεση στο internet το 1999 . ποσοστό που αυξήθηκε κατά 28% από την προηγούμενη χρονιά.

Ωστόσο , σημαντική είναι η υστέρηση που εμφανίζουν οι πολύ μικρές επιχειρήσεις σε σχέση με τις μεγαλύτερες. Ως προς την χρήση του internet κατά κλάδο οικονομικής δραστηριότητας, οι τομείς που χρησιμοποιούν σε ποσοστό 50% ή και μεγαλύτερο είναι τα εστιατόρια και τα ξενοδοχεία ,οι τραπεζικές και ασφαλιστικές εταιρείες ,οι εκπαιδευτικοί οργανισμοί και άλλες υπηρεσίες .Σε ποσοστό που προσεγγίζει το 50% κάνουν χρήση του διαδικτύου οι επιχειρήσεις εμπορίου ,επικοινωνιών ,μεταφοράς, αποθήκευσης ,ενέργειας , ύδρευσης καθώς και οι βιομηχανικές και βιοτεχνικές επιχειρήσεις.

Γ. ΠΕΤΥΧΗΜΕΝΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΟΥ INTERNET ΣΕ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Τα παρακάτω ενισχύονται από τα λόγια των ίδιων των επιχειρηματιών, οι οποίοι δημιούργησαν πρόσφατα ένα δικτυακό τόπο για την επιχείρησή τους:

1. ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΑΝΤΖΟΥΛΑΤΟΣ(ΠΑΤΡΑ)

<http://www.antzoulatosgroup.gr>

“Είχα ανακαλύψει από την αρχή ότι αν θέλω να έχω μια σύγχρονη επιχείρηση, θα έπρεπε να βασίζομαι και να εξαρτώμαι, εάν θέλετε, από την κοινωνία της πληροφορίας. Και γιατί αυτό;όσα περισσότερα ξέρεις για το προϊόν που πουλάς, όσα περισσότερα ξέρεις για τους πελάτες, όσα περισσότερα στατιστικά στοιχεία έχεις τόσο μπορείς να δημιουργείς συνθήκες υπέρβασης της εταιρείας.”

“Αποκομίζουμε σήμερα αρκετή πληροφόρηση από το internet, εάν θέλουμε να βρούμε πρώτες ύλες γιατί ξέρετε είναι πολύ σημαντικό πράγμα για μας οι πρώτες ύλες,2^ο νέους συνεργάτες,3^ο νέες τεχνολογίες. Προτρέχουμε πολύ συχνά στο internet, παίρνουμε πολύ σημαντικές πληροφορίες και έχουμε αντικαταστήσει ένα πολύ μεγάλο μέρος του φαξ και του τηλεφώνου με το internet.”

2. BIOTECHNIA ΔΕΡΜΑΤΙΝΩΝ ΕΙΔΩΝ ESSE KAPPA, ΠΑΤΡΑ

<http://www.scondras.gr>



“Είχε γίνει χαμός με τις τιμές με τα ευρώ, τα κέρματα. Υπήρξαν κάποιοι έμποροι που μας είχαν βρεί μέσω internet, αλλά μόνο και μόνο για αυτό το λόγο. Υπήρχε και ανάλογη μεγάλη ζήτηση στο κατάστημα του και έψαχνε απεγνωσμένα οποιοδήποτε τρόπο να βρεί κάποιον που να κατασκευάζει αυτά τα πράγματα”

3. ΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΕΙΟ ΟΑΣΙΣ, ΠΑΤΡΑ

<http://www.oasis.gr>

“Πολλές φορές μπαίνω σε ιστοσελίδα συναδέλφων από την Αθήνα και βλέπω τι προϊόντα παρουσιάζουν. Βλέπω ποικιλίες, διάφορες, βλέπω γλυκά που δεν τα φτιάχνουμε εμείς εδώ, την εμφάνιση τους, πως επιβαρύνονται οι τιμές με τα μεταφορικά, κάτι άγνωστο για την επαρχία. Βλέπω επίσης, καταστήματα τα οποία δεν είναι κεντρικά. Έχουν προχωρήσει πολύ περισσότερο από μας.

Αυτό που θέλαμε να πετύχουμε, κατασκευάζοντας ένα δικτυακό τόπο ήταν να μπορέσουμε να κάνουμε γνωστά τα προϊόντα μας, τη δουλειά μας, αρχικά σε ελληνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο και μετά σε παγκόσμιο. Αισθάνομαι πολύ άνετα μέσα στο διαδίκτυο. Είναι σαν να είμαι στο προσωπικό μου χώρο. Γνωρίζοντας το τι κατασκευάζουμε, τι δυνατότητες έχει, τι ποιότητα έχει, δεν φοβόμαστε για το πώς θα δούνε τα προϊόντα μας”.

3. BIOTECHNIA ΣΤΡΩΜΑΤΩΝ DREAM STROM ΙΩΑΝΝΙΝΑ

ΓΙΩΡΓΟΣ ΒΑΚΑΡΟΣ: Μέσω διαδικτύου πιο φτηνές πρώτες ύλες για την κατασκευή των στρωμάτων, για τις οποίες, πριν επί ο πλείστον, τις

προμηθευόμαστε από την Ελλάδα και πλέον μέσω του διαδικτύου μπορούμε να βρούμε τις ίδιες ακριβώς, από το εξωτερικό σε πιο οικονομική τιμή



Δ.ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΠΡΟΚΛΗΘΟΥΝ ΑΠΟ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ.

Η εξέλιξη και η ανάπτυξη των πωλήσεων μέσα από το διαδίκτυο δεν υπήρξε τόσο μεγάλη, όσο αναμενόταν, με αποτέλεσμα για τις περισσότερες επιχειρήσεις στην Ελλάδα να σημαίνει απλά την παρουσία τους με μια ηλεκτρονική σελίδα.

Το πλήθος των διευκολύσεων που παρέχει το διαδίκτυο και η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου συνοδεύεται από μια σειρά προβληματισμών, οι σημαντικότεροι από τους οποίους είναι:

- Δεν έχουν όλοι οι υποψήφιοι πελάτες πρόσβαση στο διαδίκτυο, οπότε στο στάδιο τουλάχιστον της σημερινής εξέλιξης, δεν είναι δυνατόν να χρησιμοποιηθεί από μόνο του ως αποκλειστικό μέσο προώθησης των προϊόντων παρά μόνον συμπληρωματικά πέραν των κλασικών μέσων.
- Στα περισσότερα προϊόντα, ειδικότερα αυτά με υλική υπόσταση, η συναλλαγή ολοκληρώνεται με τη φυσική παράδοση του προϊόντος με τις

κλασσικές μεθόδους του ταχυδρομείου ή των ιδιωτών εταιριών διανομής εμπορευμάτων.

- Η έλλειψη κάποιου κεντρικού συντονισμού και ευρετηρίου που να εγγυάται την ταχύτητα ,την αξιοπιστία και την διαθεσιμότητα του δικτύου. Το διαδίκτυο δεν διαθέτει κάποιο κεντρικό σύστημα ταξινόμησης και ελέγχου και η οργάνωση στις μηχανές αναζήτησης δεν διευκολύνει πάντα τον εντοπισμό των πληροφοριών, που επιθυμεί ο χρήστης

- Δεν υπάρχει η δυνατότητα να επιλέξει η επιχείρηση τον αποδέκτη ,αλλά ο αποδέκτης μάλλον επιλέγει να επικοινωνήσει με την επιχείρηση. Το ίδιο δηλαδή στοιχείο που αναφέρθηκε ως πλεονέκτημα ,καθόσον επιτρέπει την ελεύθερη επιλογή του αποδέκτη ,γεγονός που σημαίνει την ύπαρξη ενδιαφέροντος και την δυνατότητα άλλης επίδρασης με την επιχείρηση, τώρα μπορούμε να το πάρουμε ως μειονέκτημα σε σχέση με τα κλασικά μέσα προώθησης των προϊόντων . Συγχρόνως θα πρέπει θα πρέπει κατά τη διαμόρφωση του μηνύματος να ληφθούν υπόψη οι διαφοροποιήσεις του κοινού ως προς την γλώσσα , τη νοοτροπία και τα λοιπά χαρακτηριστικά.

- Μειώνεται η επικοινωνία ανθρώπου με άνθρωπο. Ο ανθρώπινος παράγοντας ενώ υπάρχει είναι ουσιαστικά κρυμμένος πίσω από τις πληροφορίες ,που δίνει σελίδα.

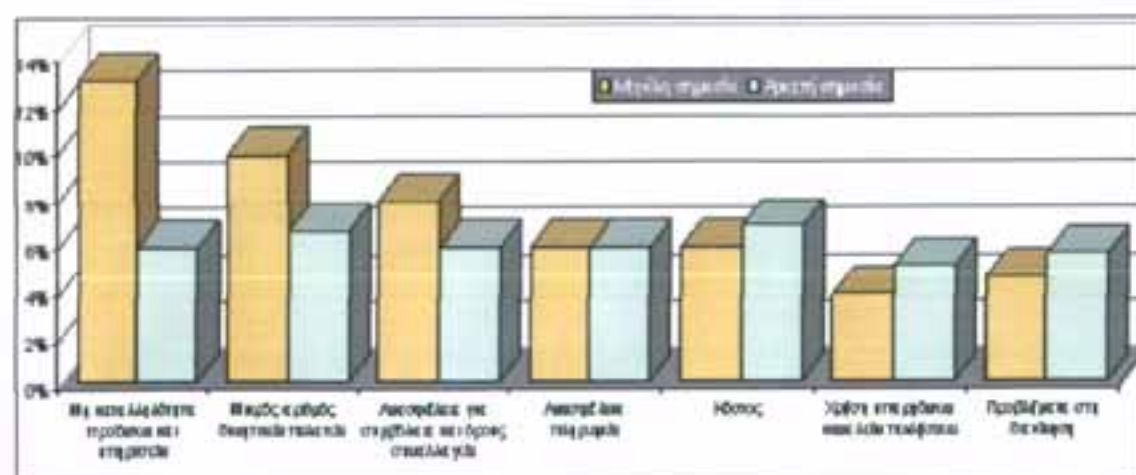
- Δεν κατασκευάζει κανείς μια σελίδα και μετά την ξεχνάει. Η ηλεκτρονική παρουσία απαιτεί συνεχή φροντίδα για την διατήρηση της ελκυστικότητας και την συγκέντρωση του ενδιαφέροντος των χρηστών , ώστε να επιλέξουν. Υπάρχουν βασικά διάφοροι τρόποι για την προώθηση της σελίδας : αναφέροντας την διεύθυνση στις κλασικές διαφημίσεις, αγοράζοντας διαφημιστικό χώρο σε άλλα site ,με την σύνδεση μέσω άλλων sites ή με την αγορά διαφημιστικού χώρου σε σελίδες που έχουν μεγάλη κίνηση.

- Η μεγάλη ευκολία πρόσβασης και επομένως η μικρή δυνατότητα ασφάλειας ,όσον αφορά την πληροφορία ,αλλά και την ασφάλεια στις οικονομικές συναλλαγές. Λόγω αυτής της σοβαρότατης έλλειψης ασφάλειας ,συνήθως οι χρήστες χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για μια απλή περιήγηση ,δηλαδή ουσιαστικά πληροφόρηση , και όχι για την

πραγματοποίηση αγοράς προϊόντος. Η ασφάλεια στο ηλεκτρονικό εμπόριο είναι πρωταρχικής σημασίας, τόσο για τον πελάτη, όσο και για την εταιρία. Η έλλειψη ενός απόλυτα ασφαλούς μοντέλου συναλλαγών στο διαδίκτυο θεωρείται σημαντικό εμπόδιο εισόδου για πολλούς καταναλωτές αλλά και για τις επιχειρήσεις που επιθυμούν να εισέλθουν στην αγορά αυτή, είτε ως αγοραστές, είτε ως πωλητές αγαθών και υπηρεσιών. Το θέμα της ασφάλειας ανακύπτει από την ανάγκη αποστολής του αριθμού της πιστωτικής κάρτας του πελάτη κάτι όμως που γίνεται και στις φυσικές συναλλαγές, εφόσον χρησιμοποιηθεί η κάρτα. Για την αντιμετώπιση των προβλημάτων αυτών ως μέθοδος έχει επιλεγεί η κρυπτογράφηση. Οι μέθοδοι αυτές σε συνδυασμό με άλλες τεχνικές ασφαλείας προσπαθούν να εκπληρώσουν τις απαιτήσεις ασφαλείας των συναλλαγών.

• Οι συναλλαγματικές ισορροπίες. Οι κυβερνήσεις προσπαθούν να ελέγχουν την εισροή και την εκροή συναλλάγματος, ώστε το άνοιγμα να μην είναι μεγάλο. Η διάδοση του ηλεκτρονικού εμπορίου, με την πραγματοποίηση αγορών μέσω δικτύου επέφερε σημαντικές αλλαγές στις συναλλαγματικές ισορροπίες μεταξύ των κρατών. Μια και τα περισσότερα δικτυακά καταστήματα βρίσκονται στις ΗΠΑ, τεράστια ποσά συναλλάγματος φεύγουν από τις χώρες της Ευρώπης με προορισμό τις ΗΠΑ. Το πρόβλημα γίνεται πιο έντονο για μια χώρα με ένα ήδη βεβαρημένο συναλλαγματικό ισοζύγιο.

• Τέλος, η έλλειψη πλήρους νομοθετικής κάλυψης σε θέματα που προκύπτουν από το Ηλεκτρονικό Εμπόριο και τη χρήση του διαδικτύου για επιχειρησιακές συναλλαγές.

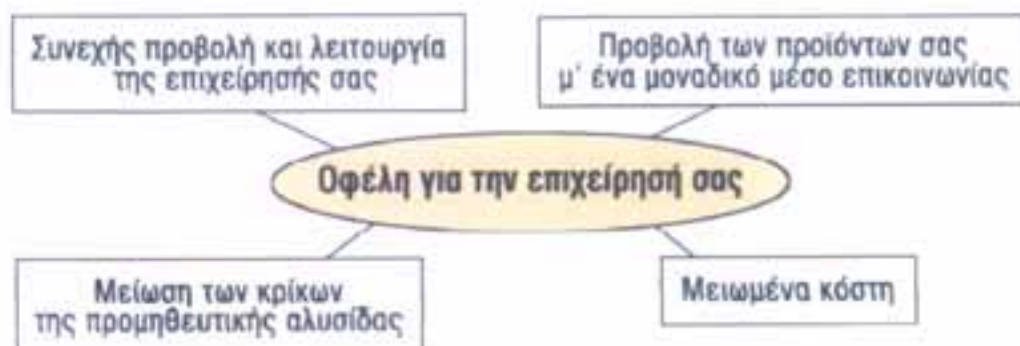


ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

**ΟΦΕΛΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΠΕΛΑΤΩΝ ΜΕ
ΤΗΝ ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΤΗΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ**

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Το κεφάλαιο αυτό θα εξηγήσει τι πρέπει να γνωρίζει η επιχείρηση σχετικά με τα οφέλη που θα αποκομίσει με την εισαγωγή της στο διαδίκτυο καθώς και τα οφέλη που θα αποκομίσουν οι πελάτες της. Επίσης, στο κεφάλαιο αυτό θα αναφερθούν τα μέσα επικοινωνίας που μπορεί να χρησιμοποιήσει μια εταιρεία για την προώθηση του δικτυακού της τόπου.



Λ)ΟΦΕΛΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ:

1.ΣΥΝΕΧΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΕΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΣΑΣ

Οι πελάτες μπορούν να επισκεφτούν τις σελίδες του ηλεκτρονικού σας καταστήματος 24 ώρες το 24ωρό, 365 μέρες το χρόνο, να «ξεφυλλίσουν» τον ηλεκτρονικό σας κατάλογο των προϊόντων σας και να κάνουν τις αγορές τους με αντικαταβολή ή με την πιστωτική τους κάρτα.

2.ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΣΑΣ ΜΕ ΕΝΑ ΜΟΝΑΔΙΚΟ ΜΕΣΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ.

Το διαδίκτυο μπορεί να συνδυάσει κείμενο, εικόνα, ήχο και βίντεο αλλά και να αλληλεπιδράσει με τους νέους πελάτες σας, επιτρέποντας τους ερωτήσεις και αγορές από το σπίτι.

Επίσης το διαδίκτυο, σε αντίθεση με τον τύπο, το ραδιόφωνο και την τηλεόραση, παρέχει τη δυνατότητα απεριόριστης χρήσης κειμένου, εικόνας, ήχου και βίντεο, με το κόστος χαμηλότερο από αυτό μιας ολοσέλιδης καταχώρησης σε κάποιο περιοδικό.

3.ΜΕΙΩΣΗ ΤΩΝ ΚΡΙΚΩΝ ΤΗΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΙΚΗΣ ΑΛΥΣΙΔΑΣ.

Η μείωση των κρίκων της προμηθευτικής αλυσίδας έχει ως αποτέλεσμα τη γρηγορότερη και με μειωμένο κόστος εξυπηρέτησης του πελάτη σας. Ειδικά στην περίπτωση προϊόντων, όπως εκδόσεις, μουσικά ή άλλα cds.Χαρακτηριστικά παραδείγματα είναι τα www.books.gr και www.dvdcool.gr όπου αναφέρει προσφορές από βιβλία και dvds ηλεκτρονικών καταστημάτων.

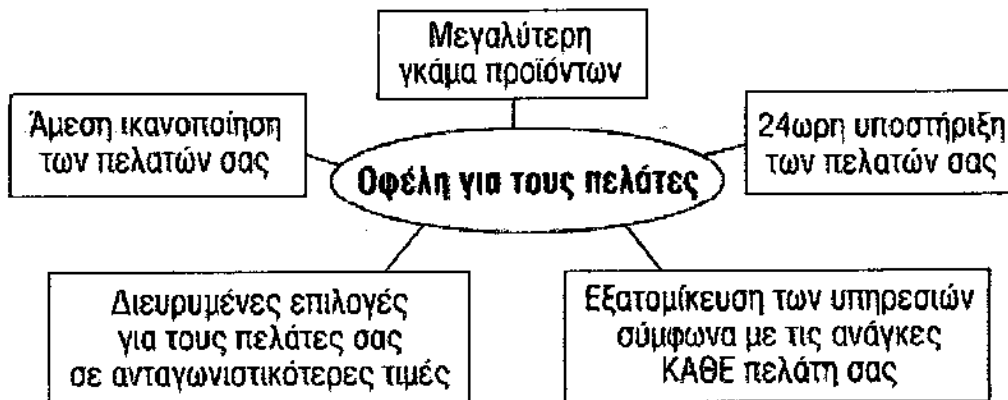
4.ΤΕΛΟΣ,ΤΑ ΜΕΙΩΜΕΝΑ ΚΟΣΤΗ.

Η μείωση των τιμών για τον πελάτη μπορεί να προκύψει και από την μείωση του κόστους διαφήμισης, παραγωγής, αποθήκευσης, ακόμα και διανομής του προϊόντος,αν αυτό διανέμεται κατευθείαν από το διαδίκτυο. Όσο αφορά το κόστος μεταφοράς πληροφοριών σχετικά με τις τιμές,τα προϊόντα ,τις ειδικές προσφορές από την εταιρεία προς τον πελάτη είναι πολύ μικρότερο μέσω διαδικτύου.

Κατά δεύτερο λόγο το κόστος του τυπώματος, αλλά και της διανομής μειώνεται δραστικά, γιατί γίνεται με ηλεκτρονικό τρόπο. Έτσι ο κατάλογος προϊόντων είναι πάντα ενημερωμένος και δεν χρειάζεται ούτε να περιμένετε να μαζευτούν πολλές αλλαγές για την επανέκδοση του αλλά ούτε να καταφεύγετε σε πρόχειρες λύσεις όπως διορθώσεις με στυλό, αυτοκόλλητα κλπ.

Τέλος, το κόστος διατήρησης ενός πελάτη είναι έως και 5φορές χαμηλότερο από το κόστος απόκτησης νέων πελατών. Οι ευκολίες, οι υπηρεσίες και η εξυπηρέτηση των επισκεπτών μέσω του ηλεκτρονικού καταστήματος αυξάνει τους πιστούς πελάτες, άρα μειώνει το συνολικό κόστος προώθησης και προβολής της εταιρείας. Κλασσικό παράδειγμα δίνει το γνωστό βιβλιοπωλείο Amazon (www.amazon.com) το οποίο παρέχει στους πελάτες του την δυνατότητα αποθήκευσης των επιθυμιών τους για μελλοντικές αγορές και καταγράφει τις αγορές τους για να τους προτείνει προϊόντα.

Β) ΟΦΕΛΗ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ:



1. ΑΜΕΣΗ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ΤΗΣ

Για ορισμένα προϊόντα η τεχνολογία επιτρέπει την άμεση(μέσω διαδικτύου) παράδοση. Ο αγοραστής μπορεί να απολαύσει το προϊόν ακόμα και την ίδια στιγμή, όπως στην περίπτωση αγοράς ενός μουσικού κομματιού, μιας φωτογραφίας, ενός video clip ,ενός άρθρου ή κάποιου λογισμικού. Αυτό αυξάνει την πιθανότητα να κάνουν οι πελάτες σας αγορές «της στιγμής», γιατί δεν χρειάζεται να βγουν από το σπίτι τους.

2. ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΓΚΑΜΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΓΙΑ ΤΟΝ ΠΕΛΑΤΗ

Στην περίπτωση που ο επισκέπτης του ηλεκτρονικού σας καταστήματος μένει στην επαρχία, όπου οι επιλογές είναι λιγότερες από αυτές στις μεγάλες πόλεις, δεν εξυπηρετείται απλώς καλύτερα , αλλά βρίσκει και αυτό που θέλει. Από την άλλη μεριά, η επιχείρησή σας δεν περιορίζεται γεωγραφικά και αυξάνει την πελατεία της, χωρίς να επιβαρύνεται με το κόστος δημιουργίας νέων καταστημάτων.

3. ΔΙΕΥΡΥΜΕΝΕΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ ΣΑΣ ΣΕ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΕΣ ΤΙΜΕΣ.

Τα δίκτυα και το ηλεκτρονικό εμπόριο δίνουν τη δυνατότητα σε όλες τις επιχειρήσεις-ανεξαρτήτως μεγέθους- να δραστηριοποιηθούν στην παγκόσμια αγορά. Από την άλλη πλευρά, οι αγοραστές των προϊόντων έχουν περισσότερες επιλογές, ακριβώς γιατί οι «προμηθευτές» των προϊόντων είναι περισσότεροι ανά γεωγραφική αγορά. Αυτό συμβαίνει,

γιατί το κόστος έναρξης (ανοίγματος) και συντήρησης ενός ηλεκτρονικού καταστήματος είναι πολύ μικρό. Το αποτέλεσμα του αυξημένου ανταγωνισμού είναι είτε η βελτίωση της ποιότητας είτε η μείωση των τιμών.

4.24ΩΡΗ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ΣΑΣ.

Χρησιμοποιώντας τις δυνατότητες του διαδικτύου ,μπορείτε να προβάλετε μέσω ηλεκτρονικού σας καταστήματος:

- A. Ηλεκτρονικό κατάλογο προϊόντων.
- B. Πληροφορίες για την διαθεσιμότητα των προϊόντων, τα νέα μοντέλα, σχέδια, χρώματα.
- Γ. Οδηγίες χρήσης, εγκατάστασης και συντήρησης των προϊόντων.
- Δ. Λύσεις σε προβλήματα
- E. Απαντήσεις στις πιο συχνές ερωτήσεις των πελατών σας
- Z. Πληροφορίες για το στάδιο διεκπεραίωσης της παραγγελίας του πελάτη.

Η παραπάνω πλήρης κάλυψη των αναγκών υποστήριξης των πελατών προσφέρεται 24 ώρες το 24ωρό, χωρίς την ύπαρξη προσωπικού.

5.ΤΕΛΟΣ, Η ΕΞΑΤΟΜΙΚΕΥΣΗ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΙΣ ΑΝΑΓΚΕΣ ΚΑΘΕ ΠΕΛΑΤΗ.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο επιτρέπει την παρακολούθηση και καταγραφή του αγοραστικού προφίλ των πελατών σας με λεπτομέρεια. Έτσι μπορείτε να παρέχετε σε κάθε πελάτη σας εξατομικευμένα προϊόντα. Για παράδειγμα, πολλά βιβλιοπωλεία καταγράφουν τις αγοραστικές συνήθειες των πελατών τους και παρουσιάζουν σελίδες, ειδικά γι' αυτούς, με προϊόντα του ενδιαφέροντός τους.

Γ.ΤΑ ΜΕΣΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΠΟΥ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΕΙ ΜΙΑ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΩΘΗΣΗ ΤΟΥ ΔΙΚΤΥΑΚΟΥ ΤΗΣ ΤΟΠΟΥ.

Πολλές φορές διάφορες επιχειρήσεις δημιουργούν ένα δικτυακό τόπο, αλλά δεν τον προωθούν με το κατάλληλο τρόπο προκειμένου να προσεγγίσουν νέους πελάτες. Απαιτούνται συγκεκριμένες ενέργειες, οι οποίες θα προωθούν τον εκάστοτε δικτυακό τόπο μιας επιχείρησης.

Αυτές είναι:

- ◆ Φυσική επικοινωνία με τους πελάτες και ενημέρωση σχετικά με το δικτυακό τόπο της εταιρείας.

- ◆ Αποστολή μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου πληροφοριών για το δικτυακό τόπο της επιχείρησης.

Η πιο διαδεδομένη μορφή επικοινωνίας μέσω του διαδικτύου είναι το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο(e-mail).

Κατά την προσπάθεια αναζήτησης πελατών μέσα στο διαδίκτυο οι λίστες e-mail έρχονται σε πρώτη θέση. Θα πρέπει όμως η χρήση τους να γίνεται σωστά και με μέτρο,σε συνδιασμό με ένα ποιοτικό και ενδιαφέρον περιεχόμενο-μήνυμα,ώστε να μην μετατραπούν τα μηνύματα μάρκετινγκ σε ηλεκτρονικά σκουπίδια.Στρατηγική χρήση καταλόγων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου πελατών δεν σημαίνει την αγορά και αλόγιστη χρήση αυτών,αλλά την ανάπτυξη προσωπικών σχέσεων με τους πελάτες,που διευκολύνουν την επιχείρηση να καταγράψει τις προτιμήσεις και αναγκές των πελατών της.

- ◆ Εισαγωγή των απαραίτητων στοιχείων σε μια μηχανή αναζήτησης.

- ◆ Διαφήμιση μέσω ηλεκτρονικών περιοδικών.

- ◆ Διαφήμιση μέσω κλασικών διαφημιστικών ενεργειών(π.χ. τηλεόραση, ραδιόφωνο, εφημερίδες κ.λ.π.)

- ◆ Ακόμη φάκελοι, διαφημίσεις, αυτοκίνητα διανομής προϊόντων ,αποτελούν ιδανικά μέσα προβολής της διεύθυνσης της ιστοσελίδας και του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου μιας επιχείρησης. Λέγεται ότι το να κατασκευάσεις μια ιστοσελίδα είναι σαν να κατασκευάζει μια βιτρίνα σε ένα δρόμο χωρίς κίνηση. Εφόσον επιθυμούμε να έχουμε πελάτες, θα πρέπει να τους δώσουμε κίνητρα να μας επισκεφθούν και πρώτα απ όλα θα πρέπει να τους δώσουμε την διεύθυνσή μας. Όσο και αν η κοινωνία

μας βαδίζει προς την «ψηφιοποίηση» των πάντων δεν θα πρέπει να αγνοήσουμε την δύναμη των παραδοσιακών μέσων προβολής και διαφήμισης έστω και από μια συμπληρωματική θέση. Εστι κάθε διαφημιστική και μη ενέργεια της επιχείρησής μας στον «παραδοσιακό» κόσμο θα πρέπει να παραπέμπει και στο δικτυακό τόπο για περισσότερες πληροφορίες κ.λπ.

Σκοπός αυτής της κίνησης είναι να γίνει ευρέως γνωστός ο δικτυακός τόπος αλλά και να δίνονται κίνητρα για να τον επισκεθθούν οι νέοι χρήστες. Με τον τρόπο αυτό η εταιρεία μπορεί να προσεγγίζει και τα άτομα που δεν είναι ακόμα εξοικειωμένα με το διαδίκτυο ,αλλά σίγουρα στο μέλλον πρόκειται να ασχοληθούν με αυτό, επομένως είναι μια καλή ευκαιρία να αποτελέσει την πρώτη επιλογή τους σε ένα χώρο που πρωτοεισέρχονται και αναζητούν κάποια σημεία αναφοράς.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Το κεφάλαιο αυτό θέτει τους πιθανούς στόχους που μπορεί να θέσει μια επιχείρηση για την δραστηριοποίηση της στο διαδίκτυο και θα αναφέρει στρατηγικές(τρόπους δηλαδή) για την επίτευξη των στόχων της

1.ΣΤΟΧΟΙ ΠΟΥ ΜΠΟΡΕΙΤΕ ΝΑ ΘΕΣΕΤΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ ΣΑΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ.

Λιγότερο από δύο χρόνια πριν, ο ορισμός της στρατηγικής μιας εταιρείας για το διαδίκτυο ήταν μάλλον εύκολος κι αυτό γιατί μικρές και μεγάλες εταιρείες χρησιμοποιούσαν το διαδίκτυο ως «βιτρίνα» προβολής των προϊόντων τους και ως κανάλι επικοινωνίας με τους πελάτες τους.Από τότε έχουν αλλάξει πολλά. Οι δικτυακοί τόποι των εταιρειών εξελίσσονται σε τόπου αγοράς προϊόντων, ανταλλαγής πληροφοριών με προμηθευτές και κανάλια διανομής, δημιουργίας σχέσεων με τους πελάτες και προσέλκυση προσωπικού.

Κατά το σχεδιασμό, του ηλεκτρονικού σας καταστήματος θα πρέπει να λάβετε υπόψην τους πελάτες, τους ανταγωνιστές, τους προμηθευτές και τα κανάλια διανομής, αλλά και τις εσωτερικές διαδικασίες της εταιρείας σας.

Για να είναι λοιπόν πετυχημένος ο στρατηγικός σχεδιασμός της

δραστηριοποίησης σας στο διαδίκτυο, θα πρέπει να αναζητήσετε

κάποιες απαντήσεις στα παρακάτω ερωτήματα:

- ◆ Πώς θ' αλλάξει την επιχείρησή μου το διαδίκτυο;
- ◆ Πώς θ' ανακαλύψω νέες ευκαιρίες;
- ◆ Πώς θα δημιουργήσω πιστούς δικτυακούς πελάτες αφού στο διαδίκτυο ο ανταγωνισμός είναι μεγάλος;
- ◆ Πώς θ' αλλάξει το προϊόν, οι υπηρεσίες που προσφέρω στους πελάτες μου αν δραστηριοποιηθώ στο διαδίκτυο;
- ◆ Θα υπάρξουν αρνητικές επιπτώσεις για την εταιρεία μου από την δραστηριοποίηση της στο διαδίκτυο;

Διαβάζοντας όλα αυτά πιθανόν να σας δημιουργήθηκε το ερώτημα «Από που θ' αρχίσω;» Όπως σε κάθε επιχειρηματικό σχέδιο, έτσι και σ' αυτό ,για την «είσοδο» σας στο διαδίκτυο, η αρχή πρέπει να είναι οι στόχοι που θα θέσετε. Ας πάρουμε μια ιδέα στόχων που θα μπορούσατε να θέσετε:

Κατηγορία Στόχων	Επιμέρους Στόχοι
Οικονομικοί Στόχοι	<input checked="" type="checkbox"/> Αύξηση κερδών <input checked="" type="checkbox"/> Απόδοση επενδυμένου κεφαλαίου
Προϊοντικοί Στόχοι	<input checked="" type="checkbox"/> Αύξηση πωλήσεων <input checked="" type="checkbox"/> Υπηρεσίες προς τους πελάτες πριν και μετά την πώληση
Στόχοι προώθησης, προβολής, επικοινωνίας	<input checked="" type="checkbox"/> Γνωστοποίηση των δραστηριοτήτων της Επιχείρησης στο ευρύ κοινό <input checked="" type="checkbox"/> Μεγαλύτερη συχνότητα επικοινωνίας <input checked="" type="checkbox"/> Βελτίωση ποιότητας σχέσεων <input checked="" type="checkbox"/> Δημιουργία σχέσεων με συνεργάτες, προμηθευτές, δημόσιους φορείς κλπ.
Στόχοι για τα κανάλια διανομής	<input checked="" type="checkbox"/> Ευρύτερη γεωγραφική κάλυψη <input checked="" type="checkbox"/> Κατεύθυνση πελατών στα εκάστοτε κανάλια διανομής, μέσω του διαδικτυακού τόπου της Επιχείρησης <input checked="" type="checkbox"/> Πληροφόρηση προς τα κανάλια διανομής, σχετικά με έλεγχο των αποθεμάτων, τιμές κλπ.
Στόχοι για την έρευνα αγοράς	<input checked="" type="checkbox"/> Μέγεθος και τάσεις της αγοράς <input checked="" type="checkbox"/> Πληροφορίες για τον ανταγωνισμό <input checked="" type="checkbox"/> Λήψη στοιχείων για την πελατειακή βάση της Επιχείρησης <input checked="" type="checkbox"/> Δοκιμές πριν την εισαγωγή νέου προϊόντος ή/και υπηρεσίας
Λοιποί στόχοι	<input checked="" type="checkbox"/> Νέους ή/και εναλλακτικούς προμηθευτές <input checked="" type="checkbox"/> Προσέλκυση χορηγιών, συνδρομών κλπ. <input checked="" type="checkbox"/> Συμμαχίες με άλλες Επιχειρήσεις

ΑΛΛΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΠΟΥ ΜΠΟΡΕΙΤΕ ΝΑ ΘΕΣΕΤΕ ΕΙΝΑΙ:

- ◆ νέους προμηθευτές πρώτων υλών που αναζητάτε.
- ◆ έσοδα που θέλετε να δημιουργήσετε μέσω διαφημίσεων τρίτων στο δικτυακό σας τόπο, προσέλκυση χορηγιών, προσέλκυση συνδρομών κ.α
- ◆ συμμαχίες που θέλετε να δημιουργήσετε με άλλους δικτυακούς τόπους.

Βάζοντας στόχους , θα μπορέσετε ν' αποφασίσετε πόσα χρήματα θα ξοδεύσετε στο ηλεκτρικό σας κατάστημα και πώς θα το διαμορφώσετε. Αν για παράδειγμα αποφασίσετε πανευρωπαϊκή γεωγραφική κάλυψη, θα πρέπει να φτιάξετε και ξενόγλωσσες σελίδες. Αν η εικόνα που θέλετε να περάσετε στον καταναλωτή είναι συντηρητική, θα διαλέξετε γραμματοσειρές και χρώματα για το κατάστημα σας. Αν αποφασίσετε να διεξάγετε έρευνα αγοράς, θα πρέπει να δημιουργήσετε ηλεκτρονικά έντυπα, τα οποία θα υποστηρίζονται από βάση δεδομένων. Αν πάλι θέλετε να κάνετε γνωστό το δικτυακό σας τόπο, θα πρέπει να δημιουργήσετε μια δικτυακή εκστρατεία.

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΣΑΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ.

Οι στρατηγικές επιλογές που έχει για να εισαχθεί μια εταιρεία στο διαδίκτυο:

◆ **ΓΕΝΙΚΕΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ:** Οι στρατηγικές αυτές έχουν να κάνουν με το πώς μια εταιρεία θα χρησιμοποιήσει το διαδίκτυο.

1. Μια εταιρεία μπορεί να χρησιμοποιεί το διαδίκτυο μόνο για διαφήμιση (ως βιτρίνα δηλαδή). Είναι συνηθής επιλογή των επιχειρήσεων στα πρώτα τους βήματα στο διαδίκτυο. Είναι όμως πετυχημένη, μόνο όταν η «ηλεκτρονική βιτρίνα» έχει μηχανισμούς για να καταγράφει τον αριθμό, τις συνήθειες και τις προθέσεις των επισκεπτών της, ώστε ο επιχειρηματίας να μπορεί να αποφασίσει βάσει στοιχείων για το αν θα επενδύσει στην επόμενη στρατηγική.

2. Κάποιες άλλες επιχειρήσεις κάνουν πώληση των προϊόντων τους και εντός διαδικτύου, διατηρώντας, αν έχουν, το «κανονικό» τους κατάστημα ή γραφείο. Η επιλογή αυτή αποτελεί συνήθως το δεύτερο βήμα μιας επιχείρησης που έχει χρησιμοποιήσει στο παρελθόν το διαδίκτυο σαν βιτρίνα. Μία πετυχημένη ελληνική παρουσία δικτυακού τόπου πώλησης προϊόντων έχει το ζαχαροπλαστείο Αγαπητός (www.agapitos.gr)

3. Ακόμη υπάρχουν και οι επιχειρήσεις που κάνουν πώληση των προϊόντων τους μόνο στο διαδίκτυο χωρίς να έχουν το κατάστημα τους ή

το γραφείο τους. Η στρατηγική αυτή λύνει τα χέρια σε πολλούς ανθρώπους που έχουν επιχειρηματικό πνεύμα, αλλά περιορισμένα κεφάλαια ω' ανοίξουν τη δική τους επιχείρηση. Τη στρατηγική αυτή χρησιμοποιούν ειδικά όσοι πουλούν υπηρεσίες ή μεταπωλούν προϊόντα τα οποία δεν κατασκευάζουν οι ίδιοι-δεν υπάρχει δηλαδή η ανάγκη για χώρους παραγωγής και αποθήκευσης. Παραδείγματα αυτής της στρατηγικής αποτελούν το βιβλιοπωλείο [greekbooks \(www.greekbooks.gr\)](http://www.greekbooks.gr) και το κατάστημα πώλησης DvD (www.dvdcool.gr).

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ: Έχουν στόχο στην επικράτηση της εταιρείας εισβάλλει κατά του ανταγωνισμού.

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΣΥΝΑΓΩΝΙΣΜΟΥ: Έχουν στόχο στην δημιουργία συνεργασιών /συμμάχιων που θα δώσουν στα εμπλεκόμενα μέρη κάποιο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

◆ ΕΙΔΙΚΕΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ:

Τέλος υπάρχουν και οι ειδικές στρατηγικές που μπορού να ακολουθήσουν οι εταιρείες.

1.Πωλήσεις στην παγκόσμια αγορά/ πωλήσεις σε τοπικό επίπεδο. Αν οι δυνάμεις της εταιρείας (οικονομική κατάσταση ,όνομα, δίκτυο πωλήσεων , προϊόν) επιτρέπουν τις πωλήσεις στην παγκόσμια αγορά ,τότε προχωρήστε! Αν όχι μείνετε στα γνωστά «νερά» της χώρας. Το ζαχαροπλαστέιο Αγαπητός που αναφέραμε πιο πάνω ξεκίνησε τη διαδικτυακή του δραστηριότητα του με στόχο τη παγκόσμια αγορά.

2.Πωλήσεις μόνο σε μέλη. Το σενάριο αυτό περιγράφει συναλλαγές από μια επιχείρηση προς τις άλλες επιχειρήσεις. Πετυχημένα ελληνικά παραδείγματα είναι τα www.plaisio.gr ,www.yassas.com

3.Πωλήσεις ως ενδιάμεσοι.Μπορεί μια εταιρεία να δραστηριοποιηθεί στο διαδίκτυο φέρνοντας κοντά πωλητές και αγοραστές ενός ή περισσοτέρων ειδών (ηλεκτρονικό πολυκατάστημα-www.homeshop.gr)

4.Συγκέντρωση προϊόντων/ υπηρεσιών .Στην περίπτωση αυτή μια εταιρεία μαζεύει προϊόντα και υπηρεσίες που προηγουμένως ήταν «διάσπαρτα».Για παράδειγμα ο δικτυακός τόπος www.wedsite.gr έχει συγκεντρώσει όλες τις απαραίτητες υπηρεσίες για την διεξαγωγή ενός γάμου.

5.Εξειδίκευση σε ένα προϊόν, υπηρεσία ,τύπο καταναλωτή ή γεωγραφική περιοχή.Ένα τέτοιο παράδειγμα αποτελεί η εκπομπή ειδήσεων για τις χελώνες careta-careta.Το κοινό στην Ελλάδα είναι πολύ μικρό , αλλά μπορεί να ενδιαφέρονται αρκετές χιλιάδες άνθρωποι σε όλο το κόσμο. Κάποια ρεαλιστικά παραδείγματα θα βρείτε στις παρακάτω διευθύνσεις που απευθύνονται σε όσους ασχολούνται με νομικά θέματα : www.dikhgoros-online.gr , www.law.gr.

Κλείνοντας το θέμα της επιλογής στρατηγικής , θα πρέπει να θυμίσουμε πως ο κάθε πελάτης ψάχνει να βρεί ένα κατάστημα – ηλεκτρονικό ή όχι –και μένει πιστός σε αυτό ,όταν έχει να του προσφέρει κάτι μοναδικό. Διαφοροποιηθείτε ,λοιπόν ,από τον ανταγωνισμό χρησιμοποιώντας

- 1.την ποιότητάς σας
- 2.τις τιμές σας
- 3.την αξιοπιστία σας
- 4.την μοναδικότητά σας
- 5.την κατά παραγγελία εξυπηρέτηση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΜΑΡΚΕΤΙΓΚ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Στο κεφάλαιο αυτό θα εξετάσουμε μερικά σημαντικά βήματα ανάπτυξης σχεδίου για το σωστό μάρκετινγκ στο διαδίκτυο ,που αφορά κυρίως νέες εταιρείες που θέλουν να εισαχθούν στο διαδίκτυο.

Η ανάπτυξη ενός σχεδίου στο διαδίκτυο λειτουργεί ως οδηγός στρατηγικής κατεύθυνσης της ηλεκτρονικής επιχειρηματικής δραστηριότητας, υποδεικνύοντας την κατανομή των πόρων, καταγράφοντας τις ιδιαιτερότητες του περιβάλλοντος και των χρηστών του διαδικτύου και σχεδιάζοντας και ελέγχοντας την υλοποίηση του μίγματος μάρκετινγκ μέσα από την χρήση σύγχρονων εργαλείων και μεθόδων βάσει του διαδικτύου ,στα πλαίσια ενός εικονικού περιβάλλοντος

Στη συνέχεια καταγράφονται και αναλύονται τα βασικά βήματα που περιλαμβάνει η κατάρτιση ενός τέτοιου σχεδίου.

1.ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΑΡΟΥΣΑΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

Το βασικό βήμα κατά την ανάπτυξη ενός προγράμματος μάρκετινγκ ηλεκτρονικού ή μη είναι η συγκέντρωση πληροφοριών για την καταγραφή της παρούσας κατάστασης,θέτοντας έτσι το πλαίσιο επιλογής της στρατηγικής ανάπτυξης.

Α.ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΕΝΔΟ-ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

‘Όσο αφορά το εσωτερικό περιβάλλον η μελέτη πρέπει να βασίζεται σε δύο άξονες, στο προφίλ της επιχείρησης και στο προφίλ των πελατών της.

ΠΡΟΦΙΛ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Τι είναι αυτό που αλλάζει στις επιχειρήσεις με το ηλεκτρονικό επιχειρείν; Εκ πρώτης όψεως είναι ότι συναλλάσσονται επιχειρηματικά πλέο και μέσω ενός δικτυακού τόπου στο internet.

Με άλλα λόγια η επιχείρηση θα πρέπει να επαναπροσδιορίσει τις διαδικασίες για παραγγελίες, εμπορικών συναλλαγών, προγραμματισμού παραγωγής, πωλήσεων, κοστολόγησης και διαχείρισης πελατών.

‘Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα αποτελεί μια νέα επιχειρηματική δραστηριότητα. Για να διευκρινιστεί η επίδραση του στη γενικότερη υπάρχουσα λειτουργία της επιχείρησης, θα πρέπει να ληφθούν υπ’ όψιν οι επιμέρους διαδικασίες του παραδοσιακού εμπορίου όπως : παραγωγή , αποθήκευση ,διανομή, υποστήριξη διαδικασιών με χρήση της πληροφορικής εσωτερικά στην επιχείρηση

Θα πρέπει να διασφαλιστεί, κάνοντας κατάλληλες επιλογές ή επιχειρηματικές κινήσεις ,ότι η επιχειρηματική λειτουργία της εταιρείας σήμερα μπορεί να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις ενός νέου, ηλεκτρονικού

καταστήματος. Για παράδειγμα , αν υπάρχει δυνατότητα παράδοσης των προϊόντων στα σημεία που θέλει ο καταναλωτής;(και αν ναι και με ποιο κόστος)Υπάρχει ικανός αποθηκευτικός χώρος για την υποστήριξη του ηλεκτρονικού καταστήματος; Τι δυνατότητας παραγωγής, αποθήκευσης και διανομής υπάρχουν καθώς και αν συμφέρει η ανάθεση κάποιων λειτουργιών σε εξειδικευμένους εξωτερικούς συνεργάτες όπως π.χ. εταιρείες ταχυμεταφοράς ,κέντρα διαχείρισης αποθεμάτων προϊόντων κλπ. Τέλος θα πρέπει να εξεταστεί πως η σημερινή μηχανογράφηση της επιχείρησης θα συμβάλλει στην επιτυχία, ή τουλάχιστον δεν θα σταθεί εμπόδιο στην πρωτοβουλία για το ηλεκτρονικό εμπόριο.Τα πράγματα περιπλέκονται και δυσκολεύουν ,όταν το μηχανογραφικό σύστημα δεν μπορεί να ανταπεξέλθει και να προσαρμοστεί στις αυξημένες απαιτήσεις που θέτει το ηλεκτρονικό εμπόριο.

Ακόμη θα πρέπει να προβλεφθεί στο επιχειρηματικό σχέδιο πόσοι υπάλληλοι και για πιο ποσοστό του χρόνου τους θα ασχοληθούν στο ηλεκτρονικό κατάστημα .Επίσης θα πρέπει να εκτιμηθεί αν έχουν πράγματι τα προσόντα να ανταπεξέλθουν στα νέα αυτά καθήκοντα που περιλαμβάνουν την ενημέρωση των περιεχομένων του ηλεκτρονικού καταστήματος ,την επίλυση βασικών τεχνικών προβλημάτων και την διαχείριση των εισερχομένων και εξερχομένων πληροφοριών ή δεδομένων(π.χ. παραγγελιών),την διαχείριση των σχέσεων με πελάτες , προμηθευτές και τους υπόλοιπους συνεργάτες και τον έλεγχο αποτελεσμάτων της ηλεκτρονικής δράσης.

Τέλος, εκτός από το ότι η επιχείρηση πρέπει να εκτιμήσει τους πελάτες της και τους πόρους της πριν καθιερώσει την παρουσία της στο διαδίκτυο, οφείλει να εκτιμήσει πως θα προσαρμόσει στο διαδίκτυο τα προϊόντα της.

ΠΡΟΦΙΛ ΠΕΛΑΤΩΝ

Σε αυτό το σημείο πρέπει να μελετηθούν ερωτήματα όπως ποιοι είναι οι μέχρι τώρα πελάτες της εταιρείας ,ποιές είναι οι ανάγκες τους ,τι επιθυμούν περισσότερο από την εταιρεία κ.α Βέβαια μια βασική παράμετρος που θα πρέπει να αναλυθεί είναι αν οι εώς τώρα πελάτες της παραδοσιακής επιχείρησης θα παραμείνουν οι ίδιοι και στην ηλεκτρονική;

Οι απαντήσεις στα παραπάνω δεν είναι εύκολο να δοθούν, προϋποθέτουν βαθιά γνώση της έως τώρα πελατειακής βάσης που αναλόγως με το μέγεθος της εταιρείας και την έως τώρα στρατηγική της ,θα μπορούσαν να εξαχθούν από ένα πρόγραμμα διαχείρισης πελατών.

Αναρωτήθηκε ποτέ η εταιρεία για το ποιοι θα χρησιμοποιούν το δικτυακό της τόπο; Πώς θα φτάσουν σ' αυτόν; Πριν σκεφτείτε πώς να προσελκύσετε νέους πελάτες ,σιγουρευτείτε ότι μεριμνάτε για τους ήδη

υπάρχοντες. Αυτό μπορείτε να το επιτύχετε παρέχοντας οδηγίες για τον εντοπισμό και την αντιμετώπιση των προβλημάτων ή καθιστώντας εφικτή την on-line πρόσβαση στις πληροφορίες των λογαριασμών των πελατών της. Τέλος καταχωρίζοντας το δικτυακό σας τόπο σε μηχανές αναζήτησης και ζητώντας από σχετικούς για τον κλάδο της εταιρεία σας δικτυακούς τόπους να συμπεριλάβουν συνδέσεις προς αυτόν, μπορείτε να εξασφαλίσετε ότι οι υπάρχοντες πελάτες σας γνωρίζουν την ύπαρξη του.

Το διαδίκτυο προσφέρει στις επιχειρήσεις μια πολύ σημαντική δυνατότητα πρόσβασης στους πελάτες της. Χρησιμοποιώντας το internet οι marketers μπορούν να εντοπίσουν τις προτιμήσεις των πελατών χρησιμοποιώντας έρευνες στους πελάτες και αναλύσεις. Τεχνικά οι «έξυπνες» εταιρείες μπορούν να ανταποκρίνονται στις ερωτήσεις και τα παράπονα των πελατών τους γρηγορότερα από ποτέ.

Παρόλα αυτά πριν μπορέσει η επιχείρηση να χρησιμοποιήσει αυτό το εργαλείο για ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, πρέπει να προσδιορίσει την τεχνική επάρκεια των πελατών της.

2.ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΕΞΩ-ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Εδώ εξετάζονται και καταγράφονται:

- ◆ **τάσεις –συμπεριφορά αγοράς-στόχου –αλλαγές επιθυμιών**
- ◆ **ανταγωνιστές- προμηθευτές-συνεργάτες**
- ◆ **τεχνολογικό ,πολιτικό ,θεσμικό-νομοθετικό, οικονομικό πλαίσιο**
- ◆ **Η κατάσταση της αγοράς-οι ανταγωνιστές και το διαδίκτυο.**

Μια εταιρεία χρησιμοποιώντας το διαδίκτυο μπορεί να συγκεντρώσει μια μεγάλη ποσότητα πληροφοριών σχετικά με τη θέση της στη αγορά.

Ακόμη μπορεί να συγκεντρώσει πληροφορίες σχετικά με την θέση των ανταγωνιστών και τα σχέδια τους. Ένας internet marketers πρέπει περιστασιακά να ελέγχει τις ιστοσελίδες των ανταγωνιστών. Εκεί οι ανταγωνιστές κάνουν ανακοινώσεις σχετικά με αλλαγές στα προϊόντα τους κ.α. Μια καλή ανάλυση ανταγωνιστών οφείλει να έχει απαντήσεις για τα παρακάτω ερωτήματα:

- ◆ τι προσφέρουν τα site τους;
- ◆ πώς προωθούν και προβάλλουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους;
- ◆ είναι το site τους αποτελεσματικό ή όχι;

Αυτά η διαδικασία πρέπει να γίνεται σε τακτική βάση από την επιχείρηση.

- ◆ Ποιες άλλες εταιρείες του ιδίου κλάδου είναι στο διαδίκτυο;
 - ◆ Τι κάνουν για να γίνει αισθητή η παρουσία τους στο κυβερνοχώρο;
- Η εταιρεία πρέπει να κάνει έναν ολοκληρωμένο έλεγχο στο χώρο των επιχειρήσεων στο διαδίκτυο. Καθώς θα προετοιμάζεται για να εδραιώσει

την παρουσία της στο κυβερνοχώρο οφείλει συνεχώς αν παρακολουθεί τις homepage των προμηθευτών της, των ανταγωνιστών της και των πελατών της.

Σε αρκετές περιπτώσεις, οι ανταγωνιστές είναι τόσο δυνατοί που οι νέες επιχειρήσεις δεν έχουν πολλές πιθανότητες επιτυχίας. Πρέπει η εταιρεία να εκτιμήσει τον ανταγωνισμό, αν θέλει να εκπονήσει ένα πετυχημένο internet marketing plan. Ο στόχος είναι να αναγνωρίσει τους στόχους της να αναλύσει τις στρατηγικές ,marketing και να δει την θέση της στη αγορά.

Το πρώτο βήμα είναι η αναγνώριση των χρηστών και ανταγωνιστών. Η αρχή μπορεί να γίνει αναλύοντας τη μηχανή αναζήτησης Yahoo ή ενός ελληνικού για την θεματική κατηγορία στην οποία ανήκει η επιχείρηση. Το δεύτερο βήμα είναι η μελέτη των 5 με 10 καλύτερων ανταγωνιστών. Οι πληροφορίες θα δοθούν και από τις ιστοσελίδες τους στο internet. Θα γίνει έρευνα για τα εξής:

- Προϊόντα και υπηρεσίες που παρέχονται, όχι απαραίτητα διαφορετικά από αυτά της εταιρείας
- Ποιο είναι το σύστημα διανομής για τα προϊόντα :αποθήκευση, διανομέας;
- εξυπηρέτηση πελατών: Εγγυήσεις, πολιτικές ,διαδικασίες.
- Εμφάνιση, αισθητική και λειτουργικότητα της ιστοσελίδας.
- Δυνατότητες και χαρακτήρας του συστήματος ηλεκτρονικού εμπορίου.
- Διαφήμιση προσφορών.
- Δυνάμεις και αδυναμίες από την πλευρά θεώρησης των πελατών και όχι της επιχείρησης
- Στρατηγικές και αντικειμενικοί στόχοι.
- Δήλωση σκοπού ή οράματος ή ό,τι οδηγεί σε μια διαφοροποιημένη πρόταση πώλησης.
- Τις περιοχές όπου ο ανταγωνιστής διατηρεί το ανταγωνιστικό του πλεονέκτημα
- Αδύνατα σημεία ή κενά σε ό,τι προσφέρεται.

Τρίτο βήμα είναι η σύνοψη των στοιχείων της έρευνας σε μια πρόταση ή λέξεις κλειδιά για δυνάμεις και αδυναμίες των ανταγωνιστών.

Αν αυτοί ή αυτός είναι ένας επιβλητικός ανταγωνιστής ακολουθεί η σημείωση των στρατηγικών που είναι απαραίτητες για την μέτρηση της προσφοράς του. Οι στρατηγικές ποικιλούν ανάλογα με τις δυνάμεις της επιχείρησης. Αν η επιχείρηση έχει μεγάλα έσοδα και μάλιστα ρευστά διαθέσιμα, για παράδειγμα, μπορεί να θέλει να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό με την επένδυση ενός μεγάλου ποσού στην διαφήμιση. Όμως αν η επιχείρηση είναι μικρή, μπορεί να χρησιμοποιήσει την εφευρετικότητα της για να προσβάλλει τις δυνάμεις της και να εκμεταλλευτεί τις αδυναμίες του ανταγωνιστή.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.

Στο πλαίσιο της σημαντικής προσπάθειας της πολιτείας για την υποβοήθηση των ατομικών ,οικογενειακών , μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων και την εισαγωγή τους στο διαδίκτυο ,υλοποιείται μια σειρά αποδράσεις –προγράμματα που εντάσσονται κυρίως στα επιχειρηματικά προγράμματα «ηλεκτρονικό επιχειρείν». «Δικτυωθείτε», «Κοινωνία της πληροφορίας» κ.α.

◆ Το πρόγραμμα «ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΤΕ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ»

Το πρόγραμμα «Επιχειρείται Ηλεκτρονικά» ενισχύει επιχειρήσεις όλων των κλάδων που απασχολούν 5 έως 200 άτομα για την υλοποίηση ολοκληρωμένων επενδυτικών σχεδίων που αφορούν την εγκατάσταση ή χρήση υπηρεσιών πληροφοριακών συστημάτων διαχείρισης επιχειρησιακών πόρων ,εσωτερικής οργάνωσης και διοίκησης της επιχείρησης, την υιοθέτηση σύγχρονων εργαλείων του ηλεκτρονικού επιχειρείν ,την ανάπτυξη ψηφιακού περιεχομένου ή τη συμμετοχή σε ηλεκτρονικές αγορές

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ: ΚΑΘΕ ΠΡΑΞΗ , ΜΕΣΑ ΣΤΗΝ ΑΛΥΣΙΑ ΑΞΙΑΣ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΜΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ,ΠΟΥ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΕΙΤΑΙ ΜΕ ΨΗΦΙΑΚΗ ΜΟΡΦΗ ΜΕΣΩ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ.

Η υιοθέτηση του ηλεκτρονικού επιχειρείν προσφέρει σημαντικά πλεονεκτήματα και οφέλη στις επιχειρήσεις .Ιδιαίτερα όμως ευνοούνται οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις ή ακόμα και οι λεγόμενες ‘οικογενειακές» επιχειρήσεις ή οι ατομικές επιχειρήσεις. Είναι πολλά τα επιτυχημένα παραδείγματα των επιχειρήσεων αυτών που δραστηριοποιήθηκαν τόσο σε τοπικό όσο και σε διεθνές επίπεδο.

Στο πρόσφατο παρελθόν ,ο ορισμός της στρατηγικής μιας επιχείρησης στα πλαίσια του ηλεκτρονικού επιχειρείν ήταν αρκετά εύκολος και αυτό διότι οι περισσότερες επιχειρήσεις χρησιμοποιούσαν τις νέες τεχνολογίες ως το μέσο εκείνο που εξασφαλίζει την εύκολη προβολή των προϊόντων τους καθώς και την άμεση και γρήγορη επικοινωνία με τους πελάτες

Από τότε ,όμως έχουν αλλάξει πολλά, Οι διαδικασίες που ορίζει το ηλεκτρονικό επιχειρείν έχουν γίνει πιο σύνθετες ,ενισχύοντας τις δυνατότητες και τα οφέλη που παρέχουν σε μια επιχείρηση

Προκειμένου να είναι πιο επιτυχημένος ο στρατηγικός σχεδιασμός της δραστηριοποίησης μιας επιχείρησης στο διαδίκτυο ,θα πρέπει να μελετηθούν και να αντιμετωπισθούν διαφορά ζητήματα τα κυριότερα εκ των οποίων είναι:

- Η μελέτη της εκάστοτε επιχείρησης. Η κατανόηση της ίδιας της επιχείρησης , των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων και διαδικασιών, αποτελεί βασικό συστατικό για την επιτυχία ενός έργου ηλεκτρονικού επιχειρείν.
- Ένα έργο ηλεκτρονικού επιχειρείν δε σχετίζεται μόνο με την ηλεκτρονική αγορά προϊόντων και υπηρεσιών ,αλλά προσφέρει ένα μεγάλο σύνολο εφαρμογών και ευκαιριών σε μια επιχείρηση.
- Η χρησιμοποίηση των νέων τεχνολογιών και του διαδικτύου μπορεί να επηρεάσει σημαντικά το επιχειρηματικό μοντέλο μιας επιχείρησης. Απαιτείται η κατανόηση των πλεονεκτημάτων που προσφέρουν οι εν λόγω τεχνολογίες ,προκειμένου να γίνουν αντιληπτές οι νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες που παρουσιάζονται.
- οι επιχειρήσεις είναι αναγκαίο να κατανοήσουν ότι η υλοποίηση ενός έργου ηλεκτρονικού επιχειρείν επηρεάζεται άμεσα από την ευρύτερη επιχειρηματική στρατηγική. Το έργο δεν πρέπει να καθοδηγείται από τις διαθέσιμες τεχνολογίες ,αλλά η τεχνολογία πρέπει να αποτελεί απλώς εκείνο το εργαλείο ,το οποίο θα ενισχύει και θα καθοδηγεί την ίδια τη στρατηγική της επιχείρησης ,η οποία είναι αυτή που καθοδηγεί όλες τις ενέργειες.
- Οι επιχειρήσεις πρέπει να έχουν υπόψην τους τον τρόπο που μεταβάλλεται η αγορά από την υλοποίηση έργων πληροφορικής και ηλεκτρονικού επιχειρείν. Είναι ιδιαίτερα οφέλιμη η αναγνώριση των ενδεχομένων ευκαιριών αλλά και απειλών που παρουσιάζονται σε μια αγορά από την εισαγωγή των επιχειρήσεων στο διαδίκτυο. Μερικά παραδείγματα δυναμικών αλλαγών στα πλαίσια μιας αγοράς είναι : η σημαντική μείωση παραγωγής και προώθησης των προϊόντων ,η αναίρεση της τοποθεσίας μιας επιχείρησης ως περιοριστικού παράγοντα ανάπτυξης, η διαρκής μείωση της αλυσίδας προώθησης προϊόντων, η τροποποίηση της σχέσης με τους εκάστοτε προμηθευτές .

- επειδή ο ανταγωνισμός στα πλαίσια της ψηφιακής οικονομίας είναι σημαντικά έντονος, θα πρέπει οι επιχειρήσεις να είναι αρκετά ευέλικτες προκειμένου να μπορούν να ελέγχουν τις συνθήκες της αγοράς.

- Η υλοποίηση ενός έργου ηλεκτρονικού επιχειρείν είναι χρήσιμος να επηρεάζεται από τις σχέσεις που έχει μια επιχείρηση με τους πελάτες της, τους καταναλωτές και τους προμηθευτές. Η επικοινωνία με τους πελάτες μπορεί να επιφέρει σημαντικά πλεονεκτήματα όπως για παράδειγμα η δυνατότητα των πελατών να μπορούν να βοηθήσουν την οριοθέτηση των βασικών στόχων της επιχείρησης ,να ενισχύσουν την αποδοτικότητα του προσωπικού της επιχείρησης να αναγνωρίσουν τις ανάγκες και προτεραιότητες που οφείλει να λάβει υπόψη της μια επιχείρηση.

- Τέλος ,το προσωπικό μιας επιχείρησης αποτελεί ίσως το πιο σημαντικό περιουσιακό της στοιχείο. Επομένως ,η υλοποίηση ενός έργου ηλεκτρονικού επιχειρείν απαιτεί την άμεση εμπλοκή του προσωπικού. Πέρα από την σημαντική βοήθεια που θα παρέχει στην αναγνώριση των βασικών δραστηριοτήτων της επιχείρησης ,η εμπλοκή αυτή θα βοηθήσει στην κάμψη των ανησυχιών και στην αναίρεση των αναστολών του προσωπικού, στοιχεία που ενδέχεται να εμφανιστούν από την εισαγωγή νέων τεχνολογιών στην επιχείρηση.

Τα προαναφερόμενα αποτελούν θέματα ,τα οποία μία επιχείρηση ,ανεξαρτήτως μεγέθους της πρέπει να λάβει υπόψη της κατά την υλοποίηση ενός έργου ηλεκτρονικού επιχειρείν. Τα θέματα αυτά επηρεάζουν άμεσα τους στόχους και την στρατηγική της επιχείρησης και αποτελούν το πρώτο και βασικότερο βήμα για τη δραστηριοποίηση της επιχείρησης στο διαδίκτυο.

Στον πίνακα που ακολουθεί συνοψίζεται το τι πρέπει να κάνει ή τι πρέπει να αποφύγει μια επιχείρηση ,κατά το σχεδιασμό ενός έργου Ηλεκτρονικού επιχειρείν:

Τι πρέπει να κάνει η Επιχείρηση;

«Ανοικτό μυαλό» (open mind)

Επικοινωνία με όλους τους εμπλεκόμενους με την Επιχείρηση (πελάτες, προμηθευτές κλπ.)

Έρευνα του τρόπου η τεχνολογία επηρεάζει τον επιχειρηματικό κλάδο που δραστηριοποιείται η Επιχείρηση

Σαφής και αναλυτικός ορισμός του επιχειρηματικού μοντέλου

Τι πρέπει να αποφύγει η Επιχείρηση;

Μην επιτρέπεις να καθοδηγεί η τεχνολογία τις στρατηγικές σου επιλογές

Οι δυσκολίες δεν πρέπει να περιορίζουν τις νέες δραστηριότητες που μπορεί να εμφανισθούν

Μία Επιχείρηση δεν πρέπει να φοβάται τους πειραματισμούς, οι οποίοι ενδέχεται να οδηγήσουν σε νέους δρόμους, νέες επιχειρηματικές δραστηριότητες και κατ' επέκταση σε αυξημένο όγκο πωλήσεων και κερδοφορία

Ακόμη το ηλεκτρονικό επιχειρείν μπορεί να βοηθήσει σημαντικά προς αυτή την κατεύθυνση με διάφορους τρόπους όπως:

- ◆ Δίνει την δυνατότητα διαφήμισης σε περισσότερους πελάτες, με σημαντικά μικρότερο κόστος, αφού αξιοποιείται το διαδίκτυο στην εταιρεία.
- ◆ Οι πελάτες μπορούν να έχουν άμεση επαφή με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρει η επιχείρηση.
- ◆ Οι πελάτες μπορούν να αγοράζουν από το σπίτι τους ή γενικά από οποιοδήποτε σημείο βρίσκονται, οποιαδήποτε χρονική στιγμή.
- ◆ υπάρχει η δυνατότητα άμεσης επαφής και επικοινωνίας με τους πελάτες, για παράδειγμα μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.
- ◆ παρέχετε υποστήριξη στους πελάτες με μικρότερο κόστος.

◆ ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ «ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ»

Το πρόγραμμα «Δικτυωθείτε» αφορά στην ενίσχυση των επιχειρήσεων όλων των κλάδων και τομέων οικονομικής δραστηριότητας που απασχολούν από 1 έως 10 άτομα για την απόκτηση του ελάχιστου αναγκαίου εξοπλισμού για τη διασύνδεση τους με το διαδίκτυο και την

επιχειρηματική τους χρήση. Μέχρι την λήξη του προγράμματος, που είναι το 2006 αναμένεται να επιδοθούν από το πρόγραμμα αυτό συνολικά 50.000 επιχειρήσεις.

Το «δικτυωθείτε» αποτελείται από το πρόγραμμα «Εκπαιδευτική Στήριξη» που χρηματοδοτείται από το πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα» και το οποίο παρέχει δωρεά επιτόκια εκπαίδευσης για εξοικείωση των πολύ μικρών επιχειρήσεων με τις πρακτικές και τις δυνατότητες του ηλεκτρονικού επιχειρείν. Την εκπαίδευση παρέχουν Σύμβουλοι υποστήριξης και καθοδήγησης που έχουν κατάλληλα εκπαιδευτεί και σταλεί από περιφερειακές κοινοπραξίες ΑΕΙ, ΑΤΕΙ.

Το πρόγραμμα Δικτυωθείτε έχει σκοπό να εξοικειώσει 50.000 μικρομεσαίες επιχειρήσεις από όλη την Ελλάδα με τις νέες τεχνολογίες. Αποτελεί πρωτοβουλία του Υπουργείου Ανάπτυξης χρηματοδοτείται από το μέτρο 3.2.

Το πρόγραμμα «Δικτυωθείτε» περιλαμβάνει την οικονομική ενίσχυση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων για προμήθεια εξοπλισμού όπως είπαμε παραπάνω και πληροφορικής με σκοπό να εξοικειωθούν οι μικρές επιχειρήσεις με την ψηφιακή οικονομία και να αξιοποιήσουν τις δυνατότητες και τις ευκαιρίες που προσφέρει το διαδίκτυο. Το πρόγραμμα απευθύνεται σε όλες τις επιχειρήσεις, οι οποίες πληρούν τις παρακάτω προϋποθέσεις:

Έχουν απασχολούμενο προσωπικό μέχρι και 10 άτομα και κύκλο εργασιών μέχρι και 200 εκατ. Δραχμές.

Έχουν κλείσει μια τουλάχιστο διαχειριστική χρήση και έχουν υποβάλλει φορολογική δήλωση.

Για τους σκοπούς του προγράμματος οι επιχειρήσεις διακρίνονται στις ακόλουθες κατηγορίες:

1. Επιχειρήσεις που δεν διαθέτουν σύνδεση με το διαδίκτυο.
2. Επιχειρήσεις που διαθέτουν σύνδεση με το διαδίκτυο και ηλεκτρονική διεύθυνση επικοινωνίας.
3. Επιχειρήσεις που είναι συνδεδεμένες με το διαδίκτυο και διαθέτουν δική τους εταιρική παρουσίαση ή δικτυακό τόπο στο διαδίκτυο, πιθανά με δυνατότητα διεξαγωγής συναλλαγών με πελάτες ή και με προμηθευτές.

Το πρόγραμμα απευθύνεται σε δύο πρώτες ανωτέρω κατηγορίες επιχειρήσεων. Έως τις 30 Σεπτεμβρίου του 2001 όπου και ολοκληρώθηκε

ο δευτέρος κύκλος του προγράμματος περισσότερες από 17000 επιχειρήσεις είχαν υποβάλλει αίτηση συμμετοχής στο πρόγραμμα. Η επιχορήγηση που λαμβάνουν οι επιχειρήσεις έχει να κάνει με χρηματοδότηση για την αγορά εξοπλισμού και υπηρεσιών σε ποσοστό 40% και μέχρι του ποσού των 720.000 ευρώ. Έτσι για τις επιχειρήσεις κατηγορίας 1 δίνεται επιδότηση για προμήθεια του αναγκαίου εξοπλισμού και τη διετή σύνδεση στο διαδίκτυο ενώ σε αυτές της κατηγορίας 2 για την δημιουργία εμπορικής ιστοσελίδας στο διαδίκτυο ,για συτήρηση και την φιλοξενία της σε κάποιον ISP για 2 χρόνια

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ : ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ.

Το υπουργείο Ανάπτυξης προκειμένου να ενισχύσει την ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα και την χρησιμοποίηση από τις Ελληνικές επιχειρήσεις νέων τεχνολογιών υλοποιεί το πρόγραμμα «Κοινωνία της πληροφορίας». Το συγκεκριμένο πρόγραμμα και ειδικότερα το μέτρο 3.2 αναφέρεται στην ενίσχυση των επιχειρήσεων για την εισαγωγή στην ψηφιακή οικονομία.

Το επιχειρησιακό πρόγραμμα κοινωνία της πληροφορικής υλοποιείται στα πλαίσια του 3^{ου} Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης. Αποτελεί σύνολο ολοκληρωμένων και συμπληρωματικών παρεμβάσεων σε διάφορους τομείς της οικονομικής και κοινωνικής ζωής. Στόχος του είναι να εφαρμοστούν τα σημαντικότερα σημεία της Λευκής Βίβλου της ελληνικής κυβέρνησης με τίτλο «Η Ελλάδα στην κοινωνία της πληροφορίας:Στρατηγική και δράσεις»του 1999 και παράλληλα ,να επιτευχθούν οι στόχοι που τέθηκαν στο πλαίσιο της πρωτοβουλίας e Europe και του Σχεδίου Δράσης eEurope 2000 που εγκρίθηκε στο Συμβούλιο κορυφής του Φέϊρε τον Ιούνιο του 2000.

Τι προβλέπει το μέτρο 3.2 «Ενίσχυση επιχειρήσεων για την εισαγωγή τους στην ψηφιακή οικονομία»

Το μέτρο αυτό περιλαμβάνει δράσεις που αφορούν στην ενίσχυση των ελληνικών επιχειρήσεων για την ένταξη τους στην Κοινωνία της Πληροφορίας. Ειδικοί στόχοι του μέτρου είναι η προώθηση της χρήσης νέων τεχνολογιών από τις επιχειρήσεις με την ολοκλήρωση της διαχείρισης της πληροφορίας στις εσωτερικές τους διαδικασίες ,η προώθηση της χρήσης νέων τεχνολογιών και εργαλείων από τις επιχειρήσεις για την ένταξη τους στην νέα οικονομία του «ηλεκτρονικού επιχειρείν» ,η ανάπτυξη νέων ψηφιακών προϊόντων και υπηρεσιών,

καθώς και η δημιουργία ψηφιακού περιεχομένου για τα δίκτυα υψηλής ταχύτητας.

Οι παραπάνω στόχοι θα επιτευχθούν με δράσεις ενίσχυσης επιχειρήσεων και των τριών τομέων της οικονομίας για την εισαγωγή τεχνολογιών πληροφορίας και επικοινωνίας με σκοπό την υιοθέτηση νέων επιχειρηματικών πρακτικών που θα βελτιώσουν την εξωστρέφεια τους και θα τις μετατρέψουν σε ηλεκτρονικές επιχειρήσεις.

Το Πρόγραμμα ΔΙΚΤΥΩΘΕΤΕ (<http://www.go-online.gr/>) αποτελεί πρωτοβουλία του Υπουργείου Ανάπτυξης και έχει σκοπό την προώθηση των τεχνολογιών του διαδικτύου και των εφαρμογών τους στις ελληνικές επιχειρήσεις, καθώς και τη διαμόρφωση και ανταλλαγή ιδεών και προτάσεων για το η-επιχειρείν, με έμφαση στις ΜΜΕ. Ενέργειες του Προγράμματος αποτελούν η Οικονομική Ενίσχυση και η Εκπαιδευτική Στήριξη των ΜΜΕ. Η Εκπαιδευτική Στήριξη του Προγράμματος περιλαμβάνει επισκέψεις στις ΜΜΕ από ειδικούς Συνεργάτες Υποστήριξης Καθοδήγησης (ΣΥΚ), τη δημιουργία εκπαιδευτικού υλικού που φιλοξενείται στον κόμβο του ΔΙΚΤΥΩΘΕΠΕ (<http://www.go-online.gr/training/index.html>), καθώς και τη λειτουργία ενός Κεντρικού Γραφείου Πληροφόρησης (Help Desk) για την εξυπηρέτηση των ΜΜΕ σε πανελλαδικό επίπεδο (<http://www.go-online.gr/goonline/helpdesk/index.html>, Τηλέφωνα Επικοινωνίας (τριες γραμμές με αστική χρέωση): 801 11 46 638).

Τα φυλλάδια αυτά, σε συνδυασμό με το εκπαιδευτικό υλικό του κόμβου της Εκπαιδευτικής Στήριξης του Προγράμματος ΔΙΚΤΥΩΘΕΤΕ, έχουν ως στόχο να ενημερώσουν με απλό, ευχάριστο και ευσύνοπτο τρόπο τις ΜΜΕ, καθώς και τους ΣΥΚ γύρω από τα οφέλη που μπορούν να προκύψουν από την εισαγωγή των νέων τεχνολογιών στην επιχειρηματική δραστηριότητα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΜΙΑΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ.

Το επιχειρηματικό σχέδιο αποτελεί σημαντικό εργαλείο για κάθε επιχείρηση. Σκοπός του είναι να αναλύσει την υπάρχουσα κατάσταση , σε σχέση με την αγορά και την επιχείρηση και να καθοδηγήσει τις ενέργειες των στελεχών προς συγκεκριμένες κατευθύνσεις και τακτικές.

Ένα επιχειρηματικό σχέδιο είναι χρήσιμο για μια μικρή και μεσαία επιχείρηση ,αφού μπορεί να συμβάλει ουσιαστικά στις ακόλουθες λειτουργίες:

- ◆ Δομή και οργάνωση της επιχείρησης
- ◆ Καταγραφή , ανάλυση και κατανόηση της αγοράς ,των καταναλωτών και του ανταγωνισμού.
- ◆ Λήψη αποφάσεων με βάση τους στόχους και την πολιτική της επιχείρησης.

Υπενθυμίζοντας την έννοια του επιχειρηματικού σχεδίου και τα πλεονεκτήματα που μπορεί να επιφέρει σε μια επιχείρηση ,είναι χρήσιμο να σημειωθεί ότι η υλοποίηση ενός έργου ηλεκτρονικού επιχειρείν πρέπει να επηρεάζεται και να αποτυπώνεται στο επιχειρηματικό σχέδιο που αυτή έχει δημιουργήσει.

Όπως είναι λογικό οι στόχοι που θέτει μια επιχείρηση ,για την εισαγωγή της στο διαδίκτυο ,ποικιλούν και εξαρτώνται από διάφορους παράγοντες όπως για παράδειγμα ,ο κλάδος ο οποίος δραστηριοποιείται,η κατάσταση στην αγορά , η θέση της επιχείρησης στην αγορά και στον ανταγωνισμό.

Η μετάβαση της επιχειρηματικής δραστηριότητας μιας επιχείρησης στο ηλεκτρονικό επιχειρείν ,απαιτεί χρόνο, έξοδα, αλλά και την συνεργασία των ανθρώπων της επιχείρησης σε μια ομάδα συμβούλων, σε περίπτωση που το όλο εγχείρημα υλοποιηθεί από κάποιον εξωτερικό συνεργάτη.

Επομένως, ένα σύνολο ανθρώπων θα εργαστεί για αρκετές βδομάδες ,ίσως και μήνες μαζί.Ο συντονισμός των ενεργειών των ανθρώπων αυτών είναι απαραίτητη προκειμένου το έργο μετάβασης μιας επιχείρησης στο ηλεκτρονικό επιχειρείν να γίνει στον προβλεπόμενο χρόνο, με το προβλεπόμενο κόστος και να έχει περισσότερες πιθανότητες επιτυχίας

Στη συνέχεια παρουσιάζονται οι βάσεις-βήματα ενός ηλεκτρονικού επιχειρείν, και ακολουθούν αναλυτικότερα στοιχεία τα οποία θα αποτελέσουν χρήσιμο οδηγό για οποιοδήποτε «ηλεκτρονικό επιχειρηματία»:

1.Ορισμός του έργου: Η πρώτη φάση σχετίζεται με την οριοθέτηση των προσδοκιών και των στόχων που αφορούν το έργο του ηλεκτρονικού επιχειρείν.Βασικό πλεονέκτημα αποτελεί η κατανόηση των δυνατοτήτων που παρέχουν οι νέες τεχνολογίες στα πλαίσια της επιχείρησης , τα απαιτούμενα κόστη και τελικά η επιλογή των διαδικασιών μα τις οποίες να εκπληρώσουν τους στόχους που θέτει η επιχείρηση.Η λέξη κλειδί σε αυτή την φάση είναι οι στόχοι, ο λόγος δηλαδή για τον οποίο υλοποιείται μια ηλεκτρονική επιχείρηση.

2.Ανάλυση του έργου: Η δεύτερη φάση σχετίζεται με την λεπτομερή ανάλυση του έργου αυτού. Βασικό μέλημα αποτελεί η πλήρης «χαρτογράφηση του έργου ,καθώς και ο ορισμός μιας ομάδας έργου η οποία θα παρέχει τις βασικές πληροφορίες οι οποίες θα αναζητηθούν κατά την υλοποίηση του συνολικού εγχειρήματος. Η ομάδα αυτή ενδέχεται να αποτελείται από τον υπεύθυνο marketing και πωλήσεων της επιχείρησης καθώς και τον υπεύθυνο πληροφορικής.

3Χρονοδιάγραμμα-Συμφωνίες: Αφού αναγνωρισθεί και αναλυθεί πλήρως το έργο ,το τρίτο βήμα σχετίζεται με τις εκτιμήσεις και τις συμφωνίες που θα γίνουν σε ότι αφορά το χρονοδιάγραμμα εκτέλεσης του έργου ,καθώς και του συνολικού κόστους.

4.Εκτέλεση έργου: Το βήμα αυτό περιλαμβάνει την εκτέλεση όσων συμφωνήθηκαν κατά την ανάλυση έργου.

5.Έλεγχος του έργου: Η φάση αυτή σχετίζεται με τον έλεγχο του έργου.Αφορά τον έλεγχο της αποτελεσματικότητας των τεχνολογιών που χρησιμοποιήθηκαν κατά την εκτέλεση του έργου και γενικότερα ελέγχεται κατά πόσο το συνολικό έργο μπορεί να ικανοποιήσει τους αρχικά τους συμφωνηθέντες στόχους και προσδοκίες.

6.Παράδοση του έργου: Στη φάση αυτή παραδίδεται το έργο ,αφού προηγουμένως έχει ελεγχθεί ότι όλα δρομολογήθηκαν χωρίς προβλήματα.Η παράδοση του έργου, βάση της συμφωνίας που έχει γίνει ενδέχεται να περιλαμβάνει και την εκπαίδευση του προσωπικού της επιχείρησης σε θέματα που άπτονται των χρησιμοποιούμενων τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών.

7.Συντήρηση: Το τελευταίο βήμα σχετίζεται με την συντήρηση του τεχνολογικού εξοπλισμού και των συστημάτων που χρησιμοποιούνται από την επιχείρηση.Το θέμα της συντήρησης είναι σημαντικό γιατί μπορεί να προκαλέσει απρόβλεπτα έξοδα για την έκαστοτε επιχείρηση. Για το λόγο αυτό πρέπει να οριστεί ένα σαφές και συμφέρον συμβόλαιον συντήρησης με τον προμηθευτή του βασικού τεχνολογικού εξοπλισμού και λογισμικού.

ΤΙ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΛΑΒΕΙ ΥΠΟΨΗ ΤΗΣ ΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΚΑΤΑ ΤΟΝ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟ ΤΟΥ ΕΓΧΕΙΡΗΜΑΤΟΣ ΤΗΣ ΜΕΤΑΒΙΒΑΣΗ ΤΗΣ ΣΤΟ<< ΗΛΕΚΤΡΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ>>

Με βάση τις ενέργειες που πρέπει να γίνουν από μια επιχείρηση για την υλοποίηση ενός έργου ηλεκτρονικού επιχειρείν, θα μελετήσουμε στην ενότητα αυτή τα ζητήματα που σχετίζονται με τον αποτελεσματικότερο σχεδιασμό του όλου εγχειρήματος.

Ο σαφής και αναλυτικός σχεδιασμός ενός έργου ηλεκτρονικού επιχειρείν αποτελεί το βασικό και αναγκαίο εκείνο στοιχείο που καθορίζει σε σημαντικό βαθμό την επιτυχία ή αποτυχία του έργου.Ένα <<καλό >> σχέδιο μπορεί να αποτελέσει το βασικό εγχειρίδιο , πάνω στο οποίο θα στηριχθεί η ομάδα υλοποίησης.παράλληλα μπορεί να κατευθύνει και να διαμορφώσει το όλο έργο αποτρέποντας τυχόν δυσκολίες που ενδέχεται να εμφανιστούν.

Στην συνέχεια παρουσιάζονται οι σημαντικότεροι παραμέτροι που πρέπει να λαμβάνονται υπόψη για το σχεδιασμό ενός έργου ηλεκτρονικού επιχειρείν:

♦**Σαφείς στόχοι:** Η οριοθέτηση σαφών στόχων και η καθοδήγηση με βάση αυτού ενός έργου ηλεκτρονικού επιχειρείν,αποτελεί κρίσιμο παράγοντα επιτυχίας.

♦**Λεπτομερής προετοιμασία:** Το βασικό στοιχείο που πρέπει να λαμβάνεται υπόψη για το σχεδιασμό ενός έργου ηλεκτρονικού επιχειρείν σχετίζεται με την ενδελεχή μελέτη και έρευνα των αναγκών της επιχείρησης και τον πλήρη προορισμό των απαιτήσεων που αυτή ορίζει.Οι επιχειρήσεις που ασχολούνται λεπτομερώς με όλη την προετοιμασία του έργου ,έχουν περισσότερες πιθανότητες επιτυχίας σε σχέση με αυτές που κινούνται βιαστικά χωρίς σαφείς και λεπτομερείς στόχους.

♦**Το έργο καθορίζεται από το επιχειρηματικό Σχέδιο και όχι από την τεχνολογία:** Σε πολλές επιχειρήσεις παρατηρείται το συνηθές φαινόμενο να καθορίζουν την υλοποίηση ενός έργου ηλεκτρονικού επιχειρείν οι τεχνολογικές εξελίξεις. Αυτό αποτελεί λάθος προσέγγιση! Το συνολικό εγχείρημα πρέπει να στηρίζεται και να βασίζεται στο επιχειρηματικό

σχέδιο της επιχείρησης. Πρέπει να καθορίζεται με βάση τις ανάγκες, οι οποίες σε τελική ανάλυση θα υποδείξουν τις κατάλληλες προς χρησιμοποίηση τεχνολογίες.

♦ **Είναι αναγκαία η στήριξη από τη Διοίκηση της επιχείρησης:** Η πλειονότητα των επιτυχημένων έργων ηλεκτρονικού επιχειρείν από διάφορες επιχειρήσεις είχαν την στήριξη και εμπλοκή των Διοικήσεων των επιχειρήσεων. Η εμπλοκή της ανώτερης διοίκησης της επιχείρησης επηρεάζει άμεσα την επιτυχία του εγχειρήματος, διότι σε τελική ανάλυση αυτή είναι που λαμβάνει τις βασικές αποφάσεις σε ότι αφορά το επιχειρηματικό σχέδιο και την λειτουργία της επιχείρησης. Επιπλέον, η διοίκηση μπορεί να ασκήσει σημαντική επιρροή προκειμένου να αντιμετωπιστούν ανησυχίες που ενδέχεται να εκδηλωθούν από το προσωπικό της επιχείρησης.

♦ **Κάθε έργο ηλεκτρονικού επιχειρείν είναι μοναδικό:** Κάθε επιχείρηση είναι πραγματικά μοναδική και τα έργα ηλεκτρονικού επιχειρείν βοηθούν στην ανάδειξη και ενίσχυση της μοναδικότητας αυτής. Είναι δύσκολο έως αδύνατο μια επιχείρηση να μπορέσει να μεταφέρει μια ακριβώς όμοια προσέγγιση για την υλοποίηση ενός έργου ηλεκτρονικού επιχειρείν από μια άλλη επιχείρηση. Η διαφορετικότητα ανάμεσα στα έργα ηλεκτρονικού επιχειρείν μπορεί να οφείλεται σε διάφορους παράγοντες όπως: ποιές θα είναι οι λειτουργίες-διαδικασίες που θα αυτοματοποιηθούν με χρήση της πληροφορικής, ποιοι είναι οι εκάστοτε διαθέσιμοι πόροι, ποίος είναι ο βαθμός ενσωμάτωσης των τεχνολογιών της πληροφορικής και των επικοινωνιών. Ποίος είναι ο βαθμός προσαρμογής; κλπ.

♦ **Ανάπτυξη ευέλικτου σχεδίου:** Είναι σύνηθες το φαινόμενο με αιτία τον απολύτως λεπτομερή σχεδιασμό ενός έργου ηλεκτρονικού επιχειρείν να προκύπτουν καταστάσεις οι οποίες να μπορούν να αποτελέσουν σημαντικό ανασταλτικό παράγοντα. Είναι αναγκαίο, επομένως; Ο σχεδιασμός να διαθέτει ευελιξία, ώστε να μπορεί στις καταστάσεις αυτές, να τις αντιμετωπίσει με χρήση κατάλληλων και αποτελεσματικών ενεργειών και να μην θέσει σε κίνδυνο το όλο εγχείρημα.

♦ **Ανάγκη μερικού αναπροσδιορισμού του κόστους έργου:** Η οριοθέτηση ενός συγκεκριμένου προϋπολογισμού σε ότι αφορά ένα έργο ηλεκτρονικού επιχειρείν αποτελεί μια πολύ βασική ενέργεια. Ωστόσο, λόγω της φύσης των εν λόγω έργων κάτι τέτοιο δεν είναι απλό. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι είναι πολύ δύσκολο να προσδιορισθούν επακριβώς εκ των προτέρων οι απαιτήσεις όσον αφορά τις τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών που θα χρησιμοποιηθούν καθώς και το κόστος τους. Επομένως πρέπει κατά τον σχεδιασμό <<ο Ηλεκτρονικός επιχειρηματίας>> να λάβει σοβαρά υπόψη του αυτή την παράμετρο και

να μπορεί να προσαρμοστεί το κόστος στις μερικά διαφοροποιημένες ανάγκες που ενδέχεται να εμφανιστούν

♦ Ανάγκη μερικής διαφοροποίησης του απαιτούμενου χρόνου υλοποίησης: Ανεξάρτητα από τον βαθμό λεπτομερούς σχεδιασμού ενός έργου ηλεκτρονικού επιχειρείν, ο χρόνος υλοποίησης ενδέχεται να διευρυνθεί σε μικρό βαθμό, σε σχέση με αυτόν που προβλεπόταν αρχικά. Σε αυτό συμβάλλει η εμφάνιση καταστάσεων οι οποίες ήταν δύσκολο έως αδύνατο να προβλεφθούν. Επομένως, και σε αυτή τη περίπτωση απαιτείται ευελιξία προκειμένου η επιτυχία του εγχειρήματος να εξασφαλιστεί

Τι πρέπει να γίνει

Τι πρέπει να αποφευχθεί

Σαφής προσδιορισμός των ρόλων και των αρμοδιοτήτων σε ό,τι αφορά το έργο

Υπερεκτίμηση των όσων μπορούν να ανατεθούν σε εξωτερικούς συνεργάτες

Δυνατότητες ευελιξίας: νέες ιδέες θα ενισχύσουν το εγχείρημα, αλλά ενδέχεται να καθυστερήσουν το έργο

Η πλήρης εξάρτηση από το προσωπικό ή από το σύμβουλο στον οποίο βασίζεται έργο

Προσδιορισμός του προσωπικού που θα υλοποιεί ή θα στηρίζει το έργο.

Ανεξάρτητα με την πρόθεση κάθε επιχείρησης να υλοποιήσει ένα έργο ηλεκτρονικού επιχειρείν, η επιτυχία του εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό τόσο από τον τρόπο εμπλοκής στο όλο εγχείρημα του προσωπικού, όσο και από τον τρόπο αντιμετώπισης των ανησυχιών και αναστολών που ενδέχεται να προκύψουν. Οποιοδήποτε έργο ηλεκτρονικού επιχειρείν απαιτεί τις προτάσεις και την υποστήριξη των εργαζομένων της επιχείρησης από τα αρχικά στάδια του έργου. Το σύνολο του προσωπικού που θα χρησιμοποιεί τις τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών που θα εισαχθούν στην επιχείρηση πρέπει να είναι κατάλληλα εκπαιδευμένο, προκειμένου να μπορεί να αντεπεξέλθει σύντομα αποδοτικά και αποτελεσματικά στο νέο επιχειρηματικό περιβάλλον που ορίζεται.

Στη ενότητα αυτή θα παρουσιαστούν οι απαραίτητες ενέργειες οι οποίες θα ενισχύσουν την εμπλοκή του προσωπικού αλλά και θα κάμψουν τις πιθανές αντιδράσεις και ανησυχίες από την εισαγωγή της επιχείρησης στο διαδίκτυο.

♦ **Εμπλοκή του προσωπικού από τα πρώτα στάδια:** όταν μια επιχείρηση σχεδιάζει να υλοποιήσει ένα έργο ηλεκτρονικού επιχειρείν είναι ιδιαίτερα σημαντικό να εμπλέξει σε αυτό το εγχείρημα το προσωπικό όλων των τμημάτων από πολύ νωρίς. Η ενέργεια αυτή όχι μόνο θα διασφαλίσει την ομαλή υλοποίηση του έργου με λιγότερη αντίσταση από το προσωπικό, αλλά επιπλέον θα ενισχύσει την αξία του έργου μέσω των παρατηρήσεων και προτάσεων που θα κατατίθενται από το προσωπικό. Οι εργαζόμενοι που ασχολούνται σε κάποιο τμήμα και εκτελούν συγκεκριμένη εργασία έχουν χρήσιμες απόψεις και εμπειρίες σχετιζόμενες με τον τρόπο που εκτελείται μία εργασία και που γίνεται αποδοτικότερη, ενώ μπορούν να προτείνουν ενέργειες και διαδικασίες χρήσιμες στην ομάδα που διαχειρίζεται το έργο του ηλεκτρονικού επιχειρείν.

♦ **Εμπλοκή εργαζομένων από όλα τα τμήματα:** Από την στιγμή που ένα έργο ηλεκτρονικού επιχειρείν επηρεάζει όλο το φάσμα λειτουργίας μιας επιχείρησης, πρέπει ο οποιοσδήποτε στην επιχείρηση να γνωρίζει τους στόχους του συγκεκριμένου έργου, τα χρονοδιαγράμματα αλλά και τα βασικά στοιχεία του. Αυτό είναι αναγκαίο αφού ο σχεδιασμός και η εκτέλεση του έργου απαιτούν ενημέρωση και στοιχεία σε όλες τις φάσεις.

♦ **Η κατάρτιση του προσωπικού είναι απαραίτητη:** Η χρησιμοποίηση του διαδικτύου από μια επιχείρηση προϋποθέτει την εκπαίδευση του προσωπικού το οποίο θα χρησιμοποιεί τα νέα συστήματα. Είναι αναγκαία η σωστή και ολοκληρωμένη κατάρτιση του προσωπικού προκειμένου να αποφευχθούν αναπόφευκτες δυσλειτουργίες στο σύστημα ή καταστροφές σε πληροφορίες που διαθέτει επιχείρηση. Αυτό είναι ιδιαίτερα κρίσιμο και πρέπει να αντιμετωπιστεί από μικρομεσαίες επιχειρήσεις λόγω της φύσης και της λειτουργίας τους.

♦ **Ευκαιρή αντιμετώπιση των ανησυχιών του προσωπικού:** Όταν η υλοποίηση ενός έργου ηλεκτρονικού επιχειρείν ανακοινώνεται στο προσωπικό μιας επιχείρησης, συνήθως εμφανίζονται εργαζόμενοι με αρνητική προδιάθεση. Οι λόγοι ανησυχίας ποικίλουν και σχετίζονται κυρίως με ανασφάλειες σχετικά με τον ίδιο τον ρόλο τους στην επιχείρηση αλλά και για την αποτελεσματικότητα του εγχειρήματος. Σε τέτοιες περιπτώσεις το βασικό μέλημα της επιχείρησης είναι αρχικά να αναγνωρίσει αυτές τις πιθανές ανησυχίες. Μέσω σωστής και εποικοδομητικής επικοινωνίας με το προσωπικό μπορούν να αναλυθούν τα πλεονεκτήματα που θα επιφέρει η εισαγωγή της επιχείρησης στο διαδίκτυο στον τρόπο εργασίας. Γενικά τα ζητήματα στα οποία πρέπει να αναζητηθούν απαντήσεις για την αντιμετώπιση των ανησυχιών του προσωπικού είναι τα ακόλουθα:

- ♦είναι το προσωπικό πλήρως ενημερωμένο σχετικά με τους στόχους του έργου;
- ♦Έχει κατανοήσει το προσωπικό την σπουδαιότητα του έργου;
- ♦Έχει ενημερωθεί το προσωπικό για τα οφέλη και την σπουδαιότητα του έργου;
- ♦Οι ανησυχίες που έχουν ανακύψει έχουν αναγνωρισθεί;
- ♦αντιμετωπίστηκαν οι ανησυχίες αυτές επιτυχώς;

Η εκπαίδευση προσωπικού για την υλοποίηση του έργου η-επιχειρῶν περιλαμβάνει τα παρακάτω θέματα:

- περιγραφή του δικτυακού τόπου βήμα προς βήμα, ώστε το προσωπικό σας να το μπόρει και να ξέρει ποια μέρη που και πότε (ημερομηνίες, μηνύματα, περιγραφές προϊόντων, σποτικές σελίδες) χρειάζονται αλλαγή, απαλοιφή, επαναφορά
- περιγραφή του δικτυακού και εξη-δικτυακού πλάνου *marketing*, ώστε το προσωπικό σας να αναλάβει τις κινήσεις *marketing* που πρέπει να γίνουν
- τεχνικά θέματα (βενες, προγράμματα που χρειάζονται συντήρηση)

Το συνηθέστερο πρόβλημα που προκύπτει είναι τα λάθη που γίνονται από τους υπαλλήλους σας, μετά την αποχώρηση της ομάδας των συμβούλων. Η καλύτερη αντιμετώπιση του προβλήματος είναι αφανός η επαρκής παραμονή των συμβούλων, έως ότου το προσωπικό σας νιώσει έτοιμο να αναλάβει την υλοποίηση έστων έχουν συμφωνηθεί, αφετέρου η συγγραφή εγχειρίτων από τους συμβούλους –σε όσα θέματα είναι αυτό δυνατό – ώστε το προσωπικό να ανατρέξει σε αυτό και να μην ψάχνει το σύμβουλο. Το τελευταίο γίνεται επόμια, γιατί

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΔΕΚΑΛΟΓΟΣ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΔΕΚΑΛΟΓΟΣ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ ΤΟΥ ΣΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

◆ΜΕ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕΙ ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΟΙ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΠΟΥ ΑΝΟΙΓΟΝΤΑΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΜΟΥ.ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ ΤΑ ΠΡΩΤΑ ΒΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΚΑΝΩ ΓΙΑ ΜΙΑ ΤΕΤΟΙΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ;

Αφού ενημερωθείτε για τα βασικά χαρακτηριστικά και τις δυνατότητες του ηλεκτρονικού Εμπορίου, καταρτίστε ένα επιχειρηματικό σχέδιο για την δραστηριοποίηση σας στο πεδίο αυτό. Σκεφτείτε τον τρόπο με τον οποίο θα μπορούσατε να το εκμεταλλευτείτε αυτό: ποία προϊόντα και ποιές υπηρεσίες μπορείτε να παρέχετε, πόσα χρήματα είστε σε θέση να επενδύσετε στην ηλεκτρονική επιχειρηματική δραστηριότητα, αν διαθέτετε τα στελέχη που θα μπορούσαν να ασχοληθούν. Κυρίως πρέπει να θέσετε ρεαλιστικούς στόχους για την δραστηριοποίηση σας αυτή.

◆ΠΟΙΟ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΠΟΥ ΡΥΘΜΙΖΕΙ ΤΑ ΘΕΜΑΤΑ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ;ΠΩΣ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΔΙΚΗΣ ΜΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί μια μορφή εμπορίου και συνεπώς βρίσκουν σε αυτό εφαρμογή το κοινοτικό δίκαιο και οι εθνικές διατάξεις που αφορούν το εμπόριο γενικότερα.

Βεβαιωθείτε ότι η ηλεκτρονική επιχειρηματική δραστηριότητα είναι σύμφωνη με την ισχύουσα νομοθεσία σε εθνικό και κοινοτικό επίπεδο.

Ενημερωθείτε για όλες τις εθνικές διατάξεις που αφορούν το ηλεκτρονικό εμπόριο.

Η προστασία των προσωπικών δεδομένων των καταναλωτών που επισκέπτονται το ηλεκτρονικό σας κατάστημα αποτελεί βασική σας υποχρέωση. Οι ρυθμίσεις που αφορούν την προστασία βρίσκονται στο διαδικτυακό περιβάλλον. Πρέπει να χρησιμοποιούνται για το σκοπό τον

οποίο συλλέγονται και να διατηρούνται μόνο όσο είναι αναγκαίο για τους σκοπούς συγκεκριμένης συναλλαγής. Η εμφανής παρουσίαση των τρόπων προστασίας και χρήσης των προσωπικών δεδομένων στο διαδικτυακό τόπο του ηλεκτρονικού σας καταστήματος αποτελεί ένα σημαντικό βήμα για την δημιουργία σχέσεων εμπιστοσύνης του διαδικτυακού σας καταστήματος και του καταναλωτή.

Επιπλέον πρέπει να γνωρίζετε ότι οι επισκέψεις των καταναλωτών σε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα και οι συναλλαγές τους αφήνουν ψηφιακά ίχνη που χρησιμοποιούνται για την δημιουργία καταναλωτικού προφίλ.

Είναι σημαντικό να γνωρίζετε πως, καθώς το ηλεκτρονικό εμπόριο αφορά και τις πωλήσεις προϊόντων και υπηρεσιών προς τους καταναλωτές διαφορετικών χωρών της Ευρωπαϊκής ένωσης σε περίπτωση διαφωνίας ο καταναλωτής μπορεί να απευθυνθεί στο δικαστήριο του τόπου κατοικίας του.

Τέλος σε ότι αφορά την ηλεκτρονική σας διεύθυνση στο διαδίκτυο και το πώς θα την καταχωρήσετε ισχύει ειδικό ρυθμιστικό πλαίσιο που καθορίζεται από το διαχειριστή ονομάτων του Ελληνικού domain.

♦ΑΝ ΕΧΩ ΗΔΗ ΜΙΑ ΠΑΡΑΛΟΓΙΑΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΠΩΣ ΜΠΟΡΩ ΝΑ ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΩ ΟΤΙ Η ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΜΟΥ ΩΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΟΥ ΔΕΝ ΘΑ ΕΧΕΙ ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΗ ΣΗΜΕΡΙΝΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΜΟΥ;

Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα αποτελεί μια νέα επιχειρηματική δραστηριότητα. Για να διευρύνετε την επίδραση του στη γενικότερη λειτουργία της επιχείρησης τις επιμέρους διαδικασίες του παραδοσιακού εμπορίου όπως παραγωγή, αποθήκευση, διανομή, υποστήριξη διαδικασιών με χρήση της πληροφορικής εσωτερικά στην επιχείρηση.

Διασφαλίστε κάνοντας κατάλληλες επιλογές ή επιχειρηματικές κινήσεις, ότι η επιχειρηματική λειτουργία της εταιρεία σας σήμερα μπορεί να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις ενός ηλεκτρονικού καταστήματος. Για παράδειγμα υπάρχει η δυνατότητα παράδοσης των προϊόντων στα σημεία που επιθυμεί ο καταναλωτής; Υπάρχει αποθηκευτικός χώρος για την υποστήριξη του ηλεκτρονικού καταστήματος; Διευρύνετε τις δυνατότητες παραγωγής-αποθήκευσης –διανομής καθώς και αν συμφέρει η ανάθεση κάποιων λειτουργιών σε εξειδικευμένους εξωτερικούς συνεργάτες.

Τέλος διευρύνετε ότι η σημερινή μηχανογράφηση της εταιρείας σας θα συμβάλει στην επιτυχία ή τουλάχιστον δεν θα σταθεί εμπόδιο στην πρωτοβουλία σας για ηλεκτρονικό εμπόριο.

♦ΓΝΩΡΙΖΩ ΠΩΣ,ΣΕ Ο,ΤΙ ΑΦΟΡΑ ΤΗΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΙΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΣΗΜΕΡΑ ΠΟΛΛΕΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ. ΠΩΣ ΘΑ ΕΠΙΛΕΞΩ ΤΙΣ ΚΑΤΑΛΛΗΛΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΠΟΥ ΝΑ ΤΑΙΡΙΑΖΟΥΝ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΔΙΚΗΣ ΜΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ;

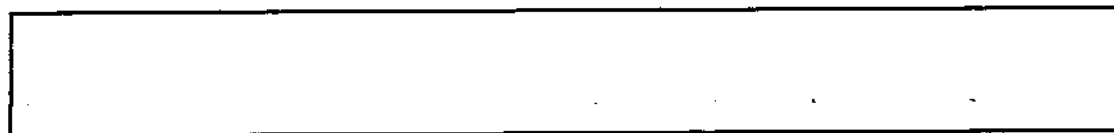
Αν η τεχνογνωσία που απαιτείται δεν υπάρχει στη επιχείρησή σας μπορεί να αποκτηθεί με την βοήθεια εξειδικευμένων συμβούλων και τεχνολογικών προμηθευτών.

Όσο και αν δεν είστε εξοικειωμένος με την τεχνολογία πρέπει να ενημερωθείτε γιατί ορισμένες κρίσιμες αποφάσεις πρέπει να παρθούν από εσάς μέσω ποιών μέσων θέλετε να έχετε επικοινωνία με τους καταναλωτές, ποιές ακριβώς δυνατότητες θέλετε να έχει ο καταναλωτής μέσα στο ηλεκτρονικό σας κατάστημα(π.χ. αναζήτηση προσφορές, σύγκριση τιμών)Αν θέλετε να αποκτήσετε ιδιοκτήτη υποδομής για τη λειτουργία του ηλεκτρονικού σας καταστήματος ή είναι προτιμητέα μια λύση φιλοξενίας αυτού σε κάποια εξειδικευμένη εταιρεία παροχής λύσεων ηλεκτρονικού εμπόριου. Συγκρίνετε τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα όλων των διαθέσιμων επιλογών πριν αποφασίσετε.

ΠΟΙΕΣ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΠΟΥ ΕΧΕΙ Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΜΟΥ ΓΙΑ ΝΑ ΕΙΣΠΡΑΤΤΕΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΤΟ ΑΝΤΙΤΙΜΟ ΤΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ ΠΟΥ ΔΙΕΞΑΓΕΙ ΜΕΣΩ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ;

Για να αποδέχεστε στο ηλεκτρονικό σας κατάστημα και πληρωμές online (πιστωτικές κάρτες,χρέωση –πίστωση τραπεζικού λογαριασμού)ενημερωθείτε για όλες τις διαθέσιμες λύσεις:ποιές δυνατότητες παρέχουν σήμερα οι Ελληνικές Τράπεζες,οι οργανισμοί διαχείρισης πιστωτικών καρτώνκαι οι οργανισμοί πιστοποίησης των εμπόρων στο Διαδίκτυο ,με ποίο κόστος κτλ Επιλέξτε τις παραπάνω συνεργασίες με τους ποίο πάνω οργανισμούς και δώστε ιδιαίτερη

βαρύτητα στο θέμα της ασφάλειας των συναλλαγών και της διασφάλισης τόσο της επιχείρησης όσο και των πελατών της.



ΥΠΑΡΧΕΙ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΑ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΤΙΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ; ΠΩΣ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΕΠΙΤΕΥΧΘΕΙ;

Σε μια ηλεκτρονική επικοινωνία η εμπιστοσύνη μεταξύ συναλλασσόμενων μερών είναι πολύ σημαντική γι αυτό θα πρέπει να δώσετε ιδιαίτερη έμφαση στο θέμα της ασφάλειας των συναλλαγών. Σήμερα η τεχνολογία παρέχει πολλές προηγμένες λύσεις στο θέμα αυτό. Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα που μεριμνά για την ασφάλεια των πελατών της θα πρέπει να χρησιμοποιεί και να αναφέρει ρητά όλα τα απαραίτητα συστήματα ασφαλείας καθώς και θα πρέπει να παρέχει τις απαραίτητες πληροφορίες για την πιστοποίηση της ταυτότητας του.

Όσο αφορά την ασφάλεια ένα ηλεκτρονικό κατάστημα θα πρέπει να χρησιμοποιεί μια σειρά από <<συστήματα ασφαλείας>> προκειμένου να διασφαλίσει την ασφάλεια των συναλλαγών του.

Οι έλεγχοι για την ασφάλεια και εγκυρότητα του ηλεκτρονικού καταστήματος πρέπει να γίνονται ανεξάρτητα από το αν η πρόσβαση στο Διαδίκτυο γίνεται από τον υπολογιστή ή το κινητό τηλέφωνο ή από την διαδραστική τηλεόραση.

Όσο αφορά την ταυτότητα του, ένα Ηλεκτρονικό κατάστημα θα πρέπει να παρουσιάζει ρητά σε ποίον ακριβώς έχει καταχωρωθεί, ποίος είναι ο πραγματικός ιδιοκτήτης. Η ύπαρξη ενός ειδικού σήματος στην ιστοσελίδα που να πιστοποιεί την ταυτότητα είναι πλεονέκτημα. Επιπλέον θα πρέπει να παρέχεται η δυνατότητα στο καταναλωτή, πριν προβεί σε αγορές, να επικοινωνήσει με τον τηλεφωνικό αριθμό του καταστήματος, για να διαπιστώσει πως όντως πρόκειται για το κατάστημα που έχει επιλέξει.

ΑΝ ΞΕΚΙΝΗΣΩ ΤΗΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΜΟΥ ΩΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΣ ΕΜΠΟΡΟΣ, ΘΑ ΜΠΟΡΕΣΟΥΝ ΟΙ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ ΜΟΥ ΝΑ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΘΟΥΝ ΣΕ ΑΥΤΟ ΤΟ ΕΡΓΟ; ΠΟΙΕΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΛΥΣΕΙΣ ΕΧΩ;

Είναι χρήσιμο να υπάρχει καταρτισμένο στέλεχος στην επιχείρησή σας στα θέματα ηλεκτρονικού εμπορίου. Διευρενήστε την πιθανότητα προσθετικής κατάρτισης ενός από τα υπάρχοντα στελέχη προκειμένου να

επιλύει σε σύντομο χρονικό διάστημα τυχόν προβλήματα που θα ανακύπτουν από την λειτουργία του ηλεκτρονικού καταστήματος. Εναλλακτικά διερευνήστε την πιθανότητα πρόσληψης ενός υπαλλήλου με ιδιαίτερες δεξιότητες στο χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου ,έτσι ώστε να μπορεί να αναλάβει αυτό το ρόλο για την επιχείρησή σας.

ΠΩΣ ΜΠΟΡΩ ΝΑ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΩ ΤΗΝ ΠΟΡΕΙΑ ΤΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΜΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ, ΙΔΙΑΙΤΕΡΑ ΑΝ ΔΕΝ ΕΧΩ ΣΗΜΑΝΤΙΚΕΣ ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ;

Δεν απαιτούνται ιδιαίτερες τεχνικές γνώσεις για την παρακολούθηση της λειτουργίας ενός ηλεκτρονικού καταστήματος. Απεναντίας, η τεχνολογία σας επιτρέπει να έχετε ανα πάσα στιγμή τα στοιχεία των πωλήσεων και των επισκέψεων των πελατών σας γι αυτό και θα πρέπει να συμπεριλάβετε την συστηματική σας ενημέρωση στο σχεδιασμό της ηλεκτρονική σας επιχείρησης. μην ξεχνάτε πως το ηλεκτρονικό σας κατάστημα αποτελεί μέρος της όλης παρουσίας σας στην αγορά: να ενηρώνεστε συχνά από τα αρμόδια πρόσωπα εντός και εκτός της επιχείρησής σας για την πορεία του και να λάβετε, σε συνεργασία μαζί τους, τις κατάλληλες αποφάσεις για την διαρκή βελτίωση του.

ΠΕΡΑ ΑΠΟ ΤΟ ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΠΟΥ ΡΥΘΜΙΖΕΙ ΤΑ ΘΕΜΑΤΑ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ, ΥΠΑΡΧΕΙ ΚΑΤΙ ΑΛΛΟ ΠΟΥ ΘΑ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΓΝΩΡΙΖΩ ΣΕ Ο,ΤΙ ΑΦΟΡΑ ΤΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ ΜΟΥ ΚΑΙ ΤΙΣ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΜΕ ΤΟΥΣ ΤΕΛΙΚΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ;

Στο Διαδικτυακό τόπο του ebusinessforum που λειτουργεί στη αιγίδα του υπουργείου Ανάπτυξης υπάρχει ο δεκάλογος του πολίτη. Διαβάστε το προσεκτικά και προσαρμόστε κατάλληλα τόσο την επιχειρηματική λειτουργία, όσο και την τεχνολογία του ηλεκτρονικού σας καταστήματος ,έτσι ώστε να εναρμοστείτε με τα σημεία του.

Πρέπει να ξέρετε πως πολλοί καταναλωτές διστάζουν να δώσουν τον αριθμό της πιστωτικής τους κάρτας σε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα ακόμη και αν αυτό είναι γνωστό και καθιερωμένο. Για να αντιμετωπίσετε πιθανή επιφυλακτικότητα των καταναλωτών στο να δώσουν τα στοιχεία της πιστωτικής τους κάρτας, μπορείτε να παρέχετε την δυνατότητα της συναλλαγής με χρήση εναλλακτικών τρόπων πληρωμής όπως αντικαταβολή σε αρμόδιο υπάλληλο της επιχείρησής.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

ΕΡΕΥΝΑ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ 2003-2004

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ 2003-2004

ΜΕΤΑ ΑΠΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΠΟΥ ΔΟΘΗΚΕ ΣΕ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΤΙΣ ΠΑΤΡΑΣ ΠΟΥ ΕΧΟΥΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΠΗΡΑΜΕ ΤΙΣ ΑΚΟΛΟΥΘΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ:

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ:

1.ΓΙΑ ΠΟΙΟ ΛΟΓΟ ΑΠΟΦΑΣΙΣΑΤΕ ΝΑ ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΕΤΕ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ;

♦ΔΟΥΒΡΗΣ ΑΕΕΕΕ: <<Ο ΛΟΓΟΣ ΠΟΥ ΑΠΟΦΑΣΙΣΑΜΕ ΝΑ ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΟΥΜΕ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΚΑΤΑΡΧΗΝ ΕΙΝΑΙ ΓΙΑ ΝΑ ΚΡΑΤΗΣΟΥΜΕ ΤΟ ΟΝΟΜΑ ΜΑΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΚΑΙ ΓΙ ΑΥΤΟ ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΑΜΕ ΤΗΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ. ΚΑΤΑ ΔΕΥΤΕΡΟ ΛΟΓΟ ΜΕ ΤΟΝ ΔΙΚΤΥΑΚΟ ΤΟΠΟ ΠΟΥ ΦΤΙΑΞΑΜΕ ΜΠΟΡΕΙ Ο ΚΑΘΕΝΑΣ ΝΑ ΕΙΝΑΙ ΣΤΟ ΓΡΑΦΕΙΟ ΤΟΥ,ΣΤΟ ΣΠΙΤΙ ΤΟΥ,ΝΑ ΨΑΧΝΕΙ ΚΑΤΙ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΟ ΣΑΝ ΠΡΟΙΟΝ ΚΑΙ ΟΧΙ ΣΑΝ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΚΑΙ ΕΧΕΙΣ ΤΗΝ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΠΛΕΟΝ ΝΑ ΕΜΦΑΝΙΣΤΕΙΣ ΜΠΡΟΣΤΑ ΤΟΥ ΚΑΙ ΝΑ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕΙΣ ΤΑ ΔΙΚΑ ΣΟΥ ΠΡΟΙΟΝΤΑ>>

♦ΣΕΡΕΤΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ Α.Ε.:<<ΦΤΙΑΞΑΜΕ ΤΗΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΚΥΡΙΩΣ ΓΙΑ ΚΥΡΟΣ,ΛΟΓΟΥΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ ΚΑΙ PROMOTION.ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΓΙΑ ΠΩΛΗΣΗ ΑΛΛΑ ΓΙΑ ΝΑ ΚΡΑΤΑΜΕ ΤΟΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΜΕΣΑ ΣΤΑ ΜΑΓΑΖΙΑ ΜΑΣ.ΤΟ Β2Β ΤΟ ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΑΜΕ ΑΔΙΑΡΑΙΤΗΤΑ ΔΙΟΤΙ ΕΙΝΑΙ Ο ΜΟΝΟΣ ΤΡΟΠΟΣ ΝΑ ΕΝΗΜΕΡΩΘΟΥΝ 200 ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΣΕ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟ ΧΡΟΝΟ ΓΙΑ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΜΕ ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΚΑΙ ΕΥΕΛΙΞΙΑ>>

♦ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ ΟΕ: <<ΦΤΙΑΞΑΜΕ ΤΗΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΚΥΡΙΩΣ ΓΙΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΚΑΙ ΓΝΩΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΕΙΔΟΥΣ ΑΚΟΜΗ ΚΑΙ ΓΙΑ ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΤΩΝ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΠΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ. ΕΑΝ ΔΕΝ ΜΠΟΥΜΕ ΣΕ ΑΥΤΟ ΤΟΝ ΚΑΙΝΟΥΡΓΙΟ ΚΟΣΜΟ ΘΑ ΕΙΝΑΙ ΠΑΡΕΛΘΟΝ ΣΕ ΛΙΓΑ ΧΡΟΝΙΑ Η ΤΕΧΝΗ ΜΑΣ>>

♦RENT @DVD :<< ΕΜΕΙΣ ΔΟΥΛΕΥΟΥΜΕ ΜΟΝΟ ΜΕΣΩ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΚΑΙ Ο ΛΟΓΟΣ ΠΟΥ ΓΙΝΕΤΑΙ ΑΥΤΟ ΕΙΝΑΙ Ο ΣΚΛΗΡΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΠΟΥ ΥΠΑΡΧΕΙ ΣΤΟ ΕΥΡΥΤΕΡΟ ΧΩΡΟ ΤΗΣ ΑΧΑΙΑΣ.ΚΑΙ ΠΙΣΤΕΥΟΥΜΕ ΜΕ ΤΟΝ ΤΡΟΠΟ ΑΥΤΟ ΘΑ ΓΙΝΕΤΑΙ ΚΑΛΥΤΕΡΗ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΟΥ ΚΟΙΝΟΥ ΛΟΓΩ ΤΗΣ ΚΑΡΦΑΖΟΥΣΑ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ.>>

**2.ΠΟΤΕ ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΑΤΕ ΤΗΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΑΥΤΗ;
ΠΙΣΤΕΥΕΤΕ ΟΤΙ ΘΑ ΒΟΗΘΗΣΕΙ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΣΑΣ;**

♦ΔΟΥΒΡΗΣ ΑΕΕΕΕ:<<ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΘΗΚΕ ΠΡΙΝ ΑΠΟ 2 ΧΡΟΝΙΑ ΚΑΙ ΑΠΟΒΛΕΠΕΙ ΝΑ ΔΙΝΕΙ ΤΗΝ ΑΝΑΝΕΩΤΙΚΗ ΤΑΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΝΑ ΑΚΟΛΟΥΘΕΙ ΤΗΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ.ΕΙΝΑΙ ΜΙΑ ΒΟΗΘΕΙΑ ΝΑ ΣΤΗΡΙΧΘΕΙ Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΣΑΝ ΜΟΝΤΕΡΝΑ ΠΟΥ ΕΙΝΑΙ>>

♦ ΣΕΡΕΤΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ Α.Ε.<<ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΘΗΚΕ ΤΟ 1995,ΟΡΓΑΝΩΘΗΚΕ ΩΣΤΕ ΝΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΚΑΙ ΝΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΕΙ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΙΣ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ ΣΕ ΑΛΛΑ ΜΕΣΑ.ΘΑ ΤΗΝ ΒΟΗΘΟΥΣΑ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ ΑΝ ΓΙΝΟΝΤΑΝ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΕΣ,ΑΛΛΑ ΛΟΓΩ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΜΥΣΤΙΚΟΠΑΘΕΙΑΣ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ,ΕΙΝΑΙ ΔΥΣΚΟΛΟ.

♦ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ Ο.Ε:<<ΤΗΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΜΑΣ ΤΗΝ ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΑΜΕ ΠΡΙΝ 3 ΧΡΟΝΙΑ. ΣΤΗΝ ΑΡΧΗ ΜΕ ΣΚΟΠΟ ΤΗΝ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ, ΑΦΟΥ ΕΙΧΑΜΕ ΜΙΑ ΜΕΓΑΛΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ. ΟΙ ΟΠΟΙΕΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΡΩΤΗ ΒΔΟΜΑΔΑ ΘΑ ΕΛΕΓΑ, ΠΟΥ ΜΠΗΚΑΝΕ ΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΜΑΣ ΣΤΙΣ ΜΗΧΑΝΕΣ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗΣ, ΑΡΧΙΣΑΜΕ ΝΑ ΕΧΟΥΜΕ ΡΟΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΣΤΟ ΟΤΙ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΑΙ ΓΙ ΑΥΤΟ, ΓΙΑ ΕΚΕΙΝΟ, ΕΑΝ ΚΑΤΑΣΚΕΥΑΖΟΥΜΕ ΑΥΤΟ, ΕΑΝ ΚΑΤΑΣΚΕΥΑΖΟΥΜΕ ΕΚΕΙΝΟ>>

♦RENT@DVD:<< Η ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΜΑΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΘΗΚΕ ΠΡΙΝ ΑΠΟ ΕΝΑ ΧΡΟΝΟ.ΦΥΣΙΚΑ ΘΑ ΒΟΗΘΗΣΕΙ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΜΑΣ ΔΙΟΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΚΥΡΙΟΤΕΡΟ ΜΕΣΟ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ ΜΑΣ.ΕΚΤΟΣ ΑΥΤΟΥ ΔΙΕΥΚΟΛΥΝΟΥΜΕ ΤΟ ΚΟΙΝΟ ΜΕ ΤΗΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΜΑΣ, ΔΙΟΤΙ Ο ΚΑΘΕΝΑΣ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΕΙΝΑΙ ΣΤΟ ΓΡΑΦΕΙΟ ΤΟΥ,ΣΤΟ ΣΠΙΤΙ ΤΟΥ ΚΑΙ ΝΑ ΠΑΡΑΓΓΕΙΛΕΙ ΕΝΑ DVD

ΧΩΡΙΣ ΝΑ ΧΡΕΙΑΖΕΤΑΙ ΝΑ ΕΠΙΣΚΕΦΘΕΙ ΤΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΜΑΣ .>>

3.ΜΕ ΠΟΙΟΥΣ ΤΡΟΠΟΥΣ ΠΡΟΩΘΗΣΑΤΕ ΤΗΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΣΑΣ;

♦ΔΟΥΒΡΗΣ: <<ΑΠΛΑ,ΜΕ ΤΗΝ ΕΓΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗΣ ΤΗΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ ΣΤΙΣ ΚΑΡΤΕΣ ΚΑΡΤΕΣ ΜΑΣ>>

♦ΣΕΡΕΤΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ Α.Ε.<<ΕΜΕΙΣ ΠΡΟΩΘΗΣΑΜΕ ΤΗΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΜΑΣ ΜΕ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΑ ΦΥΛΛΑΔΙΑ,ΣΤΙΣ ΚΑΡΤΕΣ ΜΑΣ,ΣΤΙΣ ΜΗΧΑΝΕΣ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΤΟΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΚΑΤΑΛΟΓΟ >>

♦ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ Ο.Ε :<<ΠΡΟΩΘΗΣΑΜΕ ΤΗΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΜΑΣ ΜΕ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΑ ΦΥΛΛΑΔΙΑ, ΕΝΗΜΕΡΩΝΟΝΤΑΣ ΤΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ ΜΑΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΚΑΙ ΜΕ ΤΟΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΚΑΤΑΛΟΓΟ. ΕΠΙΣΗΣ Η ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΜΑΣ ΕΙΝΑΙ ΓΡΑΜΜΕΝΗ ΣΤΗΝ ΠΙΝΑΚΙΔΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΜΑΣ ΩΣ<WWW.PROOPTIKI.GR>>.

♦RENT@DVD :<<ΠΡΟΩΘΗΣΑΜΕ ΤΗΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΜΑΣ ΜΕ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΑ ΦΥΛΛΑΔΙΑ, ΜΕ ΤΟΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΚΑΤΑΛΟΓΟ ΤΗΣ ΠΑΤΡΑΣ ΜΕ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΑ ΤΟΠΙΚΑ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΑ ΚΑΝΑΛΙΑ ΤΗΣ ΠΑΤΡΑΣ.

4.ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΑΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΕΧΕΤΕ ΑΥΞΗΣΗ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΣΑΣ;ΣΕ ΤΙ ΠΟΣΟΣΤΟ ΚΑΙ ΠΩΣ ΤΟ ΔΙΚΑΙΟΛΟΓΕΙΤΑΙ;

♦ΔΟΥΒΡΗΣ ΑΕΕΕΕ:<<ΕΧΟΥΜΕ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙ ΕΝΑ ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΥΞΗΣΗΣ ΓΥΡΩ ΣΤΟ 10% ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΣΕ ΕΞΑΡΤΗΜΑΤΑ ,ΚΑΛΩΔΙΑ, ΑΞΕΣΟΥΑΡ ΚΙΝΗΤΩΝ ΤΗΛΕΦΩΝΩΝ ΔΙΟΤΙ ΤΑ ΕΧΟΥΜΕ ΠΡΟΩΘΗΣΕΙ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ ΣΤΗΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΜΑΣ ΛΟΓΩ ΧΑΜΗΛΟΤΕΡΗΣ ΤΙΜΗΣ. ΘΕΛΟΥΜΕ ΝΑ ΠΙΣΤΕΥΟΥΜΕ ΟΤΙ ΣΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΘΑ ΕΧΟΥΜΕ ΑΥΞΗΣΗ ΤΩΝ ΟΝ-LINE ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΔΙΟΤΙ ΘΑ ΕΚΤΕΛΟΥΜΕ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΕΣ ΜΕΣΩ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΣΕ ΟΛΑ ΜΑΣ ΤΑ ΕΙΔΗ.

♦ΣΕΡΕΤΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ Α.Ε.:<<ΟΧΙ ΔΕΝ ΕΧΟΥΜΕ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙ ΑΥΞΗΣΗ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΔΙΟΤΙ ΔΕΝ ΕΚΤΕΛΟΥΜΕ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΕΣ ΜΕΣΩ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΑΠΛΑ ΚΕΡΑΙΖΟΥΜΕ ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ.Ο ΛΟΓΟΣ ΠΟΥ ΓΙΝΕΤΑΙ ΑΥΤΟ ΕΙΝΑΙ Η ΜΥΣΤΙΚΟΠΑΘΕΙΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΚΑΙ Ο ΜΕΓΑΛΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΠΟΥ ΥΠΑΡΧΕΙ.

♦ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ Ο.Ε.<<ΕΧΟΥΜΕ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙ ΕΝΑ ΠΟΣΟΣΤΟ ΚΕΡΔΟΥΣ 20%.Ο ΛΟΓΟΣ ΕΙΝΑΙ Η ΣΠΑΝΙΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΕΙΔΟΥΣ ΚΑΙ ΟΙ ΧΑΜΗΛΕΣ ΤΙΜΕΣ ΠΟΥ ΠΡΟΣΦΕΡΟΥΜΕ. ΤΟ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΜΑΣ ΟΠΩΣ ΣΑΣ ΕΙΧΑΜΕ ΠΕΙ ΕΙΝΑΙ ΤΑ ΥΛΙΚΑ ΚΑΙ ΟΙ ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ. ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΟ ΕΙΔΟΣ ΑΥΤΟ ΕΙΝΑΙ ΣΠΑΝΙΟ ΚΑΙ ΕΤΣΙ ΑΠΟΦΑΣΙΣΑΜΕ ΜΕΣΩ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΝΑ ΓΝΩΣΤΟΠΟΙΗΣΟΥΜΕ ΤΟ ΕΙΔΟΣ ΚΑΙ ΝΑ ΕΚΤΕΛΟΥΜΕ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΕΣ ΜΕΣΩ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ>>

♦RENT@DVD:<<ΥΣΤΕΡΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΑΡΟΔΟ ΚΑΠΟΙΟΥ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΟΥ ΧΡΟΝΙΚΟΥ ΔΙΑΣΤΗΜΑΤΟΣ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΑΜΕ ΑΝΟΔΙΚΗ ΤΑΣΗ ΤΗΣ ΤΑΞΕΩΣ ΤΟΥ 10% ΚΑΙ ΑΥΤΟ ΟΦΕΙΛΕΤΑΙ ΣΤΟ ΓΕΓΟΝΟΣ ΟΤΙ ΠΑΡΕΧΟΥΜΕ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΥΨΗΛΟΥ ΕΠΠΕΔΟΥ ΚΑΙ ΟΤΙ ΕΧΟΥΜΕ ΤΗΝ ΦΘΗΝΟΤΕΡΗ ΕΝΟΙΚΙΑΣΗ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ>>.

5.ΤΙ ΠΡΟΒΛΕΠΕΤΕ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ;

♦ΔΟΥΒΡΗΣ ΑΕΕΕΕ :<<ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΑΠΟΒΛΕΠΟΥΜΕ ΕΝΕΡΓΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΟΝ LINE ΣΕ ΟΛΑ ΜΑΣ ΤΑ ΕΙΔΗ ΔΙΟΤΙ ΕΙΝΑΙ ΠΟΛΥ ΕΥΚΟΛΟ ΜΕΣΩ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΝΑ ΚΑΝΟΥΜΕ ΓΝΩΣΤΑ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΜΑΣ ΣΕ ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ ΚΟΣΜΟ ΜΕ ΠΟΛΥ ΜΙΚΡΟ ΚΟΣΤΟΣ>>

♦ΣΕΡΕΤΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ Α.Ε.:<<ΠΡΟΒΛΕΠΟΥΜΕ ΟΤΙ ΤΑ INTERNETΟΜΑΓΑΖΑ ΘΑ ΦΤΑΣΟΥΝ ΣΕ ΚΟΡΕΣΜΟ ΠΟΛΥ ΣΥΝΤΟΜΑ.ΘΑ ΠΑΡΟΥΝ ΤΟ ΜΕΡΙΔΙΟ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΣΕ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΑ ΕΙΔΗ.

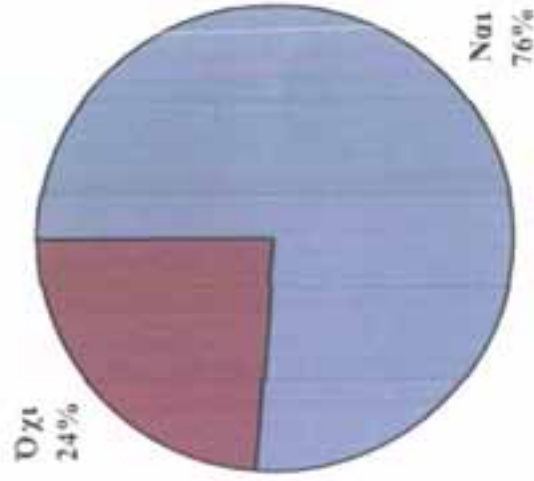
♦ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ Ο.Ε.: <<ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΠΡΟΒΛΕΠΟΥΜΕ ΑΥΞΗΣΗ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΜΕΣΩ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΔΙΟΤΙ ΠΑΡΑΤΗΡΟΥΜΕ ΜΕΓΑΛΟ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ ΚΑΙ ΕΙΔΙΚΑ ΟΤΑΝ ΚΑΤΑ ΔΙΑΣΤΗΜΑΤΑ ΚΑΝΟΥΜΕ ΑΝΑΝΕΩΣΗ ΤΟΥ ΔΙΚΤΥΑΚΟΥ ΤΟΠΟΥ ΚΑΙ ΒΑΖΟΥΜΕ ΚΑΙΝΟΥΡΓΙΑ ΠΡΑΓΜΑΤΑ>>

**◆RENT@DVD :<< ΟΠΟΙΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΔΕΝ ΕΧΕΙ
ΕΞΟΠΛΙΣΤΕΙ ΨΗΦΙΑΚΑ,ΔΕΝ ΘΑ ΜΠΟΡΕΣΕΙ ΝΑ ΕΠΙΒΙΩΣΕΙ
ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ.ΓΙΑ ΤΗΝ ΔΙΚΗ ΜΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ
ΠΡΟΒΛΕΠΟΥΜΕ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΑΥΞΗΣΗ ΤΩΝ
ΕΝΟΙΚΙΑΣΕΩΝ DVD ΛΟΓΩ ΤΗΣ ΣΠΑΝΙΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ ΕΙΔΟΥΣ
ΤΟΥ ΤΟΜΕΑ ΑΥΤΟΥ(ΔΗΛ. ΕΝΟΙΚΙΑΣΕΙΣ ΜΟΝΟ ΜΕΣΩ
ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ).**

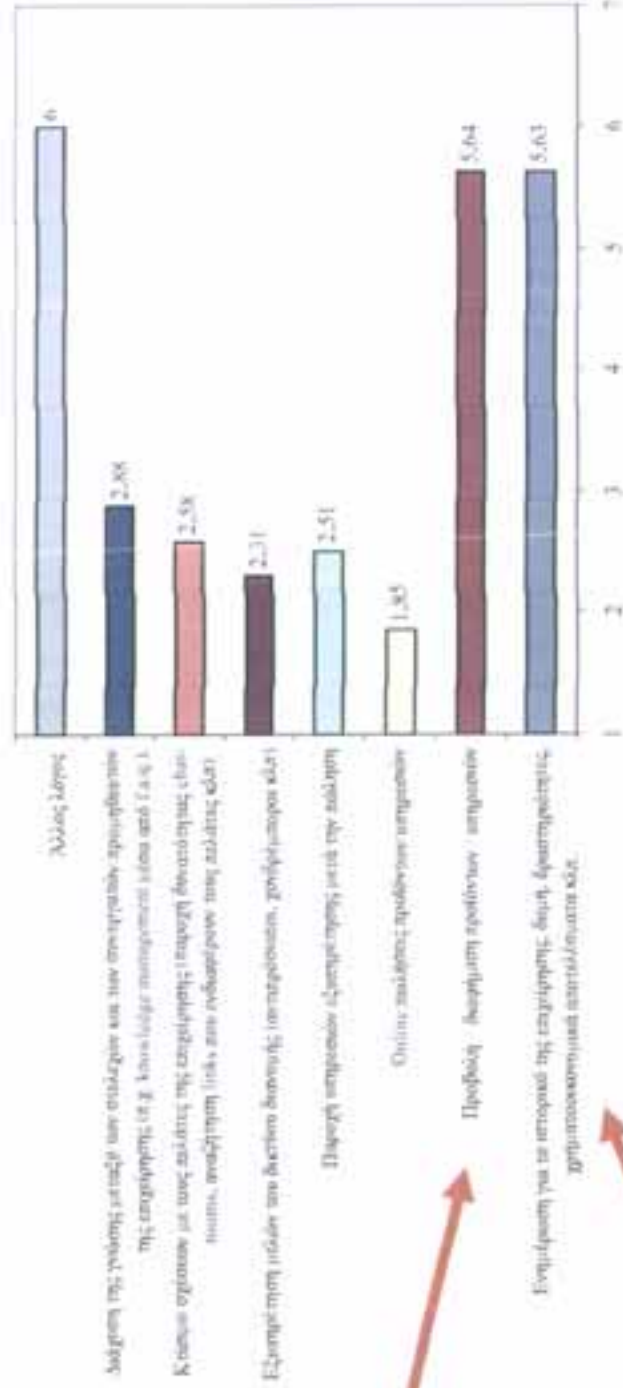
Site στο Internet διαθέτει
ΤΟ **80,6%** ΤΩΝ ΕΠΙ/ΣΕΛΩΝ

Απ' όλους δεν διαθέτουν ιστοσελίδα.....

Πρόθεση Δημιουργίας Ιστοσελίδας



Λόγοι Ύψωσης Site στο Internet

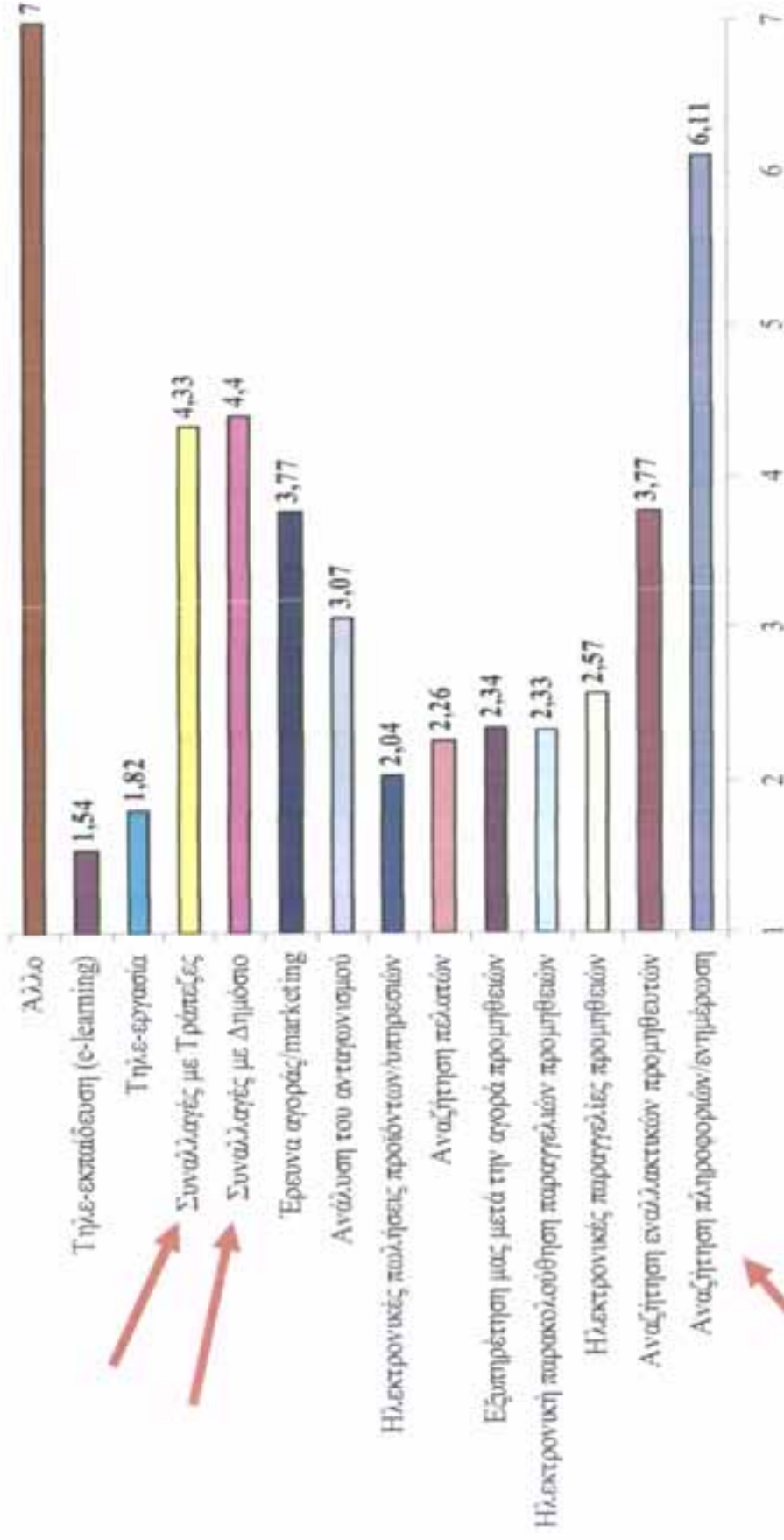


1: καθόλου, 7: σε πολύ μεγάλο βαθμό

Ιδιαίτερα στις Υπηρεσίες & Βιομηχανία

ebusinessforum

Βαθμός Χρήσης Internet για:



1: καθόλου, 7: συστηματικά

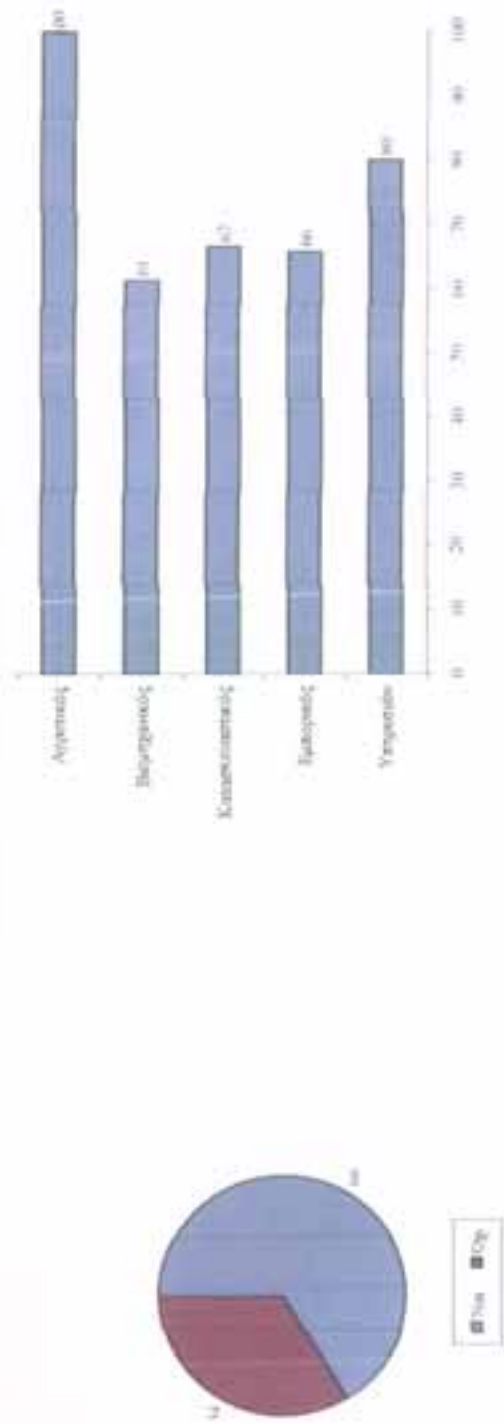
Site στο Internet διαθέτει το **82,2%** των
ΕΠ/ΣΕΩΝ

Βάση:501

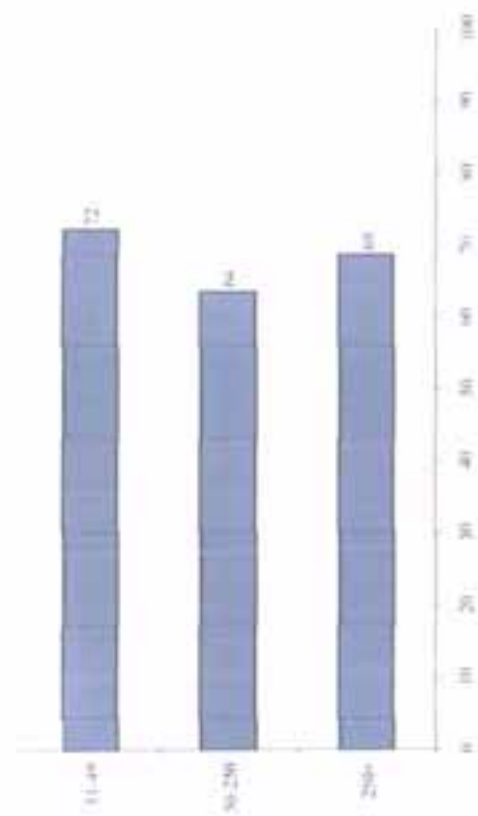
Έρευνα έτους 2004

115

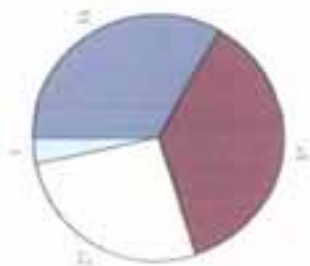
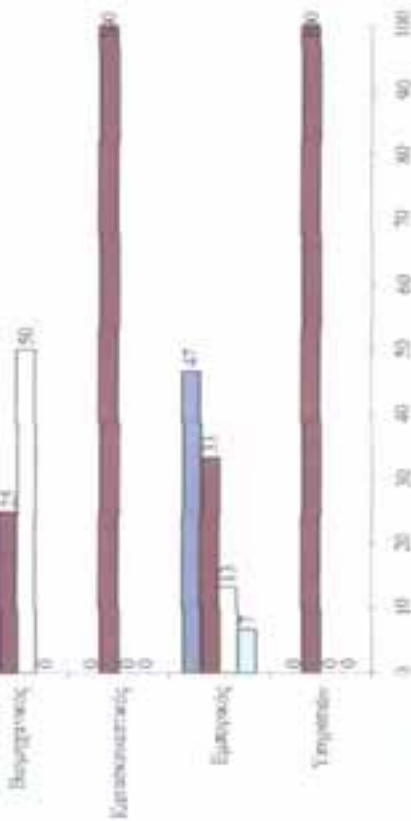
Πρόθεση δημιουργίας ιστοσελίδας (%)



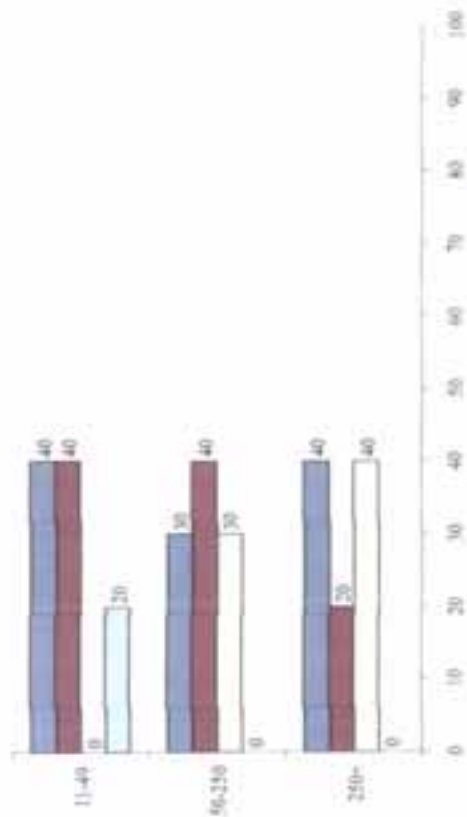
Ερ.34: Υπάρχει πρόθεση δημιουργίας ιστοσελίδας στο Internet;
 Βάση: 89



Λόγοι μη δημιουργίας ιστοσελίδας (%)

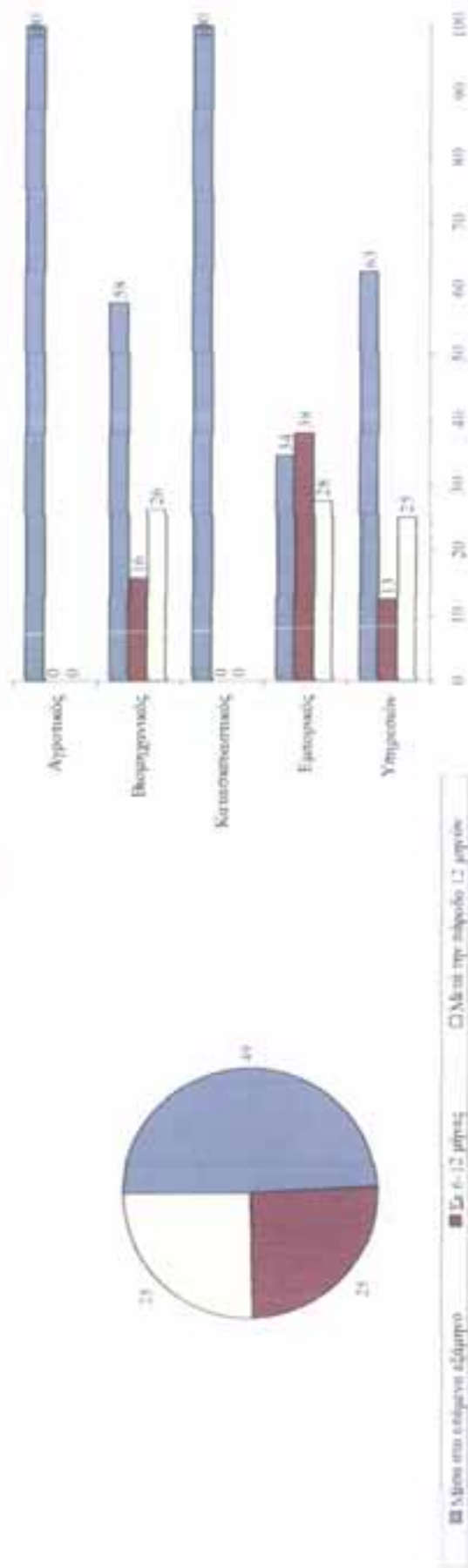


■ Πολύ απασχολημένος ■ Πολύ απασχολημένος ■ Πολύ απασχολημένος □ Άλλο



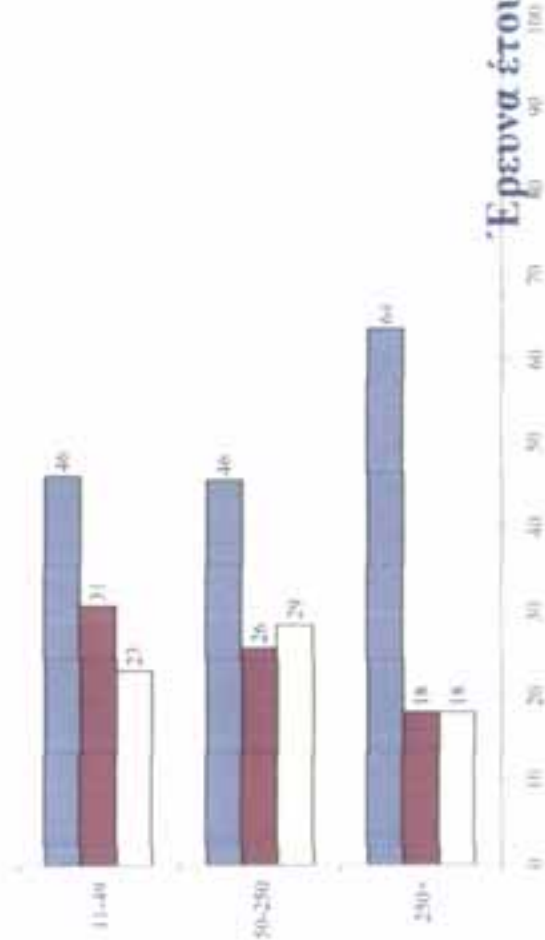
Ερ. 35: Γιατί δεν προτίθεστε να δημιουργήσετε ιστοσελίδα στο Internet;
Βάση: 30

Χρόνος δημιουργίας ιστοσελίδας (%)

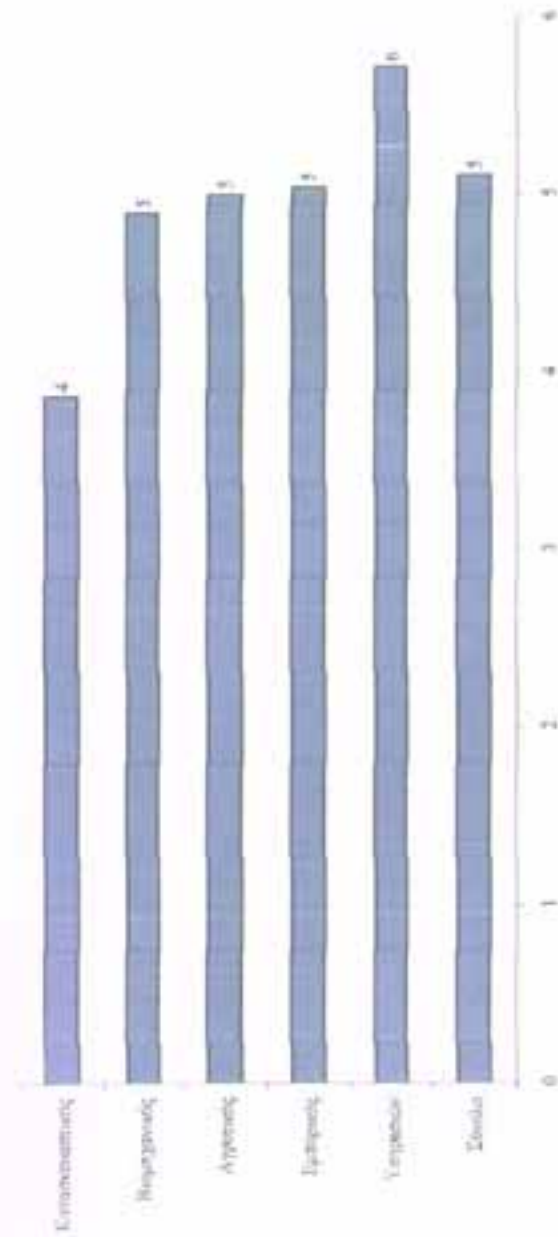


Ερ.36: Πότε προτίθεστε να δημιουργήσετε ιστοσελίδα στο Internet;
Βάση: 59

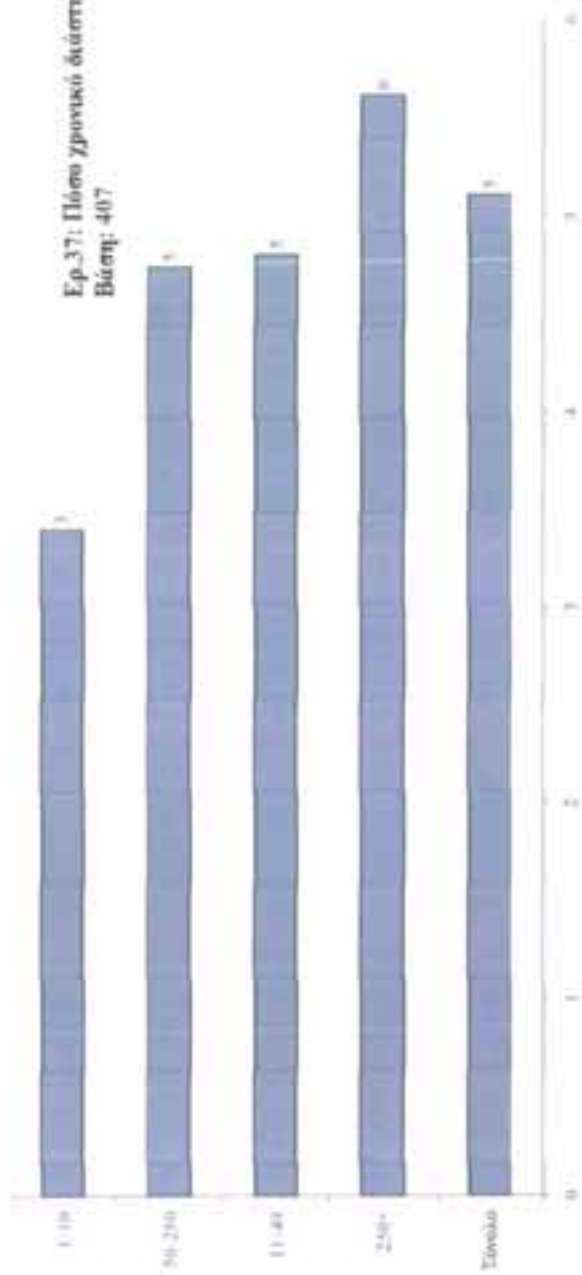
Έρευνα έτους 2004



Χρόνια ύπαρξης ιστοσελίδας (%)



Ερ.37: Πόσο Χρονικό διάστημα έχετε ιστοσελίδα στο Internet;
Βάση: 407



Έρευνα έτους 2004

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

81 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το κεφάλαιο αυτό περιέχει διαπιστώσεις και συμπεράσματα όπως αυτά προήλθαν από την καταγραφή, την έρευνα και την ανάλυση των ερωτηματολογίων. Παράλληλα θα εκθέσουμε δικές μας σκέψεις και συμπεράσματα προσπαθώντας να εξηγήσουμε την κατάσταση που επικρατεί στο διαδίκτυο.

Τα συμπεράσματα και τις εκτιμήσεις μας μπορούμε να τα ταξινομήσουμε σε δυο θεματικές ενότητες. Η πρώτη ενότητα περιλαμβάνει διαπιστώσεις σχετικά με την επιχειρηματικότητα και το διαδίκτυο. Στην δεύτερη ενότητα εκθέτονται τα συμπεράσματα που προέκυψαν από το σύνολο των απαντήσεων, δοσμένων από τους επιχειρηματίες, στα ερωτηματολόγια.

8.2 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΜΙΑΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ ΣΕ ΜΙΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ.

- ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ, ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΠΟΥ ΔΙΑΘΕΤΕΙ ΚΑΙ ΤΑΥΤΟΧΡΟΝΑ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΥ ΤΟΥ ΑΓΟΡΑΣΤΙΚΟΥ ΚΟΙΝΟΥ ΣΤΟ ΟΠΟΙΟ ΑΠΕΥΘΥΝΕΤΑΙ.
- ΠΩΛΗΣΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΕ ΟΠΟΙΟΔΗΠΟΤΕ ΠΕΛΑΤΗ ΟΠΟΥ ΚΑΙ ΑΝ ΑΥΤΟΣ ΒΡΙΣΚΕΤΑΙ ΚΑΙ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΑΠΟΤΕΛΕΙ ΚΟΜΒΙΚΟ ΣΗΜΕΙΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ.
- ΣΥΝΕΧΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΟ ΤΙ ΣΥΜΒΑΙΝΕΙ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΚΑΙ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΟΡΕΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ.
- ΜΕΣΟ ΚΑΤΑΓΡΑΦΗΣ ΚΑΙ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗΣ ΤΩΝ ΠΑΡΑΠΟΝΩΝ ΤΟΥ ΑΓΟΡΑΣΤΙΚΟΥ ΚΟΙΝΟΥ ΚΑΙ ΕΝΑ ΠΡΩΤΟ ΜΕΣΟ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗΣ ΤΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΠΟΥ ΠΡΟΩΘΟΥΝΤΑΙ.
- ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΚΑΛΥΤΕΡΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΠΟΥ ΑΚΟΛΟΥΘΗΘΗΚΑΝ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΑΠΟ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΚΑΙ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΣΥΓΚΡΙΣΗΣ.
- ΔΙΑΤΗΡΗΣΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΩΝ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΩΝ ΜΟΝΟ ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΕ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΜΕ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ ΜΠΟΡΟΥΝ ΟΙ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΝΑ ΜΙΑΝΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΔΙΑΤΗΡΗΣΗ ΤΩΝ ΟΠΟΙΩΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΩΝ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΩΝ ΑΠΟΛΑΜΒΑΝΟΥΝ ΣΗΜΕΡΑ.
- ΜΕΙΩΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΚΑΙ ΤΑΥΤΟΧΡΟΝΗ ΑΥΞΗΣΗ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΤΗΤΑΣ
- ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΜΕΣΩ ΠΟΛΛΑΠΛΩΝ ΚΑΤΑΛΟΓΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΚΑΙ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΑΝΕΥΡΕΣΗΣ ΤΩΝ ΚΑΤΑΛΛΗΛΟΤΕΡΩΝ.
- ΜΕΙΩΣΗ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΤΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ ΚΑΙ ΤΗΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ ΑΝΕΥΡΕΣΗΣ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΠΕΛΑΤΩΝ.

• **ΕΞΑΣΦΑΛΙΣΗ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΜΕΣΩ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΚΑΙ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΜΕΤΑΞΥ ΤΟΥΣ ΓΙΑ ΑΝΤΑΛΛΑΓΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ.**

• **ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΤΟΠΙΚΗ Ή ΔΙΕΘΝΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΑ ΑΠΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΚΑΙ ΤΗΝ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΠΟΥ ΠΡΟΕΚΥΨΑΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ

• **ΟΙ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΥΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΓΙΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ, ΚΥΡΟΣ ΚΑΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΚΡΑΤΗΣΗ ΤΟΥ ΟΝΟΜΑΤΟΣ ΤΟΥΣ.**

• **Η ΠΛΕΙΟΨΗΦΙΑ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ ΠΙΣΤΕΥΟΥΝ ΟΤΙ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΕΙΝΑΙ ΠΟΛΥ ΕΥΚΟΛΟΣ ΤΡΟΠΟΣ ΝΑ ΚΑΝΕΙ ΚΑΠΟΙΟΣ ΓΝΩΣΤΑ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΟΥ ΜΕ ΠΟΛΥ ΜΙΚΡΟ ΚΟΣΤΟΣ.**

• **ΑΞΙΟΝ ΑΝΑΦΟΡΑΣ ΕΙΝΑΙ ΟΤΙ ΣΤΙΣ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΕΧΕΙ ΠΑΡΑΤΗΡΗΘΕΙ ΕΝΑ ΠΟΣΟΣΤΟ ΚΕΡΔΟΥΣ ΑΠΟ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΤΗΣ ΤΑΞΕΩΣ ΤΟΥ 10%-20% ΠΡΑΓΜΑ ΤΟ ΟΠΟΙΟ ΘΑ ΣΥΜΒΑΛΛΕΙ ΣΤΗΝ ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΜΕΓΑΛΟΥ ΟΓΚΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΑ.**

• **ΤΟ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΟ ΜΕΡΟΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΕΚΤΟΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΔΙΑΤΗΡΗΣΗ ΤΟΥ ΟΝΟΜΑΤΟΣ ΤΟΥΣ ΚΑΙ ΤΗΝ ΔΙΑΤΗΡΗΣΗ ΤΟΥ ΚΥΡΟΥΣ ΤΟΥΣ ΕΥΕΛΠΙΣΤΟΥΝ ΚΑΙ ΣΕ ΜΙΑ ΠΙΘΑΝΟΝ ΜΕΓΑΛΗ ΑΥΞΗΣΗ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΤΟΥΣ ΜΕ ΤΗΝ ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΤΟΥΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ.**



ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- 1. e-MARKETING/ΔΙΚΤΥΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΓΚ
ΜΑΡΩ ΒΛΑΧΟΠΟΥΛΟΥ
ΕΚΔΟΤΙΚΟΣ ΟΙΚΟΣ ROSILI
2^η ΕΚΔΟΣΗ 2003**

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΔΙΕΥΘΥΝΣΕΙΣ

- 1.[www.go-online .gr](http://www.go-online.gr)**
- 2.www.go-online.gr/ebusiness/specials/index.html**
- 3.www.ebusinessforum.gr**
- 4.[www.eommex/greek/programs/diktyotheite/diktiotheite.
htm.](http://www.eommex/greek/programs/diktyotheite/diktiotheite.htm)**
- 5.www.pitt.edu/galetta/iplan.html**
- 6.www.gge.gr**