

Ψηφιακή Τεχνολογία: Ηλεκτρονικό Εμπόριο & Ηλεκτρονικές Επιχειρήσεις

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Project No. 2021-1-ES01-KA220-ADU-000033439



Funded by
the European Union

Στόχοι μαθήματος

Η ενότητα Ηλεκτρονικό Εμπόριο & Ηλεκτρονικές Επιχειρήσεις χρησιμεύει για να απαντήσει και να παράσχει πληροφορίες σχετικά με τα ακόλουθα:

- Εισαγωγή στο ηλεκτρονικό εμπόριο και τις ηλεκτρονικές επιχειρήσεις
- Τύποι ηλεκτρονικού εμπορίου
- Χρήσιμα διαδικτυακά εργαλεία για τη δημιουργία μιας διαδικτυακής επιχείρησης
- Πλεονεκτήματα μιας επιχείρησης ηλεκτρονικού εμπορίου
- Προκλήσεις μιας επιχείρησης ηλεκτρονικού εμπορίου
- Πώς να δημιουργήσετε μια επιτυχημένη επιχείρηση ηλεκτρονικού εμπορίου
- Τάσεις και στατιστικά στοιχεία για το ηλεκτρονικό εμπόριο

Ψηφιακή Τεχνολογία: Ηλεκτρονικό Εμπόριο & Ηλεκτρονικές Επιχειρήσεις

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Project No. 2021-1-ES01-KA220-ADU-000033439



Funded by
the European Union

Τι είναι το ηλεκτρονικό εμπόριο;

- Το ηλεκτρονικό εμπόριο (eCommerce) είναι μια ηλεκτρονική συναλλαγή αγαθών, υπηρεσιών, κεφαλαίων ή δεδομένων μέσω του Διαδικτύου. Με την αγορά και την πώληση αγαθών στο διαδίκτυο, υπάρχει ανταλλαγή δεδομένων ή/και χρημάτων προκειμένου να ολοκληρωθούν οι πωλήσεις και να διεκπεραιωθεί η συναλλαγή.
- Ο πελάτης είναι σε θέση να κάνει παραγγελίες για αγαθά ή υπηρεσίες μέσω της διεπαφής χρήστη του καταστήματος, οι οποίες στη συνέχεια καταγράφονται στο backend σύστημα του ηλεκτρονικού καταστήματος. Το backend σύστημα μπορεί τυπικά:
 - Να ενημερώνεστε για το απόθεμα των εμπορευμάτων
 - Παραλαβή παραγγελιών
 - Επεξεργασία ηλεκτρονικών πληρωμών
 - Επικοινωνία με τον πελάτη

Τύποι επιχειρήσεων ηλεκτρονικού εμπορίου (1/2)

- Υπάρχουν διάφοροι τύποι επιχειρήσεων ηλεκτρονικού εμπορίου που λειτουργούν με διάφορες μεθόδους - ανάλογα με το επιχειρηματικό τους μοντέλο και τα προϊόντα/υπηρεσίες τους. Μερικοί από τους πιο συνηθισμένους τύπους επιχειρήσεων ηλεκτρονικού εμπορίου μπορούν να βρεθούν παρακάτω:

Business to Business (B2B): Οι επιχειρήσεις B2B αφορούν επιχειρήσεις που πωλούν αγαθά ή υπηρεσίες σε άλλη επιχείρηση. Για παράδειγμα, ένα εργοστάσιο που κατασκευάζει χαρτί το οποίο πωλεί ειδικά σε άλλες επιχειρήσεις για τη χρήση τους.

Direct to Consumer (D2C): το οποίο είναι ένα εξαιρετικά δημοφιλές μοντέλο ηλεκτρονικού εμπορίου που χρησιμοποιείται σήμερα - το οποίο εμφανίζεται συχνά μέσω καταστημάτων στο Instagram και σελίδων στο Facebook. Μέσω αυτού του τύπου ηλεκτρονικού εμπορίου, μια μάρκα μπορεί να πουλήσει απευθείας στον πελάτη της χωρίς να χρειάζεται να περάσει από άλλο κανάλι εξυπηρέτησης.

Επιχείρηση προς καταναλωτή (B2C): συνήθως πρόκειται για μια επιχείρηση που πωλεί τα αγαθά ή τις υπηρεσίες της σε έναν πελάτη. Για παράδειγμα, μια τοπική καφετέρια πουλάει καφέ και γλυκά στους πελάτες της.

Καταναλωτής προς καταναλωτή (C2C): αφορά την πώληση αγαθών και υπηρεσιών μεταξύ δύο καταναλωτών. Αυτός ο τύπος παρατηρείται συνήθως όταν ένας καταναλωτής επιθυμεί να πουλήσει καινούργια ή μεταχειρισμένα αντικείμενα σε έναν άλλο καταναλωτή.

Τύποι επιχειρήσεων ηλεκτρονικού εμπορίου (2/2)

Consumer to Business (C2B): όταν ένας καταναλωτής/ιδιώτης πωλεί τα αγαθά ή τις υπηρεσίες του σε μια επιχείρηση - κάτι που παρατηρείται συχνά μεταξύ των ελεύθερων επαγγελματιών και των φωτογράφων.

Business to Government (B2G): όταν μια επιχείρηση προσφέρει τις υπηρεσίες της σε κυβερνητικούς φορείς - όπως όταν επαγγελματικές εταιρείες ασφάλειας προσφέρουν τις υπηρεσίες τους για την προστασία κυβερνητικών κτιρίων/χώρων.

Consumer to Government (C2G): αυτό παρατηρείται συνήθως όταν οι καταναλωτές πραγματοποιούν συναλλαγές σε κυβερνητικούς ιστότοπους, όπως η πληρωμή φόρων, προστίμων και λογαριασμών.

Ψηφιακή Τεχνολογία: Ηλεκτρονικό Εμπόριο & Ηλεκτρονικές Επιχειρήσεις

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Project No. 2021-1-ES01-KA220-ADU-000033439



Funded by
the European Union

Χρήσιμα διαδικτυακά εργαλεία για αρχάριους (1/4)

- Διάφορα διαδικτυακά εργαλεία για αρχάριους δημιουργούνται και ενημερώνονται σε ετήσια βάση - διευκολύνοντας τη ζωή των ιδιοκτητών επιχειρήσεων και διαφόρων τύπων καταναλωτών.
- Τα περισσότερα διαδικτυακά εργαλεία ηλεκτρονικού εμπορίου βοηθούν τις επιχειρήσεις να δημιουργήσουν έναν επαγγελματικό χώρο προκειμένου να προβάλλουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους, να προσφέρουν αμφίδρομη επικοινωνία, να επιτρέπουν την πραγματοποίηση οικονομικών συναλλαγών και να προσφέρουν διάφορες επιλογές παράδοσης ανάλογα με την προτίμηση του πελάτη.
- Με βάση τις προτιμήσεις και τις ανάγκες του ιδιοκτήτη της επιχείρησης, αυτός/αυτή είναι σε θέση να διερευνήσει το καταλληλότερο διαδικτυακό εργαλείο ηλεκτρονικού εμπορίου που ανταποκρίνεται στις συναλλακτικές του ανάγκες καθώς και στην τιμολόγηση. Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι τα διάφορα διαδικτυακά εργαλεία ηλεκτρονικού εμπορίου προσφέρουν δωρεάν εκδόσεις στους χρήστες τους και συχνά απαιτούν την αγορά πρόσθετων λειτουργιών όταν είναι απαραίτητο.

Χρήσιμα διαδικτυακά εργαλεία για αρχάριους (2/4)

Μερικά από τα πιο φιλικά προς το χρήστη διαδικτυακά εργαλεία ηλεκτρονικού εμπορίου για τις επιχειρήσεις είναι τα εξής:

1) Instagram Shop:

Διαθέτοντας τον δικό του λογαριασμό στο Facebook ή/και στο Instagram, ο χρήστης θα μπορεί να δημιουργήσει έναν ειδικό λογαριασμό επιχείρησης/δημιουργού μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας, προκειμένου να ξεκινήσει τη δημιουργία του ηλεκτρονικού του καταστήματος.

Ως μία από τις πιο διαδεδομένες πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης στον κόσμο, το Instagram δέχεται μεγάλες ποσότητες χρηστών σε καθημερινή βάση σε παγκόσμιο επίπεδο - γεγονός που μπορεί να δώσει προσοχή στα φυσικά χαρακτηριστικά του προϊόντος και να βασιστεί στα οπτικά στοιχεία του αντικειμένου.

Το πιο σημαντικό είναι ότι οι οικονομικές συναλλαγές δεν θα πραγματοποιούνται μέσω της εφαρμογής του Instagram - αλλά μέσω του τομέα του ιστότοπου των επιχειρήσεων στον οποίο η επιχείρηση σχεδιάζει να πουλήσει. Το Instagram θα βοηθήσει απλώς στη δημιουργία ενός καταναλωτικού ακόλουθου για την εμπορική επωνυμία, δίνοντάς της έκθεση στο κοινό-στόχο της ~~εμπορικής επωνυμίας.~~

Χρήσιμα διαδικτυακά εργαλεία για αρχάριους (3/4)

2) Shopify:

Όπως αναφέρθηκε σε αυτή την ενότητα, κάθε ηλεκτρονική επιχείρηση πρέπει να έχει το δικό της backend σύστημα προκειμένου να παρακολουθεί τα αποθέματα, να εκτελεί συναλλαγές πώλησης, να βοηθά τον πελάτη με τις επιλογές παράδοσης και να επικοινωνεί με τους πελάτες της όταν χρειάζεται.

Το Shopify συγκαταλέγεται μεταξύ των πιο δημοφιλών πλατφορμών ηλεκτρονικού εμπορίου που χρησιμοποιούνται σήμερα για τις μικρές επιχειρήσεις για να βοηθήσουν στη δημιουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος και την πώληση μέσω ενός ειδικού πίνακα οργάνων.

Μια πλατφόρμα ηλεκτρονικού εμπορίου παρόμοια με το Shopify είναι απαραίτητη για τις μικρές επιχειρήσεις, καθώς προσφέρει μια κεντρική βάση δεδομένων των προϊόντων της επιχείρησης και παρέχει τον μέγιστο επαγγελματισμό κατά τη διάρκεια των συναλλαγών.

Πλατφόρμες όπως το Shopify προσφέρουν διάφορα επί πληρωμή πακέτα με προσιτές τιμές με βάση τις ανάγκες της μικρής επιχείρησης.

Χρήσιμα διαδικτυακά εργαλεία για αρχάριους (4/4)

- Όπως αναφέρθηκε σε αυτή την ενότητα, η συγχώνευση των διεπαφών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης με το backend σύστημα θεωρείται συχνά υποχρεωτική - προκειμένου να παρακολουθούνται οι πωλήσεις, οι συναλλαγές και να προωθείται μια εικόνα επαγγελματισμού.
- Ευτυχώς, οι εν λόγω πλατφόρμες ηλεκτρονικού εμπορίου μπορούν να συγχωνευθούν προκειμένου να ολοκληρωθούν οι συναλλαγές της μικρής επιχείρησης με τους πελάτες της.
- Για χάρη των προηγουμένως προτεινόμενων πλατφορμών ηλεκτρονικού εμπορίου, το κατάστημα Instagram μιας μικρής επιχείρησης και το Shopify είναι σε θέση να συνδεθούν προκειμένου να παρέχουν ευκολία στη μικρή επιχείρηση.
- Διάφορα σεμινάρια για τη σύνδεση των δύο πλατφορμών ηλεκτρονικού εμπορίου είναι διαθέσιμα στο διαδίκτυο, παρόμοια με το παρακάτω βίντεο στο YouTube:
<https://www.youtube.com/watch?v=K1tjKfJqXQs>

Ψηφιακή Τεχνολογία: Ηλεκτρονικό Εμπόριο & Ηλεκτρονικές Επιχειρήσεις

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Project No. 2021-1-ES01-KA220-ADU-000033439



**Funded by
the European Union**

Πλεονεκτήματα μιας επιχείρησης ηλεκτρονικού εμπορίου

Ταχεία ανάπτυξη: σε εταιρείες ηλεκτρονικού εμπορίου, όπως η Amazon, καταγράφηκε το 2021 ότι οι μικρές επιχειρήσεις έφτασαν σε διεθνείς πωλήσεις 2 δισεκατομμυρίων δολαρίων - με περίπου την αγορά 7.500 προϊόντων ανά λεπτό.

Παγκόσμια εμβέλεια: Καθώς η μικρή επιχείρηση μπορεί να προβάλλεται στο διαδίκτυο, αυτό δεν περιορίζει την αλληλεπίδραση ενός πελάτη με το εμπορικό σήμα μόνο σε ένα φυσικό κατάστημα. Με τις διαδικτυακές επιχειρήσεις, οι πελάτες μπορούν να προσεγγιστούν σε παγκόσμιο επίπεδο.

Παρέχει ευκολία στους πελάτες να παραγγέλνουν προϊόντα online: με τους διάφορους τύπους ηλεκτρονικού εμπορίου που είναι διαθέσιμοι, κάθε πελάτης μπορεί να κάνει μια παραγγελία με λίγα μόνο κλικ, ενώ μπορεί να συγκρίνει τις τιμές με άλλους λιανοπωλητές.

Χαμηλότερο λειτουργικό κόστος για τη μικρή επιχείρηση: αντί να επενδύει σε ένα φυσικό κατάστημα με ενοίκιο, υπαλλήλους και αποθήκη, ο ιδιοκτήτης της μικρής επιχείρησης θα είναι σε θέση να επενδύσει μικρά χρηματικά ποσά για την κατασκευή ενός ιστότοπου ή/και τη συνδρομή σε backend λογισμικό.

Επιτρέπει την απρόσκοπτη σύνδεση μεταξύ των προϊόντων της μικρής επιχείρησης και του πελάτη

Προκλήσεις μιας επιχείρησης ηλεκτρονικού εμπορίου

Ελάχιστη φυσική αλληλεπίδραση μεταξύ της μικρής επιχείρησης και των πελατών της: ανάλογα με το προϊόν ή/και την υπηρεσία που προσφέρει η μικρή επιχείρηση, η επιχείρηση μπορεί να αντιμετωπίσει προκλήσεις όταν προσπαθεί να εξηγήσει τις λεπτομέρειες πίσω από το προϊόν/την υπηρεσία. Αυτή η πρόκληση μπορεί να καταπολεμηθεί με την ύπαρξη μιας σαφούς ιστορίας της μάρκας, λεπτομερών προδιαγραφών στην πλατφόρμα ηλεκτρονικού εμπορίου και την προώθηση της επικοινωνίας του πελάτη με τον ιδιοκτήτη της επιχείρησης όταν χρειάζεται.

Πιθανότητα τεχνικών δυσκολιών: οι οποίες μπορεί να εμφανιστούν με τις πλατφόρμες και το λογισμικό ηλεκτρονικού εμπορίου - συνήθως χρειάζονται λίγες ημέρες για να επιλυθούν.

Προστασία και ασφάλεια δεδομένων: μια κοινή πρόκληση στην ψηφιακή εποχή - η οποία μπορεί να αποσαφηνιστεί περαιτέρω στο πλαίσιο της ενότητας "Ψηφιακός κανονισμός και εθιμοτυπία".

Πιθανές προκλήσεις αποστολής και παράδοσης: οι οποίες ενδέχεται να προκύψουν λόγω απρόβλεπτων περιστάσεων. Μια τέτοια πρόκληση εναπόκειται στον ιδιοκτήτη της επιχείρησης να ζητήσει τα συνήθη μέτρα της εταιρείας παράδοσης/αποστολής σε περίπτωση κλοπής, απώλειας ενός αντικειμένου και φυσικών καταστροφών.

Ψηφιακή Τεχνολογία: Ηλεκτρονικό Εμπόριο & Ηλεκτρονικές Επιχειρήσεις

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Project No. 2021-1-ES01-KA220-ADU-000033439



Funded by
the European Union

Συμβουλές για τη δημιουργία μιας επιτυχημένης επιχείρησης

Προϊόντα ή/και υπηρεσίες υψηλής ποιότητας: η τελειοποίηση του προσφερόμενου προϊόντος/υπηρεσίας αποτελεί ουσιαστικό μέρος της δημιουργίας μιας επιτυχημένης επιχείρησης, την οποία οι πελάτες δεν θα εγκαταλείψουν για άλλες μάρκες.

Μια φιλική προς το χρήστη διαδικτυακή εμπειρία: με τα πολλά πλεονεκτήματα που έχουν οι διαδικτυακές επιχειρήσεις, η δημιουργία μιας απλής και θετικής διαδικτυακής εμπειρίας για τους πελάτες είναι απαραίτητη για τη δημιουργία μιας λίστας επαναλαμβανόμενων πελατών.

Μια μοναδική ιστορία της μάρκας: μαζί με τη στρατηγική branding της μικρής επιχείρησης, είναι σημαντικό να τονιστεί γιατί η μάρκα είναι διαφορετική από άλλες επιλογές στην αγορά. Για παράδειγμα, εάν η δημιουργία μιας μικρής επιχείρησης έχει μια εμπνευσμένη ιστορία πίσω της, θα ήταν σκόπιμο να αναφέρετε αυτή την ιστορία μέσα στις αναρτήσεις της μάρκας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Γνωρίζοντας τι θέλει το κοινό-στόχος: μερικοί από τους καλύτερους τρόπους για να κατανοήσετε τις ανάγκες του κοινού-στόχου σας περιλαμβάνουν τη διαδικτυακή έρευνα αγοράς, τη διενέργεια δημόσιων ερευνών και τη φιλοξενία ατομικών συνεντεύξεων ή ομάδων εστίασης με μέλη που θεωρείτε ότι ανήκουν στο κοινό-στόχο σας.

Ταχεία και αποτελεσματική παράδοση: η σύναψη συνεργασιών ή συμφωνιών με αξιόπιστες υπηρεσίες ταχυμεταφορών είναι εξαιρετικά σημαντική ακόμη και μετά την ολοκλήρωση της συναλλαγής. Οι επιλογές παράδοσης με χαμηλότερο κόστος, όπως το να παραδίδει ο ίδιος ο ιδιοκτήτης της επιχείρησης τα προϊόντα/τις υπηρεσίες, αποτελούν επίσης μια βιώσιμη επιλογή όταν η επιχείρηση παίρνει αργά μπρος.

Τάσεις και στατιστικά στοιχεία για το ηλεκτρονικό εμπόριο

Η Amazon, ως μία από τις πιο δημοφιλείς πλατφόρμες ηλεκτρονικού εμπορίου για μικρές επιχειρήσεις, αποτελεί ένα σημαντικό παράδειγμα απεικόνισης σημαντικών τάσεων στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου. Ορισμένες από τις αξιοσημείωτες τάσεις που αναφέρει η Amazon μεταξύ των ετών 2021 και 2022 είναι οι εξής:

- Εποχιακές πωλήσεις: μόνο μέσω των εκπτώσεων των εορτών - συγκεκριμένα την Ημέρα των Ευχαριστιών και τη Δευτέρα του Κυβερνοχώρου στις Ηνωμένες Πολιτείες.
- Ταχεία ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου: Σύμφωνα με την Amazon, η εταιρεία ηλεκτρονικού εμπορίου παρατήρησε αύξηση 3% των πωλήσεων ηλεκτρονικού εμπορίου στις Ηνωμένες Πολιτείες μεταξύ του 2ου και του 3ου τριμήνου του 2022 - φτάνοντας στο υψηλό των 265 δισεκατομμυρίων δολαρίων σε online πωλήσεις.
- M-commerce: με αποτέλεσμα το 43% των διαδικτυακών πωλήσεων να πραγματοποιούνται από κινητά τηλέφωνα. Ως εκ τούτου, κατά τη δημιουργία μιας διαδικτυακής επιχείρησης, είναι σημαντικό να δοθεί προσοχή στον τρόπο με τον οποίο λειτουργεί ο ιστότοπος ή/και η εφαρμογή της επιχείρησης σε ένα κινητό τηλέφωνο.
- Ηλεκτρονικό εμπόριο μέσω μέσων κοινωνικής δικτύωσης: η διαδικτυακή παρουσία μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης μιας μάρκας είναι επίσης μια αξιοσημείωτη τάση που χρησιμοποιείται για την προσέλκυση νέων μελών του κοινού-στόχου σας, την οικοδόμηση της αναγνωρισιμότητας της μάρκας και την ενίσχυση των διαδικτυακών πωλήσεων.

Ψηφιακή Τεχνολογία: Ηλεκτρονικό Εμπόριο & Ηλεκτρονικές Επιχειρήσεις

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Project No. 2021-1-ES01-KA220-ADU-000033439



Funded by
the European Union

Αναφορές & εξωτερικά αναγνώσματα

<https://sell.amazon.com/learn/what-is-ecommerce#:~:text=An%20ecommerce%20business%20uses%20digital,and%20ship%20orders%20to%20customers.>

<https://www.the-future-of-commerce.com/2020/01/19/what-is-e-commerce-definition-examples/>

<https://ecommerce-platforms.com/articles/the-best-ecommerce-platform-for-beginners>

<https://later.com/blog/instagram-shop/>

<https://www.youtube.com/watch?v=K1tjKfJqXQs>

<https://themeisle.com/blog/shopify-tutorial/#gref>

<https://www.forbes.com/advisor/business/software/what-is-shopify/>

<https://www.youtube.com/watch?v=K1tjKfJqXQs>