



Οφέλη διαδικτυακής δραστηριοποίησης για την επιχείρηση και τους πελάτες της



Οφέλη διαδικτυακής δραστηριοποίησης για την επιχείρηση και τους πελάτες της

Το συγκεκριμένο έντυπο αναφέρεται στα πλεονεκτήματα του η-επιχειρείν και, ειδικότερα, στα σημαντικά οφέλη που προκύπτουν από την υιοθέτηση αυτής της σύγχρονης επιχειρηματικής πρακτικής τόσο για την ίδια την επιχείρηση, όσο και για τους πελάτες της.



Το Πρόγραμμα “Επιχειρείτε Διαδικτυακά” (www.go-e.mcit.gov.cy) αποτελεί πρωτοβουλία του Υπουργείου Εμπορίου, Βιομηχανίας και Τουρισμού και έχει σκοπό την προώθηση και ανάπτυξη του Ηλεκτρονικού Εμπορίου στην Κύπρο. Για την επίτευξη του σκοπού αυτού έχει ιδρυθεί το Γραφείο eΔράση το οποίο είναι υπεύθυνο να υλοποιήσει συγκεκριμένο στρατηγικό σχέδιο. Στα πλαίσια του εν λόγω Προγράμματος, θα υπάρχουν σχέδια επιχορηγήσεων για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις με σκοπό την ανάπτυξη της απαραίτητης υποδομής έτσι ώστε να καταστούν έτοιμες να επιχειρήσουν διαδικτυακά. Παράλληλα, θα πραγματοποιηθούν ενημερωτικές ημερίδες και εκπαιδευτικά προγράμματα / σεμινάρια που θα απευθύνονται τόσο στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις όσο και στους καταναλωτές. Τα εκπαιδευτικά προγράμματα θα γίνουν σε συνεργασία με το Κέντρο Παραγωγικότητας Κύπρου.

Για τη συνεχή ενημέρωσή σας για το Πρόγραμμα και τις δράσεις του Γραφείου μας μπορείτε να επισκεφθείτε την ιστοσελίδα www.go-e.mcit.gov.cy ή να επικοινωνήσετε μαζί μας στα τηλέφωνα 22867323/4.

Πηγή έμπνευσης για την παραγωγή του εντύπου αποτέλεσε περιεφερές εκπαιδευτικό υλικό που παρήχθη στο πλαίσιο του ελληνικού Προγράμματος “Δικτυωθείτε” που στόχο είχε τη στήριξη των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (ΜΜΕ) της Ελλάδας. Τα φυλλάδια αυτά σε συνδυασμό με το εκπαιδευτικό υλικό του κόμβου της “On-line Εκπαίδευσης” του Προγράμματος “Επιχειρείτε Διαδικτυακά” έχουν ως στόχο να ενημερώσουν με απλό, ευχάριστο και ευσύνοπο τρόπο τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις καθώς και το κοινό γύρω από τα οφέλη που μπορούν να προκύψουν από την εισαγωγή των τεχνολογιών ηλεκτρονικού εμπορίου στην επιχειρηματική δραστηριότητα.

Οφέλη για την επιχείρησή σας

Η λειτουργία του διαδικτύου ως επιχειρηματικό εργαλείο δίνει μια μεγάλη ποικιλία νέων δυνατοτήτων στο χώρο της εμπορικής δραστηριότητας και στον τρόπο λειτουργίας των επιχειρήσεων. Επιπλέον, η παρουσία της εταιρείας σας στο διαδίκτυο μέσω ενός ηλεκτρονικού καταστήματος εξασφαλίζει την άμεση επαφή με τους πιθανούς πελάτες και, ως τελικό αποτέλεσμα, την αύξηση των πωλήσεων και των εσόδων σας.

Αναλυτικότερα, τα βασικά οφέλη που αποκομίζετε από τη δραστηριοποίησή σας στο διαδίκτυο είναι:

Συνεχής προβολή και λειτουργία της επιχείρησής σας

Οι πελάτες μπορούν να επισκεφτούν τις σελίδες του ηλεκτρονικού σας καταστήματος 24 ώρες το 24ωρο, 365 ημέρες το χρόνο, να «ξεφυλλίσουν» τον ηλεκτρονικό κατάλογο των προϊόντων σας και να κάνουν τις αγορές τους με αντικαταβολή ή και με την πιστωτική τους κάρτα. Για την επιχείρησή σας αυτό ΔΕΝ σημαίνει υπερωρίες προσωπικού ή διπλές βάρδιες, γιατί το ηλεκτρονικό σας κατάστημα ΔΕΝ χρειάζεται προσωπικό.



Προβολή των προϊόντων σας μ' ένα μοναδικό μέσο επικοινωνίας

Το νέο αυτό μέσο μαζικής επικοινωνίας μπορεί να συνδυάσει κείμενο, εικόνα, ήχο και video, αλλά και ν' αλληλεπιδράσει με τους πελάτες σας, επιτρέποντας τους να κάνουν 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 video, με κόστος χαμηλότερο από αυτό μιας ολοσέλιδης καταχώρισης σε κάποιο περιοδικό εθνικής εμβέλειας.

Μείωση των κρίκων της προμηθευτικής αλυσίδας

Η μείωση των κρίκων της προμηθευτικής αλυσίδας έχει ως αποτέλεσμα τη γρηγορότερη και με μειωμένο κόστος εξυπηρέτηση του πελάτη σας. Ειδικά στην περίπτωση προϊόντων, όπως εκδόσεις, μουσικά ή άλλα CDs και λογισμικό, οι «ενδιάμεσοι» μπορούν να εξαλειφθούν.



Άλλα οφέλη για την επιχείρησή σας: εξοικονόμηση πόρων

Εκτός από τα παραπάνω σημαντικά οφέλη, το η-επιχειρείν μπορεί να αποφέρει και δραστική μείωση των λειτουργικών εξόδων της εταιρείας σας κι, επομένως, να συμβάλει στην εξοικονόμηση χρημάτων.

Κόστη που μειώνονται ή και εξαλείφονται από την υιοθέτηση του η-επιχειρείν:

Μείωση τιμών για τον πελάτη μπορεί να προκύψει και από τη μείωση του κόστους διαφήμισης, παραγωγής, αποθήκευσης, ακόμη και διανομής του προϊόντος (όταν αυτό διανέμεται απευθείας μέσω του διαδικτύου).

Ας δούμε αναλυτικότερα πώς μπορούν να μειωθούν αυτά τα κόστη.

Κόστος μεταφοράς πληροφοριών

Το κόστος της μεταφοράς πληροφοριών σχετικών με τις τιμές, τα προϊόντα, το stock, τις ειδικές προσφορές κ.ά., σε οποιαδήποτε μορφή (κείμενο, ήχος, εικόνα, video), από την εταιρεία προς:

- τον πελάτη
- τους συνεργάτες
- άλλες εταιρείες (προμηθευτές, κέντρα διανομής, άλλες εταιρείες στο εσωτερικό / εξωτερικό)
- τους πωλητές της ή διάφορα στελέχη της επιχείρησης ανά τον κόσμο

είναι πολύ μικρότερο μέσω διαδικτύου. Έτσι, μπορείτε να βρίσκεστε σε διαρκή επικοινωνία με τους συνεργαζόμενους οίκους του εξωτερικού, με τους πωλητές σας στην επαρχία και με τα στελέχη σας σε κάποιο συνέδριο, με κόστος ΛΙΓΟΤΕΡΟ της αστικής μονάδας ανά λεπτό επικοινωνίας για όλο τον κόσμο.

Κόστος έκδοσης καταλόγου προϊόντων

Το κόστος του τυπώματος, αλλά και της διανομής μειώνεται δραστικά, γιατί γίνεται με ηλεκτρονικό τρόπο. Επίσης, μειώνεται στο ελάχιστο το κόστος επανέκδοσης. Έτσι, ο κατάλογος προϊόντων είναι πάντα ενημερωμένος και δεν χρειάζεται ούτε να περιμένετε να μαζευτούν πολλές αλλαγές, για ν' αποφασίσετε επανέκδοσή του, ούτε να καταφεύγετε σε πρόχειρες και ακαλαίσθητες λύσεις (διορθώσεις με στυλό, αυτοκόλλητα κλπ.).

Συμπίεση του κόστους παραγωγής και διανομής προϊόντων

Ειδικά για τα προϊόντα που μεταφέρονται μέσω διαδικτύου (βιβλία, λογισμικό, φωτογραφίες, μουσική, σχέδια, πληροφορίες) και τις υπηρεσίες (χρηματοοικονομικές, τραπεζικές, πληροφορίες για ιατρικά θέματα, συμβουλευτική επιχειρήσεων κ.ά.), το κόστος αναπαραγωγής μειώνεται δραστικά και το κόστος διανομής πρακτικά εξαλείφεται. Πολλές εταιρείες ενημερώνουν τους πελάτες τους μέσω του web ή και του e-mail, αντικαθιστώντας το χρονοβόρο και «ευρωβόρο» τηλέφωνο ή fax.

Οφέλη για τους πελάτες σας

Παραπάνω εξετάσαμε τα οφέλη που αποκομίζει η επιχείρησή σας από την υιοθέτηση του η-επιχειρείν. Σημαντικά, όμως, είναι και τα οφέλη που αποκομίζουν οι πελάτες – καταναλωτές σας.

Ας δούμε αναλυτικότερα τα οφέλη αυτά:

Άμεση ικανοποίηση των πελατών σας

Για ορισμένα προϊόντα η τεχνολογία επιτρέπει την άμεση (μέσω δικτύου) παράδοση. Ο αγοραστής μπορεί ν' απολαύσει το προϊόν ακόμη και την ίδια στιγμή, όπως στην περίπτωση της 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.



Μεγαλύτερη γκάμα προϊόντων για τον πελάτη σας

Στην περίπτωση που ο επισκέπτης του ηλεκτρονικού σας καταστήματος μένει στην επαρχία, όπου οι επιλογές είναι λιγότερες απ' 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.

Διευρυμένες επιλογές για τους πελάτες σας σε ανταγωνιστικότερες τιμές

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

Προϊόν Β: €23



Προϊόν Γ: €25

Προϊόν Α: €20



Άλλα οφέλη για τους πελάτες σας

Εκτός από τα παραπάνω, άλλα οφέλη για τους πελάτες σας από τη δραστηριοποίησή σας στο διαδίκτυο είναι:

24ωρη υποστήριξη

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

- ηλεκτρονικό κατάλογο προϊόντων
- πληροφορίες για τη διαθεσιμότητα (stock) των προϊόντων, τα νέα μοντέλα, σχέδια, χρώματα κ.ά.
- οδηγίες χρήσης, εγκατάστασης και συντήρησης των προϊόντων
- λύσεις σε προβλήματα
- απαντήσεις στις πιο συχνές ερωτήσεις και απορίες των πελατών σας
- πληροφορίες για το στάδιο διεκπεραίωσης της παραγγελίας του πελάτη

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

Εξατομίκευση των υπηρεσιών σύμφωνα με τις ανάγκες ΚΑΘΕ πελάτη σας

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.

Ποια είναι για σας τα οφέλη από την εφαρμογή μαζικής εξατομίκευσης;

Αυξάνεται η απόδοση των χρημάτων σας: οι εξατομικευμένες σελίδες σας θα προσελκύσουν περισσότερους επισκέπτες από το κοινό στο οποίο στοχεύετε, γιατί τα οφέλη και οι υπηρεσίες που προσφέρετε θα είναι «κομμένα και ραμμένα» στα μέτρα τους.

Δημιουργείτε πιστούς πελάτες: αν ο επισκέπτης σας μείνει ευχαριστημένος από τις υπηρεσίες του ηλεκτρονικού σας καταστήματος, οι πιθανότητες να αναζητήσει ανταγωνιστικά καταστήματα μειώνονται. Επιπλέον, ο πιστός πελάτης κάνει επαναλαμβανόμενες αγορές, συστήνει νέους πελάτες, δίνει μια νέα ευκαιρία στην επιχείρησή σας, σε περίπτωση που δεν μείνει απόλυτα ευχαριστημένος, αγοράζει ευκολότερα ένα νέο σας προϊόν ή υπηρεσία.

Αυξάνετε τη γνώση σας για τους πελάτες σας: οι πιστοί πελάτες δίνουν πιο εύκολα δημογραφικά στοιχεία, καθώς και στοιχεία για τις καταναλωτικές τους συνήθειες. Έτσι, γνωρίζετε καλύτερα τις ανάγκες τους και μπορείτε να τους προσεγγίσετε με το σωστό μήνυμα και προϊόν, τη σωστή χρονική στιγμή, αυξάνοντας την πιθανότητα αγοράς από μέρους τους.

Δημιουργείτε συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών σας: το χαμηλό κόστος «ανοίγματος» ενός ηλεκτρονικού καταστήματος και η πληθώρα των επιλογών που παρέχει, σε συνδυασμό με την ευκολία «αναζήτησης» από τους αγοραστές, έχουν αυξήσει τον «πυρετό» του ανταγωνισμού ανάμεσα στις εταιρείες. Η εξατομίκευση των υπηρεσιών σας θα σας δώσει συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι χιλιάδων εταιρειών που έχουν τη νοοτροπία: «ένα προϊόν για όλους».

Διεκπεραίωση συναλλαγών μέσω διαδικτύου

Η δυνατότητα άμεσης διεκπεραίωσης καθημερινών συναλλαγών είναι ένα σημαντικό πλεονέκτημα που προσφέρει το διαδίκτυο. Ένας συνεχόμενα αυξανόμενος αριθμός υπηρεσιών διατίθεται πλέον μέσω του διαδικτύου.

Όλες οι διαδικασίες που γίνονται από μια τράπεζα (π.χ καταθέσεις, αναλήψεις, εμβάσματα κ.ά.) μπορούν να γίνουν πλέον από το γραφείο ή το σπίτι όλο το εικοσιτετράωρο και όλες τις ημέρες του χρόνου. Οι υπηρεσίες αυτές (e-banking) προσφέρονται πλέον από την πλειοψηφία των τραπεζών.

Επίσης, οι περισσότερες από τις φορολογικές υποχρεώσεις και διαδικασίες μπορούν να γίνουν πλέον μέσω του διαδικτύου, όπως, επίσης, πολλές αιτήσεις και πιστοποιητικά από φορείς του δημοσίου και της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Όλα τα παραπάνω συνεπάγονται ότι όλο και λιγότεροι εργαζόμενοι θα χρειάζεται να απασχολούνται στις λεγόμενες «εξωτερικές εργασίες» και ο χρόνος που θα απαιτείται για τις ίδιες υποθέσεις θα μειωθεί στο ελάχιστο. Αυτό θα έχει άμεση επίπτωση στην οργάνωση του δυναμικού, αλλά και του χρόνου μέσα στις επιχειρήσεις.

Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα που μεριμνά για την **ασφάλεια των πελατών** του θα πρέπει να χρησιμοποιεί μια σειρά από **«συστήματα ασφαλείας»**, προκειμένου να διασφαλίσει την ασφάλεια των συναλλαγών του:

- Η αποστολή προσωπικών δεδομένων, όπως τα στοιχεία της κάρτας, θα πρέπει να γίνεται σε ασφαλές περιβάλλον, με τη χρήση ειδικών πρωτοκόλλων κρυπτογράφησης δεδομένων και ασφάλειας οικονομικών συναλλαγών. Για την εξασφάλιση της μυστικότητας, της ακεραιότητας και της προέλευσης μιας πληροφορίας κατά τη μετάδοση, χρησιμοποιείται η τεχνολογία δικτυακού πρωτοκόλλου ασφαλείας, όπως το **Secure Sockets Layer (SSL)** ή το **Secure Electronic Transaction (SET)**, με τη χρήση του οποίου οι πληροφορίες κρυπτογραφούνται προτού μεταδοθούν στο δίκτυο και αποκρυπτογραφούνται από τον παραλήπτη. Κατ' αυτόν τον τρόπο, η συναλλαγή δεν μπορεί να αμφισβητηθεί ούτε ως προς την προέλευση ούτε ως προς το περιεχόμενο.
- Μια ξεχωριστή διαδικασία μπαίνει σε λειτουργία, όταν εκδηλώνεται η πρόθεση αγοράς από τον πελάτη. Για τη διευθέτηση του θέματος της πληρωμής, τρεις λύσεις είναι, ουσιαστικά, διαθέσιμες: η **προκαταβολική πληρωμή σε τραπεζικό λογαριασμό**, η **αντικαταβολή** και η **χρέωση κάρτας**. Από αυτές τις λύσεις, η χρήση της πιστωτικής κάρτας αποτελεί το βασικό μέσο για τη διεκπεραίωση μιας πλήρους ηλεκτρονικής συναλλαγής. Μάλιστα, για την εκκαθάριση των συναλλαγών με αυτόν τον τρόπο, έχει σχεδιαστεί ένα παγκόσμιο δίκτυο.

Παρακολούθηση του ανταγωνισμού



Απαραίτητο στοιχείο της ελεύθερης αγοράς είναι ο **ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων**. Σε αυτές τις συνθήκες, ο καλύτερα πληροφορημένος είναι αυτός που έχει το πλεονέκτημα έναντι των άλλων. Παρ' ότι η παρατήρηση του ανταγωνισμού εντάσσεται μέσα στο πλαίσιο της γενικότερης ενημέρωσης, το εξετάζουμε ανεξάρτητα, καθώς χρειάζεται ιδιαίτερη προσοχή.

Υπάρχουν δύο είδη ανταγωνισμού, **ο άμεσος και ο έμμεσος ανταγωνισμός**. Άμεσος είναι αυτός που αφορά την ίδια κατηγορία προϊόντων και έμμεσος αυτός που αφορά διαφορετική κατηγορία, αλλά μπορεί να αποσπάσει ένα μερίδιο αγοράς της άλλης κατηγορίας.

Ο επιχειρηματίας μέσα από το διαδίκτυο μπορεί να έχει μία γενική εικόνα για το τι προσφέρουν οι ανταγωνιστές όσον αφορά τις τιμές, τα προϊόντα, το κοινό στο οποίο απευθύνονται, τις υπηρεσίες, αλλά και τα μελλοντικά τους σχέδια. Αυτό δίνει στο μικρομεσαίο επιχειρηματία τη δυνατότητα να μπορεί να προβλέπει, να προλαμβάνει, αλλά και να ακολουθεί τις τάσεις της αγοράς.

Δεν πρέπει να ξεχνάμε πως το Internet, το πιο σύγχρονο και δυναμικό μέσο επικοινωνίας της εποχής μας, αλλάζει και ανανεώνεται διαρκώς. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις πρέπει να ενημερώνονται και να ενσωματώνουν διαρκώς αυτές τις αλλαγές. Είναι σίγουρο πως όσες δεν το πράξουν θα αντιμετωπίσουν ανταγωνιστικές επιχειρήσεις που θα το έχουν πράξει ήδη. Οι ΜΜΕ θα πρέπει διαρκώς να ενσωματώνουν καινούριους τρόπους, για να εκμεταλλευτούν πλήρως τις δυνατότητες που τους παρέχει το διαδίκτυο και να αλλάζουν την on-line στρατηγική τους, όταν αυτό απαιτείται.

Μερικές απλές κινήσεις για μια γρήγορη παρακολούθηση του ανταγωνισμού είναι οι εξής:

- Ελέγξτε τις ιστοσελίδες των ανταγωνιστών σας και δείτε τι προσφέρουν
- Ελέγξτε τις ιστοσελίδες των ανταγωνιστικών κλάδων και δείτε τάσεις και συμβουλές προς τα μέλη τους
- Ψάξτε για πιθανές συμμαχίες που έχουν γίνει στο χώρο και προοπτικές για δικές σας συμμαχίες
- Επισκεφτείτε και επικοινωνήστε μέσω των ιστοσελίδων τους με συμβούλους ειδικούς στο χώρο των επιχειρήσεων
- Δείτε τις κινήσεις παρεμφερών αγορών που πιθανόν να σας απειλήσουν στο μέλλον



Συλλογή στοιχείων για τους πελάτες σας: Δημιουργία λίστας αποστολής μηνυμάτων

Το διαδίκτυο μπορεί να φανεί ένα πολύ χρήσιμο εργαλείο όσον αφορά τη **συλλογή στοιχείων για τους υπάρχοντες, αλλά και τους εν δυνάμει πελάτες σας**. Μέσα από την ιστοσελίδα σας μπορείτε να συλλέξετε στοιχεία που θα σας φανούν πολύ χρήσιμα για την κατανόηση των χαρακτηριστικών της «ομάδας στόχου» (target group).

Η μετέπειτα επεξεργασία των στοιχείων που θα συγκεντρώσετε θα σας βοηθήσει να κατανοήσετε τις ανάγκες των πελατών σας, να βελτιώσετε το επίπεδο των προϊόντων και των υπηρεσιών που προσφέρετε, όπως επίσης και να μπορέσετε να έχετε πιο προσωποποιημένη επικοινωνία με τους πιθανούς πελάτες σας.

Πιο αναλυτικά, μπορείτε να κάνετε τα παρακάτω:

Δημιουργία λίστας αποστολής μηνυμάτων (mailing list)

Συγκεντρώνοντας τα e-mails των πελατών σας, μπορείτε να αναπτύξετε μαζί τους μια μόνιμη επικοινωνία, η οποία θα είναι επωφελής για την εικόνα, τις σχέσεις με τους πελάτες και τις πωλήσεις της επιχείρησής.

Ένας καλός τρόπος για την συγκέντρωση των ηλεκτρονικών διευθύνσεων των εν δυνάμει πελατών σας είναι να τους ζητάτε, μέσω της ιστοσελίδας, να δηλώσουν ενδιαφέρον για την παραλαβή ενός περιοδικού/ενημερωτικού δελτίου (newsletter).

Σε κάποιες περιπτώσεις, είναι προτιμότερο να δίνετε τη δυνατότητα επιλογής για το περιεχόμενο των e-mails ή των newsletters, ώστε να μην «βομβαρδίζονται» από αδιάφορα προς αυτούς μηνύματα.

Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να τονίσουμε ότι οι περισσότεροι χρήστες ηλεκτρονικού ταχυδρομείου θεωρούν «ιερό» τον φάκελο των εισερχομένων μηνυμάτων. Γι' αυτό το λόγο, θα πρέπει να είστε προσεκτικοί στα παρακάτω:

- Να μη στέλνετε συνεχώς e-mails. Θα πρέπει να υπάρχει κάποια περιοδικότητα, η οποία δεν θα εκνευρίσει τον αναγνώστη.
- Τα e-mails που στέλνετε δεν θα πρέπει να είναι εκτός θέματος και πέρα από αυτό που έχουν ζητήσει οι πελάτες ή οι ενδιαφερόμενοι.
- Θα πρέπει να εγγυηθείτε ότι δεν θα κοινοποιήσετε τη λίστα σας αλλού και για άλλους σκοπούς από αυτούς για τους οποίους σας ζητήθηκε.
- Θα πρέπει να είστε προσεκτικοί στις διατυπώσεις σας, έτσι ώστε να αποφύγετε τυχόν παρεξηγήσεις.

Στην κυπριακή αγορά υπάρχουν πολλές εξειδικευμένες εταιρείες, οι οποίες θα μπορέσουν να σας δώσουν ιδέες και λύσεις για την καλύτερη δημιουργία και διαχείριση της λίστας αποστολής μηνυμάτων.

Συλλογή στοιχείων για τους πελάτες σας: *Customer Spotting*

Η συλλογή στοιχείων των πελατών και η χρήση τους για την καταγραφή των αναγκών τους, της συμπεριφορά τους και, τελικά, για επικοινωνία ονομάζεται **Customer Spotting**.

Μέσω της ιστοσελίδας σας ή και κατά τη διάρκεια της πώλησης, μπορείτε να συμπληρώσετε τα στοιχεία πελατών και ενδιαφερομένων για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες σας. Αργότερα, προσθέτοντας αυτά τα στοιχεία σε μια βάση δεδομένων, μπορείτε να βγάλετε συμπεράσματα, όπως:

- τι ηλικία έχει η πλειονότητα των πελατών σας
- επίπεδο μόρφωσης ή επάγγελμα
- ποια περίοδο του χρόνου υπάρχει συνήθως αύξηση και σε ποιο προϊόν

Επίσης, μπορείτε να συνδυάσετε στοιχεία, όπως:

- ηλικία, φύλο, επάγγελμα ανά προϊόν (π.χ. οι νέοι μπορεί να αγοράζουν περισσότερο κινητά που αλλάζουν πρόσοψη, ενώ σε πιο μεγάλες ηλικίες ενδιαφέρονται πιο πολύ για ένα εύχρηστο κινητό)
- ποσό που ξοδεύτηκε ανά κατηγορία

πελάτη κλπ.

Γενικά, επιλέγετε τι θέλετε να παρατηρήσετε και ανάλογα διαμορφώνετε τη φόρμα. Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στο να μη γίνονται αδιάκριτες ερωτήσεις και να μην ζητούνται πολλά και ευαίσθητα δεδομένα, ώστε να μειωθούν οι πιθανότητες μη απάντησης. Υπάρχουν πολλά απλά και εύχρηστα προγράμματα στην αγορά, που μπορούν να καλύψουν τις ανάγκες σας. Επίσης, μπορείτε να συμβουλευτείτε εταιρείες λογισμικού για τη δημιουργία ενός προγράμματος «κομμένου και ραμμένου στα μέτρα σας».

Παρακάτω, παρουσιάζεται ένα παράδειγμα φόρμας στην οποία συλλέγονται δημογραφικά (e-mail, φύλο, ηλικία, επάγγελμα) και άλλα στοιχεία. Σε αυτήν εδώ τη φόρμα ο ενδιαφερόμενος μπορεί να γίνει και μέλος κάποιου club που έχει δημιουργήσει η εταιρεία. Η συγκεκριμένη φόρμα θα πρέπει να μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την αποστολή κάποιου καταλόγου για την άμεση επικοινωνία μέσω e-mail ή για τη μαζική αποστολή newsletters κλπ.

Όνομα	<input type="text"/>
Φύλο	Ανδρας <input type="text"/>
Επάγγελμα	<input type="text"/>
Τηλέφωνα	<input type="text"/>
e-mail	<input type="text"/>
Ταχυδρομική διεύθυνση (οδός, αριθμός, περιοχή, ταχ. κώδικας)	<input type="text"/>
Απο που μάθατε για το site μας	<input type="text"/>
login	<input type="text"/>
password	<input type="text"/>
<input type="button" value="Αποστολή Στοιχείων"/> <input type="button" value="Κυδάρισμα"/>	

Επικοινωνία με τους πελάτες σας μέσω διαδικτύου

Η επικοινωνία μέσω διαδικτύου με οποιονδήποτε ενδιαφερόμενο (πελάτες, συνεργάτες, προμηθευτές κλπ.) προσφέρει στην επιχείρηση πολλά πλεονεκτήματα. Μερικά από αυτά αναφέρονται παρακάτω:

- Εξοικονόμηση χρημάτων από τα τηλεφωνήματα
- Δυνατότητα αποστολής εγγράφων, φωτογραφιών και αρχείων video με σχεδόν μηδενικό κόστος
- Άμεση απάντηση και καταγραφή ερωτημάτων, παραπόνων και σχολίων των πελατών
- Ανάπτυξη καλύτερων και συχνότερων σχέσεων με τους πελάτες
- Δυνατότητα πιο προσωποποιημένης επικοινωνίας, με χαμηλότερο κόστος

Η επικοινωνία και η ανάπτυξη σχέσεων μειώνει κατά πολύ τις επιλογές των πελατών και δημιουργεί πιστούς πελάτες. Αυτό έχει πολλαπλά οφέλη, αφού το κόστος της επίσκεψης ενός νέου πελάτη είναι περισσότερο από το πενταπλάσιο από το αντίστοιχο κόστος ενός παλιού πελάτη.

Επίσης, η ανάπτυξη σχέσεων βοηθάει στη δημιουργία μιας σταθερής πελατειακής βάσης, η οποία συνήθως είναι το πιο ισχυρό χαρτί για την επιβίωση, αλλά και την ανάπτυξη μιας ΜΜΕ.

Τέλος, δεν πρέπει να υποτιμάται η χρήση της επικοινωνίας ως μέσου προώθησης των πωλήσεων, η σημασία της οποίας θα εξεταστεί παρακάτω.

Σημαντικός παράγοντας αποτελεσματικής δραστηριοποίησής σας στο διαδίκτυο είναι η **οικοδόμηση σχέσεων εμπιστοσύνης** με τους πελάτες σας. Κάτι τέτοιο είναι δυνατόν να επιτευχθεί, όταν η επιχείρησή σας καταβάλλει συνεχείς προσπάθειες για την ενίσχυση της παρουσίας της στο διαδίκτυο.

Η οικοδόμηση σχέσεων εμπιστοσύνης απαιτεί πάντοτε χρόνο και οι επιχειρήσεις πρέπει να σχεδιάζουν μακροπρόθεσμα, για να πετύχουν αυτόν το στόχο. Αν οι πελάτες εκτιμήσουν τη δουλειά που γίνεται στον εταιρικό δικτυακό σας τόπο, θα επιστρέψουν στο site, καθώς θα δουν την αυξανόμενη αξία που έχει γι' αυτούς ο **δυναμικός χαρακτήρας** του.

Επιπλέον, μια μικρομεσαία επιχείρηση δεν θα πρέπει να φοβάται να υιοθετήσει νέες ιδέες, για να ενισχύσει την παρουσία της στο διαδίκτυο. Κάποιες απ' αυτές ίσως δεν έχουν την αναμενόμενη επιτυχία. Γεγονός, όμως, είναι ότι οι χρήστες του διαδικτύου εκτιμούν τις επιχειρήσεις που πρωτοπορούν και τολμούν να πάρουν ρίσκα, προκειμένου να ανανεωθεί ο δικτυακός τους τόπος. Για μια επιχείρηση που προτίθεται να ακολουθήσει **νέες ιδέες**, αυτό το βήμα μπορεί να οδηγήσει σε νέες ευκαιρίες και ενισχυμένη παρουσία στο διαδίκτυο.

Οφέλη από την προβολή μέσω διαδικτύου

Στις μέρες μας, ο μέσος καταναλωτής δέχεται καταγίγισμό πιέσεων και μηνυμάτων από πάρα πολλές μεγάλες εταιρείες, οι οποίες έχουν τη δυνατότητα να κάνουν συνδυασμένες διαφημιστικές καμπάνιες χρησιμοποιώντας όλα τα δυνατά μέσα (τηλεόραση, ραδιόφωνο, εφημερίδες, διαδίκτυο κ.ά.). Αυτό δημιουργεί ιδιαίτερα προβλήματα στις μικρότερες επιχειρήσεις, οι περισσότερες από τις οποίες έχουν ως μοναδικό μέσο προβολής το ίδιο το κατάστημα ή τα γραφεία τους.

Κάτω από αυτές τις συνθήκες, οι μικρότερες επιχειρήσεις πρέπει να βρουν έναν οικονομικό τρόπο να προβάλουν τον εαυτό τους, αλλά και τα πλεονεκτήματά τους έναντι των μεγαλύτερων ανταγωνιστών τους. Το διαδίκτυο προσφέρει μια καλή και οικονομική λύση προβολής της επιχείρησης και των προϊόντων της. Μέσω του διαδικτύου, μπορεί να ανοίξει ένα «υποκατάστημα» σας σε κάθε σπίτι», αφού ο ενδιαφερόμενος θα μπορεί να δει την επιχείρηση και τα προϊόντα της από το σπίτι του. Θα μπορεί να μάθει περισσότερα στοιχεία, να δει φωτογραφίες, τιμές, αλλά και να επικοινωνήσει με την επιχείρηση, για οποιονδήποτε λόγο επιθυμεί.

Η σημασία της προβολής και της προώθησης είναι μεγάλη. Δεν είναι τυχαίο ότι υπάρχουν επιχειρήσεις που δαπανούν ετησίως τεράστια ποσά για την προβολή τους.

Τα κύρια θετικά αποτελέσματά της είναι:

- **Εξοικείωση του καταναλωτή με την εταιρεία, το προϊόν ή τη φίρμα**

Έχει αποδειχτεί ότι πιο εύκολα εμπιστευόμαστε μία εταιρεία που την έχουμε ξαναδεί, έστω και αν δεν έχουμε αγοράσει ποτέ από αυτή, παρά μια που ποτέ δεν την έχουμε ξαναδεί.

- **Απόκτηση μεγαλύτερης αξιοπιστίας και κύρους**

Η δημιουργία μίας καλαίσθητης ιστοσελίδας μπορεί να προσδώσει πολλά στην εικόνα της επιχείρησης και αυτό είναι κάτι που έχει μεγάλη σημασία για τον καταναλωτή.

- **Πληροφόρηση**

Ο καταναλωτής μπορεί να μάθει για τις τιμές και τα χαρακτηριστικά των προϊόντων από την ιστοσελίδα.

- **Ικανοποίηση**

Ο καταναλωτής πάντα εκτιμά την προσπάθεια να ενημερώνεται και να εξυπηρετείται.

Συχνά, μικρές επιχειρήσεις αποκτούν εταιρική παρουσία στο διαδίκτυο, αλλά μετά δεν γνωρίζουν πώς να προσελκύσουν χρήστες και, γενικά, να καταστήσουν τον εταιρικό δικτυακό τόπο τους εργαλείο για αύξηση των πωλήσεων και προώθηση προϊόντων.

Πρώτος στόχος πρέπει να είναι η αύξηση του αριθμού των επισκεπτών στο site. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί αν οι χρήστες μπορούν να βρουν το δικτυακό τόπο εύκολα. Η λύση είναι η καταχώριση της ηλεκτρονικής διεύθυνσης του site της εταιρείας (url) σε μηχανές αναζήτησης. Πρέπει να τονιστεί ότι όσο περισσότερος χρόνος αφιερωθεί στο marketing του διαδικτύου (web marketing), τόσο μεγαλύτερα θα είναι τα οφέλη, καθώς θα ενισχυθεί η εταιρική παρουσία στο διαδίκτυο και θα αυξηθεί η πελατειακή βάση της επιχείρησης.

Συμβουλές για κατάλληλη χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου

Παρακάτω, δίνονται επιγραμματικά μερικές συμβουλές που θα βοηθήσουν στην κατάλληλη αξιοποίηση και την πιο ρεαλιστική αντιμετώπιση του ηλεκτρονικού εμπορίου από την επιχείρησή σας:

- Ελέγξτε αν οι πιθανοί πελάτες σας είναι σε θέση να επισκεφτούν το δικτυακό σας κατάστημα. Αν η ιστοσελίδα ή τα προϊόντα απευθύνονται σε ηλικιωμένους, σαφώς μειονεκτούν έναντι των αντίστοιχων που απευθύνονται σε πιο νεαρές ηλικίες.
- Μελετήστε τις δυνατότητες ανταπόκρισης σε πιθανή αύξηση της ζήτησης. Δεν θα ήταν καθόλου καλό να δημιουργήσετε δυσαρεστημένους πελάτες από αδυναμία ανταπόκρισης στις παραγγελίες.
- Ελέγξτε τις δυνατότητες και το κόστος του δικτύου διανομής σας. Πολλές εταιρείες δεν είχαν μελετήσει καλά το εύρος και το κόστος της διανομής, με αποτέλεσμα να αποτύχουν.
- Κάντε σαφές στην ιστοσελίδα σας ποιες περιοχές εξυπηρετείτε και με τι κόστος (επιπλέον ή μη).
- Κάντε εύκολη την αγορά μέσω της ιστοσελίδας. Μερικές φορές, οι καταναλωτές απογοητεύονται ή κουράζονται από τις χρονοβόρες και δύσκολες διαδικασίες και σταματούν ή ακυρώνουν τις παραγγελίες τους.
- Προσπαθήστε να εγγυηθείτε για την ασφάλεια των συναλλαγών. Υπάρχουν εταιρείες που βοηθούν και πιστοποιούν την ασφάλεια των ιστοσελίδων.
- Δώστε εναλλακτικό τρόπο πληρωμής, εκτός της πιστωτικής κάρτας. Υπάρχουν πολλοί χρήστες που δεν είναι διατεθειμένοι να χρησιμοποιήσουν την πιστωτική τους κάρτα για συναλλαγές στο διαδίκτυο.
- Δείχνετε φωτογραφίες και περιλήψεις των προϊόντων. Δύσκολα κάποιος θα αγοράσει ένα προϊόν που δεν έχει δει και δεν ξέρει τα χαρακτηριστικά του.
- Βεβαιώστε και καταστήστε απόλυτα σαφές ότι κανένα από τα στοιχεία των πελατών σας δεν θα βγει εκτός εταιρείας. Υπάρχει μεγάλη δυσπιστία ως προς την εμπιστευτικότητα των στοιχείων που συλλέγουν οι επιχειρήσεις.
- Βεβαιωθείτε ότι μπορείτε να χειριστείτε σωστά, γρήγορα και αποτελεσματικά τις παραγγελίες, τις αιτήσεις, τα σχόλια, αλλά και τις ερωτήσεις των πελατών σας.
- Να είστε σαφείς και ειλικρινείς για τις τιμές, αλλά και τους χρόνους παράδοσης των προϊόντων.
- Ενημερώνετε πάντα τους πελάτες για τυχόν προβλήματα ή καθυστερήσεις. Με αυτόν τον τρόπο αποφεύγετε να φανείτε ασυνεπείς.

Το διαδίκτυο είναι ένα εργαλείο που περισσότερο μικραίνει, παρά μεγαλώνει την απόσταση μεταξύ των μεγάλων εταιρειών και των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Η εκμετάλλευσή του έχει προχωρήσει πολύ στο εξωτερικό και τώρα αναπτύσσεται και στην Κύπρο. Πριν προβείτε σε επέκταση των δραστηριοτήτων σας στο διαδίκτυο, συμβουλευτείτε τους ειδικούς.