

Elektronikus kereskedelem

Az elektronikus kereskedelem az interneten keresztül történő vásárlás, eladás, szállítás, ill. termék-, szolgáltatás- és információcsere. Az elektronikus kereskedelem alapfunkciói:

- **kommunikáció:** termékek, szolgáltatások, információk szállításához és fizetések lebonyolításához kapcsolódó kommunikáció;
- **kereskedelem:** termékek, szolgáltatások és információk vételének és eladásának lehetősége az interneten keresztül;
- **üzleti folyamatok:** elektronikus üzleti tevékenység folytatása az üzleti folyamatok elektronikus teljesítése mellett, a fizikai üzleti folyamatokat információval reprezentálva;
- **szolgáltatások:** kormányok, cégek, fogyasztók és a menedzsment igényeit hivatott kielégíteni. Cél a szolgáltatási költségek csökkentése úgy, hogy közben javuljon a szolgáltatás minősége és sebessége.
- **tanulás:** az elektronikus kereskedelem lehetővé teszi az online oktatást a vállalkozások, iskolák és egyetemek részére.

Az elektronikus kereskedelem folyamatosan változik, számos szervezet újratervezi az üzleti folyamatokat, és így tudnak profitálni ebből a technológiából. Az internet más típusú értékesítési közeg. Részben közvetlen értékesítési tulajdonságokkal, részben kiskereskedelmi vonásokkal rendelkezik. Minden e-kereskedelmi megoldásnak jól megtervezettnek, funkcionálisnak és biztonságosnak kell lennie.

A kereskedelem fogalma üzleti partnerek között létrejövő tranzakciót jelöl. Az elektronikus kereskedelmet jelen esetben nem kell általánosabb jelentéssel felruházni, ezért az e-business fogalmát is használják. Az interneten működő virtuális szervezetek a folyamatok kiszervezésével működnek. Így többek között kihelyezésre épül a tervezés, a fejlesztés, a termelés, az elosztás és a könyvelés.

Az e-business termékek és szolgáltatások vásárlását és eladását jelenti, de online képzést, üzleti együttműködést és elektronikus tranzakciók generálását is jelentheti szervezeteken belül és szervezetek között.

Az e-kereskedelem előnyei:

- **ellátási-lánc-hatékonyaság:** a piaci késések ideje minimálisra csökkenthető, és fejlett rendelési folyamatok alakíthatók ki;
- **költségcsökkentés:** a papíralapú információk létrehozása, feldolgozása, terjesztése és tárolása jelentősen csökkenthető csakúgy, mint a telekommunikációs költségek;
- **kiterjedés:** mivel az internet valóban globális, megnöveli a nemzetközi piacok elérésének lehetőségét;
- **elérhetőség:** túlóráköltségek nélkül a web elérhetősége, valóban éjjel-nappali.

Hogy működik?

Az elektronikus kereskedelem folyamatosan milliárdokkal növeli az online eladások értékét. Számos vállalat sokkal szélesebb ismertségre tesz szert ezzel az értékesítési csatornával. Fontos online értékesítési oldalak jöttek létre. A technológiai, B2B és a piaci réseket célzó kereskedelem területén különösen jelentősek a sikerek. Informatikai szempontból a legalapvetőbb funkciók a következők:

- eladás vs. marketing az interneten,
- az alapvető online katalógizálási mechanizmus,
- fizetési folyamat.

Eladás az interneten

Marketingcélú versus értékesítésre szolgáló weboldalak

A legtöbb internetjelenléttel rendelkező vállalat lényegre törő marketingoldallal rendelkezik. Az oldal célja a tradicionális marketingtevékenységek kiegészítése, kiegészítő információk nyújtása, és a vállalat általános reklámozása. Gyakran vonakodva közölnék teljes termékinformációkat, mivel a cél az, hogy a vásárló telefonon vagy írásban több információt kérve felvegye a kapcsolatot a vállalattal.

Az értékesítést szolgáló oldal különbözik ettől. Az ilyen oldal célja, hogy a vásárló az oldalon vegye meg a terméket, s fizesse is ki az oldalon keresztül. Az ilyen oldalak átfogó információkat tartalmaznak a termékről, hiszen a vállalat azt szeretné, hogy a látogatók a termék vagy szolgáltatás vásárlásához szükséges összes információt elérjék.

Az értékesítést szolgáló oldalak általában három részre oszlanak:

1. **marketing és reklám:** a vásárlók megszólítása, elégedettségérzés kialakítása, a kereskedő iránti bizalom kialakítása a cél;
2. **katalógus:** részletes információk a termék előnyeiről, műszaki specifikációjáról és az árakról;
3. **rendelési folyamat:** tartalmazza az áru pontos kiválasztásának és kifizetésének metódusát. A fejlettebb rendszerek lehetővé teszik, hogy a vásárló visszatérjen az oldalra, s ellenőrizze a teljesítés és a szállítás folyamatát.

Az igazi e-kereskedelmi oldalak valamilyen formában mindhárom elemet tartalmazzák.

Nem elég, ha létrehozunk egy termékkatalógust, és telepítünk egy elektronikus kereskedelmi programot. A „létrehozzuk, s majd jönnek a rendelések” szemlélet az interneten sosem működött. Az oldalt az interneten is, és tradicionális eszközökkel is reklámozni kell.

A legnagyobb látogatói forrás megcélzása egyben a legolcsóbb is. Néhány keresőmotornál regisztrálva az oldalt 75%-kal növelhető a potenciális forgalom.

Egyéb technikák:

- linkcsere egyéb oldalakkal,
- hagyományos marketing és PR,
- reklámozás a keresőoldalakon és egyéb nagy forgalommal működő oldalakon,
- bevételmegosztó programok, ahol az értékesítő partnerek kapják az általuk közvetített értékesítésből származó jövedelem egy meghatározott részét.

Ha az oldalt létrehoztuk és regisztráltuk, az üzlet felépítésének más módszereit is fel kell kutatnunk. Ilyenek pl. a különleges ajánlatok. A látogatók tevékenységét követni lehet az oldalon, és érdeklődési területüknek megfelelő ajánlatokat lehet nekik felkínálni.

Online katalógus

A jó elektronikus kereskedelmi oldal kulcsa, hogy olyan környezetet biztosítsunk, amely megkönnyíti a termékkatalógus böngészését, s látogató végül rendelni fog valamit. Hogy működik ez? A következő részben a vásárlási folyamatra vetünk egy pillantást a vásárló szemszögéből.

Navigáció

A vásárlónak anélkül kell rátalálnia a termékre, hogy végeláthatatlan számú linken, indexen és menün kellene átverekednie magát. A látogatónak nagyon kevés kattintással kell eljutnia a kívánt termékhez, zavaró információs ablakok felugrás nélkül. A legtöbb látogató egyetlen pillantást vet az oldalra, aztán továbbáll. Ha minden egyes kattintással új oldalra mutató link jelenik meg, az átlagosan a látogatók 20%-nak elvesztéséhez vezet. A jó navigáció alapvető fontosságú.

Az információknak teljes körűeknek kell lenniük, ha a vásárló eljut a kívánt termékig. Képeket és diagramokat kell felkínálni ahhoz, hogy a vásárló megérthesse, hogy pontosan mit is kínálunk.

A bevásárlókosár

Ha a termékkatalógus kicsi, akkor egy egyszerű rendelési űrlap tökéletesen megfelel a célra. Nagyobb oldalakon azonban böngészés közben a vásárlók megjelölik az őket érdeklő termékeket, hozzáadják azokat az elektronikus „bevásárlókosárhoz”. A vásárló bármikor úgy dönthet, hogy felülvizsgálja a kosár tartalmát, a költségeket és egyéb jellemzőket. Ez megkönnyíti, hogy a vásárló könnyedén keresgéljen a termékek között.

Fizetési folyamat

Amikor a vásárlási szakasz befejeződött, akkor a vásárló egy linkre kattint, amely a fizetési oldalra vezet. Ebben a szakaszban a vásárló egy listát lát a vásárlásra megjelölt termékekről, az összköltségről, a szállítási, csomagolási, adózási stb. feltételekről. A vásárló ezután szállítási instrukciókat, nevet, címet ad meg. A vásárló normális esetben többféle fizetési lehetőség, bank vagy hitelkártya közül választhat, majd a megadja a kártyaszámot, a nevét és a kártya érvényességi idejét. Ebben a szakaszban a weboldalnak biztonsági módba kell váltania. Az ilyenkor alkalmazott technológia többnyire az SSL (Secure Socket Layer). Ez azt jelenti, hogy a szerverrel folytatott kommunikáció minden egyes eleme olyan módon titkosított, hogy a kommunikációs csatornát esetleg „lehallgató” személyek nem jutnak hozzá a kártyainformációkhoz. A vásárlói bizalom megszerzéséhez fontos, hogy az oldal biztonsági módra váltson rögtön akkor, amikor a kártyaadatokat bekérjük. A vásárló vizuális figyelmeztetést kap a böngészőjétől arról, hogy biztonsági módba került, pl. az Internet Explorerben ezt egy lakat szimbólum jelzi.

Fizetés és a rendelési folyamat

A hitelkártya-használat lépései a következők:

1. Engedélyezés

A kártya terhelésének engedélyezéséhez szükség van a vásárló hitelkártya-kibocsátójának engedélyezésére. Az engedélyezés egyszerűen azt jelenti, hogy a kártya esetleges elvesztéséről/ellopásáról nincs bejelentés, és elég hitelkeret áll rendelkezésre a számlán. A tranzakció nyomán a vásárló hitelkerete időlegesen lecsökken.

2. Megerősítés

Ez a kártyaterheléshez szükséges utolsó lépés. Az engedélyezéssel egyidejűleg is történhet. Biztosítja, hogy az eladó garantálja, hogy a szállítás meghatározott időn belül megtörténik. Más esetekben a megerősítésnek az áru szállításakor kell megtörténnie.

Biztonsági kérdések

Miért más az internet?

Az interneten zajló fizetéseknek van kockázata. A vásárló webszervernek küldött üzenete számos különböző szakaszon megy keresztül, mielőtt célhoz ér. Az információ digitalizált, s egy arra jogosulatlan személy elvben bármelyik üzenetből megfejtheti a hitelkártyaszámot.

A telefonhívásoktól és a faxtól eltérően ez a folyamat itt automatizálható, ezért minden üzenetet könnyen nyomon követhetnek az illetéktelenek.

Biztonságos tartóréteg (biztonságos átviteli protokoll - Secure Socket Layer (SSL))

A fentiek miatt fontos, hogy az átvitel titkosítva legyen. A technológiát támogató böngészők jelzik, ha biztonságos üzemmódra váltottak.