



## Χάρης Ασλανίδης

Μέντορας Επιχειρηματικότητας • [LinkedIn](#)

### Key ideas:

- 1) Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο είναι ένα υποσύνολο της στρατηγικής «Ηλεκτρονικού Επιχειρείν» μιας επιχείρησης και συχνά χρησιμοποιείται με σκοπό να προσθέσει ροές εισοδήματος
- 2) Στο κλάδο των ηλεκτρονικών πωλήσεων η πρώτη απόφαση ενός επιχειρηματία είναι η επιλογή των διαδικασιών εκπλήρωσης των παραγγελιών
- 3) Τα ψηφιακά καταστήματα χρειάζονται ώθηση μέσω ψηφιακών διαφημίσεων

**Ω**ς Ηλεκτρονικό Εμπόριο ή κατά το ευρέως γνωστό ως *e-commerce*, *eCommercen* ή *e-comm*, ορίζεται το εμπόριο παροχής αγαθών και υπηρεσιών που πραγματοποιείται εξ αποστάσεως με ηλεκτρονικά μέσα, βασιζόμενο δηλαδή στην ηλεκτρονική μετάδοση δεδομένων, χωρίς να καθίσταται αναγκαία η φυσική παρουσία των συμβαλλόμενων μερών, πωλητή-αγοραστή.

Είναι ένα υποσύνολο της στρατηγικής «Ηλεκτρονικού Επιχειρείν (e-Business)» μιας επιχείρησης και συχνά χρησιμοποιείται με σκοπό να προσθέσει ροές εισοδήματος. Περιλαμβάνει το σύνολο των διαδικτυακών διαδικασιών: ανάπτυξη, προώθηση, πώληση, παράδοση, εξυπηρέτηση και πληρωμή για προϊόντα και υπηρεσίες.

Το εμπόριο που διεξάγεται κατ' αυτόν τον τρόπο ενσωματώνει καινοτομίες στην ηλεκτρονική μεταφορά χρηματικών πόρων, στην διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας (*supply chain management*), στο διαδικτυακό μάρκετινγκ (*Internet marketing*), στην διεκπεραίωση διαδικτυακών διαδικασιών (*online transaction processing*), στην ανταλλαγή ηλεκτρονικών δεδομένων (*electronic data interchange, EDI*), στην καταγραφή συστημάτων διοίκησης (*inventory management*) και στην αυτοματοποίηση συστημάτων συγκέντρωσης δεδομένων.

## Τα βήματα για ένα επιτυχημένο Ηλεκτρονικό Επιχειρείν

### **Επιλογή της διαδικασίας εκπλήρωσης**

Σήμερα το εύρος των ανταλλαγών που διεξάγονται ηλεκτρονικά, έχει αυξηθεί ασυνήθιστα με την ευρεία χρήση του Διαδικτύου. Αν ενδιαφέρεστε να ενταχθείτε και εσείς στον κλάδο των ηλεκτρονικών πωλήσεων, το πρώτο απαραίτητο βήμα είναι να παρθεί η απόφαση για το αντικείμενο το οποίο θα παρέχετε. Για να γίνει κάτι τέτοιο θα πρέπει να αναζητήσετε προμηθευτές, να δείτε τι προϊόντα μπορούν να σας προσφέρουν και τι κέρδος θα έχετε από αυτά και τέλος να επιλέξετε τον κατάλληλο. Το επόμενο βήμα είναι να γράψετε πώς θα θέλατε να ολοκληρώσετε τις παραγγελίες σας. Ορισμένες εταιρείες χρησιμοποιούν το λεγόμενο «dropshipping», στο οποίο ο προμηθευτής φροντίζει για τα πάντα, συμπεριλαμβανομένης της αποθήκευσης, της συσκευασίας και της αποστολής στον πελάτη. Μια άλλη επιλογή είναι η αυτο-εκπλήρωση ή η μερική αυτο-εκπλήρωση, στην οποία η εταιρεία σας αποθηκεύει τα προϊόντα σε αποθήκη και τα αποστέλλει στους πελάτες. Αυτό είναι πολύ πιο ακριβό, αλλά διατηρείτε μεγαλύτερο έλεγχο στην διαδικασία αποστολής. Τέλος, μια από τις πιο δημοφιλείς μεθόδους εκπλήρωσης σήμερα περιλαμβάνει την μετάβαση με μια εταιρεία εκπλήρωσης τρίτων. Το πιο χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η εκπλήρωση της εταιρείας Am-

αζον, στην οποία μπορείτε να στείλετε όλα σας τα προϊόντα, να τα αποθηκεύσετε εκεί και μέσω αυτής να τα στείλετε στους πελάτες σας.

Ο λόγος που είναι τόσο σημαντικό να αποφασίσετε πρώτα για την διαδικασία εκπλήρωσης είναι διότι πρέπει εξ αρχής να γνωρίζετε εάν οι προμηθευτές είναι σε θέση να παράσχουν αυτόν τον τύπο εκπλήρωσης. Για παράδειγμα, πολλοί προμηθευτές είναι στην ευχάριστη θέση να σας πουλήσουν προϊόντα σε τιμές χονδρικής και να τα στείλουν απευθείας στην εταιρεία σας. Αλλά μπορεί να είναι λίγο πιο δύσκολο να εντοπίσετε προμηθευτές που έχουν επίσης dropshipping προσφορές.

## **2- Δημιουργία ψηφιακού καταστήματος**

Το επόμενο βήμα είναι η επιλογή μιας πλατφόρμας e-commerce. Η επιλογή μιας πλατφόρμας, κατάλληλης για το e-commerce, μπορεί να αποτελέσει μια πραγματική πρόκληση μερικές φορές. Η σύγχρονη αγορά είναι ικανή να σας προσφέρει εκατοντάδες επιλογές, μεταξύ των οποίων η μια είναι καλύτερη από την άλλη.

Προκειμένου να κάνετε το κατάστημά σας περισσότερο επικερδές, οφείλετε να επιλέξετε το καλάθι αγορών που ικανοποιεί τις αρχικές σας ανάγκες και να σας δίνει ταυτόχρονα την απαραίτητη λειτουργικότητα που χρειάζεστε για να αναπτυχθείτε. Μεγαλύτερα παραδείγματα αποτελούν πλατφόρμες Shopify, Magneto, WooCommerce, Open Cart κ.α.

Στην συνέχεια θα χρειαστείτε ένα ποσό το οποίο θα το διαθέσετε για την διαφήμιση του ψηφιακού μαγαζιού σας (e-shop). Όταν το e-shop σας είναι έτοιμο για τις πρώτες του πωλήσεις θα χρειαστεί μια ώθηση ώστε να το γνωρίσει περισσότερος κόσμος. Γι' αυτό καλό θα ήταν να πραγματοποιήσετε τις πρώτες ψηφιακές διαφημίσεις που γίνονται επί πληρωμή π.χ. Google ads, Facebook ads, Instagram ads κ.α. Αυτή η διαδικασία, καλό θα ήταν να πραγματοποιηθεί

από κάποιον ειδικό ώστε να μεγιστοποιηθεί η απόδοση των διαφημίσεων και το κεφάλαιο που θα διαθέσετε να μην πάει χαμένο.

Έπειτα, θα χρειαστείτε ένα Domain. Το Domain είναι μια ιεραρχική μέθοδος ονομασίας υπολογιστών στο Internet. Ένας DNS (Domain Name Server) διατηρεί μια βάση δεδομένων από ονόματα host και IP διευθύνσεις. Κατά συνέπεια, όταν ένα ερώτημα αποστέλλεται σε έναν Domain server, θα απαντηθεί με το όνομα του host αντί με μια αριθμητική διεύθυνση. Αυτό το όνομα είναι αυτό που βλέπουμε στην γραμμή διευθύνσεων του browser μας.

## **3- Στατιστικά στοιχεία**

Τα τελευταία χρόνια τα e-shop έχουν αποκτήσει σημαντικό ρόλο στην αγορά της Ελλάδας. Μεταξύ του 2018 και του 2019 καταγράφηκε σημαντική ανάπτυξη της ελληνικής online αγοράς μόδας. Οι αγορές μέσω διαδικτύου αυξήθηκαν σημαντικά, σε αντίθεση με τις γενικές πωλήσεις στον κλάδο της μόδας, οι οποίες και παραμένουν στα ίδια επίπεδα. Οι μελέτες πρόβλεψης δείχνουν ότι το 2022 οι πωλήσεις αναμένεται να φτάσουν τα 410 εκ. €. Η έλλειψη ποικιλίας, η πολυκοσμία και οι υψηλές τιμές στα φυσικά καταστήματα στρέφουν τους καταναλωτές στην διαδικτυακή αναζήτηση. Ειδικότερα, στα online καταστήματα πιστώνονται οφέλη από τις καλές τιμές (55%), την προσβασιμότητα (54%), την μεγάλη ποικιλία (53%), την αποτελεσματικότητα (29%) και την ευκολία (13%). Μάλιστα ένα ποσοστό 5% αναφέρει ότι ψωνίζει πάντα online.

Η προτίμηση προς τις online αγορές φαίνεται να διατηρήθηκε ακόμη και μετά την άρση των μέτρων και το σταδιακό άνοιγμα της οικονομίας. Στην πιο πρόσφατη έρευνα Fashion Research της εταιρείας GLAMI, ενδιαφέρον είναι ότι εξαιτίας της πανδημίας οι Έλληνες πραγματοποιούν online αγορές μόδας κυρίως λόγω των καλύτερων τιμών (35%) και των εκπτώσεων (28%). Ενδιαφέρον

---

επίσης είναι ότι ένα εξίσου σημαντικό ποσοστό προτιμά τις online αγορές χωρίς συγκεκριμένο λόγο (28% απάντησαν ότι απλά τους αρέσει να ψωνίζουν online). Ένα μικρό μόνο ποσοστό δήλωσε την πανδημία ως λόγο αποφυγής των φυσικών καταστημάτων (5%).

### **Μικρές λεπτομέρειες μεγάλης αξίας**

Είναι σημαντικό για ένα e-shop στην πορεία του να αποκτήσει το δικό του ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Μια επιχείρηση θεωρείται ότι έχει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών της όταν η διατήρηση των αποδόσεων ξεπερνά τον μέσο όρο του κλάδου της. Το πλεονέκτημα αυτό προκύπτει από τα χαρακτηριστικά ενός προϊόντος, που το καθιστούν ανώτερο των ανταγωνιστικών. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την σταδιακή αύξηση των πωλήσεων του.

Ακόμη, για την βελτίωση των πωλήσεων, θα ήταν καλό να καθοριστεί το κοινό για το οποίο προορίζονται τα προϊόντα (target group). Οι επιλογές για το κοινό αυτό γίνονται βάσει δημογραφικών χαρακτηριστικών, ενδιαφερόντων κ.α.

### **Επίλογος**

Για να πραγματοποιηθούν όλες αυτές οι διαδικασίες είναι λογικό να χρειαστείτε βοήθεια. Για αυτό το λόγο, υπάρχουν άτομα που ασχολούνται με κάθε τομέα ξεχωριστά, ώστε να αξιοποιηθούν πλήρως όλοι οι πόροι σας και να μεγιστοποιηθούν τα κέρδη σας.

Σε περίπτωση που παρατηρήσετε μικρό αριθμό πωλήσεων τότε θα χρειαστεί να σκεφτείτε και να αναλύσετε τι δεν λειτουργεί σωστά. Για να συμβεί αυτό σημαίνει ότι κάποια από τις παραπάνω διαδικασίες δεν είναι πλήρως ορθή. Για να καταφέρετε να εντοπίσετε το πρόβλημα πιο εύκολα θα ήταν καλό να αναζητήσετε βοήθεια από κάποιον ειδικό. Αν παρατηρήσετε αυξημένο

αριθμό πωλήσεων σημαίνει ότι όλα λειτουργούν όπως πρέπει. Σε αυτή την περίπτωση θα μπορούσατε να σκεφτείτε τι σας έφερε σε αυτή την θέση και να επενδύσετε σε αυτό.

Τέλος, μια σωστή επιχείρηση θα σκεφτόταν το μέλλον της. Για την σωστή εξέλιξη του e-shop σας είναι απαραίτητο να σκεφτείτε τι άλλο θα μπορούσατε να κάνετε ώστε να συνεχιστεί η καλή πορεία των πωλήσεων, για παράδειγμα επένδυση σε επιπλέον διαφημίσεις, παρουσία σε περισσότερα social media κ.α.