

**REFERAT COMERT ELECTRONIC**

## Comert electronic

Odata cu inceputurile Internetului un nou tip de afacere s-a profilat din ce in ce mai pronuntat pe plan international: comertul online. Au aparut nenumarate site-uri si firme care se ocupa cu vanzarile en-gros de produse prin Internet, cu organizarea de licitatii online, cu furnizarea accesului contracost la pagini cu informatii, intr-un cuvant abordeaza o forma sau alta de comert electronic, un domeniu aflat in plina expansiune. Avantajul comertului online este evident: piata pe Internet creste exponential de la un an la altul. Un site bine lucrat, cunoscut si care ofera produse de calitate la preturi bune va avea mai multi vizitatori, mai motivati si mai inzestrati financiar decat "Consignatia" din coltul strazii.

" Comert electronic sau comert on-line înseamna, în acceptiune "traditionala", utilizarea în retele cu valoare adaugata a unor aplicatii de tipul transferului electronic de documente (EDI), a comunicatilor fax, codurilor de bare, transferului de fisiere si a postei electronice. Extraordinara dezvoltare a interconectivitatii calculatoarelor în Internet, în toate segmentele societatii, a condus la o tendinta tot mai evidenta a companiilor de a folosi aceste retele în aria unui nou tip de comert, comertul electronic în Internet, care sa apeleze - pe lânga vechile servicii amintite - si altele noi.

Este vorba, de exemplu, de posibilitatea de a se efectua cumparaturi prin retea, consultând cataloage electronice "on" pe Web sau cataloage "off" pe CD-ROM si platind prin intermediul cartilor de credit sau a unor portmonee electronice.

Pentru altii, comertul Internet reprezinta relatiile de afaceri care se deruleaza prin retea între furnizori si clienti, ca o alternativa la variantele de comunicatii "traditionale" prin fax, linii de comunicatii dedicate sau retele cu valoare adaugata.

În fine, o alta forma a comertului Internet implica transferul de documente - de la contracte sau comenzi pro forma, pâna la imagini sau înregistrari vocale. "

Deschiderea unui magazin electronic poate ajuta in dezvoltarea afacerii unei firme sau poate deveni o adevarata "durere de cap".

Succesul sau insuccesul depind de stabilirea clara a obiectivelor urmarite la deschiderea magazinului si de planificarea atenta a modului in care activitatea de comert electronic va fi integrata in strategia curenta a firmei si in operatiunile zilnice.

Deschiderea unui magazin electronic presupune mult mai mult decat gasirea unui program potrivit. Inainte de a opta pentru o solutie tehnica sau alta trebuie facut un plan cu ce se vinde si cui, cum se va organiza activitatea etc.

Pentru a fi mai usor am pus la un loc toate resursele de care este nevoie pentru a demara aceasta activitate cat mai rapid si mai eficient:

- consultanta pentru a organiza activitatea
- o solutie tehnica performanta
- servicii de gazduire, promovare si administrare.

### **Servicii de consultanta**

Atunci cand sa va deschide un magazine on line se poate organiza activitatea cu ajutorul unei firme specializate care are avantajul experientei si deci realizarea intr-un timp mai redus a scopului propus.

### **Programul de construire a magazinului electronic**

O solutie robusta, conceputa pe baza studiilor efectuate de specialisti in comert electronic si a experientei acumulate de catre companii ce activeaza de mult timp in acest domeniu. Programul a fost conceput pentru ca eventualul client sa nu devina expert in programare, sa "reinventeze roata" si sa piarda timp si bani in acest proces, ci sa se poata ocupa linistit de afaceri fiind sigur ca a ales o solutie de comert electronic testata in conditii reale, ce include principalele functii si caracteristici de care are nevoie pentru a vinde pe internet. Magazinul standard poate fi oricand dezvoltat pentru a incorpora personalizari sau functii suplimentare de care clientul are nevoie, pastrand intacta functionalitatea sa.

### **Servicii de gazduire a magazinului**

Magazinul vine cu un serviciu de gazduire standard deja inclus, conceput pentru a oferi resursele de care este nevoie in mod normal. Desigur, daca este necesar, se poate opta pentru un pachet mai complex de gazduire.

### **Servicii de promovare a magazinului**

Un magazin electronic oricat de bun ar fi nu poate atrage trafic si vanzari decat daca este promovat intr-un fel sau altul si aici apar serviciile de publicitate care pot fi mai scumpe sau mai ieftine in functie de bugetul alocat acestui scop.

### **Servicii de administrare**

Apar atunci cind se doreste deschiderea unui magazine on-line dar nu se doreste alocarea de personal pentru acesta si se apeleaza la servicii prestate de catre o alta firma care poate introduce produsele in magazin, poate face modificarile periodice de preturi, poate centraliza comenzile si poate chiar distribui marfa catre comparator.

Pentru obtinerea succesului si profitabilitatii trebuiesc stabilite inca de la inceputul activitatii anumite obiective si standarde care trebuiesc atinse in cel mai scurt timp si aici se disting in mod clar urmatoarele directii

- \* Cresterea vanzarilor realizate de magazinul electronic prin
  - Cresterea numarului de vizitatori
  - Imbunatatirea functionalitatii magazinului
  - Cresterea satisfactiei vizitatorilor
  - Cresterea numarului de comenzi primite si a ratei de repetare a comenzilor
  - Cresterea valorii medii a comenzilor
- \* Reducerea costurilor administrative prin
  - Definirea corecta si completa a procedurilor logistice
  - Cresterea eficientei prelucrarii comenzilor
  - Reducerea costurilor de aprovizionare si livrare
  - Reducerea costurilor cauzate de evenimente neprevazute

### **Arhitectura unui sistem de comert electronic.**

Pentru a construi un sistem de e-commerce, din punct de vedere arhitectural este nevoie de colaborarea a patru componente corespunzatoare urmatoarelor roluri:

1) Client. Un echipament, clasic un PC, conectat direct sau indirect la Internet. Cumparatorul foloseste acest echipament pentru a naviga si a face cumparaturi.

2) Comerciant. Sistem informatic , situat de regula la sediul comerciantului, care gazduieste si actualizeaza catalogul electronic de produse disponibile a fi comandate on-line pe Internet.

3) Sistemul tranzactional. Sistemul informatic responsabil cu procesarea comenzilor, initierea platilor, evidenta inregistrarilor si a altor aspecte de business implicate in procesul de tranzactionare.

4) Dispecer plati. . Sistem informatic responsabil cu rulara instructiunilor de plata in interiorul retelelor financiar-bancare, cu verificarea cartilor de credit si autorizarea platilor; acest sistem joaca rolul unei porti care face legatura dintre reseaua globala Internet si subreseaua financiar-bancara (supusa unor cerinte de securitate sporite), poarta prin care accesul este controlat de un "portar" ; pe baza informatiilor specifice cartii de credit (tip\_card, nr\_card) din instructiunile de plata "portarul" redirecteaza informatia catre un centru de carduri (CC - un server certificat in acest scop si agreat de banca emitenta); in acest loc este identificata banca care a emis cardul iar instructiunile de plata sunt trimise mai departe catre serverul acestei banci conectat in reseaua interbancara; odata informatiile ajunse in reseaua bancii cu care lucreaza cumparatorul, sunt efectuate (automat) o serie de verificari privind autenticitatea si soldul disponibil in contul cardului implicat in tranzactie; in functie de rezultatul acestor verificari, banca decide fie efectuarea platii (transfer bancar - catre contul comerciantului care poate fi deschis la orice alta banca), fie refuza sa faca aceasta plata. In ambele cazuri, rezultatul deciziei (confirmare plata sau refuz) este trimis in timp real, parcurgand acest lant de servere in sens invers, catre client. Cu alte cuvinte, in cateva secunde cumparatorul afla daca banca sa a operat plata sau nu.

Un magazin virtual, ca orice afacere care se respecta, incearca sa atraga cat mai multi clienti carora sa le vanda produsele. Problema care apare pentru un roman care vrea sa cumpere ceva dintr-un magazin virtual din afara tarii este modalitatea de plata. Cum sistemele de plata moderne precum Paypal, E-Gold si multe altele nu sunt accesibile si pentru Romania, singura varianta viabila ramane plata cu ajutorul cardurilor. Reputatia pe care insa au capatat-o romanii atunci cand vine vorba de scopurile si etica utilizarii Internetului (tot felul de indivizi ataca diferite servere, se cumpara produse care nu se

platesc, se folosesc carti de credit false, se scot la licitatie obiecte inexistente, se sparg si se golesc conturi bancare, etc.) a facut din Romania o piata mult prea periculoasa pentru un comerciant online. Astfel, pana nu demult, singurii romani ce-si permiteau sa cumpere prin intermediul Internetului erau aceia care puteau stoca pe card sume de pana la mii de dolari reprezentand un fel de garantie pentru onestitate.

Diferenta dintre un site de prezentare si unul de comert electronic este uriasa si nu consta numai in faptul ca cel de-al doilea poate accepta comenzi online.

Un magazin online presupune in primul rand disponibilitatea comerciantului de a-si trata clientii "virtuali" cu aceeaasi seriozitate cu care isi trateaza clientii "reali" ce ii trec pragul magazinului. Odata inteles acest lucru, comerciantul trebuie sa aiba la dispozitia sa mijloacele prin care sa-l puna in practica. Aceasta inseamna in primul rand mijloacele tehnice pentru a putea modifica continutul site-ului in functie de oferta si in al doilea rand mijloacele tehnice pentru a mentine un contact permanent cu vizitatorii (clientii). Daca prima parte este de la sine inteleasa si se refera la actualizarea preturilor, listelor de produse, a promotiilor si discount-urilor oferite, cea de-a doua este deseori neglijata si se refera la existenta unei baze de date cu clienti, carora sa li se transmita periodic noutati, sa li se ofere discount-uri la achizitionari ulterioare, sa li se comunice permanent stadiul comenzii pe care au efectuat-o si, ceea ce este cel mai important, sa li se raspunda prompt la intrebari.

Sa mai adaugam facilitati cum ar fi: formular de cautare a unui produs in baza de date, optiune de promovare de tipul "Recomanda acest produs unui prieten", calculul taxelor de transport in functie de destinatie, afisarea celor mai vandute produse, precum si posibilitatea de plata prin intermediul unui card bancar.

Toate acestea fac dintr-un site de comert electronic o aplicatie deosebit de complexa care, impreuna cu preocuparea permanenta a comerciantului pentru acest canal de vanzare, reprezinta ingredientele principale ale unei afaceri de succes.

Comertul electronic din Romania inregistreaza un ritm de dezvoltare deosebit de dinamic. La nivelul anului 2007 este de asteptat ca cifra tranzactiilor sa depaseasca valoarea de 70 de milioane de euro. Cauzele acestei evolutii pozitive nu sunt greu de identificat, avantajele comertului on-line, fie ca e vorba de cumparator sau de vanzator, fiind clare.

Pe langa eliminarea stresului cauzat de aglomeratie si lipsa timpului, clientul magazinelor virtuale are posibilitatea de a alege dintr-o mare varietate de produse la preturi similare celor practicate in market-urile clasice.

"Amenajarea" unui magazin virtual este mai putin costisitoare, programul este non-stop, costurile de intretinere sunt mult mai reduse iar aria de acoperire este practic nelimitata, livrarea produselor facandu-se prin intermediul serviciilor de curierat.

In acest moment in Romania exista peste 700 de magazine virtuale, insa numai o treime din ele accepta plata cu carduri bancare.

Ritmul de crestere al vanzarilor, de aproximativ 10 -15 % lunar, a permis ca in cursul anului 2006 sa fie consemnate un numar de peste 550 de mii de operatiuni

Principala problema cu care s-au confruntat proprietarii magazinelor virtuale a fost inmultirea incercarilor de fraudă. Astfel, chiar daca piata externa detine aproximativ 90% din numarul total al tranzactiilor, renumele hackerilor din Romania constituie un semnal de alarma pentru potentialii clienti din afara tarii. Cu toate acestea asistam la o piata in plina ascensiune si in tara noastra , asistam la dezvoltarea unui sistem de achizitionare de produse modern care va oferi in urmatoarea perioada de timp multe avantaje dar si surprize.