

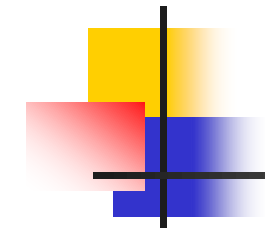
Beogradska akademija poslovnih i umetničkih
strukovnih studija



Menadžment informacioni sistemi

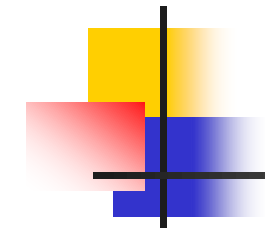
dr Rade Matic

ELEKTRONSKA TRGOVINA: DIGITALNO TRŽIŠTE I ROBA



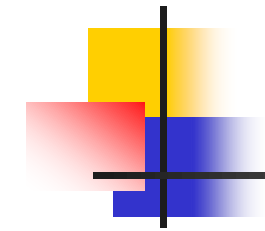
- Digitalne mreže sada omogućavaju izvršavanje poslovnih procesa.
- Koristimo termine elektronsko poslovanje i elektronska trgovina.
- Usmerenost savremenog poslovanja organizacija ka globalnom tržištu podrazumeva integrisanost informacionih i komunikacionih tehnologija, kojima se obezbeđuje protok podataka bez prostornih ograničenja.

ELEKTRONSKA TRGOVINA: DIGITALNO TRŽIŠTE I ROBA



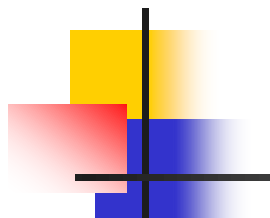
- Elektronsku ekonomiju koja uveliko funkcioniše i u našem okruženju, reprezentuju **tri bitne komponente**:
 - 1. infrastruktura kao podrška elektronskom poslovanju,
 - 2. elektronski poslovni procesi (način kako se realizuje poslovanje),
 - 3. transakcije elektronske trgovine (prodaja i kupovina).

ELEKTRONSKA TRGOVINA: DIGITALNO TRŽIŠTE I ROBA

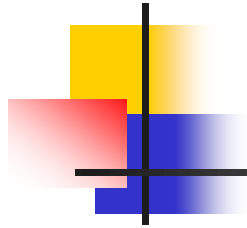


- **Elektronsko poslovanje** ili **e-poslovanje** se odnosi na korišćenje digitalne tehnologije i Interneta za izvršavanje glavnih poslovnih procesa u firmi.
- E-poslovanje uključuje aktivnost internog menadžmenta firme i koordinaciju sa dobavljačima i drugim poslovnim partnerima.
- Ono takođe uključuje i **elektronsku trgovinu** ili **e-trgovinu**.

ELEKTRONSKA TRGOVINA: DIGITALNO TRŽIŠTE I ROBA

- 
- **Pod elektronskim poslovanjem se podrazumeva kupovina i prodaja robe i usluga, briga o klijentima, saradnja sa poslovnim partnerima, elektronske transakcije unutar organizacije gde predmeti transfera mogu da budu: dokumentacija, novac, sredstva itd**
 - Elektronsko poslovanje se obuhvatnije definiše od elektronske trgovine, jer uključuje prodaju i kupovinu proizvoda i usluga, a pored navedenog pruža servise kupcima, saradnju sa poslovnim partnerima, primenu e-učenja i transakcija u okviru organizacije

ELEKTRONSKA TRGOVINA: DIGITALNO TRŽIŠTE I ROBA



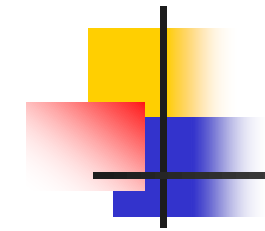
- **Glavni procesi organizacije, koji se relizuju u okviru e-poslovanja, uključuju**
 - proizvodnju (usluge),
 - kupce i
 - interne, upravljački fokusirane poslovne procese

ELEKTRONSKA TRGOVINA: DIGITALNO TRŽIŠTE I ROBA

- Primeri procesa elektronskog poslovanja su:

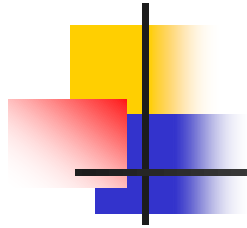
- Proizvodnja – procesi orijentisani na proizvodnju uključuju nabavku, narudžbine, automatizovano vođenje obnavljanja zaliha, procese plaćanja i druge elektronske komunikacije sa dobavljačima, ali isto tako i na kontrolu proizvodnje i sve procese koji su direktno povezani sa procesom proizvodnje;
- Kupci – procesi koji su fokusirani na kupce uključuju marketing, elektronsku prodaju, obradu narudžbenica, isplatu i podršku u odnosu sa kupcima;

ELEKTRONSKA TRGOVINA: DIGITALNO TRŽIŠTE I ROBA



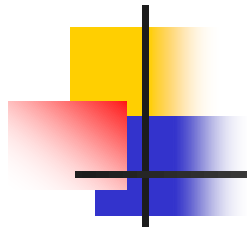
- Ljudi često poistovećuju pojmove elektronsko poslovanje i elektronska trgovina.
- **Elektronska trgovina je samo deo elektronskog poslovanja.**
- Elektronsku trgovinu je moguće definisati sa **dva aspekta. Prvi aspekt se odnosi na komunikaciju** (isporuke robe, servisa, informacija i isplata preko računarske mreže), **dok se drugi odnosi na trgovinu** (kupovina i prodaja robe, servisi, informacije preko Interneta).

ELEKTRONSKA TRGOVINA: DIGITALNO TRŽIŠTE I ROBA



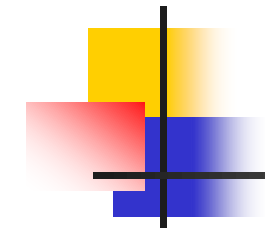
- Dakle, e-trgovina je deo e-poslovanja koji se bavi kupovinom i prodajom dobara i usluga preko interneta.
- Ona takođe obuhvata aktivnosti koje pružaju podršku sledećim tržišnim transakcijama kao što su oglašavanje, marketing, podrška potrošačima, obezbeđenje, isporuka i isplata.

ELEKTRONSKA TRGOVINA: DIGITALNO TRŽIŠTE I ROBA



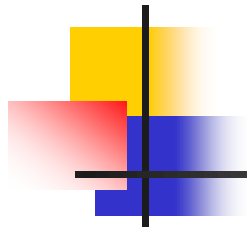
- Tehnologije povezane sa e-poslovanjem su takođe donele slične promene u javnom sektoru.
- **E-uprava (E-government)** se odnosi na primenu Interneta i mrežne tehnologije kako bi se digitalno omogućile veze vlade i agencija u javnom sektoru sa građanima, firmama i drugim telima vlade.
- E-uprava predstavlja obezbeđivanje servisa javne administracije građanima i biznisu elektronskim putem u cilju podsticanja učešća građana u demokratskim procesima i uklanjanju prepreka poslovanju.

ELEKTRONSKA TRGOVINA: DIGITALNO TRŽIŠTE I ROBA



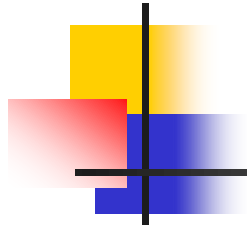
- **Definicija iz perspektive tehnologije:** e-uprava se odnosi na upotrebu informacionih tehnologija (npr. WAN, Internet, mobilno računarstvo) od strane javne uprave, koje imaju moć da promene odnose sa građanima, preduzećima i drugim granama javne uprave (ministarstvima, agencijama).

ELEKTRONSKA TRGOVINA: DIGITALNO TRŽIŠTE I ROBA



- E-uprava ima za cilj da omogući lakšu, jeftiniju, transparentniju interakciju između vlade i građana (G2C), vlade i kompanija (G2B), samih vladinih agencija (G2G). E-uprava se može posmatrati od “on-lajn pristupa servisima” do “alata za izgradnju i obnovu demokratije”.

ELEKTRONSKA TRGOVINA



- E-trgovina se odnosi na korišćenje Interneta i veća za sprovođenje poslovanja. Formalnije rečeno, u e-trgovinu spada sve ono što je digitalno omogućeno sa komercijalnim transakcijama između i u okviru organizacija i pojedinaca.
- Elektronska trgovina predstavlja bilo koju transakciju preko računarske mreže, koja uključuje prenos vlasništva ili prava za korišćenje roba ili usluga.
- Transakcija može ali ne mora da bude novčano izražena (na primer, besplatan softer).

ELEKTRONSKA TRGOVINA

■ Primeri transakcija e-trgovine su:

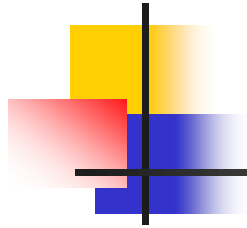
- Individualna kupovina računara, knjiga, sveski na Internetu;
- Rezervacija hotelske sobe za zaposlene iz neke organizacije preko Interneta;
- Besplatno pozivanje telefonskog broja i naručivanje nekog proizvoda preko interaktivnog telefonskog sistema prodavca;

ELEKTRONSKA TRGOVINA

- Primeri transakcija e-trgovine su:

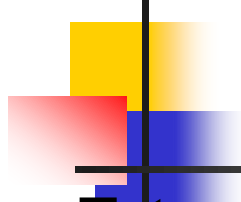
- Organizacija kupuje kancelarijsku opremu onlajn ili preko elektronske aukcije;
- Proizvodni pogon u organizaciji naručuje elektronske komponente iz drugog organizacionog dela u okviru organizacije koristeći Internet organizacije;
- Korisnik povlači novac iz bankomata.

ELEKTRONSKA TRGOVINA

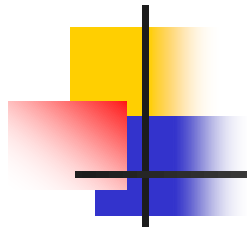


- Digitalna dobra, kao što su muzika, video, softver i knjige mogu biti isporučena preko digitalne mreže.
- Jednom kad se digitalni proizvod napravi, cena isporuke tog proizvoda je ekstremno niža.

ELEKTRONSKA TRGOVINA

- 
-
- E-trgovina ostaje najbrže rastući oblik trgovine kada se uporedi sa fizičkim maloprodajnim radnjama, uslugama i zabavom.
 - Prvi talas e-trgovine je promenio poslovni svet knjiga, muzike i avio putovanja.
 - U drugom talasu, devet novih industrija se suočava sa sličnim scenarijom transformacije: marketing i oglašavanje, telekomunikacija, filmovi, televizija, nakit i luksuzna roba, nekretnine, onlajn putovanje, plaćanje računa i softver.

ELEKTRONSKA TRGOVINA



- Širina ponude e-trgovine raste, posebno u okviru usluga ekonomije i društvenih mreža, putovanja, zabave, maloprodaje odeće, uređaja i nameštaja.
- Onlajn demografija potrošača se širi i može da parira konvencionalnim kupcima.
- Mobilna e-trgovina počinje da se uzdiže u svetu sa uslugama baziranim na lokaciji skidanjem zabavnog sadržaja, uključujući e-knjige.

ELEKTRONSKA TRGOVINA



OSNOVNE TEHNOLOGIJE

- Bežične internet veze (Wi-Fi, WiMax i 3G/4G/LTE telefoni) se brzo šire
- Moćni ručni mobilni uređaju podržavaju muziku, Internet surfovanje i zabavu kao i glasovnu komunikaciju. *Podcasting* i *streaming* se uzdižu kao mediji za distribuciju video, radio i sadržaja stvorenog od strane korisnika.
- Osnova širokopojsanog interneta postaje jača u domaćinstvima i preduzećima kako cene prenosa padaju.

ELEKTRONSKA TRGOVINA

OSNOVNE TEHNOLOGIJE

- Softver za društvene mreže i sajтови kao što su Facebook, MySpace, Twitter, LinkedIn i hiljade drugih postaju glavna nova platforma za e-trgovinu, marketing i oglašavanje. Facebook dostiže preko 4 milijarde, a Skype 500 miliona aktivnih korisnika širome sveta.
- Novi modeli računarstva bazirani na internetu kao što su računarstvo u oblaku, softver kao servis i veb 2.0 softver uveliko smanjuju troškove sajtova za e-trgovinu

ELEKTRONSKA TRGOVINA

POJAVA NOVIH POSLOVNIH MODELA

- Više od polovine populacije korisnika Interneta su uključeni na neku od onlajn društvenih mreža, stvaraju blogove i dele fotografije. Zajedno ti sajtovi stvaraju, poput televizije, masivnu onlajn publiku koja je privlačna za oglašivače
- Tradicionalni poslovni model oglašavanja je ozbiljno uzdrman pošto Google i drugi tehnološki igrači poput Microsoft-a i Yahoo!-a teže da dominiraju onlajn oglašavanjem kao i da se prošire na oflajn posredovanje za televiziju i novine

ELEKTRONSKA TRGOVINA

POJAVA NOVIH POSLOVNIH MODELA

- Novine i drugi tradicionalni mediji usvajaju onlajn, interaktivne modele ali gube prihod od oglašavanja u korist onlajn igrača uprkos pridobijanju onlajn čitalaca

Dimenzija tehnologije e-trgovine	Poslovni značaj
Opšta prisutnost (engl. Ubiquity). Internet/veb tehnologija je dostupna svuda: na poslu, kod kuće i bilo gde putem mobilnih uređaja.	Tržište se proširilo van tradicionalnih granica i uklonjeno je sa vremenske i geografske lokacije. „Tržišni prostor“ bilo gde i bilo kada je stvoren. Kupovina može da se odvija bilo gde. Udobnost klijenta je poboljšana i troškovi kupovine su smanjeni.
Globalna rasprostranjenost. Tehnologija se proteže svuda van nacionalnih granica širom planete.	Trgovina je omogućena bez kulturnih i nacionalnih granica i to neprimetno i bez modifikacija. Tržište uključuje, potencijalno, milijarde potrošača i milione preduzeća širom sveta.
Univerzalni standardi. Postoji jedan set standarda, tzv. Internet standardi.	Uz pomoć jednog seta tehničkih standarda širom planete različiti računarski sistemi mogu lako međusobno da komuniciraju.
Bogatstvo. Video, audio i tekstualne poruke su moguće.	Video, audio i tekstualne marketinške poruke su integrisane u jednu marketinšku poruku i doživljaj potrošača.
Interaktivnost. Tehnologija funkcioniše putem interakcije sa korisnikom.	Potrošači su uključeni u dijalog koji dinamično prilagođava doživljaj prema pojedincu i čini potrošača saučesnikom u procesu isporuke dobara na tržište.
Informaciona gustina. Tehnologija smanjuje troškove informacija i podiže kvalitet.	Troškovi obrade informacija, skladištenja i komunikacije dramatično opadaju dok se optičaj, tačnost i pravovremenost uveliko popravljaju. Informacija postaje obilna, jeftina i preciznija.
Personalizacija/prilagođavanje. Tehnologija dozvoljava da se personalizovane poruke isporučuju kako pojedincima tako i grupama.	Personalizacija marketinških poruka i prilagođavanje proizvoda i usluga su bazirani na individualnim karakteristikama.
Socijalna tehnologija. Stvaranje korisničkog sadržaja i društveno umrežavanje.	Novi internet socijalni i poslovni modeli omogućavaju stvaranje korisničkog sadržaja i distribuciju i podržavaju društvene mreže.

Digitalna tržišta u poređenju sa tradicionalnim tržištem

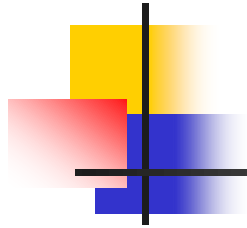
	DIGITALNA TRŽIŠTA	TRADICIONALNA TRŽIŠTA
Informaciona asimetrija (neskladnost / kada jedna strana ima više informacije koje su bitne za transakciju)	Asimetrija je smanjena	Visoka asimetrija
Troškovi pretrage	Niski	Visoki
Troškovi transakcije	Niski (ponekad naizgled nikakvi)	Visoki (vreme, put)
Odloženo zadovoljstvo	Visoko (ili niže u slučaju digitalne robe)	Nisko: kupovina odmah
Troškovi izbora	Niski	Visoki
Dinamične cene	Niski troškovi, trenutno	Visoki troškovi, odloženo
Diskriminacija cena	Niski troškovi, trenutno	Visoki troškovi, odloženo
Segmentacija tržišta	Visoki troškovi, srednja preciznost	Visoki troškovi, manja preciznost
Menjanje troškova	Više/niže (u zavisnosti od karakteristika proizvoda)	Visoko
Efekti umrežavanja	Jaki	Slabiji
Isključivanje posrednika	Vrlo moguće/verovatno	Manje moguće/manje verovatno

TIPOVI E-TRGOVINE

Poslovni sistemi se danas mogu podeliti u tri grupe, prema onlajn prisustvu na tržištu:

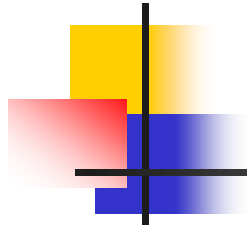
- “cigla-i-malter” (eng. brick-and-mortar) je metafora za sisteme koji koriste isključivo tradicionalne metode prodaje i distribucije i tradicionalne komunikacione medije,
- “cigla-i-klik” (eng. brick-and-click) predstavljaju poslovne sisteme koji klasične kanale prodaje i komunikacije široko podupiru Internet servisima (nabavke, prodaja, komunikacija),
- “dot-com” su poslovni sistemi koji kompletno poslovanje vrše u virtuelnom svetu Interneta i e-trgovine.

TIPOVI E-TRGOVINE



- Postoji mnogo načina za klasifikaciju transakcija elektronske trgovine.
- Jedan od njih je da se posmatra priroda učesnika u transakciji elektronske trgovine.
- Tri glavne forme elektronske trgovine su: B2C, B2B i C2C e-trgovina.
- U novije vreme se javljaju i složenije forme koje nastaju kao kombinacija i nadgradnja postojećih, kao što su na primer: C2B, B2E, B2B2C i C2B2C.

TIPOVI E-TRGOVINE

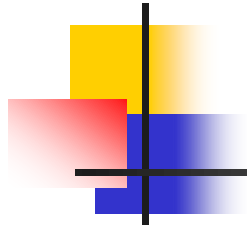


- **Business-to-consumer (B2C)** e-trgovina uključuje maloprodaju proizvoda i usluga pojedinačnim kupcima.

TIPOVI E-TRGOVINE

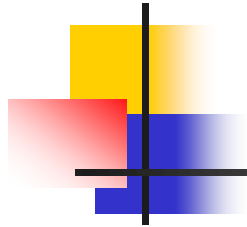
- **Business-to-business (B2B)** e-trgovina uključuje prodaju dobara između firmi. B2B je najznačajnija forma elektronske trgovine. Primarno, B2B trgovina obuhvata razmenu između kompanija, ali se razvijaju i drugi B2B modeli, kao što su e-distributeri, B2B servis provajderi, brokeri
- Osnovna podela različitih B2B mehanizama mogla bi da izgleda ovako:
 - E - prodaja (engl. E - Selling);
 - E - kupovina (engl. E- buying);
 - E - tržišta (engl. E - markets);
- Mehanizmi za podršku (engl. E - Collaboration).

TIPOVI E-TRGOVINE



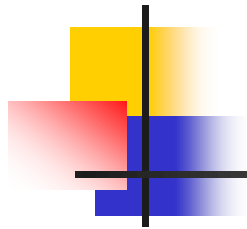
- **Consumer-to-consumer (C2C)** e-trgovina uključuje potrošače koji prodaju direktno potrošačima. Na primer, eBay, ogromni sajt za aukcije omogućava ljudima da prodaju svoju robu drugim potrošačima putem aukcije robe za najveću ponudu ili za fiksnu cenu
- **Consumer-to-business-a (C2B)**. Ovu kategoriju čine pojedinci koji prodaju proizvode ili usluge organizaciji, kao i pojedinci koji traže prodavce i sa njima ostvaruju transakcije

TIPOVI E-TRGOVINE



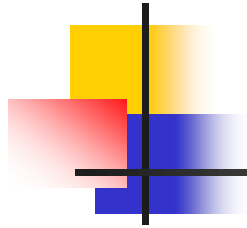
- **B2E (engl. Business to Employee)** je model čija upotreba sve više raste. U praksi ovaj model je više poznat kao Intranet, veb sajt stvoren da zaposlenima i kompaniji pruži informacije
- **B2A (engl. Business to Administration)** pokriva sve internet transakcije između kompanija i državnih organa. Ovaj model uključuje veliki broj usluga, najviše u sledećim oblastima: socijalna zaštita, zapošljavanje, registar i javni zapisnik

TIPOVI E-TRGOVINE



- **C2A (engl. Consumer to Administration)** model pokriva sve elektronske transakcije između pojedinaca i državnih organa. Oblasti na koje se odnosi model uključuju: socijalno osiguranje (davanje informacija i novčane isplate), zdravstvo (zakazivanje pregleda, davanje informacija o bolestima, i plaćanje zdravstvenih usluga), obrazovanje

TIPOVI E-TRGOVINE

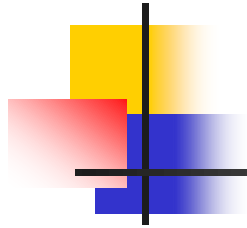


- Osim tih uobičajenih kategorija e-trgovine, postoji još nekoliko kategorija, od kojih su P2P i M-trgovina kategorizovane više na osnovu tehnologija koje koriste, nego prema kriterijumu učesnika u transakcijama
- **Peer to peer tehnologija (P2P)** omogućava korisnicima Interneta da direktno dele fajlove i računarske resurse, tako da ne moraju da obavljaju komunikaciju preko centralnog veb servera. Preuzimanje muzike i deljenje uslužnih fajlova, kao što je Gnutella, tipičan su primer tog vida e-trgovine

TIPOVI E-TRGOVINE

- **Pod M-trgovinom ili mobilnom trgovinom** podrazumeva se korišćenje bežičnih digitalnih uređaja za ostvarivanje transakcija na webu.
- I B2B i B2C transakcije e-trgovine mogu da se odvijaju putem tehnologije m-trgovine. M-trgovina je posebno pogodna za primenu baziranu na lokaciji kao što je pronalaženje lokalnih hotela, restorana, praćenje lokalnog saobraćaja i vremena i obezbeđivanje personalizovanog marketinga baziranog na lokaciji.
- Kao i za mobilno plaćanje računa, bankarstvo, sigurnu trgovinu, ažuriranje rasporeda transporta i skidanje digitalnog sadržaja kao što su muzika, igre i video snimci

Poslovni model e-trgovine



- Promene u korišćenju informacija, koje su ranije opisane, su stvorile uslove za pojavu potpuno novih poslovnih modela, pritom uništavajući starije poslovne modele.
- **Primeri novih** Internet poslovnih modela možemo da vidimo na sledećem slajdu

KATEGORIJA	OPIS	PRIMERI
E-prodavac	Prodaje fizičke proizvode potrošačima ili individualnim preduzećima.	Amazon, RedEnvelope.com
Broker transakcija	Štedi vreme i novac korisnika obradom onlajn transakcija prodaje i generisanjem provizije svaki put kada dođe do transakcije.	ETrade.com, Expedia
Kreator tržišta	Obezbeđuje digitalno okruženje gde kupci i prodavci mogu da se sretnu, pretražuju proizvode, prikazuju ih, uspostavljaju cene za te proizvode. Može da služi potrošačima ili B2B e-trgovini, stvarajući prihod od provizije na transakcije.	eBay, Priceline.com, ChemConnect.com
Provajder sadržaja	Stvara prihod tako što obezbeđuje digitalni sadržaj kao što su vesti, muzika, fotografije ili video putem veba. Potrošač može da plati pristup sadržaju ili prihode može da se stekne prodajom oglasnog prostora.	WSJ.com, GettyImages.com, iTunes.com, Games.com
Kreatori komuna-zajednice	Obezbeđuje onlajn mesto za sastanke gde ljudi sa sličnim interesovanjima mogu da komuniciraju i nađu korisne informacije.	Facebook, MySpace, iVillage, Twitter
Portal	Obezbeđuje inicijalnu tačku ulaska na veb zajedno sa specijalizovanim sadržajem i drugim uslugama.	Yahoo, Bing, Google
Provajder usluga	Obezbeđuje veb 2.0 aplikacije kao što su deljenje fotografija i videa ili generisanje sadržaja i usluga od strane korisnika. Obezbeđuje druge usluge kao što je onlajn skladištenje podataka i bekap.	Google Apps, Xdrive.com

Uvođenje e - trgovine u poslovanje firme

- 1. Reinženjering ili redizajn modela poslovnog sistema (preduzeća) - Uvođenje i korišćenje e-trgovine zahteva novu poslovnu strategiju u čiju se izgradnju mora uključiti najviše rukovodstvo firme, a ne samo informatičari kao što je to kod nas još uvek čest slučaj.
- E-trgovina traži izmenu načina rada, tokova i sadržaja dokumentacije, izmenu organizacije, novu tehnologiju i sl.
- Ona predstavlja tipično pitanje senior menadžmenta.

Uvođenje e - trgovine u poslovanje firme

- 2. Izrada sajta i intraneta za e-trgovinu - Pored projektovanja i izrade softvera i drugih tehnoloških komponenata prvenstveno mreže i baze podataka, u ovoj fazi potrebno je iznajmiti resurse u široj - globalnoj informacionoj infrastrukturi kao što su:
 - Veb server;
 - Baza podataka;
 - Statistika;
 - SSL - servis za šifriranje informacija;
 - Internet Merchant Account - specijalni bankarski račun za primanje uplata od klijentskih kreditnih kartica;

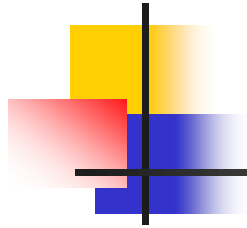
Uvođenje e - trgovine u poslovanje firme

- Kurirske/špediter firme - za slanje naručenih proizvoda;
- Obezbeđenje i mehanizmi zaštite (Firewall, Kriptografija i dr.).
- Pristup komintenata bazama podataka, mogućnosti korišćenja naših servisa, kao i druge prateće usluge treba promovisati kroz sve:
 - Oflajn aktivnosti: reklamne kampanje u medijima, klasični “mail-shotovi” i drugo;
 - Onlajn aktivnosti: prijavljivanjem u veb pretraživačima, mejlom, banerima i slično.

Uvođenje e - trgovine u poslovanje firme

- 3. Stvaranje strateških alijansi - e-trgovina je u suštini novi poslovni model koji otvara nove mogućnosti. Zbog toga je jako bitno razvijati saradnju sa firmama koje nude komplementarne proizvode ili usluge.
- Potencijalni kupac će tako biti brže privučen kompletnijom ponudom, koju čini kombinacija dve ili više ponuda.
- Strateške alijanse imaju i niz drugih ciljeva (izvan e-trgovine), ali je značajno naglasiti da najveći broj ovakvih alijansi, danas u svetu, postoji upravo među firmama koje se bave proizvodnjom ili transferom informacionih tehnologija.

Razvoj veb sajta za e-trgovinu



- Izrada kvalitetnog sajta za e-trgovinu zahteva dobro razumevanje poslovanja, tehnologije i socijalnih pitanja kao i sistematski pristup
- **Dva najvažnija izazova u menadžmentu pri izradi kvalitetnog sajta za e-trgovinu su (1) razvoj i jasno razumevanje vaših poslovnih ciljeva i (2) znati kako izabrati pravu tehnologiju kako bi se postigli ti ciljevi.**

Razvoj veb sajta za e-trgovinu



■ Saveti za izradu uspešnog sajta

- **Učiniti sajt lakšim za korišćenje:** Iako se možda čini privlačnim i zanimljivim dizajniranje veb prezentacije, ne treba zaboraviti svrhu i cilj postojanja veb sajta.
- **Pružiti koristan sadržaj:** Ako se javi potreba za sajtom koji će podržati prodaju putem Interneta, ne treba sadržaj sajta samo na tome da se zadrži

Razvoj veb sajta za e-trgovinu



■ Saveti za izradu uspešnog sajta

- **Povratna informacija od korisnika:** Za uspeh poslovanja od velikog je značaja šta klijenti žele, a potom im pružiti tu uslugu. Od velike je važnosti dobiti povratnu informaciju od posetilaca odnosno, da li su pronašli ono što su tražili
- **Kreiranje e-mail lista:** Od izuzetne važnosti za svaki sajt, su interaktivni servisi koji mu daju potrebnu dinamiku, čine ga zanimljivijim za posetioce i tako obezbeđuju njihov povratak na sajt, a posebno su korisni i za besplatnu promociju sajta

Razvoj veb sajta za e-trgovinu



■ Saveti za izradu uspešnog sajta

- **Knjiga utisaka o sajtu:** Virtuelna knjiga utisaka o sajtu je zamena za klasične knjige utisaka koje se koriste za povratne informacije od strane posetilaca sajta. Vlasnici sajta treba da ih obavezno postavje jer će na taj način brzo doći do dragocenih informacija o kvalitetu svojih usluga
- **Javni forumi (diskusije):** Forumi su mesta korisnika Interneta na određenim veb lokacijama na kojim oni razmenjuju mišljenja o određenoj temi

Razvoj veb sajta za e-trgovinu



■ Saveti za izradu uspešnog sajta

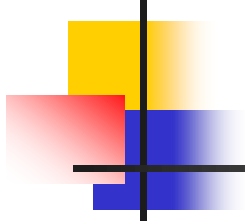
- **Ankete:** Anketiranje kupaca je od izuzetnog značaja za vlasnike sajta, jer se dobija veliki broj povratnih informacija koje rukovodstvo može iskoristiti u kreiranju poslovne politike
- **Nagradna igra:** Uspešne reklamne kampanje na Internetu podrazumevaju organizovanje nagradnih igara za posetioce sajta. Nagradne igre su moćno sredstvo za stimulisanje posetilaca da posećuju veb sajtove

Razvoj veb sajta za e-trgovinu



■ Saveti za izradu uspešnog sajta

- **Personalizacija određenih delova sajta:** Ovaj servis omogućava kvalitetniji pristup informacijama kroz mogućnost personalizacije određenih delova pretrage prema sopstvenim afinitetima. Korisnik koji je zainteresovan za neki od ponuđenih objekata u prilici je da napravi svoj korisnički nalog uz pomoć kojeg će pratiti određenu ponudu ili skup ponuda dobijenih pretragom.



Menadžment informacioni sistemi

Hvala!

Pitanja?

dr Rade Matic