



University of Macedonia
Master Information Systems
Professor: A. A. Economides
Informatics & Telematics Strategies

Title:

«Strategies of B2C e-Commerce Companies»

&

«Case Studies of e-Bookstores»

Student: Terpsiadou Marianthi

A.M. 22106

MIS O622

4th June, 2007



Πανεπιστήμιο Μακεδονίας
ΠΜΣ Πληροφοριακά Συστήματα
Καθηγητής: Αναστάσιος Α. Οικονομίδης
Μάθημα επιλογής :Στρατηγικές Πληροφορικής & Τηλεματικής

ΘΕΜΑ:

«Στρατηγικές επιχειρήσεων λιανικών πωλήσεων στο διαδίκτυο»

&

«Μελέτη περιπτώσεων ηλεκτρονικών βιβλιοπωλείων »

Στοιχεία φοιτήτριας : ΜΑΡΙΑΝΘΗ ΤΕΡΨΙΑΔΟΥ

A.M. 22106

MIS O622

4 Ιουνίου, 2007

Περίληψη

Η Στρατηγική για ανάπτυξη ηλεκτρονικού εμπορίου παρέχει στις επιχειρήσεις ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Είναι μια γενική μεθοδολογία για το πώς μια επιχείρηση πρόκειται να ανταγωνιστεί, ποιοι πρέπει να είναι οι στόχοι της και ποια σχέδια και πολιτικές θα χρειαστούν ώστε να επιτευχθούν οι στόχοι. Πολλές εταιρίες λαμβάνουν υπόψη τις επιπτώσεις του διαδικτύου και του ηλεκτρονικού εμπορίου για το μέλλον τους. Γι' αυτές τις εταιρίες μια στρατηγική ηλεκτρονικού εμπορίου είναι η διαμόρφωση και εκτέλεση ενός οράματος για το πώς μια εταιρία σκοπεύει να κάνει ηλεκτρονικές συναλλαγές. Στις μέρες μας τα περισσότερα Web sites επικεντρώνονται στο άμεσο μάρκετινγκ και πωλήσεις. Επιτυχημένα παραδείγματα εταιριών όπως η Amazon.com, Wal-Mart, η Dell computer καθώς και η εισαγωγή των e-tickets από μεγάλες αεροπορικές εταιρίες, αποδεικνύουν την τεράστια αποδοχή των ηλεκτρονικών λιανικών πωλήσεων.

Στην παρούσα εργασία θα αναπτύξουμε τις στρατηγικές B2C εταιριών που εφαρμόζουν ηλεκτρονικές πωλήσεις βιβλίων και όχι μόνο, σε ολόκληρο τον κόσμο. Με την παρουσίαση της μελέτης των 10 διαφορετικών ηλεκτρονικών βιβλιοπωλείων από Ελλάδα, Αμερική, Αγγλία, Κίνα, Ιαπωνία, Αυστραλία και Αφρική, κατανοούμε τις στρατηγικές τακτικές των εταιριών αυτών στον κόσμο του Διαδικτύου. Στο παράρτημα παρουσιάζονται μελέτες περιπτώσεων άλλων εταιριών που αξίζει να αναφερθούν.

Summary

Strategy for growth of electronic trade provides in the enterprises a competitive advantage. It is a general methodology for how an enterprise is to rival, which should be her objectives and what plans and policies will need in case to achieve these objectives. Many companies take into consideration the consequences of internet and electronic trade for their future. For these companies a strategy of electronic trade is the configuration and implementation of vision for how a company intends to provide electronic transactions. In our days most Web sites are focused in the direct marketing and sales. Successful examples of companies, as the Amazon.com, Wal-Mart, the Dell computer as well as the import of e-tickets from big air companies, prove the enormous acceptance of electronic retail sales.

In the present work we will develop the strategic B2C of companies that apply electronic sales of books and not only, in the entire world. With the presentation of study of 10 different electronic bookshops from Greece, America, England, China, Japan, Australia and Africa, we comprehend the strategic tactics of these companies in the world of Internet. In the annex, are presented case studies of other companies that deserves to be mentioned

Περιεχόμενα

1) Πρόλογος– Ορισμός & Κατηγορίες Ηλεκτρονικού Εμπορίου.....	5
2) Σημασία της τεχνολογίας-information technology-.....	6
3) 1ο Case Study Επιχειρήσεων – Οργανισμών στην Ελλάδα.....	9
4) 2ο Case Study Επιχειρήσεων – Οργανισμών στην Ελλάδα.....	12
5) 1ο Case Study Επιχειρήσεων – Οργανισμών στην Αμερική.....	15
6) 2ο Case Study Επιχειρήσεων – Οργανισμών στην Αμερική.....	17
7) Case Study Επιχειρήσεων – Οργανισμών στην Κίνα	21
8) Case Study Επιχειρήσεων – Οργανισμών στην Ν.Αφρική.....	23
9) 1ο Case Study Επιχειρήσεων – Οργανισμών στην Αγγλία.....	25
10) 2ο Case Study Επιχειρήσεων – Οργανισμών στην Αγγλία....	27
11) 1ο Case Study Επιχειρήσεων – Οργανισμών στην Ιαπωνία.....	28
12) 1ο Case Study Επιχειρήσεων – Οργανισμών στην Αυστραλία.....	32
13) Επίλογος-Συμπεράσματα.....	33
14) Παράρτημα.....	34
15) Βιβλιογραφία.....	36

Πρόλογος

ΟΡΙΣΜΟΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

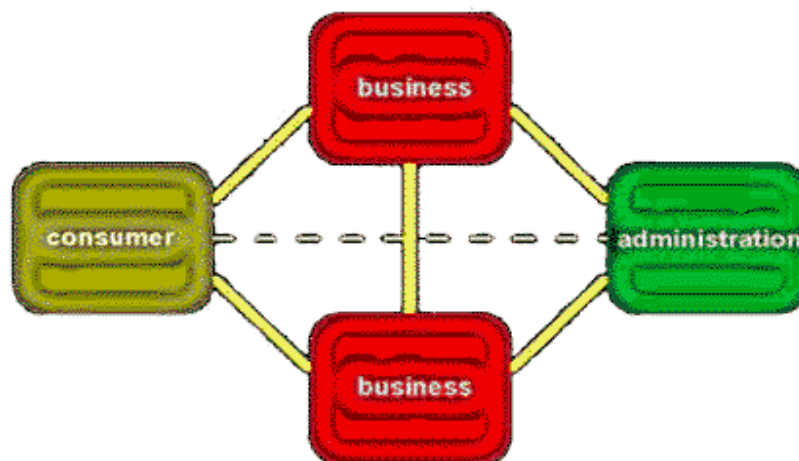
Το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί να οριστεί από τέσσερις διαφορετικές οπτικές γωνίες:

- Επιχειρήσεις: Ως εφαρμογή νέων τεχνολογιών προς την κατεύθυνση του αυτοματισμού των συναλλαγών και της ροής εργασιών.
- Αγαθά κ Υπηρεσίες: Ως μηχανισμός που έχει στόχο να ικανοποιήσει την κοινή επιθυμία προμηθευτών και πελατών για καλύτερη ποιότητα υπηρεσιών, μεγαλύτερη ταχύτητα εκτέλεσης συναλλαγών και μικρότερο κόστος.
- Απόσταση: Ως δυνατότητα αγοραπωλησίας προϊόντων και υπηρεσιών μέσω του Internet ανεξάρτητα από τη γεωγραφική απόσταση.
- Επικοινωνία: Ως δυνατότητα παροχής πληροφοριών, προϊόντων ή υπηρεσιών, και πληρωμών μέσα από δίκτυα ηλεκτρονικών υπολογιστών.

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Όπως φαίνεται στην εικόνα 1 το Ηλεκτρονικό Εμπόριο μπορεί να υποδιαιρεθεί σε 4 κατηγορίες :

- επιχείρηση – επιχείρηση
- επιχείρηση - καταναλωτής
- επιχείρηση - δημόσια διοίκηση
- καταναλωτής - δημόσια διοίκηση



Εικόνα 1

Το ηλεκτρονικό εμπόριο μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών (business-to-consumer ή B2C) αφορά τις πωλήσεις από επιχειρήσεις σε καταναλωτές. Κατά αναλογία θα το αποκαλούσαμε λιανικό ηλεκτρονικό εμπόριο. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν οι πωλήσεις βιβλίων, υπολογιστών ή ακόμη και συνδρομών περιοδικών.

Οι καταναλωτές μπορούν ήδη να βρουν πληροφορίες για πολλά προϊόντα στο δίκτυο, μέσα από τις ιστοσελίδες ενός μεγάλου αριθμού επιχειρήσεων, να αγοράσουν προϊόντα χρησιμοποιώντας πιστωτικές κάρτες ή συστήματα SET, ακόμη και να παραλάβουν αμέσως τα προϊόντα από το δίκτυο, αν αυτά μπορούν να αποσταλούν σε ψηφιακή μορφή [Nielsen, 1999].

Προς το παρόν το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει μικρή διάδοση, αλλά με το σημερινό ρυθμό αύξησης των ηλεκτρονικών υπολογιστών και των συνδρομητών στο Internet υπάρχει στις ΗΠΑ και στο μεγαλύτερο μέρος της Ευρώπης ένα υπολογίσιμο δυναμικό για τη δημιουργία μιας ηλεκτρονικής αγοράς, που θα επιτρέπει στους καταναλωτές να διαλέγουν προϊόντα και να ψωνίζουν από το σπίτι τους [Consumers International, 1998].

ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ Ι.Τ. ΣΤΟΥΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥΣ ΚΑΙ ΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Η συμβολή της Τεχνολογίας της Πληροφορικής και ειδικότερα των πληροφοριακών συστημάτων στη λειτουργία, ανάπτυξη και βελτίωση των δομών και διαδικασιών των οργανισμών λαμβάνοντας υπόψη τις νέες οικονομικές συνθήκες που διαμορφώνονται παγκοσμίως λόγω της εξάπλωσης νέων τεχνολογιών και του διαδικτύου (internet) είναι αδιαμφισβήτητη. Επιπρόσθετα, ο βασικός ρόλος της Τεχνολογίας της Πληροφορικής είναι να παρέχει στους οργανισμούς στρατηγικό και διατηρήσιμο στο χρόνο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα διευκολύνοντας την επίλυση προβλημάτων, την αύξηση παραγωγικότητας και ποιότητας, τη βελτίωση των υπηρεσιών προς τους πελάτες, την ενδυνάμωση της επικοινωνίας και της συνεργασίας και την αναδιοργάνωση των επιχειρησιακών διαδικασιών.

Η διαχείριση των πληροφοριακών πόρων, των νέων τεχνολογιών και των δικτύων επικοινωνίας αποτελούν ένα ή ακόμη τον κρίσιμο παράγοντα επιτυχίας στις λειτουργίες πολλών οργανισμών και θα είναι απαραίτητη για την επιβίωση των οργανισμών στην ψηφιακή οικονομία. Επιπρόσθετα, η γρήγορα αυξανόμενη χρήση του Παγκόσμιου Ιστού, του Διαδικτύου και του ηλεκτρονικού εμπορίου (e – Commerce) αλλάζουν τον τρόπο λειτουργίας των οργανισμών καθώς και τον τρόπο επιχειρηματικής δράσης.

Η ιδέα της πλοήγησης :

Ένα από τα κύρια χαρακτηριστικά της τεχνολογίας Διαδικτύου είναι η τεχνολογία Πλοήγησης (Browser). Χάρη στην τεχνολογία πλοήγησης, οι χρήστες μπορούν να πλοηγηθούν μέσω του World Wide Web. Στην επιχείρηση σε καταναλωτικούς όρους, αυτό μεταφράζεται στις δυνατότητες για τον τελικό καταναλωτή να μελετήσει και να συγκρίνει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που είναι διαθέσιμα στην αγορά.

Κατά συνέπεια η τεχνολογία browser αλλάζει τους παραδοσιακούς κανόνες για ανταγωνισμό με την εισαγωγή, της διανομής και το μάρκετινγκ μιας νέας λειτουργίας που καλείται ναυσιπλοΐα (navigation).

Οι παραγωγοί :

Ενδιαφέρονται πρώτιστα για τη λειτουργία της παραγωγής και τείνουν να στηριχθούν στους φυσικούς λιανοπωλητές για τη λειτουργία της διανομής.

Οι φυσικοί λιανοπωλητές :

Οι φυσικοί λιανοπωλητές παρέχουν τις λειτουργίες της διανομής, καθώς ολόκληρη τη σειρά των δραστηριοτήτων του μάρκετινγκ, από την εταιρική διαφήμιση μέχρι την προώθηση προϊόντων προκειμένου να αποκτηθεί η πίστη των τελικών καταναλωτών.

Οι e-Tailers:

Είναι παρόμοιοι με τους φυσικούς λιανοπωλητές, εκτός από την υπηρεσία navigation. Για παράδειγμα η Amazon, λέγεται να δίνει πρόσβαση στα εκατομμύρια καταναλωτών σε χιλιάδες προϊόντα σε επίπεδο navigation.

Οι πλοηγοί :

. Είναι μεσίτες και βάζουν τον τελικό καταναλωτή σε επαφή με την προσφορά για την ικανοποίησή του. Θα πούμε ότι συνδέονται με τους πελάτες τους. Για τον ίδιο λόγο τείνουν να μην περιληφθούν στο μάρκετινγκ του προϊόντος και τις υπηρεσίες

Κατά συνέπεια οι επιχειρήσεις που είναι βασισμένες στο διαδίκτυο, διαφέρουν από τους παραδοσιακούς φορείς, για τις προηγμένες ικανότητές τους στη ναυσιπλοΐα (navigation). Ο Evans και Wurster απαρίθμησαν αυτές τις ικανότητες σύμφωνα με 3 διαστάσεις: η προσιτότητα (Reach), η αφθονία (Richness) και ο συνεταιρισμός (Affiliation). Αυτές οι τρεις διαστάσεις αναμένονται για να παρέχουν ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε αυτές τις επιχειρήσεις.

- Η "προσιτότητα" (Reach), είναι η ικανότητα να γίνουν οι συνδέσεις με έναν μεγάλο αριθμό πελατών για έναν μεγάλο αριθμό αγαθών και υπηρεσιών. Αυτό χαρακτηρίζει την Amazon, όταν παρέχει χιλιάδες βιβλία από όλους τους συντάκτες σε εκατομμύρια αναγνώστες σε όλο τον κόσμο.
- Η "αφθονία" (Richness) είναι η ικανότητα να παρασχεθούν λεπτομερείς και σχετικές πληροφορίες σε κάθε πελάτη σύμφωνα με τις ανάγκες του. Αν και πολλά προϊόντα δεν απαιτούν πολλές πληροφορίες προκειμένου να είναι σε θέση οι αγοραστές να τα επιλέξουν και να τα συγκρίνουν, μερικά άλλα προϊόντα ζητούν μεγάλο όγκο πληροφοριών από τον καταναλωτή για να αποφασίσει για την αγορά τους (για παράδειγμα, η αγορά ενός αυτοκινήτου).
- Ο συνεταιρισμός (Affiliation) είναι η ικανότητα του να συνδεθεί η επιχείρηση με τον πελάτη, μια κατάσταση όπου η επιχείρηση υπερασπίζεται το συμφέρον πελατών αντί του προμηθευτή.

**ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΠΟΥ
ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΟΥΝ ΛΙΑΝΙΚΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ
- CASE STUDIES -**

Λίγα λόγια για το ελληνικό ηλεκτρονικό εμπόριο :

Η ανάπτυξη της Ελληνικής αγοράς Internet χρονολογείται από τα μέσα της προηγούμενης δεκαετίας και έχει διαφορά φάσης περίπου 5 χρόνων από τις αναπτυγμένες διεθνείς αγορές. Σύμφωνα με την Κλαδική Μελέτη «Υπηρεσίες Internet», για την Ελλάδα, ICAP, Νοέμβριος 2001:

- το ηλεκτρονικό επιχειρείν και εμπόριο βρίσκεται ακόμα σε νηπιακό στάδιο και σε τούτο συμβάλλει και η έλλειψη παράδοσης στις συναλλαγές εξ αποστάσεως
- 12% των επιχειρήσεων έχει παρουσία στο Internet το 2001

Ηλεκτρονικές συναλλαγές B2C στην Ελλάδα (Επιχείρηση προς καταναλωτή) :

- Υπάρχουν 352 ηλεκτρονικά καταστήματα τα οποία υποστηρίζουν ολοκληρωμένες εμπορικές συναλλαγές, δηλ. διαθέτουν καλάθι αγορών, σύστημα ασφαλείας προσωπικών δεδομένων και υπηρεσία παράδοσης κατ' οίκον. Επίσης αναφέρεται και ένας μεγάλος αριθμός e-malls (200). Το ποσοστό των online καταστημάτων στο σύνολο του λιανικού εμπορίου είναι της τάξης του 0,4 - 0,6%. Ο αριθμός των επιχειρήσεων που διαθέτουν ενοποιημένο σύστημα ERP και πλατφόρμα ηλεκτρονικού εμπορίου δεν υπερβαίνει τις 5.
- δεν υπάρχει ακόμα μια κρίσιμη αγοραστική μάζα που να δικαιολογεί μεγάλες επενδύσεις. Οι επιχειρήσεις δεν έχουν συνειδητοποιήσει ακόμα τις δυνατότητες που απορρέουν από την εφαρμογή μεθόδων και τεχνικών ηλεκτρονικού επιχειρείν.

1ο Case Study Επιχειρήσεων – Οργανισμών στην Ελλάδα



Γενικά για την εταιρία

Το βιβλιοπωλείο **ΙΑΝΟΣ**, ιδρύθηκε τον **Σεπτέμβριο** του **1984** στη **Θεσσαλονίκη**, από τον **Νίκο Καρατζά**. Το **πρώτο κατάστημα**, που αποτελεί και την **έδρα** της επιχείρησης ως σήμερα, δημιουργήθηκε στην οδό **Αριστοτέλους 7** και αποτελεί έναν πολιτιστικό πολυχώρο, που περιλαμβάνει βιβλιοπωλείο, αίθουσα τέχνης και χώρο πολιτιστικών εκδηλώσεων. Ταυτόχρονα αναπτύχθηκε και η εκδοτική δραστηριότητα των **Εκδόσεων ΙΑΝΟΣ**, που εγκαινιάστηκε το **1982** με την κυκλοφορία του περιοδικού "**Ιανός, ένα τετράδιο αναζητήσεων**".

Το **1994** άνοιξε τις πόρτες του το δεύτερο κατάστημα, στην **Καλαμαριά**, ενώ ακολούθησαν έως το **2005** άλλα πέντε, με τελευταίο αυτό της **Αθήνας**, στην **οδό Σταδίου 24**.

Επίσης, από το **1998** λειτουργεί στην ηλεκτρονική διεύθυνση **www.ianos.gr**, το **ηλεκτρονικό βιβλιοπωλείο του ΙΑΝΟΥ**.

Στόχοι της εταιρίας :

Ο **ΙΑΝΟΣ** είναι από τις πιο πρωτοποριακές και επιτυχημένες επιχειρήσεις στον χώρο του βιβλίου και του πολιτισμού γενικότερα. **Στόχος** του είναι να προβάλλει πάντοτε τη συνομιλία και την **ουσιαστική επικοινωνία** με συγγραφείς, εικαστικούς καλλιτέχνες και όσους ενδιαφέρονται για τον **πολιτισμό**. Ο συνδυασμός του παλιού και του καινούριου, της παράδοσης και της νεωτερικότητας, της ιστορίας και του μέλλοντος είναι η δύσκολη ισορροπία που φιλοδοξεί να διατηρήσει και να υπηρετήσει με τις δραστηριότητές του.

Αγκαλιάζει τις ανάγκες του **σύγχρονου αναγνώστη** και, με άξονα το **βιβλίο**, διαμορφώνει ένα ζωντανό σημείο συνάντησης, που συνδέει καθημερινά τους **αναγνώστες** και τους φίλους της τέχνης με τα βιβλία και τους **δημιουργούς**, με τις ιδέες, τα ρεύματα και τις τάσεις της εποχής μας.

Το ηλεκτρονικό βιβλιοπωλείο Ιανός :

Πέρα από κάθε τοπικό και γεωγραφικό σύνορο, τον **ΙΑΝΟ** μπορεί να επισκεφθεί οποιοσδήποτε από οποιοδήποτε σημείο του κόσμου στην ηλεκτρονική διεύθυνση **http://www.ianos.gr**. Το **ηλεκτρονικό βιβλιοπωλείο**, που λειτουργεί από το **1998**, ενημερώνει για όλη την ελληνική βιβλιογραφία και εκτελεί **παραγγελίες σ' όλο τον κόσμο**.

Σκοποί του είναι:

- Η προβολή και η διάδοση του ελληνικού βιβλίου στο εξωτερικό.
- Η εύκολη και άνετη πρόσβαση στον κόσμο του βιβλίου από το σπίτι ή το γραφείο.
- Η άμεση εξυπηρέτηση του αγοραστικού κοινού σε ολόκληρο τον κόσμο.
- Η κάλυψη των αναγκών της επιστημονικής κοινότητας για έγκυρη ενημέρωση αναφορικά με την ελληνική βιβλιογραφία.

Το ανθρώπινο δυναμικό της εταιρίας :

Η **ΙΑΝΟΣ Α.Ε.** προκειμένου να αναπτύξει με τον καλύτερο τρόπο τις δραστηριότητές της:

Στελεχώνεται από 100 περίπου άτομα έμπειρο προσωπικό, κατάλληλα ειδικευμένο σε όλα τα επίπεδα και όλους τους τομείς. Φροντίζει για τη διαρκή εξέλιξη του προσωπικού της, μέσω εκπαιδευτικών επαγγελματικών σεμιναρίων και συνεχούς ενημέρωσης για τις εξελίξεις στο χώρο του βιβλίου και της αγοράς συνολικότερα. Παρέχει πληροφορίες για προσφορά εργασίας σε όσους ενδιαφέρονται.

Τρόποι πληρωμής για ηλεκτρονικές συναλλαγές :

1. ΓΙΑ ΠΕΛΑΤΕΣ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ

Υπάρχουν δύο τρόποι πληρωμής :

- Αντικαταβολή
- Πιστωτική Κάρτα (Visa, Mastercard, Diners)

2. ΓΙΑ ΠΕΛΑΤΕΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ

Υπάρχει ένας μόνο τρόπος πληρωμής με Πιστωτική Κάρτα (Visa, Mastercard). Δυστυχώς, ούτε το Ταχυδρομείο, ούτε η Courier υποστηρίζουν τη δυνατότητα αποστολής παραγγελιών στο εξωτερικό με αντικαταβολή ως τρόπο πληρωμής

Τα έξοδα αποστολής εξαρτώνται από το βάρος των βιβλίων και τον τρόπο παράδοσης που έχουν επιλέξει οι πελάτες. Η πολιτική της εταιρίας είναι να χωρίζουν τα βιβλία σε δύο ή περισσότερα πακέτα, αν χρειαστεί, έτσι ώστε να μειωθούν τα έξοδα αποστολής (κατά βάση για τις αποστολές εξωτερικού).

Ασφάλεια Συναλλαγής

Όλες οι ενέργειες μέσα στον ιστοχώρο του Ιανού που αφορούν την καταχώρηση και αποστολή των προσωπικών στοιχείων (συμπεριλαμβανομένων και των στοιχείων της πιστωτικής κάρτας) γίνονται σε απόλυτα ασφαλές περιβάλλον. Ο Ιανός, σε συνεργασία με τη VeriSign, την αμερικανική εταιρεία παροχής πρωτοκόλλου ασφαλείας SSL (Secure Socket Layers), διασφαλίζει την μεταγωγή των δεδομένων από τον υπολογιστή του χρήστη στον server της εταιρίας με κωδικοποίηση 40 bit.

Τρόποι Αναζήτησης των βιβλίων της εταιρίας :

1. Γρήγορη αναζήτηση: Με χρήση ως φίλτρα αναζήτησης τον τίτλο, το θέμα ή και τον συγγραφέα.
2. Εκτεταμένη αναζήτηση: Με χρήση ενός ή και περισσότερων φίλτρων (τίτλος, κατηγορία, υποκατηγορία, συγγραφέας, εκδοτικός οίκος, ISBN, έτος έκδοσης, χώρα προέλευσης, μεταφραστής) στην αναζήτηση σας.

2ο Case Study Επιχειρήσεων – Οργανισμών στην Ελλάδα



Η πορεία των βιβλιοπωλείων Παπασωτηρίου από το 1974 μέχρι και σήμερα :

Ο Γεώργιος Παπασωτηρίου, εμπνευστής και δημιουργός της ΠΑΠΑΣΩΤΗΡΙΟΥ Α.Ε είναι, ξεκίνησε την πορεία του στο χώρο του βιβλίου το 1974 εκδίδοντας τεχνικά βιβλία.

Το 1981 δημιουργήθηκε το πρώτο βιβλιοπωλείο στην περιοχή του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου, δρόμος που τώρα πια έχει ταυτιστεί με το τεχνικό-επιστημονικό βιβλίο και την πληροφορική.

Το 1983 επεκτάθηκε στο διπλανό κατάστημα και το 1985 η επέκταση ολοκληρώθηκε σε ένα μαγαζί όπως υπάρχει και σήμερα. Το πρώτο αυτό βιβλιοπωλείο είχε έναν αυστηρά τεχνικό προσανατολισμό, με βιβλία που απευθύνονταν στις σχολές του Πολυτεχνείου, στις τεχνικές σχολές όλων των βαθμίδων και στις θετικές σχολές των Πανεπιστημίων.

Το 1989 δημιουργήθηκε το κατάστημα στην οδό Στουρνάρη 35. Ένα μεγάλο, άνετο, σύγχρονο βιβλιοπωλείο, η επιτυχία του οποίου ήταν η αρχή για την ανάπτυξη μιας αλυσίδας βιβλιοπωλείων.

Τον Μάρτιο του 1993 η εταιρία μετατράπηκε σε Ανώνυμη Εταιρία, την «ΠΑΠΑΣΩΤΗΡΙΟΥ Α.Ε» που προήλθε από συγχώνευση της ατομικής επιχείρησης Αλεξάνδρα Παπασωτηρίου με την ομόρρυθμη εταιρεία Α.ΠΑΠΑΣΩΤΗΡΙΟΥ & ΣΙΑ 0.Ε έχοντας αρχικό μετοχικό κεφάλαιο 130.000.000 δ.ρ.χ.

Το 1998, η εταιρία ενισχύοντας το πρωτοποριακό της πνεύμα, εγκαινίασε το πρώτο ηλεκτρονικό βιβλιοπωλείο. Η αποδοχή από το κοινό ήταν θετική και το 2001 το ύψος των πωλήσεων προβλέπεται να φτάσει τα 50 - 60 εκ.δρχ. παρά το γεγονός ότι βρίσκεται σε στάδιο ανανέωσης και εκσυγχρονισμού.

Τον Νοέμβριο του 1999 μεταβιβάστηκε το 30% της εταιρίας στον Δημοσιογραφικό Οργανισμό Λαμπράκη (Δ.Ο.Λ).

Ήταν μια στρατηγική απόφαση, που επιλέχθηκε για να μπορέσει η εταιρία να υλοποιήσει ταχύτερα τους στόχους της.

Τον Μάρτιο του 2001 συμμετέχει στην ίδρυση της εταιρείας Presspoint S.A., η οποία εγκαινίασε 4 καταστήματα λιανικής πώλησης στο Διεθνές Αερολιμένα Αθηνών «Ελευθέριος Βενιζέλος».

Μετά από 22 χρόνια εμπειρίας στο χώρο των εξειδικευμένων και μη βιβλίων, περιοδικών, CD-ROM, κ.λ.π, συνεισφέρει στην εκπαίδευση, στην πληροφόρηση και στην ενημέρωση, κάνοντας το βιβλίο πιο προσιτό και την πληροφόρηση για τις τεχνολογικές εξελίξεις και την πληροφορική πιο άμεση.

Πέραν αυτών, τα βιβλιοπωλεία Παπασωτηρίου έχουν πλέον επεκτείνει τη θεματολογία που προσφέρουν και σε άλλες κατηγορίες γενικότερου ενδιαφέροντος, όπως λογοτεχνία, παιδικό βιβλίο, λεξικά, φιλοσοφία, ταξιδιωτικούς οδηγούς κ.α, παρουσιάζοντας έτσι στο κοινό μια πληρέστερη ποικιλία βιβλίων, που καλύπτουν όλες τις ανάγκες για διάβασμα και ενημέρωση.

Σήμερα, τα βιβλιοπωλεία Παπασωτηρίου έχουν ήδη αναπτύξει ένα δυναμικό δίκτυο καταστημάτων, δίνοντας έτσι τη δυνατότητα εξυπηρέτησης σε ένα ευρύτερο κοινό τόσο στην Αθήνα όσο και σε άλλες μεγάλες επαρχιακές πόλεις καθώς και στην Λευκωσία της Κύπρου.

Για την ανάπτυξη καταστημάτων στην περιφέρεια έχει επιλεγεί η μέθοδος του **franchising**.

Έτσι σήμερα, αποτελούν ήδη την μεγαλύτερη αλυσίδα βιβλιοπωλείων στη χώρα μας τόσο από άποψη γεωγραφικής εξάπλωσης και από αριθμό καταστημάτων όσο και από κύκλο εργασιών.

Κύριο και πρωταρχικό μέλημα της εταιρείας είναι η **γνωστοποίηση των όρων**, που διέπουν τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις του **Papasotiriou.gr** προς όλους τους επισκέπτες των ιστοσελίδων του και που σκοπό έχει την ενημέρωσή σας για τα δικά σας δικαιώματα και υποχρεώσεις και την καλύτερη εξυπηρέτησή στην αναζήτηση και αγορά των προϊόντων από το κατάστημά της.

Η εταιρεία, υπακούοντας πιστά στις αρχές της προστασίας των προσωπικών δεδομένων που προβλέπονται από τους σχετικούς νόμους και διεθνείς συμβάσεις δεν πρόκειται να προβούν σε οποιαδήποτε αθέμιτη και χωρίς την προηγούμενη έγκρισή των πελατών χρήση. Το **Papasotiriou.gr** με κανέναν τρόπο δεν αποκαλύπτει, δημοσιοποιεί, πωλεί, ανταλλάσσει τα προσωπικά στοιχεία και τις πληροφορίες που του εμπιστεύονται. Εξαιρετικά μπορεί να δημοσιοποιηθούν προσωπικά στοιχεία από την εταιρεία, τηρουμένης πάντα της προβλεπόμενης από το νόμο διαδικασίας όταν τούτο επιβάλλεται από Δημόσια Αρχή, δικαστήριο.

Το **Papasotiriou.gr** επιφυλάσσει του δικαιώματος του να **ενημερώνει τους προμηθευτές** του με στατιστικές καταστάσεις πωλήσεων, οι οποίες όμως σε καμία περίπτωση δεν θα περιέχουν προσωπικά στοιχεία που μπορεί να οδηγήσουν σε αναγνώριση ατόμων.

Διαθεσιμότητα των βιβλίων :

Τα περισσότερα προϊόντα βρίσκονται ήδη στις αποθήκες της εταιρίας. Υπάρχει όμως περίπτωση να εξαντληθεί το στοκ. Για να είναι πάντα ξεκάθαροι οι χρόνοι παράδοσης δίπλα από κάθε προϊόν αναγράφεται η διαθεσιμότητά του.

Η ιστοθέση της εταιρίας (Web Site), περιέχει τις εξής κατηγορίες βιβλίων στα Ελληνικά :

1. Φιλοσοφία-Λογοτεχνία
2. Ψυχολογία-Δοκίμια
3. Κοινωνικές Επιστήμες

4. Καλές Τέχνες-Παιδικά
5. Φυσικές Επιστήμες
6. Λεξικά-Γλώσσες
7. Θρησκεία
8. Οικονομία-Τεχνολογία
9. Ιστορία-Γεωγραφία
10. Πληροφορική

Επίσης παρέχει προσφορές, νέες κυκλοφορίες, κατηγορία βιβλίων στα αγγλικά, τα νέα της εταιρίας και τις εκδηλώσεις της.

Προστασία των συναλλαγών :

Το **Papasotiriou.gr** χρησιμοποιεί το πρωτόκολλο SSL, με κρυπτογράφηση 128bit (την πιο ισχυρή σήμερα), για ασφαλείς on-line εμπορικές συναλλαγές. Με αυτό τον τρόπο κρυπτογραφούνται όλες οι προσωπικές πληροφορίες, συμπεριλαμβανομένων του αριθμού της πιστωτικής κάρτας, του ονόματος και της διεύθυνσής των πελατών, έτσι ώστε να μην μπορούν να διαβαστούν ή να αλλαχτούν κατά τη μεταφορά τους στο Internet. Το πρωτόκολλο SSL (Secure Sockets Layer) είναι σήμερα το παγκόσμιο standard στο Διαδίκτυο για την πιστοποίηση δικτυακών τόπων (web sites) στους δικτυακούς χρήστες και για την κρυπτογράφηση στοιχείων μεταξύ των δικτυακών χρηστών και των δικτυακών εξυπηρετητών (web servers).

1ο Case Study Επιχειρήσεων – Οργανισμών στην Αμερική



Γενικά για την εταιρία & τη Στρατηγική ανάπτυξής της :

Η Amazon είναι μια Αμερικάνικη εταιρεία ηλεκτρονικού εμπορίου που έχει τη βάση της στο Seattle, είναι απ' τις πρώτες εταιρείες που προχώρησαν στην πώληση εμπορευμάτων μέσω του διαδικτύου.

Η Amazon έχει υπό την κατοχή της επίσης την Alexa Internet, A9.com, και το Internet Movie Database (IMDb). (Μια βάση που περιέχει πληροφορίες για ταινίες, ηθοποιούς, show της τηλεόρασης, παιχνίδια, βίντεο και IT Amazons.)

Τον Ιούλιο του 1995 η πρωτοπόρα αυτή εταιρία ηλεκτρονικού λιανικού εμπορίου προσέφερε βιβλία μέσω ενός ηλεκτρονικού καταλόγου στην ιστοθέση της (amazon.com) και με τα χρόνια κατανόησε ότι πρέπει να βελτιώνεται προσθέτοντας υπηρεσίες και συμμάχους. Η πρόκληση για την Amazon.com ήταν και είναι το πώς θα επιτύχει εκεί που πολλοί έχουν αποτύχει. Εκτός του αρχικού της ηλεκτρονικού βιβλιοπωλείου έχει επεκταθεί σε διάφορους τομείς :

- Προσφέρει επαγγελματικά και τεχνικά καταστήματα
- Έχει επεκτείνει το περιεχόμενο της μέσω συνεταιρισμών με ειδικούς σε ορισμένους τομείς
- Έχει αυξήσει τη δυνατότητα επιλογής προϊόντων με την προσθήκη εκατομμυρίων μεταχειρισμένων και εξαντληθέντων τίτλων
- Έχει επεκτείνει τις προφορές τις πέρα από βιβλία ,για παράδειγμα το 2002 έγινε αντιπρόσωπος της Sony Corp. για πώληση προϊόντων της ηλεκτρονικά.

Βασικά χαρακτηριστικά του υπερκαταστήματος της Amazon.com :

- ✓ Εύκολη περιήγηση
- ✓ Αναζήτηση και λήψη παραγγελιών
- ✓ Χρήσιμες πληροφορίες προϊόντων
- ✓ Κριτικές
- ✓ Συστάσεις
- ✓ Χαμηλές τιμές
- ✓ Ασφαλή συστήματα πληρωμών
- ✓ Αποτελεσματική ικανοποίηση πελατών

Η Amazon Auctions **φιλοξενεί** και **δημοπρασιές** εκ μέρους ατόμων & μικρών επιχειρήσεων από όλο τον κόσμο. Η υπηρεσία zShops φιλοξενεί ηλεκτρονικά καταστήματα με μηνιαίο μίσθωμα, προσφέροντας σε μικρές επιχειρήσεις την ευκαιρία να έχουν εξειδικευμένα καταστήματα τα οποία υποστηρίζονται από τις πλούσιες δυνατότητες επεξεργασίας παραγγελιών της Amazon.com.

Η **ανάπτυξη** της Amazon κατά των Werner, Vogels συνδέεται άμεσα με τη σωστή χρήση της τεχνολογίας (βλέπε [url:](http://www.acmqueue.com/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=388)

[http://www.acmqueue.com/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=388,](http://www.acmqueue.com/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=388)

συνέντευξη του Vogels με τον Jim Gray) που την βοήθησε να **επεκταθεί** σε περισσότερες κατηγορίες της αγοράς με την ανάπτυξη νέων υπηρεσιών, την προσέγγιση διαφορετικών τμημάτων καταναλωτών, περισσότερων πωλητών, περισσότερων εμπορευμάτων, περισσότερης ανάπτυξης, αύξησης διαφορετικών μεθόδων πρόσβασης και επέκτασης σε delivery μηχανισμών.

Το αντίκτυπο είναι εμφανές σε πολλούς τομείς των επιχειρήσεων όπως: μεγαλύτερα data sets, γρηγορότερα updates rates, περισσότερες απαιτήσεις στις δυνατότητες προγραμμάτων, servers, networks, και data centers.

Επιπρόσθετα η Amazon φημίζεται για την άριστη υποστήριξη των πελατών της από οποιοδήποτε σημείο του πλανήτη μέσω του διαδικτύου. Αναγνωρίζεται ως κορυφαία για την επίτευξη CRM σχέσεων με τον πελάτη μέσω πληροφοριακών μετωπικών συστημάτων και μέσω διαφημίσεων ένα προς ένα. Για παράδειγμα το 2002 άρχισε να δημοσιεύει δωρεάν μενού εστιατορίων. Επίσης οι πωλήσεις υποστηρίζονται από άκρως αυτοματοποιημένα συστήματα υποστήριξης, καταγράφονται ιστορικά στοιχεία αγορών πελατών και οι πελάτες διαχειρίζονται παραγγελίες ηλεκτρονικά με το χαρακτηριστικό one-click – ένα ηλεκτρονικό πορτοφόλι- που επιτρέπει τους αγοραστές να δώσουν μια παραγγελία με ασφαλή τρόπο. Ο Τζέφρυ Μπέζος, διευθύνων σύμβουλος της Amazon.com, παρουσίασε τη φιλόδοξη στρατηγική του για την πώληση online αποθηκευτικών υπηρεσιών και ισχύ ηλεκτρονικών υπολογιστών σε διάφορους επιχειρηματίες που είχαν συγκεντρωθεί στο πλαίσιο ετήσιου συνεδρίου με θέμα το Διαδίκτυο. Παραθέτοντας λεπτομέρειες για μια εταιρική στρατηγική, με την οποία επιδιώκει να «μεταμορφώσει» την εταιρεία ηλεκτρονικού εμπορίου σε provider online αποθηκευτικών υπηρεσιών, ισχύος ηλεκτρονικών υπολογιστών, καθώς και άλλων υπηρεσιών

logistics.

Βασική ιδέα είναι να δοθεί η δυνατότητα σε άλλες εταιρείες να αφιερώνουν λιγότερο χρόνο ασχολούμενες με την υποδομή H/Y και περισσότερο χρόνο στις βασικές τους επιχειρηματικές δραστηριότητες.

Το 1997, η Amazon εκκίνησε πρόγραμμα συνδεδεμένων εταιριών. Έχει πάνω από 500.000 εταίρους που παραπέμπουν πελάτες τους στην Amazon.com. Από το 2000, έχει συνάψει **συμμαχίες** με έμπιστους εταίρους που της δίνουν τη δυνατότητα να εισέλθει σε νέες αγορές :

- Συμμαχία με την Cardsdirect.com της επιτρέπει να πωλεί αυτοκίνητα.
- Συνεργασία με την Drugstore.com για περιποίηση και ομορφιά.
- Συμφωνία με την Borders Group Inc. παρέχοντας στους χρήστες επιλογή βιβλίων, CD, και λοιπών εμπορευμάτων από τα φυσικά καταστήματα της Borders.

Παρόλο που η Amazon έχει αναδειχθεί στη μεγαλύτερη εταιρεία ηλεκτρονικού εμπορίου στον κόσμο -με ετήσιες πωλήσεις που ξεπερνούν τα δέκα δισ. \$ – η εταιρεία δεν αποτελεί πιθανό υποψήφιο για να ανταγωνισθεί με κολοσσούς του Internet όπως η Google και Microsoft στην πώληση υπηρεσιών μέσω Διαδικτύου.

Παρατηρούμε τόσο από την στρατηγική της εταιρείας Amazon όσο και από τη στοχοθεσία που έχει υιοθετήσει, συνεχώς **προσπαθεί να εκλαμβάνει διαφορικά πλεονεκτήματα έναντι των ανταγωνιστών της μέσω της IT.**

Οι πωλήσεις Amazon.com βιβλίων έχουν χτίσει τρεις αποθήκες εμπορευμάτων προκειμένου να αποβληθούν άλλοι χονδρέμποροι βιβλίων. Η εξάλειψη του μεσάζοντος θα μειώσει το κόστος των αγαθών της Amazon και θα αυξήσει το μέσο χρόνο ναυτιλίας τους για τα best-seller (εφοδιάζουν μόνο ένα μέρος των βιβλίων που πωλούν). Εντούτοις, αυτός ο τύπος που είναι βασισμένος σε οικονομίες κλίμακας (disintermediation) έχει εμφανιστεί πολύ πριν από την εμφάνιση του ηλεκτρονικού εμπορίου.

2ο Case Study Επιχειρήσεων – Οργανισμών στην Αμερική



BARNES & NOBLE
BOOKSELLERS

Γενικά για την εταιρία :

Η Barnes & Noble είναι επίσης μια αμερικάνικη εταιρία ηλεκτρονικού λιανικού εμπορίου, η οποία κατέχει την πρώτη θέση για την ποιότητα και την ικανοποίηση των πελατών που παρέχει, σύμφωνα με την τελευταία έρευνα Equitrend από τον Harris Interactive και του τελευταίου αμερικάνικου δείκτη μέτρησης της ικανοποίησης πελατών.

Η ιστοθέση της Barnes & Noble.com είναι το μεγαλύτερο κατάστημα της εταιρίας σε γκάμα βιβλίων προσφέροντας ταχύτερη πρόσβαση σε οποιοδήποτε βιβλίο συγκριτικά με άλλα online βιβλιοπωλεία. Έχοντας στην κατοχή της τόσους πολλούς τίτλους, για την εταιρία είναι ζωτικής σημασίας η ακριβής και γρήγορη αναζήτηση των βιβλίων από τους πελάτες. Η ταχύτερη μηχανή αναζήτησης διευκολύνει τον εντοπισμό ενός βιβλίου ανά τίτλο, συγγραφέα ή λέξη κλειδί μέσα σε λίγα δευτερόλεπτα. Η λίστα Browse Books ηλεκτρονικά περιλαμβάνει κάθε είδους κατηγορίες βιβλίων καλύπτοντας όλους τους αναγνώστες. Επιπλέον η εταιρία προσφέρει λίστα Special Collections και Award Winners.

Επίσης η Barnes & Noble.com έχει δημιουργήσει ένα πλήθος συγκεκριμένων καταστημάτων, εκ των οποίων συμπεριλαμβάνονται τα **Audio books** και **Bargain Area**. Προσφέρει επιπλέον δυο ενδιαφέρουσες περιοχές:

- i. Την **What America's Reading**, η οποία περιέχει μια λίστα εκλεκτών bestseller βιβλίων και σχολιαστικά άρθρα σε συναρπαστικές τάσεις
- ii. Την **Meet the writers**, που είναι συμπληρωμένη με τα προφίλ των αγαπημένων συγγραφέων, τις βιογραφίες τους και αποκλειστικές οπτικοακουστικές συνεντεύξεις αυτών.

Η B&N είναι το 2^ο μεγαλύτερο coffeehouse στις ΗΠΑ. Μεταξύ των καταστημάτων και των online χειρισμών της πουλά σχεδόν πάνω από 300 εκατομμύρια βιβλία ανά χρόνο. Ετησίως λαμβάνει περισσότερες από 8 εκατομμύρια παραγγελίες και πραγματοποιεί άνω των 100.000 αιτήσεων καθημερινά. Τα bestseller υπολογίζονται στο 3% των πωλήσεων της, ενώ περισσότεροι από 50.000 μικροί εκδότες και τα πανεπιστημιακά έντυπα είναι ένα αυξανόμενο ποσοστό της επιχείρησης.

Πρωτοπορώντας η εταιρία, **συνδύασε** την μεγάλη καταγραφή επιλογής βιβλίων, μουσικής, DVD, περιοδικών με ευχάριστη ατμόσφαιρα. Τα τοπικά προγράμματα μάρκετινγκ και καφέ, έχουν μετατρέψει τα βιβλιοπωλεία σε ευχάριστους χώρους για τον ελεύθερο χρόνο.

Ο τεράστιος όγκος βιβλίων που έχει η εταιρία στην κατοχή της υποδηλώνει την δέσμευσή της για μια μεγάλη ποικιλία εκδοτών. Κάθε χρόνο εξετάζουν περισσότερες από 100.000 υποβολές αιτήσεων από συγγραφείς διαφόρων κατηγοριών και επιπέδων. Οι αγοραστές διαβάζουν τους καταλόγους των εκδοτών και δείγματα αντιγράφων, βοηθώντας με τον τρόπο αυτό την προσθήκη των βιβλίων στη βάση δεδομένων, ενώ μερικά τοποθετούνται και στην

αποθήκη. Αυτή η διαδικασία καθιστά έναν τίτλο διαθέσιμο για πώληση από την ιστοθέση Barnes & Noble.com, και για παραγγελία μέσω των καταστημάτων της.

Στρατηγικές τακτικές της εταιρίας :

Η Barnes & Noble επίσης είναι ένας κυρίαρχος εκδότης βιβλίου. Η επιχείρηση έχει κάνει δύο αποκτήσεις που επεκτείνανε την ικανότητα έκδοσής της:

Το 2001, η B&N απέκτησε το SparkNotes.com, ένας κύριος ιστοχώρος ενισχύσεων μελέτης, που προσφέρει την ελεύθερη πρόσβαση ανοικτής γραμμής σε σημειώσεις λογοτεχνίας και περισσότερους από 1.000 οδηγούς μελέτης σχετικά με όλα από τη λογοτεχνία στη χημεία στην πληροφορική. Τα SparkNotes μετέτρεψαν τους κορυφαίους οδηγούς μελέτης του στις δημοσιεύσεις τυπωμένων υλών, και έχουν γίνει γρήγορα best-seller.

Το 2003, η B&N απέκτησε τις εκδόσεις Sterling, έναν μεγάλο εκδοτικό οίκο της βιομηχανίας των βιβλίων για τους ενθουσιώδες, με πάνω από 5.000 τίτλους στις περιοχές της τέχνης, το εγχώριο σχέδιο, το μαγείρεμα και την υγεία.

Στην B&N πιστεύουν ότι ο καλύτερος τρόπος για την προώθηση ενός συγγραφέα είναι η δυνατότητα του να παρέχει στον πελάτη όποιο βιβλίο και να ζητήσει : «Yes, we can get that book for you.» Για το λόγο αυτό αποθηκεύουν στα καταστήματά τους μια μεγάλη συλλογή – πάνω από 100.000 μοναδικούς τίτλους βιβλίων ανά κατάσταση.

Επίσης αποθηκεύουν 1 εκατομμύριο τίτλους βιβλίων στην αποθήκη τους, γεγονός που τους ξεχωρίζει από όλους τους ανταγωνιστές τους. Αυτή η **καινοτομία** είναι συνδεδεμένη με τους σταθμούς εξυπηρέτησης των πελατών , καθώς οι πελάτες μπορούν να περπατήσουν στο κατάστημα οποιαδήποτε στιγμή και να έχουν πρόσβαση σε βιβλία τα οποία δεν υπάρχουν στα ράφια.

Κάτι Περισσότερο από βιβλία :

Η **Barnes & Noble.Jr**, είναι ο ιδανικός προορισμός για όσους ενδιαφέρονται για παιδικά βιβλία, βίντεο και μουσική.

Χαρακτηριστικά όπως η επιλογή **B&N Screening Room**, όπου ο επισκέπτης μπορεί να παρακολουθήσει περισσότερα από 10.000 προβολές ταινιών και αυτομάτως να παραγγείλει όποια επιθυμεί, χρίζουν την ιστοθέση της εταιρίας την πιο φιλική προς τους πελάτες.

Το κατάστημα μουσικής, **Music Store**, που έχει θεωρηθεί το καλύτερο σε όλο το Web από την Forbes.com, περιέχει αποκλειστικές συνεντεύξεις, δωρεάν downloads, 1 εκατομμύριο δείγματα audio clips και έναν κατάλογο με 40.000 βιογραφίες καλλιτεχνών. Μέσω της λίστας Browse Music, οι επισκέπτες μπορούν να επιλέξουν τα αγαπημένα τους CD κάθε είδους μουσικής και από τις κατηγορίες Special Collection, Spotlight, Specialty stores, Award winners να έχουν άλλες πληροφορίες.

Το κατάστημα **PC & Video Games**, θα ικανοποιήσει κάθε είδους παίκτη, με χιλιάδες νέους και μεταχειρισμένους τίτλους, καθώς και κονσόλες, αξεσουάρ και οδηγίες στρατηγικών.

Γεμάτο με 15.000 επιλογές, από το εξώφυλλο του βιβλίου Harry Potter έως το κάλυμμα του περιοδικού New Yorker, το κατάστημα **Prints & Posters**, προσφέρει όμορφες και υψηλής ποιότητας ανατυπώσεις σε καμβά ή χαρτί σε ποικίλα μεγέθη.

Η επιλογή **Home & Office**, παρέχει εξοπλισμό για αναγνώστες βιβλίων όπως, ειδικά διαμορφωμένα φωτιστικά ανάγνωσης, εργαλεία γραφής, διακόσμηση γραφείου και σπιτιού, ηλεκτρονικά εξαρτήματα, είδη δώρων και ιδέες.

Βασικά χαρακτηριστικά του web site της εταιρίας B&N :

- ✓ Περιεκτικές βιβλιογραφικές πληροφορίες
- ✓ Σύνοψη του εκδότη, κριτικές κύριου άρθρου και κριτικές πελάτη
- ✓ Πίνακα περιεχομένων
- ✓ Reading group guides
- ✓ Γρήγορη και δωρεάν παράδοση των αγορών εντός 3 ημερών

Επιπρόσθετα, η Barnes & Noble.com έχει **επενδύσει** σε εξελιγμένες τεχνολογίες αναζήτησης και εύρεσης βιβλίων που ενδιαφέρουν τους πελάτες της :

- ✓ Μηχανή αναζήτησης
- ✓ Book browser
- ✓ Συστάσεις βιβλίου

Στην Barnes & Noble.com, μπορεί κανείς να **προμηθευτεί βιβλία μεταχειρισμένα** σε πολύ προσιτές τιμές, αλλά και να **πουλήσει** οποιοδήποτε μεταχειρισμένο βιβλίο διαθέτει.

Δuo τρόποι αποταμίευσης χρημάτων στην B&N :

- ❖ Με την χρήση της Barnes&Noble MasterCard, για οποιαδήποτε αγορά, μέσω της ηλεκτρονικής διεύθυνσης www.bn.com και σε οποιοδήποτε κατάσταση σε διεθνές επίπεδο, μία πίστωση ύψους 5% κάθε νόμιμης δικτυακής συναλλαγής θα αποσταλεί στον λογαριασμό της Barnes&Noble MasterCard.
 - ❖ Μετά την χρήση της Barnes&Noble MasterCard για μεταφορά ή αγορά για πρώτη φορά, θα αποσταλούν μέσω ενός e-mail μια Barnes & Noble Gift Card 25 δολαρίων(25\$).
 - ❖ Τα μέλη της εταιρίας απολαμβάνουν αρκετά προνόμια, όπως εκπτώσεις σε κάθε αγορά, ειδικές προσφορές σε βιβλία, επιπλέον μπόνους στην κάρτα δώρων, άριστη εξυπηρέτηση.
- Οι Gift Cards μπορούν να αποκτηθούν είτε μέσω διαδικτύου, είτε μέσω κάποιου καταστήματος σε οποιοδήποτε σημείο. Δεν λήγουν ποτέ και δεν κρύβουν επιπλέον έξοδα.

Καινοτομίες και Στρατηγικές Επέκτασης της B & N :

Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας '70 και '80, η εταιρία προέβη σε μια σειρά από **ανατρεπτικές κινήσεις**. Το 1974, η Barnes & Noble ήταν το πρώτο αμερικάνικο βιβλιοπωλείο που διαφημίστηκε στην τηλεόραση.

Το 1975, η εταιρία έκανε ένα πρωτοπόρο και γενναίο βήμα προσφέροντας εκπωτικά βιβλία και στην συνέχεια **επεκτάθηκε** ανοίγοντας ένα παράρτημα ακριβώς απέναντι από το κεντρικό της κατάστημα.

Η εταιρία συνέχισε να **επεκτείνεται σε αγορές** της Νέας Υόρκης/ Βοστόνης, ανοίγοντας μικρότερα εκπωτικά βιβλιοπωλεία.

Επίσης, **απέκτησε δύο τοπικές αλυσίδες**, την **BookMasters** και **Marboro Books**, οι οποίες μετατράπηκαν σε εκπωτικά καταστήματα της εταιρίας. Αρχικά, η κίνηση αυτή ήταν τόσο επιτυχής που επεκτάθηκαν τα εκπωτικά καταστήματα σε 50 περιοχές, αργότερα όμως αποσύρθηκαν από την αγορά της, χάρη στα κεντρικά μεγάλα καταστήματα. Η απόκτηση της

Marboto Books, για την Barnes & Noble, ήταν ένα ασφαλές στήριγμα στην αυξανόμενη mail-order εταιρία, ωθώντας την σε έκδοση δικών της βιβλίων προς πώληση.

Το 1987, η εταιρία **απέκτησε το βιβλιοπωλείο B. Dalton** από τον Dayton Hudson. Αυτή η ενέργειά της ήταν ότι μεγαλύτερο είχε κάνει, καθώς τα 797 καταστήματα λιανικής πώλησης ώθησαν την εταιρία στην διεθνή σκηνή κατατάσσοντας την στην δεύτερη διεθνή θέση λιανικών βιβλιοπωλείων.

Επίσης η εταιρία **απέκτησε** τα:

- a) **Doubleday Book Shops** από την Bertelsmann εταιρία,
- b) το **BookStop**, μια εταιρία εκπαιδευτικών βιβλίων στο Τέξας το 1989, που ήταν το κλειδί για την ενασχόληση της Barnes & Noble με ακίνητα, μάρκετινγκ και εμπορεύματα.

Το Barnes & Noble Inc. έχει ονομαστεί Digitas, ως αντιπροσωπεία αρχείου του για το **στρατηγικό μάρκετινγκ**, ελπίζοντας να τακτοποιήσουν τη στρατηγική των καναλιών του. Το Digitas θα βοηθήσει την αλυσίδα βιβλιοπωλείων να **ενσωματώσει τις χωριστές λιανικές και σε απευθείας σύνδεση επιχειρήσεις** του, τουλάχιστον από μια προοπτική εμπορικών σημάτων, σύμφωνα με το Steve Olderman, προϊστάμενο και συνεργάτη για την αντιπροσωπεία.

Η αντιπροσωπεία θα εργαστεί επίσης σε πρόγραμμα πίστης αναγνωστών (Barnes & Noble Readers Advantage loyalty program). Επιπλέον θα προσπαθήσει να συντονίσει το πρόγραμμα πίστης στα δύο κανάλια. Η εταιρία δεν έχει παρουσιάσει μια ενοποιημένη περίπτωση μάρκετινγκ για τον πελάτη, σύμφωνα με τον Bulkeley. "Τα καταστήματα δεν έχουν πει," πηγαίνετε on-line και ψωνίστε. Ο Bulkeley προσθέτει ότι τα δυο μέρη θα μπορούσαν να είναι καλύτερα μαζί από το να είναι χωριστά. Είναι η δομή τέτοια ώστε να είναι χωριστές οι επιχειρήσεις – η μισή ιδιοκτησία εδώ, και μια άλλη δημόσια επιχείρηση εδώ. Σύμφωνα με Olderman, η **προσπάθεια ολοκλήρωσης** θα αρχίσει με μια καταναλωτική έρευνα. Ισχυρίζεται, ότι η προσπάθεια πίστης θα περιλάβει κάποιο άμεσο mail.

"Είμαστε βέβαιοι ότι η πείρα της Digitas στο πολυδιαυλικό λιανικό μάρκετινγκ θα βοηθήσει την Barnes & Noble να οδηγήσει τις προσπάθειες ολοκλήρωσής της στο επόμενο επίπεδο," είπε ο Alan Kahn, προϊστάμενος λειτουργιών στην εταιρία.

Ένα μεγάλο μέρος της αύξησης και της επιτυχίας της περιοχής του ηλεκτρονικού εμπορίου μπορεί να αποδοθεί στα **εξαιρετικά υψηλά πρότυπα** της επιχείρησης για την παροχή μιας άριστης σε απευθείας σύνδεση εμπειρίας πελατών.

Από το 1998, η Barnes & Noble.com έχει **υιοθετήσει** τις λύσεις παράδοσης εφαρμογής από τον υδράργυρο για να εξασφαλίσει την ακεραιότητα και την απόδοση της περιοχής της. Το 2000, πρόσθεσε τις διοικητικές λύσεις εφαρμογής του υδραργύρου, για να περιλάβει ένα άλλο αποστολή-κρίσιμο συστατικό της στρατηγικής Barnes & Noble.com. Η Barnes & Noble.com υιοθέτησε αρχικά τον υδράργυρο WinRunner και τον υδράργυρο LoadRunner για να εκτελέσει τη λειτουργική, δοκιμή οπισθοδρόμησης και φορτίων για τον ιστοχώρο της.

1ο Case Study Επιχειρήσεων – Οργανισμών στην Κίνα



Beijing Publications
Import & Export Corporation

外文書
FOREIGN LANGUAGES BOOKS

Γενικά για τη εταιρία :

Το κινέζικο βιβλιοπωλείο Beijing Publications Import & Export Corporation, ιδρύθηκε το 1996 από την Beijing Publications Import & Export Corporation και είναι το πρώτο βιβλιοπωλείο λιανικής πώλησης εισαγομένων βιβλίων στην Κίνα.

Ασχολείται κυρίως με εισαγωγικές και εξαγωγικές εκδόσεις, λιανικές πωλήσεις ξένων βιβλίων και σχετικά προϊόντα βίντεο, εικόνων και CD. Εξυπηρετεί τα ερευνητικά ιδρύματα, τα σχολεία και τα άτομα ξεχωριστά.

Τι παρέχει η εταιρία

Εκεί μπορεί κανείς να βρει όλα τα είδη των εγκυκλοπαιδειών, λεξικών, βοηθητικών βιβλίων. Επίσης υπάρχουν ποικίλα βιβλία διδασκαλίας της Αγγλικής. Υπάρχουν βιβλία λογοτεχνίας σε διάφορες γλώσσες, κλασσικά και σύγχρονα μυθιστορήματα, εικονογραφημένα παιδικά βιβλία, επιστημονικά περιοδικά και τεχνολογίας, όλα τα είδη ταξιδιωτικών οδηγών σχετικά με τις πόλεις του κόσμου, βιβλία των καλών τεχνών, των φωτογραφιών, του σχεδίου διαφημίσεων, του σχεδίου προϊόντων, της αρχιτεκτονικής, και της διακόσμησης. Επιπλέον εντοπίζονται διαφορετικά είδη βιβλίων και περιοδικών για την ομορφιά, τη μόδα, το μαγείρεμα, τη μίξη κρασιού και τα έπιπλα. Για τους μελετητές υπάρχουν επιστημονικά βιβλία καθώς και εγχειρίδια αλλοδαπών στα κινέζικα.

Επιπλέον, η εταιρία παρέχει μερικά **χρησιμοποιημένα** βιβλία και **βιβλία αποθεμάτων** σε ειδικές τιμές. Τώρα, το κινέζικο βιβλιοπωλείο BPIEC ανοίγει ένα παράθυρο στον παγκόσμιο πολιτισμό, και στην προοπτική δημοσιεύσεων, και μικραίνει την απόσταση μεταξύ του Πεκίνου και του υπόλοιπου κόσμου. Παρέχει επίσης την από σπίτι σε σπίτι υπηρεσία. Οι πελάτες μπορούν να προμηθευτούν τα βιβλία μέσω του τηλεφώνου, του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, και του fax.

Στρατηγικές της εταιρίας :

Η εταιρία έχει **επεκτείνει** τις δραστηριότητες τις σε όλο τον κόσμο, και σταδιακά έχει διασφαλίσει σταθερές μακρογρόνιες φιλικές σχέσεις με τους πελάτες και τους εκδότες των βιβλίων που προμηθεύεται. Έχει καθιερώσει **σχέσεις συνεργατικές με χιλιάδες πανεπιστήμια, κολλέγια, επιστημονικά και τεχνολογικά ερευνητικά ινστιτούτα**.

Η συνεργασία προϋποθέτει την ύπαρξη 2.000 εταιρικών δικτύων σε όλη την Κίνα, όπου περιλαμβάνουν 40 book stands σε ορισμένα φημισμένα ξενοδοχεία και πολυκαταστήματα, όπου εντοπίζονται γνήσιες εκδόσεις κινεζικών βιβλίων σε ξένες γλώσσες.

Κάθε μήνα, η εταιρία **εισάγει** 3 ακαδημαϊκούς καταλόγους από τους οποίους περισσότεροι από 4000 τίτλους περιλαμβάνονται :σε Κοινωνικές επιστήμες, και στα κινεζικά βιβλία από την Ταιβάν και το Χόνγκ Κόνγκ.

Οι τίτλοι είναι από ξένους εκδότες παγκοσμίως γνωστούς. Και επίσης εισάγουν λεπτομέρειες στα βασικά βιβλία.

Το ηλεκτρονικό βιβλιοπωλείο BPIEC **εξυπηρετεί** κυρίως τα ιδρύματα, τις κυβερνητικές οργανώσεις, τα πανεπιστήμια και τις επιχειρήσεις. Εάν αυτές οι κατηγορίες πελατών επιθυμούν να αποκτήσουν τα βιβλία της εταιρίας, πρέπει να γίνει η καταχωρημένη ιδιότητα μέλους. Και πρέπει να υπογράψουν μια σύμβαση διαταγής βιβλίων με την εταιρία και πρέπει να πληρώσουν το ποσό στο σωστό χρόνο που λαμβάνουν τα βιβλία. Η προαναφερθείσα διαδικασία πρέπει να ληφθεί από τις πρόσωπο με πρόσωπο διαπραγματεύσεις.

Μέθοδοι πληρωμής :

Η τιμή είναι ακριβώς η σχεδιασμένη τιμή και η πραγματική τιμή επηρεάζεται από τη συναλλαγματική ισοτιμία ξένου νομίσματος και άλλους παράγοντες. Εάν τα βιβλία που θέλουν οι πελάτες να αγοράσουν δεν συμπεριλαμβάνονται στους καταλόγους του site της εταιρίας, μπορούν να παρέχουν τις ακόλουθες πληροφορίες: ISBN, τίτλος, συντάκτης, εκδότης και να τα παραγγείλουν.

Για μεμονωμένοι αναγνώστες και θέλουν να παραγγείλουν τα βιβλία, πρέπει να τοποθετήσουν μια επίσημη παραγγελία που αντέχει την ακριβή μέθοδο επαφών τους, συγχρόνως πρέπει να πληρώσουν την προκαταβολή πληρωμής. Όταν το βιβλίο που έχει ζητηθεί φθάνει, γίνεται η απαραίτητη ρύθμιση τιμών σύμφωνα με το τιμολόγιο από τους ξένους εκδότες και το τρέχον ποσοστό συναλλάγματος.

Οι προτεινόμενες παραγγελίες πρέπει να ισχύουν και να είναι αυθεντικές. Όταν η παραγγελία τοποθετείται, δεν μπορεί να ακυρωθεί. Καθένας έχει το δικαίωμα να κάνει σερφ στις πληροφορίες βιβλίων αλλά μόνο σε ένα τμήμα, γενικά μια βιβλιοθήκη ή ένα δωμάτιο αναφοράς έχει το δικαίωμα να τοποθετήσει την παραγγελία εξ ονόματος μιας μονάδας.

Η εταιρία ελπίζει στην καλή διαγωγή των πελατών της σε περίπτωση παραγγελίας ιδιαίτερα ακριβών βιβλίων, διότι όταν επιβεβαιώνεται η παραγγελία από την επιχείρησή, γίνεται έγκυρη και δεν μπορεί να ακυρωθεί και από την επιχείρησή και από τους ξένους εκδότες. Σε περίπτωση που οι ξένοι εκδότες καθυστερήσουν το πρόγραμμα έκδοσής του ή αλλάξουν τον τίτλο των προσεχών βιβλίων, μπορεί να αλλάξει τον τελικό τίτλο και η ημερομηνία έκδοσης από τις πληροφορίες καταλόγων. Εφ' όσον το περιεχόμενο βιβλίων είναι σχεδόν το ίδιο με τις πληροφορίες καταλόγων, η παραγγελία τότε δεν μπορεί να ακυρωθεί.

1ο Case Study Επιχειρήσεων – Οργανισμών στην Νότια Αφρική



Η εταιρία και οι στρατηγικές ανάπτυξής της :

Το βιβλιοπωλείο Exclusive Books είναι ο κύριος λιανοπωλητής βιβλίων της Νότιας Αφρικής, με 39 καταστήματα σε σημαντικά εμπορικά κέντρα και σε σημαντικούς νοτιοαφρικανικούς αερολιμένες. Έχει ανοίξει πρόσφατα το πρώτο κατάστημά του στην Μποτσουάνα. Το 1951, ο Philip και η Pamela Joseph ίδρυσαν το πρώτο κατάστημα σε ένα μικροσκοπικό μεταχειρισμένο βιβλιοπωλείο στο Γιοχάνεσμπουργκ.

Ήταν το πρώτο κατάστημα που λειτουργούσε τη νύχτα, σε αργίες και τα σαββατοκύριακα, γεγονός που ανέτρεψε τα δεδομένα σε πωλήσεις βιβλίων στην Νότια Αφρική.

Το κατάστημα έγινε σύντομα ένα από τα μεγαλύτερα στην χώρα. Η σημαντικότερη προσθήκη ήταν η **εισαγωγή των καφέδων επιχείρησης καφέ του Σιάτλ** που γειτονεύουν με δεκαοχτώ από τα βιβλιοπωλεία. Το μίγμα ήταν τέλειο. Σήμερα υπάρχουν τριάντα εννιά καταστήματα στην αποκλειστική αλυσίδα βιβλίων - καλύπτοντας τις λεπτές πόλεις της Νότιας Αφρικής. Υπάρχουν ακόμη και καταστήματα σε τρεις διεθνείς αερολιμένες - Γιοχάνεσμπουργκ, Κέιπ Τάουν και Ντάρμπαν.

Το 1999 το Exclusive books **αναπτύχθηκε**, δημιουργώντας σε απευθείας σύνδεση ηλεκτρονικό βιβλιοπωλείο www.exclusivebooks.com. Είναι γνωστό για την ποιοτική σειρά βιβλίων που παρέχει, καθώς και την άριστη εξυπηρέτηση. Τα καταστήματα exclusive books έχουν μια πλούσια προσωπικότητα, μια κληρονομιά της ειρηνικής πολιτικής διαμαρτυρίας, εφοδιάζοντας το "ανεπιθύμητο" και λογοκριμένο υλικό από την έναρξή του. Οι αξιοσημείωτοι φιλοξενούμενοι-ομιλητές - από την ακίδα Milligan στον Αρχιεπίσκοπο Tutu, τον Frank Muir και Francois Pienaar - έχουν κοσμήσει τα καταστήματά τους. Οι διάσημοι πελάτες όπως το Νέλσον Μαντέλα και Μάικλ Τζάκσον έχουν βρεί τα αγαπημένα βιβλία τους. Οι διακεκριμένες προσωπικότητες, όπως και οι απλοί άνθρωποι που επισκέπτονται οποιοδήποτε από τους σαράντα κλάδους της εταιρίας είναι σχεδόν τόσο ενδιαφέροντες όσο τα βιβλία που παρέχει η εταιρία.

"Ένα δωμάτιο χωρίς βιβλία είναι όπως ένα σώμα χωρίς ψυχή" (Κικέρωνας).

Ο νέος αποκλειστικός κλάδος βιβλίων ανοίγει στη λεωφόρο, Edenvale. Η εταιρία είναι υπερήφανη για να αναγγέλλει το άνοιγμα του νεότερου καταστήματός της- στη νέα λεωφόρο αγορών Edenvale. Έχουν πάνω από 40 καταστήματα σε εθνικό επίπεδο και στην Μποτσουάνα και με το άνοιγμα στη λεωφόρο, παίρνουν ένα βήμα περαιτέρω προς την εξυπηρέτηση των πελατών τους όπου είναι.

Μια **συνεργασία** μεταξύ της εταιρίας και των νοτιοαφρικανικών διοργανωτών του λογοτεχνικού βραβείου της ετήσιας Ευρωπαϊκής Ένωσης επιτεύχθηκε για το νοτιοαφρικανικό καλύτερο μυθιστόρημα. Η ετήσια αυτή πρωτοβουλία έχει γίνει ισχυρός οδηγός στην προώθηση της τοπικής έκδοσης. Το αναγνωστικό κοινό επίσης, έχει αποκριθεί όλο και περισσότερο στα τοπικά βιβλία που είναι ευκολότερα και ορατά διαθέσιμα. Αυτό απεικονίζεται από μια **αύξηση 35%** στις **πωλήσεις** κατά τη διάρκεια της περιόδου προώθησης.

Αναφορικά με την **διαθεσιμότητα των βιβλίων**, αν και προσπαθούν στο έπακρον για να εξασφαλίσουν ότι οι δείκτες διαθεσιμότητας είναι ακριβείς, μερικές φορές συμβαίνει να τα βιβλία να μην υπάρχουν λόγω έλλειψης αποθέματος. Όταν αυτό συμβαίνει στείλουν μήνυμα με το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο για να ενημερώσουν για την κατάσταση και το χρονικό ορίζοντα που αναμένεται για τη διαθεσιμότητα του βιβλίου. Σε περίπτωση παραγγελίας, η παράδοση του βιβλίου πραγματοποιείται εντός 24 ωρών από τη στιγμή της παραγγελίας.

Για παραγγελίες των τοπικών βιβλίων, είναι συνήθως στο απόθεμα στη Νότια Αφρική. Είναι πιθανό να είναι είτε σε ένας από τους κλάδους είτε σε έναν τοπικό διανομέα. Εάν αυτό συμβεί, λαμβάνουν το βιβλίο μέσα σε 9 εργάσιμες ημέρες. Μπορούν να υπάρξουν περιπτώσεις όπου ένα βιβλίο που είναι συνήθως διαθέσιμο τοπικά πρέπει να εισαχθεί. Αυτό το στοιχείο φέρεται συνήθως από τους διανομείς στο UK ή τις ΗΠΑ. Εάν αυτοί οι διανομείς έχουν το απόθεμα, μπορούν να λάβουν αυτό το στοιχείο συνήθως μέσα σε 15 εργάσιμες ημέρες.

Για τους **διεθνείς πελάτες** χρησιμοποιούν τους αγγελιαφόρους υπηρεσιών ταχύτητας. Ανάλογα με το πού βρίσκονται οι πελάτες, αυτή η υπηρεσία θα διαρκέσει μεταξύ 3 και 7 εργάσιμες ημέρες από την αποστολή της διαταγής. Όταν αποστέλλουν το δέμα, στέλνουν ένα e-mail για να ειδοποιήσουν για αυτό το γεγονός.

Πολιτικές Δαπάνες για το κατάστημα που στέλνει: Οι παραδόσεις σε ένα από τα φυσικά καταστήματα στη Νότια Αφρική είναι ελεύθερη υπηρεσία.

Οι **μέθοδοι πληρωμής** είναι μέσω πιστωτικής κάρτας και άμεση κατάθεση. Δέχονται ως έγκυρες μεθόδους πληρωμής στον ιστοχώρο τους, πιστωτικές κάρτες MasterCard και καταθέσεις μετρητών (άμεσες καταθέσεις, κ.λπ. EFT).

Όταν υποβάλλουν τις λεπτομέρειες πιστωτικών καρτών οι πελάτες μέσω του Διαδικτύου, όλες οι πληροφορίες τους κρυπτογραφούνται μέσω της SSL, τα πρότυπα βιομηχανίας, χρησιμοποιώντας ένα εκατονεικοσαοκτάμπιτο ψηφιακά κρυπτογραφημένο πιστοποιητικό Thawte. Επίσης δεν αποθηκεύονται οι λεπτομέρειες πιστωτικών καρτών σε οποιεσδήποτε μηχανές που συνδέονται με το Διαδίκτυο, και είναι επομένως αδύνατο για καθένα να έχει πρόσβαση σε αυτούς τους αριθμούς.

Η πολιτική **έκπτωσης** για τις μαζικές αγορές είναι διαπραγματεύσιμη. Εάν ένας πελάτης αντιπροσωπεύει μια επιχείρηση, μια μη κερδοσκοπική οργάνωση ή μια φιλανθρωπία, ή ένα ακαδημαϊκό όργανο, και ενδιαφερθεί για την παραγωγή μιας μεγάλης αγοράς από την εταιρία, μπορούν να στείλουν μήνυμα με το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο στον διευθυντή πωλήσεων της εταιρίας στη διεύθυνση corpsales@exclusivebooks.co.za με τις λεπτομέρειες.

Η ExclusiveBooks.COM έχει μια **πολιτική επιστροφής** εντός 30 ημερών εάν η πληρωμή ήταν από την πιστωτική κάρτα ή την άμεση κατάθεση.

1ο Case Study Επιχειρήσεων – Οργανισμών στην Αγγλία



Η εταιρία και οι στρατηγικές της

Το βιβλιοπωλείο NHBS environment λειτουργεί από τα γραφεία και από μια αποθήκη εμπορευμάτων στην άκρη Totnes, μια μεσαιωνική πόλη που βρίσκεται στο νοτιοδυτικό σημείο της Αγγλίας. Με 18 προσωπικό είναι αρκετά μεγάλη να παρέχει μια υψηλής ποιότητας υπηρεσία και αρκετά μικρή να προσφέρει την προσωπική προσοχή - παρέχοντας μια υπηρεσία για χιλιάδες πελάτες σε πάνω από 100 χώρες.

Το βιβλιοπωλείο ταχυδρομικών παραγγελιών NHBS είναι μια ανεξάρτητη επιχείρηση, που ιδρύθηκε το 1985 για να παρέχει τα **περιβαλλοντικά βιβλία** και τα προϊόντα πληροφοριών.

Η εταιρία NHBS ξεκίνησε το 1985 ως ειδικός σε ορνιθολογικό υλικό (ο πρώτος κατάλογος που περιείχε περίπου 500 βιβλία για πουλιά που ήταν τυπωμένα σε παλιάς τεχνολογίας ηλεκτρονική γραφομηχανή). Μέσα σε δύο έτη έγινε ένα βιβλιοπωλείο **φυσικής ιστορίας**, με μια δέσμευση να παρέχει όλη τη λογοτεχνία στην φυσική ιστορία/αρχές της φυσικής επιστήμης: βοτανική, οικολογία, περιβαλλοντική επιστήμη, η εξελικτική βιολογία, γεωλογία/γήινη επιστήμη και ζωολογία.

Μέχρι την πρόσφατη δεκαετία του '80 ξεκίνησαν να δέχονται παραγγελίες για ζητήματα περιβάλλοντος υπό την κλασική έννοια, έξω από τη φυσική επιστήμη. Έτσι οδηγήθηκαν στον επαναπροσδιορισμό της αποστολής τους. Μέχρι την ώρα της συνόδου κορυφής του Ρίο το 1992, είχαν **επεκτείνει** την θεματική ποικιλία βιβλίων για να συμπεριλάβουν τη συντήρηση των βιότοπων και ειδών, τις μελέτες αλλαγής κλίματος, την περιβαλλοντική εκτίμηση – και ένα πλήθος άλλων περιοχών όπου η περιβαλλοντική έρευνα διεξάγεται.

Αυτή η καθολική προσέγγιση φέρνει μαζί της κινδύνους καθώς επίσης και ανταμοιβές. Προσπαθούν να επιλέξουμε συνετά από τη μάζα των τίτλων (πλοηγώντας τις κοινωνικές επιστήμες με την ιδιαίτερη προσοχή). Επίσης περιλαμβάνουν μερικούς τίτλους από τις φυσικές επιστήμες στους καταλόγους της εταιρίας, δεδομένου ότι γνωρίζουν ότι πολλοί πελάτες έχουν ενδιαφέροντα για την επιστήμη πέρα από τη βιολογία. Η ευρεία παρά στενή εστίαση φαίνεται για την πολιτική της εταιρίας πιο ουσιαστική. Οι συζητήσεις πέρα από τους γενετικά τροποποιημένους οργανισμούς καταδεικνύουν ότι η φυσική επιστήμη δεν μπορεί να απομονωθεί από τις άλλες επιστήμες, από την πολιτική και τα οικονομικά. Το βιβλιοπωλείο σκοπεύει να διατηρήσει την σε βάθος κάλυψη της λογοτεχνίας για τους φυσικούς επιστήμονες, τους μαχόμενους για τη διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος και τους οικολόγους, οπουδήποτε και αν αυτό μπορεί να οδηγήσει την εταιρία.

Η NHBS δεν είναι μια λέσχη βιβλίων, και **δεν επιβάλλουν τις αμοιβές ιδιότητας μέλους**. Οι ελεύθεροι κατάλογοι είναι ένα μέρος της υπηρεσίας της εταιρίας, διαθέσιμο σε κάθε ενδιαφερόμενο για άμεση αγορά. Οι κανονικοί πελάτες λαμβάνουν αυτόματα τον κατάλογο NHBS κάθε Απρίλιο και Οκτώβριο. Δεν κάνει χονδρεμπόριο, έτσι δεν υπάρχει κανένα

όφελος για την εταιρία εάν οι κατάλογοί της χρησιμοποιούνται για να αγοράσουν τους τίτλους από ένα άλλο βιβλιοπωλείο.

Ενεργεί ως διανομέας/πράκτορας για περισσότερους από 160 εκδότες. Η υπηρεσία διανομής-Distribution Service- προσαρμόζεται στις ανάγκες των οργανώσεων συντήρησης, των μουσείων, των ζωολογικών κήπων, των βοτανικών κήπων, των επιστημονικών κοινωνιών και άλλων ειδικής φυσικής ιστορίας και εκδοτών περιβάλλοντος που θέλουν να επικεντρωθούν στο να προωθήσουν τον τίτλο τους στη σωστή αγορά.

Στρατηγικές τακτικές της εταιρίας για εξυπηρέτηση του πελάτη :

- a) Στην προσφορά ειδικών τιμών-εκπτώσεις- ανάλογα με το ύψος της ζήτησης του πελάτη
- b) Στην ταχύτητα επεξεργασίας των παραγγελιών: Οι παραγγελίες υποβάλλονται σε επεξεργασία μέσα σε 2 εργάσιμες ημέρες από την παραλαβή, και μέσα σε 5 εργάσιμες ημέρες που θα αποστειλούν ή θα αναγνωρίσουν την παραγγελία των πελατών.
- c) Στην ενημέρωση για τυχόν καθυστερημένες παραγγελίες: Μπορεί ο πελάτης να ζητήσει να λάβει μια μηνιαία/τριμηνιαία καταγραμμένη έκθεση σειράς που θα του δώσει τις αναλυτικές πληροφορίες για τη θέση όλων των τίτλων που έχει ζητήσει σε παραγγελία, συμπεριλαμβανομένων των πιθανών ημερομηνιών αποστολών.
- d) Η χρέωση των καρτών γίνεται στο σημείο αποστολής και ποτέ εκ των προτέρων.
- e) Στην αποθήκη των εμπορευμάτων κρατούν μεγάλα αποθέματα για γρήγορη αποστολή των βιβλίων.
- f) Στην περίπτωση υψηλών μεταβολών των τιμών λόγω διακυμάνσεων του νομίσματος είτε από πλευράς των εκδοτών, η εταιρία ελέγχει εάν επιθυμεί ακόμη ο πελάτης την αγορά ενός βιβλίου.
- g) Το προσωπικό εξυπηρέτησης πελατών της εταιρίας (Customer.Services@nhbs.co.uk) έχει πολλές πληροφορίες και είναι πάντα ευτυχές να βοηθήσει.
- h) Για την λάβει κανείς ηλεκτρονικά τον μηνιαίο κατάλογο- (<http://www.nhbs.com/monthcat/info.html>) και τα Newsletter(<http://www.nhbs.com/newslet/current.html>) αρκεί να στείλει με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο τα στοιχεία του στη διεύθυνση : subscribe@nhbs.co.uk και αυτομάτως εγγράφεται στη βάση της εταιρίας.

2ο Case Study Επιχειρήσεων – Οργανισμών στην Αγγλία



Γενικά για την εταιρία :

Η εταιρία βιβλίων bookstore.co.uk είναι η παρουσία του αγγλικού οίκου βιβλίων, Weybridge Books, στο διαδίκτυο.

Είναι ένας ανεξάρτητος λιανοπωλητής των βιβλίων που δημοσιεύονται στην Αγγλία και στις ΗΠΑ που έχουν εξυπηρετήσει τους αναγνώστες στην τοπική κοινότητά για πάνω από 25 έτη. Το βιβλία Weybridge Books και το bookstore.co.uk είναι υπερήφανα για τις **ισχυρές σχέσεις τους με τα ακαδημαϊκά ινστιτούτα στην Αγγλία και στο εξωτερικό** και μπορούν να παρέχουν τα βιβλία για όλες τις ανάγκες του κοινού. Μέσω του ιστοχώρου bookstore.co.uk μπορεί κανείς να παραγγείλει on-line 24 ώρες την ημέρα, 7 ημέρες την εβδομάδα.

Παρέχει οποιοδήποτε τίτλο από 2,2 εκατομμύρια τίτλους βιβλίων, και η αποστολή είναι συνήθως μέσα σε 3 ημέρες από την τοποθέτηση της παραγγελίας.

Επίσης παρέχει μια σειρά από : βίντεο PAL, DVD, κασέτες, CD τα οποία μπορεί ο πελάτης να προμηθευτεί στέλνοντας e-mail στη διεύθυνση : books@bookstore.co.uk

Στην ιστοθέση της εταιρίας υπάρχει ειδική περιοχή **Children's Homepage**, η οποία παρέχει διάφορες πληροφορίες για τα παιδικά βιβλία, υποδεικνύει τρόπους επιλογής των βιβλίων, παρουσιάζει βραβευμένες εκδόσεις και επιλογές αναλόγως το είδος των ιστοριών που αρέσει σε κάθε παιδί. ενεργούν την **παραγγελία** οποιοδήποτε βιβλίου ο πελάτης υποχρεούται από την εταιρία να προβεί στη δημιουργία ενός online λογαριασμού, πληκτρολογώντας αρκετά προσωπικά του στοιχεία σε μια φόρμα συμπλήρωσης στο site.

Πολιτική μυστικότητας :

Στην εταιρία Bookstore.co.uk **δεσμεύονται** στην προστασία των προσωπικών πληροφοριών των πελατών τους και φροντίζουν να κρατάνε τις εμπιστευτικές πληροφορίες. Σε περίπτωση που κληθεί ο πελάτης να υποβάλει τις προσωπικές του πληροφορίες (π.χ. όνομα, διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου κ.λ.π...) προκειμένου να παραληφθούν ή να χρησιμοποιηθούν οι υπηρεσίες στον ιστοχώρο της εταιρίας. Όποτε παρέχονται τέτοιες προσωπικές πληροφορίες, μεταχειρίζονται τις πληροφορίες σύμφωνα με το νόμο προστασίας των δεδομένων και δεν τις μοιράζονται χωρίς τη συγκατάθεση των πελατών. Τα Bookstore.co.uk ενεργούν σύμφωνα με την τρέχουσα βρετανική νομοθεσία και στοχεύουν να συναντήσουν την καλύτερη πρακτική Διαδικτύου. Οποιοσδήποτε πληροφορίες που παρέχονται από τα cookies μπορούν να βοηθήσουν την εταιρία για να παρέχει στο

αγοραστικό κοινό μια καλύτερη υπηρεσία και βοηθούν στο να αναλύσει το σχεδιάγραμμα της εταιρίας ο επισκέπτης.

Case Study Επιχειρήσεων – Οργανισμών στην Ιαπωνία

KINOKUNIYA COMPANY LTD.

Ιστορικά στοιχεία της εταιρίας και οι Στρατηγικές της :

Η ιαπωνική εταιρία Kinokuniya, ιδρύθηκε τον Ιανουάριο του 1927 και ενσωματώθηκε το 1946. Απασχολεί 3.000 υπαλλήλους και η γραμμή της επιχείρησης περιλαμβάνει : Πωλήσεις ιαπωνικών/ξένων βιβλίων, περιοδικών (συμπεριλαμβανομένων των ηλεκτρονικών περιοδικών), CD-*ROM, εκπαιδευτικό εξοπλισμό, παραγωγή οπτικοαουστικού λογισμικού, παραγωγή βιβλιογραφικών βάσεων δεδομένων και μια γκαλερί έργων τέχνης. Στο εσωτερικό της χώρας έχει 62 καταστήματα, 73 βιβλιοπωλεία πανεπιστημιούπολεων και 31 γραφεία πωλήσεων. Στο εξωτερικό, έχει 23 καταστήματα, 5 γραφεία πωλήσεων, και 2 γραφεία εξαγωγής & συνδέσμου.

Από τον Ιανουάριο του 1927 έως τον Δεκέμβριο του 1959 :

Ο πρόεδρος της εταιρίας, Moichi Tanabe, Ανοίγει το πρώτο βιβλιοπωλείο με 5 υπαλλήλους στο Τόκιο το οποίο καίγεται σε αεροπορική καταστροφή. Ανοίγει ξανά και ενσωματώνει κατάστημα έργων τέχνης στο εσωτερικό του. Αργότερα καθιερώνεται τμήμα εισαγωγών ξένων βιβλίων, ιαπωνικές πωλήσεις βιβλίων και ιαπωνική αγορά βιβλίων.

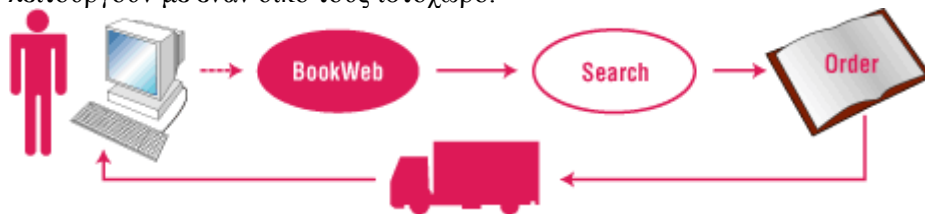
Από τον Σεπτέμβριο του 1960 έως τον Νοέμβριο του 1970 :

Γραφεία πωλήσεων ανοίγουν σε διάφορες πόλεις της Ιαπωνίας, ανοίγει ένα κατάστημα στην Shibuya και ένα στο San Francisco και ολοκληρώνεται ένα σπίτι για τους υπαλλήλους της εταιρίας.

Η ιστοθέση της εταιρίας :

Το K-PORT, είναι μια περιοχή για χρήστες που εργάζονται σε πανεπιστημιακά τμήματα βιβλιοθηκών και έρευνας καθώς επίσης και για ερευνητικά όργανα και κέντρα πόρων που συνδέονται με τις εταιρίες και τα κυβερνητικά γραφεία.

Στεγάζει μια χρησιμοποιήσιμη τεχνική βάση δεδομένων, με έναν κατάλογο συνδέσεων με τα ηλεκτρονικά περιοδικά, που παρέχουν στους χρήστες έναν απλό και εύκολο τρόπο να προσεγγιστούν ποικίλοι τεχνικοί ιστοχώροι. Αντίθετα από τα συμβατικά portal site, το K-Port χρησιμοποιεί την επικύρωση διευθύνσεων IP για να προσφέρει στους χρήστες προσαρμοσμένες τις επιλογές ιστοσελίδας τους, και δεδομένου ότι η περιοχή δεν δίνει την εντύπωση οποιασδήποτε σχέσης με την Kinokuniya, οι χρήστες αισθάνονται σαν λειτουργούν με έναν δικό τους ιστοχώρο.

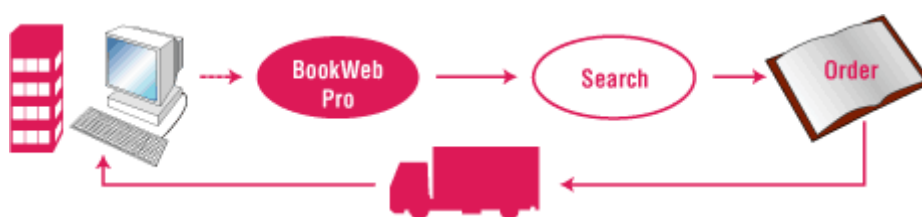


Τον Σεπτέμβριο του 1996, η εταιρία προώθησε το Kinokuniya BookWeb, μια διαταγή σε απευθείας σύνδεση και μια υπηρεσία αναζήτησης για τα βιβλία, και CD, για τους μεμονωμένους πελάτες της. Αποτέλεσμα των ερευνών που πραγματοποιούνται από το Yahoo στην Ιαπωνία, το Kinokuniya BookWeb έλαβε το βραβείο έτους στην κατηγορία ηλεκτρονικού εμπορίου, το 1998 και το 1999. Η ιστοθέση, έχει αυτήν την περίοδο μια βάση δεδομένων 2 εκατομμυρίων ιαπωνικών βιβλίων, και σε συνεργασία με την Baker & Taylor στις ΗΠΑ, έχει 2,5 εκατομμύρια βιβλία στα αγγλικά και σε άλλες γλώσσες. Είναι μια υπηρεσία βασισμένη στην ιδιότητα μέλους και περισσότεροι από 200.000 μεμονωμένοι πελάτες έχουν υπογράψει για την ιδιότητα μέλους.

Λόγω της επιτυχίας του ηλεκτρονικού βιβλιοπωλείου της εταιρίας, Kinokuniya BookWeb, **αναπτύχθηκε** το 1999 BookWeb Pro, για να πουλά τις δημοσιεύσεις στους πελάτες διαφόρων ιδρυμάτων.

Αντί της χρησιμοποίησης των πιστωτικών καρτών, το BookWeb Pro είναι βασισμένο στο accounts-receivable trade, εμπόριο βασισμένο σε λογαριασμούς, και έχει ως σκοπό να καλύψει τις απαιτήσεις των πελατών της.

Δεδομένου ότι οι περισσότεροι από τους πελάτες για αυτήν την υπηρεσία είναι ακαδημαϊκά ιδρύματα, το BookWeb Pro φέρνει μια πλήρη γραμμή ακαδημαϊκών καθώς και μη ακαδημαϊκών βιβλίων. Περισσότεροι από 6 χιλιάδες χρήστες ιδρύματος ήδη έχουν υπογράψει για την υπηρεσία.



Το Hybrid Web, είναι ο πιο πρόσφατος δικτυακός χώρος της εταιρίας για παραγγελίες βιβλίων. Επιτρέπει στους πελάτες για να ελέγξουν την καινοτόμα θέση καταλόγων 7 σημαντικών καταστημάτων της και να τοποθετήσουν μια παραγγελία στον Ιστό. Εάν ένα βιβλίο που θέλει ένας πελάτης είναι στο απόθεμα σε ένα από τα καταστήματα, ο πελάτης μπορεί να το διατηρήσει και να επιλέξει από μια επιλογή παράδοσης: είτε να το επιλέξει από το κατάστημα είτε να το παραγγείλει. Οι νέες τεχνολογίες συστημάτων ελέγχου καταλόγων, καθιστούν αυτήν την υπηρεσία πιθανή, και επιτρέπουν στην εταιρία να διαχειριστεί την παραγγελία, την πώληση και την επιστροφή των βιβλίων καθώς επίσης και για να δεί τους ακριβείς καταλόγους καταστημάτων στον πραγματικό χρόνο. Τα καταστήματα, παρέχουν όλα τα διαταγμένα βιβλία, λειτουργούν ως μεγάλες αποθήκες εμπορευμάτων για το βιβλιοπωλείο Διαδικτύου.



Ηλεκτρονικά περιοδικά :

Τα ηλεκτρονικά περιοδικά είναι τα πιο πρόσφατα μέσα για τη διανομή ακαδημαϊκών ερευνητικών εργασιών. Σε σύγκριση με τις ΗΠΑ και την Ευρώπη, η Ιαπωνία είναι κάπως πιο αργή στη μετανάστευση των ηλεκτρονικών εκδόσεων. Εντούτοις, οι βιβλιοθήκες στην Ιαπωνία έχουν πολύ ευρύτερη πρόσβαση στα ηλεκτρονικά περιοδικά από πριν. Η εταιρία Kinokuniya αναμένεται να διαδραματίσει έναν βασικό ρόλο ως σύμβουλο που προσφέρει τις νέες πληροφορίες για τα διαθέσιμα προϊόντα. Οργανώνει σεμινάρια και παρέχει συμβουλευτικές υπηρεσίες για να βοηθήσει τους πελάτες για να καθορίσουν ποιες συσκευασίες ή πλατφόρμες ηλεκτρονικών περιοδικών είναι καλύτερες για αυτούς. Για να προσαρμόσουν τις ανάγκες των πελατών, παρέχουν τις ακόλουθες υπηρεσίες :

1. Κατάλογος περιοδικών στον Ιστό

Έχουν αναπτύξει έναν κατάλογο περιοδικών στον Ιστό όπου οι πελάτες μπορούν να τον ψάξουν από το όνομα τίτλου, τη λέξη κλειδί τίτλου, το θέμα, ή/και το όνομα εκδοτών. Επίσης δίνονται και πληροφορίες αδειών από τον εκδότη για τις ηλεκτρονικές εκδόσεις.

2. OJ Web & Gateway

Αυτός ο κατάλογος θα παράσχει τις συνδέσεις με τα ηλεκτρονικά περιοδικά σε ένα τίτλο. Εάν ένας πελάτης διατάζει μέσω Kinokuniya, εκείνοι οι τίτλοι συμπεριλαμβάνονται αυτόματα στον κατάλογο συνδέσεων. Το K-Port συνδέεται με τις δευτεροβάθμιες περιοχές πληροφοριών όχι μόνο για να προσφέρει τις δοκιμές αλλά και για να διευκολύνει την πρόσβαση σε εκείνα τα δευτεροβάθμια προϊόντα πληροφοριών.

3. Access Web

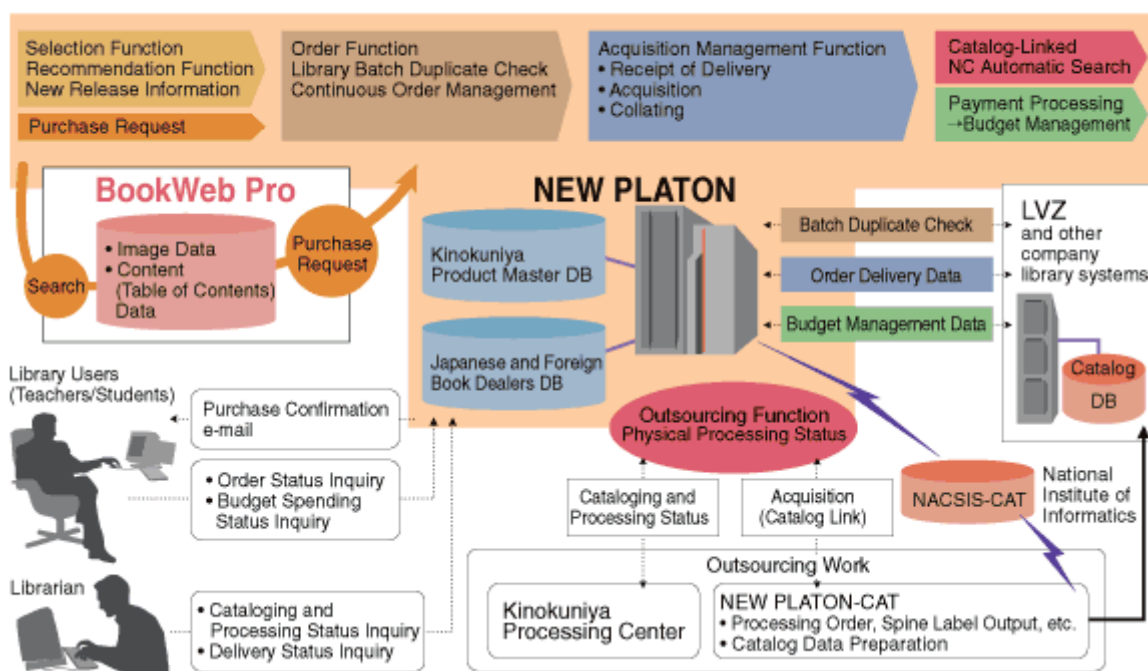
Ο Ιστός πρόσβασης για τους συνδρομητές παρέχει έναν κατάλογο παραλαβών περιοδικών σχετικά με τον Ιστό.

Η **Kinokuniya e-Alert** είναι υπηρεσία συνδυασμού ιστοσελίδας και εξυπηρέτηση με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, η οποία παραδίδει τις επιλεγμένες πληροφορίες βασισμένες στα αιτήματα κάθε πελάτη. Οι χρήστες μπορούν εύκολα να καταχωρήσουν και να αλλάξουν τα αιτήματά τους από την περιοχή εγγραφής στον Ιστό. Αυτή η υπηρεσία παρουσιάζει στους πελάτες τις πληροφορίες για τα νέα ακαδημαϊκά βιβλία και τα περιοδικά στα ιαπωνικά, αγγλικά και άλλες γλώσσες, καθώς επίσης και τα διάφορα ηλεκτρονικά προϊόντα. Επιπλέον, οι χρήστες έχουν πρόσβαση στις πληροφορίες για τα σημαντικά προγράμματα διασκέψεων, τις ευκαιρίες εργασίας και τις ερευνητικές επιχορηγήσεις. Το Kinokuniya e-Alert, στην πραγματικότητα, είναι ένα διπλής κατεύθυνσης εργαλείο μάρκετινγκ. Όχι μόνο στέλνει τις πληροφορίες στους χρήστες, αλλά και λαμβάνει τις έρευνες από αυτούς για τα νέα προϊόντα και την τιμολόγησή τους.

New Platon :

Είναι ένα προοδευτικό σύστημα εργαλείων δικτύου που επιτρέπει στις βιβλιοθήκες να χειριστούν τις παραγγελίες και αποκτήσεις και μεταφέρει τη φυσική επεξεργασία. Η ευκολία της υπηρεσίας μπορεί να ενισχυθεί περαιτέρω μέσω των διάφορων υπηρεσιών τελικών χρηστών, των ηλεκτρονικών διαδικασιών, και των περαιτέρω συνδέσεων με άλλα συγκροτήματα ηλεκτρονικών υπολογιστών. Το σύστημα έχει υιοθετηθεί από περισσότερα από 30 πανεπιστήμια.

Linkage of NEW PLATON Acquisition-Management System with Other Systems



Ένα από τα διακριτικά χαρακτηριστικά της Kinokuniya είναι ότι έχουν **ενσωματώσει τα θέατρα** και μια **στοιά τέχνης** μέσα στα μεγάλης κλίμακας βιβλιοπωλεία σε μία προσπάθεια να λειτουργήσουμε ως κέντρα για την προώθηση των τεχνών και του πολιτισμού. Εκτός από την **πώληση** των βιβλίων, η εταιρία συμμετέχει στην **έκδοση** βιβλίων. Σαν προστάτης των τεχνών, συμβάλλει στην προώθηση της εκμάθησης και του πολιτισμού.

Στην Ιαπωνία, περίπου 60.000 τίτλοι **δημοσιεύονται** κάθε έτος δεδομένου ότι οι φίλοι των βιβλίων αναζητούν έργα σε μια ευρεία ποικιλία ειδών. Στο σύνολο, έχει δημοσιεύσει τώρα πάνω από 1.000 τίτλους (συμπεριλαμβανομένων 500 μεταφράσεων) που εκτείνονται σε τομείς διαφορετικούς: την λογοτεχνία, την ανθρωπολογία, τα μαθηματικά, και τη φυσική. Οι δημοσιεύσεις τους έχουν **επυφημηθεί** ιδιαίτερα στην Ιαπωνία και στο εξωτερικό και έχουν λάβει πολυάριθμα βραβεία.

Η **φιλοσοφία** της εταιρίας είναι ότι τα βιβλιοπωλεία πρέπει να λειτουργούν ως κέντρα για την προώθηση του πολιτισμού και των τεχνών, και όχι μόνο ως εξόδοι για την πώληση των βιβλίων. Επιδιώκουν να προάγουν το πνεύμα των δραματικών τεχνών. Η **καθιέρωση των βραβείων θεάτρων Kinokuniya** το 1966 έχει βοηθήσει να προωθηθεί η ανάπτυξη των δραματικών τεχνών.

Ακολουθεί μια **παρόμοια πολιτική στη στοιά τέχνης**, η οποία βρίσκεται μέσα στο κύριο κατάστημα Shinjuku. Εκθέτει τακτικά τα έργα των φιλόδοξων, δημιουργικών, και ταλαντούχων νέων καλλιτεχνών για να συμβάλλει στην εξέλιξη της καριέρας τους.

Case Study Επιχειρήσεων – Οργανισμών στην Αυστραλία



Η εταιρία και οι Στρατηγικές της :

Το βιβλιοπωλείο **Abbey's** ιδρύθηκε το 1968 στο Σύδνευ της Αυστραλίας, από τον Ron και Eve Abbey.

Μπορεί να παρομοιαστεί με πέντε ειδικά βιβλιοπωλεία που περιλαμβάνονται σε ένα, καθώς περιέχει μια σειρά τίτλων σε πέντε διαφορετικές κατηγορίες : **ιστορία, επιστήμη, φιλοσοφία, κλασικοί και έγκλημα.**

Έχουν επίσης τα εκτενή τμήματα της γενικής μυθιστοριογραφίας, **βιογραφία, ταξίδι, μουσική, τέχνη, θρησκεία, ψυχολογία, παιδικά βιβλία, τα τρόφιμα και το κρασί, την κηπουρική, το θέατρο και την ταινία, τα παιχνίδια, την ποίηση και την κοινωνιολογία.**

Μαζί με όλα αυτά συμπεριλαμβάνεται και μια σειρά γλωσσικών τίτλων επάνω στο πρώτο πάτωμα στο κέντρο γλωσσικών βιβλίων – **Language Book Centre** (<http://www.languagebooks.com.au>) καθώς και η μεγαλύτερη σειρά επιστημονικής φαντασίας και φρίκης στο βιβλιοπωλείο **Galaxy** (<http://www.galaxybooks.com.au>). Το βιβλιοπωλείο **Galaxy**, που ειδικεύεται στην επιστημονική φαντασία, άνοιξε το 1975 και το κέντρο γλωσσικών βιβλίων, **Language Book Centre**, άνοιξε το 1976. Η επιχείρηση έκανε την κίνησή της στον εικονικό κόσμο τον Φεβρουάριο του 2002 με την έναρξη αυτού του ιστοχώρου, όπου τα τρία αυτά καταστήματα είναι συνδεδεμένα μεταξύ τους στον ίδιο ιστοχώρο.

Το βιβλιοπωλείο φημίζεται για τη μεταφορά των περισσότερων **πανεπιστημιακών** τίτλων τύπου **του Cambridge**, καθώς επίσης και ένα ευρύ φάσμα από τους αυστραλιανούς, αμερικανικούς και βρετανικούς πανεπιστημιακούς τύπους.

Εφοδιάζουν επίσης τους τίτλους εκδόσεων Penguin, περιέχοντας ολόκληρη τη σειρά των κλασικών βιβλίων.

Έχει πάνω από 40.000 διαφορετικούς τίτλους απόθεμα οποιαδήποτε στιγμή στο βιβλιοπωλείο **Abbey's**, και 15.000 στο κέντρο γλωσσικών βιβλίων.

Στον κόσμο της αγοράς βιβλίων το **Abbey's Bookstore**, έχει γίνει θεσμός στο Σύδνευ της Αυστραλίας τα τελευταία 38 χρόνια καθώς παρέχει άριστη εξυπηρέτηση στο κοινό της .

Προστασία και ασφάλεια πελατών :

Η εταιρία συμμορφώνεται με το νόμο μυστικότητας της Κοινοπολιτείας της Αυστραλίας του 1988. Το ζήτημα της ασφάλειας πελατών είναι πολύ σοβαρό, και αφιερώνονται στην προστασία αυτής της ασφάλειας και των πληροφοριών. Όλες οι πληροφορίες πελατών θεωρούνται εμπιστευτικές, και δεν παλούνται, ή μοιράζονται.

Οι πληρωμές υποβάλλονται σε επεξεργασία μέσω μιας ασφαλούς σύνδεσης SSL 128 μπιτ, μιας βιομηχανίας τυποποιημένης που εξασφαλίζει ότι οι πληρωμές με το βιβλιοπωλείο είναι ασφαλείς.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ-ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Το ηλεκτρονικό εμπόριο απαιτεί σημαντικές επενδύσεις στις νέες τεχνολογίες που μπορούν να αγγίξουν πολλές από τις επιχειρησιακές διαδικασίες πυρήνων μιας επιχείρησης. Όπως με όλα τα σημαντικά επιχειρησιακά συστήματα, τα συστήματα ηλεκτρονικού εμπορίου απαιτούν τις σημαντικές επενδύσεις στο υλικό, λογισμικό, που επανδρώνει, και που εκπαιδεύει. Οι επιχειρήσεις χρειάζονται τις περιεκτικές λύσεις με μεγαλύτερο ease-of-use για να βοηθήσουν να ενθαρρύνουν την οικονομικώς αποδοτική επέκταση.

Οι επιχειρήσεις θέλουν να ξέρουν ότι οι επενδύσεις τους στα συστήματα ηλεκτρονικού εμπορίου θα παραγάγουν μια επιστροφή. Οι επιχειρησιακοί στόχοι όπως η παραγωγή μολυβδου, η αυτοματοποίηση επιχείρηση-διαδικασίας, και η μείωση δαπανών πρέπει να επιτευχθούν. Τα συστήματα που χρησιμοποιούνται για να επιτύχουν αυτούς τους στόχους πρέπει να είναι αρκετά εύκαμπτα και να αλλάζουν όταν αλλάζει η επιχείρηση.

Το Διαδίκτυο παρέχει την καθολική πρόσβαση, αλλά οι επιχειρήσεις πρέπει να προστατεύσουν τα προτερήματά τους από την τυχαία ή κακόβουλη κακή χρήση. Η ασφάλεια συστημάτων, εντούτοις, δεν πρέπει να δημιουργήσει την απαγορευτική πολυπλοκότητα ή να μειώσει την ευελιξία. Οι πληροφορίες πελατών πρέπει επίσης να προστατευθούν από την εσωτερική και εξωτερική κακή χρήση.

Προοπτικές ελληνικού ηλεκτρονικού εμπορίου

Στα επόμενα 5 χρόνια προβλέπεται παρουσία του 100% των ελληνικών επιχειρήσεων στο Internet. Η κινητήρια δύναμη για το ηλεκτρονικό εμπόριο για τα επόμενα 2-3 χρόνια θα είναι το B2B, ιδιαίτερα αν κινητοποιηθεί ο δημόσιος τομέας, και θα βασίζεται κυρίως σε ανάπτυξη υπηρεσιών αλυσίδας τροφοδοσίας (supply chain applications). Ο αριθμός των ολοκληρωμένων e-shops και e-malls θα φτάσει τα 15. Η προοπτική για το μέγεθος της ελληνικής αγοράς ηλεκτρονικού εμπορίου για το 2003 ξεπερνά τα 600 δισεκ. δρχ. Ο προβλεπόμενος ραγδαίος ρυθμός αύξησης (το σημερινό μέγεθος ανέρχεται σε 1,5 δισεκ. δρχ.) βασίζεται κυρίως στη συμμετοχή του δημόσιου τομέα στο e-procurement. Η αξία του B2C θα φτάσει τα 50 δισεκ. τα επόμενα τρία χρόνια, δηλ. το 0,5% του φυσικού λιανικού εμπορίου. **Οι ελληνικές επιχειρήσεις και οι καταναλωτές πρέπει να κατανοήσουν τα οφέλη εφαρμογών Internet B2B και B2C.**

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ :
Case Studies Επιχειρήσεων – Οργανισμών

Wal*Mart:



Εταιρείες που είναι ικανές να τιθασεύσουν νέες τεχνολογίες είναι πιθανό να απασχολήσουν διαδικασίες επιχειρηματικής καινοτομησης, οι οποίες θα κατανεμηθούν με βάση τον ανταγωνισμό.

Η εταιρεία είναι η μεγαλύτερη στον τομέα λιανικών πωλήσεων, με περισσότερα από 2.700 καταστήματα στις Η.Π.Α. και περίπου 750 σε άλλες χώρες ομαλοποιώντας τη διαδικασία αλυσίδας προμηθειών και αποκλείοντας τους ανταγωνιστές από την αγορά με τις χαμηλές της τιμές. Έχει αναγνωριστεί απ' τους αναλυτές της retail industry ως η καλύτερη εταιρεία πληροφοριακών συστημάτων, για την επιθετική υιοθέτηση των IT στον τομέα των logistics και της back-office ικανότητας.

Εξαιτίας των πολλών και συνεχών εφευρέσεων στον τομέα των IT η Wal-Mart δουλεύει σκληρά επιλέγοντας σωστές στρατηγικές ώστε να κρατάει σε απόσταση τους ανταγωνιστές της από την εκμάθηση των επιτυχημένων διαδικασιών που χρησιμοποιεί στον τομέα των IT.

Όσον αφορά τώρα τη δραστηριότητα της επιχείρησης αξίζει να αναφέρουμε ότι αποτελεί την μεγαλύτερη retail εταιρεία παγκοσμίως και το δεύτερο μεγαλύτερο οργανισμό παγκοσμίως μετά την Exxon Mobil. Η εταιρεία λειτουργεί υπερεθνικά όπως (Μεξικό, Μ. Βρετανία, Ιαπωνία Αργεντινή, Βραζιλία, Καναδά, κ. α.).

Βασίζεται στην πώληση μεγάλης ποικιλίας εμπορευμάτων και ακολουθεί πολιτικές πάντα χαμηλής τιμολόγησης, όπως και καλωσορίζει τους πελάτες της στις εισόδους των καταστημάτων της, ώστε να περάσει την εικόνα πως νοιάζεται γι' αυτούς.

Όσον αφορά τώρα την ικανότητα της στη δημιουργία πληροφοριακών δυνατοτήτων, η Wal*Mart ξεχωρίζει με τη χρήση των **RFID (Radio Frequency Identification)** που την οδηγεί στην αποτελεσματική παραγωγή αγαθών. (Χωρίς αυτά δεν θα καθίσταται δυνατή η πρόοδος της). Επίσης η χρήση των RFID αποδεικνύει τα πλεονεκτήματα της υιοθέτησης νέων τεχνολογιών.

Η **συμμαχία** της με την AOL το 2001 σχεδιάστηκε για να παρέχει χαμηλού κόστους πρόσβαση στο Internet σε κατοίκους αγροτικών και πολύ αστικών περιοχών, όπου δεν υπάρχει σχεδόν κανένα κατάστημα της. Ο στόχος της ήταν να κερδίσει νέα τμήματα της αγοράς και να ακυρώσει με αυτό τον τρόπο το πρόβλημα του κανιβαλισμού των καταστημάτων της. Το 2002 η εταιρία ωρίμασε, προσφέροντας δυνατότητες παρακολούθησης της κατάστασης και εξέλιξης παραγγελιών, ένα γραφείο βοήθειας, μια σαφή πολιτική και μηχανισμούς επιστροφών και ένα σύστημα εντοπισμού καταστημάτων.

Τελειώνοντας, την μελέτη περίπτωση της Wal*Mart, η Wal*Mart όπως και η Dell που κάναμε μνεία προηγουμένως αναμένει η εκάστοτε τεχνολογία υποδομής να φτάσει στο υπέρτατο σημείο ευρείας υιοθέτησης για να την αποκτήσει δηλαδή αναμένει σχεδόν πάντα να σταθεροποιηθεί η εκάστοτε ΤΥ ώστε να υλοποιηθούν τα αντίστοιχα πρότυπα και να μειωθεί, φυσικά, κατά πολύ η τιμή της εκάστοτε ΤΥ.

Case Studies Επιχειρήσεων – Οργανισμών

Marks & Spenser:

Η Marks & Spenser είναι μια Αγγλική εταιρία λιανικών πωλήσεων για τα υψηλής ποιότητας και ακριβά εμπορεύματά της. Έχει καταστήματα σε περισσότερες από 30 χώρες και αντιμετωπίζει δυνατό ανταγωνισμό, ειδικά με την έναρξη της οικονομικής ύφεσης που άρχισε το 1999. Η εξυπηρέτηση των πελατών έγινε ένας κρίσιμος παράγοντας επιτυχίας για την Marks & Spenser. Άλλοι κρίσιμοι παράγοντες επιτυχίας περιλάμβαναν ένα σωστό σύστημα παρακολούθησης αποθεμάτων και μια αποδοτική δραστηριότητα αλυσίδας προμηθειών. Για να έλξει τους αγοραστές η εταιρία έπρεπε να μειώσει τις τιμές στα καταστήματά της κάτι το οποίο μείωσε δραστικά τα κέρδη.

Η εταιρία αντιλήφθηκε ότι στην ψηφιακή εποχή, η επιβίωση εξαρτάται από την χρήση της τεχνολογίας της πληροφορίας γενικά και του ηλεκτρονικού εμπορίου ειδικά. Η M&S προχώρησε σε πολλές πρωτοβουλίες ηλεκτρονικού εμπορίου που την οδήγησαν σε αυξημένη κερδοφορία, περιλαμβανομένων των εξής :

- Αγορές online

Οι αγοραστές μπορούν να συλλέγουν τα εμπορεύματά τους σε ένα «καλάθι αγορών», να πληρώνουν online και να παραλαμβάνουν τα εμπορεύματα την επόμενη ημέρα (στο Ηνωμένο Βασίλειο). Οι online αγοραστές ενθαρρύνονται να δίνουν έναν κωδικό αγοραστή, ώστε να αγοράζουν το ίδιο προϊόν που βλέπουν στο κανονικό κατάστημα συχνά σε χαμηλότερη τιμή.

- Ασφάλεια

Ένα σύστημα ασφάλειας παρακολουθεί τα δεδομένα συναλλαγών σε πραγματικό χρόνο, ελέγχοντας για παραπλανητικά στοιχεία. Αν ανακαλυφθούν τέτοιου είδους στοιχεία, το σύστημα προειδοποιεί το προσωπικό ασφαλείας του αντίστοιχου καταστήματος στέλνοντας γραπτό μήνυμα μέσω κινητού τηλεφώνου.

- Διαχείριση αποθεμάτων

Ένα σύστημα κεντρικού υπολογιστή διαχείρισης αποθεμάτων εγκαταστάθηκε στο κέντρο διανομής της M&S στο Hardwick στο Ηνωμένο Βασίλειο. Οι πωλήσεις καταστημάτων αναφέρονται σε μια αποθήκη δεδομένων και είναι διαθέσιμα για λήψη αποφάσεων ή για αναπλήρωση αποθεμάτων και στην εταιρία μεταφορών .

- Παραλαβή εμπορευμάτων

Η διαδικασία ταιριάσματος παραγγελιών και τιμολογίων είναι αυτοματοποιημένη. Οι πληροφορίες για την άφιξη αγαθών μεταβιβάζονται αυτόματα τόσο στην αποθήκη όσο και στα καταστήματα. Με αυτόν τον τρόπο το σύστημα διαχείρισης αποθεμάτων μπορεί να κάνει έλεγχο σε πραγματικό χρόνο της άφιξης εμπορευμάτων και του διαθέσιμου αποθέματος καθώς επιτρέπει και ταχύτερα την πληρωμή των προμηθευτών.

- Έλεγχος αποθεμάτων

Η διαχείριση αποθεμάτων βελτιώνει τις σχέσεις των πελατών, καθώς μπορούν να βρουν αυτό που θέλουν, επειδή η αναπλήρωση γίνεται γρήγορα.

- Επιτάχυνση της προμήθειας μοντέρνων ειδών

Χρησιμοποιώντας ειδικό λογισμικό, οι πωλητές μπορούν να ποσοπελάσουν και αλλάξουν τα σχέδια παραλαβών από κάθε υπολογιστική μηχανή από οπουδήποτε και ανα πάσα στιγμή, αποκρινόμενοι σε αλλαγές της ζήτησης. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό για μοντέρνα είδη, όπου η ικανοποίηση των συνεχώς μεταβαλλόμενων απαιτήσεων είναι κρίσιμη για να παραμείνει η εταιρία ανταγωνιστική.

- Συνεργατικό εμπόριο

Η M&S μπορεί τώρα να μεταβιβάσει ακριβέστερες προβλέψεις απαιτήσεων στους προμηθευτές της, ώστε να παραλαμβάνει ταχύτερα τα προϊόντα και κατευθείαν στα καταστήματά της. Το νέο πληροφορικό σύστημα επιτρέπει στην M&S να συνεργάζεται με τους προμηθευτές της ώστε αυτοί να αναδρομολογούν τα εμπορεύματα σε διαφορετικές αποθήκες και να αλλάζουν τους προορισμούς εκεί όπου χρειάζονται τα εμπορεύματα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Για την σύνθεση και δημιουργία της εργασίας χρησιμοποιήθηκε χρήσιμο υλικό από τις παρακάτω πηγές :

Διαδίκτυο : URLs

- ⇒ www.amazon.com
- ⇒ www.barnesandnoble.com
- ⇒ www.ianos.gr
- ⇒ www.papasotiriou.gr
- ⇒ www.bpiec.cn
- ⇒ www.exclusivebooks.com
- ⇒ www.nhbs.com
- ⇒ www.kinokunya.co.jp
- ⇒ www.bookstore.co.uk
- ⇒ www.abbey.com
- ⇒ www.walmart.com
- ⇒ www.marksandspencer.com

Βιβλιογραφία :

[1]. Kraemer K. & Gurbaxani V., “Business Value of Information Technology”, CRITO & CSC Consulting, December 1995

[2]. Wheelen Hunger, “Strategic management and Business Policy ”, fifth edition

[3]. IT Professional, “E-commerce Strategies”, by Microsoft

