

ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС

БОБЫЛЕВ БОРИС Б.

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЩЕСТВО

общество, в котором информация является ключевым компонентом экономической и социальной жизни, а большинство работающих занято производством, хранением, переработкой и реализацией информации, особенно ее высшей формы – знаний.

- увеличение роли информации, знаний и информационных технологий в жизни общества;
- возрастание числа людей, занятых информационными технологиями, коммуникациями и производством информационных продуктов и услуг, рост их доли в ВВП;
- нарастающая информатизация общества с использованием телефонии, радио, телевидения, сети Интернет, а также традиционных и электронных СМИ;
- создание глобального информационного пространства, обеспечивающего эффективное информационное взаимодействие людей, их доступ к мировым информационным ресурсам, удовлетворение их потребностей в информационных продуктах и услугах;
- развитие электронной демократии, информационной экономики, электронного государства, электронного правительства, цифровых рынков, электронных социальных и хозяйствующих сетей.

ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

ИКТ – основа электронного бизнеса

- ИТ-технологии повышают эффективность и конкурентоспособность бизнеса;
- бизнес перемещается в Интернет




ЭЛЕКТРОННОЕ ПРАВИТЕЛЬСТВО

Электронный бизнес затрагивает не только коммерческие, но и государственные структуры.

Электронное правительство – это новая форма организации деятельности органов государственной власти, обеспечивающая за счет широкого применения ИКТ качественно новый уровень оперативности и удобства получения организациями и гражданами государственных услуг и информации о результатах деятельности государственных органов.



ВИДЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

- между государством и гражданами (G2C, Government-toCitizen);
 - между государством и бизнесом (G2B, Government-toBusiness);
 - между различными ветвями государственной власти (G2G, Government-to-Government);
 - между государством и государственными служащими (G2E, Government-to-Employees).
- 

ИСТОРИЧЕСКАЯ СПРАВКА

- Первым в СССР разработал технологию электронного документооборота кибернетик Виктор Михайлович Глушков.
- концепция электронного правительства была утверждена 6 мая 2008 г. Правительством Российской Федерации
- принятие государственной программы Российской Федерации «Информационное общество (2011 – 2020)», утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 октября 2010 г. № 1815-р,

В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ

- единый портал государственных и муниципальных услуг;
- единая система межведомственного электронного взаимодействия;
- национальная платформа распределенной обработки данных;
- единая система идентификации и аутентификации в инфраструктуре предоставления государственных услуг в электронной форме;
- Информационная система головного удостоверяющего центра.

Федеральный закон № 210-ФЗ от 27 июля 2010 г. «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг»

ЗАДАЧИ ЭЛЕКТРОННОГО ПРАВИТЕЛЬСТВА

- оптимизация предоставления правительственных услуг населению и бизнесу;
- поддержка и расширение возможностей самообслуживания граждан;
- рост технологической осведомленности и квалификации граждан
- повышение степени участия всех избирателей в процессах руководства и управления страной;
- снижение воздействия фактора географического местоположения.

Цель электронного правительства – обеспечение нового способа взаимодействия на основе использования ИКТ для повышения эффективности предоставления государственных услуг.

ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС

электронный бизнес – это преобразование основных бизнес-процессов при помощи интернет-технологий (ИВМ)

электронный бизнес – это любая деловая активность, использующая возможности глобальных информационных сетей для преобразования внутренних и внешних связей с целью создания прибыли

- электронная коммерция;
- электронные аукционы;
- электронные банки;
- электронные указатели;
- электронные научно-исследовательские работы (НИР) и опытно-конструкторские работы (ОКР);
- электронные казино;
- электронный франчайзинг;
- электронное обучение;
- электронный маркетинг;
- электронные брокерские услуги;
- электронный менеджмент операционных ресурсов;
- электронный менеджмент поставок.

ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС И ИНТЕРНЕТ

- **бизнес на Интернетe:** интернет-провайдинг, контент- провайдинг и сервис-провайдинг.
- **бизнес вокруг Интернетa:** поставка технических средств, программных средств, веб-дизайн, программирование и сопутствующие услуги, перепродажа фирм;
- **бизнес в Интернетe:** интернет-реклама, интернет- магазины, интернет- аукционы, интернет-расчеты, интернет- маркетинг, интернет-коммерция, информационная подписка, СМИ в Интернетe.

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ В ЭЛ.БИЗНЕСЕ

- обмен информацией;
- проведение маркетинговых исследований;
- установление контактов, например между потенциальными заказчиками и поставщиками;
- пред- и послепродажная поддержка, например представление подробной информации о продуктах и об услугах, документации, ответов на вопросы заказчиков и т.д.
- продажа товаров и услуг
- электронная оплата, в том числе с использованием электронных платежных систем;
- распространение продуктов, включая как управление доставкой и ее отслеживание для физических продуктов, так и непосредственную доставку продуктов, которые могут распространяться электронным путем;
- возможность организации виртуальных предприятий
- группы отдельных специалистов или даже независимых компаний для ведения совместной коммерческой деятельности
- осуществление бизнес-процессов, совместно управляемых компанией и ее торговыми партнерами.

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ

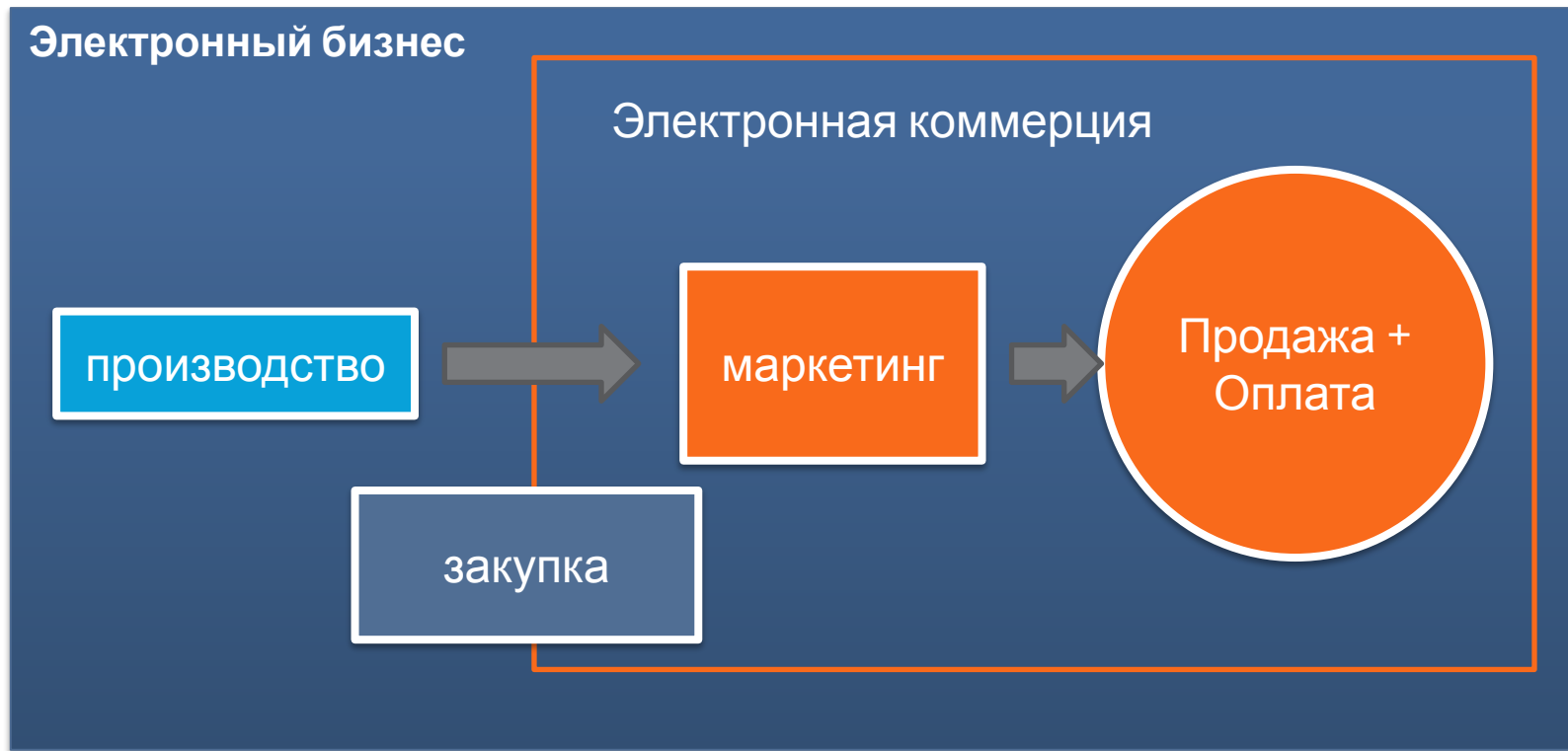
технология, обеспечивающая полный замкнутый цикл операций, включающих в себя заказ товара (услуги), проведение платежей, участие в управлении доставкой товара (выполнение услуги).

любые формы сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется с применением возможностей информационных и телекоммуникационных технологий систем и сетей.

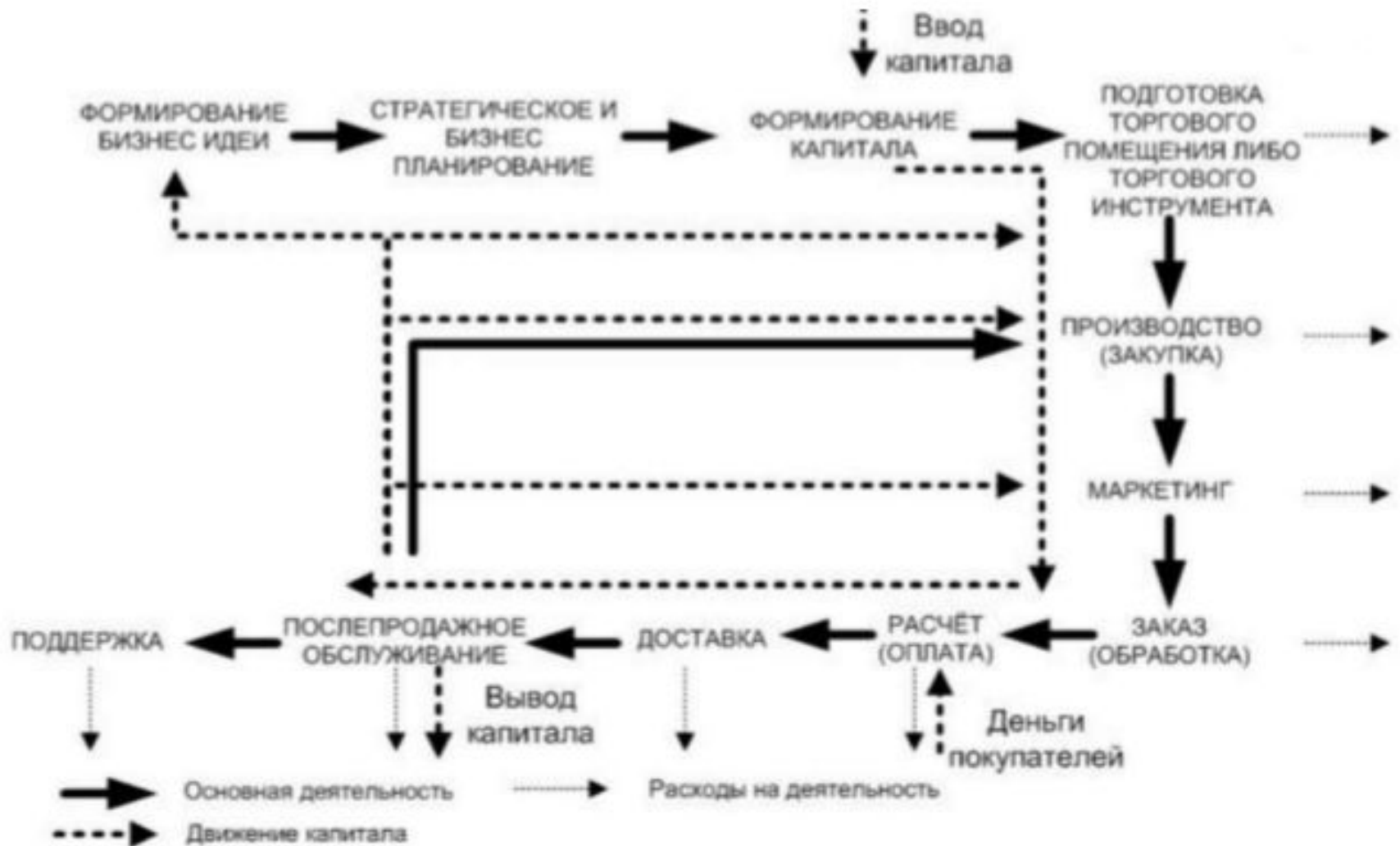
Электронная коммерция является только **ОДНОЙ ИЗ СОСТАВНЫХ ЧАСТЕЙ** электронного бизнеса, которая ограничивается проведением сделок при помощи электронных систем, например продажа товаров или оказание услуг через Интернет

Объекты: товар, работа и услуги

БИЗНЕС И КОММЕРЦИЯ



БИЗНЕС И КОММЕРЦИЯ



ОТЛИЧИЯ БИЗНЕСА И КОММЕРЦИИ

- **электронная коммерция** – ограниченное проявление электронного бизнеса, представляющее собой маркетинг, продажу, приобретение товаров/услуг с использованием телекоммуникационных технологий
- **электронный бизнес** поддерживает цепочку добавления потребительской стоимости, интегрируя в цепочки несколько компаний;
- основной упор электронного бизнеса сделан на сферу **управления цепочками** поставщиков и внутренней деятельности компании.


ИНСТРУМЕНТЫ ЭК

- создание торгового инструмента
- производство (закупка)
- маркетинг;
- заказ (обработка);
- расчет (оплата);
- Доставка
- послепродажное обслуживание
- поддержка.


ВЫГОДЫ ЭК ДЛЯ УЧАСТНИКОВ

- сокращение операционных издержек
- значительное уменьшение затрат на проведение рекламы; - персонализация процесса обслуживания покупателей
- возможность «легкого» опережения конкурентов
- возможность эффективного управления процессами осуществления деятельности из любой точки
- «скорость» проведения маркетингового исследования ниш рыночных сегментов
- снижение затрат на обмен информацией
- возможность неограниченного роста числа покупателей
- увеличение «прозрачности» компании
- сокращение расходов на содержание магазинов;
- уменьшение себестоимости транзакций
- возможность создания нового канала сбыта или освоения новой ниши;
- возможность отказа от услуг посредников;
- упрощение координации хозяйственных связей;
- увеличение оперативности получения информации
- большая открытость фирм-производителей;
- повышение эффективности за счет интеграции с заказчиками; - упрощение контактов;
- сокращение операционных расходов;
- быстрая актуализация клиентской информации
- экономия затрат у поставщиков.


ВЫГОДЫ ЭК ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

- минимизация затрат времени на посещение магазинов;
 - обеспечение постоянной доступности магазинов для посещения;
 - упрощение процедуры поиска товаров;
 - возможность оперативного сравнения характеристик и цен товаров в различных магазинах;
 - индивидуализация обслуживания;
 - возможность получения экономии денежных средств;
 - вовлечение покупателей в процесс разработки и внедрения продуктов и услуг;
 - уменьшение затрат, связанных с оформлением акта купли-продажи
 - сокращение пути поставки товара покупателю;
 - «ускоренная» обратная связь с «магазином».
- 

ПРОБЛЕМЫ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

- безопасность;
 - целостность системы данных;
 - масштабируемость;
 - проблемы исполнения заказов;
 - проблемы взаимоотношения с потребителем;
 - продукция, которую не желают покупать онлайн;
 - общая уязвимость;
 - отсутствие подготовки специалистов по электронной коммерции;
 - большой риск при начале своего дела.
- 

ЭЛЕКТРОННАЯ И ТРАДИЦИОННАЯ ЭКОНОМИКИ

- обработка и обмен информацией – важнейший элемент
 - Нет границ и расстояний, глобализация
 - Конвергенция (сближение технологий и отраслей)
 - Интерактивность (заинтересованность) и «режим реального времени» (немедленный отклик)
 - Интеллектуальный капитал на первых ролях (инновации)
 - Информация о продукте распространяется мгновенно
 - информационный посредник
 - Стандартизация процессов и интеграция
 - Удобство модернизации
 - Увеличивается стоимость (производство + информационные издержки)
- 


ЭК, E-SHOP И ПЛАТЁЖНЫЕ СИСТЕМЫ

Электронный магазин (интернет-магазином) – это интернет-представительство компании для продажи товаров и услуг пользователям сети Интернет.

Электронный магазин – это сообщество территориально разобщенных сотрудников магазина (продавцов, кассиров) и покупателей, которые могут общаться и обмениваться информацией через электронные средства связи при полном (или минимальном) отсутствии личного прямого контакта.

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ E-SHOP

- ✓ круглосуточный доступ
 - ✓ затраты на содержание ниже
 - ✓ Мгновенное обновление товара

 - невозможность тактильного контакта с товаром;
 - период доставки;
 - небольшая информация об электронных магазинах и о тех преимуществах, которые они предоставляют;
 - боязнь быть обманутыми;
 - не всегда удобный и безопасный способ оплаты;
 - высокая цена доставки;
 - нежелание регистрироваться
- 


ПЛАТЕЖНАЯ СИСТЕМА

Платежная система – это процедура технической инфраструктуры и правил, которые обеспечивают перевод денег от одного субъекта к другому субъекту экономики


С юридической точки зрения происходит перевод **долга**.

Система получает деньги и фиксирует сумму, а затем становится должником клиента. Но клиент может дать распоряжение, которое переведет долг системы на счет другого клиента. Второй клиент обращается к платежной системе и получает долг в денежном эквиваленте.

ПО СПОСОБУ РАСЧЕТОВ

- кредитные схемы (пост расчет с банком)
 - дебетовые схемы (электронный эквивалент наличных)
 - схемы с использованием «электронных денег» (имитация наличных)
- 

ТРЕБОВАНИЯ К ПЛАТЕЖНОЙ СИСТЕМЕ

- надежность и стабильность расчетов;
 - рентабельность;
 - прозрачность работы;
 - минимизация рисков;
 - справедливость ко всем участникам;
 - возможность эффективного сотрудничества и разрешения конфликтов между участниками и клиентами.
- 

ЭЛЕКТРОННЫЕ ПЛАТЕЖНЫЕ СИСТЕМЫ

Электронные платежные системы – подвид платежных систем, проводящих транзакции электронных платежей с помощью Интернет.

это технология прямых взаиморасчетов между участниками без дополнительных условностей (таких как межбанковские переводы, указание личных данных и пр.) посредством Интернета.




РЕАЛИЗАЦИЯ ЭЛЕКТРОННОГО ПЛАТЕЖА



ЗАЩИТА ИНФОРМАЦИИ

Основные требования к операциям: конфиденциальность, целостность, аутентификация, авторизация, гарантии и сохранение тайны.

Виды угроз для электронной коммерции:

- преднамеренный перехват информации;
 - преднамеренное изменение данных;
 - неправильная (т.е. с мошенническими целями) идентификация пользователя;
 - взлом программно-аппаратной защиты;
 - несанкционированный доступ пользователя из одной сети к другой.
- 

КРИПТОГРАФИЧЕСКАЯ ЗАЩИТА

Аутентификация – проверка отправителя (идентификация) и неизменность информации (сохранности тайны)

криптозащита - ключ и алгоритм

Цифровая подпись – это информационный объект, создаваемый для подписываемых данных, позволяющий удостовериться в целостности и аутентичности этих данных. Добавляемая в файлы электронная метка безопасности, позволяет проверить издателя файла и помогает определить, был ли изменен файл после добавления к нему цифровой подписи.

Сертификационный центр – это организация, которая занимается хранением цифровых сертификатов.

SSL-СЕРТИФИКАТ


SSL-сертификат – это электронный документ сайта, который необходим для подтверждения защищенности канала, по которому осуществляется обмен информацией между клиентом и сервером. Он содержит информацию о владельце ключа, наименование доверенного центра и т.д.

SSL-сертификаты высокой надежности (EV) окрашивают адресную строку веб-браузера в зеленый цвет и отображают название компании перед URL-адресом. Зеленая полоса показывает посетителям сайта, что сделка зашифрована и организация была идентифицирована

Trust
Logo

https://

Siteseal



ЭЛЕКТРОННЫЕ ФИНАНСОВЫЕ СТРУКТУРЫ РЫНКА

- **интернет-банкинг** (технологии дистанционного банковского обслуживания, которое обеспечивает доступ к счетам и операциям со счетами, предоставляемый в любое время и с любого компьютера, подключенного к сети Интернет.)
- **интернет-страхование** (элементы взаимодействия между страховой компанией и клиентом, возникающие при продаже страхового продукта и его обслуживании и выполняемые в сети Интернет)
- **интернет-трейдинг** (способ доступа к торгам на валютной, фондовой или товарной бирже с использованием Интернета)
- **Сетевой маркетинг** – система продажи товаров и услуг с привлечением независимых дистрибьюторов, которые продают товар клиентам, а также набирают (рекрутируют) новых дистрибьюторов и получают процент с продаж новых дистрибьюторов.
- **Виртуальные банки** - финансовая организация, которая осуществляет различные банковские операции в сети Интернет. Не имеет собственного офиса, все оформление происходит в электронном виде
- **Электронный фондовый рынок** (интернет-биржи) - Предметами электронной биржевой торговли являются в основном финансовые контракты, т.е. фьючерсы и опционы на валюты, фондовые индексы, процентные ставки и т.п.

ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА

Группа законов №1 (безопасность)

- Закон «О правовой охране программ для электронных вычислительных машин и баз данных» № 3532-1
- Закон РФ «О защите прав потребителей» № 2300-1.
- Федеральный закон «О коммерческой тайне» № 19-ФЗ.
- Закон «Об авторском праве и о смежных правах» от 09.07.1993 г. № 5351-1.
- Федеральный закон «О персональных данных» № 152-ФЗ
- Доктрина информационной безопасности РФ от 09.09.2000 г. № Пр-1895
- Уголовный кодекс РФ (глава «Преступления в сфере компьютерной информации»)
- Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 г. № 149-ФЗ
- Гражданский кодекс РФ, ч. 1, ст. 128, 139.

ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА

Группа законов №2 (документооборот)

- «Рекомендации по организации деятельности лиц в сфере интернет-коммерции в Российской Федерации»
- ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». Определены понятия электронного сообщения, документированной информации, утверждается равнозначность электронного сообщения, подписанного электронной цифровой подписью и собственноручной подписью
- Закон РФ «Об электронной цифровой подписи». Основной задачей является обеспечение системы идентификации участников рынка информационных технологий, в том числе участников электронной торговли.

ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА

Группа законов №3 (эл.платежи)

- Федеральный закон «О банках и банковской деятельности»
- Федеральный закон «О Центральном банке РФ (Банке России)». Перечислены цели деятельности Центрального банка РФ, рассмотрены его функции
- Федеральный закон «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении денежных расчетов с использованием платежных карт»
- Указание «О порядке информирования кредитными организациями ЦБ РФ об использовании в своей деятельности интернет-технологий»
- Положение «Об эмиссии банковских карт и операциях, совершаемых с использованием платежных карт»
- Письмо ФНС от 20.09.2006 N° 06-9-10/332 «О применении торговых и других автоматов по приему денежных средств»
- Письмо ЦБ РФ от 05.04.2007 N° 44-т «О проверке осуществления кредитными организациями идентификации клиентов, обслуживаемых с использованием технологий дистанционного банковского обслуживания (включая интернет-банкинг)». Описана технология проверки кредитной организации, использующей технологии дистанционного банковского обслуживания.

ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ЭЛЕКТРОННОГО
БИЗНЕСА

Группа законов №4 **(отраслевые)**



ПО ДЛЯ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА



ВЕБ РЕСУРС

Элементы Опыта Взаимодействия

Джекс Джеймс Гарретт
jg@jig.net

30 марта 2000

Принципиальная двойственность: Web изначально задумывался как гипертекстовое пространство; Развитие как клиентских, так и серверных технологий способствовало применению Web'a в качестве удаленного программного интерфейса. Эта двойственная природа привела к путанице, так как разработчики и пользователи пытались применять терминологию не предназначенную для этой области. Целью данного документа является определение некоторых терминов в рамках соответствующего контекста, а также уточнение основных отношений между различными элементами.

Web как программный интерфейс

Визуальный дизайн: интерфейс как графические элементы (вид и ощущение)

Дизайн интерфейса: как в традиционных HCI: дизайн элементов интерфейса для упрощения взаимодействия пользователя с функционалом. Информационный дизайн: структурирование информации для облегчения ее понимания

Проектирование Взаимодействия: создание алгоритмов взаимодействия
определение сценариев взаимодействия

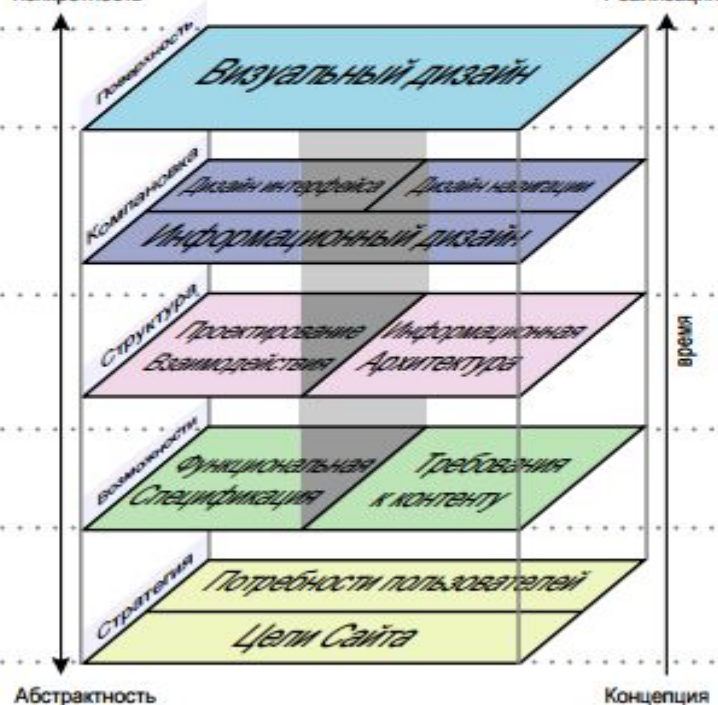
Функциональная Спецификация: "набор функций":
Подробное описание функций сайта, должно включать способы удовлетворение потребностей

Потребности пользователей: описание целей сайта выявленных исследованиями (психографические маркетинговые и т.д.) - внешние цели
Цели Сайта: бизнес, креатив и другие внутренние цели

Целе-ориентирована

Конкретность

Реализация



Web как гипертекстовое пространство

Визуальный дизайн: визуальная компоновка текстов, графических элементов и навигационных компонентов

Дизайн навигации: Дизайн элементов интерфейса, для облегчения перемещения пользователя по по информации. Архитектура информации для облегчения ее понимания.

Информационная архитектура: разработка информационного пространства с целью создания интуитивно понятного интерфейса

Требования к контенту: определение содержания элементов, нужных на сайте в целях удовлетворения потребностей пользователя

Потребности пользователей: описание целей сайта выявленных исследованиями (психографические маркетинговые и т.д.) - внешние цели
Цели Сайта: бизнес, креатив и другие внутренние цели

Информационно-ориентирована

Данная схема является неполной: Эта модель не учитывает вторичных факторов (таких как техническая разработка или контентное наполнение), которые могут повлиять на разработку пользовательского интерфейса. Кроме того, эта модель не описывает процесс развития, а так же не определяет роли в команде разработчиков. Это попытка описать основные идеи при создании пользовательских web-интерфейсов.

УРОВНИ

Уровень поверхности

На поверхности вы видите **ряд веб-страниц**, состоящих из картинок и текста. По некоторым картинкам можно щелкать мышью, чтобы выполнить какое-либо действие, например, просмотреть содержимое корзины. Другие, например фотографии обложек книг или логотип сайта, являются просто иллюстрациями.



УРОВЕНЬ КОМПОНОВКИ

Под поверхностью находится компоновка страниц сайта – **расположение кнопок, вкладок, фотографий и текстовых блоков**. Компоновка проектируется так, чтобы организация этих элементов была максимально эффективной и эффективной, то есть, чтобы вы запомнили логотип и смогли найти кнопку с корзиной, когда она понадобится.



УРОВЕНЬ СТРУКТУРЫ

Компоновка является конкретным воплощением абстрактной структуры сайта. Например, компоновка задает расположение элементов интерфейса на странице оплаты товара, а структура определяет, **как пользователи попадают на эту страницу и куда они могут направиться**, завершив оплату. Компоновка задает расположение навигационных элементов, позволяющих пользователям переходить от одной категории в каталоге книг к другой, структура же определяет, что фактически кроется за этими категориями.



УРОВЕНЬ НАБОРА ВОЗМОЖНОСТЕЙ

Структура определяет способ организации различных

функциональных возможностей сайта в

единое целое. Простое перечисление этих функциональных возможностей образует уровень набора возможностей сайта. Некоторые сайты, торгующие книгами, позволяют пользователям сохранять адрес, чтобы не пришлось указывать его повторно. Вопрос, включена ли эта (или любая другая) функция в список функций сайта, как раз относится к возможностям сайта.



УПРАВЛЕНИЕ ДОКУМЕНТАМИ

Электронный документооборот (ЭДО)

Документооборот – это система создания, интерпретации, передачи, приема и архивирования документов, а также контроля над их выполнением и защиты от несанкционированного доступа.


Делопроизводство – это комплекс мероприятий по организации документооборота предприятия или организации. Делопроизводство – это термин, применяемый в конторской практике для обозначения формального набора правил работы с документами.

КЛАССИФИКАЦИЯ СИСТЕМ ЭДО


Системы электронного документооборота:

- с развитыми средствами **хранения и поиска информации** (электронный архив)
- с развитыми средствами **workflow** (поток работ) жесткая иерархия
- ориентированные на **поддержку управления организацией и накопление знаний** (гибридные) «жесткая», так и «свободная» маршрутизации
- ориентированные на поддержку **совместной работы** - нет иерархии, только самое необходимое
- имеющие развитые **дополнительные сервисы** например сервис управления связями с клиентами (CRM – Customer Relation Management), управления проектами, биллинга, электронной почты и пр

ПРЕИМУЩЕСТВА ЭДО

- Экономия времени
 - Экономия пространства и техники
 - Прозрачность работы компании
 - Личная статистика
 - Гибкость физического местонахождения сотрудников
 - Безопасность информации и документов
 - Снижение расходов на канцелярские товары
- 

ЗАДАЧИ ЭДО

- Оптимизация управления за счет автоматизации контроля выполнения и прозрачности
 - Соответствие международным стандартам
 - Создание базы знаний
 - Протоколирование деятельности
 - Исключение бумажных носителей и систем их хранения
- 

ПРОБЛЕМЫ ЭДО

- Консерватизм персонала
- Низкая образованность
- Директора «советского типа»
- Слабая формализация бизнес процессов
- Взаимодействие с «бумажными» партнерами

CRM

CRM (Customer Relationship Management) – система управления взаимоотношениями с клиентами, прикладное программное обеспечение для организаций, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками (клиентами)

центром всей философии бизнеса является клиент, а основными направлениями деятельности – меры по поддержке эффективного маркетинга, продаж и обслуживания клиентов.



ПРИНЦИПЫ CRM

- единое хранилище информации (клиентская база)
- использование многих каналов взаимодействия
- анализ собранной информации о клиентах
- принятие решения на основе данных о клиентах (сегментация, тарифы, реклама)

Цель: **увеличение степени удовлетворенности клиентов** за счет анализа накопленной информации о клиентском поведении

Апсейл –
третий бесплатно

Допродажа –
Подожел срок

Перекрестные продажи
– «Вам может
нравиться»

РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА

Причины написания бизнес-плана

- обеспечение финансирования
- обеспечение иных ресурсов
- поиск топ-менеджмента
- развитие предпринимательских способностей
- формирование реалистичного подхода к бизнесу
- принятие решения о том, стоит ли продолжать дело
- возможность четко определить свой курс

ОСОБЕННОСТИ ДЛЯ ЭЛ.БИЗНЕСА

- Интернет – это особый канал продаж
- Ваша виртуальная витрина всегда на виду
- Электронная коммерция ведется со скоростью Интернета
- Интернет усиливает роль управления отношений с клиентами

ЭКСПРЕСС БИЗНЕС-ПЛАН

- Что мы будем продавать?
- Чем ваше предложение будет лучше?
- Что будет, если ...
- Определение формы будущего интернет-представительства
- Определение структуры интернет-представительства
- Выбор компаний-подрядчиков
- Как будет осуществляться оплата товара/услуги и его доставка.

Расходы на создание интернет-магазина не должны рассматриваться как расходы на один из способов рекламы

БИЗНЕС-КОНТЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ

Процесс-модель – моделирование работы компании

- бизнес-модель;
- контент-модель;
- менеджмент-модель;
- технологическая модель.

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ

«почему?» и «для кого?»

- Целевая установка;
- Критерии успеха
- Целевая аудитория
- Требования
- Партнерства
- Финансы
- Указательные вехи.

КОНТЕНТ-МОДЕЛЬ

Что?

- Формулирование содержания и функций
- Источники данных
- Иерархия;
- Представление
- Позиционирование


МЕНЕДЖМЕНТ-МОДЕЛЬ

как?

- Процессы
- Предпринимательские принципы,
- Директивы
- Роли и уровни ответственности

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ

Чем?

- Инструментарий
 - Техническое обеспечение
 - стандарты
- 

НАПРАВЛЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА

B2C

- электронная реклама
- электронная торговля;
- информационные услуги;
- электронное здравоохранение;
- дистанционное обучение;
- управление взаимоотношениями с клиентами.

B2B

- электронное управление закупками;
- электронные аукционы;
- электронные биржи;
- отраслевые порталы.

ИНФРАСТРУКТУРА

Основа обеспечивающая функционирование бизнеса (серверы, программное обеспечение, системы хранения данных)

