A webkereskedelem hét téveszméje

Sok cég, abbéli igyekezetében, hogy elárusító helyet hozzon létre a weben, nem veszi figyelembe az e-kereskedelem egyik kritikus tényezőjét. Nem azért nem nyereséges számos, értékesítéssel foglalkozó honlap, mert az emberek nem akarnak pénzt költeni, hanem mert a vállalatoknak problémáik vannak a rendelések kezelésével. A GartnerGroup szerint ugyanis a vállalatok jó része nem igazítja a modern kor követelményeihez a másfajta kereskedelemre kitalált rendelésteljesítési folyamatot.

Aki a weben akar értékesíteni, a hagyományostól teljesen különböző rendelésteljesítési folyamatot kell kidolgoznia. Ám sok vállalat túl kevés figyelmet fordít a háttérfolyamatok állapotára, amikor „kimegy a webre". Keveset beszélnek róla, de az elektronikus kereskedelem zavaró tényezője, hogy kevés webüzlet nyereséges, mert valami nincs rendben a rendelések feldolgozásával.

Az ördög valójában az e-kereskedelmi tranzakciók hátterében rejlik; problémák adódnak a gyártástervezéssel, a raktárgazdálkodással, a rendelésfeldolgozással, a szállítmány nyomon követésével stb., amelyek mind növelik a költségeket, sőt még az ügyfélkapcsolatokat is megronthatják. A GartnerGroup szerint az alábbi hét tévedés eloszlatásával el lehet kerülni a csapdákat:

1. Bárki, aki a weben elad, képes pénzt csinálni. Mivel a legtöbb cég nem érzékeli a teljesítés valódi költségeit, gyakran abban a hitben ringatja magát, hogy nyereséges. Ahhoz, hogy pontos képet kapjanak, a cégeknek el kell végezniük a háttérben futó folyamatok részletes költségelemzését. Ez olyan problémákra világíthat rá, mint a webrendelések hagyományos rendeléskezelés szerinti átírása, több szállítmány küldése egyetlen megrendelés kielégítésére. Továbbá a teljesítési problémák miatt megnő a call centerek hívásmennyisége, kezelni kell a visszaküldött árut, több raktári alkalmazottat kell felvenni.

2. Az e-kereskedelemben résztvevő cégek közti különbségtétel alapja az előtérben futó folyamatokban keresendő. Az olyan tevékenységeket, mint termékinformációk postai szétküldése, rendelések felvétele egy webhelyen, bármelyik versenytárs meg tudja kétszerezni. A webkereskedelem éllovasai a szállítóikhoz fűződő kapcsolataikkal és a termékek hatékony fizikai áramoltatásával tesznek maguk között különbséget. Mindezek növelik a profitrátát és javítják az ügyfélszolgálatot. Például, azoknak a cégeknek, amelyek testre szabott tömegárut akarnak eladni az interneten, alapvető változtatásokat kell végrehajtaniuk beszerzési rendszerükön, illetve gyártási és elosztási folyamataikban. A webkereskedelemben vezető vállalatok láthatóvá és valós idejűvé teszik a raktárkészletükkel, a kapacitásukkal és a szállítással kapcsolatos adataikat, s mindezt a megrendelés pillanatnyi állapotára és a szállítás időpontjára „fordítják le" ügyfeleik számára. Az úttörők egy lépéssel még tovább mennek: a kereslet és kínálat valós idejű adatain alapuló dinamikus árazást, promóciókat és termékskála-optimalizálást alkalmaznak.

3. Később is el lehet végezni a háttérfolyamatok integrálását. Ha mindjárt egy web-projekt kezdetén elmulasztjuk a háttérfolyamatok integrálását, ez a későbbiekben rémálommá válhat a vállalat számára. Mert mi történik? Idényjellegű dolgozók hada munkálkodik azon, hogy a webrendelési rendszerből hagyományos rendszerre sifrírozza az adatokat, illetve túl sok rendelést fogadnak el elfogyott vagy beszüntetett termékre. Mindezek próbára teszik az ügyfél türelmét, kockáztatják az ügyfél elvesztését, mindemellett rontják a cég hírnevét. Néhány esetben előfordulhat, hogy be kell csukni a virtuális boltot.

4. Gyakran véljük úgy, hogy a meglévő logisztikai feltételekkel elboldogulunk a webrendelések teljesítésében is. Azok a magas szinten automatizált raktárak, amelyek nagy- és kiskereskedőket kiválóan szolgálnak ki teherautónyi árukkal, képtelenek sokkal kisebb rendelések teljesítésére, azaz alkalmatlanok a tipikusan a weben árult holmik kiválasztására, becsomagolására és elküldésére. A vállalatok persze kihelyezhetik harmadik, logisztikával foglalkozó szakcéghez az internetes megrendelések teljesítését – és ezzel növelhetik a költségtényezők számát. Ám a vállalatok át is szervezhetik belső raktári működésüket – például kis csomagokat kezelő szállítórendszert vezetnek be.

Ha egy cég több raktárral is rendelkezik, mindegyiket át lehet szervezni, de az egyiket mindenképpen jelöljük ki az elektronikus kereskedelmi megrendelések teljesítésére. Azoknak a vállalatoknak pedig, amelyek a kelleténél gyakran termelnek kevesebbet, célszerű prioritásokat felállítani a disztribúciós csatornában helyet foglaló partnereiket illetően, kerülendő a webbel való konfliktust. Eltérő folyamatot kell bevezetni a visszaküldött áruk kezelésére is.

5. **Hagyományos szállítóink majd csak támogatnak bennünket e-kereskedelmi törekvéseinkben is.** Ha webkereskedelemre adjuk fejünket, alaposan meg kell változtatnunk szállítóinkhoz való viszonyunkat. Ez különösen olyan kiskereskedőkre igaz, akik kifacsarják szállítóikat. Ezzel ellentétben, a weben működő kiskereskedőknek együtt kell működniük a gyártókkal, hogy hatékonyabbá tegyék a megrendelések teljesítését, továbbá lebeszéljék őket a közvetlen értékesítésről. A webkereskedők mindazonáltal néhány olyan tétel esetében kérhetik a szállítók részéről történő teljesítést, amelyek iránt sporadikus a kereslet, magas a szállítási költség vagy nagy a termelési érték.

6. **A rendelésfeldolgozási rendszer képes a webkereskedelem kezelésére is.** A hagyományos rendelésfeldolgozási rendszereket előre meghatározott ügyfelek kis csoportjának támogatására tervezték. A weben keresztüli értékesítés megköveteli e rendszerek megváltoztatását annak érdekében, hogy támogassák nagyszámú, előre meg nem határozott ügyfél tranzakcióit, beleértve a hitelvizsgálatot és a számlázást is. Az interneten vásárló emberek azt is megkövetelik, hogy jólinformáltak legyenek az egyes termékek elérhetőségéről, a szállítási határidőkről és a megrendelés pillanatnyi állapotáról. Kíváncsiak lehetnek még esetleg a múltbeli rendelésekre, illetve szeretnék még menet közben is módosítani a megrendelést, egészen a szállítás időpontjáig. Ilyen esetekben a vállalatoknak meg kell kísérelniük kiterjeszteni a régi rendelési rendszer képességeit a webre, különös figyelmet fordítva az önkiszolgálás lehetőségére. Meg kell bizonyosodnunk róla, hogy honlapunk képese nagyobb volumenű tranzakció kezelésére; ha nem, akkor bizony milliókat kell beruháznunk.

7. **Mindenki globálisan árulhat a weben.** A legtöbb vállalatot felvillanyozza annak lehetősége, hogy termékeihez a világ minden tájáról hozzáférhetnek az érdeklődők. Ugyanakkor e cégeknél nem biztos, hogy a háttérfolyamatokat kezelő rendszer megbirkózik a nemzetközi kereskedelemmel. Tipikus kudarc a nemzetközi szállításokat illetően az ügyfél elidegenítése azáltal, hogy rosszul informáltuk őt a határidőkről és a szállítás teljes költségéről, kifelejtvén például az importvámot és a fogyasztási adót. Továbbá fennáll annak a veszélye is, hogy megsértjük az exporttörvényt, ami pénzbüntetéshez és negatív publicitáshoz vezethet.

Magyarország egyetlen bankjegy-,
és egyik legnagyobb biztonságiokmány-előállító nyomdája, a

PÉNZJEGYNYOMDA RÉSZVÉNYTÁRSASÁG

hamisítás ellen védett,
magas színvonalú nyomdatermékek készítését vállalja:

- állampapírok, kötvények, részvények és más értékpapírok
- bélyegek, igazolványok, belépőjegyek
- vásárlási, étkezési és ajándékutalványok
- postai készpénz-átutalási megbízások, számlalevelek.

Hologram- és aranyfólia-felvitel, dombornyomás, sorszámozás.

Egyedülállóan gazdag hagyományok és tapasztalatok a hamisítás elleni védelem terén, egyedi grafikai tervek, biztonságos gyártási körülmények.

Pénzjegynyomda Rt., marketing- és kereskedelmi osztály
1055 Budapest, Markó utca 13-17.
Telefon: (36-1) 332-6900, 302-6922, 311-6871, telefon/fax: (36-1) 302-6550
e-mail: penzjegynyomda.rt@mail.datanet.hu