E-Biz

© OptiOrg Roten www.102.ch

Gründe für E-Bussines

- Marketing-Instrument
  - Sichtbarkeit schnellere Sortimentsdaten; Medium ... s-Schluss; Kundenbindung
- Erweiterung Marktreichweite
  - neue Kun ... eue Länder/Gebiete
- Reaktionsfähigkeit
  - 24h erreichbar; schnellere Prozesse; ... luss in geschlossenem Kreis
- neue Dienstleistungen
  - z.B. Verbrauchs-Statistiken, Börsenhandel, Point of Demand
- Verträrken Beziehungen
  - Echtzeitdaten wie z.B. Lagerbestände
- Kostenreduktionen
  - Prozesse werden vereinfacht: z.B. Kunde erfasst Bestellung selbst
- Kanalkonflikte
  - Endverbraucher <--> Zwischenhändler

Kerngeschäft

- Kundennutzen
  - Kunden kennen
  - Wer ist Kundengruppe
- Strategie
  - langfristigkeit
- Prozessorientierung
  - kennen
  - anpassen
- ROI
  - Mehrwert
  - Prozesskosten

flexibel

- Skalierbar
  - Technik
  - Biz-Modell
- Kompatibel
  - Plattform unabhängig

Entwicklungsstufen E-Commerce

1. Point of Information
   Einseitiges (passives) Einstellung von Infoseiten
   - Werbe-/PR-Aspekte
   - Informationen über Produkte-/Serviceangebot
   - Erfahrungen sammeln mit Internet-Kunden
2. Point of Contact
   Transaktoinsorientierte Angebote
   - Kontostand-Abfrage, Wertpapier-Order
   - Per e-mail mit dem Unternehmung in Verbindung treten
   - Abwicklung auf "klassischen" Kanälen
3. Point of Sale
   Interaktive Angebote
   - Gesamtes Abwicklungsprozesse (auch Zablung) online
   - Integration von Partnern wie z.B. Post, Kurierdienste (DHL, UPS)

Einfach

- Usability
- schnell

Hemmnisse für E-Business

- Kanalkonflikte
  - Zwischenhändler steigen auf
- Konkurenz
  - lokale Konkurenz wird global
- Copyright
  - Kopierschutz, Urheberrecht
- Juristische Probleme
  - weltweite Geschäfte, lokale Gesetze
- Treue
  - weniger persönlich, Kunde klickt schnell weg
- Preise und Leistungen
  - Vergleichbarkeit, Preise fallen, Dienstleistung werden schlechter
- Sicherheit
  - Bedenken, vor allem im Zusammenhang mit der Zahlung. Akzeptanz des Mediums durch die Kunden?
- Überlebensfähigkeit
  - schnellebige Geschäftsmodelle

Integriert

- Einbetten
- keine Medienbrüche

gesicherter Ansatz

- nachhaltig
- langfristig
- Sicherheitsanforderugnen
  - Verhältnissmässig
  - wahrnehmbare Sicherheit

Geschäftsmodelle

- Online Auktionen
  - direktes Zusammenführen von Angeot und Nachfrage
- E-Banking
  - Zahlungsverkehr und Aktienhandel (auch E-Brokerage)
- E-Commerce
  - Waren verkaufen
- elektronische Verzeichnisse
  - 1 Datenquelle für Telefonbuch, Auskunft und online-Anfragen
- Elektronic Engineering
  - Entwicklungsarbeiten global vernetzt
- E-Franchise
  - Distributed Commerce
- E-Learing
  - computerbasierender Unterricht
- E-Mails
- E-Procurement
  - C-Artikel, MRO-Artikel werden dezentral durch die Verbraucher bestellt
- E-Goverment
  - Bürger- und Staatsverwaltung über Internet
- SCM Supply Chain Management
  - Lieferketten-Management und Logistik- Verwaltung (im Shop 1 Einheit verkauft = 1 Einheit neu in Produktion
- CRM
  - Kundenbeziehungen werden zentral und für alle Beteiligten einsehbar verwaltet New Businesses

Begriffe

- E-Business
  - ist die Unterstützung wichtiger Unternehmensprozesse mit Hilfe von Kommunikations- und Informationstechnologien.
    Dabei werden die Prozesse vom Kunden, Unternehmen und Lieferanten wie z.B.
    - Informationsbeschaffung
    - Beschaffung
    - Produktion
    - Verkaufsförderung
    - Auftragsabwicklung
    - Zahlungsverkehr elektronisch unterstützt (end-to-end-Betrachtung).
- E-Commerce
  - ist ein Teil von „e-business" und umfasst die elektronische Präsentation von Waren und Dienstleistungen, die Online-Auftrags-annahme und -Rechnungsstellung sowie die Online-Zahlung und Transaktionsabwicklung.

© OptiOrg Roten Organisation & Projektleitung Morgenhölzlistr. 27a CH-8912 Obfelden www.102.ch info@102.ch