

# Akademia Młodego Ekonomisty



## Trendy w e-biznesie

- charakterystyka e-biznesu
- trendy w e-commerce
- start-upy i fundusze w nie inwestujące

**Warsztaty:** Zakładasz start-up...

**Uniwersytet Szczeciński**  
23 listopada 2017 r.

Magdalena Ławicka  
Katedra Organizacji i Zarządzania

# Na początek kilka pojęć...

## → Czym jest e - biznes ?

biznes elektroniczny – biznes wykorzystujący technologie informatyczne

## → Czym jest start – up?

młoda firma, wykorzystująca nowe technologie informatyczne, poszukująca swojego modelu biznesowego

## → e-commerce vs. m-commerce

### (czym to się różni???)

e – commerce to handel elektroniczny a m – commerce to jego część (dostęp do usług handlowych na urządzeniach mobilnych)

# Czym jest e - biznes ?

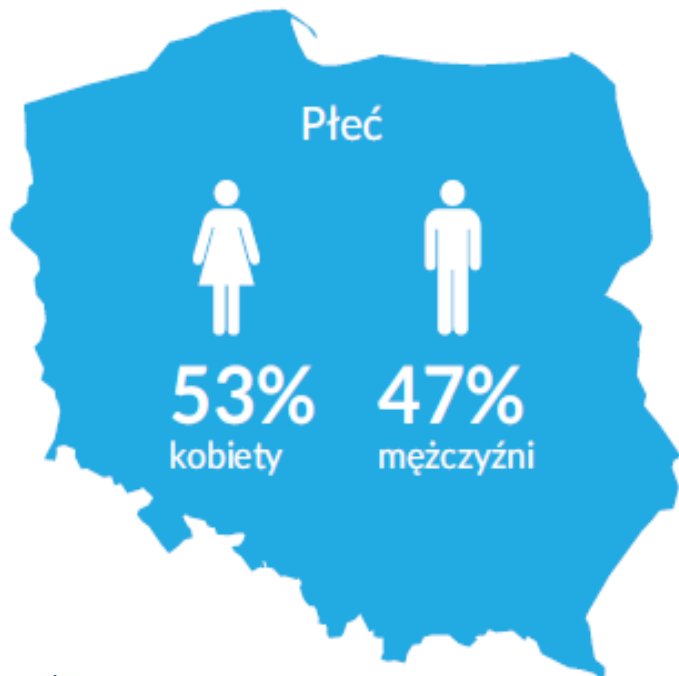
→ skupmy się na handlu...

→ rozwój e – commerce (handel elektroniczny)  
w Polsce

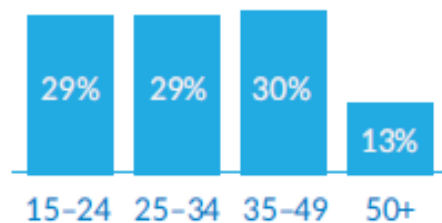
→ **segment e-commerce w Polsce rośnie szybciej niż na świecie - jego wartość przekroczy ponad 40 mld zł w 2017r.**

# Rynek e-commerce w Polsce

## Kto dziś kupuje w sieci?



### Wiek



### Wielkość miejscowości zamieszkania



### Wysztaczenie



### Sytuacja materialna gospodarstwa domowego



# Co kupujemy w sieci?

- **odzież, dodatki, akcesoria** oraz **książki, płyty, filmy** to dwie najczęściej kupowane w sieci kategorie produktów (aż 73% badanych wskazało właśnie te produkty)
- **książki, płyty, filmy** (70% wskazań)
- **sprzęt RTV i AGD** (53% wskazań)



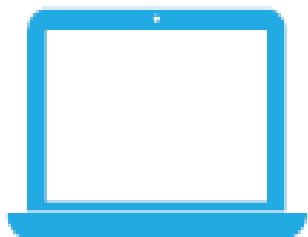
# Jak kupujemy w sieci?

→ zdecydowana większość używa **komputera przenośnego**, który jest najpopularniejszym wskazywanym urządzeniem

→ jednocześnie, prawie połowa z nich (47%) deklaruje, że dokonują zakupów online z wykorzystaniem **urządzeń mobilnych** (smartfon lub tablet)



# Urządzenia wykorzystywane do e-zakupów



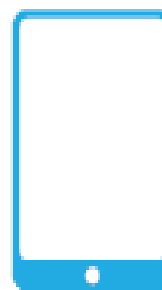
80%  
Laptop



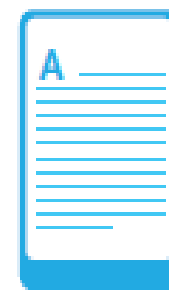
61%  
Komputer  
stacjonarny



47%  
Smartfon



21%  
Tablet



3%  
Czytnik  
e-booków

# Czemu kupujemy w sieci?

- całodobowa **dostępność**
- **wygoda** - brak konieczności jechania do sklepu oraz nieograniczony czas na wybór poszukiwanego produktu
- **niższe ceny** (w porównaniu do sklepów tradycyjnych)
- **nieograniczone możliwości porównywania oferty**





# Efekt ROPO

(research online – purchase offline)

- **sprzęty RTV i AGD, samochody, materiały budowlane lub telefony i akcesoria telefoniczne,**
- **produkty farmaceutyczne** (często są sprawdzane w sieci, a kupowane w tradycyjny sposób).

# Odwrócony efekt ROPO (research offline – purchase online)

- obuwie
- kosmetyki, perfumy
- odzież, dodatki i akcesoria
- książki, płyty, filmy
- art. dziecięce, zabawki

# Średnie wydatki z ostatniego miesiąca poniesione przez kupujących online



**82,6** zł/miesiąc  
Odzież, akcesoria  
i dodatki



**37,3** zł/miesiąc  
Książki/płyty/filmy



**35,5** zł/miesiąc  
Bilety do kina/teatru



**77,1** zł/miesiąc  
Obuwie



**98** zł/6 miesięcy  
Sprzęt RTV/AGD



**90,3** zł/6 miesięcy  
Urządzenia mobilne

# Multichanneling

- zacząć robienie zakupów przez internet na smartfonie/tablecie, a zakończyć (sfinalizować transakcję) na komputerze stacjonarnym/przenośnym

# Jakie e-serwisy znasz?

(gdzie robisz zakupy w sieci?)

- Allegro
- OLX
- Zalando
- ...

# Co sprawia, że decydujesz się na pierwszy zakup w danym serwisie internetowym?

- atrakcyjna oferta (prezentacja produktu oraz dobra cena)
- atrakcyjny wygląd strony internetowej
- opinie o sklepie
- dłuższy termin zwrotu
- ciekawy fan page/blog (wspierający sprzedaż)
- miła obsługa klienta (call center)
- ...

# Innowacyjna dostawa produktu...

- tradycyjnie kurier puka do drzwi (zazwyczaj gdy nas nie ma w domu)
- firma kurierska zostawia paczkę w paczkomacie (Coolomaty dla żywności)
- kurier puka do drzwi, nas nie ma, więc...sam sobie te drzwi otwiera (aplikacja Amazon Key)  
<https://www.youtube.com/watch?v=wn7DBdaUNLA>
- drony – dostarczają paczki do ok.15 kg, na wyznaczonych trasach (rola supervisorów)
- droidy – poruszające się po chodnikach niewielkie pojazdy dostarczające paczki
- ...

# Ryzyka związane z dokonywaniem zakupów w sieci



- ujawnianie naszych danych
- bezpieczeństwo transakcji zakupowych (przelew środków)



# Wybrane trendy w handlu elektronicznym

- handel coraz bardziej **spersonalizowany**
- **sztuczna inteligencja (AI – Artificial Intelligence)** analiza transakcji zakupowych
- **rozwój kanału mobilnego**
- **omnichannel**
- **automatyzacja** czynności

# Personalizowanie

- spersonalizowane oferty i przekazy marketingowe
- klient ma się poczuć, że jest traktowany wyjątkowo (indywidualnie a nie masowo)

**Kluczem do personalizacji jest umiejętność zbierania i wykorzystywania danych na temat klientów (analiza danych).**

# „Cookies” ...

- Ciasteczka umożliwiają m.in. zapamiętanie naszych preferencji i personalizowanie stron internetowych w zakresie wyświetlanych treści oraz dopasowania reklam.
- Dane osobowe gromadzone przy użyciu „cookies” mogą być zbierane wyłącznie w celu wykonywania określonych funkcji na rzecz użytkownika, czyli np. zapamiętania logowania do serwisu czy zapamiętania towarów dodanych do koszyka w sklepie internetowym.

# Czym są „cookies” ?

- To niewielkie informacje, nazywane ciasteczkami (z ang. cookie – ciastko), wysyłane przez serwis internetowy, który odwiedzamy i zapisywane na urządzeniu końcowym (komputerze, laptopie, smartfonie), z którego korzystamy podczas przeglądania stron internetowych.

# „Cookies”:

- umożliwiają zapamiętywanie naszych odwiedzin na stronie i naszych preferencji dotyczących tej strony (m.in. język strony, jej kolor, układ, rozmieszczenie treści);
- pozwalają sklepom internetowym polecać nam produkty związane z tymi, które zazwyczaj wybieramy, które mogą nas potencjalnie zainteresować;
- pomagają przechowywać towary wrzucone przez nas do zakupowego koszyka w sklepach online;
- pozwalają na prezentację nam reklam w sposób uwzględniający nasze zainteresowania czy miejsce zamieszkania – w ten sposób reklamy, dzięki którym korzystanie z wielu serwisów internetowych może być bezpłatne, mogą informować nas o potencjalnie interesujących nas produktach i usługach;
- pozwalają tworzyć anonimowe statystyki odwiedzalności serwisów.

# Sztuczna inteligencja

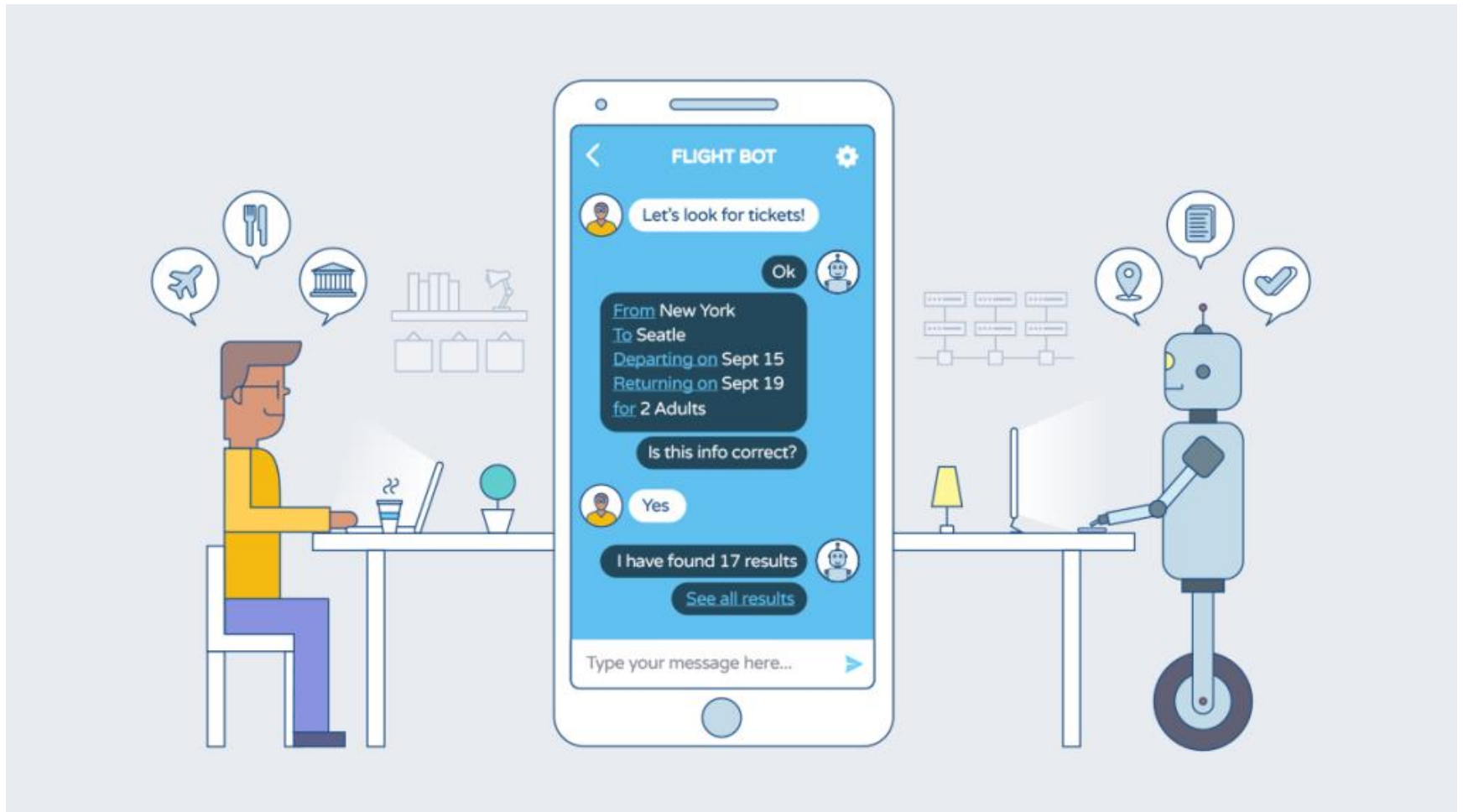
## - analiza transakcji zakupowych

- oprogramowanie umożliwiające analizę zebranych danych
- maszyny i programy komputerowe zdolne do realizacji wybranych funkcji umysłu i ludzkich zmysłów

# Sztuczna inteligencja

Przykład - chatbot

## - analiza transakcji i zakupowych



# Omnichannel

- wykorzystanie wielu różnych kanałów i sposobów na dotarcie do klienta
- Strategia sieci Zara. Kupując produkt przez internet lub aplikację mobilną, klient może odebrać go w sklepie stacjonarnym, a gdy po jakimś czasie chce złożyć reklamację, może udać się do sklepu lub wypełnić formularz zwrotu online i kurierem zwrócić towar. W obu przypadkach spotka się z taką samą ofertą marki.



# Automatyzacja czynności

- optymalizowanie działań
- system (wirtualny asystent), który informuje o tym, że kończą się zapasy jedzenia w domu

# Automatyzacja czynności (przykłady)

- magazyn **Amazon**

(zautomatyzowany proces obsługi magazynu)

<https://www.youtube.com/watch?v=2ztNZorRbCU>

- **Amazon Key**

(aplikacja, która pozwala kurierowi dostarczyć paczkę do mieszkania)

- **Szybkie zakupy**

<https://www.youtube.com/watch?v=fGaVFRzTTP4>

# Czym jest start-up?

- przedsiębiorstwo lub tymczasowa organizacja stworzona w celu poszukiwania modelu biznesowego, który gwarantowałby jej rozwój.  
Przedsiębiorstwa te mają zwykle krótką historię, są w fazie rozwojowej i aktywnie poszukują nowych rynków (Wikipedia)
- przedsiębiorstwo związane z branżą **nowych technologii**
- **Nie każda nowa firma jest start - upem!**

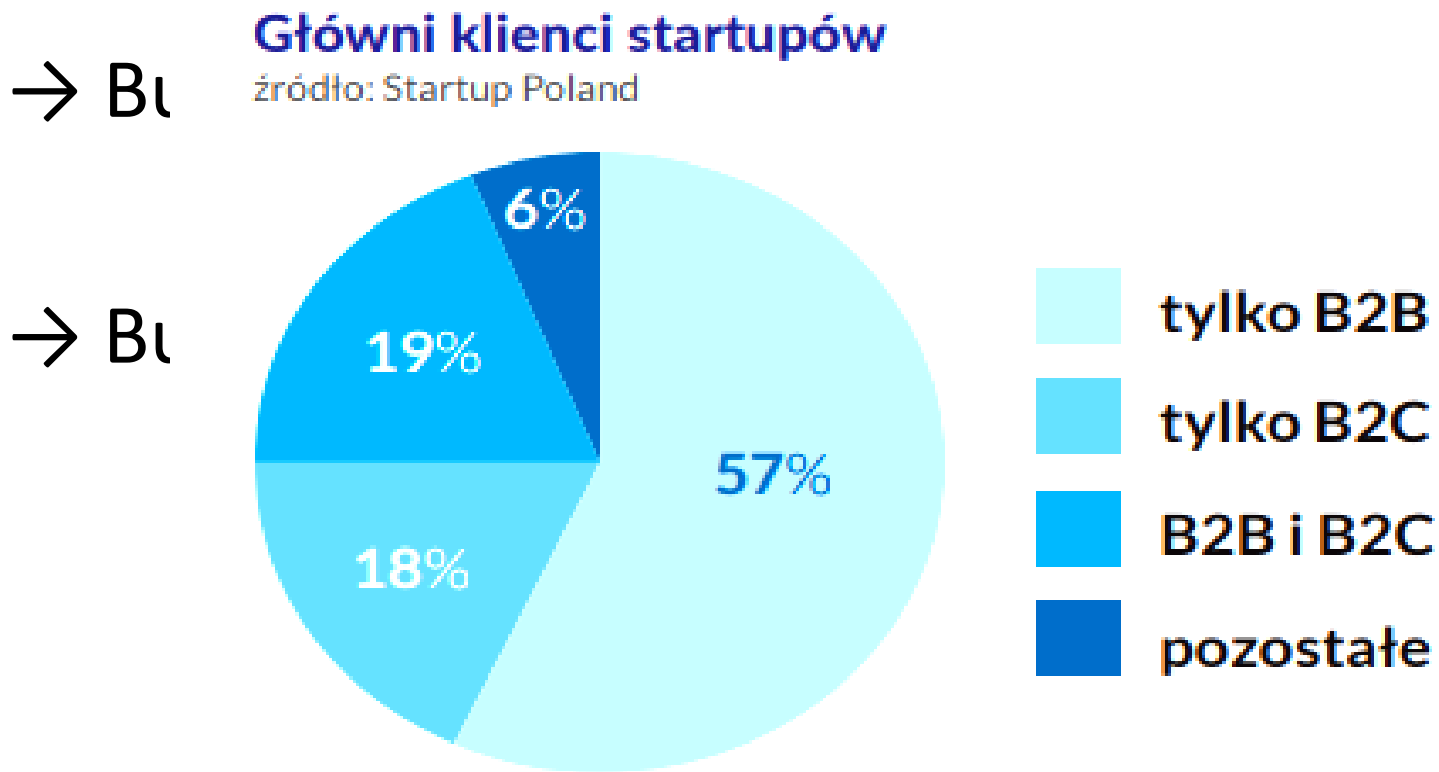
# Czym start-up nie jest?



- działalnością nie powiązaną z nowymi technologiami

# Model biznesowy

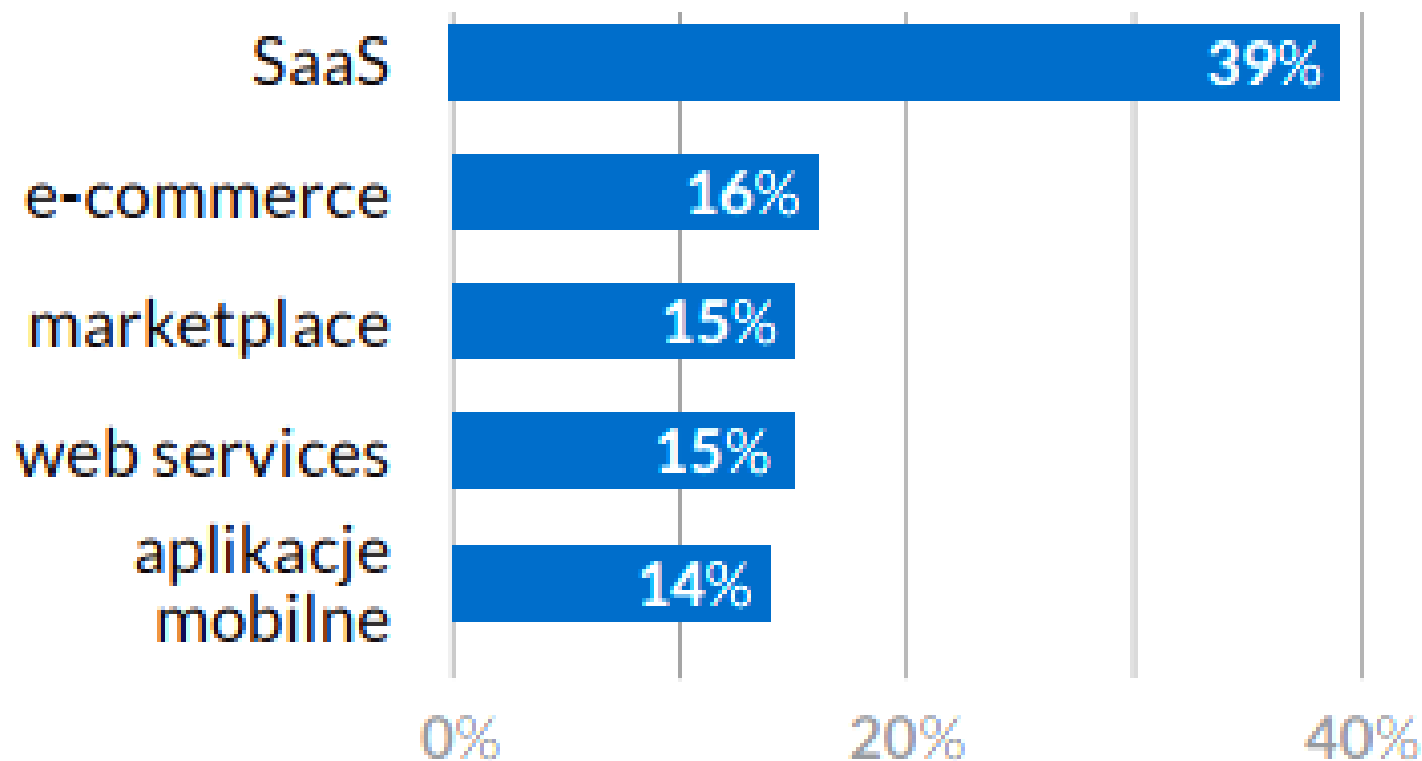
(odpowiada na pytanie, co musi zrobić firma dla osiągnięcia korzyści; jak zarabia firma?)



## Modele biznesowe

(najpopularniejsze modele sprzedaży)

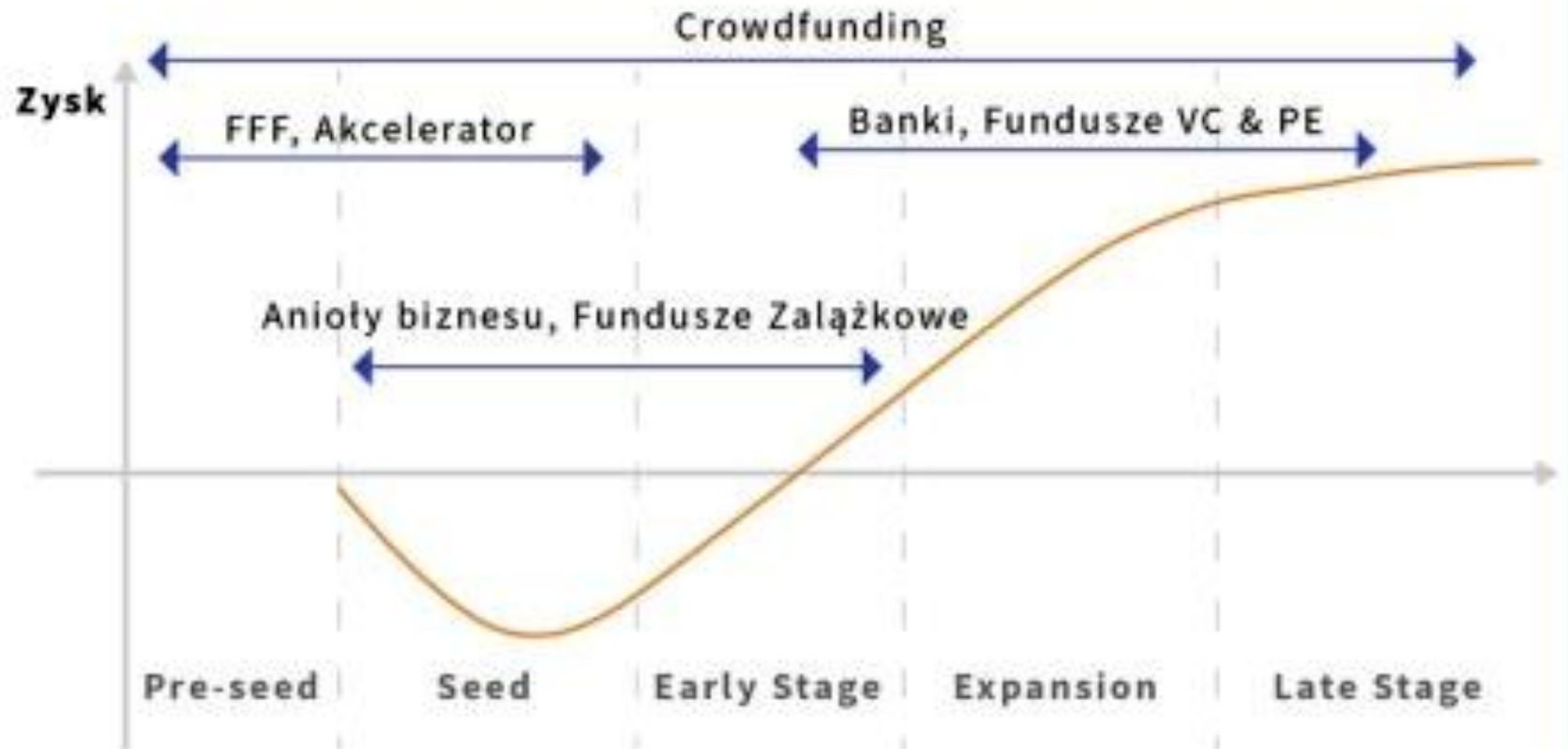
źródło: Startup Poland



# Z czego finansuje się start – up?

- **środki własne** (+ przyjaciele, rodzina)
- **kredyt, pożyczka**
- **anioł biznesu** (przedsiębiorca o dużym doświadczeniu zawodowym, posiada znaczny majątek na inwestowanie w czyjeś biznesy – licząc na wysoką stopę zwrotu z inwestycji; faza zasiewu i startu)
- **crowdfunding udziałowy** (społeczność wspiera dane przedsiębiorstwo w zamian za udziały)
- fundusze **Venture Capital** (kapitał + wiedza w zamian za część udziałów; wczesne fazy rozwoju innowacyjnych przedsiębiorstw)
- fundusze **Private Equity** (kapitał + wiedza w zamian za część udziałów; późniejsze etapy funkcjonowania firmy, kiedy firma potrzebuje kapitału na finansowanie ekspansji)

## FINANSOWANIE POSZCZEGÓLNYCH FAZ CYKLU ŻYCIA STARTUPU





# Gdzie w Szczecinie znajdziesz najwięcej start – upów?



**TECHNO**PARK  
POMERANIA

- wspiera rozwój firm technologicznych
- oferuje nowoczesną przestrzeń biurową
- niezbędne wsparcie doradcze  
(w ramach Programu Inkubacji lub Programu Ekspansji)

Szczeciński Park Naukowo-Technologiczny sp. z o.o.  
ul. Cyfrowa 6 71 - 441 Szczecin



# Warsztaty

## Wyobraź sobie, że zakładasz start – up 😊

1. Co zamierzasz sprzedawać? Co będziesz oferować klientom?
2. Jakie technologie będziesz wykorzystywał oferując klientom produkt? Jak dostarczysz klientowi towar?
3. Komu będziesz sprzedawać swoje produkty/świadczyc swoje usługi (B2C czy B2B) ?
4. W jaki sposób będziesz komunikował się z klientem? Jakie narzędzia wykorzystasz? (gdzie spotka Twoje reklamy?)
5. Skąd pozyskasz dofinansowanie?



# Akademia Młodego Ekonomisty

Dziękuję za Waszą uwagę.

W razie pytań...wiesz gdzie mnie szukać 😊

**Magdalena Ławicka**

Katedra Organizacji i Zarządzania

Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług

Uniwersytet Szczeciński

**magda.lawicka@wzieu.pl**