

ЕЛЕКТРОННИЙ РИНОК НА БАЗІ ІНТЕРНЕТ



Сутність та переваги
електронного ринку на
базі Інтернет.



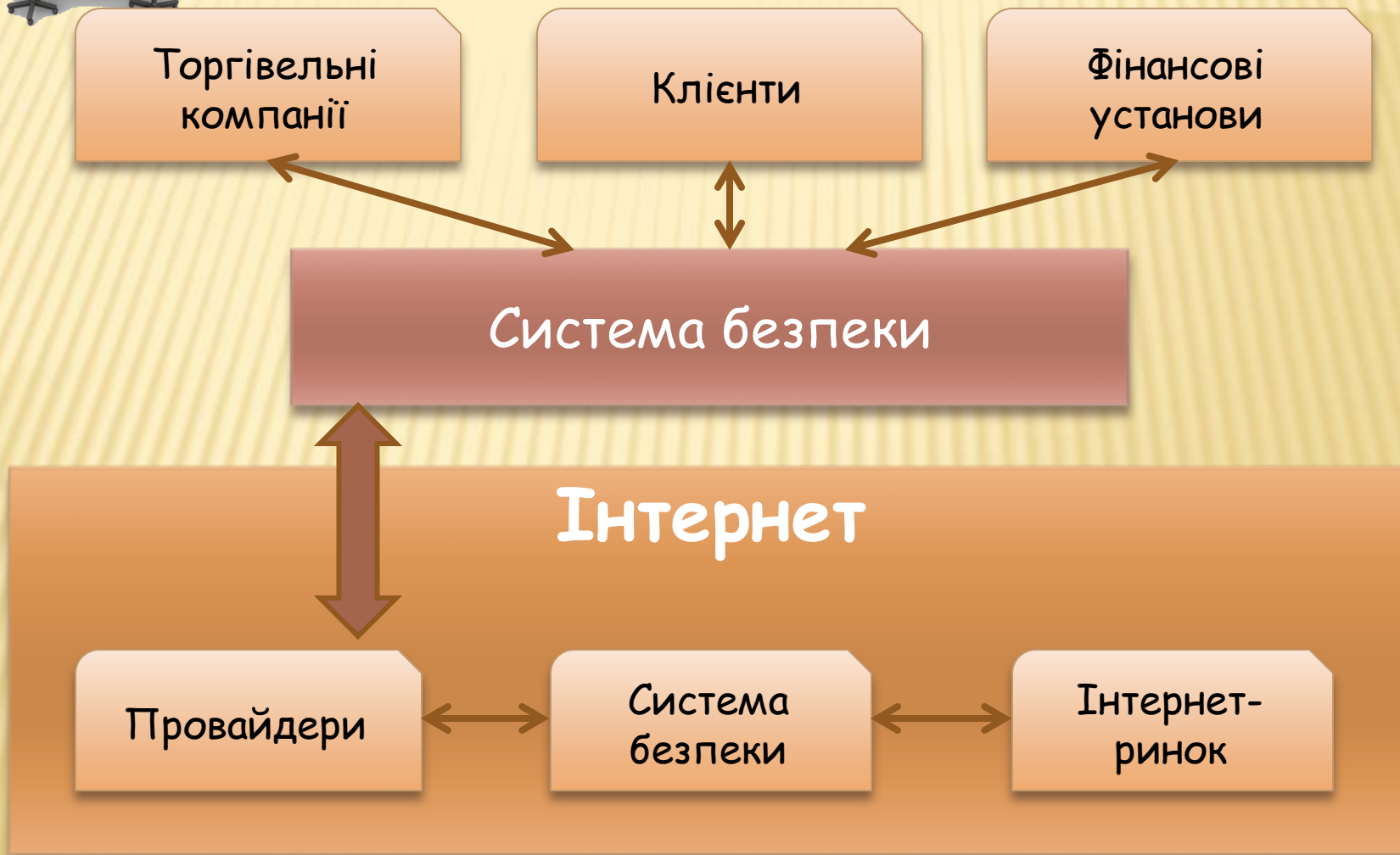
Складові ринку

Електронний ринок - сукупність його учасників та процесів їх взаємодія, в умовах розвинутих інформаційних та телекомунікаційних технологій і систем.

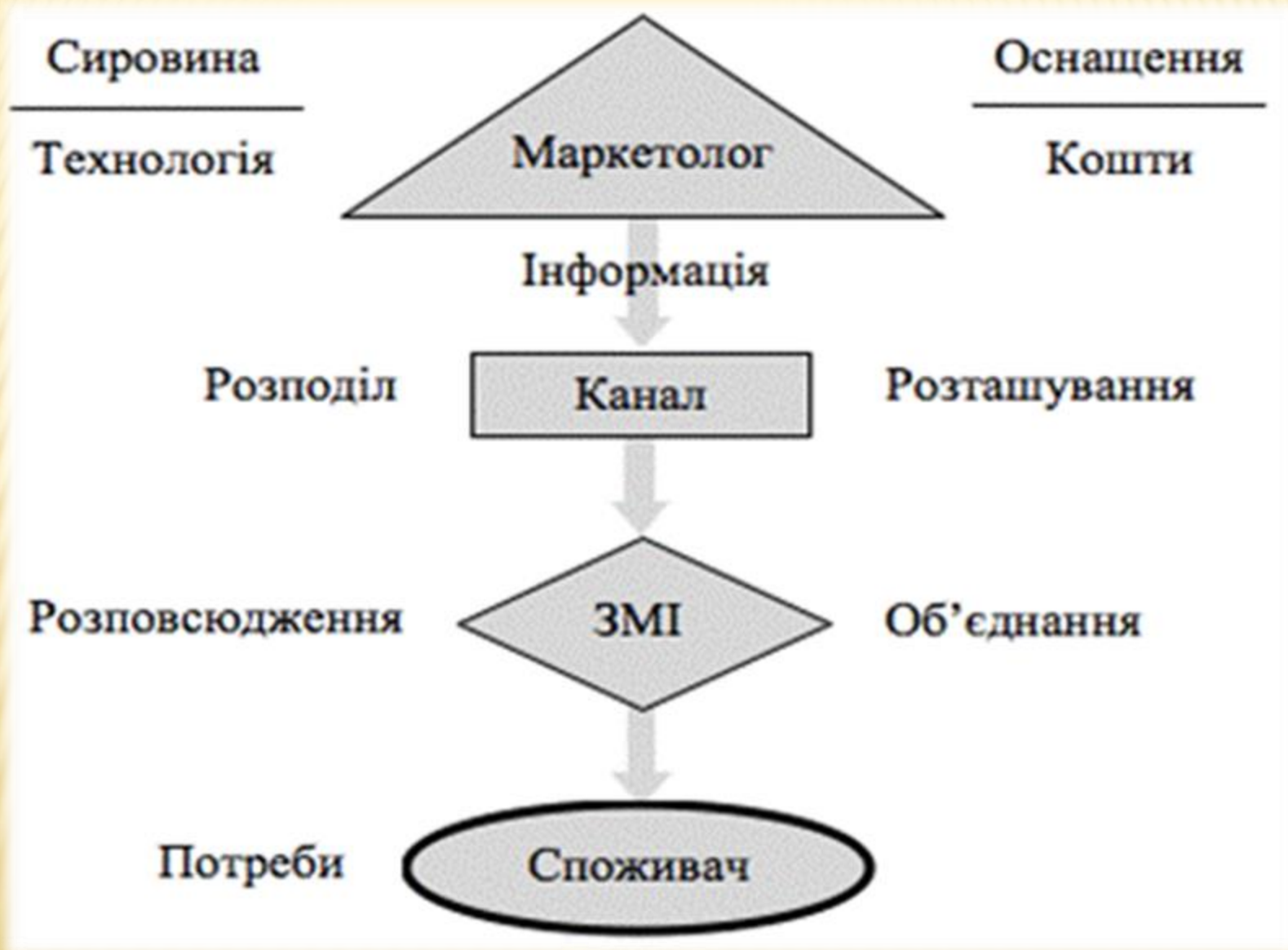




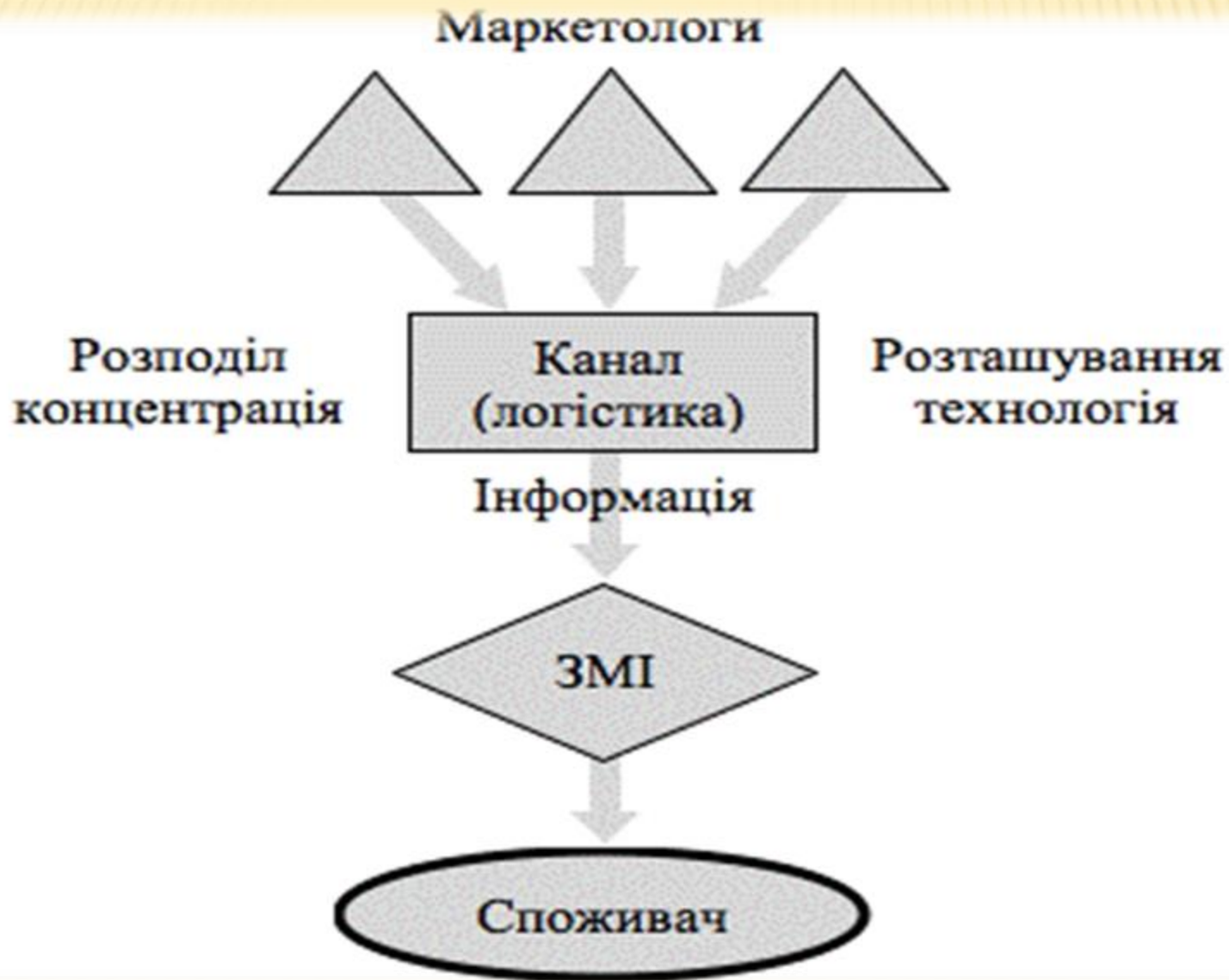
МОДЕЛЬ ІНТЕРНЕТ-РИНКУ



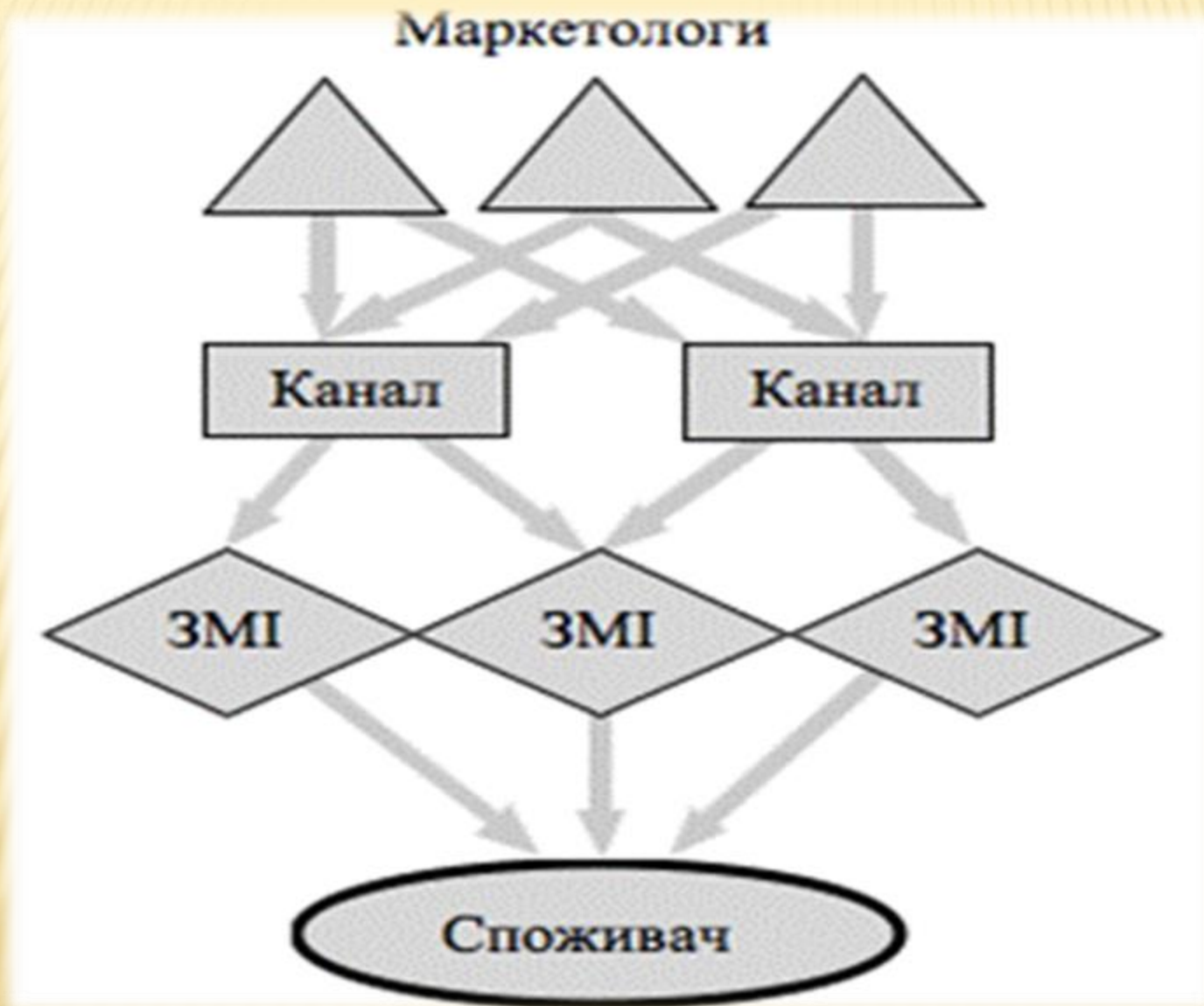
МОДЕЛЬ БІЗНЕСУ, ОРІЄНТОВАНА НА ВИРОБНИКА



МОДЕЛЬ БІЗНЕСУ, ОРІЄНТОВАНА НА ПОСЕРЕДНИКА



МОДЕЛЬ БІЗНЕСУ, ОРІЄНТОВАНА НА СПОЖИВАЧА



Особливу роль в розвитку електронного ринку на базі Інтернет відіграють електронні торгівельні майданчики (e-marketplaces). До їхніх функцій належать:



застосування єдиної апаратної та програмної платформи для взаємодії постачальників зі споживачами;



надання додаткових сервісів, що полегшують online-оплату, логістику постачання, кредитування та накопичення знижок.

За технологічними особливостями провайдери торговельних майданчиків класифікуються

Горизонтальні оператори апаратно-програмного комплексу (eMarket-place Platform Operators)

Вертикальні оператори апаратно-програмного комплексу (Vertical eMarketplace Operators)

SAP Ariba

Solutions Ariba Network Resources Support About

Request Demo

Achieve digital transformation from source to pay

With SAP Ariba e-procurement and supply chain cloud solutions that are always on and easy to deploy, both large and midsize companies can realize fast time to value.

Request a demo See our solutions →

Supply chain collaboration →

Contact Us →

CommerceOne
(www.commerceone.com)

PaperExchange
(www.purchasepro.com)

Ariba (www.ariba.com)

для споживачів
використання електронного
торгівельного майданчику
приносить такі переваги:



перевагами для виробників
продукції та продавців є:

-
• зниження вартості товарів та послуг
за рахунок зростання пропозиції

-
• скорочення часу на процес
придбання

-
• розширення товарного асортименту



-
• суттєве зменшення витрат,
пов'язаних з організацією
продажів

-
• -розширення чисельності
потенційних споживачів тощо

За функціональною ознакою існуючі торговельні майданчики можуть бути виконані у наступних формах



ВІРТУАЛЬНІ КАТАЛОГИ



Сайти-каталоги (агрегатори), являють собою віртуальні каталоги, які об'єднують окремі каталоги багатьох постачальників та пропонують їх цільовим групам споживачів.



АУКЦІОНИ



Сайти-аукціони пропонують продавцям місце на сторінках електронного торгівельного

майданчику, де вони можуть розпродавати товарні запаси, встановлюючи мінімальну допустиму ціну. В той же час споживачі змагаються між собою в призначенні найбільшої ціни.

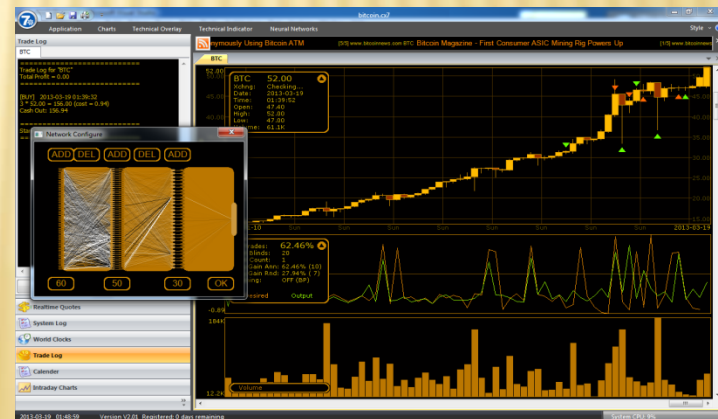


БІРЖІ

Сайти-біржі є анонімними торговельними майданчиками, які дозволяють виробникам здійснювати придбання та продаж товарів на спот-ринку (ринку негайного постачання та платежів).



Ціни на електронних біржах регулюються, як і в реальному житті, за допомогою попиту та пропозиції.



Завданнями в області електронного бізнесу для вже функціонуючих підприємств є:

отримання додаткового доходу від продажу товарів та послуг

зниження операційних витрат та скорочення часу для здійснення угод

створення та зміцнення торговельних марок

СПОЖИВАЧІ ЕЛЕКТРОННОГО РИНКУ



Традиціоналісти

- вважають, що для здійснення покупки краще спочатку побачити товар своїми очима, спробувати його в дії, проконсультуватись з продавцем

Споживачі з середнім рівнем комп'ютерної грамотності

- використовують мережу Інтернет для придбання частини товарів, моніторингу цін та його характеристик

Найбільш кваліфіковані споживачі

- всі свої покупки здійснюють online, зазвичай професійно пов'язані з інформаційними технологіями

Процес здійснення Інтернет-покупки



Отримання замовлення

Підтвердження замовлення та його оплата

Додавання товару у кошик та оформлення замовлення

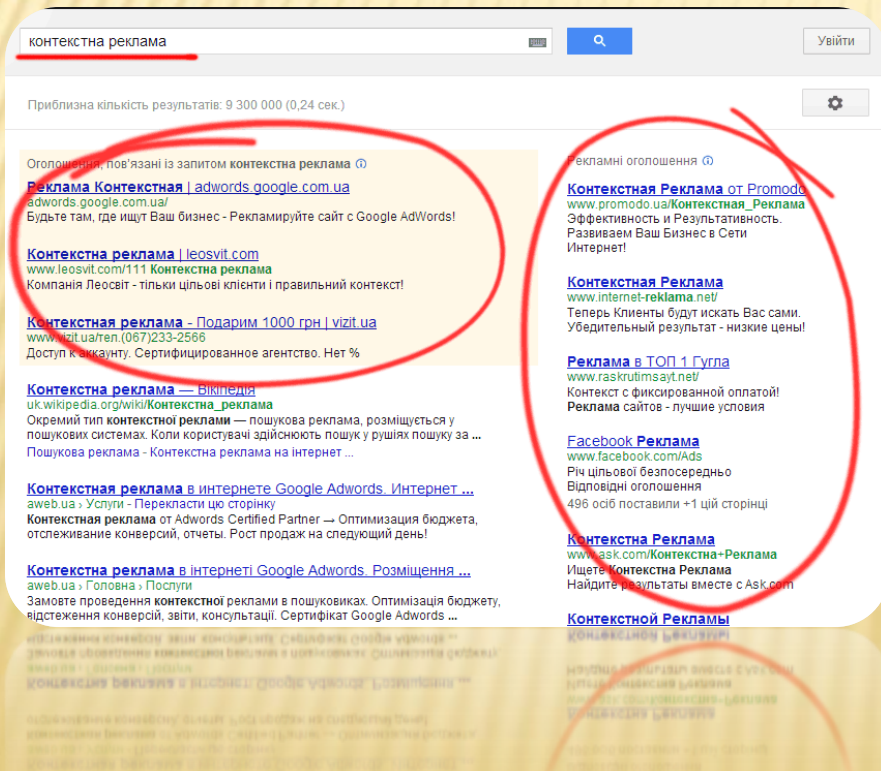
Пошук бажаного товару чи послуги та його оцінка

Відвідування Інтернет-магазину, тобто будь-якого веб-ресурсу

Сервіси просування сайтів Google «AdWords» та «AdSense»



«AdWords» - це сервіс контекстної реклами від компанії Google, що надає розробникам веб-ресурсів інтерфейс та безліч інструментів для створення ефективних рекламних оголошень.



Контекстною інтернет-рекламою називається реклама, зміст якої відповідає змістовній частині веб-сторінки, де розміщується рекламний блок.

Для визначення відповідності рекламного матеріалу змісту сторінок веб-ресурсу зазвичай використовується принцип ключових слів. На ключові слова в своїй роботі орієнтуються також пошукові системи. Тому контекстна реклама з більшою ймовірністю буде показана тому користувачу мережі Інтернет, який для пошуку інформації про товари чи послуги використовує різні пошукові системи. Така реклама ще називається **пошуковою**.

Таргетинг – це рекламний механізм, що дозволяє виділити зі всієї наявної інтернет-аудиторії тільки ту її частину, яка задовольняє заданим критеріям (цільову аудиторію) та показати рекламу саме їй.



Тобто, таргетинг вирішує задачу сегментації ринку.

До різновидів сегментації інформаційного простору відносять:



географічний таргетинг (геотаргетинг) - передбачає показ реклами цільовій аудиторії, що обмежується деяким географічним регіоном, який обирається рекламодавцем



часовий таргетинг - дозволяє обмежити показ реклами за часом доби (ранок, або вечір), дням тижня (будні, або вихідні дні), місяцях року тощо



соціально-демографічний таргетинг - за віком, статтю, доходом, посадою відвідувачів



тематичний таргетинг - передбачає показ реклами на веб-ресурсах, або рекламних майданчиках, що відповідають певній тематиці. В деяких випадках має обмеження на кількість показів тієї самої реклами одному унікальному користувачу



поведінковий таргетинг – представляє собою збір інформації про дії користувачів в мережі Інтернет за допомогою cookie-файлів, що зберігаються на їхніх комп'ютерах



геоповедінковий таргетинг- маючи інформацію про переміщення користувача мережі Інтернет за допомогою відслідковування його мобільних пристроїв, точне місцезнаходження аж до закладу, організації, магазину, об'єктів розваги можна найбільш точно визначити його звички та уподобання



психологічний таргетинг – передбачає підбір реклами на основі інформації про психологічні якості відвідувачів веб-ресурсів, є також одним з найперспективніших напрямів

Перехід до сервісів Google «AdWords» та Google «AdSense» можливий зі сторінки пошукової системи Google:
<http://www.google.com.ua/>

Реклама товарів, або послуг службою «AdWords» реалізується за допомогою створення рекламних оголошень. В свою чергу, рекламні оголошення оформлюються у вигляді редакційних правил, які мають шаблонний вигляд.



Вибір ключових слів. Для вибору оптимальної множини ключових слів служба «AdWords» має ефективний інструмент їхньої підказки. До функцій даного інструменту належать:

→ сортування списку ключових слів за частотою їх використання, історією ефективності в «AdWords», за ціною та прогнозованою позицією рекламного оголошення на сторінці результатів пошукової системи Google

→ пошук та рекомендація ключових слів рекламодавцю здійснюється за словами з високим рейтингом кліків

→ статистика, що надається, регулярно оновлюється



До методів орієнтації рекламних оголошень «AdWords» на користувачів відносять:

Метод широкої відповідності (встановлюється за замовчанням) – якщо до переліку ключових слів включити фразу «електронна комерція» (без лапок), то наше рекламне оголошення буде відображатись у відповідь на запит за словами пошуку «електронна» та «комерція», причому дані слова можуть наводитись в будь-якій послідовності, або, навіть, в поєднанні з іншими словами.



Метод фразової відповідності - фразова відповідність настає, якщо ключову фразу взяти в лапки. Наприклад, рекламне оголошення з ключовими словами «електронна комерція» (в лапках) буде показуватись іншим інтернет-користувачам у відповідь на пошуковий запит за словосполученням «електронна комерція» саме з таким порядком слів («сучасна електронна комерція», але не «сучасна комерція»)





Метод точної відповідності – точна відповідність настає, якщо ключова фраза укладена в квадратні дужки. Наприклад, рекламне оголошення з ключовими словами [електронна комерція] буде показуватись іншим інтернет-користувачам лише у відповідь на пошук фрази «електронна комерція» з точним дотриманням порядку слів та без інших слів у запиті (запит «сучасна електронна комерція» не спрацює).

Сервіс Google «AdSense»
призначений вже не для
рекламодавців, а для
власників веб-ресурсів



Google «AdSense» - представляє собою сервіс контекстної реклами, який автоматично розміщує рекламу сайтів третіх сторін на сторінках нашого веб-ресурсу. Причому, зміст реклами повною мірою відповідає за контекстом змісту сайту





До головних інструментів Google «AdSense» належать:

фільтр
оголошень
конкуrentів

- у розробника веб-ресурсу є можливість заблокувати показ оголошень конкурентів на сторінках свого сайту

контекстний
фільтр

- дозволяє виконувати фільтрацію рекламних оголошень, які не співпадають з тематикою сторінок сайту

вибір власних
оголошень

- у тому випадку, якщо Google автоматично не може підібрати контекстні оголошення за тематикою сайту, веб-розробник має можливість власного вибору рекламних оголошень Google

Власникам веб-ресурсів, які використовують службу «AdSense», забороняється:

- звертати увагу інших користувачів мережі Інтернет на рекламні оголошення за допомогою стрілок та інших графічних прийомів;
- розміщувати поруч з рекламними оголошеннями графічні зображення, які вводять користувачів в оману;
- розміщувати рекламні оголошення в спливаючих вікнах;
- використовувати такий формат рекламних оголошень, який не дозволяє відрізнити їх від іншого змісту сторінки, або використовувати такий формат сайту, який складно відрізнити від формату оголошень;
- розміщувати програмний код «AdSense» на сторінках, які містять матеріали тільки для дорослих, з елементами насильства, порнографії, нецензурні вирази; матеріали про злом комп'ютерних систем та програм; матеріали, що пов'язані з азартними іграми та казино; матеріали, що пов'язані з наркотиками, продажем алкогольних напоїв, тютюнових виробів; ліків, що відпускаються тільки за рецептом; матеріали, що пов'язані з продажем, або рекламою зброї; матеріали, що пов'язані з продажем, або поширенням курсових робіт та рефератів.
- рекламувати свій сайт шляхом масової розсилки електронною поштою, або шляхом небажаної реклами на сторонніх веб-сайтах;
- забороняється змінювати код «AdSense»; розміщувати його до спливаючих вікон, вкладати до повідомлень електронної пошти, або до програмних додатків.