



UVOD U ELEKTRONSKU TRGOVINU

Sunčica Rogić
suncica.rogić@hotmail.com

Uvodni case study - UBER



UberX – najpristupačniji prevoz
 UberBlack – automobili više klase
 UberPool – dijeljenje prevoza
 UberEats – dostava hrane
 UberRush – usluga dostave istog dana
 UberCargo – usluge transporta kamionima

- Osnovan 2009. godine – Travis Kalanick & Garrett Camp
- Prisutan u preko 480 gradova (69 zemalja)
- 2016. godine preko milion Uber vozača



Uvodni case study - UBER

- Ne prodaje proizvode
 - Ne plaća održavanje automobila
 - Ima „nezavisne izvođače“, a ne zaposlene
 - Kvalitet se obezbjeđuje kroz efikasan **sistem recenzija**
-
- Umjesto dispečera, zasnovan je na mobilnoj aplikaciji koja radi preko cloud servera lociranim širom svijeta
 - Ne obezbjeđuje osiguranje, a vozači koriste sopstvene mobilne telefone i automobile
 - Cijena je dinamična i prilagođava se uslovima u realnom vremenu



Uvodni case study - UBER

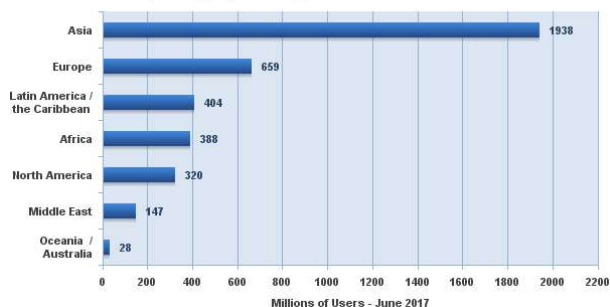
Potencijalni problem:
Kreiranje part-time poslova,
koji su slabo plaćeni i
privremeni

Zamjena full-time, sigurnih
poslova – „uberizacija“ rada

Uvod u e-trgovinu

55.1% svjetske populacije ima pristup Internetu (jun 2018)

Internet Users in the World
by Geographic Regions - June 30, 2017

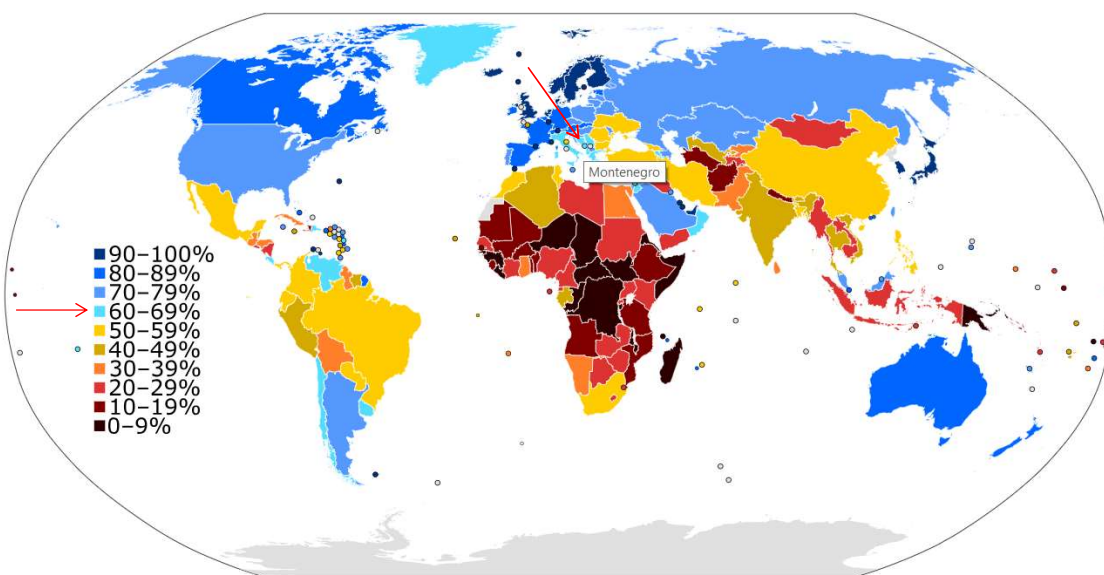


2016. godine 177 miliona potrošača (US) → 600 milijardi dolara (kompanije → preko 6.7 biliona)

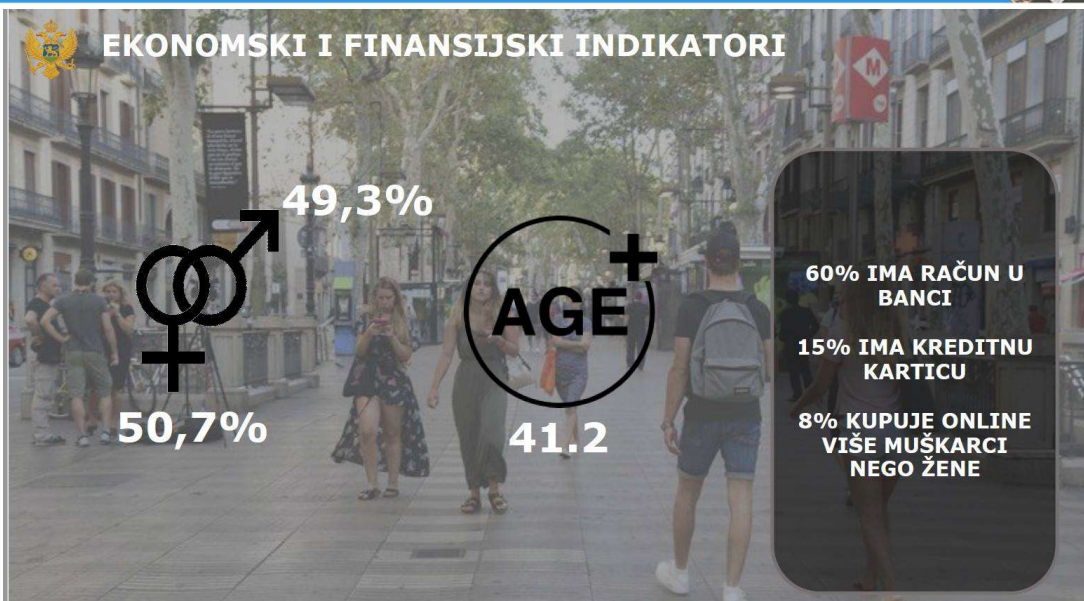
između 2002-2008 online maloprodaja rasla je 25% godišnje

novi oblici e-trgovine → social e-commerce i on-demand usluge

Uvod u e-trgovinu – Internet korisnici kao procenat populacije zemlje (2015)



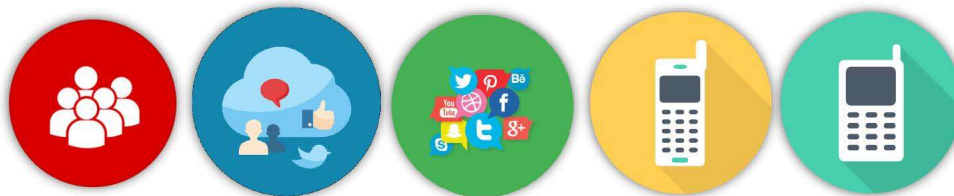
Indikatori – Crna Gora



Indikatori – Crna Gora



AKTIVNI KORISNICI MOBILNIH TELEFONA!



TOTAL 629.1K,
65% URBANA
POPULACIJA

INTERNET KORISNICI
439K,
PENETRACIJA
70%

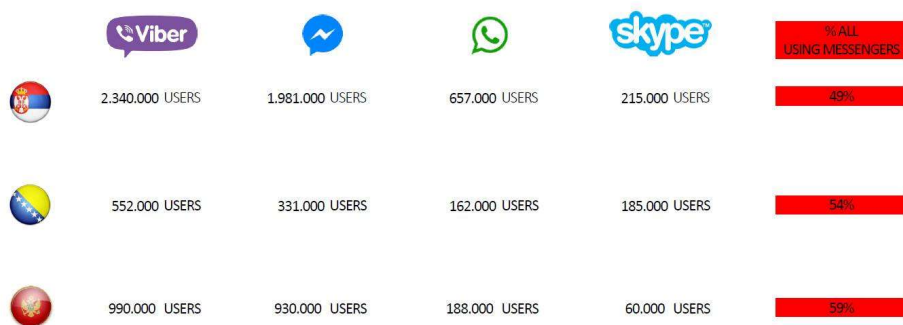
AKTIVNI KORISNICI
DRUŠTVENIH MREŽA
370K,
PENETRACIJA
59%

KORISNICI MOBILNIH
TELEFONA 1,08M,
PENETRACIJA
172%

KORISNICI
DRUŠTVENIH MREŽA
PUTEM MOBILNIH
UREĐAJA 310K,
PENETRACIJA 49%

Indikatori – Crna Gora

INSTANT MESSAGING SERVISI



Indikatori – Crna Gora



KORISNICI DRUŠTVENIH MREŽA



Oko 5% populacije korisnika Instagrama nema Facebook account.



Indikatori – Crna Gora

DIGITALNO OGLAŠAVANJE U CRNOJ GORI

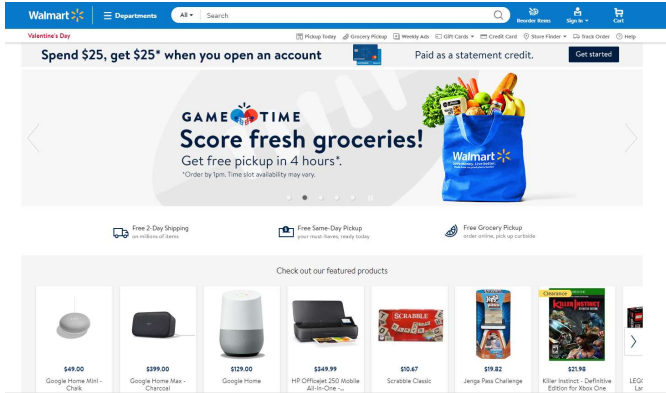
- Google i Facebook kao globalni igrači, dominiraju, a potom informativni portali, praćeni sadržajima za mlade i raznim vrstama Classified ponuda.
- Kad je pristup internetu u pitanju, pametni telefoni su na poziciji primarne platforme putem koje se pristupa sadržaju.
- Facebook dominira kad su društvene mreže u Crnoj Gori u pitanju, ali u skladu sa svetskim kretanjima dolazi do porasta starijih korisnika Facebooka, ali je i dalje dominantna demografska grupa ona od 16 do 27 godina starosti (oko 45%), a ukoliko se proširi do 39 godina starosti, ova grupa korisnika raste na preko 75%. Interesantno je da je **registrovano više muških korisnika i to 53%**.
- Facebook je praćen Instagramom koji je najbrže rastuća društvena mreža u Crnoj Gori i trenutno ima oko 29% populacije. **Oko 30K (~5% populacije) korisnika Instagrama nema Facebook account.**

Source: DIRECT MEDIA 2017

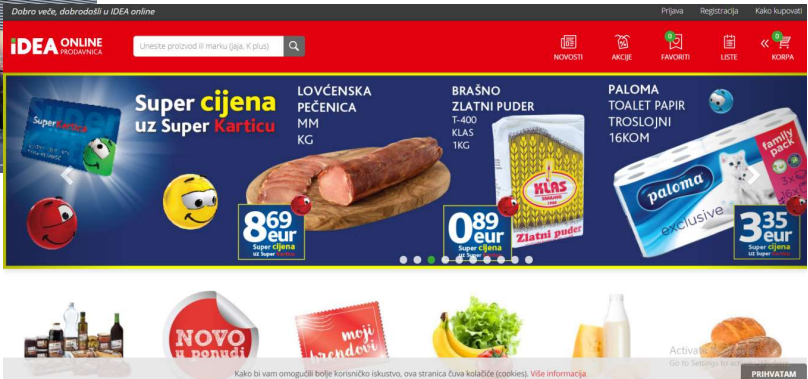
Trendovi u e-trgovini

- online maloprodaja u SAD nastavlja dvocifreni rast (preko 15%)
- social e-commerce platforma se razvija – u 2013. godini stvorila je 5 milijardi dolara u SAD, a 8 milijardi širom svijeta
- mobilna online maloprodaja 2013. godine dostigla je 40 milijardi dolara u SAD
- nova online ekonomija, bazirana na aplikacijama generisala je 25 milijardi dolara u SAD (2013)
- Facebook se i dalje razvija sa 2.072 milijarde aktivnih korisnika (2017)
- Twitter je tokom 2017. godine imao 300 miliona aktivnih korisnika
- globalna populacija koja koristi Internet iznosi **3,885,567,619**, što čini 51,7% ukupne svjetske populacije
- mobilna komunikaciona platforma bazirana na pametnim telefonima i tablet kompjuterima postaje rival PC platformi
- Big Data omogućava identifikovanje obrazaca kupovine, kao i generalnih interesa potrošača
- sadržaj generisan od strane korisnika sve više dobija na značaju kao self-publishing forum
- prosječni Amerikanac dnevno pristupi podacima koji iznose preko 47 gigabajta
- e-knjige predstavljaju polovinu ukupno prodatih knjiga (2013)...

bricks-and-clicks



bricks-and-clicks





Prvih 19 godina e-trgovine – „prvih 30 sekundi“ revolucije e-trgovine

Tehnologija ima mogućnost:

1. kreiranja novog biznisa
2. kreiranja novih poslovnih modela za tradicionalne biznise
3. uništavanja starog biznisa

933 milijardi dolara od strane potrošača i 9.1 biliona od strane kompanija biće potrošeno u online transakcijama (projekcije za 2020)

40% trgovine obavljace se elektronskim putem do 2020. (projekcije)



Internet ≠ World Wide Web (WWW)

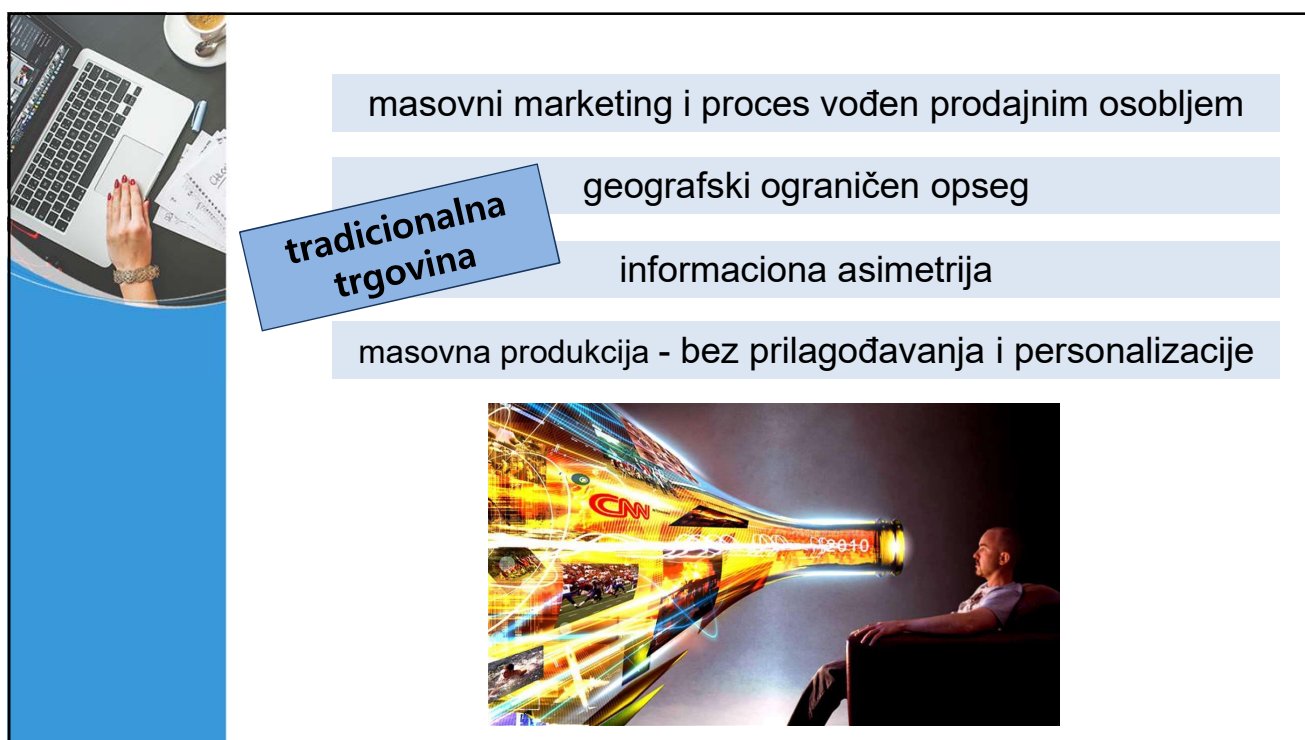
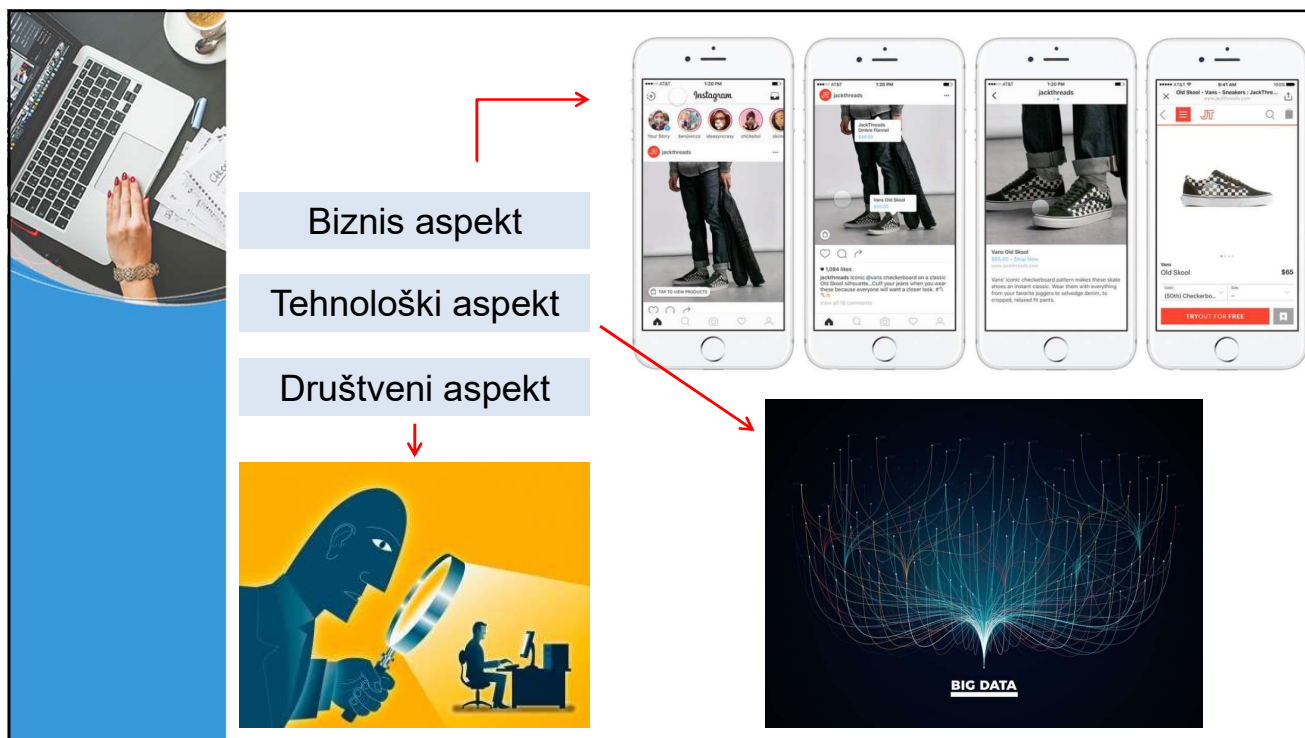
Internet je svjetski sistem umreženih računarskih mreža.

WWW je jedan od servisa Interneta, koji omogućava pristup Web stranicama.

FOKUS - Digitalno omogućene komercijalne transakcije između i u okviru organizacija i pojedinaca

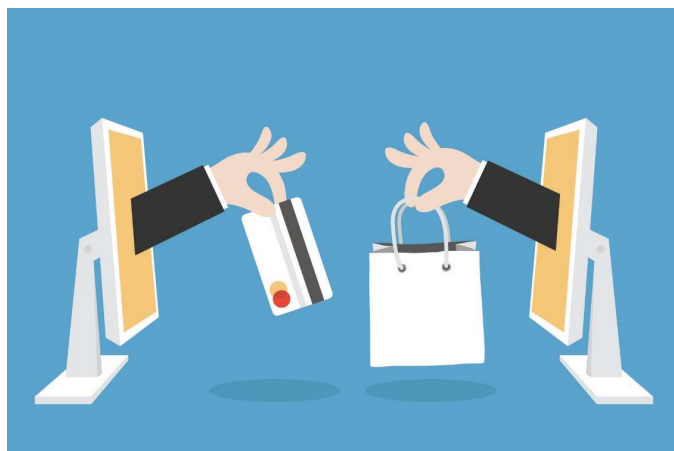


e-poslovanje ≠ e-trgovina



Osam karakteristika tehnologije e-trgovine

1. SVEPRISUTNOST
2. GLOBALNI OPSEG
3. UNIVERZALNI STANDARDI
4. DRUŠTVENA TEHNOLOGIJA
5. PERSONALIZACIJA
6. GUSTINA INFORMACIJA
7. INTERKACIJA
8. VRIJEDNOST INFORMACIJA



SVEPRISUTNOST



marketplace → marketspace
dostupno svuda u svako vrijeme
smanjenje transakcionih troškova

GLOBALNI OPSEG



lokalni trgovci → globalni konkurenti

Potencijalna veličina tržišta
jednaka je veličini svjetske
online populacije...

3.8 milijardi ljudi

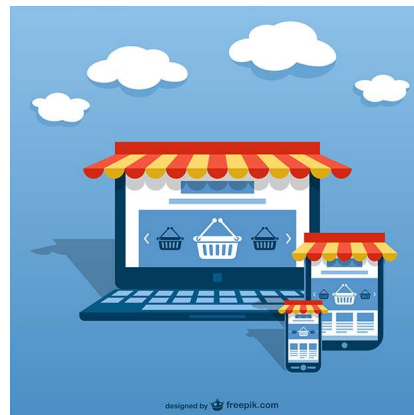
rast od 2000. do 2017.
976,4%

UNIVERZALNI STANDARDI

- Tehnički standardi Interneta, odnosno tehnički standardi platforme e-trgovine su univerzalni.
- Tradicionalna tehnologija razlikuje se od države do države (radio, televizija, mobilna tehnologija...)

Troškovi ulaska na tržište su niži
Troškovi pronalaženja proizvoda i cijena su niži

benefiti za sve zainteresovane strane izazvani
mrežnim eksternalijama



VRIJEDNOST INFORMACIJA

kompleksnost i sadržaj poruke

tradicionalna trgovina – trade off
između vrijednosti informacija i
opsega

Internet omogućava veći opseg,
a kroz interakciju i veću vrijednost
informacija



VRIJEDNOST INFORMACIJA

Nikon At the heart of the image

Nikon Imaging | United Kingdom

Home Products **Service & Support** Pro Where to buy Learn & Explore Press Room Nikon In-Frame Nikon School Promotions

Support Centre > My Account > My Support Questions > Live Chat

LIVE CHAT
Chat in real-time with a specialist

Live Chat is: **Available**
Available Monday through Friday, 9:00am - 5:00pm (closed on certain holidays)

Chat - Google Chrome

Secure | https://9nzo1a1-c1-parsalesforliveagent.com/content/s/chat?lan

Save Chat End Chat

Hi there! I'm sorry to hear that

2:45:03 PM

Can you please confirm if you are using a D5100?

2:45:10 PM

Me

Yes i am

2:45:15 PM

Marlena M.

Ok is this a recent development?

2:45:51 PM

Me

Yes it has just happened

2:46:05 PM

Marlena M.

Does it occur when you take a photo or are your menu options also unavailable due to the black screen?

2:46:17 PM

Write a message...

Send

Razgovor sa online
prodavcem slično je
potrošačkom iskustvu
u tradicionalnoj trgovini

INTERKACIJA

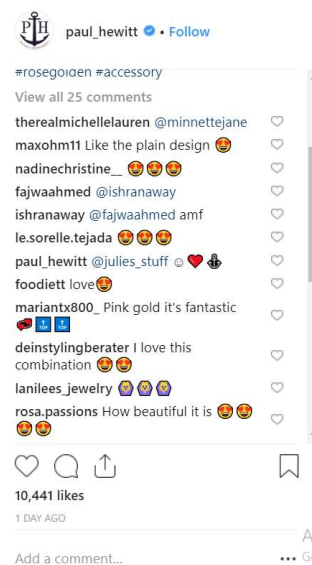


Dvosmjerna komunikacija između prodavca i kupca

52% kupaca će
napustiti online
kupovinu ako ne
mogu pronaći brze
odgovore na njihova
pitanja



INTERKACIJA



GUSTINA INFORMACIJA

ukupna količina i kvalitet informacija dostupnih svim učesnicima na tržištu

proces prikupljanja informacija,
njihovog skladištenja, procesiranja,
kao i troškovi komunikacije

pravovremenost, tačnost,
preciznost, korisnost i
značaj informacija

jeftinije i kvalitetnije
informacije

transparentnost troškova

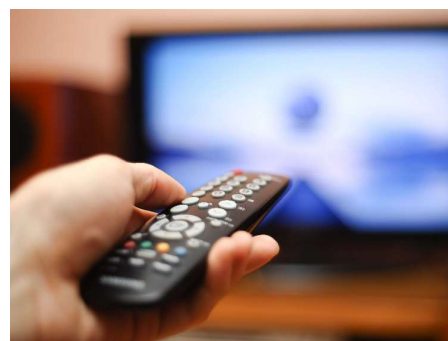
transparentnost cijena

diskriminacija cijena

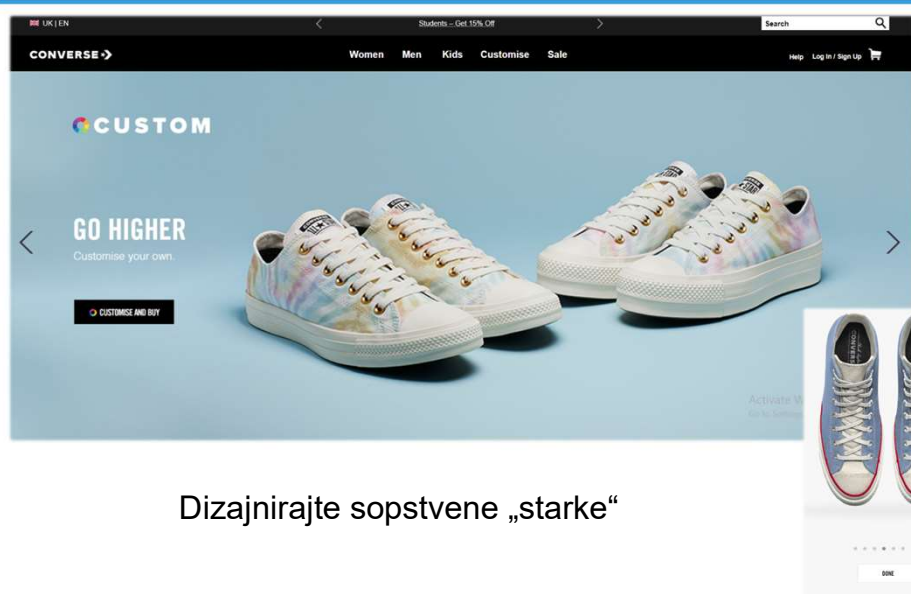
PERSONALIZACIJA / PRILAGOĐAVANJE

Personalizacija – targetiranje specifičnih grupa ili pojedinaca kroz prilagođavanje poruke njihovom imenu, interesima, kao i ranijim kupovinama

Prilagođavanje proizvoda – promjena dostavljenog proizvoda bazirana na preferencijama ili prethodnom ponašanju potrošača



PERSONALIZACIJA / PRILAGOĐAVANJE



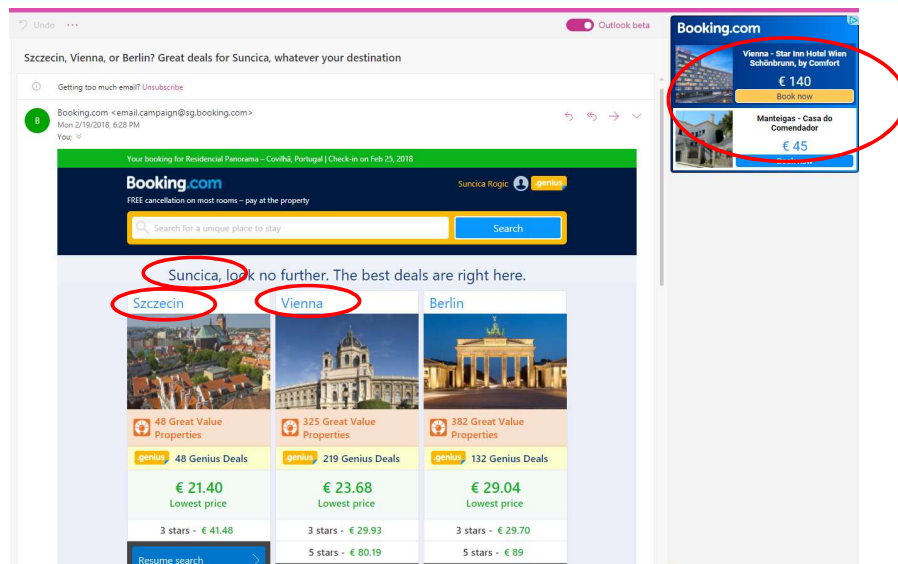
Dizajnirajte sopstvene „starke“

PERSONALIZACIJA / PRILAGOĐAVANJE - remarketing



Remarketing je taktika prikazivanja ciljanih oglasa ljudima koji su već posjetili ili preduzeli akciju na vašoj web stranici.

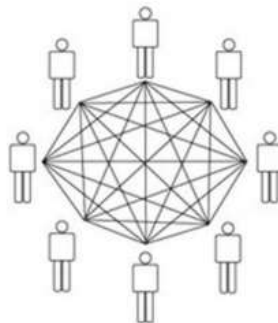
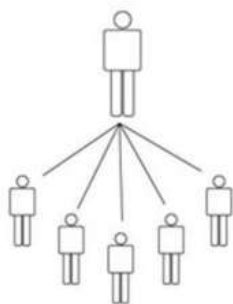
PERSONALIZACIJA / PRILAGOĐAVANJE - remarketing



DRUŠTVENA TEHNOLOGIJA

Sadržaj kreiran od strane korisnika (UGC)

one-to-many



many-to-many

DRUŠTVENA TEHNOLOGIJA



one-to-many

B Paul wrote a review Feb 14
Guwahati, India • 22 contributions

tripadvisor



Costly entry

The special entry is a bit costly and using general line it will take hours to get entry to the main temple.

Read more

Date of experience: August 2019

Helpful Share

Sankar Kr Mukherjee wrote a review Feb 14
Kolkata (Calcutta), India • 16 contributions • 6 helpful votes



A must visit to all the enthusiastic tourists here and Kaziranga National park will be an added advantage to visit.

Very nice place to visit but must make sure that you have the best guide with you to guide through the temple premises as there are a lot of things to see with a mythological story associated with it. Not all priests are very co operative with the tourists.... You need to reach...

Read more

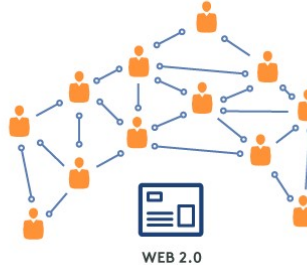
Date of experience: March 2019

Helpful Share

many-to-many



WEB 1.0 vs WEB 2.0



WEB 1.0 – prikaz jednostavnih stranica i njihovo elektronsko povezivanje, koje omogućava jednostavnu navigaciju

WEB 2.0 – korisnici kreiraju i distribuiraju sadržaj drugima, učestvuju u virtuelnim životima i grade online zajednice



2017.

330 miliona aktivnih korisnika
 100 miliona aktivnih korisnika na dnevnom nivou
 500 miliona tvitova dnevno
 80% tvitova nastaje na mobilnim telefonima

800 miliona aktivnih korisnika na mjesečnom nivou
 500 miliona aktivnih korisnika na dnevnom nivou
 40 milijardi podijeljenih fotografija
 95 miliona fotografija dnevno

2.072 milijarde aktivnih korisnika na mjesečnom nivou
 1.57 milijardi aktivnih korisnika na dnevnom nivou



2017.

1.3 milijarde korisnika
 5 milijardi video klipova se pogleda svakog dana
 30 miliona posjeta dnevno




 \$75 milijardi (2017)

\$1,650,000,000

10 najboljih YouTube zvijezda na svijetu ostvarilo je **127 miliona** dolara prihoda između 1. juna 2016. i 1. juna 2017. godine, prije poreza i naknada za menadžment agencije.



Influencer marketing

<https://digiday.com/marketing/what-influencer-marketing-costs/>

2016. godine – industrija vrijedna **1.7** milijardi dolara
Procjena za 2020. – **8** milijardi dolara



2017.



4.2 miliona članaka na engleskom jeziku
preko 27 miliona članaka na 286 jezika

The top 10 sites on the web

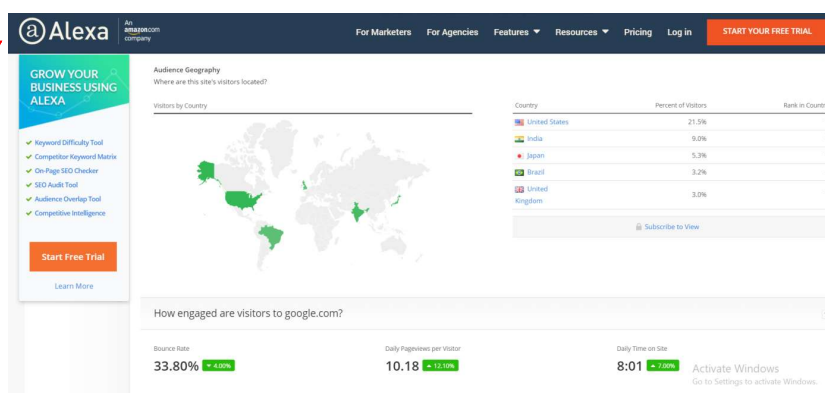
Based on data from Alexa, a combination of the highest visitors and page views.

	Daily Page Views (per person)	Daily Time on Site (mins)
1. Google.com	8.6	8:45
2. Youtube.com	5.38	9:21
3. Facebook.com	5.17	13:25
4. Baidu.com	6.63	7:44
5. Wikipedia.org	3.31	4:26
6. Yahoo.com	3.88	4:27
7. Google.co.in	7.12	8:24
8. Reddit.com	9.53	14:05
9. Qq.com	4.52	5:03
10. Taobao.com	4.48	8:33

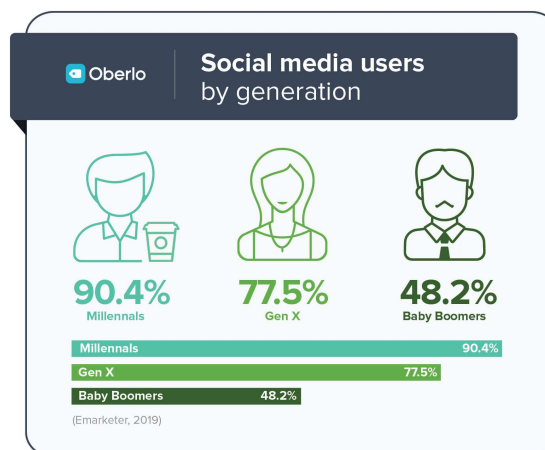
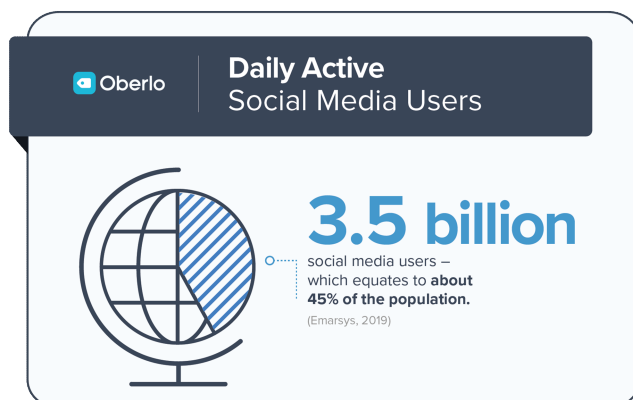
Source: Alexa.com

10 najposjećenijih web sajtova tokom 2018. godine

1. Google.com - 42.46 milijardi
2. YouTube.com – 23.35 milijardi
3. Facebook.com – 22.30 milijardi
4. Baidu.com – 10.45 milijardi
5. Wikipedia.com – 5.33 milijarde
6. Yahoo.com – 4.59 milijardi
7. Instagram.com – 2.67 milijardi
8. Twitter.com – 3.92 milijardi
9. ■■■■ – 3.10 milijardi
10. Vk.com – 2.39 milijardi



STATISTIKA DRUŠTVENIH MREŽA



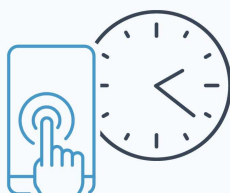
<https://www.oberlo.com/blog/social-media-marketing-statistics>

STATISTIKA DRUŠTVENIH MREŽA

Oberlo

Time spent on social media per day

An average of
3 hours
per day is spent on **social networks and messaging**.
(GlobalWebIndex, 2018)



Oberlo

The Impact of Positive Customer Experience



71%

of consumers who have had a positive experience with a brand on social media are likely to **recommend the brand to their friends and family**.
(Forbes, 2018)

<https://www.oberlo.com/blog/social-media-marketing-statistics>

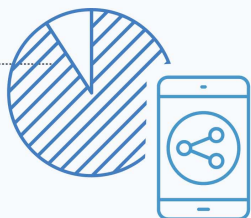
STATISTIKA DRUŠTVENIH MREŽA

Oberlo

Social Media Users Via Mobile

91%

of all social media users **access social channels via mobile devices**. Likewise, almost 80% of total time spent on social media sites occurs on mobile platforms.
(Lyfemarketing, 2018)

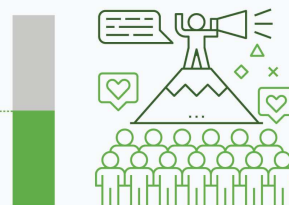


Oberlo

Influencers Help Build Brand Trust

49%

of consumers **depend on Influencer recommendations** on social media.
(Fourcommunications, 2018)



<https://www.oberlo.com/blog/social-media-marketing-statistics>

Vrste e-trgovine

B2B – business to business

B2C – business to consumer

C2C – consumer to consumer

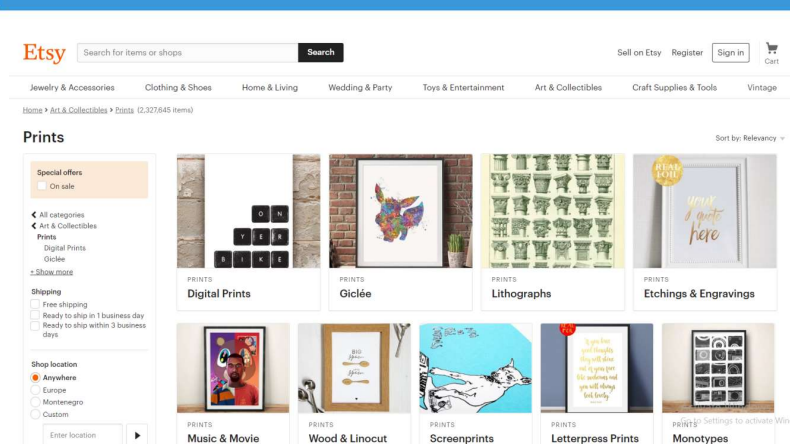
social e-commerce

m-commerce

local e-commerce



C2C – consumer to consumer

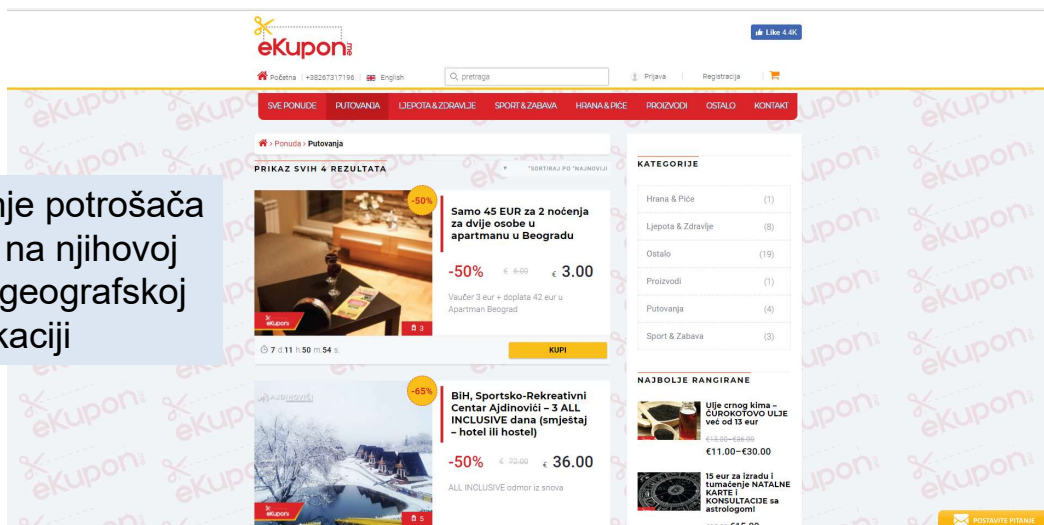


potrošači prodaju
jedni drugima,
koristeći platformu
koju obezbeđuje
kreator tržišta

Etsy craigslist ebay BlaBlaCar

Local e-commerce

angažovanje potrošača
bazirano na njihovoj
trenutnoj geografskoj
lokaciji



Vrste e-trgovine

FIGURE 1.7 THE GROWTH OF B2B E-COMMERCE IN THE UNITED STATES

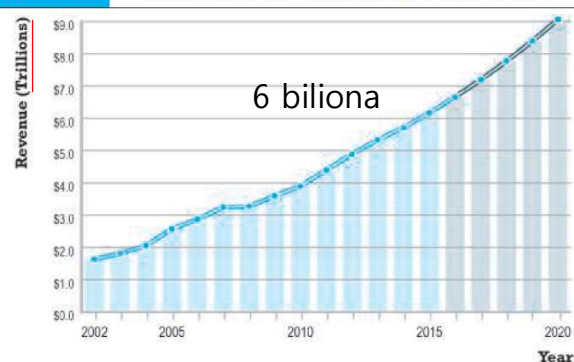
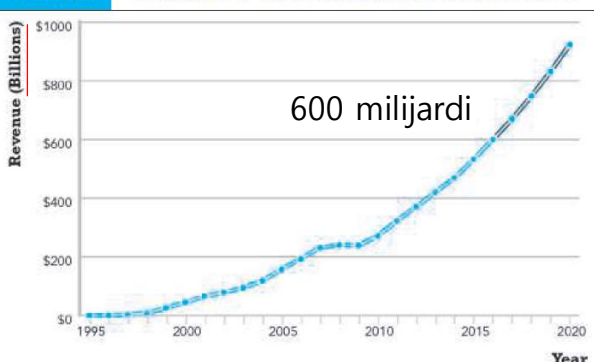


FIGURE 1.5 THE GROWTH OF B2C E-COMMERCE IN THE UNITED STATES





Radio – 38 godina – 30% domaćinstava (SAD)

TV – 17 godina – 30% domaćinstava (SAD)

Internet – 10 godina – 53% domaćinstava (SAD)



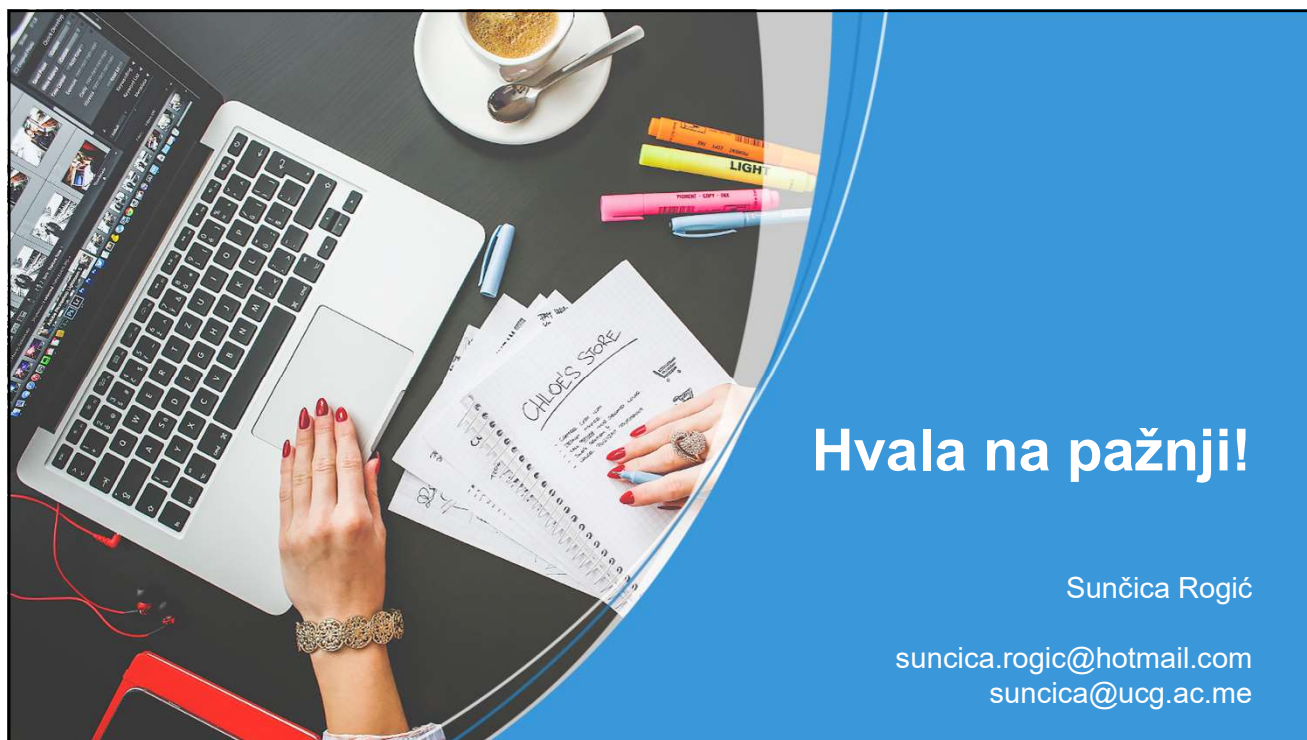
ESEJ

Izaberite web sajt e-trgovine i procijenite je u smislu osam jedinstvenih karakteristika tehnologije e-trgovine opisanih na času.

Koju od karakteristika se web sajt dobro primenjuje, a koje loše, po vašem mišljenju?

Pripremite kratak esej sa detaljima o vašim nalazima i svim predlozima za poboljšanje koje imate.





Hvala na pažnji!

Sunčica Rogić

suncica.rogic@hotmail.com
suncica@ucg.ac.me