

Trecerea la sistemul de eBusiness

Mihaela Brut

mihaela@infoiasi.ro
<http://www.infoiasi.ro/~mihaela>

Cuprins

- Provocări
- Etapele spre eBusiness
- Dezvoltarea strategiei
- Soluții IT:
PRI, MRC, MFV, MRD
- Autoevaluare

Provocări

- Schimbări în modul de **organizare** și **conducere** a unei afaceri
- eBusiness nu înseamnă doar tranzacții on-line, ci mai ales **eficientizarea afacerilor** și **satisfacerea clienților**
- informații actualizate în timp real:
⇒ abilitatea de mișcare și furnizarea informațiilor devin mai importante decât produsul în sine

Provocări

- relația cu publicul nu mai este unidirecțională, ci devine **interactivă**:
 - distribuitori, agenți, comercianți, puncte de vânzare, catalog, comenzi prin poștă, telefon
 - Internet, televiziune digitală, telefonie mobilă

Pregătirea pt. "viitorul digital"

- ❑ Identificați schimbările apărute pe piață
- ❑ Studiați și înțelegeți noile tehnologii
- ❑ Căutați pe Internet noi piețe
- ❑ Familiarizați-vă cu limba engleză și cu valorile comerciale occidentale

De reținut:

- ❑ Concurența poate fi mai flexibilă
- ❑ Apar permanent noi tipuri de afaceri

Etapele spre eBusiness

- Conectați-vă la Internet
 - folosiți e-mail-ul ca instrument de lucru
 - documentați-vă pe Internet
- Dezvoltați prima afacere electronică (pagină Web de tip broșură)
 - studiați marketingul on-line
 - accesați clienți noi
- Preluați comenzile de pe pagina Web
 - descoperiți noi piețe de desfacere

Etapele spre eBusiness

- Integrați aplicațiile comerțului electronic (c.e.) cu celelalte date
 - furnizați informații în timp real
 - măriți eficiența și reduceți costurile
- Adoptați o abordare eBusiness
 - servicii diversificate pentru clienți
 - integrați întregul lanț valoric
- Extindeți modelul de eBusiness
 - clienți în toată lumea
 - încercați abordarea dinamică a viitorului

Dezvoltarea strategiei

- Implicați **echipa, furnizorii, partenerii** și **clienții** în redefinirea concepției și stabilirea strategiei viitoare

- ⇒ aceștia trebuie:



- Găsiți noi **modalități de lucru**:
 - nu ascundeți informația strategică,
 - nu încurajați atitudini ierarhice

Strategia pt. clienți

Deveniți propriul dumneavoastră client și priviți critic firma din perspectiva clientului

- Clasificați-vă clienții
- Identificați dorințele și necesitățile fiecărui grup
- Stabiliți cele mai bune modalități de mulțumire a acestora
- Identificați schimbările necesare

Strategia pt. clienți

Beneficiile clientului:

- serviciu prompt și util
- mai multă încredere în firmă
- îi sunt îndeplinite dorințele particulare

Beneficiile firmei:

- atrage clienții de la concurență
- menține loialitatea clienților
- crește ponderea pe piață

Baza pt. eBusiness

- **Creați o echipă** care să identifice problemele specifice:
 - reprezentanți ai sectoarelor de vânzări, relații cu clienții, IT, executiv
 - cei cu responsabilități trebuie să aibă inițiativă
- **Autorizați** echipa pt. promovarea sistemului de eBusiness
- Apelați și la **specialiști externi!!!**

Schimbări culturale

- eBusiness-ul nu implică doar schimbări strategice sau structurale, ci și **culturale**
- păstrați **angajații competenți**, oferiți-le posibilități de perfecționare, stimulați-i
→ calități: dinamic, independent, întreprinzător, ambițios, flexibil
- firmă parteneră pt. **consultanță** și **perfecționare** a personalului
→ trebuie să vă înțeleagă piața

Recompensare personal

- Încredere, informare, apreciere
- Acțiuni – cadou sau la preț bun
- Bonusuri pentru realizări
- Perfecționare
- Condiții flexibile de lucru
- Consolidarea carierei (avansare)
- Creșteri salariale

Clientul suveran

Străduiți-vă să stabiliți cea mai bună relație cu clientul

- Înțelegeți-le trebuințele pt. a va adapta serviciile
- Puneți calitatea serviciilor oferite înaintea dorinței de a efectua vânzarea
- Fiți atent la firmele concurente vechi și noi

Pe Internet, clientul este mai informat și mai puternic

Clientul suveran

- ❑ Clienții pretind servicii de calitate
- ❑ Clienții trebuie tratați diferențiat
- ❑ Poate costa de zece ori mai mult câștigarea unui client nou decât păstrarea unuia vechi
⇒ sporii efortul de a vă menține clienții importanți
- ❑ Internet ⇒ posibilitatea de a compara produsele și serviciile pe scară globală

Clientul suveran

- Asigurați **service rapid** înainte și după vânzare ⇒ informații pertinente
- Anticipați dorințele clienților prin oferta de produse și servicii
- Operațiile de căutare, selectare, comandă și finalizare a tranzacției trebuie să decurgă eficient
- **Protejarea intimității:**
dacă solicitați date de la clienți, spuneți-le clar cum le veți folosi

Clientul suveran

- **Siguranța tranzacțiilor:** angajați un consultant extern pt. informarea salariaților asupra măsurilor de siguranță
- *"Vă vom despăgubi pentru toate pierderile suferite din pricina vreunei defecțiuni în sistemul de siguranță"*
- *"Nu vom transmite datele nici unei organizații sau persoane fără acordul dumneavoastră"*

Clientul suveran

Asigurați o **bună servire**

- ❑ nu este suficient să oferiți servicii și produse excelente
- ❑ clienții apreciază foarte mult **modul cum sunt tratați**
- ❑ dacă e posibil, lăsați clientul să se autoservească
- ❑ folosiți aparatură specială (ex. pt. a înregistra primirea mărfii și a transmite confirmarea în baza de date a clienților)

Clientul suveran

- Fiecare nou client primește un cod
 - La primul contact (ex.: solicitarea unei informații) se alcătuiește **fișa clientului**
 - Se înregistrează apoi toate revenirile și contactele ulterioare
- ⇒ se conturează un **profil al clientului**, pe care îl vor utiliza angajații din toate departamentele

Clientul suveran

- ❑ Țineți cont de **reclamațiile** clientului
- ❑ Încercați o servire corespunzătoare consecventă în locul unei amabilități sporadice, “pe bucățele”
- ❑ nu plimbați clienții de la un angajat la altul
- ❑ Oferiți clientului posibilitatea de control asupra tranzacțiilor sale

Clientul suveran

- “ Asigurați-vă de focalizarea asupra clientului
- “ Extindeți tehnologia comerțului electronic în întreaga firmă
- “ Clienții nemulțumiți vor apela la alt furnizor
- ” Nu lăsați magazinele tradiționale neintegrate
- ” Nu neglijați metodele tradiționale de vânzare
- ” Nu dezvoltați sisteme IT izolate de obiectivul principal al afacerii

eBusiness propriu

- Ch. Darwin:
nu supraviețuiesc cei inteligenți, ci
aceia care reacționează la schimbare
- Identificați-vă punctele forte:
 - O servire bună și corectă
 - Produse și servicii de calitate
 - Ofertă continuu inovativă
- Stabiliți prioritățile a.î. să vă
îmbunătățiți performanțele

Rezolvarea priorităților

□ **Servire personalizată, dinamică, flexibilă**

- acces instantaneu la date corecte
- sisteme flexibile de răspuns
- propunerile clienților

□ **Tranzacții eficiente, la preț scăzut, rapide**

- repartizarea eficientă a resurselor
- comunicarea rapidă cu furnizorii
- monitorizarea activității

Rezolvarea priorităților

- **Inovație:** prevederea de schimbări periodice, adaptarea la clienți
 - gestionarea schimbărilor și asumarea riscurilor
 - asigurați fuzionarea noilor tehnologii cu cele existente
 - încurajarea inițiativei și gândirii de perspectivă

Personalul firmei

- ⇒ cel mai de preț **capital**
- ❑ îi trebuie **explicată** nevoia de schimbare (constientizare că noile tehnologii fac munca mai ușoară)
- ❑ **perfecționarea** necesară
- ❑ sprijin pt. implementarea eBusiness
- ❑ informarea asupra noilor proceduri
- ❑ asigurarea accesului la Internet și de acasă
- ❑ înlăturarea suprapunerilor de activitate

Planificarea în eBusiness

□ Planificarea analitică:

- prognoze pe baza realizărilor trecute
- inadecvată eBusiness-ului
- trebuie abandonate proiectele care nu mai corespund direcției schimbării

□ Planificarea pragmatică:

- soluțiile pt. cerințele noi și urgente sunt găsite chiar de personalul operațional
- stabiliți **permanent** ce doriți să realizați, apoi pașii ce trebuie urmați

Aplicațiile PRI

- Planificarea Resurselor Întreprinderii
 - Integrează aplicații funcționale disparate
 - Elimină întârzierile de comunicare
 - Reduc costurile și ineficiențele
- Elemente comune:
 - Cumpărarea de materiale
 - Inventar și programare
 - Logistică și distribuție
 - Finanțe și contabilitate
 - Resurse umane și liste de salarii

Integrarea soluțiilor IT

- Cereți personalului să identifice blocajele de comunicare
- Identificați limitele sistemului actual
- Eliminați sistemele care nu pot fi integrate în noua structură
- Adapatați sistemele ce pot fi integrate
- Identificați costurile și timpul cerute de integrare
- Investiți în tehnologia necesară: construiți, cumpărați sau închiriați?

Aplicațiile MRC

Managementul relațiilor cu clienții

- o creștere cu 5% a nrului de clienți
⇒ un profit de 75%
- e utilizată o singură sursă de date despre clienți de către aplicațiile ce se ocupă de comenzi, vânzări, deservire clienți, marketing.
- implică reorganizare internă
- folosiți noi tehnologii de contact:
WAP, iTV, Kiosk

Aplicațiile MFV

Managementul forței de vânzare

- Integrează toate funcțiile ce intervin în trecerea de la prima întrebare pusă de client la comanda propriu-zisă
- Aspecte legate de preț, existența în stoc, comision etc.
- Agenții de vânzări trebuie să aibă acces rapid la informații
- Ex.: furnizor de componente de rețea

Aplicațiile MRD

Managementul rețelei de distribuție

- scop: coordonarea fluxului informațional, a banilor și a materialelor între organizații
- Furnizorii, producătorii, depozitele, distribuitorii și revânzătorii folosesc on-line o aceeași bază de date

Elementele MRD

- **Planificare**: Prognozarea cererii, îndeplinire, transport, producție, programare
- **Date**: Informații disponibile în timp real pentru toți partenerii
- **Execuție**
 - Managementul produsului
 - Depozitare, reprovizionare
 - Distribuire, logistică inversă

Feed-back-ul

- Clienții se vor simți importanți dacă știu că părerile lor sunt ascultate
- *“Comentariile dvs. asupra activității noastre ne ajută să ne optimizăm serviciile oferite”*
- *“Vă rugăm înștiințați-ne dacă produsul sau serviciul nostru nu corespunde tuturor așteptărilor”*
- *“Ce am putea face pentru a fi siguri că așteptările dvs. vor fi satisfăcute în viitor?”*

Autoevaluare

1. Sunt pregătit să accept **provocarea** noii strategii.
2. Mă gândesc la modalități mai noi sau mai eficiente pentru a folosi **IT**.
3. Ajut **personalul** să afle oportunitățile create de eBusiness.
4. Dezvolt **idei strategice** concentrându-mă pe mulțumirea clienților.

Autoevaluare

5. Caut modalități de a oferi **servicii** mai bune decât concurența.
6. Monitorizez atent site-urile Web ale **concurenței** pentru a afla noi oferte.
7. Încurajez personalul să facă **sugestii** și să perfecționeze procesele.
8. Folosesc o metodă dinamică de **planificare** pentru Business.

Autoevaluare

9. Perfecționez **personalul** pentru adaptarea la schimbare.
10. Caut să integrez funcțiile separate într-un **proces continuu**.
11. Mă concentrez asupra cunoașterii și îndeplinirii **așteptărilor clienților**.
12. Caut modalități de a rentabiliza relațiile cu **furnizorii**.

Bibliografie

- Steve Sleight, "Cum să trecem la eBusiness", enciclopedia RAO, 2002
- D.Amor – "The E-Business (R)evolution", Prentice-Hall, 1999
- Gabriela Meșniță, "Introducere în Afacerile Electronice", Junimea, Iași, 2002

Rezumat

- Provocări
- Etapele spre eBusiness
- Dezvoltarea strategiei
- Soluții IT:
PRI, MRC, MFV, MRD
- Autoevaluare

Intrebări?