

Upravljanje prodajnim lancima u elektronskom poslovanju

Elektronsko poslovanje

Predavanje 3





Slika Ova fotografija autora Nepoznat autor licencirana je u okviru CC BY-NC-ND



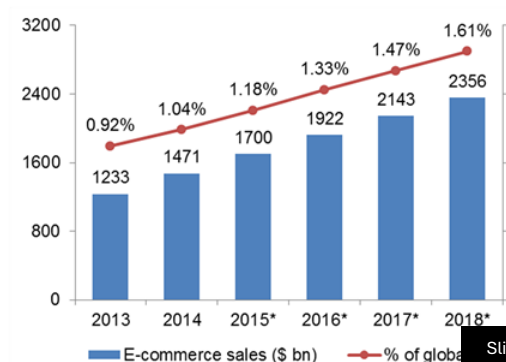
Slika Ova fotografija autora Nepoznat autor licencirana je u okviru CC BY-NC

Uvod u elektronsko poslovanje

- Definicija e-poslovanja (B2C, B2B, C2C)
- Kratak pregled rasta e-trgovine
- Uloga digitalnih tehnologija u savremenoj prodaji

Kratak pregled rasta e-trgovine

- ✓ Globalni promet e-trgovine porastao je sa 1,5 biliona USD (2015) na preko 6,3 biliona USD (2024)
- ✓ Mobilna kupovina (m-commerce) sada čini preko 70% svih online porudžbina
- ✓ COVID-19 pandemija ubrzala prelazak na online kupovinu – mnogi potrošači prvi put kupovali online
- ✓ Porast broja online kupaca – u 2024. godini preko 2,6 milijardi ljudi kupovalo je online
- ✓ Fizičke prodavnice prelaze na hibridni model: online + offline (npr. „klikni i preuzmi“)
- ✓ Upotreba veštačke inteligencije i automatizacije za personalizaciju prodaje i korisničko iskustvo
- ✓ Održivost u fokusu – potrošači biraju brendove sa ekološkom i društvenom odgovornošću u online prodaji



Slika Ova fotografija autora Nepoznat autor licencirana je u okviru CC BY

Šta je prodajni lanac u kontekstu e-poslovanja?

Digitalna verzija
klasičnog
prodajnog lanca

Proizvođač →
platforma →
kurirska služba →
kupac

Uloga platformi
poput Shopify,
Amazon, Etsy, i
dr.

Shopify: Izgradnja i upravljanje internet prodavnicama

- **Shopify** je platforma koja omogućava korisnicima da kreiraju sopstvene internet prodavnice, bez potrebe za detaljnim znanjem programiranja.
- pruža sve potrebne alate za upravljanje proizvodima, obradu plaćanja, praćenje narudžbina i analizu performansi
- mala i srednja preduzećima jer je pristupačan i jednostavan za upotrebu.
- nudi brojne integracije s drugim alatima za marketing, SEO optimizaciju i distribuciju.



Pogodnosti:

Lako postavljanje prodavnice i efikasno upravljanje.

Brojne opcije plaćanja i globalni doseg.

Jednostavna integracija s društvenim mrežama (Instagram, Facebook).

Pruža analitičke i izveštajne alate za analizu prodaje.

Amazon: Globalni lider u e-trgovini

- **Amazon** je najveća internet platforma za prodaju koja povezuje milione prodavaca i kupaca širom sveta.
- omogućava pojedincima i malim preduzećima da prodaju svoje proizvode,
- pruža usluge kao što su skladištenje, obrada naloga, dostavu i čak marketing.
- Platforma je prepoznata po svojoj logistici i brznoj dostavi, što privlači kupce koji cene brzinu i udobnost.



Slika Ova fotografija autora Nepoznat autor licencirana je u okviru CC BY-SA-NC

Pogodnosti:

- Globalna dostupnost i ogromna kupovna baza.
- Fleksibilnost u pogledu vrste prodaje (od malih prodavaca do velikih brendova).
- Opcije kao što su **Fulfillment by Amazon (FBA)** koje prodavcima olakšavaju upravljanje zalihama i dostavom.
- Moćan sistem recenzija koji gradi poverenje kupaca.

Ostale platforme

eBay: Poznat po aukcijama i prodaji korišćenih proizvoda. Ljudi mogu prodavati sve od automobila do retkih kolekcionarskih predmeta.

BigCommerce: Platforma koja omogućava većim preduzećima da upravljaju svoje internet prodavnice, slično Shopify, ali sa više opcija za veću fleksibilnost i integraciju sa drugim velikim tržištima.

WooCommerce: Platforma koja se integriše s WordPress-om, pogodna za prodavce koji već koriste ovu platformu za svoj blog ili veb-sajt.

Ključni elementi upravljanja prodajnim lancima u e- poslovanju

- Upravljanje lagerom i skladištem (često automatizovano)
- Upravljanje narudžbinama i isporukama u realnom vremenu
- Digitalni CRM i praćenje korisničkog ponašanja



Slika Ova fotografija autora Nepoznat autor licencirana je u okviru CC BY-SA-NC

Digitalni CRM i praćenje korisničkog ponašanja

- **CRM (Customer Relationship Management)** predstavlja strategiju, tehnologiju i softverske alate koji omogućavaju preduzećima da efikasno
 - upravljaju odnosima s korisnicima,
 - optimizuju korisničku podršku,
 - poboljšaju korisničko iskustvo
 - povećaju prodaju i lojalnost korisnika.
- **Digitalni CRM** se odnosi na upotrebu savremenih digitalnih alata i platformi za upravljanje korisničkim odnosima, uključujući alate za analizu podataka, praćenje ponašanja korisnika i personalizaciju komunikacije.

Uloga digitalnog CRM-a

- Personalizuju korisničko iskustvo:**

Na osnovu podataka o korisnicima, njihovim kupovinama i interesovanjima, CRM sistemi omogućavaju kreiranje personalizovanih marketinških kampanja koje povećavaju angažman korisnika i prodaju.

- Optimizuju komunikaciju:**

CRM omogućava automatizaciju komunikacije, bilo da se radi o email kampanjama, obaveštenjima o novim proizvodima ili podršci korisnicima.

- Povećaju efikasnost tima:**

Integracija različitih odeljenja (prodaja, marketing, korisnička podrška) omogućava timovima da imaju sveobuhvatan pregled korisničkih podataka i istorije interakcija, što ubrzava rešavanje problema i poboljšava korisničko iskustvo.

- Poboljšaju predikciju potreba korisnika:**

- Korišćenjem podataka o prethodnim transakcijama i ponašanju korisnika, CRM sistemi mogu predvideti buduće potrebe i želje korisnika, čime se unapređuju strategije prodaje i marketinga.

Praćenje korisničkog ponašanja

- **Posete web sajtovima i aplikacijama:**

Koje stranice korisnici posećuju, koliko vremena provode na njima, koje proizvode pregledaju ili dodaju u korpu, i gde napuštaju sajt.

- **Klikovi i interakcije na društvenim mrežama:**

Praćenje aktivnosti korisnika na društvenim mrežama omogućava preduzećima da steknu uvid u to koji tipovi sadržaja izazivaju interesovanje korisnika, kao i kako korisnici reaguju na njihove postove i oglase.

- **Transakcioni podaci:**

Informacije o kupovinama, učestalosti narudžbina, vrednosti narudžbina i proizvodima koji se najčešće kupuju.

- **Ponašanje u realnom vremenu:**

praćenje korisničkog ponašanja u aplikacijama ili tokom procesa kupovine omogućava prepoznavanje problema u realnom vremenu i momentalno reagovanje (npr. slanje podsetnika ili promotivnih ponuda).

Tehnologije koje omogućavaju praćenje korisničkog ponašanja

- **Web analitika:**

Alati poput **Google Analytics** omogućavaju praćenje poseta web sajtu, analiziranje stope konverzije, praćenje ponašanja korisnika na sajtu i još mnogo toga.

- **Alati za automatizaciju marketinga:**

Platforme kao što su **HubSpot**, **Marketo**, **MailChimp** i drugi omogućavaju praćenje aktivnosti korisnika na sajtu, slanje personalizovanih emailova i automatsko segmentisanje korisnika na osnovu njihovih interesa i ponašanja.



- **Alati za praćenje interakcija na društvenim mrežama:**

Platforme poput **Hootsuite**, **Sprout Social** i **Buffer** omogućavaju preduzećima da prate aktivnosti korisnika na društvenim mrežama, analiziraju povratne informacije i angažman, i prilagode strategije sadržaja.

- **Korisnički profili i segmentacija:**

CRM sistemi kao što su **Salesforce**, **Zoho CRM**, i **Pipedrive** omogućavaju detaljno praćenje korisničkog ponašanja i segmentaciju korisnika na osnovu njihovih aktivnosti, interesovanja i kupovnih navika. To omogućava da se kreiraju ciljani marketinški planovi i personalizovane ponude.

Izazovi u digitalnom prodajnom lancu

- Bezbednost podataka i prevara u plaćanju
- Problemi sa isporukom i kašnjenja
- Preopterećenje sistema u vreme velikih akcija (Black Friday)



Slika Ova fotografija autora Nepoznat autor licencirana je u okviru CC BY-NC

Trendovi u e-poslovanju i prodajnim lancima



Primer iz prakse: Amazon i njegov prodajni lanac

- Kako Amazon koristi digitalne tehnologije
- Automatizovana skladišta, dron isporuke, preporuke korisnicima
- Primene i logistički centri



Slika [Ova fotografija](#) autora Nepoznat autor licencirana je u okviru CC BY-NC-ND



E-commerce i Platforme za Online Kupovinu

- **Preporučivački algoritmi:**

Amazon koristi sofisticirane algoritme za preporuku proizvoda, koji analiziraju korisničke podatke (istorija kupovine, pretraga i recenzije) da bi predložili proizvode koji su najrelevantniji za svakog korisnika.

- **Korišćenje veštačke inteligencije (AI) i mašinskog učenja (ML):**

Amazon koristi AI i ML za predviđanje šta će korisnici verovatno kupiti, na osnovu njihovih prethodnih aktivnosti, kao i da bi unapredio svoje procese nabavke, distribucije i dostave.



Amazon Web Services (AWS)

AWS je osnovan kako bi pomogao organizacijama da koriste infrastrukturu u cloudu umesto da moraju da ulažu u skupu opremu.

Cloud computing:

AWS omogućava firmama da na fleksibilan način koriste IT infrastrukturu, čineći je skalabilnom i dostupnom na globalnom nivou. Ovo je ključno za operacije poput online trgovine, video streaming (Prime Video), analize podataka i mnoge druge usluge.

Big Data i Analitika:

AWS pruža alate za analizu velikih količina podataka, što omogućava Amazonu da bolje razume ponašanje korisnika i optimizuje svoje poslovne procese.

Logistika i Optimizacija Lanca Snabdevanja

Digitalni alati omogućavaju optimizaciju svih aspekata od skladištenja do dostave proizvoda.

- **Robotska automatizacija:**

Amazon koristi robote u svojim skladištima za brzo premještanje proizvoda i efikasno pakovanje, čime se smanjuje vreme potrebno za pripremu paketa za isporuku.

- **Internet stvari (IoT):**

IoT tehnologija omogućava Amazonu da prati inventar u realnom vremenu i automatski naručuje nove proizvode kada je skladište pri kraju, čime se smanjuje rizik od zaliha i nepotrebnih kašnjenja.

- **Digitalna karta i optimizacija rute dostave:**

Amazon koristi napredne algoritme za optimizaciju rute dostave, što omogućava bržu i jeftiniju isporuku, uključujući upotrebu dronova za dostavu.

Amazon Echo i Alexa (Pametni Asistenti)

- **Integracija u pametne domove:**

Korišćenjem Alexa, korisnici mogu upravljati pametnim uređajima u svom domu, kao što su svetla, termostati i alarmni sistemi, što je stvorilo potpuno novu kategoriju uređaja i tržište.

- **Glasovno prepoznavanje i analitika:**

Alexa koristi tehnologije glasovnog prepoznavanja i analize podataka kako bi unapredila korisničko iskustvo i obezbedila personalizovane odgovore na pitanja i naredbe.

Amazon Prime i Video Streaming

Amazon omogućava korisnicima da dobiju personalizovane preporuke na osnovu njihovih prethodnih gledanja.

- **Streamovanje i obradni kapaciteti:**

Amazon koristi svoje cloud resurse i kapacitete za streamovanje sadržaja u visokom kvalitetu na globalnom nivou, što omogućava besprekorno iskustvo gledanja filmova i serija.

- **Podaci o korisnicima i analiza preferencija:**

Korišćenjem podataka o korisnicima, Amazon može da stvara sadržaj koji je specifičan za tržište ili određenu publiku, čime se poboljšava angažman korisnika.

Digitalne Plaćanja i Amazon Pay

Amazon je t razvio vlastiti sistem za digitalna plaćanja,

Amazon Pay

omogućava korisnicima da koriste svoje Amazon naloge za kupovinu na drugim sajtovima i aplikacijama. Ovaj sistem pojednostavljuje proces plaćanja, smanjujući potrebu za unosom podataka o karticama i bankovnim računima.

- **Sigurnost i jednostavnost**

Korišćenjem Amazon Pay-a, korisnici mogu brzo i sigurno obavljati online transakcije bez potrebe za ponovnim unosom podataka svaki put.