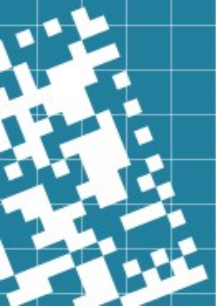
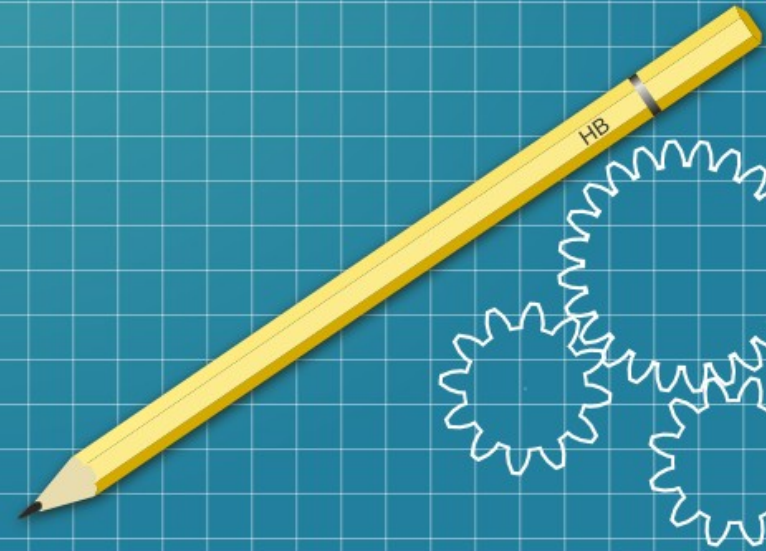


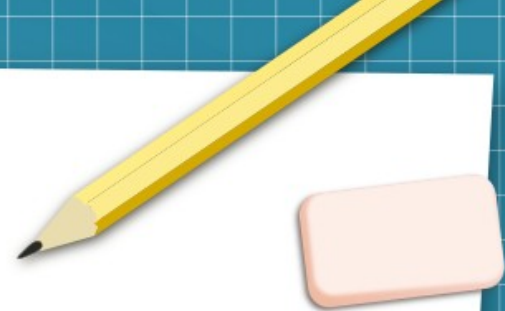
Sprzedaż internetowa - sklep

Piotr Dobosz



Czym jest handel?

- Wymiana usług i dóbr
- Bezpośrednio lub przez pośredników
- Końcowym „produktem” powinien być zysk
- Barter – czym jest?
- Handel detaliczny, hurtowy, międzypaństwowy/zagraniczny

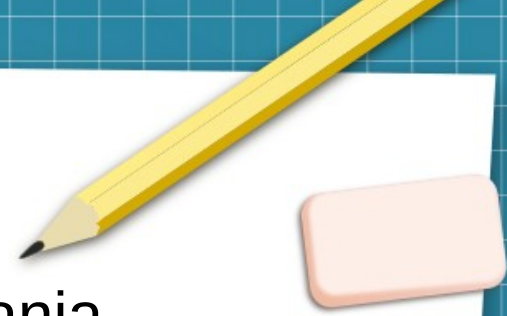


Handel – etapy i procesy

- Uzgodnienie produktu/towaru (czym jest, jaką ma postać, itp.)
- Czas oczekiwania na towar
- Czas dostarczenia towaru
- Dywersyfikacja sortymentowa towarów
- Jedna ze stron w handlu musi chcieć coś pozyskać



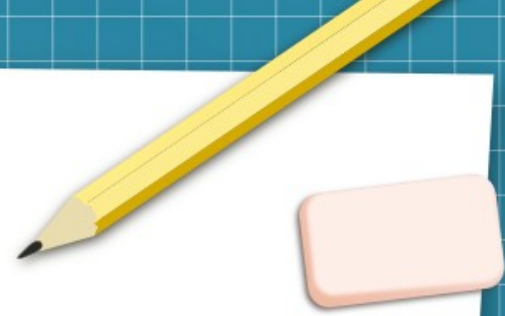
E-Handel/E-commerce



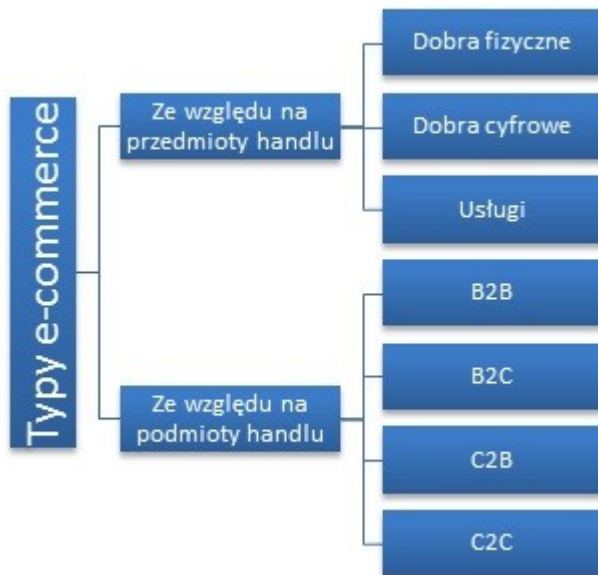
- Od zwykłego handlu różni się sposobem zamawiania
- Proces wyboru towaru odbywa się poprzez Internet, niezależnie od miejsca pobytu czy zamieszkania
- Towary mogą mieć postać materialną i/lub niematerialną
- Płatności mogą być dokonywane w indywidualny sposób (przelew, za pobraniem)

Formy e-handlu

- Serwisy ogłoszeniowe
- Portale aukcyjne
- Sklepy internetowe
- Platformy transakcyjne
- Platformy przetargowe



Typy e-commerce

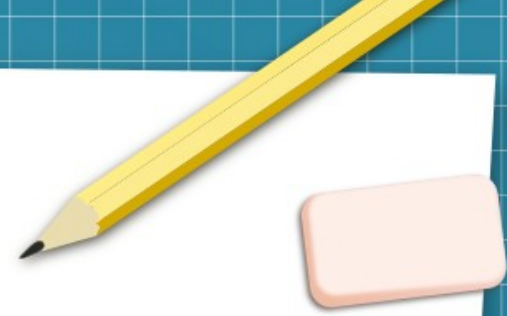


Źródło:

https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/9/9b/Typologia_handlu_internetowego.jpg

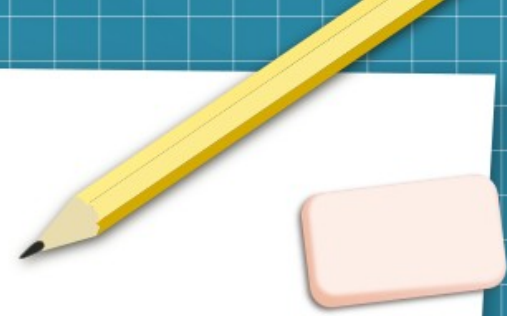
Zalety e-commerce

- Oszczędności dla każdej ze stron
- Indywidualne podejście do kontrahenta
- Elastyczność
- Brak barier w zasięgach
- Stałe aktualizacje
- Coraz popularniejsze produkty cyfrowe dostępne niemal „od ręki”



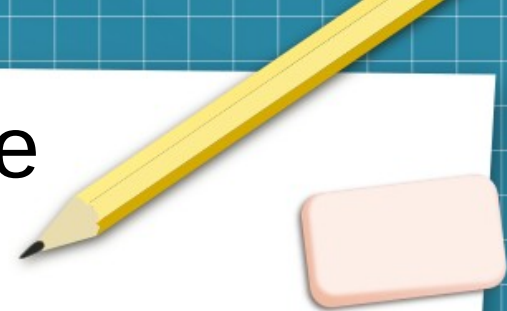
Wady e-commerce

- Często utrudniony dostęp do oględzin towaru
- Brak bezpośredniego kontaktu ze sprzedawcą
- Zmienny czas dostaw
- Potencjalne wycieki danych poufnych, danych sprzedażowych i innych



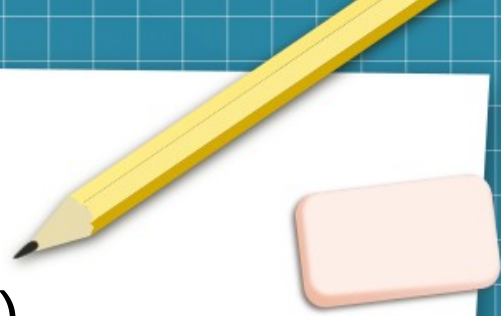
Bezpieczeństwo e-commerce

- Zasada potwierdzania tożsamości
- Szyfrowanie kanału wymiany – certyfikat SSL
- Zabezpieczanie panelu administracyjnego (np. przerzucenie go na inną maszynę lub administracja przez dedykowany program)
- Zabezpieczanie serwera przez nieautoryzowanym dostępem z zewnątrz oraz wewnątrz sieci

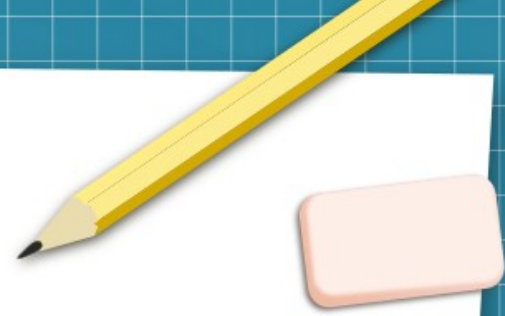


B2B

- Skrót od business to business (biznes do biznesu)
- Funkcjonuje w relacjach dostawca-odbiorca, producent-dystrybutor, dystrybutor-punkt sprzedaży
- Rynek poziomy
- Rynek pionowy
- Umowa B2B
- Zatrudnienie B2B

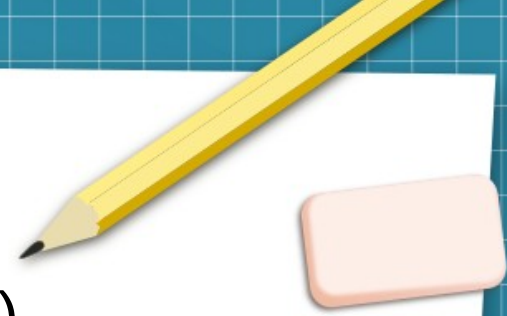


B2C



- Skrót od business to client (biznes do klienta)
- Sprzedaż od przedsiębiorcy (dowolnego szczebla) do klienta indywidualnego
- Obejmuje takie obszary jak:
 - Marketing
 - Przygotowywanie ofert i zamówień
 - Wystawienie dokumentów i realizacja transakcji

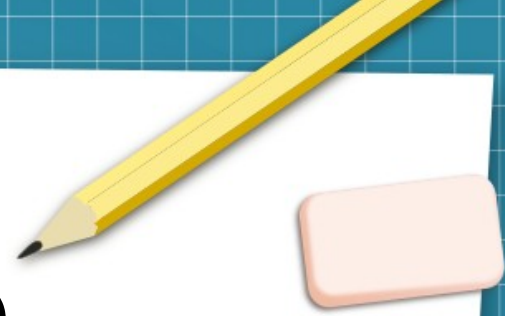
C2B



- Skrót od consumer to business (klient do biznesu)
- Polega na wystawianiu nieużytych towarów przez klienta, które mogą posłużyć firmie
- Głównym punktem rozwoju tej sprzedaży jest właśnie internet (a szczególnie portale aukcyjne)
- Pod ten model można też podłączyć usługi dla biznesu świadczone na umowę zlecenie i/lub umowę o dzieło

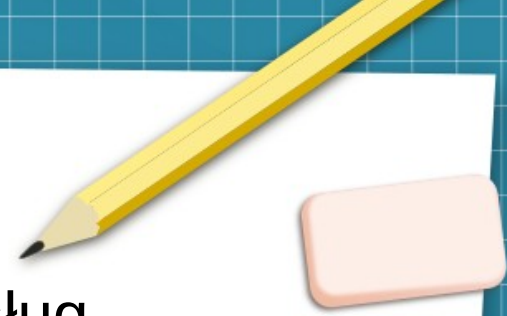
C2C

- Skrót od consumer to consumer (klient do klienta)
- W tym rodzaju transakcji dokonują dwa podmioty nie prowadzące działalności gospodarczej i/lub zawodowej
- Najczęstszą formą tego typu sprzedaży jest teraz internet – fora internetowe, portale aukcyjne i inne
- Podmioty biorące udział w tej sprzedaży nazywa się egalitarnymi



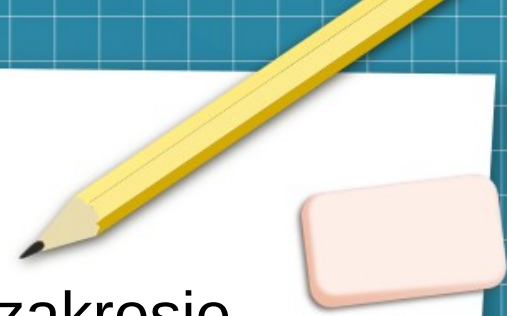
Cross-selling

- Polega na proponowaniu klientowi produktów i usług powiązanych
- Często stosowane do produktów cyfrowych (płatne dodatki)
- Można stosować w sklepie w ramach „inni klienci kupili do tego produktu również”
- Trzeba pamiętać o umiarze w oferowaniu połączeń z dodatkowymi produktami



Up-selling

- Sprzedaż produktów i/lub usług o lepszej jakości/zakresie
- Technika skuteczna w sprzedaży internetowej – można przy danym produkcie wyświetlić „polecane” i tam polecić produkt lepszy lub z większymi możliwościami, przeważnie w większej cenie
- Niekiedy łączone z cross-selling, np. dokupienie dodatkowego ubezpieczenia domu podczas zawierania ubezpieczenia auta



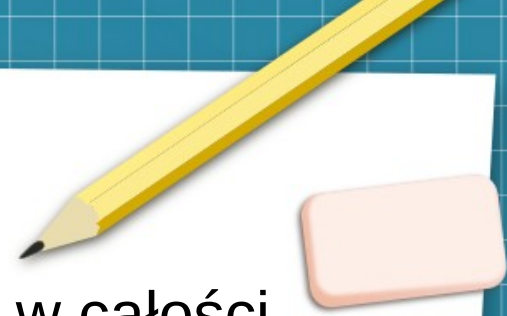
ZMOT

- Zero Moment of Truth (Zerowy Moment Prawdy) to zjawisko charakterystyczne dla sprzedaży internetowej
- Użytkownik trafia na produkt, który chce kupić (bodziec)
- Przeważnie przeszukuje internet za recenzjami lub opiniami o produkcie
- Jeżeli odpowiednio zadbamy o dobrą renomę produktu w tym miejscu (świetne opisy, bardzo dobre komentarze) to prawdopodobnie pozyskamy klienta



ZMOT

- Nakierowanie użytkownika na właściwe źródła jest w całości zależna od SEO (pozycjonowania stron w wyszukiwarkach internetowych)
- Istnieje jeszcze pojęcia FMOT (First Moment of Truth) – czyli moment, gdy klient dokonuje zakupu produktu...
- ...oraz SMOT (Second Moment of Truth), gdy klient weryfikuje ostatecznie możliwości i funkcjonalność produktu z wcześniejszymi opisami oraz własnym doświadczeniem. Tutaj pojawi się powiązanie z ZMOT.



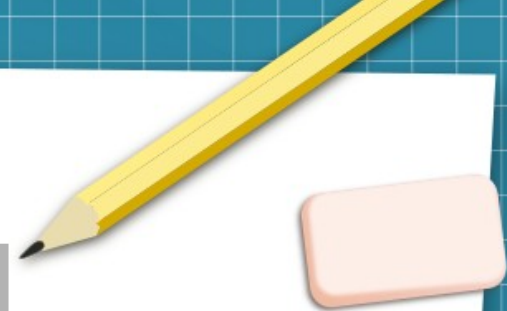
Click&Collect

- Polega na zakupie zdalnym (przez internet/telefon) i odbiorze zamówionego towaru lokalnie
- Towar może być przygotowany w stacjonarnym punkcie firmy, w paczkomacie lub w miejscu wyznaczonym do odbioru
- Często płatność dokonywana jest poprzez sieć, jednak może być wykonana także przy odbiorze zamówienia

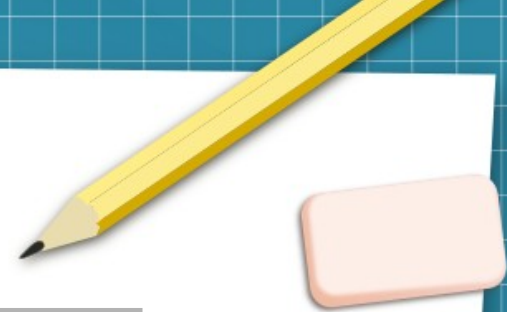


Koszty utrzymania e-sklepu

	Cena od	do	Opis
Domena sklepu	50 PLN	120 PLN	koszt roczny
Hosting sklepu	80 PLN	500 PLN	koszt roczny
Certyfikat SSL	darm owy	od 50 PLN	bezpłatny w ramach hostingu lub koszt roczny
Wdrożenie platformy sklepu	2000 PLN	6000 PLN	koszt jednorazowy projektu i wdrożenia sklepu
Motyw sklepu	darm owy	od 100 PLN	

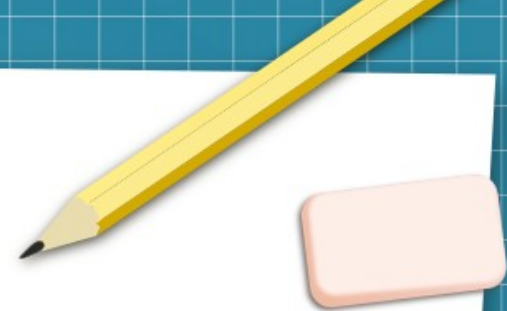


Koszty utrzymania e-sklepu



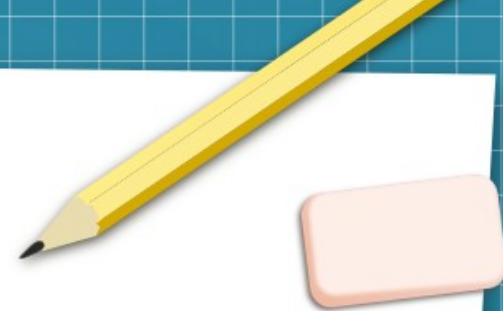
Banery i grafiki	30 PLN	120 PLN	
Wtyczki płatności	150 PLN		możesz potrzebować co najmniej jedną
Wtyczki wysyłkowe	200 PLN		możesz potrzebować co najmniej dwie
Księgowość i faktury	100 PLN	200 PLN	
Wtyczki marketingowe	100 PLN	500 PLN	porównywarki, allegro

Koszty utrzymania e-sklepu



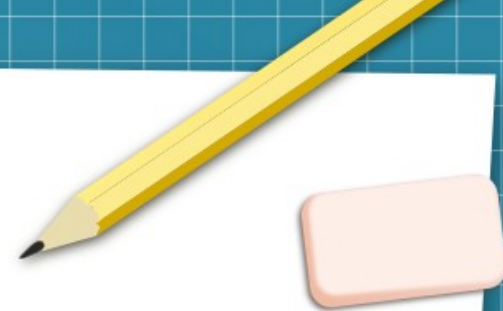
Zakupy Google	200 PLN	integracja z Zakupy Google Shopping
Sklep Facebook	80 PLN	integracja ze Sklepem Facebook
Sklep Instagram	100 PLN	integracja ze Sklepem Instagram
Sklep Dropshipping	350 PLN	integracja sklepu z dropshipping

Koszty utrzymania e-sklepu



Integracja, konfiguracja wtyczek	40 PLN	160 PLN	możesz to zrobić we własnym zakresie
Pozycjonowani e sklepu SEO	400 PLN		możesz to zrobić we własnym zakresie
Optymalizacja sklepu SEO	250 PLN		optymalizacja szybkości ładowania elementów sklepu

Koszty utrzymania e-sklepu



Administracja sklepu	120 PLN/msc		możesz to zrobić we własnym zakresie
Wsparcie i rozwój sklepu	40 PLN/godz	140 PLN/godz	możesz to zrobić we własnym zakresie

Wdrożenie prawne sklepu internetowego



- wstępny audyt prawny
- dostosowanie obsługi procesu zakupowego do ustawy o prawach konsumentów
- dostosowanie treści reklamowych na stronie sklepu do wymogów prawa
- dostosowanie sprzedaży produktów do obowiązujących regulacji szczególnych
- sporządzenie regulaminu sklepu internetowego
- dostosowanie treści na stronie sklepu, w tym elementów systemu sprzedażowego do RODO
- audyt końcowy w zakresie wprowadzenia rekomendacji prawnych

Wstępny audyt

- Sprawdza, czy sklep spełnia wymagania prawne działalności
- Powinien obejmować cały proces zakupowy
- Sprawdzać respektowanie RODO




Dostosowanie obsługi procesu zakupowego do ustawy o prawach konsumentów



- Regulacja postępowania reklamacji
- Obowiązki informacyjne dla klienta
- Regulacja płatności (dodatkowych, usługi płatności w Unii – PSD2)
- Dostosowanie do zakupów międzynarodowych/blokowania zakupów z danego regionu

Dostosowanie treści reklamowych na stronie sklepu do wymogów prawa



- Zgodna z prawem, dobrymi obyczajami, godnością człowieka
- Niewprowadzająca w błąd klienta, nie grająca na jego uczuciach
- Nie może być podawana w formie informacji, fałszywego omówienia itp.
- Nieuciążliwość reklamowa

Dostosowanie sprzedaży produktów do obowiązujących regulacji szczególnych




- Przepisy celne dla importowanych towarów
- homologacja/dostosowanie/atesty produktu do rynku sprzedaży
- Brak powyższych aspektów może prowadzić do kar finansowych, zniszczenia sprzedawanych produktów itp.

Sporządzenie regulaminu sklepu internetowego



- Określa prawa i obowiązki sprzedawcy oraz klientów
- Powinien zawierać informacje o możliwości odstąpienia od umowy oraz złożenia reklamacji
- Każda nowa funkcjonalność sklepu wpływająca np. na płatności lub działanie sklepu powinna mieć odzwierciedlenie w regulaminie sklepu
- W Unii Europejskiej istnieje pewien standard przepisów dotyczący regulaminów (nie dotyczy wszystkich spraw każdego z Państwa)
- Poza Unię Europejską należy tworzyć oddzielnie nowe regulaminy

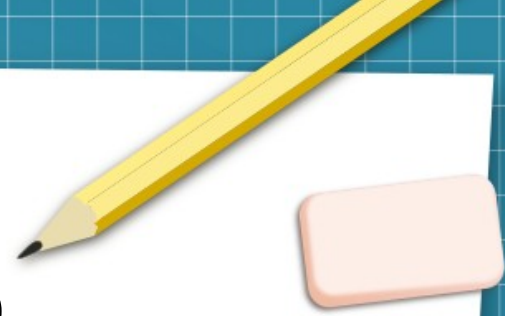
Dostosowanie treści na stronie sklepu, w tym elementów systemu sprzedażowego do RODO



- Polityka Prywatności
- Polityka Plików Cookies
- Klauzule zgód
- Klauzule informacyjne
- Im mniej zbieranych danych, tym lepiej (privacy by default)
- Brak sugerowania danych wrażliwych osobom anonimowym (privacy by design)

RODO

- Wyznaczenie inspektora danych osobowych (art. 37-39 RODO)
- Obowiązek informacyjny (art. 12-14 RODO)
- Informacje o prawach użytkownika/konsumenta (art. 15-21 RODO)
- Rejestrowanie czynności przetwarzania (art. 30 RODO)
- Zgody (art. 7 RODO)
- Ocena skutków ochrony danych (art. 35 RODO)
- Ograniczone profilowanie (art. 22 RODO)
- Zgłoszenie naruszeń (art. 33 RODO)
- Kary za niewłaściwe przetwarzanie danych osobowych (art. 83 RODO)



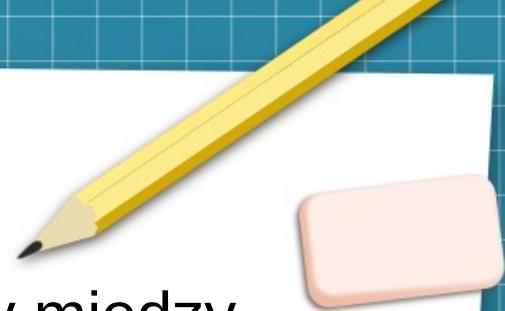
RODO – prawa obywatelskie

- prawo dostępu przysługujące osobie, której dane dotyczą,
- prawo do sprostowania danych,
- prawo do usunięcia danych („prawo do bycia zapomnianym”),
- prawo do ograniczenia przetwarzania,
- prawo do przenoszenia danych,
- prawo do sprzeciwu.



Ograniczenie profilowania

- jest niezbędna do zawarcia lub wykonania umowy między osobą, której dane dotyczą, a administratorem,
- wynika z przepisów prawa,
- osoba, której dane dotyczą wyraziła na to zgodę.



Prawo ochrony danych osobowych



- Bezpośredni akt prawa unijnego
- Bardziej konsultacyjny charakter Prezesa Urzędu
- Jednoinstancyjność postępowania
- Wykorzystanie biometrii
- Digitalizacja firm

Prawo ochrony danych osobowych



- RODO nie ma zastosowania do przetwarzania danych przez właściwe organy do celów zapobiegania przestępczości, prowadzenia postępowań przygotowawczych, wykrywania i ścigania czynów zabronionych lub wykonywania kar

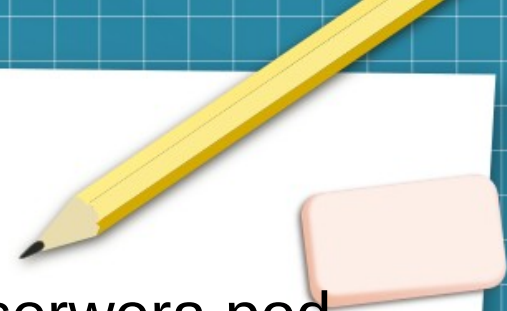
Serwer

- Dowolne urządzenie sieciowe podłączone do sieci elektrycznej
- Zadaniem urządzenia jest oczekiwać na zapytania klienta i dostarczać na nie odpowiedzi
- Najczęściej samo urządzenie to za mało – dlatego stosuje się dodatkowe oprogramowanie
- Tym oprogramowaniem jest system operacyjny – Windows, Linux, macOS
- Przeważnie systemy te muszą zostać wzbogacone o dodatkowe oprogramowanie i usługi



Serwer „konsumencki”

- Oczywiście możemy dokonać zakupu gotowego serwera pod nasze potrzeby
- Najpopularniejszymi serwerami są usługi związane ze stronami internetowymi
- Usługi tego typu świadczy wiele podmiotów w naszym kraju, w czym cztery o zasięgu globalnym.



Najważniejsze pojęcia do zapamiętania



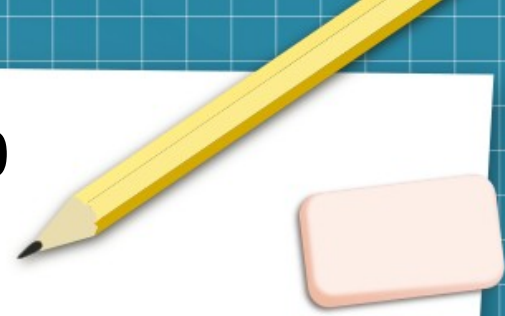
- FTP – File Transfer Protocol
- HTTP(s) – HyperText Transfer Protocol (Secure)
- WWW – World Wide Web
- DNS – Domain Name Server
- Domena
- Baza danych (SQL – Structured Query Language)

Wady i zalety WordPress + WooCommerce



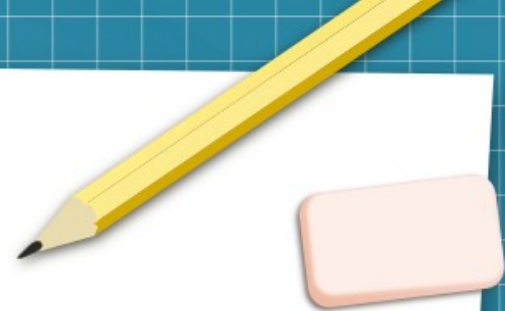
- przeznaczony dla małych i średnich sklepów
- WooCommerce jest w 100% darmowy
- panel administracyjny WordPress jest wyjątkowo łatwy w obsłudze
- system cały czas rozwijany i aktualizowany
- możliwość rozbudowy funkcjonalności i integracji niezbędnych w sklepie internetowym
- jest bezpieczny, a zastosowanie szyfrowania SSL całkowicie eliminuje problemy bezpieczeństwa
- płacisz tylko i wyłącznie za dodatki, które ułatwiają Tobie życie, jeżeli nie chcesz automatyzować niektórych funkcji, możesz to robić wciąż za darmo
- ogromna ilość szablonów premium, które mogą nadać Twojemu sklepowi indywidualny wygląd
- możliwość integracji WooCommerce z wysyłkami: Kurierzy, InPost czy Poczta Polska
- integracja szybkich płatności jak Tpay, DotPay, Przelewy24, PayU i PayPal
- robienie zakupów jako gość lub po założeniu konta
- możliwość prowadzenia bloga
- bardzo dobra integracja z SEO

• Wady i zalety PrestaShop



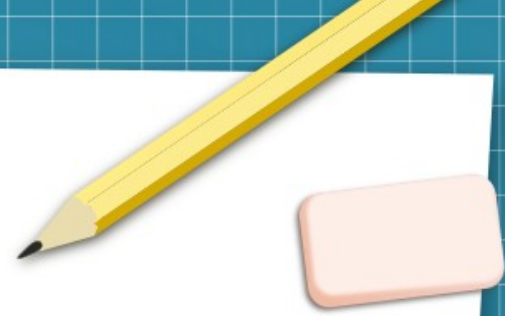
- PrestaShop to darmowy silnik sklepu internetowego
- oferuje podstawowe funkcjonalności, które można rozbudować płatnymi wtyczkami
- posiada sporo darmowych szablonów graficznych, jednak są one dość słabej jakości
- panel administracyjny jest przystępny i łatwy w obsłudze
- PrestaShop jest wydajny, biorąc pod uwagę funkcje jakie oferuje
- możliwe luki w bezpieczeństwie, które są często naprawiane
- częste aktualizacje wymagane do prawidłowego działania sklepu

• Wady i zalety Magento



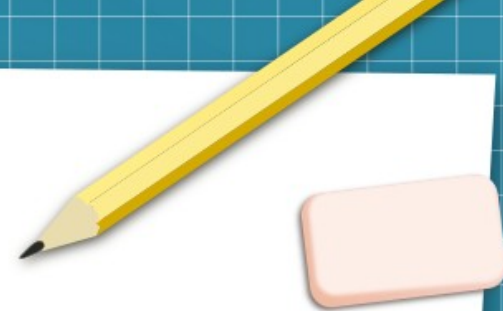
- Magento jest darmowym skryptem w wersji Community Edition
- nieograniczone możliwości rozbudowy i wiele darmowych rozszerzeń
- pozwala na prowadzenie wielu sklepów z jednego miejsca
- obsługuje wersję mobilną sklepu
- Magento jest wymagający, jeżeli chodzi o parametry serwera
- dość skomplikowany panel administracyjny
- skomplikowana instalacja i modyfikacja

• Wady i zalety Shopera



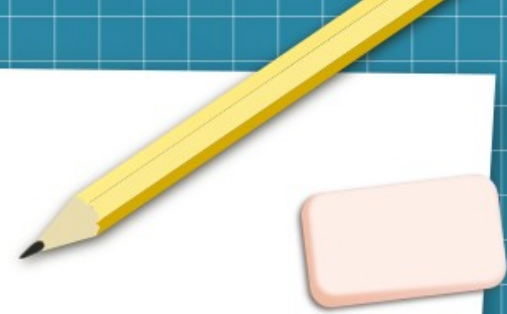
- system abonamentowy – sprzedaży oprogramowania w modelu SaaS
- nie jesteś właścicielem sklepu, a jedynie wynajmujesz go od Shopera
- wsparcie i pomoc techniczna w języku polskim
- integracja z Allegro, Ceneo, firmami kurierskimi, systemami do księgowości są dodatkowo płatne
- indywidualne projekty graficzne dostępne są już od 2500 zł
- darmowa aplikacja mobilna do zarządzania sklepem
- pakiet gratisów na start
- wyższe ceny pakietów po upływie pierwszego roku

Wady i zalety Shoplo



- system abonamentowy – sprzedaży oprogramowania w modelu SaaS
- nie jesteś właścicielem sklepu, a jedynie wynajmujesz go od Shoplo
- wygląd sklepu tworzony za pomocą konfiguratora lub szablonów (bezpłatne lub premium)
- sklep wielojęzyczny z oddzielnymi panelami administracyjnymi
- możliwość sprzedaży produktów cyfrowych oraz sprzedaż subskrypcyjna
- automatyczne odzyskiwanie porzuconych koszyków
- sklep na Facebooku zintegrowany z Instagramem
- integracja z popularnymi kurierami, oraz systemami księgowymi i magazynowymi
- narzędzia marketingowe, w tym Newsletter Freshmail

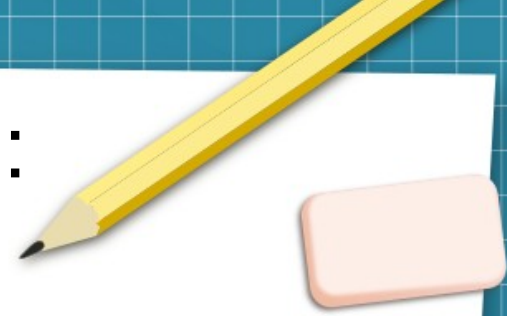
Wady i zalety Shopify



- roczny koszt sklepu od 350\$ do 3600\$ + prowizje od sprzedaży
- łatwa i szybkie możliwość uruchomienia sklepu na rynek zagraniczny
- platforma międzynarodowa, brak dostępu do polskich integracji
- kompatybilna z aplikacjami społecznościowymi, umożliwia sprzedaż przez Facebooka
- motywy wyglądu sklepu przystosowane do urządzeń mobilnych
- brak zaawansowanego zarządzania produktem
- ograniczona personalizacja sklepu
- sklep na serwerze Shopify, brak kontroli nad oprogramowaniem sklepu

Platformy OpenSource – cel:

- osoby, które chcą mieć własny, niezależny sklep
- średnio-zaawansowanych, znających podstawy e-commerce
- planujących rozwój na rynki zagraniczne
- przewidujących dynamiczny rozwój sklepu i biznesu



Platformy OpenSource – zalety



- jesteś właścicielem sklepu, może go rozwiać i zmieniać wygląd
- darmowy skrypt, brak opłaty licencyjnej, częste aktualizacje
- dużo bezpłatnych dodatków i funkcjonalności
- elastyczny design, bardzo dużo darmowych i płatnych motywów (szablonów)
- bardzo duża ilość wtyczek – Google Analytics, Social Media, SEO, płatności, kurierzy, aukcyjne, porównywarki, newslettery itp.
- dostęp do kodu źródłowego oraz możliwość jego edycji
- duży wpływ na optymalizację sklepu i poprawność pozycjonowania SEO
- wsparcie techniczne – grupy na Facebooku, gdzie szybko można otrzymać pomoc
- popularność sklepów WooCommerce, PrestaShop, Magento gwarantuje łatwe znalezienie firmy lub specjalisty, który pomoże w rozwoju sklepu

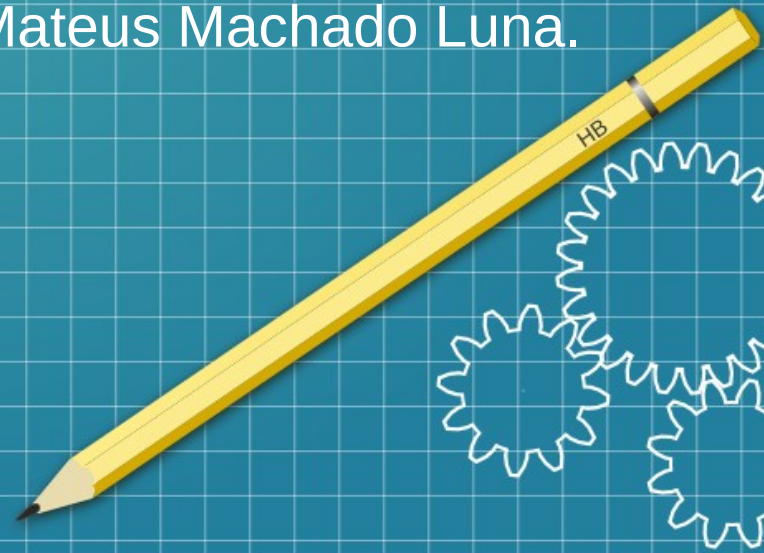
Platformy OpenSource – wady



- konfiguracja i wdrożenie – trzeba zapłacić specjalistom lub jeżeli masz wiedzę, możesz zrobić to sam
- nie zawsze integracja z ERP (systemy magazynowo-księgowo) przebiega sprawnie
- brak automatycznych aktualizacji, wymagana administracja sklepu
- musisz dbać o bezpieczeństwo – administracja, kopie itp.
- dodatkowy koszt hostingu
- samodzielne dostosowanie sklepu do obowiązków prawnych, regulaminy
- wsparcie techniczne dostępne często na forum, grupach Facebook lub agencji interaktywnej



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 3.0 Unported License. It makes use of the works of Mateus Machado Luna.





https://pl.wikipedia.org/wiki/Handel_elektroniczny

<https://www.karierawfinansach.pl/baza-wiedzy/slownik-pojec/b2b-co-to-znaczy-b2b>

<https://mfiles.pl/pl/index.php/C2C>

<https://www.artefakt.pl/blog/epr/zerowy-moment-prawdy>

<https://thenewlook.pl/ile-kosztuje-sklep-internetowy/>

<https://legalnyprzedsiębiorca.pl/blog/2019/01/06/sklep-internetowy-wdrozenie-prawne/>

<https://mfiles.pl/pl/index.php/Up-selling>

<https://mfiles.pl/pl/index.php/Cross-selling>

