



Προτάσεις και Στρατηγικές για Γυναίκες Επιχειρηματίες



Διδακτική ενότητα – Ηλεκτρονικό Εμπόριο (e-commerce)

Προετοιμάστηκε από: NGO CIVIS PLUS
June 2016

Εισαγωγή	3
Ορισμός	3
Ιστορικό	3
Τι είναι ένα κατάστημα ηλεκτρονικού εμπορίου (e-commerce store);	4
Ποιος μπορεί να ανοίξει ένα κατάστημα ηλεκτρονικού εμπορίου;	4
Ξεκινώντας μια ηλεκτρονική(e-commerce) επιχείρηση	5
Ένα προϊόν προς πώληση	5
Ψηφιακά vs Φυσικά πορίοντα	5
Ένας (ιστό)τοπος για την προώθηση πώλησης	6
Σύστημα διαχείρισης περιεχομένου	6
WordPress versus Shopify	7
Hosting – «Φιλοξενία»	9
Δικαιοδοσία - Domain	9
Καλάθι Αγορών	10
Woo Commerce	10
Πύλη πληρωμών	11
Ασφάλεια της ιστοσελίδας	12
Στρατηγική Μάρκετινγκ	12
Αποτελέσματα αναζήτησης Google και SEO	13
Τρόπος αποστολής προϊόντων	13
Το μοντέλο Dropship για τις ηλεκτρονικές αποστολές προϊόντων	14
Αναφορές	15

Tο διαδίκτυο αποτελεί πραγματικά μία επανάσταση για τον σύγχρονο κόσμο. Έχει αλλάξει τον τρόπο με τον οποίο αλληλεπιδρούμε μεταξύ μας, τον τρόπο με τον οποίο καταναλώνουμε τις πληροφορίες, ακόμη και τον τρόπο με τον οποίο αναπτύσσουμε επιχειρηματική δράση. Στις μέρες μας, όλο και περισσότεροι άνθρωποι τολμούν να ξεκινήσουν το δικό τους ηλεκτρονικό εμπορικό κατάστημα. Και πράγματι, είναι προφανές το γιατί. Με **λιγιστά εμπόδια εισόδου**, παγκόσμιες συναλλαγές συνολικού ύψους άνω του **1,2 τρισεκατομμυρίων ευρώ το 2014**, και με **διψήφια πρόβλεψη ανάπτυξης**, οι προοπτικές είναι πραγματικά συγκλονιστικές.

Στο παρελθόν, αν κάποιος ήθελε να ανοίξει ένα κατάστημα, το πελατολόγιο του θα περιοριζόταν σε μία ορισμένη ακτίνα γύρω από αυτό. Στις μέρες μας, μπορείτε να ανοίξετε τις πόρτες σας σε ένα ευρύτερο κοινό, σε εθνικό, ή ακόμη και διεθνή επίπεδο.

Ο σκοπός αυτού του εγχειριδίου για το ηλεκτρονικό εμπόριο (eCommerce) είναι να σας ενημερώσει για όλα τα απαραίτητα βήματα της σύστασης και λειτουργίας μιας επιχείρησης ηλεκτρονικού εμπορίου.



Ορισμός

Το ηλεκτρονικό εμπόριο, που συνήθως το συναντάμε ως e-commerce ή **eCommerce**, είναι η συναλλαγή ή η διευκόλυνση των συναλλαγών για προϊόντα ή υπηρεσίες που χρησιμοποιούν δίκτυα ηλεκτρονικών υπολογιστών, όπως είναι το Διαδίκτυο (Internet). Το ηλεκτρονικό εμπόριο υφίσταται με την χρήση των τεχνολογιών, όπως το διαδικτυακό εμπόριο, την ηλεκτρονική μεταφορά των χρημάτων, την διαχείριση του εφοδιασμού με τα προϊόντα, το διαδικτυακό μάρκετινγκ, τον έλεγχο της ηλεκτρονικής συναλλαγής, την ανταλλαγή ψηφιακών δεδομένων (EDI), τα συστήματα διαχείρισης αποθεμάτων των προϊόντων και τα αυτοματοποιημένα συστήματα συλλογής αγαθών. Συνήθως για την διεξαγωγή του το σύγχρονο ηλεκτρονικό εμπόριο, χρησιμοποιεί το World Wide Web (www..) για τουλάχιστον ένα μέρος της συναλλαγής που πραγματοποιείται. Βέβαια μπορεί να χρησιμοποιήσει και άλλες τεχνολογίες, όπως είναι το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail).

Ιστορικό

Η ιστορία του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι πολύ παλιά. Χρονολογείται από την εφεύρεση των εννοιών της «αγοράς και πώλησης», της ηλεκτρικής ενέργειας, των καλωδίων, των υπολογιστών, του μόντεμ, και του διαδικτύου. Το ηλεκτρονικό εμπόριο ξεκίνησε το 1991, όταν το διαδίκτυο άρχισε να χρησιμοποιείται για εμπορικούς σκοπούς. Από εκείνη την στιγμή χιλιάδες επιχειρήσεις έχουν εμπορικές δραστηριότητες στις σελίδες web. Στην αρχή, ο όρος ηλεκτρονικό εμπόριο σήμαινε την διαδικασία εκτέλεσης της εμπορικής συναλλαγής ηλεκτρονικά, μέσω της χρήσης της υψηλής τεχνολογίας, όπως της ανταλλαγής ηλεκτρονικών δεδομένων (EDI) και της ηλεκτρονικής μεταφοράς χρημάτων (EFT) που έδωσαν την ευκαιρία στους χρήστες να ανταλλάσσουν επιχειρηματικές πληροφορίες και να κάνουν ηλεκτρονικές συναλλαγές. Η ικανότητα χρήσης αυτών των τεχνολογιών εμφανίστηκε στα τέλη του 1970 και επέτρεψε σε επιχειρήσεις, εταιρείες και οργανισμούς να ανταλλάσσουν ηλεκτρονικά τα έγγραφα τους.

Παρόλο που το Διαδίκτυο άρχισε να αναπτύσσει την δημοτικότητα του στο κοινό το 1994, χρειάστηκε περίπου 4 χρόνια για να αναπτύξει τα πρωτόκολλα ασφαλείας (για παράδειγμα, HTTP) και DSL που επιτρέπει ταχεία πρόσβαση και μια μόνιμη σύνδεση στο Internet για τον χρήστη. Το 2000 ένας μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων στις

Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής και την Δυτική Ευρώπη παρουσίαζαν τις υπηρεσίες τους στο World Wide Web. Από εκείνη τη στιγμή η έννοια της λέξης ηλεκτρονικό εμπόριο άλλαξε. Οι άνθρωποι όρισαν την έννοια ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce) ως την διαδικασία αγοραπωλησίας διαθέσιμων αγαθών και υπηρεσιών μέσω του διαδικτύου, χρησιμοποιώντας τις ασφαλείς συνδέσεις και τον ηλεκτρονικό τρόπο πληρωμής. Παρόλο που η κατάρρευση του dot-com το 2000 επέφερε άσχημα αποτελέσματα και πολλές από τις επιχειρήσεις ηλεκτρονικού εμπορίου εξαφανίστηκαν, το "brick and mortar", οι εταιρείες λιανεμπορίου αναγνώρισαν τα πλεονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου και άρχισαν να προσθέτουν τέτοιου είδους δυνατότητες στις δικές τους σελίδες web (π.χ., μετά από την κατάρρευση του διαδικτυακού παντοπωλείου Webvan, δύο αλυσίδες σούπερ μάρκετ, οι Albertsons και Safeway, άρχισαν να χρησιμοποιούν το ηλεκτρονικό εμπόριο για να μπορούν οι πελάτες τους να αγοράζουν είδη παντοπωλείου online).

Τι είναι ένα κατάστημα ηλεκτρονικού εμπορίου (eCommerce store);

Το eCommerce –ονομασία του ηλεκτρονικού εμπορίου- κατάστημα είναι με απλά λόγια ένας τρόπος με τον οποίο οι άνθρωποι μπορούν να αγοράσουν προϊόντα ή υπηρεσίες μέσω του διαδικτύου, μέσω ενός website. Η απλούστερα, το eCommerce είναι ένα ηλεκτρονικό κατάστημα. Πολλές μεγάλες διαδικτυακές εταιρείες λιανεμπορίου, συμπεριλαμβανομένης της Amazon, ASOS, και Overstock ανέπτυξαν τις δραστηριότητες τους μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου, ενώ πολλές επιχειρήσεις που δεν έχουν διαδικτυακή παρουσία, διατηρούν επίσης έναν κατάστημα ηλεκτρονικού εμπορίου, όπως είναι το Ikea και το Dixons. Εάν έχετε αγοράσει ποτέ οτιδήποτε από το διαδίκτυο, θα ξέρετε πώς λειτουργεί το ηλεκτρονικό εμπόριο από την οπτική του καταναλωτή. Στον οδηγό αυτό, στόχος μας είναι να εισαγάγουμε την έννοια του eCommerce από την οπτική του επιχειρηματία.

Ποιος μπορεί να ανοίξει ένα κατάστημα ηλεκτρονικού εμπορίου;

Με μία λέξη: Οποιοσδήποτε!

Τα εμπόδια που θα συναντούσατε στην προσπάθεια διοίκησης ενός παραδοσιακού εμπορικού καταστήματος, δεν θα τα συναντήσετε στο διαδίκτυο. Δεν θα χρειαστεί να ξοδέψετε μήνες ψάχνοντας για πιθανούς χώρους για την επιχείρησή σας. Δεν θα χρειαστεί να κάνετε μία μακροχρόνια πρόβλεψη για το ρίσκο που μπορεί να έχει αντίκτυπο στην μίσθωση του κτιρίου, οπότε και να ξοδέψετε μία περιουσία για να καλύψετε το ρίσκο αυτό. Δεν θα χρειαστεί να προσλάβετε έναν μικρό στρατό εργαζομένων προκειμένου να σας βοηθήσουν να λειτουργήσετε το μαγαζί σας. Δεν θα χρειαστεί ακόμα να αγοράσετε όλο το εμπόρευμα σας από την αρχή — πολλά καταστήματα ηλεκτρονικού εμπορίου αγοράζουν μόνο εφόσον έχει γίνει η πώληση οπότε και με τον τρόπο αυτό ελαχιστοποιούν το ρίσκο. **Με ένα κατάστημα eCommerce, τα πράγματα είναι ευκολότερα.** Αυτό που πραγματικά χρειάζεστε είναι μία σελίδα στο διαδίκτυο (website), το οποίο είναι σχετικά εύκολο και γρήγορο να στηθεί, και θα κοστίσει μόνο ένα μέρος της τιμής.

Φυσικά υπάρχουν μερικά πράγματα που ένα κατάστημα χρειάζεται, είτε είναι διαδικτυακό είτε όχι – για παράδειγμα, θα χρειαστείτε κάποια ασφάλεια και να διευθετήσετε τον τρόπο με τον οποίο θα γίνονται οι πληρωμές- αλλά αυτά είναι πολύ γρήγορα και φθηνά, για να τα εγκαταστήσετε.

Λαμβάνοντας όλα τα παραπάνω υπόψη, γίνεται εύκολα αντιληπτό ότι κυριολεκτικά ο καθένας μπορεί να ξεκινήσει ένα κατάστημα ηλεκτρονικού εμπορίου. Όλο και λιγότερα άτομα θα έχουν τα οικονομικά μέσα, ή την όρεξη να αντιμετωπίσουν τον ρίσκο που απαιτεί ένα κανονικό κατάστημα. **Αυτό έχει οδηγήσει σε μια υψηλά ανταγωνιστική online (μέσω διαδικτύου) αγορά όπου ο καθένας μπορεί να δοκιμάσει την τύχη του. Από τον πιο μικρό πωλητή που εμπορεύεται από χόμπι, μέχρι και τις υπερμεγέθεις πολυεθνικές με τις οποίες είμαστε όλοι εξοικειωμένοι.**

Φυσικά πολλές από τις μεγάλες επιχειρήσεις έχουν περισσότερες της μίας παρουσίες σε κανάλια αγορών, γνωστά ως επιχειρήσεις Omni-Channel. Για παράδειγμα, μπορεί να διαχειρίζεται ένα ηλεκτρονικό κατάστημα, ένα κανονικό κατάστημα, να έχει έναν κατάλογο, και να πουλάει μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου(email), και όλα αυτά κάτω από την ίδια επωνυμία. Και ποιος ξέρει, ίσως μια μέρα το αρχικό σας ηλεκτρονικό κατάστημα να μπορέσει να επεκταθεί σε όλους αυτούς τους τομείς.



Ξεκινώντας ένα ηλεκτρονικό κατάστημα

Πρώτα από όλα, μια επιχείρηση ηλεκτρονικού εμπορίου είναι καταρχάς μια επιχείρηση εμπορίου.

Οι επιχειρηματικές αρχές που απαιτούνται για να λειτουργήσει ένα εμπορικό κατάστημα εξακολουθούν να ισχύουν για την λειτουργία ενός ηλεκτρονικού εμπορικού καταστήματος, παρά το γεγονός ότι τα προβλήματα που θα αντιμετωπιστούν θα διαφέρουν.

Έχοντας αυτό στο μυαλό μας, το βασικό μοντέλο του επιχειρηματικού περιγράμματος ενός ηλεκτρονικού εμπορικού καταστήματος είναι παρόμοια: χρειάζεστε προϊόντα προς πώληση, μια θέση για να τα πουλήσετε, επίσης μια στρατηγική μάρκετινγκ για να προσελκύσετε τους πελάτες σας. Για ένα ηλεκτρονικό εμπορικό κατάστημα θα χρειαστείτε μία στρατηγική για τον τρόπο παράδοσης των προϊόντων που πουλάτε, καθώς ο πελάτης δεν μπορεί να τα πάρει από το ράφι.

Ας ρίξουμε μια ματιά σε κάθε μία από αυτές τις έννοιες με τη σειρά, και συγκρίνετε πώς αυτή η προσέγγισή σας θα διαφέρει από εκείνη σε ένα κανονικό εμπορικό κατάστημα.

Ένα προϊόν προς πώληση

Πρώτα από όλα το ηλεκτρονικό σας κατάστημα θα χρειαστεί ένα ή περισσότερα προϊόντα διαθέσιμα για πώληση. Αυτά μπορούν να παραχθούν είτε στο σπίτι είτε να βρεθούν από άλλες πηγές.

Ως ένας διαδικτυακός πωλητής, δεν περιορίζεστε μόνο σε διαδικτυακούς προμηθευτές, σε ότι αφορά την εύρεση των προϊόντων σας, αλλά και σε οποιονδήποτε άλλο προμηθευτή που μπορεί να είναι αξιόπιστος. Ωστόσο, λόγω της φύσης της διαδικτυακής επιχείρησης, οι περισσότεροι από τους eCommerce επιχειρηματίες, θα κάνουν συνεργασίες με άλλες επιχειρήσεις που επίσης βρίσκονται στο διαδίκτυο. Με άλλα λόγια, ο τρόπος που θα ακολουθηθεί για την εύρεση προϊόντων σε ένα ηλεκτρονικό εμπορικό κατάστημα, θα είναι όμοιος με εκείνον που ακολουθείται από ένα μη ηλεκτρονικό εμπορικό κατάστημα: βρείτε το καλύτερο προϊόν στην καλύτερη τιμή — τόσο απλά, σωστά; Ωστόσο, υπάρχει μία σημαντική διαφορά.

Ψηφιακά vs Φυσικά προϊόντα

Γενικά, τα προϊόντα που πουλάτε από ένα ηλεκτρονικό εμπορικό κατάστημα θα είναι όμοια με εκείνα του εμπορικού καταστήματος – αν πουλάτε κιθάρες, μία κιθάρα Gibson, είναι μία κιθάρα Gibson, ανεξάρτητα αν την αγοράσατε σε ένα ηλεκτρονικό εμπορικό κατάστημα ή σε ένα εμπορικό κατάστημα, σωστά; Ωστόσο, έχοντας ένα ηλεκτρονικό εμπορικό κατάστημα σας δίνει επίσης την δυνατότητα να πουλάτε ψηφιακά προϊόντα. Ένα ψηφιακό προϊόν είναι μία άυλη μορφή ενός πραγματικού προϊόντος – σκεφτείτε τα ψηφιακά βιβλία αντί για τα βιβλία, και την μουσική και τα βίντεο που μπορείτε να κάνετε λήψη από το διαδίκτυο, αντί να έχετε CD και DVDs.

Αυτό παρέχει αρκετά πλεονεκτήματα απ' ό,τι τα φυσικά προϊόντα, τόσο από την οπτική του αγοραστή, όσο και από την οπτική του πωλητή. Από την πλευρά του αγοραστή, ένα ψηφιακό προϊόν είναι καλύτερο γιατί μπορεί να κάνει άμεση λήψη αυτού στον υπολογιστή του. Δεν υπάρχει αναμονή ημερών μέχρι να το παραλάβει. Από την πλευρά των πωλητών, δεν υπάρχουν έξοδα μεταφοράς, δεν χρειάζεται ποτέ να ανησυχεί αν θα ξεπουλήσει και δεν θα έχει αποθέματα αρκετά (οι λήψεις που γίνονται στα ψηφιακά προϊόντα δεν επηρεάζουν το επίπεδο του αποθέματος που υπάρχει) ή αντιστρόφως να αγοράσεις αρκετό απόθεμα.

Ένας (ιστό)τοπος για την προώθηση πώλησης

Η κύρια διαφορά ανάμεσα στο ηλεκτρονικό εμπορικό κατάστημα και στο εμπορικό κατάστημα είναι ο τόπος που έχετε την επιχείρησή σας. Φυσικά για ένα ηλεκτρονικό εμπορικό κατάστημα είναι το διαδίκτυο. Για να γίνει αυτό, απαραίτητη είναι μία σελίδα στο διαδίκτυο. Τώρα, η ιστοσελίδα θα είναι αναμφισβήτητο το πιο σημαντικό μέρος της επιχείρησης του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Εξάλλου, η ιστοσελίδα θα είναι το μέρος όπου οι πελάτες θα έρχονται σε επαφή μαζί σας και θα αγοράζουν τα προϊόντα σας. Ο σχεδιασμός, λοιπόν, της ιστοσελίδας σας θα επηρεάσει σε μεγάλο βαθμό την εικόνα σας, και θα έχει μεγάλο αντίκτυπο στο κατά πόσο θα πραγματοποιήσουν οι καταναλωτές τις αγορές.

Για να το θέσουμε απλά: **Εάν θέλετε να έχετε ένα ηλεκτρονικό εμπορικό κατάστημα, η ιστοσελίδα σας είναι κάτι που θα πρέπει να γίνει σωστά.** Δυστυχώς, δεν είναι τόσο απλό να διαλέξετε μία ιστοσελίδα και να την διαχειρίζεστε - υπάρχουν μερικά πράγματα που πρέπει να εξετάσετε.

Εάν δεν έχετε ξαναφτιάξει ποτέ πριν μία ιστοσελίδα, η όλη διαδικασία σας φαίνεται λίγο τρομαχτική. Ο σκοπός αυτού του οδηγού είναι να παρουσιάσει με απλούστερο τρόπο την διαδικασία αυτή, να την κάνει λιγότερο τρομαχτική και περισσότερο διαχειρίσιμη.



Σύστημα διαχείρισης περιεχομένου

Εάν είστε νέοι στην δημιουργία ιστοσελίδων, η δημιουργία μίας νέας ιστοσελίδας από το μηδέν φαίνεται ότι είναι ένας δύσκολος στόχος. Τα καλά νέα είναι ότι δεν χρειάζεται να έχετε δεξιάτητες προγραμματιστή για να δημιουργήσετε την ιστοσελίδα σας: Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε αυτό που ονομάζουμε Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου (Content Management System - CMS). Αυτό παρέχει ουσιαστικά το πλαίσιο για την ιστοσελίδα σας και σας επιτρέπει να προσθέσετε και να επεξεργαστείτε την ιστοσελίδα σας με το κλικ ενός κουμπιού — ιδανικά εάν ψάχνετε να προσθέσετε και να οργανώσετε μια ολόκληρη σειρά προϊόντων. Υπάρχουν αρκετά τέτοια προγράμματα CMS διαθέσιμα, αλλά αυτό μπορεί να μπερδέψει τους αρχάριους. Για λόγους ευκολίας, παρέχεται η σύγκριση των δύο από τα πιο συχνά χρησιμοποιούμενα προγράμματα CMSs, το WordPress και το Shopify.

WordPress versus Shopify

Το WordPress είναι βασικά το πιο δημοφιλές σύστημα διαχείρισης περιεχομένου (CMS) σήμερα, τροφοδοτώντας πάνω από το 20% του Διαδικτύου. Είναι ένα αυτοδιαχειριζόμενο CMS — δηλαδή θα χρειαστείτε το δικό σας webhost — αλλά εκτός από αυτό είναι εντελώς δωρεάν η χρήση του. Υπάρχουν δύο εκδοχές του WordPress, το WordPress.org και το WordPress.com. Το WordPress.com είναι καλό για να το δοκιμάσετε, καθώς είναι εντελώς δωρεάν (δεν απαιτεί να έχετε το δικό σας host), αλλά υπάρχουν πλήθος περιορισμοί που το καθιστούν ακατάλληλο για την διαχείριση ενός ηλεκτρονικού εμπορικού καταστήματος.



Στην συνέχεια, όπου αναφέρεται το WordPress, θα εννοείται αποκλειστικά και μόνο το WordPress.org. Αυτή είναι η έκδοση που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να δημιουργήσετε ένα ηλεκτρονικό εμπορικό κατάστημα.

Στο WordPress, ξεκινάτε με την εγκατάσταση ενός θέματος στην ιστοσελίδα σας. Το θέμα θα είναι το σχέδιο που θα μπορεί να δει κάποιος που θα χρησιμοποιεί την ιστοσελίδα σας. Υπάρχουν κυριολεκτικά χιλιάδες θέματα που είναι διαθέσιμα. Μερικά από αυτά είναι εντελώς δωρεάν, ενώ άλλα χαρακτηρίζονται ως επιδοτούμενα θέματα, και εμφανίζονται με την ετικέτα με την τιμή.

Το θέμα που θα επιλέξετε θα αποτελεί στην ουσία τον σχεδιασμό και τη διαμόρφωση της ιστοσελίδας σας, παρόλ' αυτά υπάρχουν πολλά θέματα που μπορείτε να τα προσαρμόσετε όπως προτιμάτε, για παράδειγμα να αλλάξετε το χρώμα. Τα θέματα μπορούν ακόμα να αλλάξουν εάν προσλάβετε έναν προγραμματιστή. Με κάποια πραγματικά καλά θέματα διαθέσιμα στην τιμή κάτω των 40 ευρώ, μπορείτε να αποκτήσετε μία πολύ καλή ιστοσελίδα και σε μια σχετικά χαμηλή τιμή. Η ποιότητα των θεμάτων διαφέρει. Για αυτό κατά την επιλογή ενός θέματος, σας προτείνουμε να κοιτάξετε τον αριθμό πωλήσεων του, τις κατηγορίες των αστεριών από τους αγοραστές του και τα σχόλια σχετικά με το θέμα. Η WordPress σας επιτρέπει, επίσης, να εγκαταστήσετε αυτό που είναι γνωστό ως plugins, τα οποία προσφέρουν συγκεκριμένες λειτουργίες στην ιστοσελίδα σας. Για παράδειγμα, εάν επιθυμείτε να επιτρέψετε στα social media να κοινοποιούν στην ιστοσελίδα σας, μπορείτε να εγκαταστήσετε ένα plugin για να προσθέσει μία εικόνα σε κάθε σελίδα. Όπως και με τα θέματα, υπάρχουν χιλιάδες plugins — τόσο δωρεάν, όσο και με επιχορήγηση. Αν αποφασίσετε να χρησιμοποιήσετε WordPress, θα πρέπει να εγκαταστήσετε ένα plugin ηλεκτρονικού εμπορικού

καταστήματος για να προσθέσει τη λειτουργικότητα του καλαθιού αγορών για τα ψώνια στην ιστοσελίδα σας. Σύντομα θα σας εξηγήσουμε πώς να το κάνετε αυτό.

Ένα χρειαστείτε περισσότερη βοήθεια και κατεύθυνση για το πώς μπορείτε να επιλέξετε ένα θέμα ή ένα plugins, υπάρχει μια μεγάλη γκάμα για το WordPress, συμπεριλαμβανομένων θεμάτων και plugins, κριτικές και οδηγοί για το πώς να τα χρησιμοποιήσετε. Μερικά από τα καλύτερα είναι το WP Tavern, το WP Lift και το WP Explorer. Αν είστε αρχάριος με τη χρήση του WordPress, μπορείτε να βρείτε χρήσιμο αυτός ο εισαγωγικός εκπαιδευτικός οδηγός WordPress.

Shopify

Το άλλο CMS είναι το Shopify.

Το Shopify δημιουργήθηκε ειδικά για το σκοπό της τροφοδότησης των καταστημάτων ηλεκτρονικού εμπορίου, και τώρα διαχειρίζεται πάνω από 100.000 ηλεκτρονικά καταστήματα.

Το Shopify είναι ένα CMS που χρειάζεται host , ή αλλιώς αναφέρεται ως ένα software-as-a-service (SaaS). Ουσιαστικά, είναι μια λύση «όλα σε ένα», προσφέροντας όλα όσα χρειάζεστε για να διαχειριστείτε την ιστοσελίδα του ηλεκτρονικού εμπορικού καταστήματος σας. Είναι εξαιρετικό να έχουμε τη δυνατότητα να διαχειριζόμαστε τα πάντα με μία εφαρμογή, αλλά την ίδια στιγμή, η υπηρεσία Shopify έχει κάποιους περιορισμούς σε σύγκριση με την WordPress, και είναι μάλλον ακριβή. Όπως και με την WordPress, μπορείτε να επιλέξετε ένα θέμα, το οποίο θα είναι και ο βασικός σχεδιασμός της ιστοσελίδα σας. Υπάρχουν πολύ λιγότερα θέματα που είναι διαθέσιμα, όμως αυτά ήταν όλα σχεδιασμένα σύμφωνα με την οπτική του ηλεκτρονικού εμπορίου. Πολλά από τα θέματα αυτά μπορούν να προσαρμοστούν στο πλαίσιο του θέματος, ή μπορείτε επίσης να νοικιάσετε έναν προγραμματιστή να διαμορφώσει το θέμα ακριβώς όπως το προτιμάτε. Υπάρχουν διαθέσιμα δωρεάν θέματα, όμως τα επιδοτούμενα θέματα είναι ελάχιστα πιο ακριβά, από 70 ευρώ έως 150 ευρώ, το οποίο εξακολουθεί να είναι πολύ φθηνό σε σύγκριση με ένα τυπικό κτίριο, και πολύ φθηνότερο από ένα εμπορικό κατάστημα. Όπως και στο WordPress, μπορείς επίσης να προσθέσεις plugins στο θέμα σου, παρόλο που η πλειοψηφία αυτών είναι plugins επί πληρωμή. Με την πλατφόρμα τροφοδοσίας αποκλειστικά για καταστήματα ηλεκτρονικού εμπορίου, η ιστοσελίδα σας θα έχει ενσωματωμένη μία εμπορική λειτουργία out-the-box, η οποία σας δίνει μία λιγότερη λειτουργία να ρυθμίσετε.



Hosting – «Φιλοξενία»

Κάθε ιστοσελίδα χρειάζεται ένα χώρο να φιλοξενηθεί (Hosting). Ένας χώρος φιλοξενίας ιστοσελίδων ουσιαστικά αποθηκεύει την ιστοσελίδα σας σε έναν από τους διακομιστές, που σημαίνει ότι μπορεί να έχουν πρόσβαση και άλλοι χρήστες του διαδικτύου.

Για να το θέσουμε αλλιώς: Εάν δεν υπάρχει ένας χώρος φιλοξενίας ιστοσελίδων, δεν υπάρχει καμία ιστοσελίδα!

Τώρα, αν έχετε αποφασίσει να χρησιμοποιήσετε το Shopify, ο χώρος φιλοξενίας της ιστοσελίδας σας συμπεριλαμβάνεται στο μηνιαίο πρόγραμμα σας. Εάν θέλετε να αποθηκεύσετε περισσότερα από 25 προϊόντα, τα προγράμματα ξεκινούν από 25 ευρώ το μήνα, και μπορεί η τιμή να ανέβει μέχρι και 150 ευρώ, η υψηλότερη. Όσον αφορά το που φτάνει το hosting, αυτό είναι αρκετά ακριβό. Ωστόσο, αυτό επίσης περιλαμβάνει όλα τα θέματα ασφαλείας και την λύση του καλαθιού αγορών.

Εάν θέλετε να χρησιμοποιήσετε το WordPress, θα έχετε πολύ περισσότερες επιλογές σε ότι αφορά το hosting . Ορισμένοι δημοφιλείς πάροχοι ιστοσελίδων περιλαμβάνουν το Hostgator, το Bluehost και το Siteground, με τα προγράμματα που διατίθενται από το εξαιρετικά χαμηλό ποσό των 3 ευρώ το μήνα. Υπάρχει ένας αριθμός των αποκλειστικών παρόχων WordPress που είναι διαθέσιμοι. Αυτοί ονομάζονται «Διαχείριση WordPress παρόχων». Όχι μόνο παρέχουν τις πιο γρήγορες υπηρεσίες που υπάρχουν, αλλά θα σας βοηθήσουν να διαχειριστείτε το WordPress ιστοχώρο σας, βελτιώνοντας την ταχύτητά του, την ασφάλειά του και τις ενημερώσεις του. Μπορείτε να τα κάνετε όλα μόνοι σας, αλλά είναι χρήσιμο να έχετε ειδικούς να σας βοηθήσουν με αυτές τις εργασίες. Μία από τις πιο δημοφιλείς παρόχους WordPress υπηρεσιών είναι η WP Engine, που διατίθεται με πρόγραμμα από 25 ευρώ το μήνα.



Δικαιοδοσία- Domain

Το όνομα της ιστοσελίδας σας, είναι και η ηλεκτρονική σας διεύθυνση, και είναι αυτό που οι πελάτες σας θα πρέπει να πληκτρολογήσουν για να έχουν πρόσβαση στην ιστοσελίδα σας — σκεφτείτε το www.amazon.com.

Όταν αρχίσετε να χρησιμοποιείτε το Shopify, θα είστε σε θέση να χρησιμοποιήσετε μια δωρεάν διεύθυνση, όπως για παράδειγμα το <http://bettysboutique.shopify.com>.

Ενώ αυτή η διεύθυνση θα ήταν αρκετή, συνιστάται ανεπιφύλακτα να περιλαμβάνει ένα χαρακτηριστικό όνομα που θα σχετίζεται με την επιχείρησή σας – Το <http://bettysboutique.com> δεν φαίνεται ότι είναι περισσότερο επαγγελματικό;

Εάν θέλετε πραγματικά να διαχειριστείτε σωστά την επιχείρησή σας ηλεκτρονικού εμπορίου, το δικό σας χαρακτηριστικό όνομα είναι πραγματικά αναγκαίο. Μπορείτε να αγοράσετε ένα χαρακτηριστικό όνομα μέσω του Shopify ή από τον πάροχο που έχετε επιλέξει για μεγαλύτερη ευκολία, αλλά συχνά ο πιο αποδοτικός τρόπος είναι να χρησιμοποιήσετε μία διαφορετική υπηρεσία, για παράδειγμα το NameCheap. Με το χαρακτηριστικό όνομα διαθέσιμο

για λιγότερο από 10 ευρώ ανά έτος, δεν έχετε καμία δικαιολογία ώστε να μην επενδύσετε σε κάποιον από τους παραπάνω.

Καλάθι Αγορών - Shopping Cart

Η ιστοσελίδα ηλεκτρονικού εμπορίου σας θα χρειαστεί επίσης λογισμικό για το καλάθι αγορών. Στο διαδικτυακό μάρκετινγκ, το καλάθι αγορών είναι ένα κομμάτι του λογισμικού του ηλεκτρονικού εμπορικού καταστήματος, σε ένα διακομιστή που επιτρέπει στους επισκέπτες σε μια ηλεκτρονική τοποθεσία να επιλέξουν αγαθά για την ενδεχόμενη αγορά. Στα Βρετανικά Αγγλικά, είναι ευρύτερα γνωστό ως το καλάθι αγορών, το οποίο έχει πια καθιερωθεί να αναφέρεται στις ιστοσελίδες ως το «καλάθι»(basket). Το λογισμικό αυτό επιτρέπει στους ηλεκτρονικούς πελάτες να διαμορφώνουν μια λίστα με τα αντικείμενα που θέλουν να αγοράσουν, περιγράφοντας το μεταφορικά ως «τοποθετώντας αγαθά στο καλάθι αγορών» ή «προσθήκη στο καλάθι». Όταν ολοκληρωθεί, το λογισμικό υπολογίζει συνολικά την παραγγελία, συμπεριλαμβανομένων τα έξοδα αποστολής και παράδοσης (δηλ., τα έξοδα αποστολής και συσκευασίας) και τους σχετικούς φόρους που ισχύουν. Αυτές οι εφαρμογές συνήθως παρέχουν ένα μέσο για τη συλλογή των πληροφοριών πληρωμής του πελάτη, αλλά στην περίπτωση της πιστωτικής κάρτας στηρίζονται στο λογισμικό που υποστηρίζει την κάρτα και την ασφάλεια εισόδου που παρέχει, σε συνδυασμό με την πύλη της ασφάλειας πληρωμών, προκειμένου να διεξαχθούν ασφαλείς συναλλαγές μέσω πιστωτικών καρτών στο διαδίκτυο. Βέβαια, θα πρέπει να γίνουν προσαρμογές σε κάποιες παραμέτρους στον κώδικα HTML της ιστοσελίδας, και θα πρέπει να εγκατασταθεί το λογισμικό του καλαθιού αγορών, στον διακομιστή που φιλοξενεί την ιστοσελίδα, ή στον διακομιστή που συλλέγει τις ευαίσθητες πληροφορίες της παραγγελίας. Στις E-shopping κάρτες συνήθως προτείνεται να χρησιμοποιούνται HTTP cookies ή query strings. Σε πολλές παρουσιάσεις διακομιστών ωστόσο, τα δεδομένα που σχετίζονται με το καλάθι αγορών διατηρούνται στο χώρο των αντικειμένων και είναι προσβάσιμα έτσι ώστε ο χρήστης να μπορεί να το διαχειριστεί εύκολα, ακόμα και να τα βγάλει από το καλάθι. Αργότερα, κατά τη διαδικασία της οριστικοποίησης της παραγγελίας του, οι πληροφορίες αυτές είναι προσβάσιμες και ολοκληρώνεται η παραγγελία με τα επιλεγμένα στοιχεία, αποστέλλεται και έτσι καθαρίζεται το καλάθι αγορών. Παρόλο που ακόμα και το πιο απλό καλάθι αγορών αυστηρά επιτρέπει σε ένα αγαθό, που θα προστεθεί, να ξεκινήσει την διαδικασία πληρωμής (π.χ. δωρεάν PayPal καλάθι αγορών), τα πιο πολλά καλάθια αγορών παρέχουν λογισμικό με πρόσθετες δυνατότητες, ώστε ένας διαδικτυακός επιχειρηματίας που το χρησιμοποιεί να μπορεί να διαχειρίζεται πλήρως το ηλεκτρονικό του κατάστημα. Τα δεδομένα (προϊόντα, κατηγορίες, εκπτώσεις, παραγγελίες, πελάτες, κλπ.) συνήθως αποθηκεύονται σε μια βάση δεδομένων και είναι προσβάσιμα σε πραγματικό χρόνο από το λογισμικό.

WooCommerce

Το WooCommerce παρέχεται με μια σειρά από επεκτάσεις των plugin — κάποιο δωρεάν, ακριβοπληρωμένο — που σας επιτρέπουν να κάνετε πιο λειτουργικό το κατάστημά σας, συμπεριλαμβανομένης της δυνατότητας να ενσωματώσετε τον επιλεγμένο επεξεργαστή πληρωμών, ή να ενεργοποιήσετε την επανάληψη πληρωμής.



Μόλις η WooCommerce έχει εγκατασταθεί, θα είστε σε θέση να δημιουργήσετε σελίδες με τα προϊόντα σας από το ταμπλό του WordPress σας, και θα μπορείτε να προσθέσετε για το προϊόν σας λεπτομέρειες, εικόνες, τιμές, τα έξοδα αποστολής ακόμη και τα επίπεδα των αποθεμάτων.

Καθώς θα προσθέσετε τα προϊόντα σας, θα δημιουργηθεί επίσης μια βιτρίνα, όπου οι χρήστες θα είναι σε θέση να δουν τη σειρά των προϊόντων σας σε ένα πλέγμα, και έτσι θα επιτρέψει στους χρήστες να προσθέσουν ένα προϊόν στο καλάθι των αγορών τους. Μπορεί να είναι δύσκολο αρχικά να εξοικειωθείτε με το WooCommerce, αλλά ευτυχώς υπάρχουν κάποιες πολύ λεπτομερείς οδηγίες για να σας βοηθήσουν.

Αξίζει να σημειωθεί ότι δεν είναι όλα τα plugins των WordPress συμβατά με κάθε θέμα, οπότε βεβαιωθείτε ότι το θέμα σας υποστηρίζει το WooCommerce πριν προβείτε στην αγορά.

Πύλη Πληρωμών

Για να διαχειριστείτε μια ιστοσελίδα ηλεκτρονικού εμπορίου, θα χρειαστείτε μια πύλη πληρωμής για να εγκρίνει και να επεξεργάζεται τις συναλλαγές του πελάτη σας — τα χρήματα δεν μεταφέρονται απευθείας στον τραπεζικό σας λογαριασμό. Μετά την κάθε συναλλαγή που ολοκληρώνεται με επιτυχία, τα χρήματα πηγαίνουν σε έναν ενδιάμεσο λογαριασμό, που ονομάζεται εμπορικός λογαριασμός, όπου από εκεί στη συνέχεια μπορούν να μεταφερθούν στο λογαριασμό σας.

Εάν επιλέξετε την αυτοδιαχειριζόμενη έκδοση του WordPress, θα έχετε μια σειρά από επιλογές διαθέσιμες σε εσάς.

Οι δύο πιο δημοφιλείς διαδικασίες πληρωμής για τους χρήστες του WordPress είναι το PayPal και το Stripe. Το PayPal υπάρχει εδώ και λίγο καιρό, και μπορεί να είστε εξοικειωμένοι με αυτό, λόγω της σύνδεσής του με το eBay. Το Stripe είναι νεότερο, αλλά έχει το πλεονέκτημα ότι προσφέρει μια άμεση διαδικασία πληρωμής.

Το PayPal λειτουργεί κάνοντας συνδιαλλαγή με τους πελάτες μακριά από την ιστοσελίδα σας, σε μια ειδική σελίδα πληρωμής, όπου μπορούν να πληρώνουν μέσω του PayPal λογαριασμού τους, ή εισάγοντας τα τραπεζικά τους στοιχεία. Το Stripe, επιτρέπει σε έναν πελάτη να πληρώσει μέσω της κάρτας του απευθείας από την ιστοσελίδα σας.

Από αυτή την άποψη, το Stripe προσφέρει μια περισσότερο εύχρηστη εμπειρία — είναι μια πιο απλή και άμεση διαδικασία — αλλά το PayPal είναι πιο εύκολο να το ενσωματώσεις. Δεν υπάρχει τίποτα για να σας εμποδίσει να τα χρησιμοποιείτε και τα δύο, και, στις περισσότερες περιπτώσεις, αυτό θα ήταν η προτεινόμενη λύση.

Αν επιλέξετε την επιλογή παρόχου με το Shopify, η ιστοσελίδα σας μπορεί να κάνει χρήση των δικών της εσωτερικών πυλών πληρωμής, αλλά έχετε ακόμη την επιλογή μιας εξωτερικής λύσης, όπως είναι το PayPal ή το Stripe.

Και οι τρεις αυτές υπηρεσίες είναι δωρεάν για να τις εγκαταστήσετε και να τις ενσωματώσετε στην ιστοσελίδα σας — χρεώνετε μόνο για κάθε επιτυχημένη συναλλαγή που γίνεται, αφαιρώντας ένα μικρό ποσό από τα χρήματα που λαμβάνετε. Υπάρχουν μια σειρά από παράγοντες που επηρεάζουν το ποσό που πληρώνετε — η τοποθεσία σας, ο αριθμός των συναλλαγών που πραγματοποιείται, και το επίπεδο που βρίσκεστε με την ιδιότητα του μέλους.



Ασφάλεια της ιστοσελίδας

Όπως και με την πύλη πληρωμής, έτσι θα χρειαστείτε τις εγκαταστάσεις ασφαλείας πριν ακόμα ξεκινήσετε να λαμβάνεται τις πληρωμές με τις κάρτες των πελατών σας στην ιστοσελίδα σας. Οφείλετε να είστε σύμφωνοι με ένα τυποποιημένο σύνολο κανόνων, που ονομάζεται σύστημα συμμόρφωση PCI. Υπάρχει μια σειρά από πτυχές της ιστοσελίδας σας που θα πρέπει να είναι συμβατές με το σύστημα PCI : ο διακομιστής σας, η πύλη πληρωμής σας και το καλάθι αγορών σας. Τα καλά νέα είναι ότι αυτά είναι πράγματα που δεν χρειάζεται να ασχοληθείτε εσείς, καθώς όλοι οι μεγάλοι πάροχοι , οι πύλες πληρωμής και τα καλάθια αγορών — αυτά που έχουμε συμπεριλάβει σε αυτό το άρθρο — είναι συμβατοί με το σύστημα PCI. Ωστόσο, σε κάποιες περιπτώσεις θα χρειαστείτε ακόμη ένα πιστοποιητικό SSL για την ιστοσελίδα σας. Ένα πιστοποιητικό SSL παρέχει επιπλέον ασφάλεια για τους πελάτες σας, κρυπτογραφώντας την σύνδεση μεταξύ των πελατών σας και της ιστοσελίδας σας. Αυτό είναι σημαντικό, όταν ασχολείστε με ευαίσθητες πληροφορίες, όπως είναι τα στοιχεία πιστωτικών καρτών.

Τώρα, για το εάν θα έχετε εγκαταστήσει ένα προσωπικό πιστοποιητικό SSL ή όχι θα εξαρτηθεί από τον επεξεργαστή πληρωμής που χρησιμοποιείτε. Εάν χρησιμοποιείτε το PayPal, αυτό είναι κάτι για το οποίο δεν χρειάζεται να ανησυχείτε. Τα ευαίσθητα στοιχεία πληρωμής δεν καταχωρούνται στην ιστοσελίδα σας — ίσως εγγράφονται στην ιστοσελίδα του PayPal — γεγονός που σημαίνει ότι το PayPal πρέπει να παρέχει το SSL.

Επειδή το Shopify προσφέρει το όλα-σε-μία υπηρεσία — πάροχο, καλάθι αγορών, πύλη πληρωμής — περιλαμβάνει επίσης το SSL. Οι χρήστες του Stripe θα πρέπει να αναλάβουν την ευθύνη και να εγκαταστήσουν το δικό τους πιστοποιητικό SSL. Ωστόσο, αυτό είναι στην πραγματικότητα λιγότερο δύσκολο από ό, τι ίσως ακούγεται. Ο απλούστερος τρόπος είναι να επικοινωνήσετε με τον πάροχο σας και να αγοράσετε ένα από αυτούς. Εάν χρησιμοποιείτε μία από τις μεγάλες εταιρείες παρόχων, θα φροντίσουν ακόμα και την εγκατάστασή τους —πράγμα που σημαίνει ένα λιγότερο πράγμα για να ανησυχείτε!

Στρατηγική Μάρκετινγκ

Η κάθε επιχείρηση για να επιβιώσει, χρειάζεται μια σταθερή ροή πελατών. Για επιχειρήσεις που δεν είναι στο διαδίκτυο, αυτό σημαίνει ότι οι πελάτες θα περνούν απ' έξω από το κατάστημα, ενώ για ένα κατάστημα ηλεκτρονικού εμπορίου, είναι απαραίτητο οι πελάτες να επισκέπτονται την ιστοσελίδα τους. Όταν έχετε πια χτίσει την ιστοσελίδα σας, θα πρέπει να αναπτύξετε μια στρατηγική προσέλκυσης επισκεπτών.

Πολλές από τις στρατηγικές μάρκετινγκ που χρησιμοποιούνται για να προσελκύσουν πελάτες σε ένα κατάστημα εκτός διαδικτύου, θα είναι επίσης σχετικές με εκείνες που θα ακολουθηθούν από ένα ηλεκτρονικό κατάστημα — το στόμα με στόμα πάντα θα είναι ισχυρή στρατηγική, όπως και οι παραδοσιακές εκτυπώσεις και οι τηλεοπτικές διαφημίσεις μπορούν να χτίσουν και να ευαισθητοποιήσουν το κοινό (αν έχετε τον κατάλληλο προϋπολογισμό). Τα καταστήματα ηλεκτρονικού εμπορίου μπορούν ακόμη να χρησιμοποιήσουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, για να επεκτείνουν την παρουσία τους στο διαδίκτυο. Τα κοινωνικά δίκτυα όχι μόνο σας δίνουν την δυνατότητα να αλληλεπιδράσετε με τους πελάτες σας, αλλά και κάθε φορά που η επιχείρησή σας αναφέρεται θετικά, αυτό ουσιαστικά αποτελεί το επισφράγισμα της εγκυρότητάς σας — δηλαδή το ηλεκτρονικό «στόμα με στόμα». Οι άνθρωποι σέβονται τις απόψεις των φίλων τους, έτσι ώστε αν κάποιος γράψει κάτι υποστηρικτικό για σας στο Facebook, είναι πολύ πιθανό κάποιος άλλος να ενδιαφερθούν και να αναζητήσουν στοιχεία για την επιχείρησή σας. Ωστόσο, μακράν η κύρια πηγή παροχής πληροφοριών για τα περισσότερα καταστήματα ηλεκτρονικού εμπορίου θα είναι οι μηχανές αναζήτησης – Google, Yahoo και Bing. Πώς μπορείτε να κάνετε την ιστοσελίδα σας να εμφανίζεται στα αποτελέσματα της έρευνας των μηχανών αναζήτησης (SERPs);

Υπάρχουν δύο τρόποι: Επί πληρωμής και Δωρεάν.

Ο επί πληρωμής τρόπος είναι ο συντομότερος για να κάνεις την ιστοσελίδα σου να εμφανίζεται ευκρινώς στο SERPs. Κάθε μηχανή αναζήτησης έχει ένα σύνολο πληρωμένων αποτελεσμάτων για κάθε ερώτημα που τίθεται στην

αναζήτηση, με το Google AdWords να είναι το πιο δημοφιλές. Ουσιαστικά, έχετε αναλύσει τα είδη των φράσεων που μπορεί να αναζητούν οι πιθανοί πελάτες σας στο Google, και στη συνέχεια υποβάλλετε μία προσφορά για την φράση αυτή. Για παράδειγμα, ένα κατάστημα λογισμικού hardware θα μπορούσε να υποβάλει την προσφορά του για φράσεις που θα αναζητηθούν όπως «αγοράζοντας δυνατά εργαλεία». Όσο περισσότερο μπορείτε να προσφέρετε, τόσο υψηλότερο θα είναι το σημείο που θα εμφανίζεται η ιστοσελίδα σας. Πληρώνετε κάθε φορά που ένας χρήστης κάνει κλικ στο σύνδεσμο σας, και όχι για ένα καθορισμένο χρονικό διάστημα.

Αποτελέσματα αναζήτησης Google και SEO

Η ελεύθερη προσέγγιση είναι μια μακροχρόνια διαδικασία, αλλά πολύ πιο προσοδοφόρα, για να μην αναφέρουμε ότι είναι και οικονομικά πιο αποδοτική. Στον διαδικτυακό κόσμο, αυτό αναφέρεται ως SEO, ή η βελτιστοποίηση των μηχανών αναζήτησης. Κάθε μηχανή αναζήτησης έχει το δικό της αλγόριθμο που καθορίζει πώς κατατάσσονται οι ιστοσελίδες σε κάθε ερώτημα που τίθεται στην μηχανή αναζήτησης. Μπορείτε να κάνετε ορισμένες ενέργειες που θα σας βοηθήσουν ώστε η ιστοσελίδα σας να έχει καλύτερη κατάταξη για τις λέξεις-κλειδιά που θέλετε να στοχεύσετε. Το SEO είναι ένα ευρύ θέμα, πέρα από το πεδίο του παρόντος άρθρου, αλλά ένας από τους καλύτερους τρόπους για να συμβάλετε στην καλύτερη κατάταξη της ιστοσελίδα σας, είναι να υπάρχει σαν link η ιστοσελίδα σας σε άλλες ιστοσελίδες ώστε να τις διασυνδέσετε με την δική σας. Ο κάθε σύνδεσμος λέει στην Google ότι η ιστοσελίδα σας πρέπει να είναι υψηλής ποιότητας για να είναι αντάξια, οπότε αυτό προκαλεί την Google να βλέπει πιο ευνοϊκά τον ιστότοπό σας.

Εάν καταφέρετε να έχετε καλή κατάταξη για αρκετές από τις βασικές λέξεις-κλειδιά, θα έχετε μία κανονική ροή επισκεψιμότητας στο ηλεκτρονικό σας κατάστημα που το χρειάζεται για να επιβιώσει. Αν θέλετε να μάθετε περισσότερα σχετικά με το SEO, το Moz είναι μία φανταστική πηγή.

Τρόπος Αποστολής προϊόντων

Μία άλλη κύρια διαφορά μεταξύ ενός τυπικού καταστήματος και ενός ηλεκτρονικού καταστήματος είναι ο τρόπος με τον οποίο οι πελάτες λαμβάνουν τα προϊόντα τους.

Σε ένα τυπικό κατάστημα είναι εύκολο: οι πελάτες απλά παίρνουν τα προϊόντα από το ράφι, τα πάνε στο Ταμείο για να πληρώσουν και, στη συνέχεια φεύγουν με αυτά από το κατάστημα.

Σε ένα κατάστημα ηλεκτρονικού εμπορίου, θα πρέπει να βρεθεί μία λύση για την παράδοση των προϊόντων σας στον πελάτη. Αν δεν είστε προσεκτικοί, αυτό μπορεί να διαρκέσει πολλή ώρα και να χρειαστεί αρκετή προσπάθεια — πολλαπλές διαδρομές προς το ταχυδρομείο κάθε μέρα δεν είναι ιδανικό!

Τα καλά νέα είναι ότι υπάρχουν διαθέσιμες για εσάς μια σειρά από πιο εξελιγμένες λύσεις.

Αυτή τη στιγμή, όλοι ενθουσιάζονται με τα πλήρη και αξιόπιστα συστήματα αποστολής. Αυτά λειτουργούν με το να διασφαλίζουν όλες τις πτυχές της αποστολής σας: Εσείς απλώς έχετε τους προμηθευτές σας οι οποίοι μεταφέρουν τα προϊόντα σας απευθείας σε ένα συγκεκριμένο κέντρο, όπου το εμπόρευμα σας θα αποθηκευτεί, θα είναι έτοιμο για να συσκευαστεί και να μεταφερθεί στους πελάτες σας, έχοντας ακολουθήσει μία επιτυχημένη διαδικασία αποστολής. Αυτό σας βοηθά να μην ασχοληθείτε περαιτέρω με την διαδικασία αποστολής και σας δίνει περισσότερο χρόνο να επικεντρωθείτε σε πιο παραγωγικές εργασίες. Η ολοκλήρωση των υπηρεσιών μπήκε στο στόχαστρο πρόσφατα, με το Amazon να ανακοινώνει ότι θα έχει το δικό του σύστημα αποστολής και θα εκπληρώνει την υπηρεσία από μόνο του και το Shopify δεδομένου ότι έχει ανακοινώσει ότι έχει τη δική του υπηρεσία για τους χρήστες του. Οι χρήστες του WordPress δεν πρέπει να νιώθουμε ότι παραμελήθηκαν, επειδή υπάρχουν μια σειρά από δυνατότητες να ξεκινήσουν εταιρείες αποστολών, που μπορούν να τις εκμεταλλευτούν. Αυτές περιλαμβάνουν τις Cloud Fulfilment, όπως και την υπηρεσία του Amazon (που παρέχει επίσης τη δυνατότητα διαχείρισης ενός καταστήματος της Amazon). Τα καταστήματα ηλεκτρονικού εμπορίου μπορούν επίσης να χρησιμοποιήσουν το επιχειρηματικό μοντέλο που είναι γνωστό ως dropshipping, το οποίο εμείς έχουμε ήδη εν συντομία αναφέρει. Με αυτή την προσέγγιση, οι προμηθευτές σας θα αποστέλλουν τα προϊόντα απευθείας στον πελάτη σας. Από την δική σας πλευρά, αυτό είναι ιδιαίτερα επωφελές για εσάς: δεν χρειάζεται να ανησυχείτε για την αγορά 1.000 προϊόντων εκ των προτέρων. Ο προμηθευτής

σας απλά αποστέλλει την μία μετά την άλλη τις παραγγελίες. Αυτό ελαχιστοποιεί τον κίνδυνο να σου μείνει ανεπιθύμητο απόθεμα, μειώνει τις χρεώσεις παράδοσης, αλλά και την ώρα που απαιτείται, ενώ επιπλέον εξοδα αποθήκευσης.

Το μοντέλο Dropship για τις ηλεκτρονικές αποστολές προϊόντων

Εφοδιασμένοι και με αυτές τις πληροφορίες, πρέπει να έχετε όλα όσα χρειάζεστε για να αποκτήσετε την δική σας επιχείρηση ηλεκτρονικού εμπορίου. Αν νομίζετε ότι είναι πάρα πολύ αργά για να ξεκινήσετε, κάνετε μεγάλο λάθος. Το μέλλον του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι ρόδινο, και υπάρχουν μια σειρά από συναρπαστικές προκλήσεις.

Για παράδειγμα, το 2014 οι χρήστες του Διαδικτύου σε κινητά και tablet συσκευές τελικά θα υπερτερούν αριθμητικά από τους καλούς παλιομοδίτικους επιτραπέζιους υπολογιστές — και οι χρήστες κινητών τηλεφώνων θα αφιερώνουν περισσότερο χρόνο στις εφαρμογές για τα κινητά από ό, τι στον υπολογιστή και στην επιφάνεια εργασίας του. Πώς ο κόσμος του ηλεκτρονικού εμπορίου θα μπορέσει να προσαρμοστεί στις μεταβαλλόμενες προτιμήσεις των καταναλωτών, στο πώς θέλουν να ψωνίζουν μέσω διαδικτύου; Η άνοδος των 3D εκτυπωτών θα έχει μια έκρηξη στην εξατομίκευση και παραμετροποίηση, και πώς θα το χειριστούν αυτό οι πωλητές μέσω διαδικτύου; Πολλές προβλέψεις πιστεύουν ότι αυτό θα είναι το τέλος της σταθερής αποθηκευτικής μονάδας υπέρ της σειράς των προϊόντων που είναι ιδιαίτερα προσαρμόσιμη. Θα μπορούσε επίσης αυτό να ανοίξει την πόρτα στους σχεδιαστές ανεξάρτητων προϊόντων για να πωλούν τα προϊόντα τους, με τον ίδιο τρόπο που η Kindle δημιούργησε μια αγορά για τον συγγραφέα που εκδίδει μόνος του (self- published); Και τι θα συμβεί με τα κρυφο-νομίσματα; Με τον όγκο της δημοτικότητας του Bitcoin, μια σειρά από μεγάλες ηλεκτρονικές επιχειρήσεις, κυρίως η Dell, έχουν επενδύσει μεγάλα ποσά σε υποδομές για κρυπτονομίσματα. Πώς θα αντιδράσουν τα άλλα ηλεκτρονικά καταστήματα στις αυξανόμενες πιέσεις των καταναλωτών να ενσωματώσουν τα κρυφο-νομίσματα ως μια έγκυρη μέθοδο πληρωμής; Από την πλευρά του καταναλωτή, και από την πλευρά του επιχειρηματία, έρχονται σίγουρα συναρπαστικοί καιροί για το ηλεκτρονικό εμπόριο.

Παραπομπές

- The Complete Beginner's Guide to eCommerce, <https://prospress.com/beginners-guide-to-ecommerce/>
- Wikipedia, https://en.wikipedia.org/wiki/Shopping_cart_software and <https://en.wikipedia.org/wiki/E-commerce>
- Forbes, An E-commerce Guide For Entrepreneurs, <http://www.forbes.com/sites/bhrigupankajprashar/2013/03/22/authoritative-e-commerce-guide-for-entrepreneurs/#7364a87d4802>
- E Commerce Platforms, The Ultimate, Epic Guide to Create a Successful Online Business in 2016, <http://ecommerce-platforms.com/ecommerce-selling-advice/ultimate-epic-guide-successful-online-shop>
- The ultimate beginner's guide to e-commerce, <http://www.webdesignerdepot.com/2015/07/the-ultimate-beginners-guide-to-e-commerce/>