

# Ψηφιακό Εμπόριο

Των: Γιώργου Ατσαλάκη & Ιωάννας Ατσαλάκη



Γιώργος Ατσαλάκης,  
Οικονομολόγος,  
Αναπληρωτής Καθηγητής  
Πολυτεχνείου Κρήτης



Ιωάννα Ατσαλάκη,  
Διδάσκων Πολυτεχνείου  
Κρήτης  
Εργαστήριο Ανάλυσης  
Δεδομένων και Πρόβλεψης

Το ψηφιακό εμπόριο εκτοπίζει σταδιακά το συμβατικό εμπόριο. Οι ψηφιακές αγορές, όπως τα καταστήματα εφαρμογών, μειώνουν τους εμπορικούς φραγμούς για τις μικρές επιχειρήσεις. Το παγκόσμιο εμπόριο με ψηφιακή παράδοση προϊόντων αυξήθηκε στα 3,82 τρισ. δολάρια 2022, αντιπροσωπεύοντας το μερίδιο ρεκόρ του 54% του εμπορίου υπηρεσιών. Με μέσο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 8,1% για σχεδόν 20 χρόνια, έχει ξεπεράσει άλλες κατηγορίες εμπορίου.

Το ψηφιακό εμπόριο αναφέρεται στο εμπόριο αγαθών και υπηρεσιών που είτε ενεργοποιείται είτε παρέχεται ψηφιακά. Αυτό περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων, όπως:

**Πωλήσεις ηλεκτρονικού εμπορίου:** Αγορά και πώληση αγαθών και υπηρεσιών μέσω διαδικτυακών πλατφορμών. Αυτό περιλαμβάνει συναλλαγές B2B (Business-to-Business), B2C (Business-to-Consumer) και C2C (Consumer-to-Consumer).

**Ψηφιακές υπηρεσίες:** Υπηρεσίες που παρέχονται μέσω διαδικτύου ή ηλεκτρονικού δικτύου. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει υπηρεσίες ροής, υπολογιστικό νέφος, διαδικτυακή διαφήμιση, αποθήκευση και ανάλυση δεδομένων και ψηφιακό περιεχόμενο (όπως μουσική, ηλεκτρονικά βιβλία και λογισμικό).

**Διασυνοριακές ροές δεδομένων:** Η διασυνοριακή διακίνηση δεδομένων στο πλαίσιο του ψηφιακού εμπορίου. Αυτό είναι θεμελιώδες για πολλές ψηφιακές υπηρεσίες, όπως το υπολογιστικό νέφος.

**Ψηφιακές πλατφόρμες:** Διαδικτυακές αγορές, πλατφόρμες κοινωνικών μέσων και μηχανές αναζήτησης που διευκολύνουν το ψηφιακό εμπόριο.

**Διαχείριση εφοδιαστικής αλυσίδας:** Ψηφιακές τεχνολογίες που χρησιμοποιούνται για τη

διαχείριση των αλυσίδων εφοδιασμού, την εφοδιαστική και την παρακολούθηση αποστολών.

Το ψηφιακό εμπόριο χαρακτηρίζεται από την εξάρτησή του από τις ψηφιακές τεχνολογίες για τη δημιουργία, την παράδοση και την κατανάλωση αγαθών και υπηρεσιών. Είναι ένας ταχέως αναπτυσσόμενος τομέας λόγω της αυξανόμενης ψηφιοποίησης της παγκόσμιας οικονομίας, των εξελίξεων στην τεχνολογία και του πολλαπλασιασμού της πρόσβασης και χρήσης του διαδικτύου παγκοσμίως.

Σε μια φθίνουσα αγορά, η αύξηση των ψηφιακών πωλήσεων μπορεί να είναι δύσκολη αλλά εφικτή με στρατηγικές δράσεις.

Ακολουθούν ορισμένες πιθανές στρατηγικές που πρέπει να ληφθούν υπόψη:

**Ενισχυμένη παρουσία στο διαδίκτυο:** Ενισχύστε το ψηφιακό σας αποτύπωμα. Βεβαιωθείτε ότι ο ιστότοπός σας είναι φιλικός προς το χρήστη, βελτιστοποιημένος για κινητά και φιλικός προς το SEO για να προσελκύσετε περισσότερη οργανική επισκεψιμότητα. Ενημερώνετε τακτικά το περιεχόμενό σας για να το διατηρείτε φρέσκο και σχετικό.

**Social Media Marketing:** Χρησιμοποιήστε αποτελεσματικά τις πλατφόρμες κοινωνικών μέσων. Αλληλεπιδράστε με το κοινό σας, μοιραστείτε πολύτιμο περιεχόμενο και χρησιμοποιήστε στοχευμένες διαφημίσεις για να προσεγγίσετε δυνητικούς πελάτες. Πλατφόρμες όπως το Instagram, το Facebook, το LinkedIn ή το Twitter μπορούν να είναι ισχυρά εργαλεία ανάλογα με το κοινό-στόχο σας.

**Εξατομικευμένο μάρκετινγκ ηλεκτρονικού ταχυδρομείου:** Αναπτύξτε τμηματοποιημένες

καμπάνιες ηλεκτρονικού ταχυδρομείου για να στοχεύσετε διαφορετικές ομάδες στο κοινό σας. Η εξατομίκευση μπορεί να αυξήσει τα ποσοστά αφοσίωσης. Προσφέρετε αποκλειστικές προσφορές ή διορατικό περιεχόμενο για να προσθέσετε αξία στους συνδρομητές σας. Βελτίωση της εμπειρίας των πελατών: Παρέχετε εξαιρετική εξυπηρέτηση πελατών. Χρησιμοποιήστε chatbots για βοήθεια 24 ώρες το 24ωρο, 7 ημέρες την εβδομάδα και εξασφαλίστε γρήγορους χρόνους απόκρισης. Μια θετική εμπειρία μπορεί να οδηγήσει σε επαναλαμβανόμενες πωλήσεις και παραπομπές.

**Ανάλυση δεδομένων και τεχνητή νοημοσύνη (TN):** Χρησιμοποιήστε την ανάλυση δεδομένων για να κατανοήσετε τη συμπεριφορά και τις προτιμήσεις των πελατών. Τα εργαλεία TN μπορούν να βοηθήσουν στην εξατομίκευση της εμπειρίας αγορών, στην πρόταση προϊόντων και στην προγνωστική ανάλυση.

**Προγράμματα αφοσίωσης:** Εφαρμόστε προγράμματα αφοσίωσης για να ενθαρρύνετε την επανάληψη των επιχειρήσεων. Προσφέρετε ανταμοιβές, πόντους ή ειδικές εκπτώσεις σε πιστούς πελάτες.

**Content Marketing:** Δημιουργήστε υψηλής ποιότητας, ενημερωτικό περιεχόμενο που σχετίζεται με τα προϊόντα ή τη βιομηχανία σας. Τα ιστολόγια, τα βίντεο και τα γραφήματα μπορούν να βοηθήσουν στην προσέλκυση και διατήρηση πελατών.

**Συνεργασίες:** Συνεργαστείτε με συμπληρωματικές επιχειρήσεις ή παράγοντες επιρροής για να διευρύνετε την εμβέλειά σας. Οι πρωτοβουλίες κοινού μάρκετινγκ μπορούν να βοηθήσουν στην αξιοποίηση νέων πελατειακών βάσεων.

**Διαφοροποίηση της γκάμας προϊόντων:**

Επεκτείνετε ή διαφοροποιήστε τη γκάμα των προϊόντων σας για να καλύψετε ένα ευρύτερο κοινό ή να καλύψετε κενά στην αγορά.

**Ειδικές προσφορές και εκπτώσεις:** Προσφέρετε χρονικά περιορισμένες εκπτώσεις, προσφορές πακέτων ή δωρεάν αποστολή για να δώσετε κίνητρα για αγορές.

**Αξιοποίηση αγορών ηλεκτρονικού εμπορίου:** Εκτός από τον ιστότοπό σας, χρησιμοποιήστε δημοφιλείς πλατφόρμες ηλεκτρονικού εμπορίου για να προσεγγίσετε περισσότερους πελάτες.

**Καμπάνιες επαναστόχευσης:** Εφαρμόστε διαφημίσεις επαναστόχευσης, για να προσελκύσετε εκ νέου επισκέπτες που δεν πραγματοποίησαν αγορά κατά την πρώτη τους επίσκεψη στον ιστότοπό σας.

**Σχόλια και κριτικές:** Ενθαρρύνετε και προβάλετε κριτικές πελατών για να δημιουργήσετε εμπιστοσύνη με πιθανούς αγοραστές.

**Ανάπτυξη εφαρμογών για κινητά:** Αναπτύξτε μια εφαρμογή για κινητά για έναν πιο βολικό και άμεσο τρόπο προσέγγισης πελατών.

**Διαδικτυακές εκδηλώσεις ή διαδικτυακά σεμινάρια:** Διοργανώστε διαδικτυακές εκδηλώσεις ή διαδικτυακά σεμινάρια για να αλληλεπιδράσετε με το κοινό σας και να παρέχετε πολύτιμες πληροφορίες σχετικά με τα προϊόντα ή τον κλάδο σας.

Κάθε μία από αυτές τις στρατηγικές μπορεί να προσαρμοστεί ώστε να ταιριάζει στις συγκεκριμένες ανάγκες και τα χαρακτηριστικά της επιχείρησής σας και της αγοράς-στόχου σας. Θυμηθείτε, είναι σημαντικό να διατηρήσετε μια πελατοκεντρική προσέγγιση σε όλες τις στρατηγικές ψηφιακών πωλήσεών σας.

