“Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο στην Ελλάδα: Προκλήσεις και Προοπτικές”

Καθ. Γεώργιος Ι. Δουκίδης*, Διευθυντής
Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου (ELTRUN)

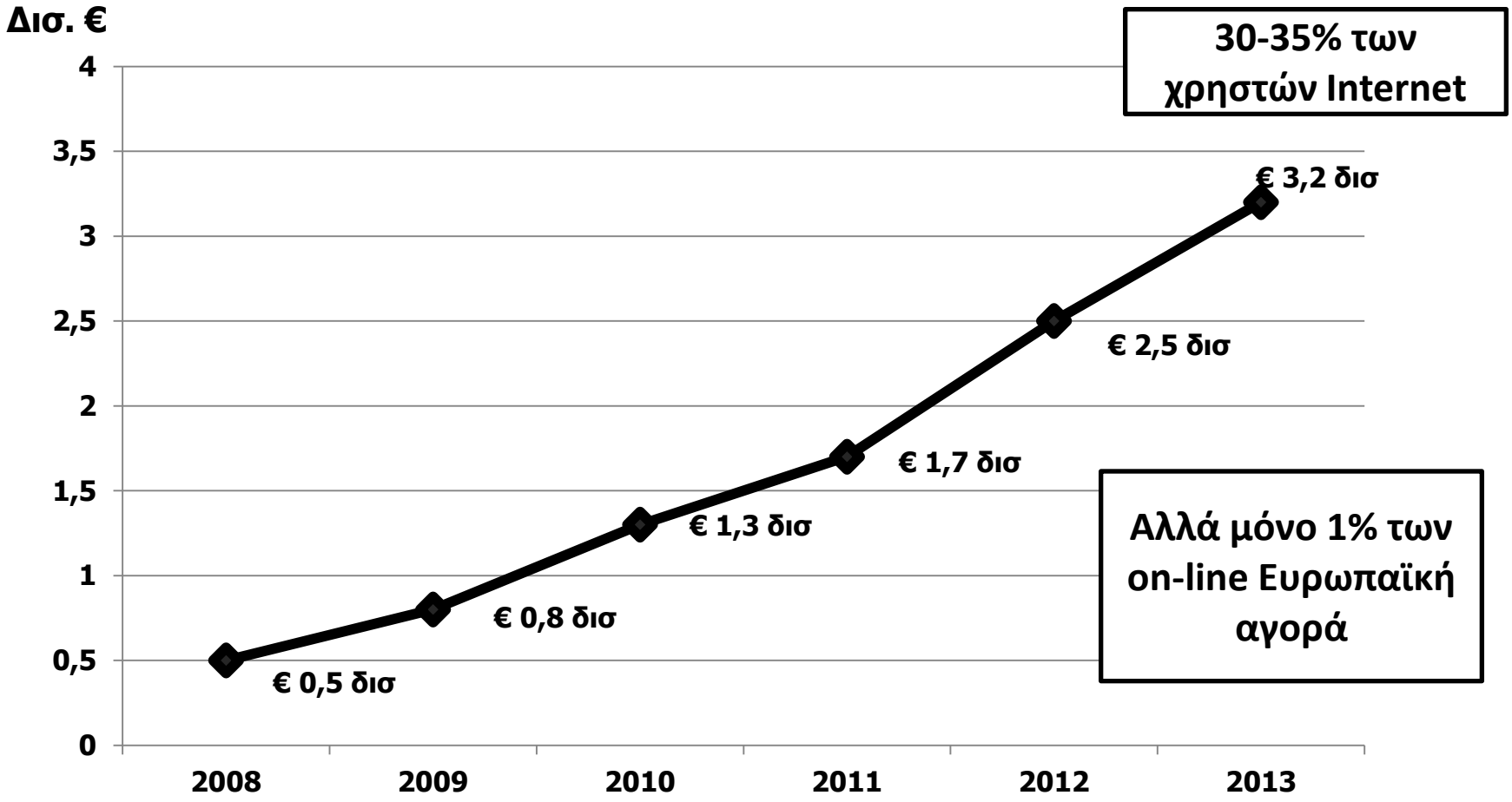
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS AND BUSINESS

* Αντιπρόεδρος Δ.Σ. του GRECA

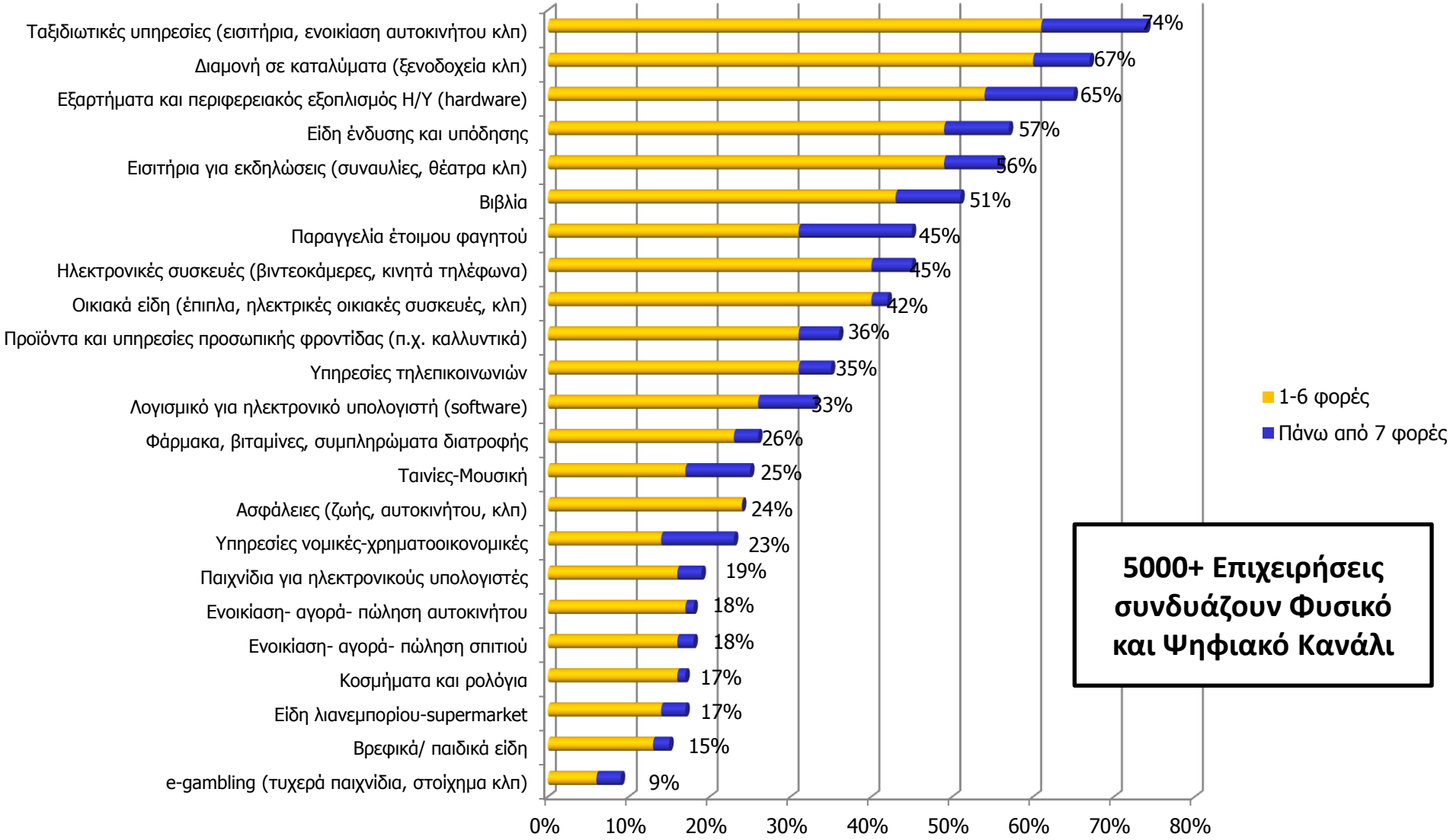
1. Η Συμπεριφορά των Ελλήνων On-line Καταναλωτών

Ετήσια ποσοτική έρευνα με 1100 συμμετέχοντες

Σημαντική η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου B-C (2008-2013)



On-line αγορές προϊόντων / υπηρεσιών το Ά εννεάμηνο του 2013



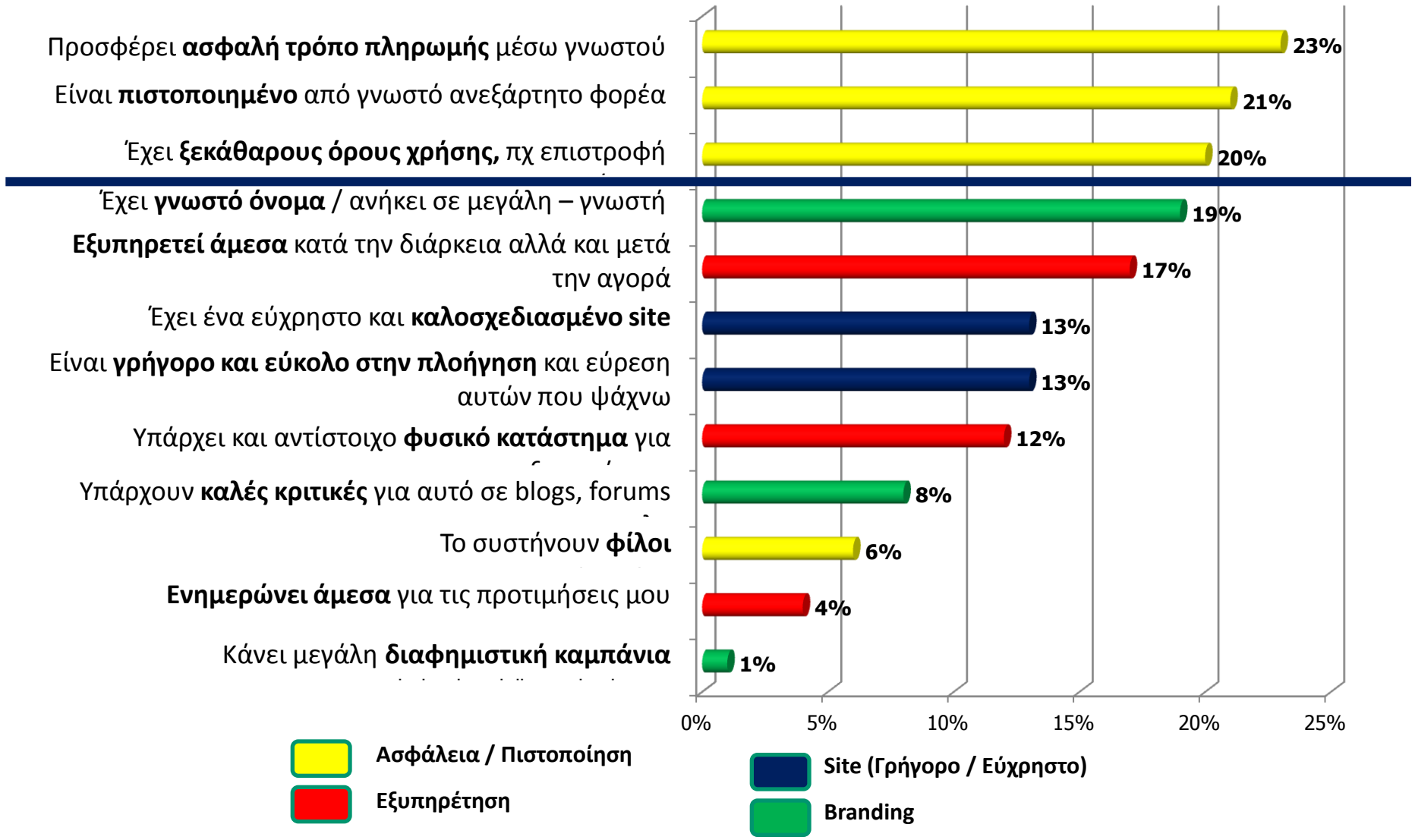
Συμπεριφορά των 2,5 εκ. Ελλήνων on-line αγοραστών

- ✓ 5,5 χρόνια εμπειρίας on-line αγορών (18% ξεκίνησε το 2013)
- ✓ 1200 - 1500€ η αξία των on-line αγορών/συναλλαγών το 2013 με τα 2/3 να είναι για υπηρεσίες (1/3 για φυσικά προϊόντα)
- ✓ 60% των on-line αγορών από Ελληνικά sites
- ✓ 40% θα αυξήσουν τις on-line αγορές το 2014 (20% μείωση)
- ✓ 30% των συνολικών τους B-C αγορών γίνονται μέσω Internet

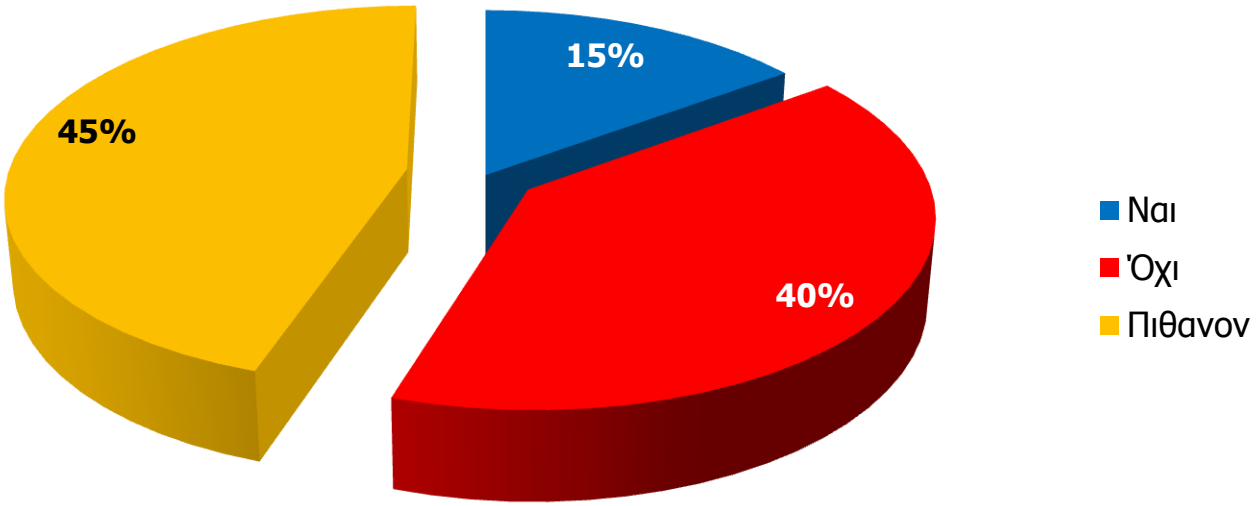
MULTI – CHANEL

- ✓ 40% των φυσικών τους αγορών έγινε μέσω έρευνας στο Internet
- ✓ 20% των ηλεκτρονικών τους αγορών έγινε μετά από επίσκεψη σε φυσικό κατάστημα

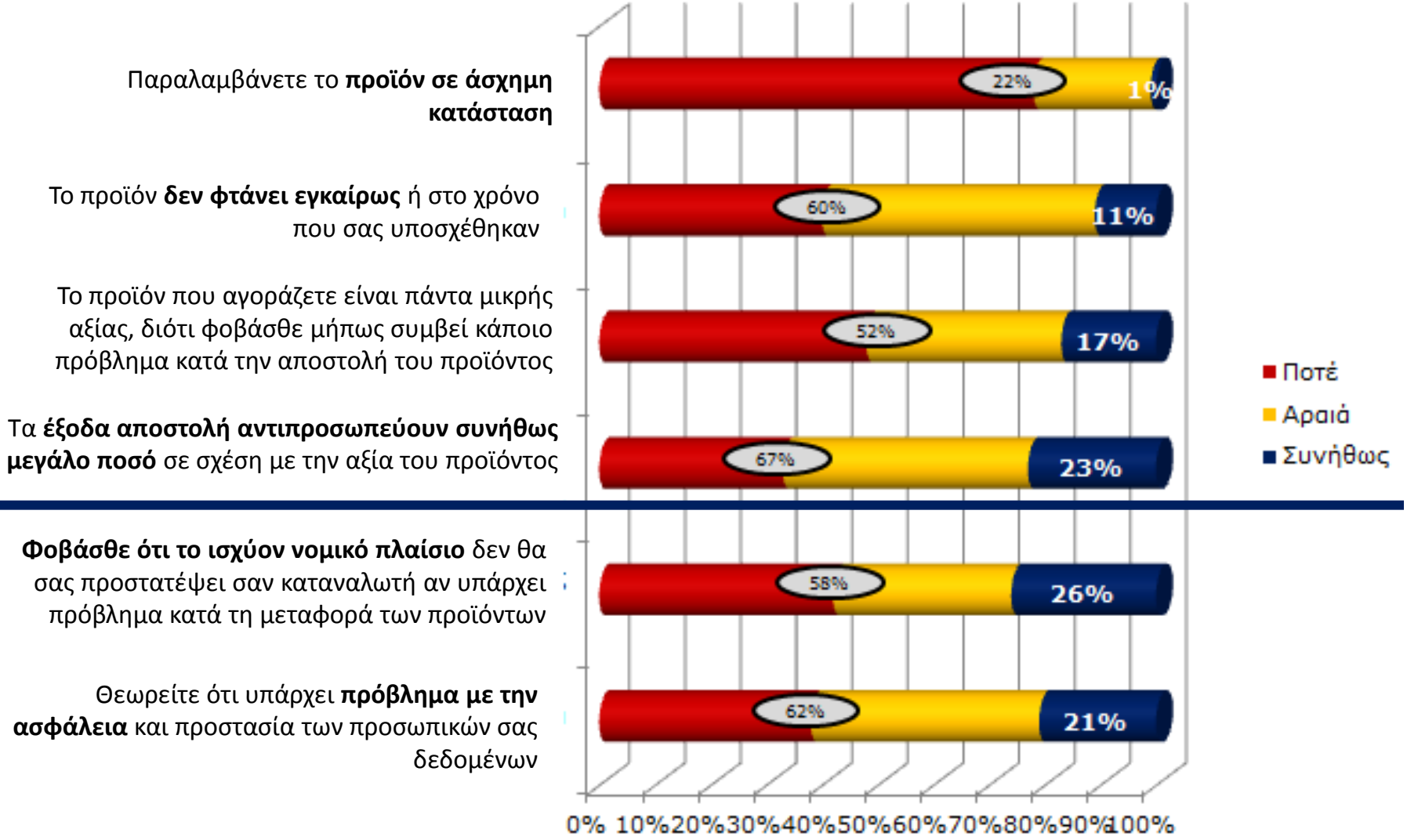
Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα το εμπιστεύεσθε και σας κερδίζει ως πελάτη όταν:



Θα αγόραζα από ένα κατάστημα ακόμη και αν δεν κάλυπτε τα παραπάνω κριτήρια αλλά είχε ΧΑΜΗΛΕΣ τιμές και καλές ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ



Προβληματισμοί με την μεταφορά και ασφάλεια

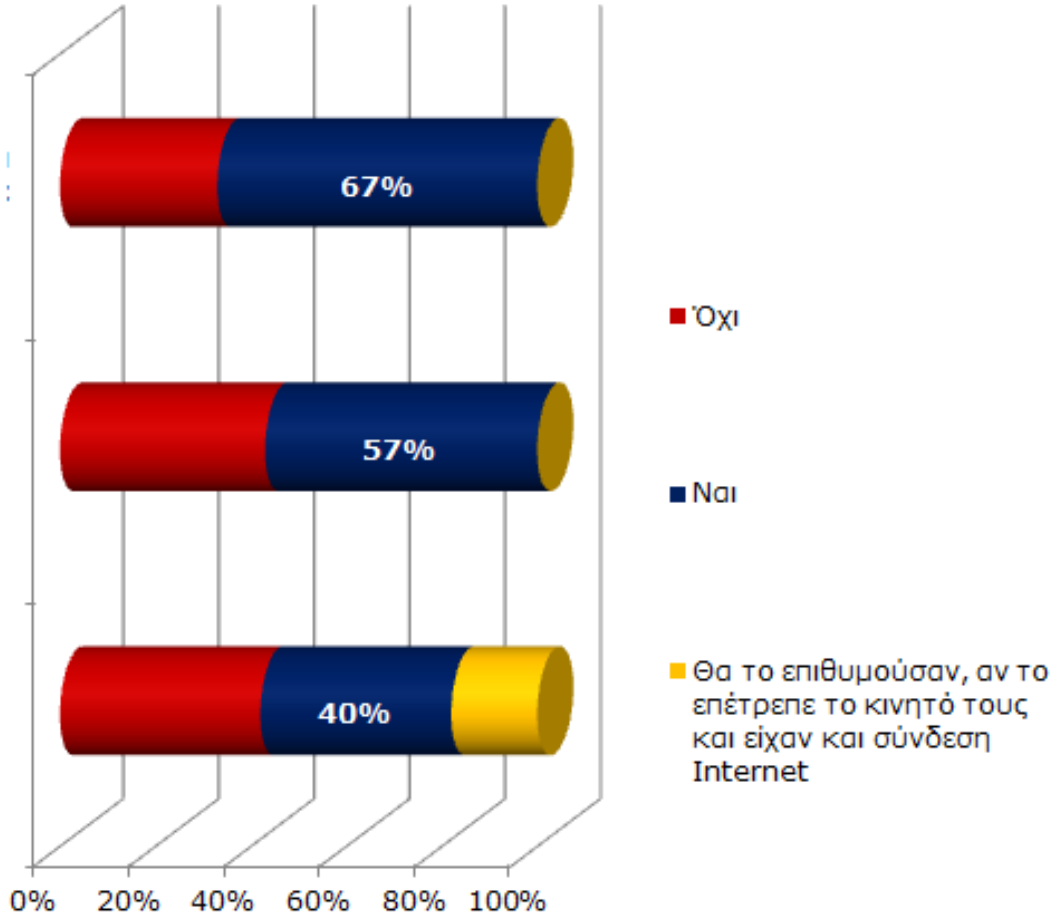


Η πολλαπλή χρήση του ΚΙΝΗΤΟΥ στην διαδικασία αγοράς ΕΝΤΟΣ ΦΥΣΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ

Για να **αναζητήσουν παρουσιάσεις και σχόλια προϊόντων**, ενώ βρίσκονται σε φυσικό κατάστημα, προκειμένου να προβούν σε αγορά

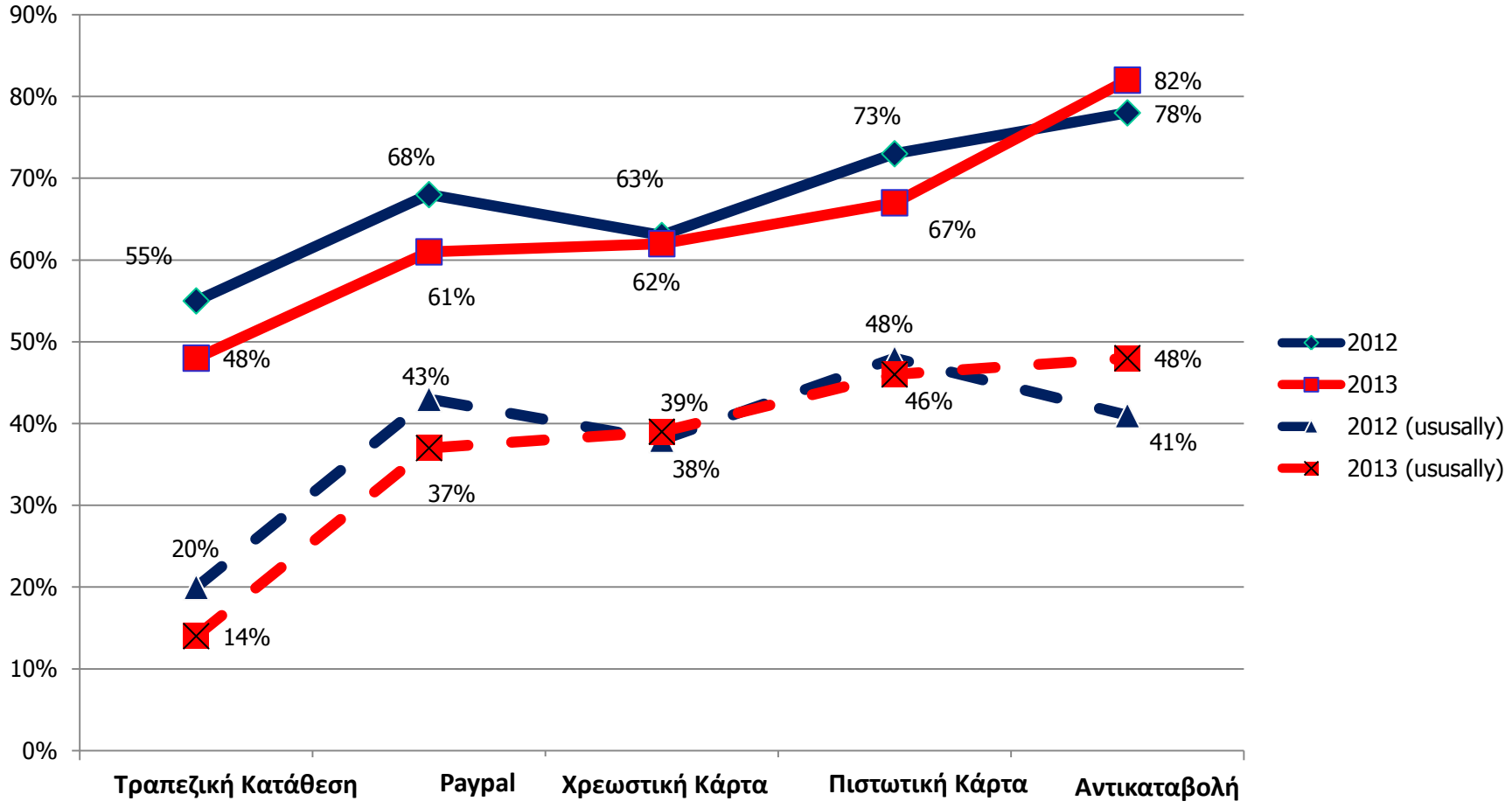
Για να **καλέσουν φίλο ή συγγενή** τους ενώ βρίσκονται σε φυσικό κατάστημα και του **ζητήσουν την συμβουλή του για αγορά προϊόντος**

Για να **πραγματοποιήσουν σύγκριση τιμών προϊόντων**, ενώ βρίσκονται σε φυσικό κατάστημα, προκειμένου να διαπραγματευτούν την τιμής του ή να ψωνίσουν από αλλού

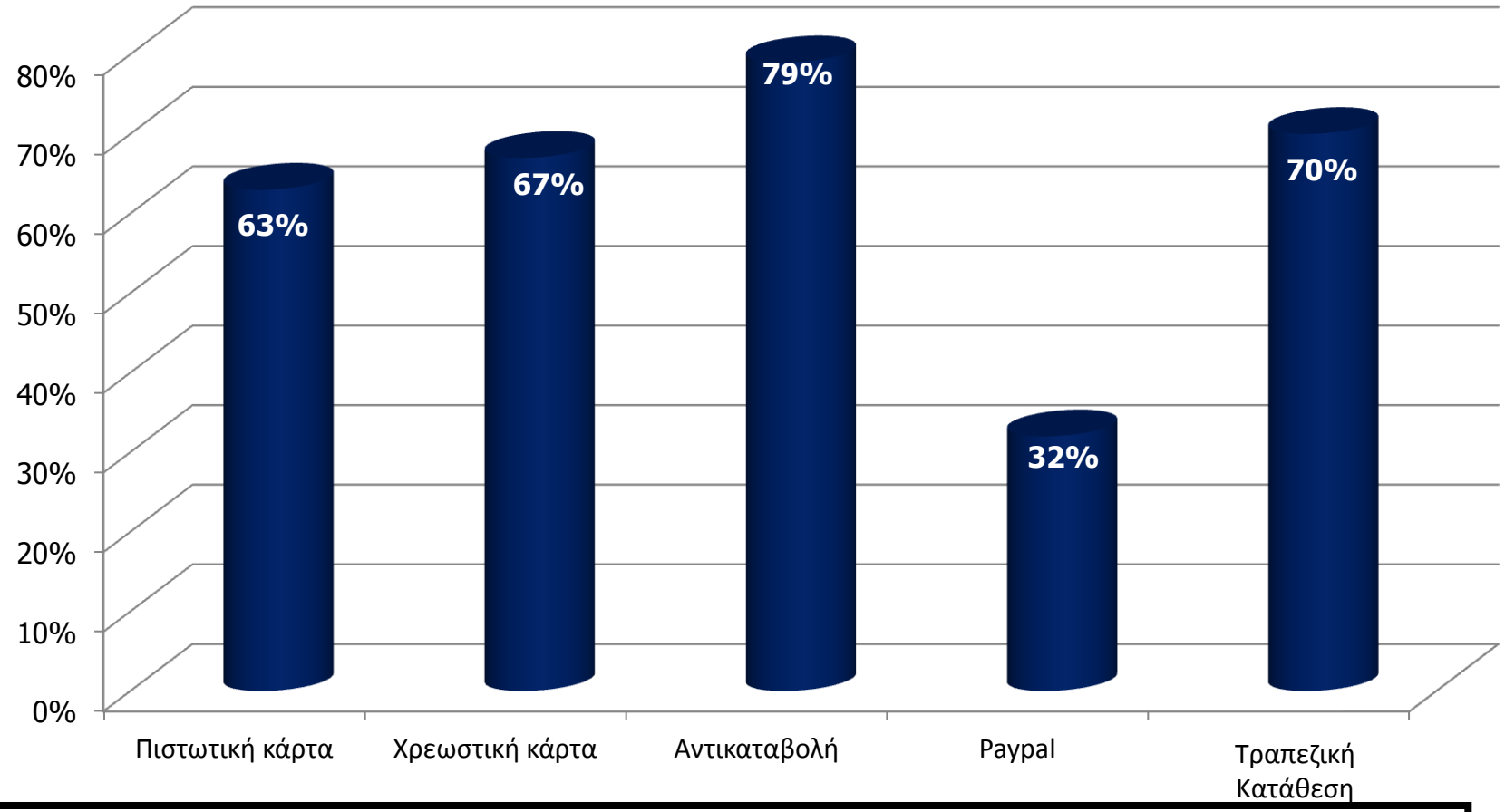


OMNI-CHANEL COMMERCE

Πολλαπλοί τρόποι πληρωμής από τους Έλληνες on-line αγοραστές

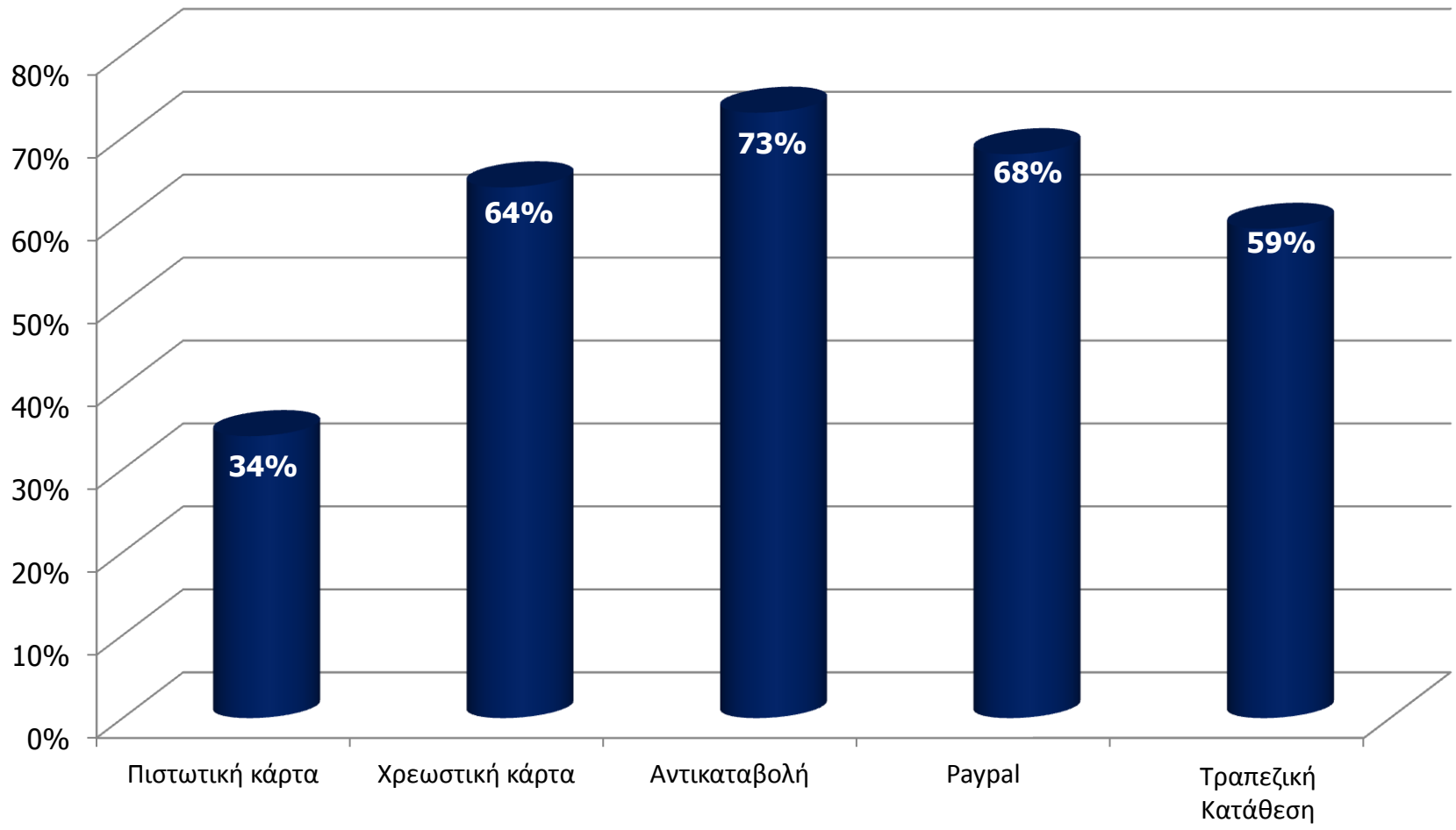


Κυρίως αγορές από Ελληνικά ηλεκτρ. καταστήματα Vs συχνός τρόπος πληρωμής

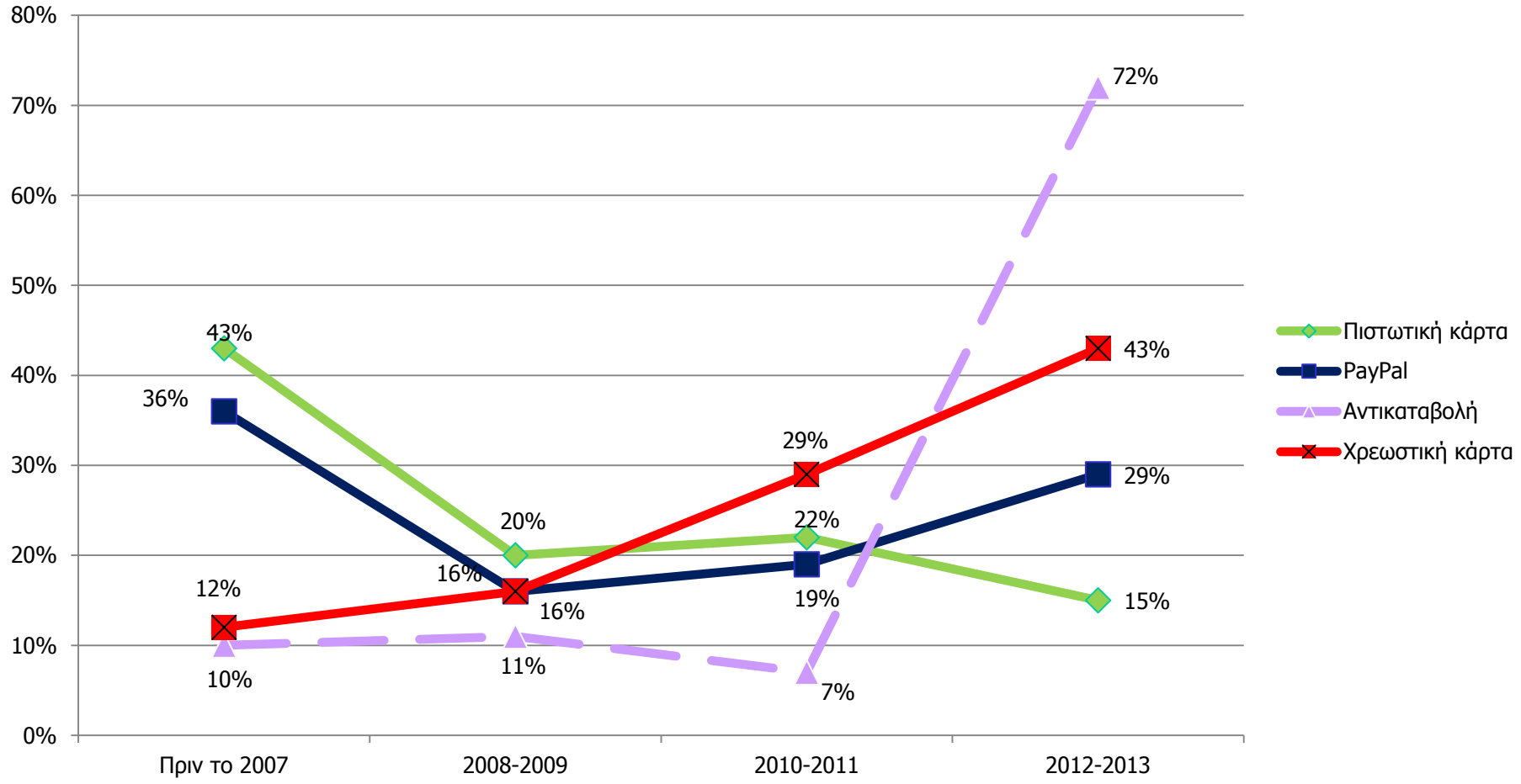


Πραγματοποιούν πάνω από το 60% των on-line αγορών τους σε Ελληνικά sites

Αντιλαμβανόμενο ρίσκο για ηλεκτρ. συναλλαγές Vs συχνός τρόπος πληρωμής



Χρονική ωριμότητα on-line αγοραστών Vs συχνός τρόπος πληρωμής

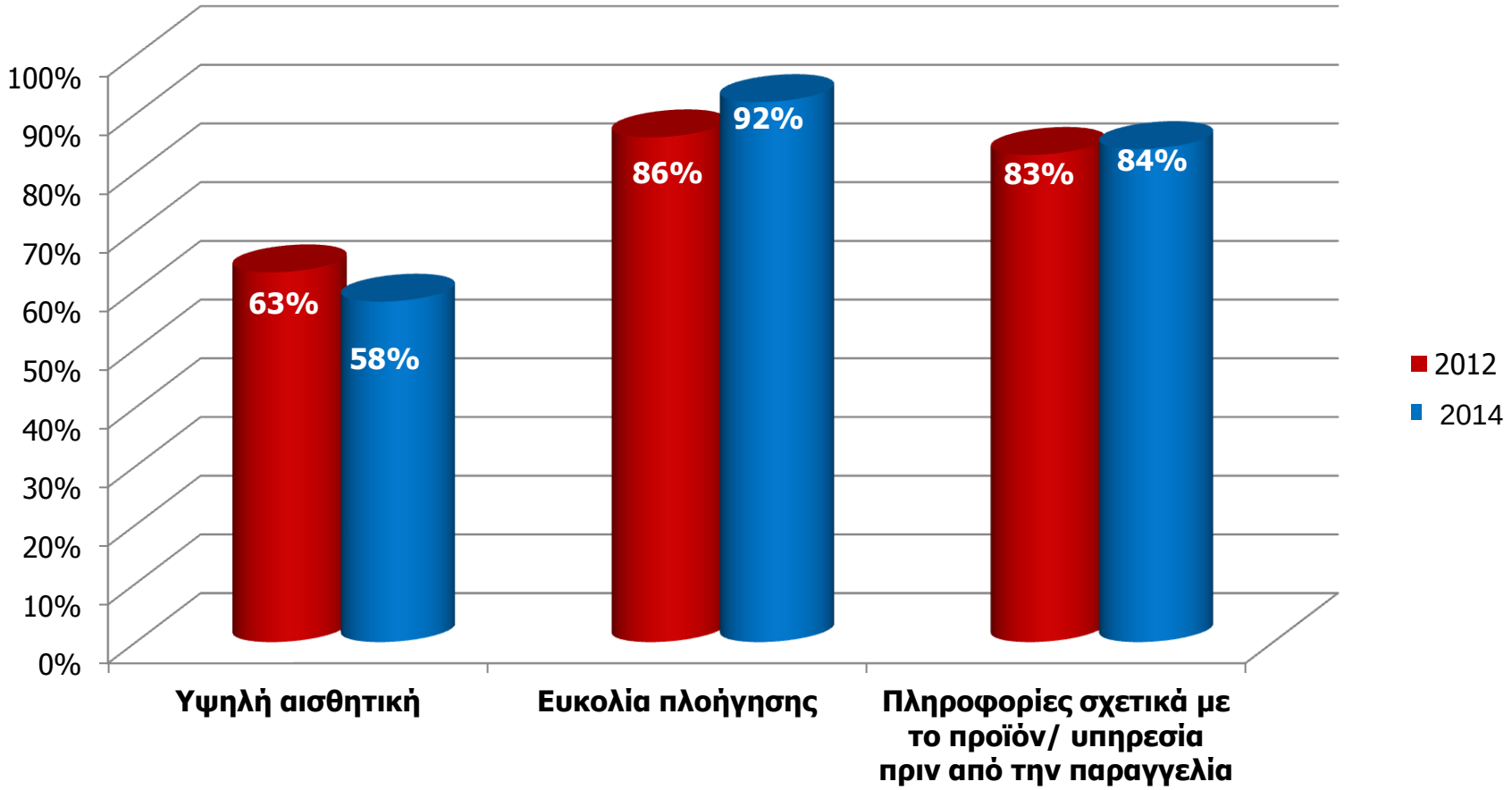


2. Μελέτη Ηλεκτρονικών Καταστημάτων

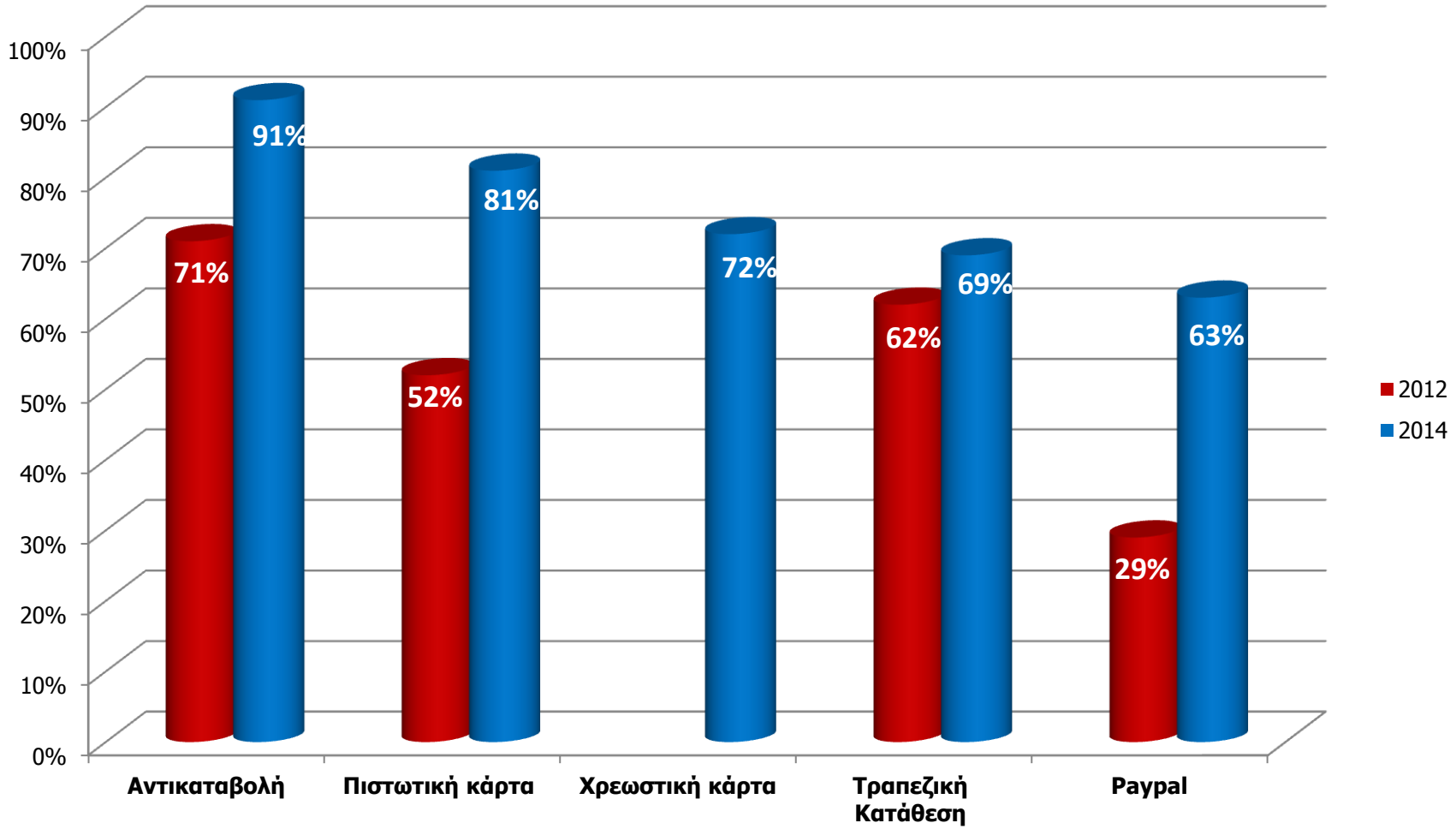
2012: σε 250 ηλεκτρ. καταστήματα

2014: σε 2300 ηλεκτρ. καταστήματα

Αισθητική, πλοήγηση και προϊοντική πληροφόρηση

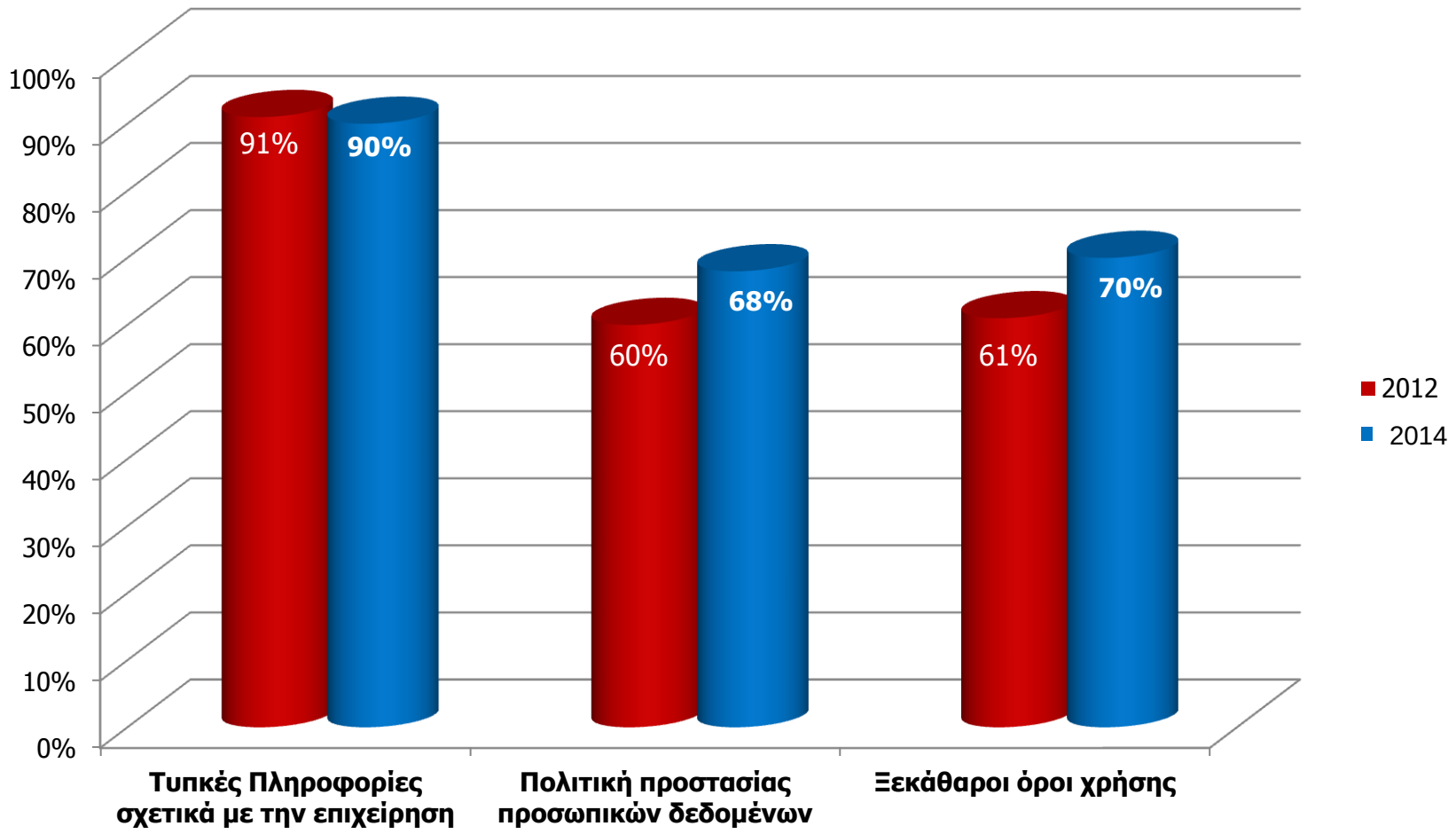


E-Shops: Τρόποι πληρωμής που προσφέρουν στους καταναλωτές (2012 Vs 2014)*

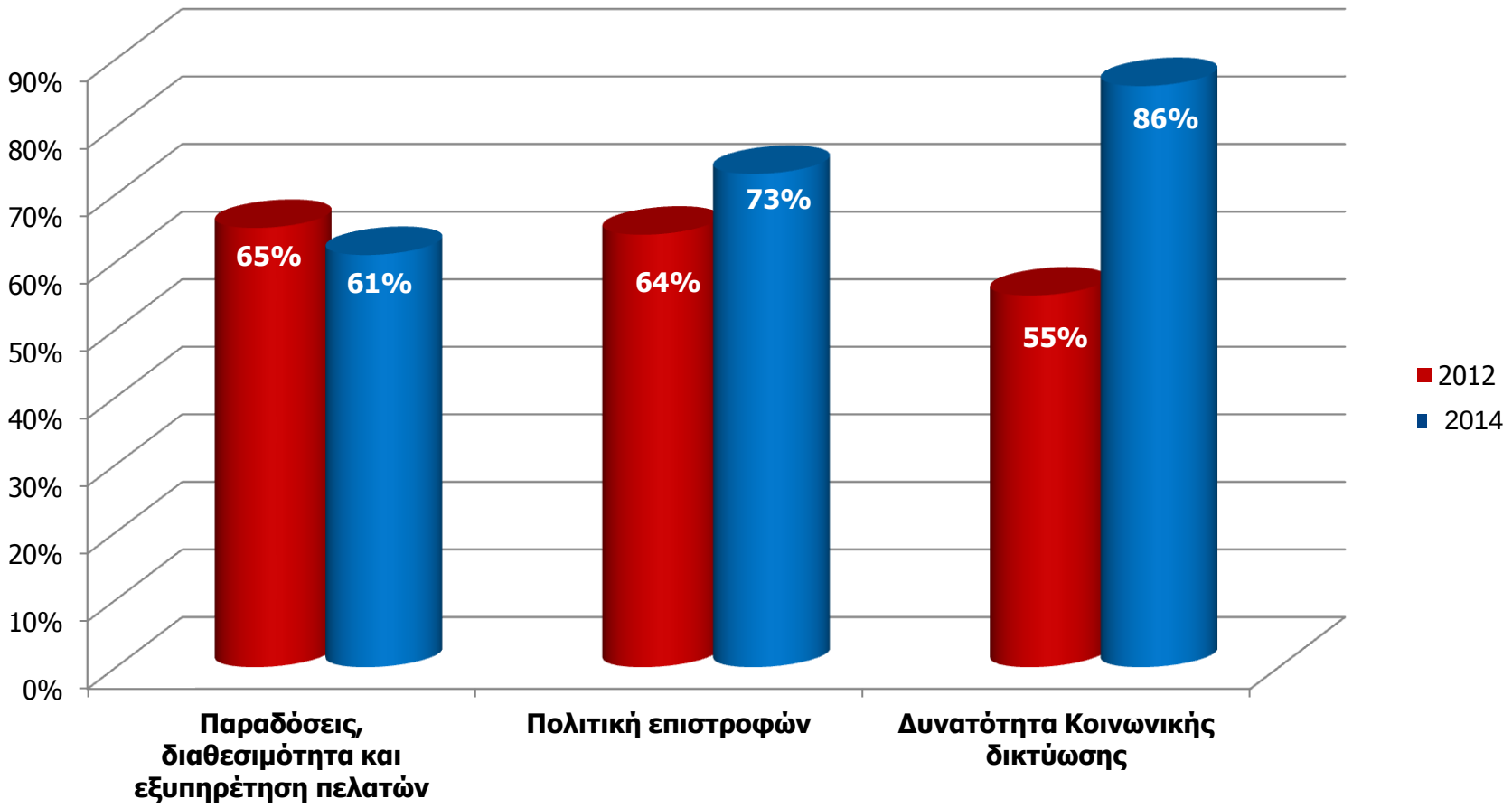


***2012 μελέτη σε 250 e-shops / 2014 μελέτη σε 2300 e-shops**

Προστασία και ασφάλεια των online καταναλωτών



Υπηρεσίες υποστήριξης και εξυπηρέτησης των online καταναλωτών



“Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο στην Ελλάδα: Προκλήσεις και Προοπτικές”

Καθ. Γεώργιος Ι. Δουκίδης*, Διευθυντής
Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου (ELTRUN)

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS AND BUSINESS

* Αντιπρόεδρος Δ.Σ. του GRECA