

TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH



HỎI ĐÁP VỀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

HÀ NỘI - 2007

Hỏi Đáp về TMĐT - Những hướng dẫn có tầm quan trọng đối với các nhà quản lý doanh nghiệp



- Internet là gì?
- Các website thế hệ 1, 2, 3 và 4 là gì?
- Thương mại điện tử là gì và lợi ích của Thương mại điện tử ?
- Công ty có thể hưởng lợi từ thương mại điện tử như thế nào?
- Thương mại điện tử cho phép các công ty nhỏ cạnh tranh với các công ty lớn?
- Extranet site là gì?
- Internet ảnh hưởng đến phong cách làm việc như thế nào?
- Loại bỏ trung gian là gì?
- Thị trường và Marketing đám đông
- Những bất cập trên các phương tiện truyền thông hiện nay trên Internet?
- Các giao dịch và truyền thông Internet có an toàn ?
- Các công ty có thực sự kinh doanh trên các site thương mại điện tử không?
- Có thể ngăn chặn các tin tặc không?
- Sản phẩm của bạn có thích hợp với thương mại điện tử không?
- Dịch vụ của bạn có thích hợp với thương mại điện tử không?
- Các chiến lược thương mại điện tử đối với các dịch vụ dựa trên cơ sở sử dụng là gì?
- Cần đối tài khoản trực tuyến là gì ?
- Khảo hàng trực tuyến có thích hợp với công ty không?
- Những yếu tố cơ bản của dịch vụ khảo hàng trực tuyến là gì?
- Các khách hàng sẽ phản ứng như thế nào trước các dịch vụ thương mại điện tử của bạn?
- Các nhà phân phối phản ứng thế nào đối với thương mại điện tử ?
- Site khảo hàng trực tuyến ảnh hưởng đến các đối tác như thế nào?
- Cung ứng trực tuyến là gì và hoạt động như thế nào?
- Có thể phát triển các công cụ gì để hỗ trợ cho khách hàng, nhà phân phối và các đối tác?
- Cơ sở hạ tầng có hỗ trợ cho việc thực hiện và tăng trưởng của thương mại điện tử không?
- Công ty sẽ thay đổi khi tích hợp thương mại điện tử và chỉ đạo kinh doanh?
- Có cần phải trở thành một lập trình viên để tạo ra các văn bản web không?
- HTML hoạt động như thế nào?
- Thiết kế các biểu mẫu như thế nào?
- Chương trình cổng mạng (gateway) nghĩa là gì?
- Khai thác mô dữ liệu là gì ?
- Công nghệ mã hoá hoạt động như thế nào?
- Cookie là gì?
- Các bước cần thiết để tạo ra một site mua hàng trực tuyến an toàn là gì?
- Máy chủ an toàn là gì và tại sao lại cần nó ?
- Chứng nhận số là gì?
- Phải thiết lập web site của mình như thế nào để chấp nhận các giao dịch thẻ tín dụng?
- Các hệ thống thanh toán điện tử khác với thẻ tín dụng?
- Shopping cart là gì và bạn có cần không?

-  Cần phải tìm những gì trong một ứng dụng phần mềm bán hàng ?
-  Cần phải xác định các mục tiêu thương mại điện tử của mình như thế nào?
-  Xây dựng suất hoàn vốn đầu tư cho các dịch vụ thương mại điện tử như thế nào?
-  Có cần phải hoàn thành site của mình trước khi xuất bản không?
-  Cần phải cơ cấu nội dung trên site của mình như thế nào để hoàn thành doanh vụ?
-  Cần đưa gì vào site khảo hàng trực tuyến ?
-  Thiết kế site như thế nào để hỗ trợ những người có các nhu cầu khác nhau?
-  Điều gì xảy ra nếu tích hợp site mua hàng online của mình với ứng dụng nội bộ công ty?
-  Phải xây dựng một cơ sở hạ tầng nội bộ như thế nào để hỗ trợ thương mại điện tử ?
-  Xây dựng một chính sách triển khai thương mại điện tử như thế nào?
-  Cập nhật các chính sách hiện hành cho phù hợp với web như thế nào?
-  Cần biết gì về việc bán hàng quốc tế ?
-  Cần cài đặt site mua hàng trực tuyến ở đâu?
-  Chọn ISP để cài đặt site như thế nào?
-  Lựa chọn là gì nếu không muốn tự cài đặt một site mà bạn có các nhu cầu đặc biệt?
-  Những nhiệm vụ cơ bản khi thiết lập một dịch vụ mua hàng trực tuyến là gì?
-  Quá trình cài đặt mua hàng trực tuyến trong công ty ?
-  Tự cài đặt một site thương mại điện tử tốn kém như thế nào ?
-  Chọn một nhà cung cấp chìa khoá trao tay như thế nào?
-  Quá trình làm việc với một nhà cung cấp chìa khoá trao tay ?
-  Cần phải quản lý việc phát triển site thương mại điện tử của mình như thế nào?
-  Quản lý một site như thế nào sau khi đã được công bố ?
-  Những hoạt động gì liên quan đến quản lý website ?
-  Một site thành công biểu hiện như thế nào?
-  Các đồ họa cần được sử dụng như thế nào trên các web site?
-  Tạo một bản web hiệu quả như thế nào?
-  Cần phải theo dõi những dữ liệu gì trên site?
-  Sử dụng điều tra để nhận được các dữ liệu về khách tham quan site như thế nào?
-  Tạo một portal hay một địa chỉ đến (destination location) như thế nào?
-  Quảng cáo một site thương mại điện tử trên Internet như thế nào ?
-  Sử dụng khai thác mở dữ liệu như thế nào để tăng hiệu quả site?
-  Đăng ký site của mình với chương trình tìm kiếm như thế nào?
-  Tạo các chương trình liên kết như thế nào?
-  Sử dụng phương tiện truyền thông để thu hút lưu lượng đến site của mình như thế nào?
-  Tích hợp thương mại điện tử với các chương trình marketing hiện tại như thế nào?

.1 Internet là gì?



Internet là mạng toàn cầu được hình thành từ các mạng nhỏ hơn, liên kết hàng triệu máy tính trên thế giới thông qua cơ sở hạ tầng viễn thông.

Internet bắt đầu như là một phương tiện để các nhà nghiên cứu và khoa học ở các cơ sở khác nhau và các nước khác nhau có thể chia sẻ thông tin.

- Internet cung cấp cho bạn cơ sở hạ tầng để có thể hiện diện trực tuyến và cho phép tất cả mọi người trên thế giới có thể truy cập đến World Wide Web (WWW).

- Internet cho phép khả năng cung cấp cho khách hàng, các đối tác kinh doanh hiện tại và tương lai, truy cập dễ dàng đến các thông tin về công ty và các sản phẩm của bạn từ nhà hay văn phòng công ty.

- WWW nằm ở lớp trên cùng của Internet, nó là thông tin đồ họa nằm tại các máy chủ (server) mà mọi người truy cập đến.

1.2 Các website thế hệ 1, 2, 3 và 4 là gì?



Khi sử dụng Internet tăng lên, các web site sẽ phải thay đổi để đáp ứng các yêu cầu mới. Những thay đổi trên Internet có thể phân loại thành các thế hệ của các Web site.

- **Thế hệ 1:** lúc đầu các công ty tạo ra các web site dưới dạng các catalog trực tuyến của công ty.

- **Thế hệ 2:** khi Internet trở nên tinh vi hơn, nhiều công ty ý thức được tiềm năng của nó. Các nhà quản lý thiết lập các web site phản ánh các vấn đề của công ty: quan hệ với các nhà đầu tư, sứ mệnh của công ty và các thông điệp của chủ tịch công ty.

- **Thế hệ 3:** khi các công ty bắt đầu hiểu được tiềm năng của Internet thúc đẩy các giao dịch giữa bản thân các doanh nghiệp và giữa các doanh nghiệp với khách hàng thì các web site trở nên đơn giản hơn, nhanh hơn và tập trung hơn vào các nhu cầu cụ thể của những cá nhân tham quan các site.

- **Thế hệ 4:** tương lai của Internet là các web site thế hệ 4. Các web site thế hệ 4 về mặt hình thức cũng giống như các web site thế hệ 3. Sự khác nhau giữa các web site thế hệ 3 và 4 chủ yếu là góc độ công nghệ phía sau. Các site thế hệ 4 được tạo ra một cách động và được tích hợp chặt chẽ vào các hoạt động của công ty.

1.3 Thương mại điện tử là gì và lợi ích của Thương mại điện tử ?



Thương mại điện tử hay e-commerce bao gồm một loạt các hoạt động kinh doanh trực tuyến đối với các sản phẩm và dịch vụ, giữa bản thân các doanh nghiệp cũng như giữa doanh nghiệp với khách hàng thông qua Internet.

Ví dụ: việc trưng bày hình ảnh hàng hóa, thông tin về doanh nghiệp trên website cũng là một phần của Thương mại điện tử, hay liên lạc với khách hàng qua email, tìm kiếm khách hàng thông qua việc tìm kiếm thông tin trên mạng Internet v.v

Thương mại điện tử bao gồm:

Khảo hàng trực tuyến (Online shopping): bao gồm các thông tin và hoạt động nhằm cung cấp cho khách hàng thông tin cần thiết để tiến hành kinh doanh với bạn và đưa ra một quyết định mua hàng hợp lý.

Mua hàng trực tuyến (Online purchasing): cơ sở hạ tầng công nghệ để trao đổi dữ liệu và mua sản phẩm trên Internet.

Có nhiều cấp độ thực hiện Thương mại điện tử. Ở cấp độ cơ bản, doanh nghiệp có thể chỉ mới có website trưng bày thông tin, hình ảnh, tìm kiếm khách hàng qua mạng, liên hệ với khách hàng qua email mà thôi. Cấp độ cao hơn thì doanh nghiệp đã có thể thực hiện một số giao dịch trên mạng như cho khách hàng đặt hàng thẳng từ trên mạng, quản lý thông tin khách hàng, đơn hàng bằng cơ sở dữ liệu tự động trên mạng, có thể xử lý thanh toán qua mạng bằng thẻ tín dụng v.v...

Đối với tình hình Việt Nam hiện nay thì Thương mại điện tử giúp rất nhiều cho việc marketing và tìm kiếm khách hàng

qua mạng, đặc biệt là các doanh nghiệp sản xuất hàng hóa xuất khẩu. Các doanh nghiệp Việt Nam không nên nghĩ rằng phải có thanh toán qua mạng mới là Thương mại điện tử.

1.4 Công ty có thể hưởng lợi từ thương mại điện tử như thế nào?



Internet đưa công ty tới gần hơn với khách hàng của mình vì các khách hàng và đối tác của bạn có thể truy cập thông tin một cách trực tiếp. Thông qua Internet, mọi người có thể truy cập trực tiếp thông tin sản phẩm của công ty từ máy tính để bàn.

Internet đã:

Làm cho độ lớn của công ty trở nên không quan trọng. Các công ty lớn và nhỏ đều có cùng truy cập như nhau đến các khách hàng và có thể tạo ra một sự hiện diện Internet như nhau.

Làm cho vị trí của công ty trở nên không quan trọng. Các khách hàng ở bất cứ đâu có thể dễ dàng truy cập đến web site của công ty bạn. Bạn có thể hỗ trợ các khách hàng của mình nằm ngoài khu vực địa lý của công ty.

Tăng cường phản hồi. Bạn có truy cập tức thời đến những phản ứng và phản hồi của khách hàng khi công bố các chương trình marketing, giá và các sản phẩm mới trên web site. Internet được gọi là một sân chơi bình đẳng. Truy cập được dựa trên địa chỉ web site của bạn (www.mycompany.com).

Internet làm cho độ lớn của công ty trở nên không quan trọng. Bất kể là lớn hay nhỏ, công ty đều có thể dễ dàng truy cập đến các khách hàng tiềm năng. Web không giống như thế giới hiện thực mà trong đó vị trí và độ lớn của công ty có thể ảnh hưởng đến khả năng truy cập đến khách hàng. Thành công này đã được chứng tỏ bởi các công ty mới thành lập như Amazon.com, e-trade và e-toys, tất cả đã xác định lại các thị trường tương ứng của mình và hiện nay chiếm các thị phần lớn trên Internet. Các công ty này chưa tồn tại trước khi có Internet. Họ đã có thể cạnh tranh với các công ty lâu đời, nổi tiếng, có cơ sở hạ tầng vững mạnh và quyền lực mua bán lớn, bằng cách sử dụng sự hiểu biết và linh hoạt để tận dụng ưu thế của môi trường mới.

Internet làm cho vị trí của công ty trở nên không quan trọng. Một ưu thế của sự hiện diện web là nó không có vị trí xác định, kể cả múi giờ và nước. Thông qua web, có thể truy cập tới các khách hàng ở các vùng địa lý mà trước đây không thể vươn tới được. Nhiều người tham quan web site của bạn sẽ không ý thức được về độ lớn cũng như vị trí của công ty. Với một web site, có thể dễ dàng hỗ trợ khách hàng ở bất cứ đâu trên thế giới. Múi giờ trở nên không quan trọng nữa. Internet có thể truy cập 24 tiếng trong ngày và 7 ngày trong tuần. Truy cập này được gọi là sự hiện diện web 24x7. Các cơ sở dữ liệu hay e-mail thường có các đặc tính tương tác trên web site. Các cơ sở dữ liệu cũng như e-mail không cần đến sự tương tác của con người để cung cấp cho khách hàng các yêu cầu về thông tin hay dịch vụ. Công ty có thể duy trì hay giảm số lượng nhân viên hiện tại mà vẫn có thể cung cấp cho các khách hàng hiện tại và tương lai nhiều thời gian hỗ trợ và phục vụ hơn. Không có khoảng thời gian trễ giữa việc công bố thông tin trên web site và việc khách hàng truy cập đến các thông tin này. Bạn có thể theo dõi các sản phẩm mới và các chiến dịch marketing ngay lập tức. Các thông điệp, sự sắp xếp và trọng tâm của các chiến dịch marketing trực tuyến có thể được phân nhỏ với chi phí rất ít và không có thời gian trễ. Ngoài ra, nếu bạn có cả một dây chuyền sản phẩm đầy đủ và chỉ có được diện tích quầy hàng cho một phần của dây chuyền này thì có thể cung cấp truy cập đến tất cả các sản phẩm chào bán của mình.

Internet tăng cường phản hồi. Phần lớn các công ty ít quan tâm đến việc thu thập ý kiến và phản hồi của khách hàng. Điều này đặc biệt đúng đối với các công ty tiến hành các giao dịch giữa các doanh nghiệp mà không có truy cập trực tiếp đến khách hàng cuối cùng. Các tính chất tương tác và việc dễ dàng truy cập của Internet cung cấp cho các công ty thông tin trực tiếp. Một công cụ đơn giản như nút "contact us" (xin liên lạc với chúng tôi) trên web site có thể cho phép khách hàng dễ dàng cung cấp cho công ty những ý kiến phản hồi. Ngoài ra, các nhóm tin (newsgroup) và các nhóm thảo luận (discussion group) có thể cung cấp cho công ty sự hiểu biết về thị trường nói chung hay một sản phẩm cụ thể. Nếu công ty bán các thiết bị stereo (âm thanh nổi), có thể đến nhóm thảo luận stereo và xem những chủ đề nào làm cho mọi người quan tâm hay họ nói gì về các sản phẩm của bạn hay của các đối thủ cạnh tranh, cung cấp cho công ty một cửa sổ để thâm nhập vào những suy nghĩ của khách hàng.

1.5 Thương mại điện tử cho phép các công ty nhỏ cạnh tranh với các công ty lớn?



E-commerce cho phép các công ty dễ dàng cung cấp cho khách hàng sự hiện diện toàn cầu.

Internet có xu thế tạo lợi nhuận cho cả công ty lớn và nhỏ. Một sự hiện diện Internet có thể dễ dàng thiết lập đối với các công ty lớn cũng như nhỏ. Vì sân chơi bình đẳng hơn nên tính theo tỷ lệ thì Internet thuận lợi hơn đối với các công ty nhỏ. Cách quản lý sáng tạo và linh hoạt của một công ty nhỏ là ưu thế cạnh tranh trong thế giới Internet luôn thay đổi.

Do sân chơi bình đẳng hơn trên web nên các công ty nhỏ có web site có thể tạo ra một lượng doanh thu như của các công ty lớn hơn. Nói một cách tương đối, một lượng doanh thu trị giá 1 triệu USD có thể làm tăng gấp đôi lợi nhuận của một công ty nhỏ nhưng đối với một công ty lớn thì lại có thể coi là không đáng kể.

Các công ty nhỏ đã chấp nhận mô hình thương mại điện tử Internet đã được hưởng lợi với thị phần tăng lên. Các công ty lớn thường chỉ tìm kiếm lợi ích từ một site thương mại điện tử khi một công ty nhỏ, vô danh đã giành mất thị phần. Trên Internet, việc xây dựng và duy trì một site có tính chất chuyên nghiệp không phải là điều khó khăn. Một công ty nhỏ sử dụng Internet như là kênh phân phối chủ yếu cung cấp các dịch vụ sáng tạo và sự hỗ trợ nhanh chóng. Một công ty nhỏ sẽ dễ dàng hơn trong việc thay đổi cơ sở hạ tầng bên trong để thích ứng với những nhu cầu mới của thương mại trực tuyến. Các công ty lớn, thường có các cơ cấu chậm hơn và quan liêu hơn, ở vào thế bất lợi. Khi Internet phát triển và làm thay đổi bộ mặt của doanh nghiệp, các công ty lớn cần thay đổi cơ sở hạ tầng bên trong của mình để cung cấp các hệ thống linh hoạt hỗ trợ cho các nhu cầu của Internet.

1.6 Extranet site là gì?



Extranet cung cấp một Internet site có thể truy nhập đến một nhóm người đã chọn.

Extranet cung cấp khả năng tạo ra các ứng dụng mà các bên cộng tác và khách hàng có thể truy nhập nhưng không dành cho công chúng nói chung.

Extranet có thể sử dụng mã hoá và sự bảo vệ bằng mật khẩu để đảm bảo an toàn cho việc truy nhập đến site đó.

Đối với các giao dịch giữa các doanh nghiệp, Extranet đảm bảo thương mại điện tử an toàn.

Extranet có thể tự động hoá chia sẻ thông tin bằng cách cung cấp truy nhập đến thông tin cụ thể và truy nhập có kiểm soát đến các cơ sở dữ liệu nội bộ.

Một Internet site cung cấp sự hiện diện web đối với công chúng. Một Intranet sử dụng công nghệ Internet để cung cấp cho các nhân viên truy nhập đến thông tin nội bộ. Một Extranet cung cấp một Internet site có thể truy nhập đến một nhóm người đã chọn.

Trong một Extranet site, các khách hàng và các đối tác hiện tại được cung cấp truy nhập có bảo vệ bằng mật khẩu đến thông tin thích hợp. Các đối tác và khách hàng có thể truy nhập đến các thông tin này trong khi công chúng nói chung không truy nhập được. Các Extranet có thể sử dụng các công nghệ mã hoá và mật khẩu để đảm bảo an toàn cho việc truy nhập đến site của bạn. Đối với các giao dịch giữa các doanh nghiệp, các Extranet có thể đảm bảo thương mại điện tử an toàn. Extranet có thể tự động hoá chia sẻ thông tin bằng cách cung cấp truy nhập thông tin đến thông tin cụ thể và truy nhập có quản lý đến các cơ sở dữ liệu nội bộ.

Trong một Internet site, có thể tạo ra một vị trí để phân phối thông tin không cần giữ bí mật; và có thể đồng thời khai thác nhiều dịch vụ Extranet, mỗi dịch vụ tập trung vào các nhu cầu của một nhóm khách hàng cụ thể. Ví dụ, các khách hàng hiện tại mua từ các dây chuyền sản phẩm khác nhau có thể truy nhập đến dịch vụ Extranet, được tập trung vào

nhu cầu của họ. Các đối tác kinh doanh có thể có truy nhập đến một site của một đối tác khác có thông tin về giá cả, xúc tiến bán hàng hay các dịch vụ cá nhân hoá khác. Các nhà đầu tư có thể truy nhập đến một Internet site có các thông tin tài chính hay các chiết khấu dành riêng cho họ. Mỗi Extranet site có thể chia sẻ truy nhập đến ứng dụng thương mại điện tử của công ty. Có thể quy định các sản phẩm khác nhau hay cung cấp các chiết khấu dựa trên Extranet hay các mật khẩu người sử dụng.

Chẳng hạn một công ty sản xuất dược phẩm có web site mà khách hàng thăm quan để tìm hiểu thêm thông tin về một số sản phẩm thông dụng bán ở các quầy thuốc. Site này bao gồm các thử nghiệm gần đây, kinh nghiệm sử dụng, các khuyến nghị và các cảnh báo về hiệu ứng phụ. Công ty cũng có thể tạo ra một Extranet site cho các nhân viên bán hàng của mình. Các đại diện bán hàng cần phải biết vị trí không công bố của site này và có số nhận dạng cá nhân để truy nhập thông tin. Một khi đã vào Extranet site, các đại diện bán hàng có thể đặt hàng, theo dõi xu thế đặt hàng của các khách hàng, tìm hiểu các thông tin về khuyến .mãi và nhận được thông tin cạnh tranh. Các bác sĩ có thể được cung cấp truy nhập đến một Extranet site khác. Trên Extranet site của các bác sĩ, công ty có thể xây dựng các nhóm thảo luận cho các bác sĩ, những người đã sử dụng sản phẩm đó, cung cấp các kết quả thử nghiệm lâm sàng và có các dịch vụ đặc biệt phục vụ cho mua hàng thực tuyến.

1.7 Internet ảnh hưởng đến phong cách làm việc như thế nào?



Internet làm thay đổi phong cách mọi người làm việc.

Số hoá. Các nhân viên có khả năng lưu trữ rất nhiều loại thông tin trên máy tính.

Toàn cầu hoá: Internet phục .vụ cho cộng.- đồng toàn cầu. Các nhân viên và đối tác có thể ở bất cứ đâu.

Tính cơ động. Các nhân viên có . thể truy nhập đến thông tin bất kể là họ đi đâu và ở đâu

Các nhóm làm việc. Các nhân viên ở các vị trí khác nhau có thể hợp tác trong các dự án.

Tính tức thời. Các nhân viên có thể có truy nhập thời gian thực đến thông tin bất kể họ đang ở đâu.

Internet làm thay đổi phong cách mọi người làm việc.

Số hoá. Mọi thông tin mà có thể số hoá có thể lưu trữ và truy xuất bằng máy tính và do đó nâng cao khả năng truy nhập thông tin; không cần thiết có sự can thiệp của con người. Nếu một công ty có một kho lưu trữ các băng vi đeo được sử dụng phục vụ cho các mục đích quảng cáo, công ty đó có thể số hoá và lưu trữ các băng video này trên một máy chủ video trung tâm. Nếu một nhân viên trong văn phòng quảng cáo ở bất cứ đâu muốn ,xem một chiến dịch quảng cáo cách đây hay năm, nhân viên đó sẽ không cần nhờ đến *một* nhân viên khác ở văn phòng lưu trữ trung tâm để mượn băng video. Giờ đây, họ có thể truy nhập đến máy chủ video thông qua mạng Intranet của công ty và xem băng video này trên PC trong văn phòng của mình.

Toàn cầu hoá. Internet cung cấp cho các công ty một cơ sở hạ tầng để cung cấp cho các đối tác và nhân viên của mình truy nhập đến thông tin, bất kể là đang ở đâu. Trước kia, các nhân viên cần phải ở gần cơ sở thông tin thì mới truy nhập được.

Tính cơ động. Công nghệ Internet cung cấp cho mỗi người khả năng truy nhập đến thông tin từ bất cứ đâu. Các nhân viên vẫn có thể truy nhập bình thường đến thông tin không kể làm việc ở nhà hay ở cơ quan, ngoài -ra khi cần đi lại nhiều để hỗ trợ khách hàng không còn bị hạn chế bởi việc không có khả năng truy nhập thông tin nằm trong công ty. Việc truy nhập thông tin từ bất cứ đâu vào bất cứ lúc nào cho phép cải thiện khả năng của công ty trong việc đáp ứng các nhu cầu của khách hàng.

Các nhóm làm việc. Công nghệ Internet hỗ trợ chia sẻ dữ liệu và sự hợp tác giữa các nhân viên. Thông tin về dự án và các cuộc đối thoại tương tác giờ đây có thể lưu trên các máy tính Các công ty có thể' tạo ra các nhóm phát triển chung, trong đó các thành phần của nhóm có thể ở các vùng địa lý khác nhau. Các công cụ hợp tác như newsgroup (nhóm tin), chat group (nhóm tán gẫu) và các bảng tin có thể sử dụng để các thành viên của các nhóm này gửi các ý kiến đóng góp và liên lạc với nhau.

Tính tức thời. Mọi người có thể truy nhập tức thời đến thông tin, bất kể là ngày hay đêm. Bằng cách truy nhập vào

một web si te, một Extranet của đối tác hay Intranet của công ty; người có .nhu cầu thông tin có thể tìm kiếm ngay lập tức các thông tin về giá cả, cấu hình hay thời gian giao hàng.

1.8 Loại bỏ trung gian là gì?



Loại bỏ trung gian là quá trình tiến gần hơn đến khách hàng bằng cách loại bỏ những khâu trung gian như thời gian, con người, kênh phân phối.

Sự thực: Trung gian hoá là quá trình tạo ra một khâu trung gian mới; nhà đấu giá trực tuyến eBay là một khâu trung gian.

Có thể loại bỏ sự trung gian của thời gian, con người và các kênh phân phối. Bằng cách cung cấp cho các khách hàng, đối tác và các nhân viên truy nhập trực tiếp đến thông tin, bạn có thể cung cấp cho họ sự kiểm soát đầy đủ trong việc yêu cầu và nhận thông tin.

Có thể loại bỏ sự trung gian của **thời gian** bằng cách tự động hoá một thủ tục. Việc tự động hoá các quá trình và cung cấp cho mọi người các công cụ Internet để truy nhập đến các quá trình đó có thể tiết kiệm thời gian.

Nếu các thủ tục đặt hàng hiện tại của công ty bao gồm việc sử dụng một nhân viên để nhập đơn đặt hàng thì việc tự động hoá các thủ tục này có thể loại bỏ sự trung gian của **con người**.

Một nhà sản xuất chưa bao giờ bán hàng trực tiếp cho khách hàng có thể quyết định mở một site mua bán hàng trực tuyến. Site mua bán hàng trực tuyến này có thể cung cấp các dịch vụ bán hàng trực tiếp, loại bỏ sự trung gian của **kênh phân phối**.

Bằng cách cung cấp cho khách hàng, đối tác, truy nhập trực tiếp đến thông tin, người trung gian về thông tin bị loại bỏ. Trước kia, một khách hàng phải fax một đơn đặt hàng và sau đó đợi đại diện bán hàng gọi lại hẹn ngày tháng có hàng. Giờ đây khách hàng có thể đặt hàng trực tiếp bằng cách sử dụng Extranet site. Khi khách hàng này đặt hàng, Extranet site sẽ hiển thị thời điểm có hàng đối với các mặt hàng khác nhau. Nếu khách hàng thấy rằng phải chờ đợi một mặt hàng quá lâu thì có thể thay thế một mặt hàng khác có thời gian chờ đợi ngắn hơn. Với truy nhập trực tiếp đến thông tin, khách hàng không phải chờ đợi đại diện bán hàng.

Một điều thú vị là trong một số trường hợp, Internet đã tạo ra **sự trung gian hoá**. Trung gian hoá là đối nghĩa của loại bỏ trung gian: Nó là sự bổ sung người trung gian để tạo điều kiện dễ dàng hơn cho kinh doanh. eBay, nhà đấu giá trực tuyến, là một ví dụ về trung gian hoá. eBay không có sản phẩm, kho hàng hay hàng lưu trữ. Những người có hàng muốn bán sẽ đăng ký với eBay. Những người muốn mua hàng sẽ đến eBay để xem có những mặt hàng gì đang chào bán. Nếu không có dịch vụ kiểu như ebay, những người mua và người bán rất khó gặp nhau. eBay bổ sung thêm trung gian cho quá trình mua bán hàng hoá.

1.9 Thị trường và Marketing đám đông



Internet cung cấp cho các công ty cơ sở hạ tầng để tham gia vào sự chuyển đổi mô hình.

Bạn có thể chuyển từ việc cung cấp các thông tin và sản phẩm phổ thông sang cung cấp các thông tin và sản phẩm tùy biến theo nhu cầu của khách tham quan.

Để cung cấp tùy biến đám đông, hai công nghệ được sử dụng là:

Công nghệ đẩy. Người tìm kiếm được cung cấp tự động các thông tin thông qua việc được gửi đến đúng vị trí cần thiết. Điều này tương tự như huyền hình mà trong đó các hãng phát sóng phát thông tin trên các làn sóng và người tiêu dùng lựa chọn kênh mà mình thích.

Công nghệ kéo. Người tìm kiếm phải bày tỏ nhu cầu để nhận được thông tin. Điều này giống với máy đổi tiền tự động **ATM** mà trong đó người tiêu dùng nhập mật khẩu của mình vào và sau đó nhận được các thông tin tài khoản mà người tiêu dùng đó đã quy định.

Trước đây, các công ty phải tập trung các nỗ lực marketing của mình vào việc phân đoạn thị trường và marketing đám đông vào các đoạn thị trường này. Xu thế mới, sử dụng các công cụ Internet để tạo ra các dịch vụ mà trong đó các khách hàng và đối tác có thể quy định những sở thích của mình và một web site có thể cung cấp các thông tin phù hợp với nhu cầu của họ. Những con búp bê được bán với các màu da khác nhau là một ví dụ về marketing đám đông' đến các đoạn thị trường. Phương pháp tiếp cận này cung cấp khả năng tập trung sản phẩm của bạn vào các đặc tính riêng lẻ của một nhóm người, cung cấp một sản phẩm độc đáo thích ứng với từng người cụ thể và ngược lại, những người này sẽ làm tăng thị phần và lợi nhuận.

Internet cung cấp một cơ sở hạ tầng để tham gia vào trong sự chuyển đổi mô hình marketing hiện tại. Nó cung cấp cho những khách tham quan đến site những công cụ để tùy biến thông tin mà bạn cung cấp theo yêu cầu của họ. Những công cụ này có thể phức tạp như là một biểu có giao diện với cơ sở dữ liệu hoặc chỉ là một thư điện tử được tạo ra một cách tự động dựa trên các điều kiện mà khách tham quan quy định.

Phòng Barbie Doll (búp bê Barbie) của hãng Mattel đã sử dụng tùy biến đám đông trên web site của mình để cung cấp một sản phẩm mới và độc đáo. Internet cung cấp một giao diện người sử dụng để truy nhập đối với dịch vụ tùy biến mới này. Trước kia, hãng Mattel chỉ marketing đám đông các búp bê của mình. Hãng này sản xuất các búp bê có các màu da, tóc và quần áo khác nhau dựa trên cơ sở lấy mẫu dân số chung. Với tùy biến đám đông, hãng Mattel có thể cung cấp cho một khách hàng đến site của mình một con búp bê độc đáo Các khách hàng có thể chọn màu da, màu mắt, màu tóc, kiểu tóc và quần áo. Họ có thể cá nhân hoá búp bê bằng một cái tên riêng. Sau khi khách hàng lựa chọn, web site sẽ thể hiện một đồ họa cho thấy hình dáng của búp bê. Lúc này, khách hàng có thể điều chỉnh bất cứ thành phần nào. Một khi đã thoả mãn, khách hàng có thể đặt mua trực tuyến, Phòng búp bê Barbie đã hỗ trợ ứng dụng web này một cơ sở dữ liệu mạnh, được tích hợp chặt chẽ với một dây chuyền sản xuất mới thiết kế riêng nhằm mục đích chế tạo và chuyên chở các búp bê đã được cấu hình riêng lẻ. Phòng búp bê Barbie của hãng Mattel phải mất hai năm để phát triển và thực hiện dây chuyền chế tạo cho sản phẩm mới này. Hãng Mattel đã ở trong giai đoạn kế hoạch sơ khởi cung cấp sản phẩm tùy biến đám đông. Hãng cho rằng Internet là một công cụ lý tưởng để cung cấp dịch vụ tùy biến đám đông.

Tùy biến đám đông xuất hiện dưới hai dạng: Đẩy và kéo. Công nghệ **kéo** phụ thuộc vào thông tin mà khách hàng quy định. Khách hàng lấy thông tin từ web site. Phần lớn các web site đều dựa trên công nghệ kéo. Khách hàng chỉ ra site mà họ muốn đến bằng cách nhập **URL** (địa chỉ web). Lúc đó, site này sẽ khả dụng đối với khách hàng đã yêu cầu thông tin. Một dạng kéo phổ biến là sử dụng màn hình nhập dữ liệu. Các khách hàng hay đối tác chọn các phương án mà họ quan tâm. Một trang web mới được tạo ra và thể hiện dựa trên các tiêu chí này, cho phép họ dễ dàng tìm kiếm thông tin.

Barbie Doll site tùy biến là một ví dụ về công nghệ kéo. Federal Express cũng vậy. Nếu gửi một gói hàng thông qua

Federal Express, bạn vào Federal Express web site, nhập nước đến và số theo dõi vận đơn (air-bill) và nhận được thông tin về việc khi nào gói hàng của bạn sẽ đến. Đây là một cách thuận

tiện để khách hàng truy nhập thông tin tùy biến.

Công nghệ **đẩy** cũng là một cách cung cấp cho các khách hàng thông tin tùy biến đám đông. Đó là thông tin được gửi trực tiếp đến các khách hàng và đối tác bằng máy chủ của web site. Phát truyền hình là một ví dụ về công nghệ đẩy. Trong khi phát truyền hình, hãng phát sóng gửi thông tin trên các làn sóng và người tiêu dùng sẽ chọn kênh mà họ thích. Công nghệ đẩy được gọi là công nghệ dựa trên sự kiện. Một người tiêu dùng có thể đặt ra các tham số giá chứng khoán với tổ chức tài chính của mình. Khách hàng sẽ điền một biểu trực tuyến quy định rằng nếu giá chứng khoán xuống hay tăng ngoài giới hạn đã nêu thì tổ chức tài chính phải thông báo cho khách hàng.

Công nghệ đẩy tương tự cũng được sử dụng để thông báo cho các khách hàng khác nhau về các loại sự kiện khác nhau. Một công ty chế tạo có thể sử dụng công nghệ đẩy để thông báo cho khách hàng về việc một phụ kiện đã được chuyển hay chưa hoặc một cơ quan thể thao có thể sử dụng công nghệ đẩy để thông báo cho một cổ động viên thể thao kết quả trận đấu.

E-mail là một công cụ thông báo phổ biến đối với công nghệ đẩy. Các công ty gửi hay đẩy e-mail đến các khách hàng và đối tác những người đã đăng ký vào một danh sách gửi thư (mailing list) cụ thể. Các danh sách gửi e-mail có thể cung cấp cho các khách hàng và đối tác thông tin về tăng cường sản phẩm, chuyên mục về giá hay các bảng tin hỗ trợ. Các khách hàng và đối tác có thể đăng ký tham gia vào một danh sách gửi thư trên một web site bằng cách bổ sung tên của mình vào danh sách gửi thư đó. Đối với thị trường chứng khoán, khách hàng điền một biểu mẫu chi tiết hoá các chứng khoán mà khách hàng đó quan tâm và giá tối đa cũng như tối thiểu. Thông tin do khách hàng đã xác định trên biểu mẫu được để trong cơ sở dữ liệu. Khi chứng khoán đạt mức tối đa hay tối thiểu đã xác định, cơ sở dữ liệu sẽ tự động tạo ra một e-mail thông báo cho khách hàng về sự kiện đó.

Tổ chức tài chính cũng có thể kích hoạt các công cụ bán hàng sao cho phù hợp với các sự kiện công nghệ đẩy. Tại cuối trang e-mail, tổ chức tài chính có thể đưa vào một địa chỉ web (**URL**) đã được siêu liên kết. Khi kích vào địa chỉ này, khách hàng sẽ được đưa đến một màn hình web mà ở đó khách hàng được yêu cầu nhập số nhận dạng cá nhân (**PIN**) của mình. Khi kiểm tra **PIN** xong, thông tin trích chéo của khách hàng tự động hiện lên và khách hàng có thể tiến hành đặt hàng.

Internet hỗ trợ cho việc tích hợp nhiều loại thiết bị điện tử khác nhau. Bằng cách tích hợp công nghệ web vào các máy nhắn tin, các công ty có thể đẩy thông tin thời gian thực đến các thuê bao của mình. Thông báo bằng máy nhắn tin có thể được sử dụng khi cần gửi thông tin quan trọng về mặt thời gian đến một khách hàng có hạn chế về truy nhập máy tính nhưng có truy nhập 24/24 giờ đến mạng nhắn tin (tức là pagernumber@skytel.com). Một tổ chức tài chính có thể gửi thông báo bằng e-mail cho máy nhắn tin của khách hàng. Khách hàng có thể đang chơi golf nhưng vẫn được thông báo về cơ hội mua bán. Hay một công ty chế tạo có thể thông báo cho khách hàng của mình, người đang làm việc tại hiện trường, rằng một cấu kiện quan trọng đã ra khỏi nhà máy. Đây là một cách hiệu quả để cung cấp các dịch vụ được tùy biến cụ thể đến các khách hàng.

1.10 Những bất cập trên các phương tiện truyền thông hiện nay trên Internet?



Các phương tiện truyền thông đưa tin rất nhiều về những sự bất cập trong việc kinh doanh trên Internet.

Có thể nghe thấy những bất cập sau đây của việc kinh doanh trên Internet:

- Các tin tặc có thể truy nhập đến thông tin cá nhân của mình
- Thương mại hoạt động không hiệu quả trên Internet.
- Các giao dịch không an toàn.

Kể từ khi Internet bùng nổ, có rất nhiều câu chuyện về những mong đợi không được thoả mãn của thương mại trên Internet, những rủi ro kinh doanh trên Internet và khả năng các tin tặc truy nhập đến thông tin cá nhân. Vì đa số các doanh nghiệp đều quan tâm đến cả những lợi ích cũng như thiệt hại mà thực tế và có thể của kinh doanh trên Internet nên chúng ta cần phải hiểu được những rủi ro thực tế có thể xảy ra trên Internet.