

# E-COMMERCE

## Curs 6



**1. Standarde semnificative pentru tranzacții financiare**

**2. Metode de plată:**

- ✓ **Plata cu cardul**
- ✓ **CyberCash (Digital wallet)**
- ✓ **Sisteme de plată online bazate pe o valoare depozitată**
- ✓ **E-cash**
- ✓ **SmartCard**

**3. Sisteme de marketing pentru ecommerce. Studii de caz**



## Standarde semnificative pentru tranzacții financiare

---

Tranzacțiile financiare tradiționale oferă un set special de caracteristici:

- confidențialitate
  - integritate
  - autentificare.
- } cerințe ce trebuie să fie respectate și în cazul tranzacțiilor electronice.

✓ Există soluții tehnologice pentru furnizarea acestor principii online.

Ex: autentificare → semnătură digitală

✓ Sistemele electronice de plată au fost făcute în scopul de a transfera bani din contul bancar al clientului în contul comerciantului, dar respectând anumite condiții.

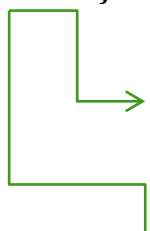
✓ Cărțile de credit reprezintă forma dominantă a plăților on-line.

✓ 2004: prima plată cu cardul în România.



Există două standarde semnificative dezvoltate pentru a efectua tranzacții electronice:

1. protocolul **Secured Electronic Transaction (SET)**, dezvoltat de un consorțiu condus de Master Card și Visa



criptarea tranzacțiilor bazate pe cărți de credit sau carduri de debit, prin utilizarea certificatelor digitale pentru a asigura identitatea tuturor părților implicate într-o achiziție.

Prevede:

- autentificare (pentru client, dealer, banca ce a eliberat cardul sau banca celui care comercializează);
- confidențialitate;
- integritatea de mesaje, deoarece nu poate fi modificat de către părți terțe;
- o conexiune ce permite trimiterea unui mesaj cu atașament unei persoane, aceasta fiind singura ce îl poate citi. În acest fel, citirea numărului de card este permisă doar dacă tranzacția este aprobată.



## 2. Joint Electronic Payment Initiative (JEPI)

- condus de World Wide Web Consortium (W3C) și CommerceNet.
- acest protocol este o încercare de standardizare a negocierilor de plată.

● Din punctul de vedere al clientului, servește ca o interfață care activează un browser Web și aplicații pentru efectuarea plății ce utilizează protocoale specifice.

● Pe partea de server, protocolul acționează între straturile rețea și transport.



Câteva din avantajele efectuării plăților prin mijloace electronice:

- reducerea costurilor,
- scăderea riscului de apariție a erorilor,
- reducerea timpului necesar realizării operațiunilor.

Plățile online sunt dominate de metoda ce folosește cărțile de credit.

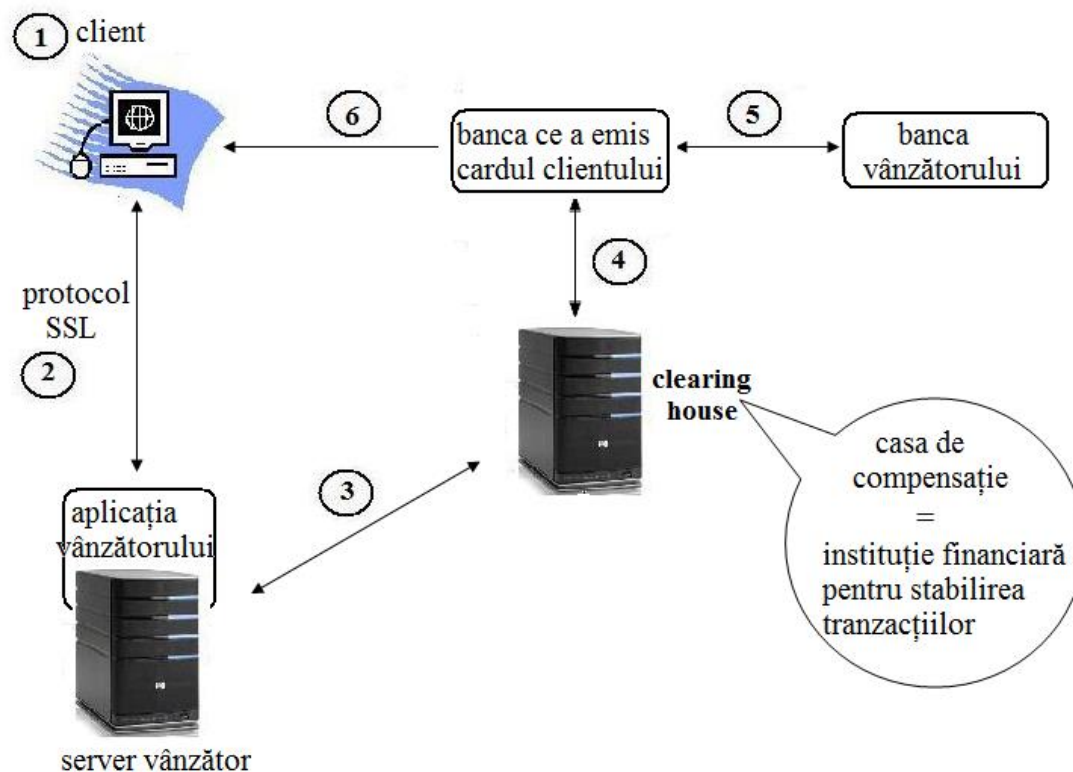
Într-un astfel de proces sunt implicați:

- clientul,
- vânzătorul,
- banca ce a emis cardul folosit de client,
- banca vânzătorului,
- sisteme antifraudă dezvoltate de MasterCard și Visa care permit creșterea securității tranzacțiilor online prin solicitarea unei parole la fiecare plată online.

Un astfel de exemplu este 3D-Secure.



## Tranzacțiile în cazul plății cu cardul



1. Clientul face cumparaturi online.
2. Protocolul SSL oferă o conexiune sigură la serverul comerciantului.
3. Aplicația comerciantului lansează o cerere casei de compensație.
4. Casa de compensație verifică soldurile conturilor băncii emitente (Visa, MasterCard).
5. Banca emitentă creditează contul vânzătorului.
6. Debitarea contului clientului este transmisă clientului.

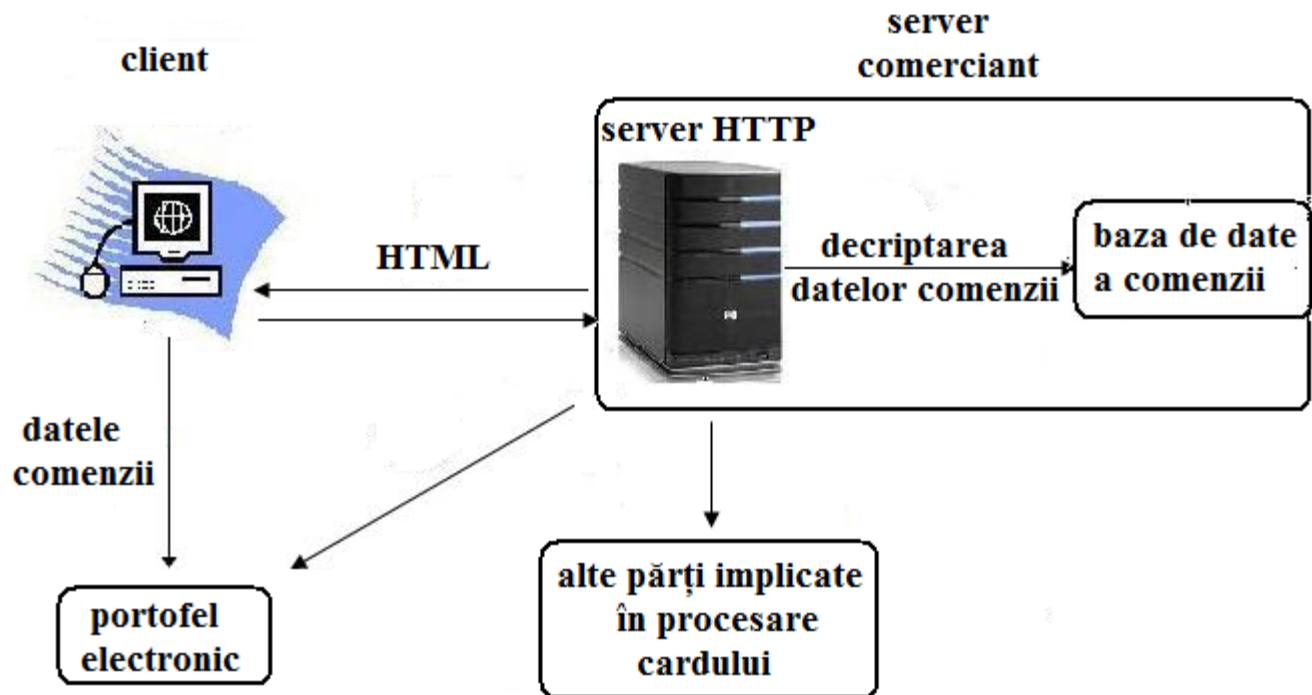


## Metode de plată în e-commerce

● **Digital wallet (portofel digital/ CyberCash)** = o componentă software în care clientul poate să salveze numerele cărților de credit și diverse date personale permițând tranzacțiile online securizate. Această aplicație poate să fie instalată fie pe calculatorul clientului, fie pe serverul vânzătorului.

### *Funcții:*

- a. Autentificarea consumator, utilizând diferite metode de criptare;
- b. Stocare și transfer de valoare;
- c. Securizează procesul de plată de la client la vânzător.





## ● Sisteme de plată online bazate pe o valoare depozitată

Permite clienților să efectueze plăți on-line către vânzători, bazându-se pe o valoare depozitată într-un cont online.



### Sistemul PayPal

✓ se folosește de infrastructura financiară existentă într-o țară

✓ foarte popular în USA

[www.paypal.com](http://www.paypal.com)



✓ Condiție obligatorie: atât cumpărătorul cât și vânzătorul să aibă cont PayPal.

*2006: este introdus PayPal în România de către DotCommerce România*



- **Digital cash (e-cash):** transmiterea jetoanelor autentificate reprezentând o valoare în numerar de la client la comerciant.

Clientul va depune banii în bancă sau folosește un card de credit.  
Banca emite jetoane digitale pentru numerar (numere criptate).

- ✓ Fiecare token este validat de către bancă, prin semnătură digitală înainte de transmitere.
- ✓ Clientul trebuie să-și cheltuiască aceste jetoane pe site-ul vânzătorului.
- ✓ Pe de altă parte, vânzătorul depozitează aceste jetoane în banca sa.



1. Computerul clientului generează un număr care corespunde unei anumite sume de bani;

2. Clientul criptează acest număr.

3. Banca decriptează mesajul, verificând faptul că vine de la clientul specificat și debitează contul clientului.

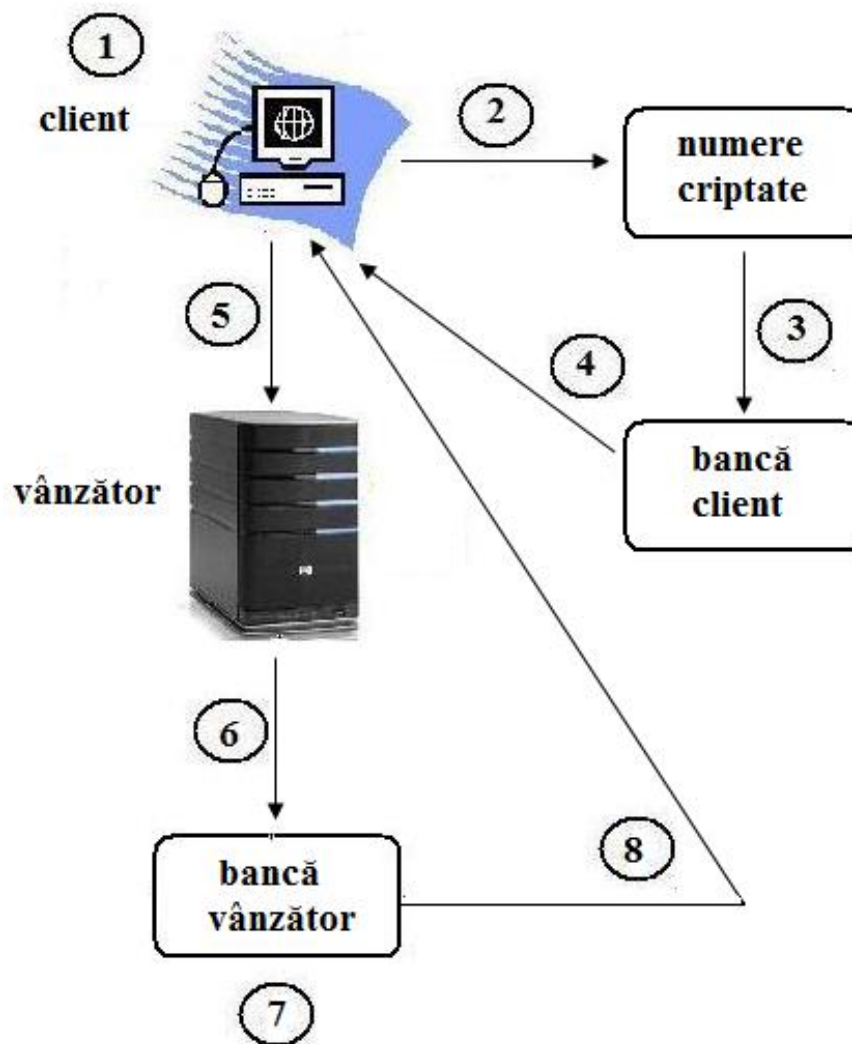
4. Banca adaugă semnătura digitală unui număr și se întoarce la client.

5. Clientul trimite numărul vânzătorului.

6. Vânzătorul trimite numărul băncii sale.

7. Banca vânzătorului verifică numărul și creditează contul vânzătorului cu suma specificată pe care clientul vrea să o cheltuiască.

8. Numărul clientului este adăugat în lista cheltuielilor.





## *SmartCard*

- ✓ Este un tip de sistem ce stochează diverse date, inclusiv informații personale.
- ✓ Suportă orice tranzacție comercială electronică și poate fi folosit prin trecera lui printr-un cititor special.
- ✓ Poate să cuprindă de 100 de ori mai multe date decât cardurile de credit, inclusiv date de indentificare personală, conturi bancare, informații legate de sănătate etc.
- ✓ Prin metoda SmartCard se elimină portofelul clasic chiar dacă arată ca o carte de credit cu unul sau mai multe microcircuite de tip microcontroller.

### *Beneficii:*

[ siguranță,  
capabilități active antifraudă,  
flexibilitate în diverse aplicații  
posibilitatea de validare off-line.

- ✓ Poate fi folosit în combinație cu diverse date biometrice cum ar fi amprenta digitală, amprenta vocală sau geometria mâinii.



Sistemele de Marketing existente, incluse în platformele de comerț electronic sunt foarte performante.

Ele asistă, de cele mai multe ori, întreg procesul economic, comunicând prin mesaje cu clientul și îmbunătățind astfel vânzările.

Sistemul Marketing are următoarele funcții:

➡ Satisfacerea clientului, capacitate de vânzare, publicitate, testare, campanii de email, reduceri de prețuri, cupoane.

➡ Combinarea și prioritizarea produselor din campanii.



## *Metode de realizare a campaniilor:*

---

Reduceri de preț: creare și editare de reduceri, combinarea reducerilor, aplicarea reducerilor în funcție de nivelul comenzii sau livrarea produsului.

*Exemplu:* când cumperi un produs și la al doilea obții o reducere de 20 %.

Anunțuri publicitare.

*Exemplu:* Prezentarea unui produs nou chiar în pagina home a site-ului.

Vânzări sugestive. Crearea unor expresii pe care să le utilizezi în cazul reducerilor sau a adăugării unor produse bonus.

*Exemplu:* dacă într-un coș de cumpărături există produsul A, va apărea și un banner cu produsul bonus B.

Poșta. Crearea și trimiterea directă a mail-urilor la o listă de utilizatori.

*Exemplu:* trimiterea unei scrisori cu promoții către toți clienții activi în fiecare lună.



## Alte funcții ale unui Sistem Marketing

---

➡️ Campanii administrative pentru clienții care concurează în aceeași industrie astfel încât produsele bonus ale competitorilor să nu apară în aceeași pagină.

➡️ Permitearea clienților să vizualizeze pe Web publicitatea și reducerile prin utilizarea cupoanelor sau introducerea unor coduri pentru promoții.

➡️ Permitearea managerilor să creeze și să administreze campanii de reduceri, publicitate, poștă directă ca elemente ajutătoare ce sporesc vânzările.

➡️ Campanii publicitare

➡️ Generarea de rapoarte.



Într-o platformă de e-commerce, sistemele de tip Marketing se integrează perfect cu catalogul, sistemul dedicat comenzilor, de cel ce se ocupă de profilele clienților, precum și cu depozitul de date.

Module specifice sistemelor marketing:

- ❑ **Campanii.** Acest modul se integrează cu sistemul Profil și Catalog prin expresii ce permit orientarea publicității către clienți și aplicarea reducerilor la produse.

- ❑ **Motoare pentru permite evaluarea expresiilor.** O astfel de expresie este o condiție prin care se pot face evaluări în concordanță cu profilul pentru a determina ce acțiune urmează să se execute.

*Exemplu:* dacă expresia *user total visit > 100* este evaluată la TRUE, atunci un anumit fragment de conținut este afișată clienților care au vizitat site-ul de mai mult de 100 de ori.





### ❑ **Module pentru managementul listelor de email-uri.**

Administrează lista de utilizatori creată pentru o campanie de mail. Se pot crea, importa și exporta liste multiple în funcție de profilele utilizatorilor. Baza de date a acestui tip de administrare menține listele de mail-uri și listele sortate pe job/task.

❑ **Sevicii pentru email direct** pentru trimiterea emailurilor personalizate sau a celor nepersonalizate dintr-un fișier text către un grup mare de clienți.

Acest serviciu ține evidența email-urilor care au fost trimise și a celor care au fost deschise astfel încât se poate analiza ulterior dacă a avut succes campania. Acest tip de modul se proiectează astfel încât să trimită emailuri personalizate la milioane de utilizatori.



## Managementul datelor privind reducerile și cupoanele:

- ✓ Afișarea reducerilor bazată pe informațiile de target, suma totală a coșului, diverse reduceri asupra taxelor.
- ✓ Administrarea reducerilor și cupoanelor prin crearea unei forme predefinite pentru reduceri și cupoane, prin reduceri cu cupoane incorporate sau prin definirea unei politici în legătură cu interacțiunile dintre reduceri.
- ✓ Importarea și exportarea seriilor de cupoane.
- ✓ Integrarea cu BD a comenzilor pentru reduceri aplicate la nivelul fiecărui produs în parte.



## Securitatea marketingului:

✓ Se pot asigura diverse roluri:

- Administrator marketing
- Creator de conținut
- Aprobator
- Viewer

- Administratorul de marketing – are acces complet la toate taskurile și desemnează roluri pentru alți utilizatori.
- Pentru crearea și administrarea publicității
- Pentru administrarea poștei directe
- Pentru crearea și administrarea reducerilor
- Pentru crearea și administrarea expresiilor ce fac posibilă declanșarea unor campanii
- Pentru aprobarea de campanii, reduceri, publicitate, poșta directă.
- Pentru administrarea clienților, campaniilor, cupoanelor; dreptul de a importa, exporta sau genera listele cu utilizatori.
- Vizualizarea informațiilor legate de modulele de marketing (viewer).



## Modulul dedicat managementului de marketing

---

- permite managerilor de business să personalizeze experiența clientului în cumpărarea produselor cu ajutorul unui mecanism prin care se determină tipul conținutului pe care clientul îl vede precum și timpul de livrare.
- Cu ajutorul acestui manager de marketing, poți crea campanii de reduceri sau de mail direct, iar apoi să specificei când să livrezi conținutul unui grup specific de clienți.
- Taskuri:
  - ✓ Administrează clienții, campaniile, publicitatea, reducerile, codurile promoțiilor, liste, mail-uri directe.
  - ✓ Personalizează experiența cumpărătorilor.
  - ✓ Crearea programului de campanii pentru clienții care concurează în aceeași industrie.
  - ✓ Crearea de mail direct pentru distribuirea mesajelor către grupurile de clienți orientată pe aceeași zonă de produse. Aceste emailuri pot avea atașate imagini, URL-uri sau reduceri.



## Administrarea unei campanii de marketing

---

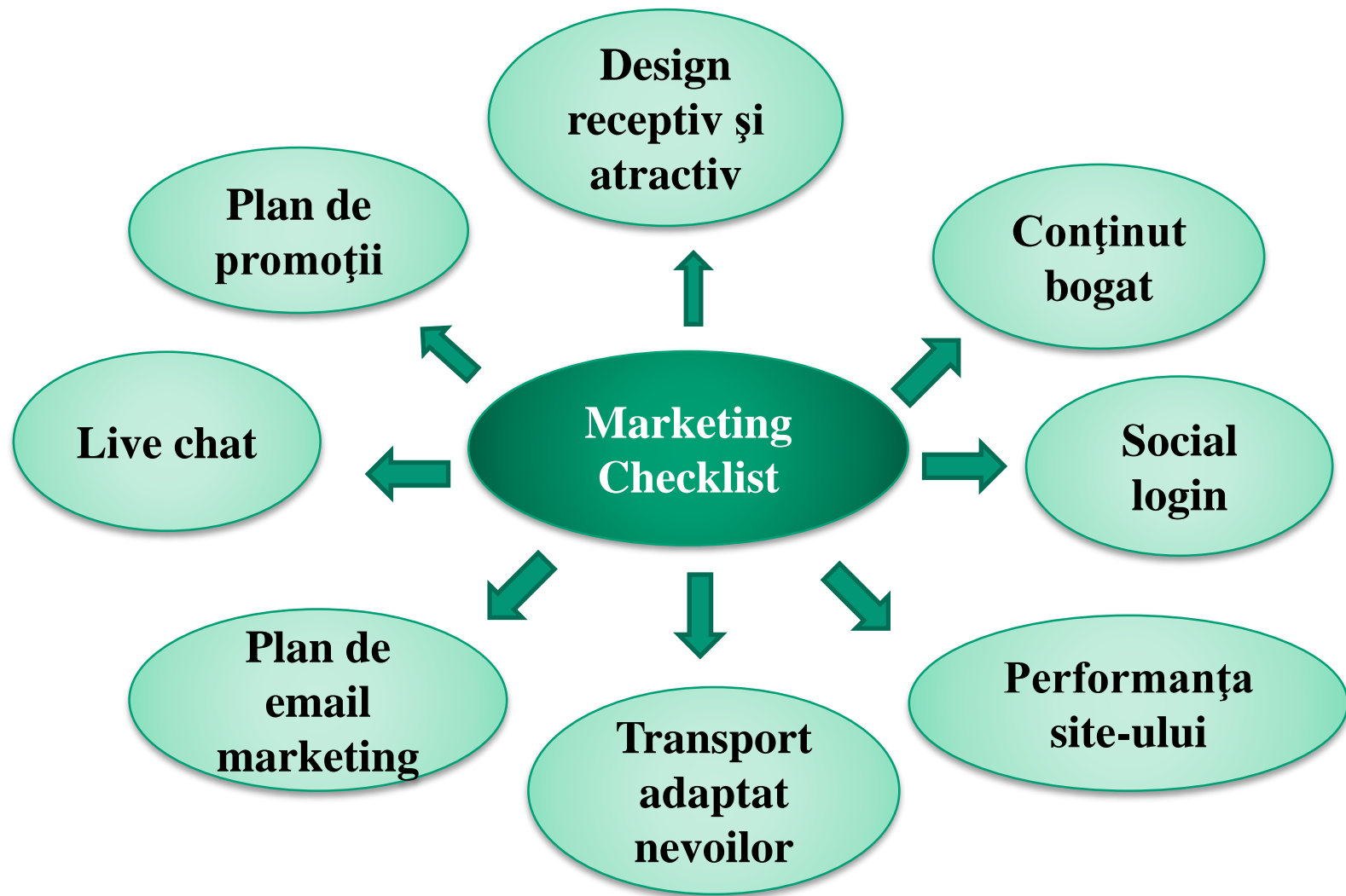
**Campania** reprezintă un program de marketing constând într-unul sau mai multe contracte și comenzi pentru un client.



De exemplu poți avea o campanie pentru a introduce noi produse, să păstrezi utilizatorii curenți sau să crești impunerea pe piață.

- ✓ Dirijează publicitatea și reducerile utilizatorilor cu un anume profil. În acest caz, trebuie setat profilul utilizatorului și integrat în campanie. Pentru fiecare pagină publicitară, se poate specifica dacă profilul pentru utilizatorul care face browsing pe acea pagină va fi de interes pentru el sau va fi ignorat.
- ✓ Derulează campanii pentru clienții care sunt concurenți în aceeași industrie. Publicitatea concurentă nu apare niciodată pe aceeași pagină.
- ✓ Facturarea companiilor de publicitate pe baza numărului de elemente de publicitate folosite.





# STUDII DE CAZ

---





- ❑ Cea mai mare companie de licitații online din lume.
- ❑ Platformă de tranzacții globale unde oricine poate comercializa orice
- ❑ Urmărește nu doar vânzarea unor obiecte, ci apropierea și conectarea oamenilor
- ❑ A început de la C2C și a adăugat B2C, ajungând la 150 milioane de utilizatori
- ❑ Poți licita (aproape) orice obiect
- ❑ Categoriile ușor de accesat
- ❑ Propriul sistem de plată (PayPal)

❖ Nu au social login

❖ Vanzatorii nu pot da feedback negativ cumparatorilor





- ☐ Cea mai valoroasă companie din lume
- ☐ Inovație și tehnologie de ultimă oră
- ☐ Produse de calitate
- ☐ Site de prezentare a produselor, dar și de vânzare a acestora
- ☐ Magazine proprii în toată lumea
- ☐ Design simplu și clar
  - structura arborescentă
  - efecte și dinamism
  - fără reclame
- ☐ Timp de răspuns mic (  $\approx 1.50$  s) – conform pingdom.com
- ☐ Cumpărare rapidă: Select -> Add to cart -> Checkout
- ☐ Conținut bogat (poze, video, specificații) cu accent pe produs



- ❖ Promoții aproape inexistente (preț fix)
- ❖ Login pe bază de rețele sociale
- ❖ Fără funcție de filtrare a produselor





**PRODUSE**

Promoțiile săptămânii

Resigilate

Lichidări de stoc

Card Cadou

**Câștigă un laptop ASUS!**



Computere & Periferice

Telefoane & Tablete

TV, Electronice & Foto

Electrocasnice

Ingrijire personala

Gaming PC & Console

Carti, Muzica & Filme

Casa & Gradina

Petshop

Auto, Asigurari & Roviniete

Bebe, Copii & Bata

Laptopuri

Accesorii laptop

Hard-disk, memorii, genti & altele

Tablete

Accesorii tablete

Desktop PC & monitoare

Componente PC

Periferice & accesorii

Hdd extern, boxe, memorii usb, mouse & altele

Imprimante & scanere

Consumabile & accesorii

Birotica & papetarie

Software

Sisteme operare, antivirus & altele

**Autentificare**

email\_

parola\_

Am uitat parola!  
Nu am cont

**>> continuă**

sau

Autentifică-te cu:



- ☐ Activitate încă din anul 2001
- ☐ A început cu produse de birotică și și-a extins oferta
- ☐ Sistem de livrări efficient
- ☐ Structură pe categorii

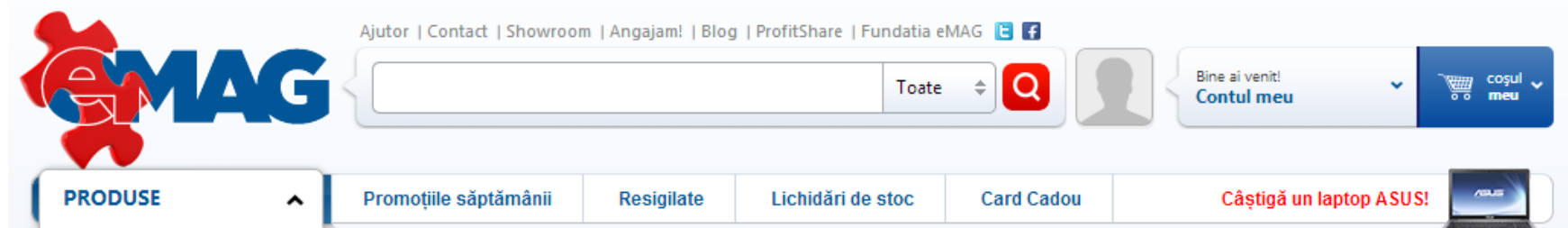
produse

|-> categorie 1 -> subcategorii

|-> categorie 2 -> subcategorii

- ☐ Filtrare a produselor
- ☐ Login pe bază de rețele sociale
- ☐ Cumpărare rapidă

(Adaugă în coș -> Acces coș -> Trimite comandă)



- ☐ Conținut bogat (poze, video, specificații)
- ☐ Vânzare de produse în ambalaj desfăcut, însă în stare perfectă, la un preț mai mic
- ☐ Promoții zilnice și promoții la evenimente speciale
- ☐ Black Friday => Primul magazin din România (2011)
- ☐ Rețeaua
  - Concurs de cultură generală despre tehnologie, internet și comerț online;
  - Premii în bani, electronice, carduri de reducere.



- ❖ Timp de răspuns cam mic ( $\approx 4.16$  s)
  - conform pingdom.com

- ❖ Reclame la produsele din site





- ☐ Activitate încă din anul 1994
- ☐ Cel mai mare retailer online din lume
- ☐ La început au comercializat cărți
- ☐ Pun accent pe client și pe experiența de achiziție
- ☐ Folosesc Pay Per Click (Google)



- ☐ Online shopping mall
- ☐ Cumpărătorii nu știu că achiziționează de la third-party



- ☐ Ads pentru site-uri externe
- ☐ Cumpărătorii știu de la cine achiziționează





- ❑ Livrare rapidă și de încredere, depozite automatizate complet
- ❑ Posibilitatea de a cumpăra gift card
- ❖ Foarte multe reclame pe homepage
- ❖ Meniuri încărcate cu multe imagini





- ☐ Lansat în iunie 2010
- ☐ Shopping cultural online
- ☐ S-a transformat recent în e-mall (+ îmbrăcăminte, cosmetice, jucării)  
=> “Amazon de România”
- ☐ Folosesc marketingul afiliat
- ☐ Categorii în ordine alfabetică
- ☐ “Time remaining” până la expirarea ofertei



# MARKETING

	Marketing Afiliat	Social Media	Offline Marketing
eBay	Partner Network	✓ ✓ ✓	✓
Apple	The Affiliate Program	✗	✓ ✓ ✓
Emag	ProfitShare	✓	✓
Amazon	Amazon Associates	✓	✗

# WEBSITE SPEED TEST\*

	Load Time (s)	Page Size (MB)	Performance
eBay	2.32	3.9	76/100
Apple	0.752	1.1	72/100
Emag	4.43	1.7	79/100
Amazon	1.37	3.9	85/100
Elefant	3.31	3.6	76/100

\* folosind [pingdom.com](https://pingdom.com)

