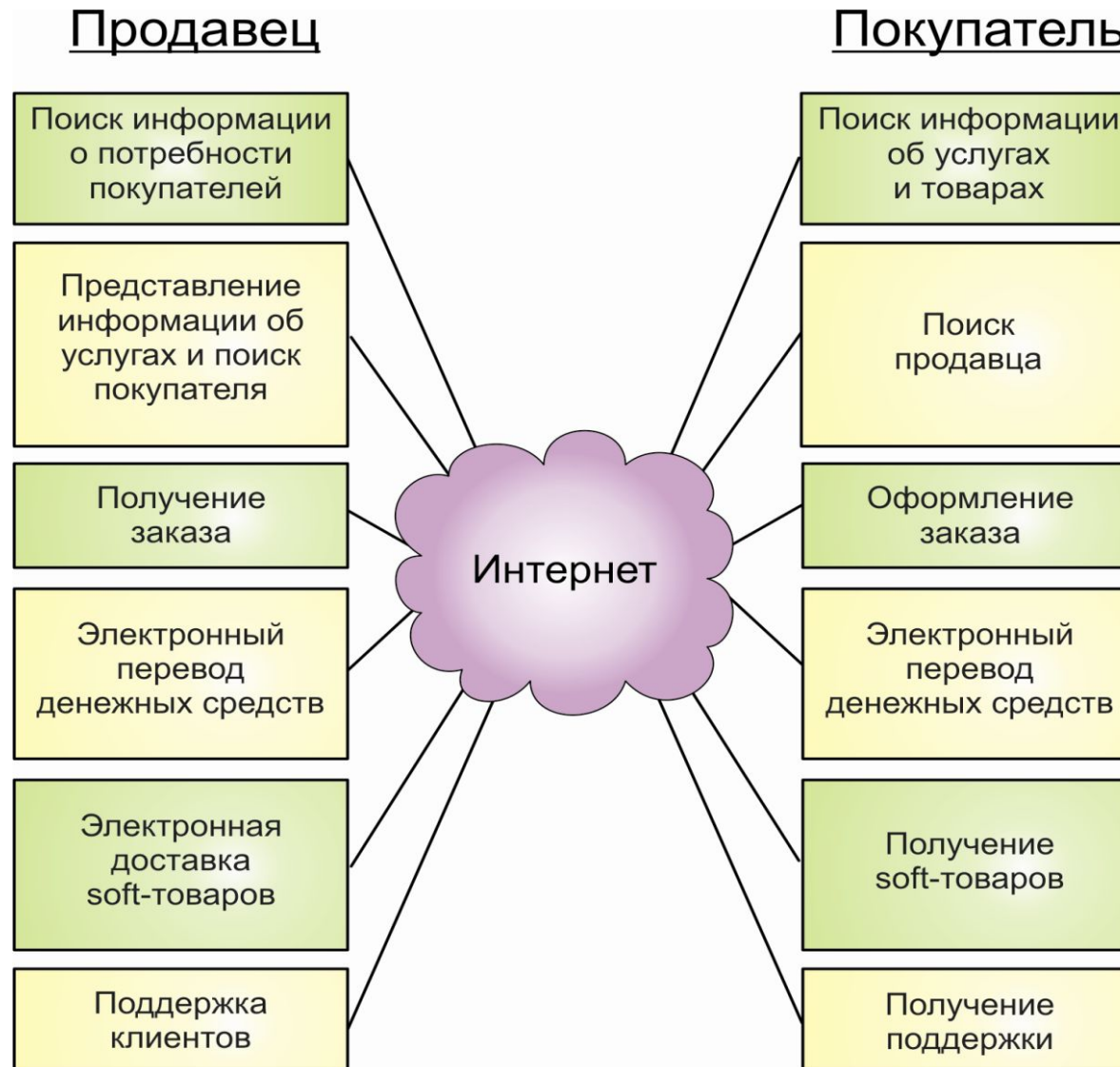
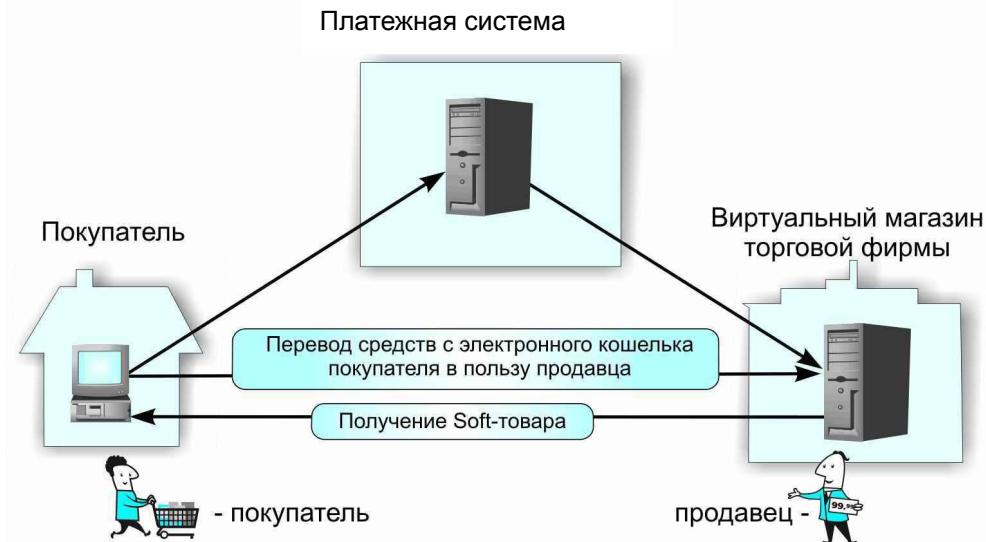
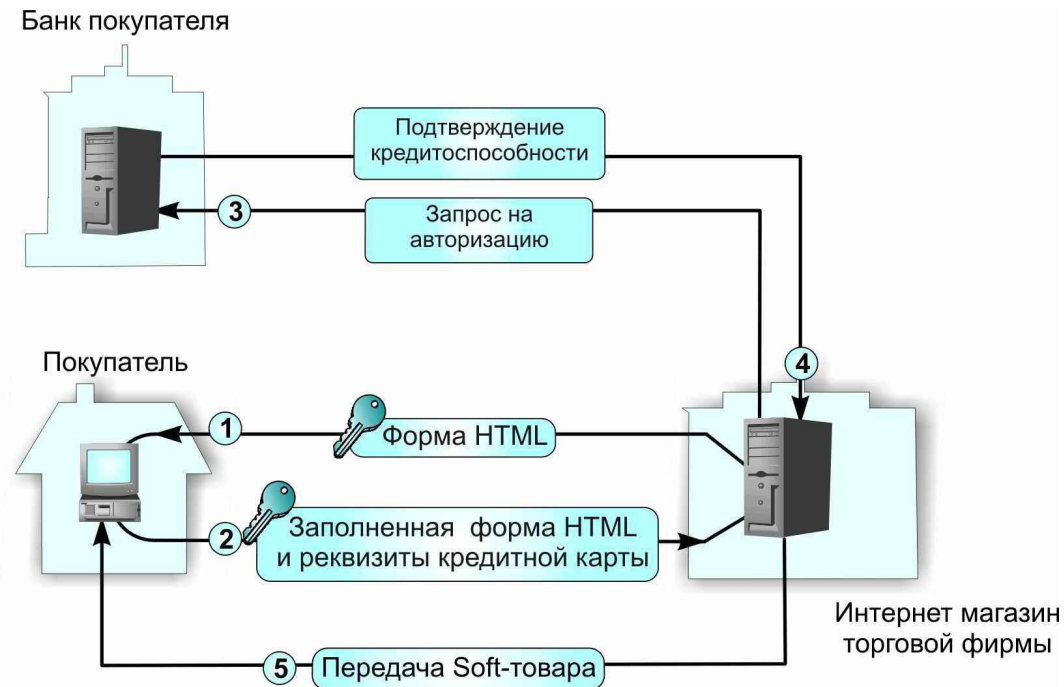
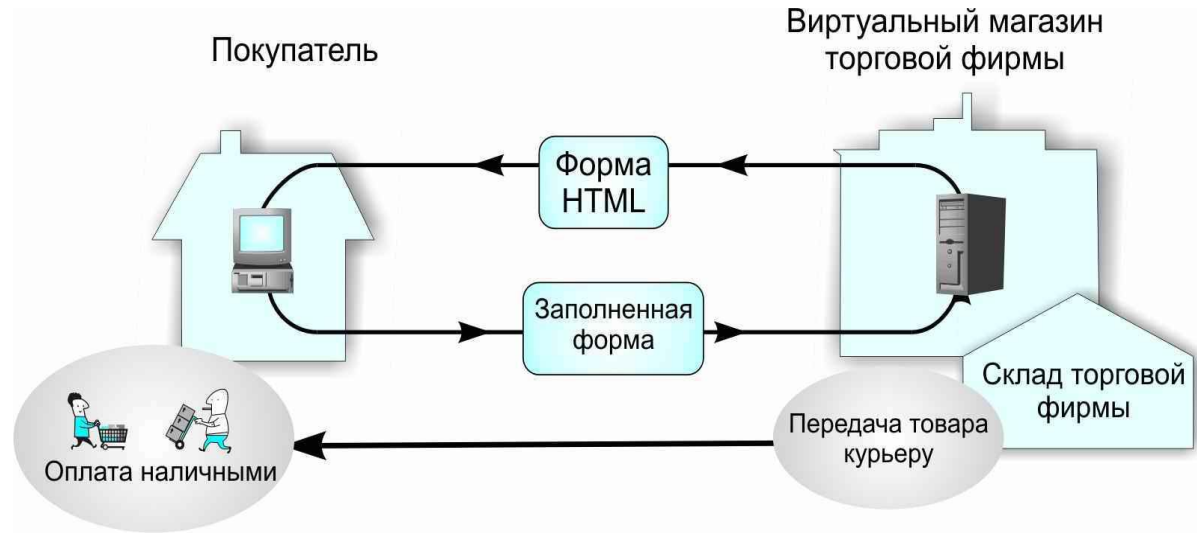
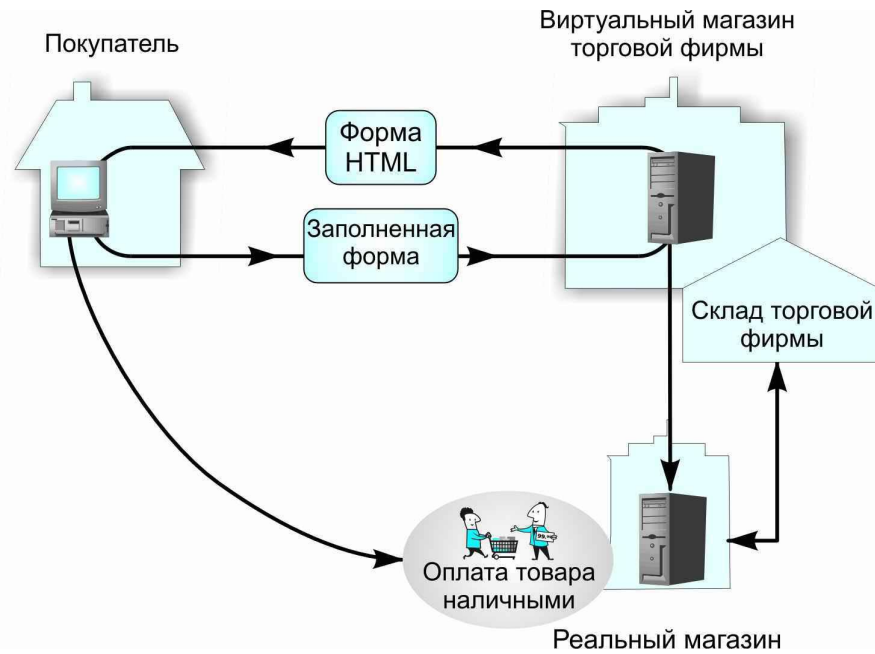


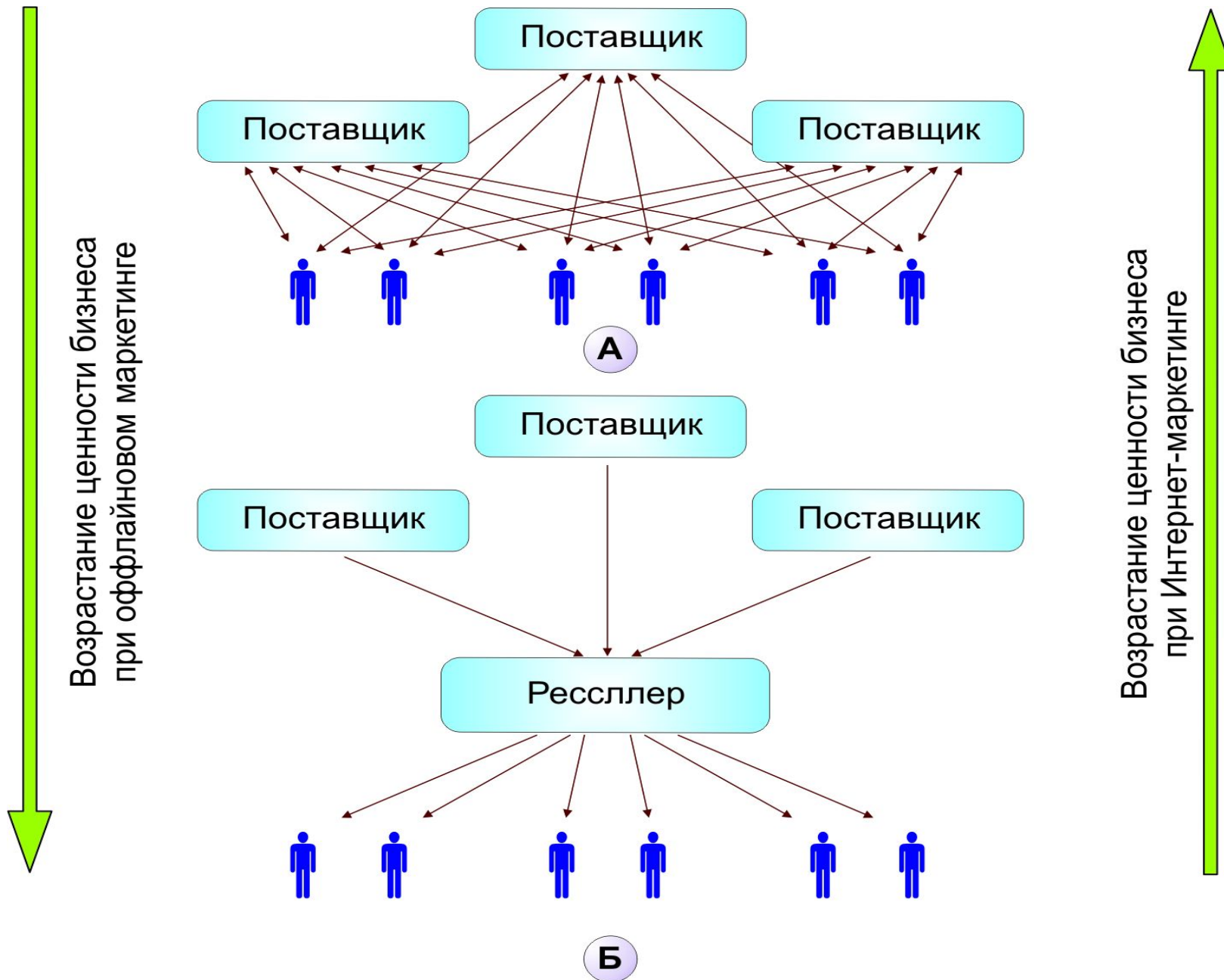
Электронная коммерция и интернет-маркетинг



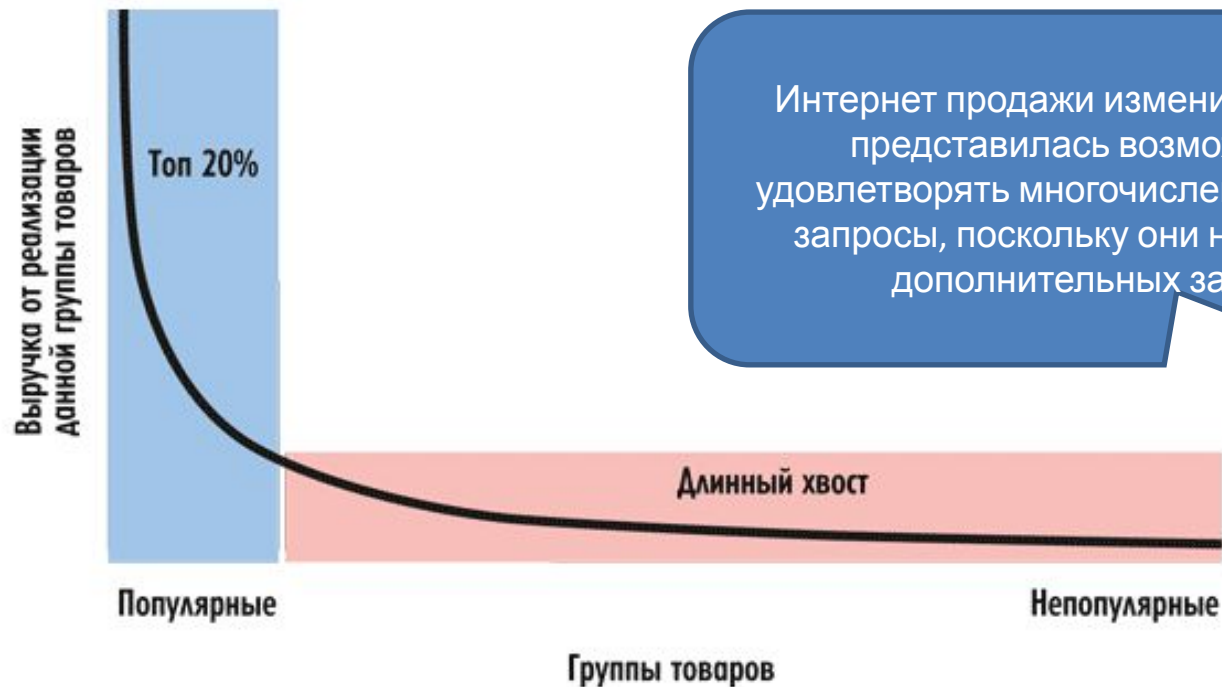
Эволюция форм оплаты и доставки



Модели онлайн-ового и офлайн-ового маркетинга



Веб продажи и модель «длинного хвоста»



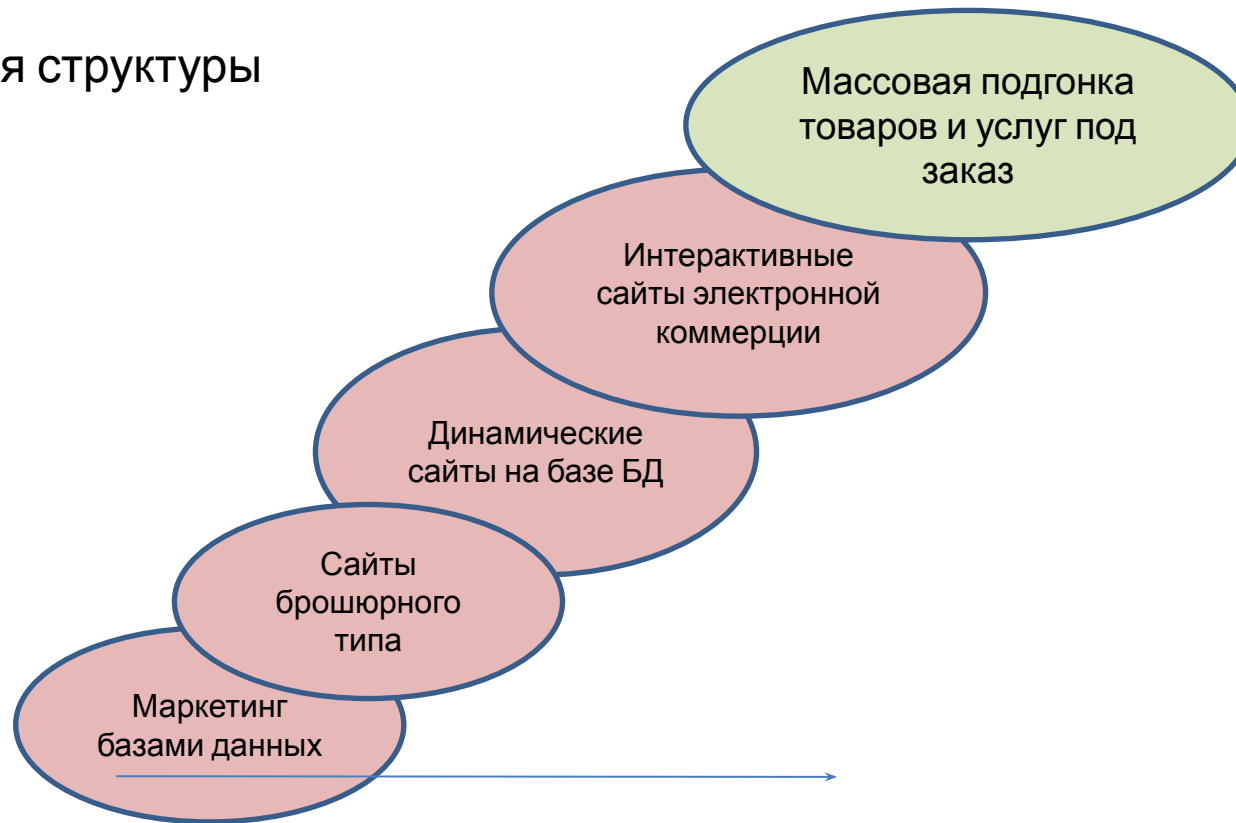
Интернет продажи изменили модель: представилась возможность удовлетворять многочисленные редкие запросы, поскольку они не требуют дополнительных затрат

В довебовскую эпоху продавцы мультимедиа получали большую часть оборота от продажи хитов, то есть концентрировались на нескольких продуктах — лидерах продаж

Продвижение огромного количества нишевых продуктов было убыточным

Интернет-маркетинг и трансформация предприятия

Трансформация структуры предприятия

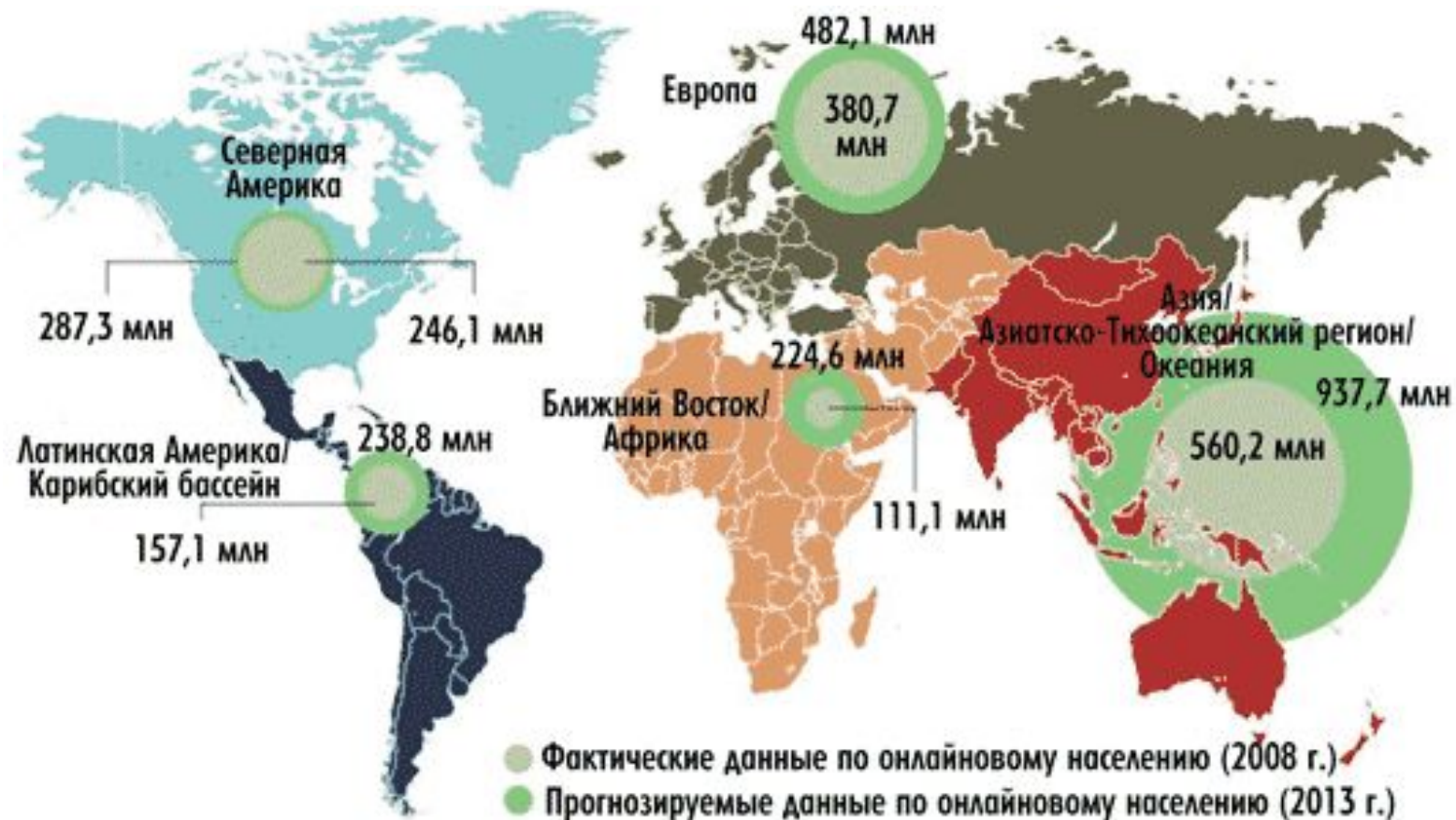


Рост интерактивности

Эволюция электронной коммерции

Категория	Вчерашняя eCommerce	Завтрашняя eCommerce
Владение	Владельцы компаний, специализирующихся в области интернет-торговли	Владельцы разного рода компаний, занимающихся коммерческой деятельностью
Подход к ведению электронной коммерции	Навязывание клиенту товара (подход сверху вниз)	Поддержка запросов от клиента (подход снизу вверх)
Бизнес-требования	Горизонтальная ориентация	Вертикальная ориентация
Каналы продвижения	Преимущественно веб-сайт	Множественные каналы
Персонализация	На базе заявленной клиентом информации	На базе изучения профиля поведения и покупок клиента
Аналитика	Анализ отчетов - принятие решения	Предсказание, принятие решения в реальном времени
Социальные технологии	Вирусный e-mail-маркетинг, реферальные сети	Поддержка социальных CRM (систем управления взаимоотношениями с клиентами) и VRM (систем управления взаимоотношениями с вендорами)
Маржа	Стабильная или растущая	Снижающаяся или неизменная
Хостинг	Оборудование размещено в компании или хостинг у сервис-провайдера	Растущая доля SaaS

Онлайновое население планеты



(источник: Forrester Research)