



电子商务

数字化决定未来

在瞬息万变的时代用户不应该停滞不前，而是应不断向前、思考未来。因为，未来是数字化的未来。

文 | Gary Huck



更多精彩请扫描二维码

3月初，Conmoto 公司首席执行官和 Hygn 公司创始人 Johannes Wagner 先生对高速公路旁某商店所用卫生设施的老旧程度感到十分震惊。鉴于企业家精神，这位领导人毫不犹豫的决定自己解决问题，这位家具设计制造商迅速建立了自己的卫具网页专栏。由于在新冠肺炎“封城”的状态下无法从商店中直接销售新产品，因此他决定通过网上销售渠道销售全新设计的新产品。

“一切都要快。我组建了一个小而精的专业团队打造自己的电子商务平台。”Wagner 先生说。尽管疫情下的经济形势是一团糟，但他还是拿出自己手中的资金

雇用了新人。这一举措轻松的得到了回报——两周之后 Wagner 先生的商店又重新投入运营了，到四月底第一辆装载新产品的货车就会开始供货。

疫情让我们了解到电子商务的重要性，网上购物时用户不必接触任何人，也不会有感染新冠肺炎的风险。这不仅为顾客带来好处，商店在紧关大门的情况下通过数字化销售方式来销售自己的产品。

电子商务已经成为 B2C 和 B2B 领域中不可或缺的组成部分。“当前，德国经济正经历着数字化技术蓬勃发展的阶段。新的数字化技术建设项目不再推迟延期，都在大刀阔斧的进行之中，这一行业领域

中多年来存在的问题正在得到解决。”德国 Deutsche Finetrading 股份公司（缩写为 DFT 公司）首席执行官 Oliver Haller 先生说道。

保持创新占领科技制高点

数字技术领域也必然受到经济下行的影响，但专家们认为 2021 年电子商务会重新恢复到 2019 年的水平。“到 2025 年时，我们可能会回到新冠危机前预测的增长水平。”Arthur D.Little 咨询公司顾问 Nejc Jakopin 博士说道。Toplink 公司市场经理 Juliane Breit 女士也有着类似的看法。要从长期投资角度看待电子商务领域中

的投资，在经济动荡不定的时期，企业投资欲望下降是可以理解的，但在经济不景气时代失去了一些经济收入的企业更要关注未来。

为什么说现在投资电子商务是非常值得一做的事情？其答案非常简单：国际竞争。联邦德国经济部负责数字化技术和初创企业的 Thomas Jarzombek 先生说：“我们无法与低工资国家低生产成本提供的产品相竞争，德国必须依靠创新和高科技来保持良好的经济地位。”

现在想要加入电子商务领域的企业要搞清楚：怎样开始进入。原则上，进入电子商务领域的途径有两条：

1、自己的网店：自己开设网店的好处是用户可以自由的决定如何开店并灵活的做出各种决策；网页布局、可用性和产品展示都由用户自己决定，也可以随时更改。但自己开网店可能会遇到一些相当复杂的问题，这取决于网络系统提供了何种链接、提供了哪些产品和服务。提供的产品和服务越复杂、越冗长，用户支付的费用也就越高，没有办法估算开店必须支付的费用。因为这一费用由具体的需求和网络系统结构所决定，但投资总额不会少于六位数。

自己开店适合于那些已经在电子商务领域中积累了一些经验的企业，或者是已经准备好必要资源开辟新业务领域的企业。

2、利用已经建成的平台：使用已经建好的商务平台可以更好的规划用户经营范围，每一步交易的成本以及数字化基础结构的工作量。平台供应商会给用户指定一些工作参数，负责用户的网店维护。这在财务上也是非常有利的：除了每个月的使用费和服务费之外可能不会再有其他费用了。即使有一些附加费用，这些费用也可以方便的从原始报价中看出来。但用户在一定程度上会失去自己的灵活性和控制力。对于那些没有或者只有很少一点电子商务经验的企业来讲，利用已经建成的平台开设自己的网店是一个很好的起步。但从长远发展的角度来看，投资打造自己的

基础架构是十分值得一做的事情。

原则上不反对“双管齐下”、充分利用好所有的优势，但刚刚起步加入网上销售的企业不要太贪心。一个行之有效的简单系统始终比一个复杂的、连自己都搞不清楚是什么的系统要好得多。

最根本的是：必须有作用

不论用户最终选择的是哪一条途径，都有一些电子商务领域从业时必须注意的问题。幸运的是这些必须注意的问题都与电子商务的基础有关。Forrester 公司和 Bloomreach 公司进行的一项调查研究表明：用户在网上购物时最重视“必需品”。用户在 B2C 和 B2B 领域中的情况非常相似，毕竟企业用户也是“人”在采购物资，就像私人购物时一样，他们对网上购物提出的要求也是相似的。下面介绍的三个问题尤为重要：

1、轻松导航：众所周知，时间就是金钱，在企业经营领域中尤其如此。那些重视效率的用户希望网络商店菜单简单、清晰，这样他们会更好地关注网店并购买产品。

2、详细的产品信息：当用户有不同的产品可供选择时，他们想以最快速度找到正确的产品。因此，店主应该提供清楚而且真实的产品信息。为此，店主也必须了解自己的用户，只有了解用户才会知道他们需要什么样的信息、不需要什么信息。若有疑问时，多一点细节胜于小一点细节。

3、明确的价格、使用性能和退货规定：选择产品时价格可能始终是最重要的选择标准之一了。这里，清清楚楚规定好哪些有额外费用也是非常重要的。在网店订购产品的顾客都想知道所订购产品是否可用、何时可用、在什么范围内可以使用。在某些不确定的时期内灵活性甚至比平时更重要，因此也需要网店店主能够迅速的做出变化、反应。那些为用户提供退货、退款服务的网店店主也会使自己的网店经营的更好。

这里介绍的电子商务解决方案并不是新方案，也不是革命性的创举。但

Forrester 公司的研究表明：这些方案也常常没有很好的落到实处。Forrester 公司的分析师 Nick Barber 先生解释说：“在用户需要什么、网店企业提供什么之间总是有些差距的。”这就导致了許多用户对买到的产品不满意。50% 的被调查者表示：如果电子商务的体验不好，则不会再从网店店主那里购买产品了，56% 的人还会将这不太愉快的购物经历告诉其他人。

Barber 先生在电子商务技术发展趋势中还看到了许多人忽视电子商务基础建设的一个原因。例如，人工智能 AI 领域的最新发展通常会转移人们当前需要完成工作的注意力。当新技术的基础是正确的，则可以更好地利用新技术带来的潜力。另一个原因是数据孤岛问题，这也是仅有“基础”并不起作用的原因。为了能够提供详细的产品信息，网店负责人也必须能够访问这些产品信息。人们只能为熟悉的用户打造量身定制的购物体验，信息越多越好。因此信息数据应能集中访问。

完美主义也是实现电子商务的障碍。每一个开始电子商务项目的人都系统准确地知道会获得多大的成功。投资是值得的，没有出错的可能。这种说法不适合电子商务。电子商务领域中的变量太多，无法完全排除出现错误。谁要想优化改进某些方面，谁就必须首先开始采集数据，然后分析数据，分析哪些有效、哪些无效。

“店主必须首先确定一个能够坚持下去而又不过分的电子商务发展战略。这对于起步者和积累经验都是非常重要的。店主还必须告别这样的想法：能够购买一间电子商务的商铺，其他的事情就万事大吉了。电子商务是一个永久性的项目。当用户和技术都有了新的进步之后，电子商务也不能停滞不前。”Bloomreach 公司首席执行官 Brian Walker 先生说。

“当前，人们对数字化的认识已经很高了，我们必须抓住和利用当前的机会。我们意识到了时代向前发展的信号就必须采取行动、别无选择。从现在起就掌握未来是非常值得一做的事情。”Johannes Wagner 先生说。MM