

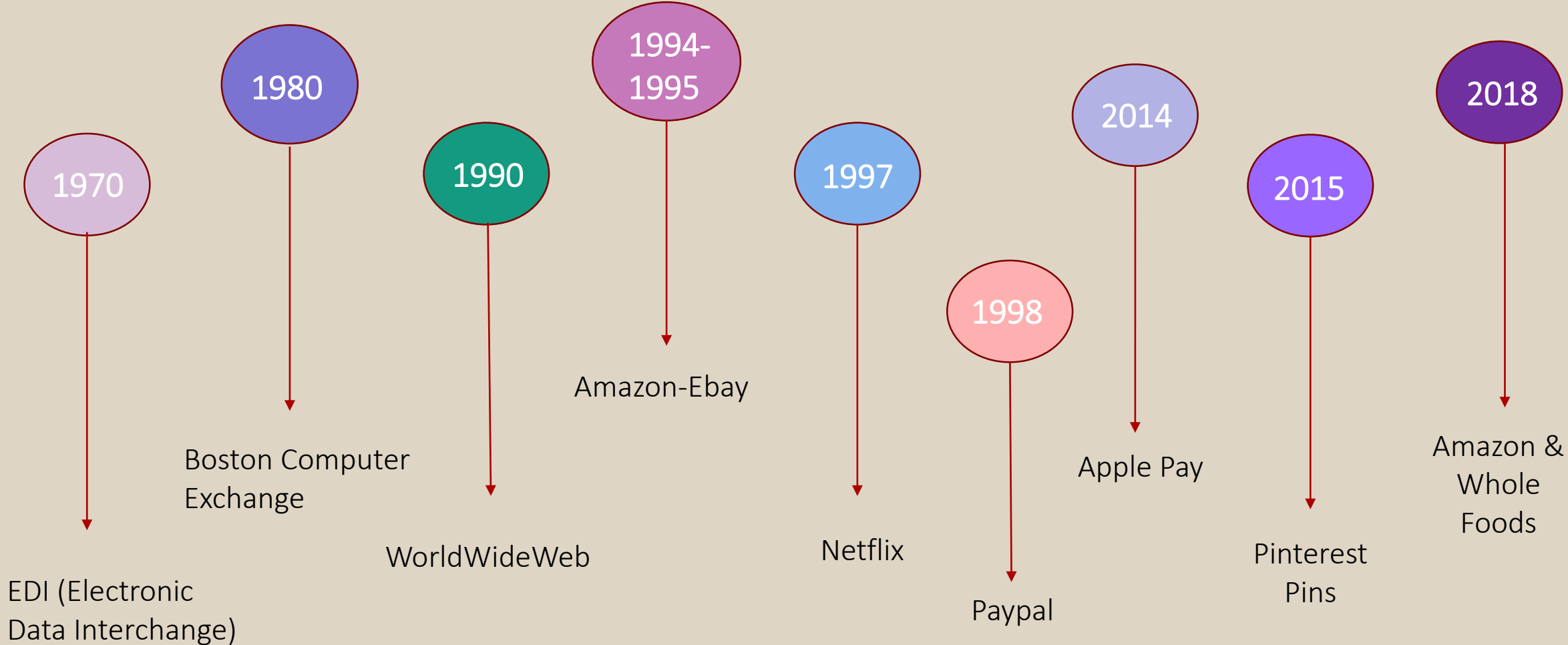


ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ  
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ  
ΠΜΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΓΙΑ ΣΤΕΛΕΧΗ – EXECUTIVE MBA

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ ΤΗΣ ΥΓΕΙΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ

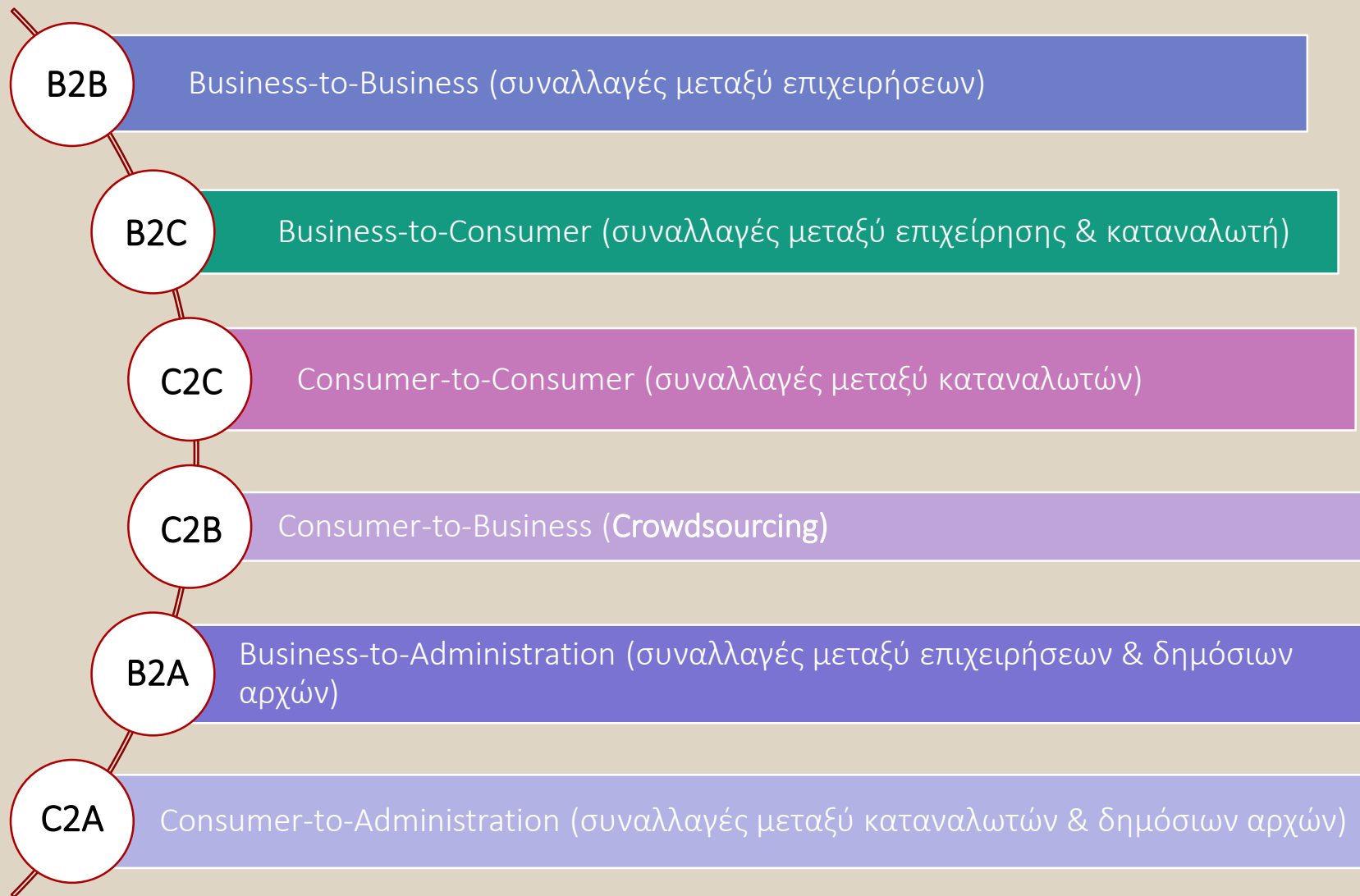
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ : ΑΠΟΣΤΟΛΙΔΟΥ ΕΛΕΝΑ  
ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ : ΚΟΠΑΝΑΚΗ ΕΥΑΓΓΕΛΙΑ

# Ιστορική εξέλιξη e-commerce



# Τύποι ηλεκτρονικού εμπορίου

6 βασικοί τύποι ηλεκτρονικού εμπορίου



# Πλεονεκτήματα & Μειονεκτήματα ηλεκτρονικού εμπορίου



- ✓ Μείωση του κόστους
- ✓ Εξοικονόμηση χρόνου
- ✓ Παγκόσμια αγορά
- ✓ Μείωση των αποθεμάτων
- ✓ Ευκολία σύγκρισης τιμών
- ✓ Προσαρμοστικότητα
- ✓ Εύκολη προβολή σε προϊόντα
- ✓ Ευκολία επιστροφής προϊόντων

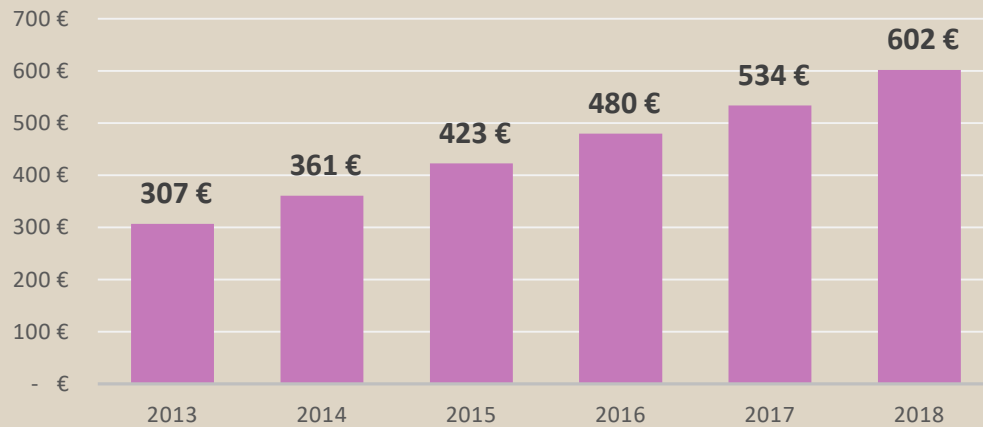


- ✓ Απουσία φυσικής επαφής
- ✓ Μεταφορικά κόστη
- ✓ Καθυστερήσεις στην παράδοση
- ✓ Πιθανές απάτες
- ✓ Θέματα προστασίας προσωπικών δεδομένων
- ✓ Ψηφιακό χάσμα
- ✓ Νομοθεσία

# Το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ευρώπη (προ & μετά Covid-19)

## Προ Covid-19

B2C e-commerce (€ billions)

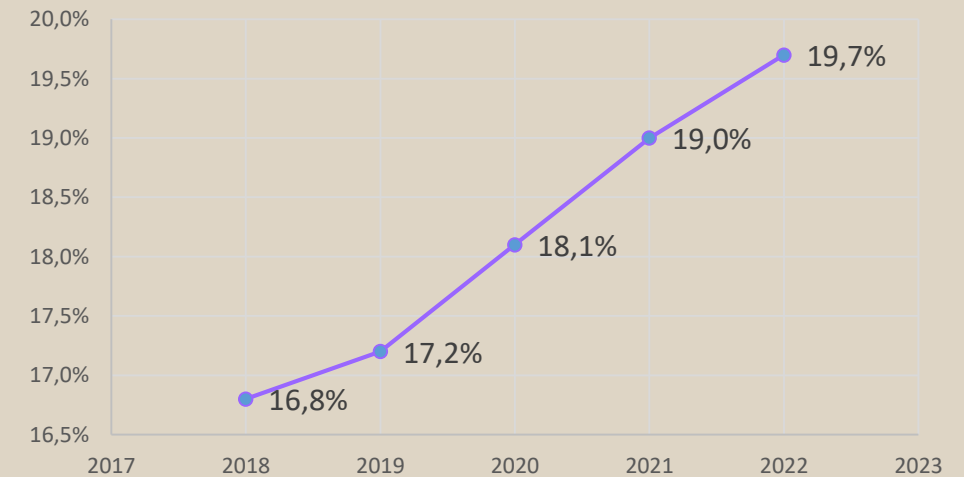


- 96% growth to 2018 σε σχέση με το 2013
- Average spending: Μεταξύ 100 και 499 ευρώ
- Στην κορυφή της λίστας: είδη ένδυσης και αθλητικά είδη
- Δυτική Ευρώπη κατέχει τη μερίδα του λέοντος (67%)
- Μεγαλύτερη αγορά ηλεκτρονικού εμπορίου: Ηνωμένο Βασίλειο (178 δισεκατομμύρια ευρώ)

## Μετά Covid-19

- Το ποσοστό διαδικτυακών πωλήσεων στην ΕΕ αυξήθηκε κατά 2,9 μονάδες από 16,8% (2018) σε 19,7% (2022)
- Την μεγαλύτερη αύξηση από το 2018 ως το 2022 παρουσίασαν η Κροατία, η Ισπανία, η Λιθουανία, η Μάλτα και η Ουγγαρία
- Η Ευρώπη παρουσίασε αυξητική τάση από 3% έως 11,5% στο σύνολο των χωρών για την χρονική περίοδο 2018-2022

E-commerce Growth



# Το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ελλάδα (προ & μετά Covid-19)

## Προ Covid-19

- 2018: η αξία των ηλεκτρονικών συναλλαγών στην Ελλάδα ήταν περίπου 4,5 δισεκατομμύρια ευρώ, ποσοστό που αντιστοιχεί σε περίπου 3% του ΑΕΠ
- Επιφυλακτικοί καταναλωτές λόγω:
  - Χαμηλής διαθεσιμότητας προϊόντων
  - Έλλειψης πληροφόρησης προϊόντων
  - Υψηλά μεταφορικά κόστη
  - Κακή ποιότητα υπηρεσιών παράδοσης
- Διστακτικότητα επιχειρήσεων για ένταξη στην ψηφιακή εποχή, αρνητισμός σε επενδύσεις τεχνολογίας και υποδομών



## Μετά Covid-19

- Αύξηση στην καταναλωτική δαπάνη προϊόντων σε ηλεκτρονικά καταστήματα έως και **134%** εβδομαδιαίως, σε σχέση με την ίδια εβδομάδα του 2019
- Κατηγορίες με ραγδαία ανάπτυξη σε online αγορές: puzzles με +1.654%, web cameras με +1.256% και στρώματα γυμναστικής με +772% σε σχέση με τον Φεβρουάριο του 2020
- Αύξηση της Online επισκεψιμότητας κάθε εβδομάδα με κυρίαρχα τα Προϊόντα Ψυχαγωγίας με +433 (για την εβδομάδα 30 Μαρτίου – 5 Απριλίου 2020 σε σχέση με την εβδομάδα 2 Μαρτίου – 8 Μαρτίου 2020 που ήταν η τελευταία εβδομάδα προ καραντίνας)
- Πτώση στην online δαπάνη εμφάνισαν κατηγορίες ηλεκτρονικού εμπορίου με προϊόντα αυτοκίνησης και μοτοκίνησης, μόδας, ειδών ταξιδιού και μεταφοράς, όπως για παράδειγμα αμορτισέρ αυτοκινήτου με -99%, βαλίτσες ταξιδιού με -63%
- Περισσότεροι από 7 στους 10 Έλληνες (το 71%) πραγματοποίησαν online αγορές ως τα τέλη του 2022, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό ήταν 69% το 2021, και μόλις 45% το 2017

# Public

## Τύπος Έρευνας

Ποιοτική έρευνα

## Μέθοδοι Συλλογής Δεδομένων

- ✓ Διαδικτυακός τόπος εταιρείας
- ✓ Ημι-ανοιχτή συνέντευξη με τον διευθυντή Marketing
- ✓ Συμμετοχική παρατήρηση

## Περιορισμοί έρευνας

Ο αριθμός των συνεντευξιαζόμενων

# Public



Έτος  
ίδρυσης  
2005



61  
φυσικά  
καταστήματα  
σε Ελλάδα και  
Κύπρο



2 online  
πλατφόρμες  
public.gr και  
public.cy.



2.250  
εργαζόμενοι



100  
εκατομμύρια  
ετήσιες  
επισκέψεις



No1  
βιβλιοπωλείο,  
πωλητής  
εισιτηρίων &  
κέντρων  
πολιτιστικών  
εκδηλώσεων  
στην Ελλάδα



Προϊόντα: Πολιτισμός, Τεχνολογία, Οικιακές συσκευές



## Public

### Key Facts

2015

- ✓ 32 εκατομμύρια επισκέπτες online
- ✓ Αύξηση 45% στις online πωλήσεις συγκριτικά με το 2014
- ✓ No1 retailer σε πωλήσεις συσκευών και αξεσουάρ κινητής τηλεφωνίας

2017

- ✓ B2B platform

2018

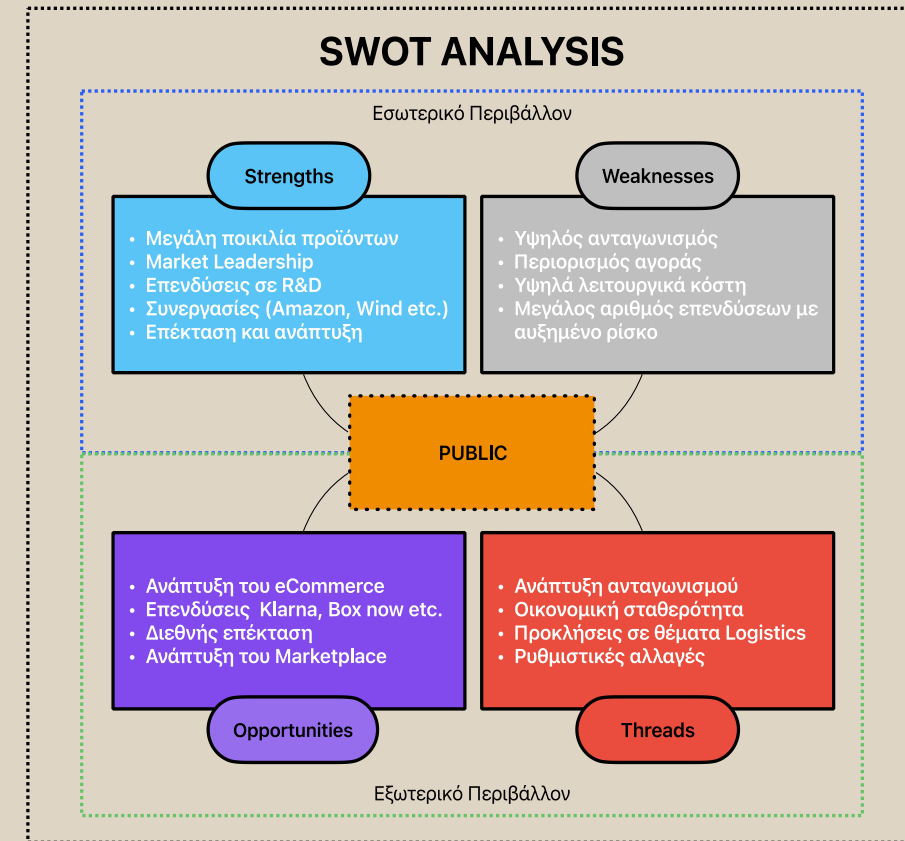
- ✓ Εισέρχεται το 1ο marketplace στην Ελλάδα

2019

- ✓ Συγχώνευση με MediaMarkt
- ✓ Κορυφαίο ηλεκτρονικό κατάστημα της χρονιάς στα Retail Awards

2022

- ✓ Συνεργασία με iRepair (50% μετοχική συμμετοχή)
- ✓ Συνεργασία με Klarna (πληρωμή με 3 άτοκες δόσεις χωρίς πιστωτική)



# Μελέτη περίπτωσης Public (προ & μετά Covid-19)

# Public

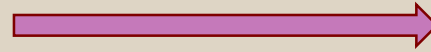
## Covid-19

Προβλήματα με παραδόσεις  
(αποθέματα)



«Decentralized» μοντέλο fulfillment, με τα καταστήματα λειτουργούν ως hubs, όπου το website κοιτάει τα αποθέματα των καταστημάτων, καθώς και των αποθηκών της εταιρείας

Καθυστερήσεις παραδόσεων  
(ενοικίαση 80 ταξί)



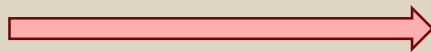
Νέοι τρόποι παράδοσης προϊόντων : store pick up  
Νέες συνεργασίες με εταιρείες courier (Snuum)  
Συνεργασία με Box Now  
Νέοι τρόποι πληρωμών

Συγχώνευση με Media Markt –  
Δυσλειτουργία στην ένωση  
συστημάτων



Ένα ενιαίο σύστημα για όλα τα καταστήματα και το προσωπικό

Χαμηλό ποσοστό budget σε Digital  
διαφήμιση



Αύξηση budget σε digital διαφήμιση  
Ανάπτυξη όλων των καναλιών digital (SoMe-Google-influence marketing)

# Μελέτη περίπτωσης Public – Επιπτώσεις Covid-19

## Public

**Χαμηλή κερδοφορία :** Μεγάλα λειτουργικά έξοδα (καταστήματα- αριθμός εργαζομένων) . Παρόλο τον δεκαπλασιασμό στις ηλεκτρονικές πωλήσεις δεν μπόρεσαν να αντικαταστήσουν τον όγκο των πωλήσεων ενός τόσο μεγάλου δικτύου καταστημάτων

**Χαμηλά ποσοστά NPS:** Πωλήσεις χωρίς ανθρώπινη επαφή. Σημαντικά προβλήματα συστημάτων λόγω συγχώνευσης με Media Markt

**Κατάρρευση εταιρειών Courier:** Επωφελήθηκαν ανταγωνιστικές εταιρείες όπως το Πλαίσιο που διέθεταν δικά τους φορτηγά και μέσα παράδοσης παραγγελιών.

**Ευελιξία σε περιπτώσεις κρίσης:** Προβλήματα υποδομών και συστημάτων οδήγησαν σε μείωση μεριδίου στην αγορά. Νέο ολιστικό μοντέλο με στρατηγική εστιασμένη στην αναβάθμιση εγκαταστάσεων & υποδομών για την αντιμετώπιση μελλοντικής κρίσης.

# Public

Δυσλειτουργίες Public λόγω Covid-19

Ο Covid-19 λειτούργησε ως επιταχυντής στον ψηφιακό μετασχηματισμό

Η εταιρεία Public είχε από μόνη της να αντιμετωπίσει σοβαρά προβλήματα λόγω συγχώνευσης

Ανάπτυξη κουλτούρας και υποδομών για αντιμετώπιση τυχόν μελλοντικής κρίσης



Σας ευχαριστώ