

B2B SPLETNA TRGOVINA – STROŠEK ALI INVESTICIJA?

Christian Ribič
BuyITC d.o.o., Prvomajska ul. 30, 2000 Maribor
chris@buyitc.si

Povzetek

Vse prepogosto se vlaganje v razvoj e-rešitev pri nas dojema kot dodaten strošek namesto smotrna investicija. Večina podjetij je prve korake k informatizaciji storilo z integracijo poslovnih sistemov, morda še s kakšno preprostejšo spletno prisotnost, medtem ko se razvoju in vzpostavitvi naprednejših, večjih in posledično tudi nekoliko dražjih e-rešitev posvečajo le večja podjetja. Neredki večji spletni e-projekti pa po pompozem začetku stagnirajo naslednjih par ali celo več let. Za uspešen nastop na spletu, podjetja v začetni fazi potrebujejo zanesljivo rešitev in zaupanja vrednega partnerja za učinkovito izvedbo tehnološke rešitve, predvsem pa reorganizacijo obstoječih prodajnih procesov. Nato pa kontinuiran razvoj in aktivno spletno uredništvo, saj brez tega ni mogoče računati na dolgoročno uspešnost.

Abstract

B2B ONLINE STORE – EXPENSE OR INVESTMENT?

Investing in the development of e-solutions is all too often perceived as an additional expense rather than prudent investment. Most companies have their first steps towards the electronization of business done through the ERP system integration, perhaps with a simpler web presence, while the development and setup of advanced, larger and consequently also slightly more expensive e-solutions is in interest of larger companies. However, a great number of web-based e-projects are stagnating next few or even more years after enthusiastic beginning. For a successful appearance on the web, at starting stage the companies need a reliable solution and trusted partner for the effective implementation of technological solutions and the reorganization of the existing sales processes. And afterward, a continuous development and active web editorial, because without that it is not possible to count on long-term success.

Ključne besede

B2B, e-trgovina, E-Commerce, Microsoft, Dynamics, študija, primera, upravljanje, DISS, vodenje, projekta

Key words

B2B, online-shop, E-Commerce, Microsoft, Dynamics, case, study, managing, DISS, project, management

1. KLJUČ DO USPEHA JE KONTINUIRAN RAZVOJ

E-rešitve so sestavni del sodobnega poslovanja, čeprav se stopnja razvitosti in integracije e-poslovanja med slovenskimi podjetji zelo razlikuje. Večina podjetij je prve korake k informatizaciji storilo z integracijo poslovnih sistemov, morda še s kakšno preprostejšo spletno prisotnost, medtem ko se razvoju in vzpostavitvi naprednejših, večjih in posledično tudi nekoliko dražjih e-rešitev posvečajo le večja podjetja. Vse prepogosto se vlaganje v razvoj e-rešitev pri nas dojema kot dodaten strošek namesto smotrna, čeprav bo s časom

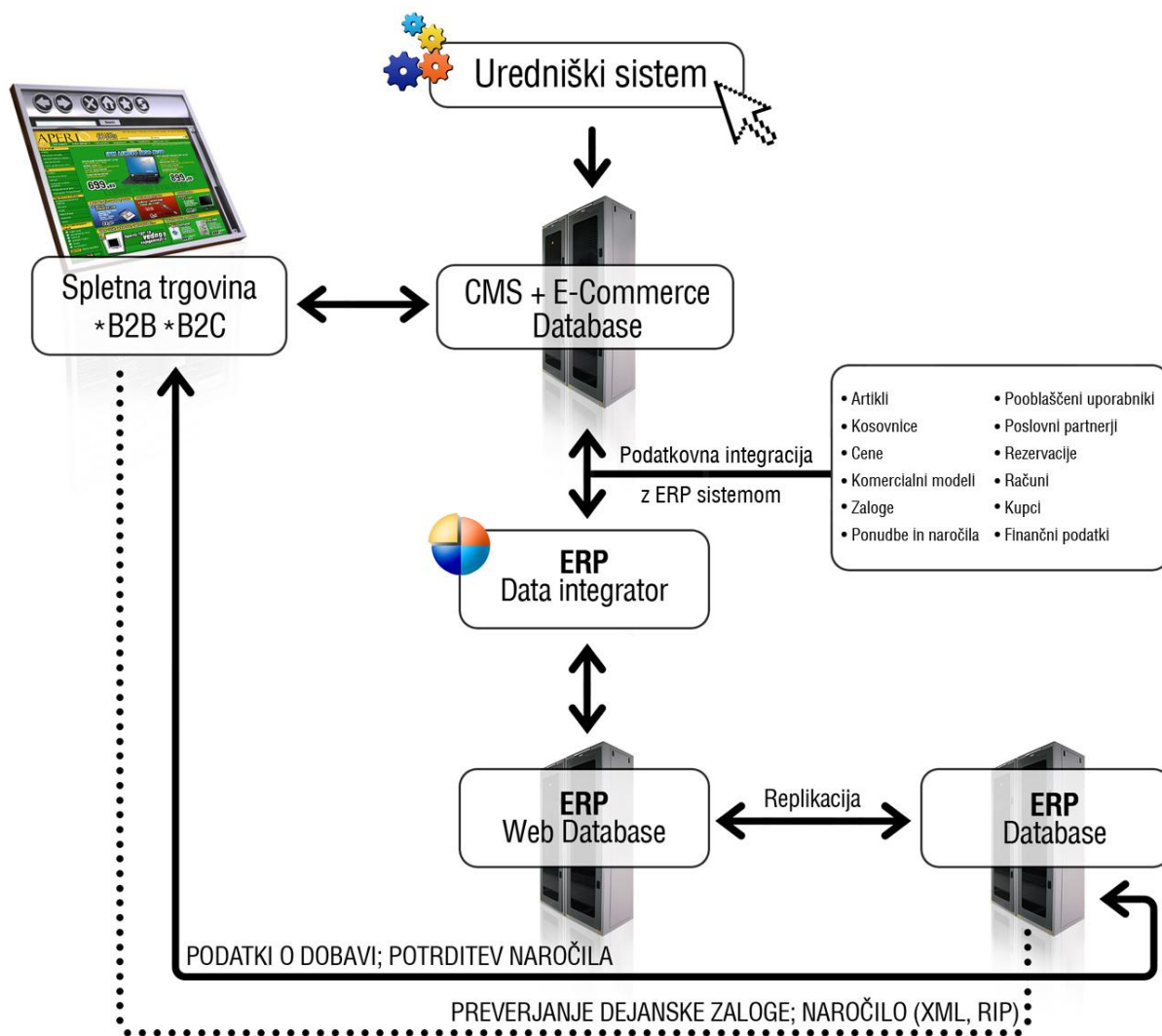
postala že kar nujna, investicija. Neredki večji spletni e-projekti pa po pompozem začetku stagnirajo naslednjih par ali celo več let. Z zaključkom izvedbe spletnih e-projektov se pravo delo šele začne, in dokler takšna miselnost ni ozaveščena, je izkupiček vlaganja v e-rešitve za podjetje res predvsem strošek.

Za slovenske razmere večji in naprednejši e-projekti vsekakor vključujejo rešitve za upravljanje spletnih trgovin, ki običajno zajemajo tudi podatkovno integracijo s poslovno programsko opremo, in enega takšnih projektov smo v podjetju BuyITC izpeljali v preteklem letu. Za priznanega slovenskega distributerja računalniške opreme Diss d.o.o. smo ustvarili b2b spletno trgovino, integrirano z Microsoftovim poslovnim sistemom Dynamics NAV (bolj znan kot Navision). Čeprav skrbno načrtovan in voden v skladu z uveljavljenimi metodami projektnega vodenja, se ni bilo moč izogniti nekaterim težavam, katerih rešitve so zahtevale izdatno mero inovativnosti in prilagodljivosti koncepta vzpostavitve tehnološko napredne, predvsem pa učinkovite spletne rešitve.

1.1 E-Commerce cManager – rešitev za upravljanje b2b spletne trgovine

Trgovanje preko spleta ima svoje zakonitosti, ki v fazah načrtovanja in razvoja zahtevajo veliko usklajevanja in iskanja novih rešitev, kot tudi prednosti, ki so povezane tako z zniževanjem stroškov poslovanja, hitrejšo odzivnostjo, kot z večjo učinkovitostjo. Vse našteto pa je podprto z E-Commerce cManager-jem, produktom podjetja BuyITC, ki je predstavljal osnovo za izvedbo spletne trgovine za poslovne partnerje podjetja Diss d.o.o..

E-Commerce je uporabniško prijazen, varen in zanesljiv vmesnik za upravljanje in obogatitev spletnih trgovin, integriranih s poslovno programsko opremo, ki zagotavlja popolno obvladovanje b2b in b2c prodajnega kanala, vse od priprave ponudbe do analize prodaje.



Slika 1: Shema integracije E-Commerce cManagerja z ERP sistemom.

Rešitev omogoča upravljanje računov poslovnih partnerjev, naročil kupcev in dobaviteljev (avtomatski ali ročni zapis naročila v ERP sistem), poslovnih dokumentov (račun, predračun, dobavnica, plačilni nalog), katalogov izdelkov (vzpostavitev več-nivojskih katalogov), cen, akcij, popustov, kot tudi uporabnikov uredniškega sistema z določanjem pravic ali vlog.

Dostop do podatkov iz ERP sistema je zagotovljen na sledečih nivojih: artikli, kosovnice, cene, komercialni modeli, zaloge, ponudbe in naročila, uporabniki, poslovni partnerji, računu, kupci in finančni podatki (npr. limiti). Našteti podatki se lahko v uredniškem sistemu berejo, dodajajo, spreminjajo ali ustvarjajo (npr. ročno vpisana naročila, ponudba) v skladu z dodeljenimi uporabniškimi pravicami.

2. B2B SPLETNA TRGOVINA INTEGRIRANA S POSLOVNIM SISTEMOM MS DYNAMICS NAV – ŠTUDIJA PRIMERA DISS D.O.O.

Podjetje Diss d.o.o je svojo vlogo na spletu želelo še razširiti na e-poslovanje v obliki spletne trgovine za poslovne partnerje, z omejenim dostopom za registrirane in prijavljene uporabnike partnerskih podjetij. Poleg sodobne in pregledne grafične rešitve, je bila v ospredju tudi

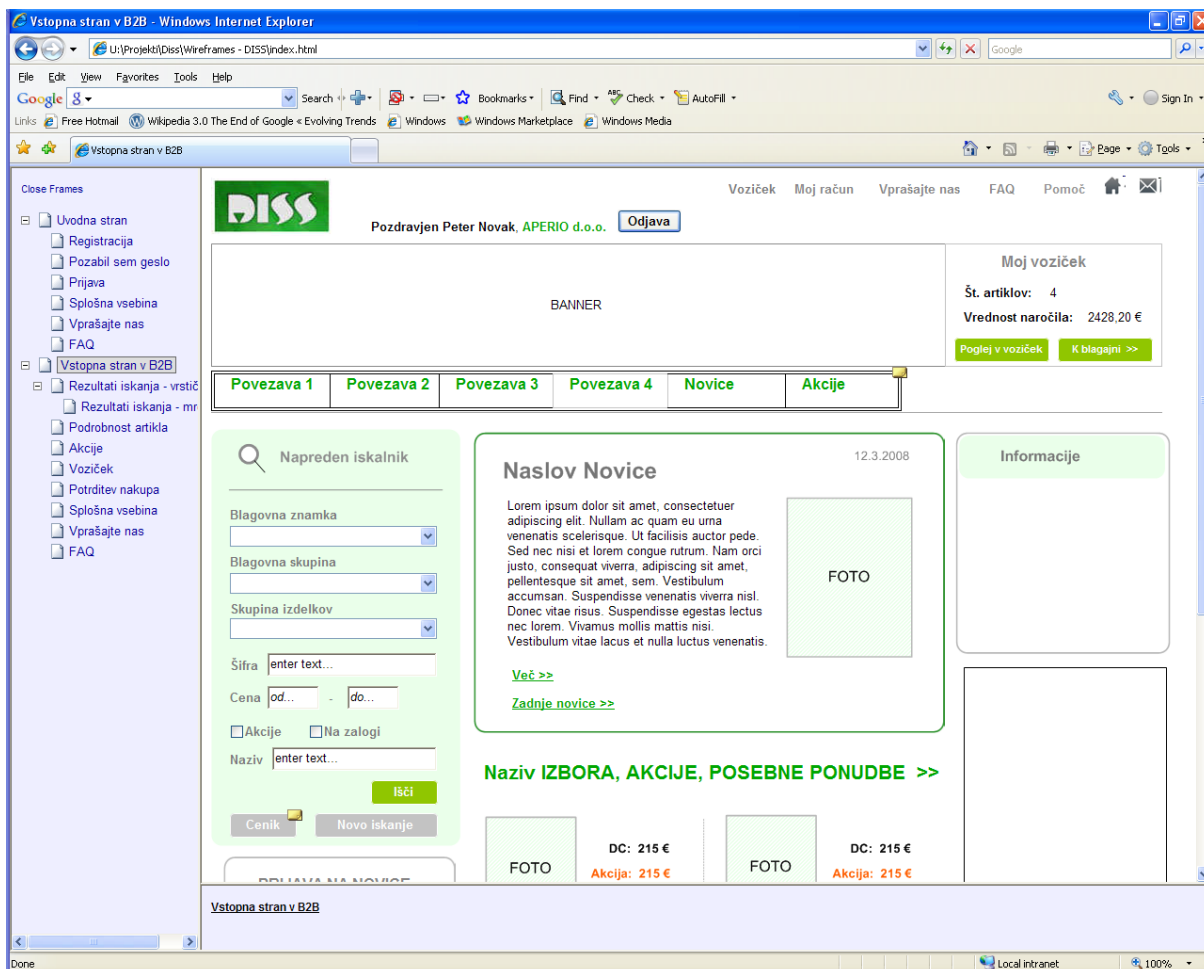
potreba po spletnih marketinških orodjih, kot so oglasna pasice, e-obveščanje in beleženje statistik.

Rešitev vključuje vse standardne module spletne trgovine (katalog, predstavitev artikla, akcijska ponudba, voziček, postopek naročila, arhiv naročil), s posameznimi nadgradnjami glede na potrebe ali želje naročnika. Brskanje po katalogu izdelkov je olajšano z naprednim iskalnikom, ki omogoča iskanje po blagovni znamki, blagovni skupini, šifri, ceni ali nazivu, boljše »orientacijo« na strani pa zagotavljajo še »drobtinice«.

2.1. Načrtovanje projekta

Načrtovanje projekta je zahtevnejši, a hkrati eden pomembnejših elementov projekta, saj je dober načrt, ki je plod analize trenutnega stanja ter preišljenih ciljev, potreb in želja naročnika, ključ do uspešnega projekta ter zadovoljstva naročnika, izvajalca in seveda končnih spletnih uporabnikov. Prav zato je tudi pomembno, da v tej fazi tesno sodelujeta naročnik in izvajalec, kjer je vloga slednjega predvsem strokovne in svetovalne narave. V ta namen sta se tudi določila vodji projekta na strani naročnika in izvajalca, ki sta skrbela za učinkovito komunikacijo in nemoten potek projekta po zastavljenem terminskem planu.

Tudi pričujoči projekt se je pričel izvajati po standardni metodologiji podjetja BuyITC (odslej izvajalca), torej z analizo stanja in skrbnim načrtovanjem, rezultat katerega je projektna dokumentacija, kjer se strukturirano definira celoten obseg projekta z vsemi uredniškimi in spletnimi funkcionalnostmi. Ob dokumentaciji in projektne načrtu, je izvajalec pripravil še »wireframe«, torej interaktivne osnutke spletne postavitve, ki predstavljajo prvi nazornejši rezultat načrtovanja in na podlagi katerih se nato naredijo še grafične predloge. Ljudje smo pač vizualna bitja in si lažje predstavljamo »celotno sliko«, kadar lahko dejansko vidimo vsaj njene delčke in wireframe-i omogočajo prav to, posledično pa še hitrejši in učinkovitejši proces tehnične izvedbe projekta.



Slika 2: DISS wireframe – primer osnutka postavitve za podstran »Vstop v b2b spletno trgovino«.

Wireframe-i so izdelani v programu Axure, ki omogoča načrtovanje navigacije po straneh in pregled osnutkov v HTML-ju z delujočimi povezavami. Takšni osnutki pripomorejo k zmanjšanju obsega grafičnih korektur, saj se tako postavitve elementov na strani v glavnem vnaprej definira, naročniku pa omogoča, da premisli o morebitnih večjih spremembah. Namreč neredko se zgodi, da se projekt zavleče zaradi želja naročnika po večjih spremembah, v kasnejših (na žalost, kdaj pa kdaj tudi v zaključnih) fazah, ko je stan že izdelana in v testiranju, saj se prepogosto angažma naročnika najbolj aktivira prav v teh zadnjih fazah.

Opisano metodologija v fazi načrtovanja zagovarjamo in ji sledimo, ker menimo (predvsem na podlagi izkušenj), da naročniku zagotavlja varnost investicije, ker je obseg vnaprej popolnoma definiran, s čimer se je moč izogniti neprijetnim presenečenjem tako glede rokov kot cene.

The screenshot shows the DISS website interface. At the top, there is a green navigation bar with the DISS logo, a user greeting 'Pozdravljeni Danilo Novak, Aperio d.o.o.', and links for 'Voziček', 'Moj račun', 'Vprašajte nas', 'Faq', and 'Pomoč'. Below this is a banner for HP Special Edition. On the right, a 'MOJ VOZIČEK' (My Cart) section shows 4 items with a total value of 2428,20€ and buttons for 'Poglej v voziček' and 'K blagajni'.

The main content area is divided into several sections:

- NAPREDNO ISKANJE** (Advanced Search): A sidebar with filters for 'Blagovna znamka', 'Blagovna skupina', 'Skupina izdelkov', 'Šifra', 'Cena' (price range), and checkboxes for 'Akcije' and 'Na zalogi'. It includes an 'Išči' (Search) button and 'Cenik' and 'Novo iskanje' buttons.
- Naslov novice** (News Header): A section dated 12.3.2008 with a text block and an image of a laptop. It includes a 'povečaj sliko' (enlarge image) button.
- AKCIJE** (Offers): A grid of four product offers, each featuring an image, a product name (Hewlett Packard 604753), a description, and pricing information. Each offer shows a 'DC: 213 €' price and a red 'AKCIJA: 210 €' discount.
- PRIJAVA NA NOVICE** (Newsletter Sign-up): A section with an 'E-pošta' field, an 'RSS' icon, and a 'Posilji' button.
- HP Simply Yours**: A promotional image showing two people smiling.
- INFORMACIJE** (Information): A vertical sidebar on the right with a 'SOLARFLEET' advertisement.

At the bottom, there is a green footer bar containing contact information for DISS d.o.o. (Ulica ulica 12, 2000 Ljubljana), phone and fax numbers, and email address, along with navigation links for 'Voziček', 'Moj račun', 'Vprašajte nas', 'Faq', and 'Pomoč'. A copyright notice '© Copyright DISS d.o.o. 2008' is centered below the footer.

Slika 3: Grafična predloga podstrani »Vstop v b2b spletno trgovino«.

2.2 Izdelava prototipa in testiranje

Na osnovi podatkovnega modela in definicije uredniškega sistema se je vzpostavil prototip uredniškega sistema. V okviru izdelave prototipa je naročnik zagotovil vse potrebne strukture, podatke in ostalo za vzpostavitev produkcijskega/testnega okolja uredniškega sistema pri izvajalcu. Zelo pomembno je namreč, da se čim prej vzpostavi uredniški sistem, ki si ga lahko uporabnik/urednik namesti na svoj računalnik tudi preko BuyITC Uporabniškega portala, kjer so vsem sodelavcem uredništva na voljo navodila za uporabo uredniškega vmesnika (CMS).

Naročnik je prav tako zagotovil testne podatke, potrebne za preverjanje ustreznosti delovanja prototipa uredniškega sistema in pričel s pripravo spremnih tekstov (navodila, opozorila, komentarji), ki bodo objavljeni na spletnih straneh. Istočasno se je pričela izvajati tudi

vzpostavitev spletne prisotnosti, torej produkcija in integracija grafičnih elementov. Ob izdelavi testne verzije, se je dostop do razvojnega okolja preko spleta omogočil tudi naročniku, katerega naloga je bila testiranje strani in beleženje morebitnih napak in manjših sprememb. V bistvu do posameznih prilagajanj grafike, navigacije in vsebine prihaja še tekom izdelave prototipa, saj tudi v tej fazi projekta poteka aktivna komunikacija med obema vodjema projekta. Aktivna komunikacija poteka z namenom sprotnega razjasnjevanje posameznih manjših dodatnih zahtev (nadgradenj) ali sprememb, in pa morebitnih problemov, s ciljem, da se zagotovi čimbolj optimalna rešitev. Problemi, ki se običajno pojavljajo v tej fazi projekta so posledica zagotavljanja poenostavljene in poenotene poslovne logike, ki upošteva in izkorišča prednosti spleta. Pri konkretnem projektu so se tako določena prilagajanja izvajala pri nakupnem procesu, prikazu cen, prikazu akcijskih oznak in oglasnih pasic (samodejno prilagajanje velikosti flash oglasnih pasic). Priprava in testiranje »live« različice aplikacije je bil zadnji korak pred prenosom v produkcijsko okolje, ki pa se je zgodil po potrjeni končni »live« aplikaciji s strani naročnika.

2.3 Prenos v produkcijsko okolje

V tej fazi je bilo potrebno zagotoviti vsebine iz zunanjih virov, kar je v primeru b2b spletne trgovine Diss pomenilo integracijo z MS Dynamics NAV. Določene težave in prekoračenje zastavljenih rokov je na strani naročnika povzročal tudi prehod iz prejšnjega Navisona na že omenjeno novo verzijo. Vključitev nove prodajne poti je prav tako zahtevala reorganizacijo obstoječe prodaje (naročnik je moral pregledati in predelati interne procese), saj klasični načini prodaje, z veliko individualne obravnave stranke in številnimi izjemami, za splet niso primerni, ker onemogočajo uporabniško prijaznost in preglednost postopka naročila.

Če povzamemo naloge naročnika v zaključni fazi projekta vidimo, da je na koncu potreben še prav poseben angažma:

- vzpostavitev produkcijskega okolja (sistemski nivo),
- omogočiti oddaljen dostop za namestitev na produkcijsko okolje,
- zagotoviti uredniško ekipo in administratorja za izobraževanje,
- test uredniškega sistema in spletnih strani ter korektivni predlogi,
- priprava produkcijskih (končnih) vsebin,
- potrditev ustreznosti in odobritev za vklop v živo.

Kot vsak projekt je tudi ta vključeval še izobraževanje uporabnikov, torej uvajanje v program s predstavitvami delovanja in procesov, ki tečejo znotraj in zunaj aplikacije. Izvajalec je uredniškemu timu, ki ga je sestavil naročnik, razložil delovanje posameznih modulov in vlogo uporabnika v sistemu, pojasnil način reagiranja pri odkritju napak, uporabe spletnega Uporabniškega portala, javljanje predlogov in popravkov. In kot je bilo omenjeno že uvodoma, se z zaključkom projekta pravo delo šele začne.

3. VIRI IN LITERATURA

[1] Arhiv BuyITC