



B2B E-İŞ MODELİ BİLGİ TABANLI EKONOMİDE İŞLETMELERİN "GELENEKSEL" TİCARİ YAPIDAN FARKLI OLARAK, ELEKTRONİK ORTAMDA TİCARET YAPMALARINA OLANAK SAĞLAYAN YENİ BİR İŞ YAPMA YÖNTEMİDİR.

B2B: Firmadan Firmaya E-Ticaret

Açılımı "Business to Business" olan bu kısaltma, internet üzerinde şirketler arası pazarlama ya da satış uygulamalarına verilen kısa tanımdır. Bu yönüyle B2B ; firmadan müşteriye ticaret olan B2C, müşteriden müşteriye ticaret olan C2C, müşteriden firmaya ticaret olan C2B ve firmadan devlete ticaret şeklinde tanımlanan B2G'den farklı bir modeldir.

B2B, bu modellerden işlem miktarı, katılımcılar, fiyatlama, karar vericiler, satın alım süreci, e-pazaryeri ya da portal seçimi, ödeme ve altyapı gibi yönlerden ayrılmaktadır. B2B e-iş modeli bu türden özellikleriyle, bilgi tabanlı ekonomide işletmelerin "geleneksel" ticari yapıdan farklı olarak, elektronik ortamda ticaret yapmalarına olanak sağlayan yeni bir iş yapma yöntemidir. Dolayısıyla bu yapının motor görevi gören aktörleri, alıcı-satıcı işletmeler olarak düşünülür.

B2B E-Ticaretin Temel Özellikleri

Online- 7/24 erişilebilirlik. Normal iş saati sınırlaması, e-ticaretin kısıtları arasında yer almamaktadır. 7 gün 24 saat, anında erişilme kolaylığı vardır. Sonuç olarak çalışma saatleri, şirketin internet aracılığı ile internette diğer firmalarla iletişim kurduğu süredir.

Her yerden erişimin mümkün olması. Artık birçok işletme ve müşteri internete bağlı ve internet,faks,telefon gibi temel iletişim araçları arasında.

Global. İşletmeler artık internet sayesinde global müşterilere ulaşmaktadır, aynı şekilde müşteriler de global üreticilere ulaşma şansını yakalamışlardır. Yeni pazarlara açılma maliyetlerinin düşük olması, özellikle KOBİ'ler için önemli fırsatlar yaratmıştır. Lokal Pazar paylarını artırmışlardır.

Lokal. İnternet sadece global ticareti değil, lokal ticareti de tetiklemiştir. Lokal ortamda birebir iş ilişkilerinin, iletişimin artmasını sağlamıştır. Ayrıca

yerel hizmet veren elektronik dükkan ve hizmet servisleri gibi yeni iş alanları doğmuştur.

Dijital ortam. İnternet üzerinden yapılan tüm işlemler dijital ortamda gerçekleşmektedir ve dijital bilgi depolama sistemine dayanmaktadır. Dijital bilgi kolaylıkla depolanabilir, transfer edilebilir, kullanılabilir.

İletişimin ve bilginin birleşmesi ise yeni mamuller, iş fırsatları doğurmaktadır.

Multimedya. B2B ticaret için, multimedya temel gereksinimlerden birisidir. Fiziksel mamulü gösteren kataloglar, çevrimiçi video ve diyagramlar, mamul kullanımını aktaran interaktif eğitim ve benzetim gösterileri, satış öncesi ve sonrası yapılan video-konferanslar multimedya araçlarıdır.

Etkileşim. İnternet, işletmeden işletmeye veri değişimini sağlayan EDI sistemlerinin tam tersine, kişiden kişiye ve kişiden işletmelere bağlantı sağlar. Dolayısıyla kişilerin işletmelere geri dönüşümleri bir hayli hızlanmıştır.

Birebir. Birebir pazarlama, müşteri

karakterini analiz eden bilgilerin toplanması ile başlar ve müşteri ile birebir diyalog kurulmasını içerir.

Ağ etkisi. Düşük giriş maliyeti ve işletmeler arası ilişkilerin artması, çeşitli iş modellerinin oluşmasını sağlamaktadır.

Entegrasyon. Değer zincirinde yer alan etkinliklerin tümünün gücü, her birinin toplamından çok daha büyüktür. Dolayısıyla entegrasyonun gücü tartışılmazdır.

İnternetteki bilgi akışı ise işletmelerin entegrasyonuna temel oluşturmaktadır.

B2B'nin Firmalara Avantajları

Dünyanın önde gelen B2B sitelerinden alibaba.com sitesinde yer alan bir çalışmada, firmaların B2B modeliyle elde edeceği avantajlar genel olarak şöyle sıralanmaktadır:

- a) Satış ve kar oranlarında artış,
- b) İç pazarda rekabet üstünlüğü,
- c) Küresel pazarlardan pay kapma,
- d) Pazar çeşitliliğinde artış,
- e) Parça başı maliyetlerde düşüş,
- f) Talepler açısından zaman sınırının ortadan kalkması,
- g) Şirket büyümesi açısından fırsat,
- h) Yeni bilgi ve deneyim edinme fırsatı

Bu türden sitelerin öneminin elde edilen faydayla doğru orantılı olduğunu, bu faydanın elde edilmesinin ise üç koşula bağlı olduğunu belirtmemiz gerekir.

- 1) B2B e-ticaret sitelerinin alıcı-satıcı işletmeler arasındaki ticareti verimli ve etkili şekilde gerçekleştirebilecek özelliklere sahip olmaları,
- 2) KOBİ'lerin e-ticaretin gerçekleşmesini sağlayacak teknik bilgi ve beceri seviyelerinin yeterli düzeyde olması
- 3) Devletin gerek B2B e-ticaret siteleri gerekse de KOBİ'ler açısından düzenleyici ve destekleyici bir faktör olarak etkin olması.

İSTANBUL

T 0 212 355 48 00
F 0 212 275 40 01
istanbul@karel.com.tr

ANKARA

T 0 312 293 01 00
F 0 312 267 21 05
ankara@karel.com.tr

İZMİR

T 0 232 445 55 55
F 0 232 441 73 73
izmir@karel.com.tr

ANTALYA

T 0 242 323 13 13
F 0 242 323 09 83
antalya@karel.com.tr

BURSA

T 0 224 244 74 84
F 0 224 244 98 00
bursa@karel.com.tr

VAN

T 0 312 293 01 00
F 0 312 267 21 05
van@karel.com.tr

KAREL

www.karel.com.tr