

# E-commerce 2013

business. technology. society.

*ninth edition*

**Kenneth C. Laudon**

**Carol Guercio Traver**



# Chapter 9

## Online Retail and Services

## التجزئة والخدمات عبر الإنترنت



## *Class Discussion*

# Blue Nile Sparkles for Your Cleopatra

- **Why is selling (or buying) diamonds over the Internet difficult?**
- **How has Blue Nile built its supply chain to keep costs low?**
- **How has Blue Nile reduced consumer anxiety over online diamond purchases?**
- **What are some vulnerabilities facing Blue Nile?**
- **Would you buy a \$5,000 engagement ring at Blue Nile?**



## Major Trends in Online Retail, 2012–2013

### الاتجاهات الرئيسية في تجارة التجزئة عبر الإنترنت، 2013-2012

- Mobile commerce nearly doubles
- Rapid growth in social commerce
- Online retail still the fastest growing retail channel
- Buying online a normal, mainstream experience
- Selection of goods increases, includes luxury goods
- Informational shopping for big-ticket items expands
- Specialty retail sites show rapid growth
- Integration of multiple retailing channels

تتضاعف التجارة المتنقلة تقريبا  
النمو السريع في التجارة الاجتماعية  
التجزئة على الانترنت لا تزال قناة  
التجزئة الأسرع نموا  
شراء عبر الإنترنت العادية، تجربة  
السائدة  
اختيار الزيادات البضائع، ويشمل السلع  
الفاخرة  
التسوق المعلوماتية للعناصر الكبيرة  
تذكرة توسع  
مواقع التجزئة المتخصصة تظهر نموا  
سريعا  
تكامل قنوات البيع بالتجزئة المتعددة

# The Retail Sector قطاع التجزئة

- Most important theme in online retailing is effort to integrate online and offline operations
- U.S. retail market accounts for \$11.1 trillion (71%) of total GDP
- Personal consumption:
  - ❖ Services: 66%
  - ❖ Nondurable goods: 23%
  - ❖ Durable goods: 11%
- “Goods” vs. “services” ambiguity

الموضوع الأكثر أهمية في تجارة التجزئة على الانترنت هو جهد لدمج العمليات على الانترنت وغير متصل ويبلغ حجم سوق التجزئة في الولايات المتحدة 11.1 تريليون دولار (71%) من إجمالي الناتج المحلي الاستهلاك الشخصي:

الخدمات: 66%  
السلع غير المألوفة: 23%  
السلع المعمرة: 11%

"السلع" مقابل "الخدمات" الغموض

# The Retail Industry

## ■ 7 segments (clothing, durable goods, etc.)

- ❖ For each, uses of Internet may differ
  - Information vs. direct purchasing

## ■ General merchandisers vs. specialty retailers

## ■ Mail order/telephone order (MOTO) sector most similar to online retail sector

- ❖ Sophisticated order entry, delivery, inventory control systems

## 7 قطاعات (الملابس والسلع المعمرة، وما إلى ذلك)

قد تختلف استخدامات الإنترنت لكل منها  
المعلومات مقابل الشراء المباشر

## التجار العامون مقابل تجار التجزئة المتخصصة

## قطاع الطلب الإلكتروني / الهاتف (موتو) الأكثر تشابها لقطاع التجزئة على الإنترنت

إدخال أمر متطور، التسليم، أنظمة مراقبة المخزون

# Composition of the U.S. Retail Industry

## تكوين صناعة التجزئة في الولايات المتحدة

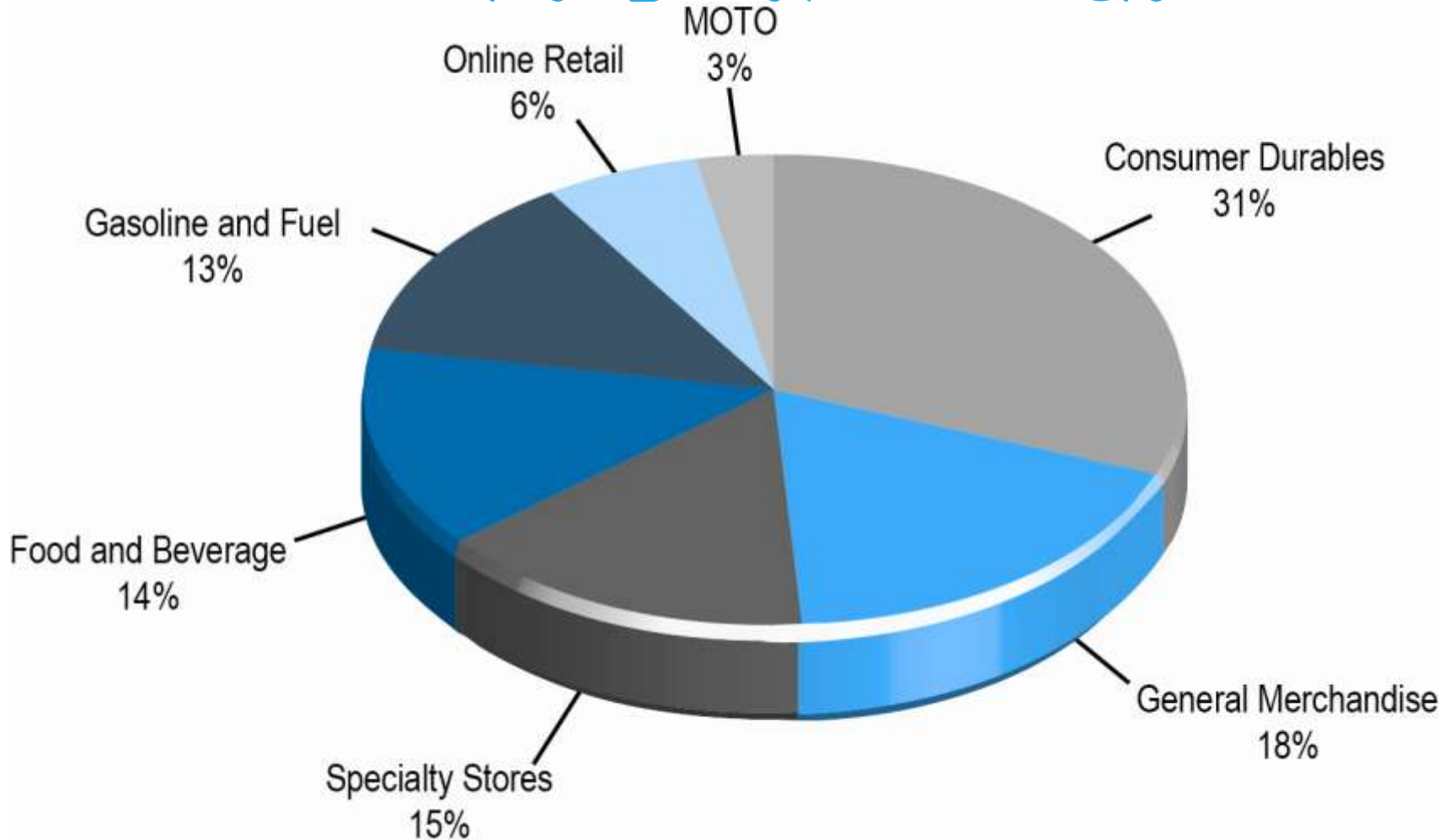


Figure 9.1, Page 575

SOURCE: Based on data from U.S. Census Bureau, 2012.

# E-commerce Retail: The Vision

## التجارة الإلكترونية التجزئة: الرؤية

1. Reduced search and transaction costs; customers able to find lowest prices
2. Lowered market entry costs, lower operating costs, higher efficiency
3. Traditional physical store merchants forced out of business
4. Some industries would be disintermediated

■ Few of these assumptions were correct—structure of retail marketplace has not been revolutionized

■ Internet has created new venues for multi-channel firms and supported a few pure-play merchants

انخفاض تكاليف البحث والمعاملات؛ الزبائن قادرين على العثور على أدنى الأسعار  
خفضت تكاليف دخول السوق، وانخفاض تكاليف التشغيل، وارتفاع الكفاءة  
التقليدي التجار متجر المادية القسري من العمل وسوف تكون بعض الصناعات غير متوازنة ولم يكن هناك سوى عدد قليل من هذه الافتراضات، وهي البنية الصحيحة لسوق التجزئة  
وقد خلق الإنترنت أماكن جديدة للشركات متعددة القنوات ودعم عدد قليل من التجار النقي اللعب



# The Online Retail Sector Today

## قطاع التجزئة عبر الإنترنت اليوم

- Smallest segment of retail industry (5–6%)
- Growing at faster rate than offline segments
- Revenues have resumed growth
- Around 72% of Internet users bought online in 2012
- Primary beneficiaries:
  - ❖ Established offline retailers with online presence (e.g., Staples)
  - ❖ First mover dot-com companies (e.g., Amazon)

أصغر شريحة من قطاع تجارة التجزئة (5-6%)  
النمو بمعدل أسرع من شرائح غير متصل  
وقد استأنفت الإيرادات نموها  
حوالي 72% من مستخدمي الإنترنت اشتروا عبر الإنترنت في عام 2012  
المستهيرون الرئيسيون:  
تم إنشاء تجار التجزئة في وضع عدم الاتصال مع وجود على الإنترنت (على سبيل المثال، ستابلز)  
الشركات الأولى في محرك دوت كوم (على سبيل المثال، أمازون)



# Online Retail and B2C E-commerce Is Alive and Well

التجزئة على الانترنت و ب2س التجارة الإلكترونية هو على قيد الحياة وبئر

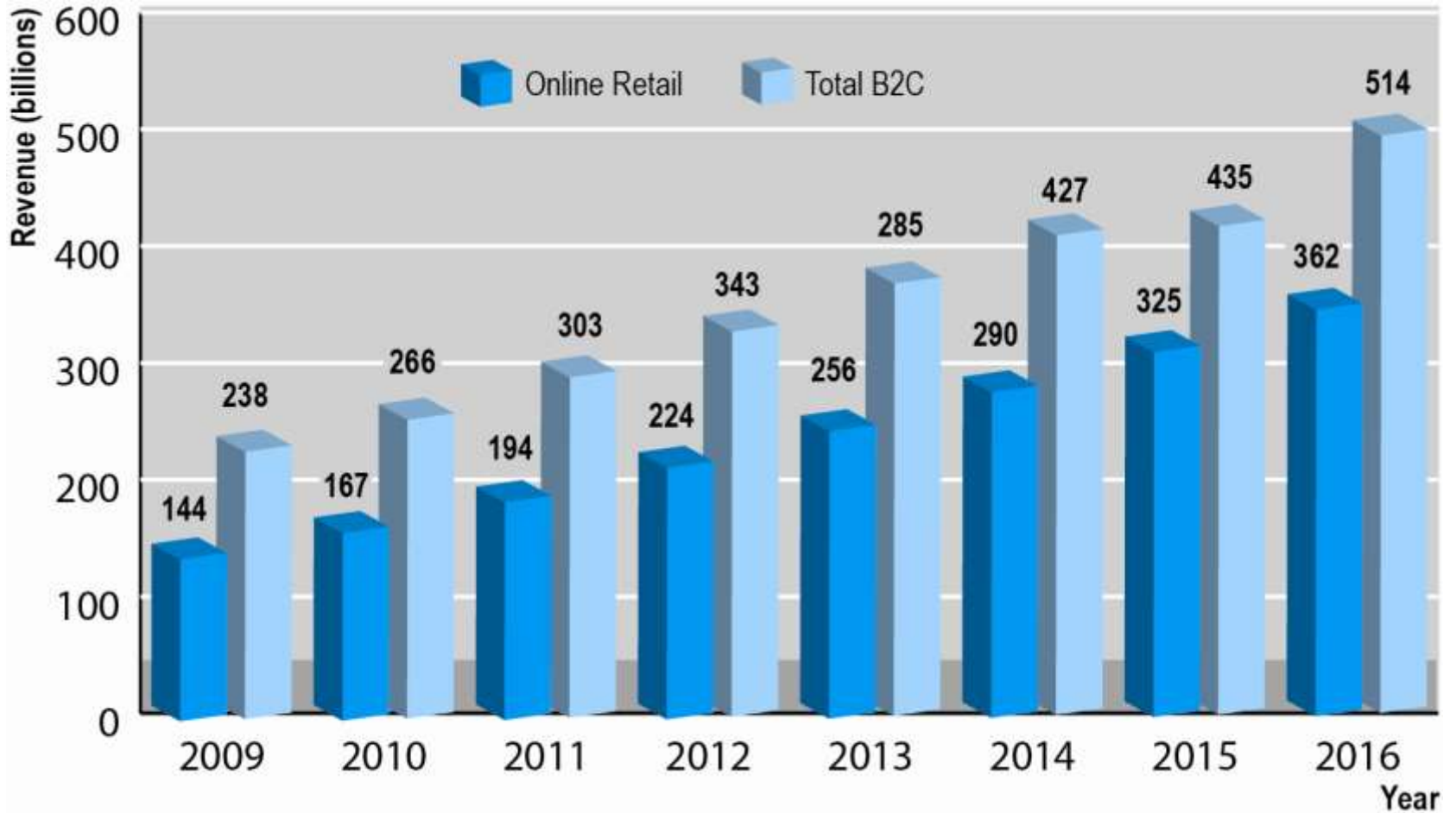


Figure 9.2, p. 578

SOURCES: Based on data from eMarketer, Inc., 2012a; authors' estimates.



# Multi-channel Integration

## التكامل متعدد القنوات

### ■ Integrating Web operations with traditional physical store operations

- ❖ Provide integrated shopping experience
- ❖ Leverage value of physical store

### ■ Types of integration

- ❖ Online order, in-store pickup
- ❖ Web promotions to drive customers to stores
- ❖ Gift cards usable in any channel

### ■ Increasing importance of mobile devices, social commerce, and tablets

دمج عمليات الويب مع عمليات

تخزين المادية التقليدية

توفير تجربة تسوق متكاملة

نفوذ قيمة متجر المادية

أنواع التكامل

النظام عبر الإنترنت، في متجر لاقط

الترويجيات على شبكة الإنترنت لدفع العملاء إلى

المخازن

بطاقات هدية صالحة للاستعمال في أي قناة

زيادة أهمية الأجهزة الجواله،

والتجارة الاجتماعية، والأجهزة

اللوحيه

# Analyzing the Viability of Online Firms

## تحليل قابلية الشركات عبر الإنترنت

### ■ Economic viability:

- ❖ Ability of firms to survive as profitable business firms during specified period (i.e., 1-3 years)

الجدوى الاقتصادية:

قدرة الشركات على البقاء كشركات تجارية مربحة خلال فترة محددة (أي 1-3 سنوات)

نهجين لتحليل الأعمال:

### ■ Two business analysis approaches:

- ❖ Strategic analysis
  - Focuses on both industry as a whole and firm itself
- ❖ Financial analysis
  - How firm is performing

التحليل الاستراتيجي

يركز على كل من الصناعة ككل وشركة نفسها

تحليل مالي

كيفية أداء الشركة

# Strategic Analysis Factors

## عوامل التحليل الاستراتيجي

### ■ Key industry strategic factors

- ❖ Barriers to entry
- ❖ Power of suppliers
- ❖ Power of customers
- ❖ Existence of substitute products
- ❖ Industry value chain
- ❖ Nature of intra-industry competition

### ■ Firm-specific factors

- ❖ Firm value chain
- ❖ Core competencies
- ❖ Synergies
- ❖ Technology
- ❖ Social and legal challenges

### العوامل الاستراتيجية الصناعة الرئيسية

الحواجز أمام دخول

قوة الموردين

قوة العملاء

وجود منتجات بديلة

سلسلة قيمة الصناعة

طبيعة المنافسة داخل الصناعة

### العوامل الخاصة بالمؤسسة

سلسلة قيمة الشركة

الكفاءات الأساسية

التضافر

تقنية

التحديات الاجتماعية والقانونية

# Financial Analysis Factors

## عوامل التحليل المالي

### ■ Statements of Operations

- ❖ Revenues
- ❖ Cost of sales
- ❖ Gross margin
- ❖ Operating expenses
- ❖ Operating margin
- ❖ Net margin
  - Pro forma earnings—EBITDA

### ■ Balance sheet

- ❖ Assets, current assets
- ❖ Liabilities, current liabilities, long-term debt
- ❖ Working capital

### بيانات العمليات

- إيرادات
- تكلفة المبيعات
- هامش الربح الإجمالي
- نفقات التشغيل
- هامش التشغيل
- صافي الهامش
- الأرباح الأولية - إبيتدا

### ورقة التوازن

- الأصول، الأصول المتداولة
- الخصوم، الخصوم المتداولة، الديون طويلة الأجل
- القوى العاملة

# E-tailing Business Models

## تايلينغ نماذج الأعمال-E

### ■ Virtual merchant

❖ Amazon

التاجر الظاهري

الأمازون

### ■ Bricks and clicks

❖ Walmart, J.C. Penney, Sears

الطوب والنقرات

بيني، سيرز J.C. وول مارت،

تاجر الكتالوج

### ■ Catalog merchant

❖ Lands' End, L.L. Bean, Victoria's Secret

بين، فيكتوريا L.L. لاندز إند،

سيكريت

الصانع المباشر

### ■ Manufacturer-direct

❖ Dell

ديل

# E-commerce in Action: Amazon.com

## Amazon.com التجارة الإلكترونية في العمل:

### ■ Vision:

- ❖ Earth's biggest selection, most customer-centric

### ■ Business model:

- ❖ Retail, Third-Party Merchants, and Amazon Web Services (merchant and developer services)

### ■ Financial analysis:

- ❖ Continued explosive revenue growth, profitable

### ■ Strategic analysis/business strategy:

- ❖ Maximize sales volume, lower costs and cut prices, acquisitions, mobile shopping, Kindle

### ■ Strategic analysis/competition:

- ❖ Online and offline general merchandisers, Web services

رؤية:

أكبر اختيار الأرض، ومعظم العملاء التي تركز

نموذج العمل:

وتجار التجزئة، وتجار الطرف الثالث، وخدمات أمازون ويب (خدمات التاجر والمطور)

تحليل مالي:

استمرار نمو الإيرادات المتفجرة، مربحة

التحليل الاستراتيجي / استراتيجية الأعمال:

تعظيم حجم المبيعات، وانخفاض التكاليف

وخفض الأسعار، والاستحواذ، والتسوق

المحمول، أو قد

التحليل الاستراتيجي / المنافسة:

على الانترنت وغير متصل تجار العامة،

خدمات الويب





# E-commerce in Action: Amazon.com

## ■ Strategic analysis/technology:

- ❖ Largest, most sophisticated collection of online retailing technologies available

## ■ Strategic analysis/social, legal:

- ❖ Sales tax, patent lawsuits

## ■ Future prospects:

- ❖ In 2011, net sales grew 40%, and significant gains thus far in 2013
- ❖ Ranks among top five in customer service, speed, accuracy

التحليل الاستراتيجي / التكنولوجيا:

أكبر، وأكثر تطورا جمع تقنيات التجزئة على الانترنت المتاحة

التحليل الاستراتيجي / الاجتماعي والقانوني:

ضريبة المبيعات، قضايا البراءة افاق المستقبل:

وفي عام 2011، نمت المبيعات الصافية بنسبة 40٪، وحقت مكاسب كبيرة حتى الآن في عام 2013

المرتبة بين المراكز الخمسة الأولى في خدمة العملاء والسرعة والدقة



# Common Themes in Online Retailing

## الموضوعات الشائعة في تجارة التجزئة عبر الإنترنت

- Online retail fastest growing channel on revenue basis
  - Profits for startup ventures have been difficult to achieve
  - Disintermediation has not occurred
  - Established merchants need to create integrated shopping experience to succeed online
  - Growth of online specialty merchants, e.g. Blue Nile
  - Extraordinary growth of social, local, and mobile e-commerce
- التجزئة على الانترنت أسرع قناة نموا على أساس الإيرادات
  - وكان من الصعب تحقيق أرباح المشاريع الناشئة
  - ولم تحدث حالات عدم الوساطة
  - تأسيس التجار تحتاج إلى خلق تجربة تسوق متكاملة لتحقيق النجاح عبر الإنترنت
  - نمو التجار المتخصصين عبر الإنترنت، على سبيل المثال. النيل الأزرق
  - النمو غير العادي للتجارة الإلكترونية، والمحلية، والمحمولة والتجارة الإلكترونية



*Insight on Technology: Class Discussion*

## Using the Web to Shop 'Till You Drop

- **What do comparison sites offer consumers?**
- **Why are comparison shopping sites more successful with hard goods than soft goods?**
- **What is the strategy of Shopping.com?**
- **How can shopping bots compare luxury goods?**
- **How does adding content to comparison sites help consumers?**



# The Service Sector: Offline and Online

## قطاع الخدمات: متصل وغير متصل

### ■ Service sector:

- ❖ Largest and most rapidly expanding part of economies of advanced industrial nations
- ❖ Concerned with performing tasks in and around households, business firms, and institutions
  - Includes doctors, lawyers, accountants, business consultants, etc.
- ❖ Employs 4 out of 5 U.S. workers
- ❖ 75% of economic activity

### قطاع الخدمات:

أكبر وأوسع توسع بسرعة جزء من اقتصادات الدول الصناعية المتقدمة قلقة من أداء المهام داخل وحول الأسر والشركات التجارية والمؤسسات يشمل الأطباء والمحامين والمحاسبين ومستشاري الأعمال، وما إلى ذلك. توظف 4 من أصل 5 عمال في الولايات المتحدة 75% من النشاط الاقتصادي

# Service Industries

- Major service industry groups:
  - ❖ Finance
  - ❖ Insurance
  - ❖ Real estate
  - ❖ Travel
  - ❖ Professional services—legal, accounting
  - ❖ Business services—consulting, advertising, marketing, etc.
  - ❖ Health services
  - ❖ Educational services

# صناعات الخدمات

- مجموعات صناعة الخدمات الرئيسية:
- المالية
  - تأمين
  - العقارات
  - السفر
  - الخدمات المهنية القانونية والمحاسبة
  - خدمات الأعمال - الاستشارات والإعلانات والتسويق وما إلى ذلك.
  - خدمات صحية
  - خدمات تعليمية

# Service Industries

- **Two categories**
  - ❖ Transaction brokers
  - ❖ Hands-on service providers
- **Features:**
  - ❖ Knowledge- and information-intensive
    - Makes them uniquely suited to e-commerce applications
  - ❖ Personalization and customization
    - Level differs depending on type of service, e.g., medical vs. financial

# صناعات الخدمات

- فئتين
- وسطاء المعاملات
- التدريب العملي على مقدمي الخدمات
- مميزات:
- المعرفة والمعلومات مكثفة
- يجعلها مناسبة بشكل فريد لتطبيقات التجارة الإلكترونية
- التخصيص والتخصيص
- المستوى يختلف حسب نوع الخدمة،
- على سبيل المثال، الطبية مقابل المالية

# Online Financial Services

## الخدمات المالية عبر الإنترنت

- Example of e-commerce success story, but success is somewhat different from what had been predicted
- Brokerage industry transformed
- 62% of customers prefer online banking
- Effects less powerful in insurance, real estate
- Multi-channel, established financial services firms continue to show growth

مثال على قصة نجاح التجارة الإلكترونية،  
ولكن النجاح يختلف بعض الشيء عما  
كان متوقعا  
صناعة الوساطة تحولت  
62% من العملاء يفضلون الخدمات  
المصرفية عبر الإنترنت  
آثار أقل قوة في مجال التأمين، والعقارات  
وتواصل شركات الخدمات المالية المتعددة  
القنوات أن تظهر نموا



# Financial Service Industry Trends

## صناعة الخدمات المالية الاتجاهات

- Two important global trends
  - ❖ Industry consolidation
    - Financial Reform Act of 1998 amended Glass-Steagall Act and allows banks, brokerages, and insurance firms to merge
  - ❖ Movement toward integrated financial services
    - Financial supermarket model

اثنين من الاتجاهات العالمية الهامة  
تعزير الصناعة  
عدل قانون الإصلاح المالي لعام  
1998 قانون غلاس-ستيغال ويسمح  
للبنوك والوساطة وشركات التأمين  
بالاندماج  
الحركة نحو الخدمات المالية المتكاملة  
نموذج سوبر ماركت المالي





# Industry Consolidation and Integrated Financial Services

تعزيز الصناعة والخدمات المالية المتكاملة

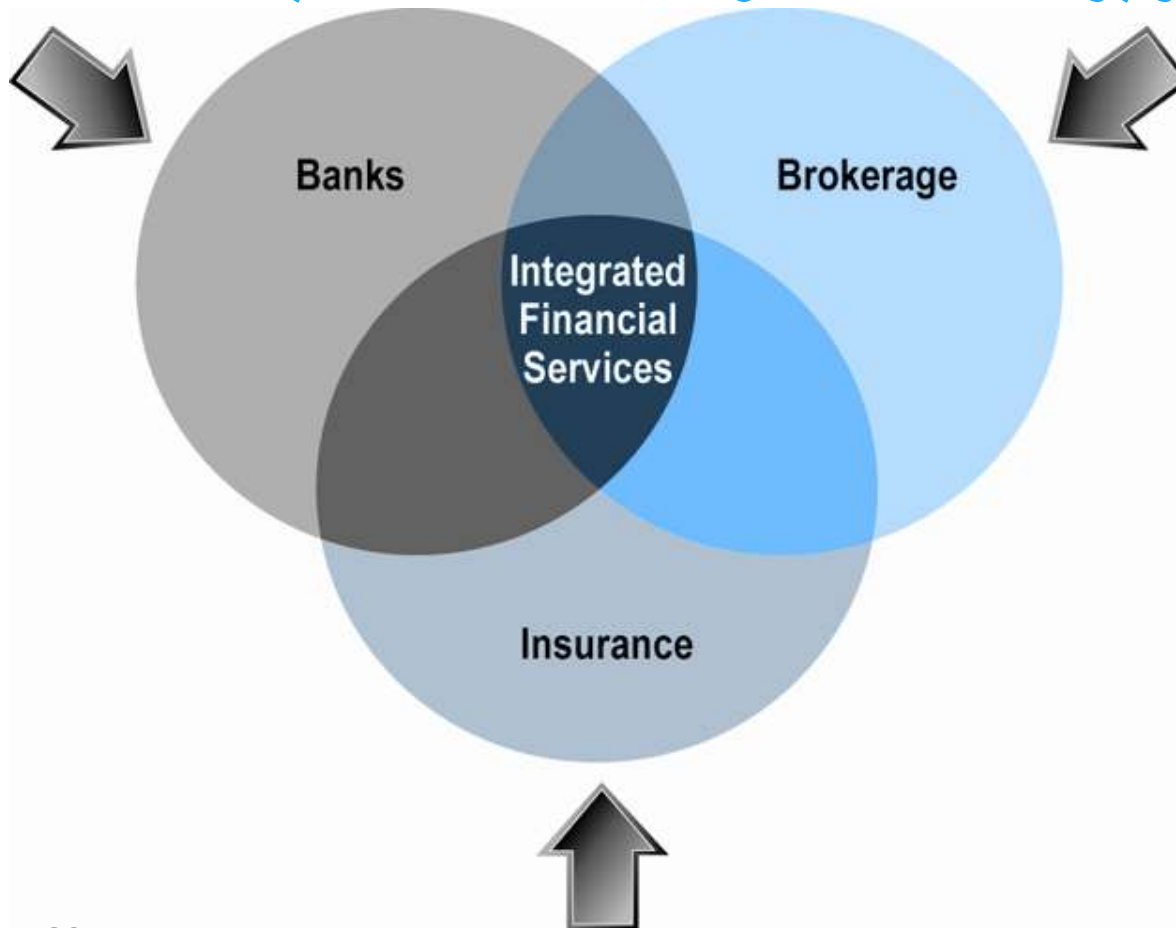


Figure 9.3, Page 605



# Online Financial Consumer Behavior

## سلوك المستهلك المالي عبر الإنترنت

- Consumers attracted to online financial sites because of desire to save time and access information rather than save money
- Most online consumers use financial services firms for mundane financial management
  - ❖ Check balances
  - ❖ Pay bills
- Number of people using mobile devices for financial services is surging

جذبت المستهلكين إلى المواقع المالية على الإنترنت بسبب الرغبة في توفير الوقت والوصول إلى المعلومات بدلاً من توفير المال

معظم المستهلكين عبر الإنترنت يستخدمون شركات الخدمات المالية للإدارة المالية الدنيوية تحقق التوازنات ادفع الفواتير

عدد الأشخاص الذين يستخدمون الأجهزة النقالة للخدمات المالية آخذ في الارتفاع

# Online Banking and Brokerage

## الخدمات المصرفية عبر الإنترنت والوساطة

- Online banking pioneered by NetBank and Wingspan; no longer in existence
- Established brand-name national banks have taken substantial lead in market share
- 107 million people use online banking; expected to rise to 116 million by 2014
- Early innovators in online brokerage (E\*Trade) have been displaced by established brokerages (Fidelity, Schwab)

- الخدمات المصرفية عبر الإنترنت رائدة من قبل نيتبانك و وينغسبان. لم تعد موجودة
- وقد أخذت البنوك الوطنية التي تحمل اسم العلامة التجارية الراسخة تقدما كبيرا في حصتها في السوق
- 107 مليون شخص استخدام الخدمات المصرفية عبر الإنترنت؛ ومن المتوقع أن يرتفع إلى 116 مليون بحلول عام 2014
- وقد تم تهجير المبتكرين المبكرين في الوساطة الإلكترونية ( E \* ترید ) من قبل شركات الوساطة القائمة (فيديليتي، شواب)



# The Growth of Online Banking

## نمو الخدمات المصرفية عبر الإنترنت

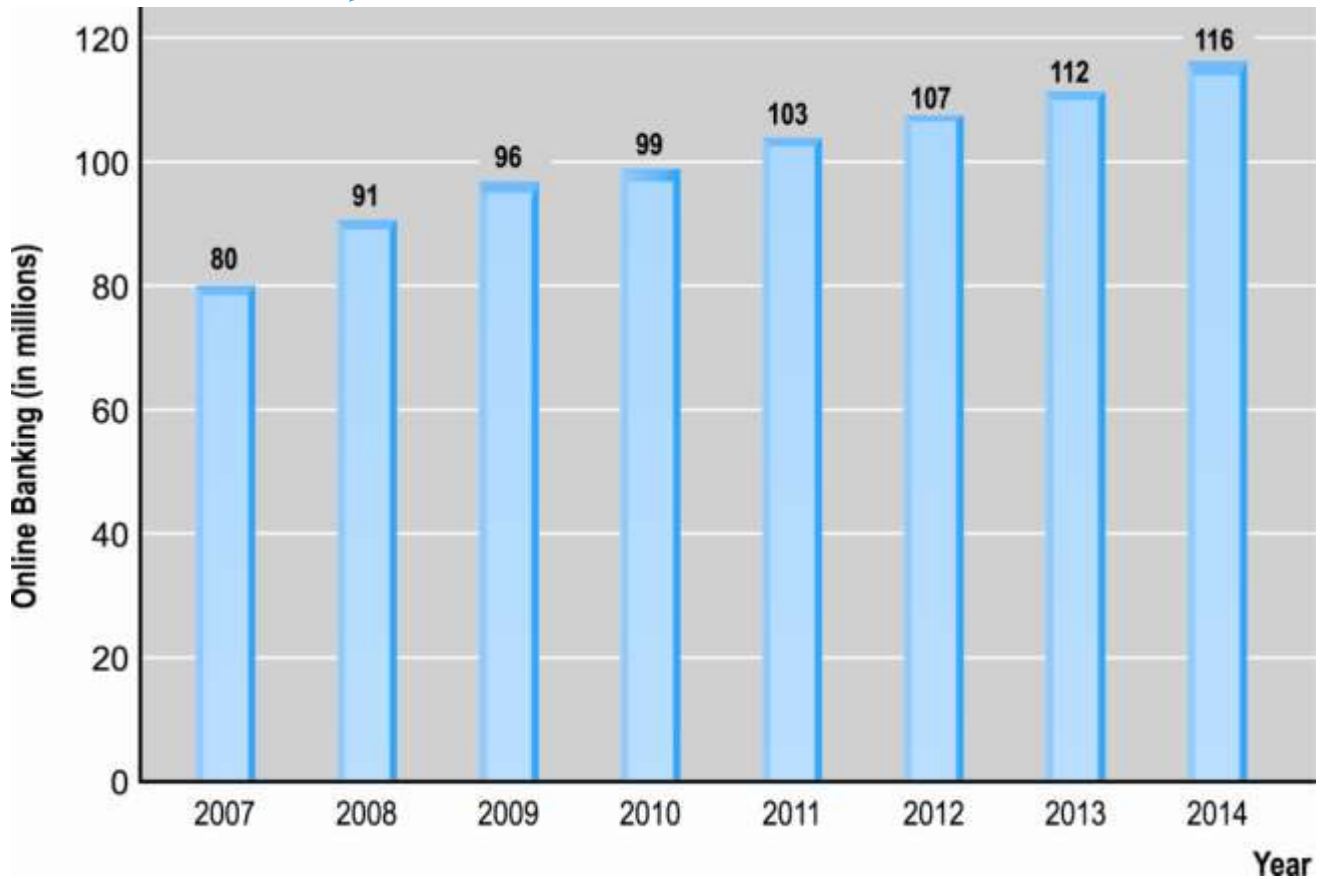


Figure 9.4, Page 608

SOURCE: Based on data from comScore, 2010a, eMarketer, Inc., 2010; authors estimates.



# Multi-channel vs. Pure Online Financial Service Firms

## متعددة القنوات مقابل شركات الخدمات المالية عبر الإنترنت نقية

- Online consumers prefer multi-channel firms with physical presence
- Multi-channel firms
  - ❖ Growing faster than pure online firms
  - ❖ Lower online customer acquisition costs
- Pure online firms
  - ❖ Cannot provide all services that require face-to-face interaction

المستهلكين عبر الإنترنت يفضلون شركات متعددة القنوات مع وجود مادي الشركات متعددة القنوات نمو أسرع من الشركات عبر الإنترنت نقية انخفاض تكاليف اكتساب العملاء عبر الإنترنت الشركات عبر الإنترنت نقية لا يمكن تقديم جميع الخدمات التي تتطلب التفاعل وجها لوجه



# Financial Portals and Account Aggregators

## البوابات المالية ومجمعات الحساب

### Financial portals

- ❖ Comparison shopping services, independent financial advice, financial planning
- ❖ Revenues from advertising, referrals, subscriptions
- ❖ e.g., Yahoo! Finance, Quicken.com, MSN Money

### Account aggregation

- ❖ Pulls together all of a customer's financial data at a personalized Web site
- ❖ e.g., Yodlee: provides account aggregation technology
- ❖ Privacy concerns; control of personal data, security, etc.

### البوابات المالية

مقارنة خدمات التسوق، وتقديم المشورة المالية المستقلة، والتخطيط المالي الإيرادات من الإعلانات والإحالات والاشتراكات

المالية، Yahoo! على سبيل المثال،  
، مسن ماني Quicken.com

### تجميع الحساب

يسحب كل البيانات المالية للعميل في موقع ويب مخصص على سبيل المثال، يودلي: توفر تكنولوجيا تجميع الحسابات مخاوف الخصوصية؛ التحكم في البيانات الشخصية، والأمن، وما إلى ذلك.

# Online Mortgage and Lending Services

## خدمات الرهن العقاري والإقراض عبر الإنترنت

- Early entrants hoped to simplify and speed up mortgage value chain
- Three kinds of online mortgage vendor today
  - ❖ Established online banks, brokerages, and lending organizations
  - ❖ Traditional mortgage vendors
  - ❖ Pure online mortgage firms
- Online mortgage industry has not transformed process of obtaining mortgage
  - ❖ Complexity of process

يأمل الداخلون المبكرون في تبسيط وتسريع سلسلة قيمة الرهن العقاري ثلاثة أنواع من بائع الرهن العقاري على الإنترنت اليوم إنشاء البنوك عبر الإنترنت، وساطة، ومنظمات الإقراض بائعو الرهن العقاري التقليديون نقية شركات الرهن العقاري على الإنترنت صناعة الرهن العقاري على الإنترنت لم تحول عملية الحصول على الرهن العقاري تعقيد العملية

# Online Insurance Services

## خدمات التأمين عبر الإنترنت

### ■ Online term life insurance:

- ❖ One of few online insurance with lowered search costs, increased price comparison, lower prices
- ❖ Commodity

### ■ Most insurance not purchased online

### ■ Online industry geared more toward

- ❖ Product information, search
- ❖ Price discovery
- ❖ Online quotes
- ❖ Influencing the offline purchasing decision

التأمين على الحياة مصطلح على الإنترنت:

واحدة من عدد قليل من التأمين عبر الإنترنت مع انخفاض تكاليف البحث، وزيادة مقارنة الأسعار، وانخفاض الأسعار سلعة

معظم التأمين لم يتم شراؤها عبر الإنترنت

صناعة الانترنت موجهة أكثر نحو معلومات المنتج، والبحث اكتشاف الأسعار ونقلت على الانترنت التأثير على قرار الشراء حاليا



# Online Real Estate Services

## الخدمات العقارية عبر الإنترنت

- Early vision: Disintermediation of a complex industry
- However, major impact is influencing of purchases offline
  - ❖ Impossible to complete property transaction online
  - ❖ Main services are online property listings, loan calculators, research and reference material, with mobile apps increasing
- Despite revolution in available information, there has not been a revolution in the industry value chain

الرؤية المبكرة: عدم التوسط في صناعة معقدة ومع ذلك، تأثير كبير هو التأثير على المشتريات حاليا من المستحيل لإكمال معاملة الملكية على الانترنت الخدمات الرئيسية هي قوائم الملكية على الانترنت، والآلات الحاسبة القرض والبحوث والمواد المرجعية، مع تطبيقات الجوال المتزايدة وعلى الرغم من ثورة المعلومات المتاحة، لم تحدث ثورة في سلسلة القيمة الصناعية

# Online Travel Services

## خدمات السفر عبر الإنترنت

- One of the most successful B2C e-commerce segments
- Online travel bookings declined slightly due to recession but expected to grow to \$150 billion in 2016
- For consumers: More convenience than traditional travel agents
- For suppliers: A singular, focused customer pool that can be efficiently reached through onsite advertising

التجارة B2C واحدة من قطاعات  
الإلكترونية الأكثر نجاحا  
وانخفضت حجوزات السفر عبر  
الإنترنت قليلا بسبب الركود ولكن من  
المتوقع أن تنمو إلى 150 مليار دولار  
في عام 2016  
بالنسبة للمستهلكين: المزيد من الراحة  
من وكلاء السفر التقليدية  
بالنسبة للموردين: تجمع فردي ومركز  
للعلاء يمكن الوصول إليه بكفاءة من  
خلال الإعلانات في الموقع

# Online Travel Services (cont.)

- Travel an ideal service/product for Internet
  - ❖ Information-intensive product
  - ❖ Electronic product—travel arrangements can be accomplished for the most part online
  - ❖ Does not require inventory
  - ❖ Does not require physical offices with multiple employees
  - ❖ Suppliers are always looking for customers to fill excess capacity
  - ❖ Does not require an expensive multi-channel presence

السفر خدمة مثالية / المنتج للإنترنت

منتج كثيف المعلومات

ويمكن إنجاز ترتيبات المنتجات الإلكترونية

للسفر في معظمها عبر الإنترنت

لا يتطلب المخزون

لا تتطلب مكاتب فعلية مع موظفين متعددين

الموردين دائما يبحثون عن العملاء لملء

الطاقة الزائدة

لا يتطلب وجود مكلفة متعددة القنوات



*Insight on Business: Class Discussion*

## Zipcar Shifts into High Gear

- **What is the Zipcar business model? How does it make money?**
- **How does Zipcar use the Internet?**
- **Does Zipcar compete with traditional car rental firms?**
- **Will Zipcar work only in urban markets? Can it expand to the suburbs?**



# Online Travel Services Revenues

## إيرادات خدمات السفر عبر الإنترنت

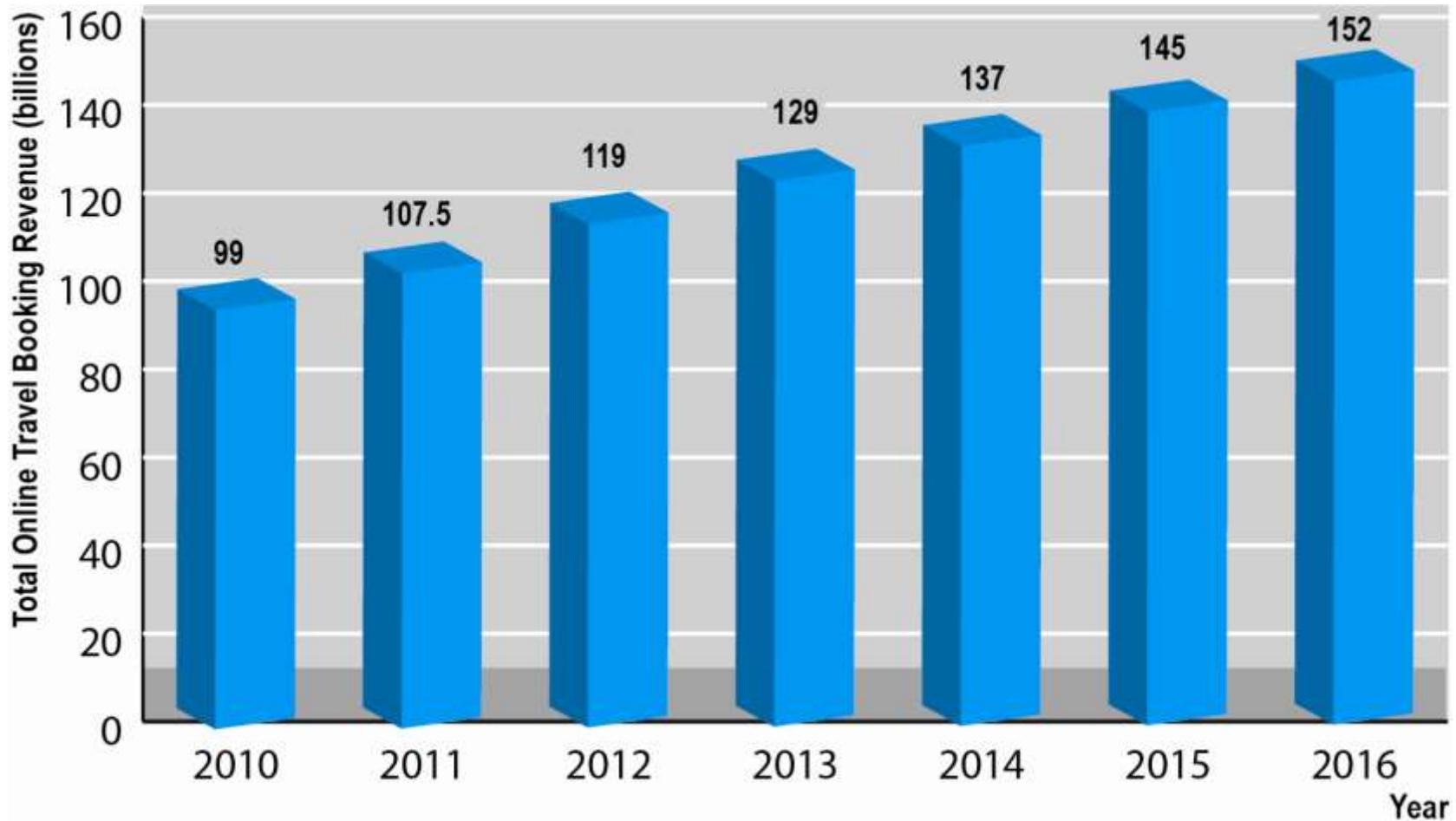


Figure 9.5, Page 614

SOURCE: Based on data from eMarketer, 2012d.

# The Online Travel Market

## سوق السفر عبر الإنترنت

### ■ Four major sectors:

- ❖ Airline tickets
- ❖ Hotel reservations
- ❖ Car rentals
- ❖ Cruises/tours

أربعة قطاعات رئيسية:

تذاكر الطيران

حجوزات فندقية

تأجير السيارات

رحلات / جولات

### ■ 57% purchase airline tickets from airline's Web site, 22% from travel booking Web site (e.g., Expedia)

57% شراء تذاكر الطيران من موقع شركة الطيران، و 22% من موقع حجز السفر على شبكة الإنترنت (على سبيل المثال، اكسبيديا)

### ■ Corporate online-booking solutions (COBS)

حلول الشركات عبر الإنترنت للحجز (كوبس)

# Online Travel Industry Dynamics

## ديناميات صناعة السفر عبر الإنترنت

- Intense competition among online providers
- Price competition difficult
- Industry consolidation
- Industry impacted by meta-search engines
  - ❖ Commodity online travel
- Mobile applications are also transforming industry
- Social media content, reviews have an increasing influence on travel purchases

المنافسة الشديدة بين مقدمي الخدمات عبر الإنترنت  
المنافسة السعر صعبة  
تعزيز الصناعة  
الصناعة المتأثرة بمحركات البحث التجميعي  
كوموديتيز السفر عبر الإنترنت  
تطبيقات الهاتف المحمول هي أيضا تحويل الصناعة  
محتوى وسائل الاعلام الاجتماعية، ومراجعات لها تأثير متزايد على مشتريات السفر



*Insight on Society: Class Discussion*

## Phony Reviews

- **Should there be repercussions to individuals and/or businesses for posting false reviews of products or services?**
- **Can phony reviews be recognized and moderated?**
- **Do you rely more on some types of reviews or comments on Web sites and blogs over others?**



# Online Career Services

## الخدمات المهنية عبر الإنترنت

- Top sites generate over \$1 billion annually
- Two main players: CareerBuilder, Monster
- Traditional recruitment tools:
  - ❖ Classified, print ads, career expos, on-campus recruitment, staffing firms, internal referral programs
- Online recruiting
  - ❖ More efficient, cost-effective, reduces total time-to-hire
  - ❖ Enables job hunters to more easily distribute resumes while conducting job searches
  - ❖ Ideally suited for Web due to information-intensive nature of process

وتولد أهم المواقع أكثر من مليار دولار سنويا  
اثنين من اللاعبين الرئيسيين: كاريربويلدر،  
الوحش  
أدوات التوظيف التقليدية:  
الإعلانات المبوبة، والإعلانات المطبوعة،  
والمهن المهنية، والتوظيف في الحرم الجامعي،  
وشركات التوظيف، وبرامج الإحالة الداخلية  
التوظيف عبر الإنترنت  
أكثر كفاءة، فعالة من حيث التكلفة، ويقلل من  
إجمالي الوقت إلى استئجار  
تمكن الصيادين العمل لتوزيع السيرة الذاتية  
بسهولة أكبر أثناء إجراء البحث عن عمل  
مناسبة بشكل مثالي للويب بسبب طبيعة  
المعلومات المكثفة للعملية



# It's Just Information: The Ideal Web Business?

## انها مجرد معلومات: مثالية الويب الأعمال؟

- Recruitment ideally suited for the Web
  - ❖ Information-intensive process
  - ❖ Initial match-up doesn't require much personalization
- Saves time and money for both job hunters and employers
- One of most important functions:
  - ❖ Ability to establish market prices and terms (online national marketplace)

التوظيف مناسبة بشكل مثالي للويب  
عملية مكثفة المعلومات  
لا يتطلب التطابق الأولي الكثير من  
التخصيص  
يوفر الوقت والمال لكل من الباحثين عن  
العمل وأرباب العمل  
واحدة من أهم الوظائف:  
القدرة على تحديد أسعار السوق وشروط  
(السوق الوطنية على الانترنت)

# Online Recruitment Industry Trends

## على الانترنت التوظيف اتجاهات الصناعة

- Consolidation
- Diversification: Niche employment sites
- Localization:
  - ❖ Local vs. national, Craigslist
- Job search engines/aggregators:
  - ❖ "Scraping" listings
- Social networking:
  - ❖ LinkedIn; Facebook apps
- Mobile Web sites and apps

الدمج  
التتويج: مواقع التوظيف المتخصصة  
الموقع:  
المحلية مقابل الوطنية، كريغز لست  
البحث عن عمل / تجميع:  
"كشط" القوائم  
شبكات التواصل الاجتماعي:  
ينكدين. تطبيقات الفيسبوك  
مواقع ويب وتطبيقات الجوال



**This work is protected by United States copyright laws and is provided solely for the use of instructors in teaching their courses and assessing student learning. Dissemination or sale of any part of this work (including on the World Wide Web) will destroy the integrity of the work and is not permitted. The work and materials from it should never be made available to students except by instructors using the accompanying text in their classes. All recipients of this work are expected to abide by these restrictions and to honor the intended pedagogical purposes and the needs of other instructors who rely on these materials.**