



## Chapter 1:

# Introduction to e-business and e-commerce

Dr. N. Abdolvand

**E-Business**

## Teaching Objectives

- ◆ Define e-commerce and describe how it differs from e-business.
- ◆ Identify and describe the unique features of e-commerce technology and discuss their business significance.
- ◆ Recognize and describe Web 2.0 applications.
- ◆ Describe the major types of e-commerce.
- ◆ Understand the evolution of e-commerce from its early years to today.
- ◆ Identify the factors that will define the future of e-commerce.
- ◆ Describe the major themes underlying the study of e-commerce.
- ◆ Identify the major academic disciplines contributing to e-commerce

## مساله

- ◆ آیا کسب‌وکارها در طی زمان دستخوش تغییر می‌شوند؟
- ◆ بنظرتان آینده وب، چگونه است؟
- ◆ آیا وب از بدو ابتدا تغییرات زیادی داشته؟
- ◆ چه عواملی میتواند در تداوم کسب‌وکارها تاثیر بگذارد؟

## شرکت بربری

- ◆ در سال ۲۰۰۶ (زمانی که آنجلا ارنستس در راس آن قرار داشت) شرکت بربری رشد بسیار کمی نسبت به همتایانش داشت
  - نرخ رشد سالیانه کل صنعت ۱۲ تا ۱۳ بود ولی رشد بربری تنها ۱ تا ۲ درصد بود.
- ◆ سوال اصلی آنها: چشم انداز ما چیست؟
  - مشتری های هدف رقبا: خانم های شیک پوش که نسل متولد بعد از جنگ بودند
  - مشتری های هدف بربری: مشتریان نسل هزاره ( افراد در سنین ۲۰ تا ۲۹ سال)
- ◆ بربری تصمیم به استفاده از زبان دیجیتال گرفت و تحول دیجیتال بربری آغاز شد.
  - استخدام تیم بازاریابی جوان که اعضای آن از نسل هزاره بودند.
  - بازسازی وبسایت بربری در یازده زبان
  - ایجاد یک رایحه و ایجاد نمونه های نوآورانه آن در فیسبوک
  - توسعه Tweetwalk (نمایش های پخش زنده مد) در توئیتر
  - همکاری با پلتفرم رسانه اجتماعی چینی WeChat به منظور راه اندازی مجموعه ای از تجارب محتوای موبایلی در نمایش لباس پاییز و زمستان ۲۰۱۴
  - استفاده از فناوری های دیجیتال برای به اشتراک گذاشتن شور و هیجان لحظات کلیدی برند با مشتریان خود در سراسر دنیا

## شرکت بربری

- ◆ افزایش سرعت رشد سرمایه گذاری با افتتاح ۲۰ تا ۳۰ فروشگاه جدید در سال
- ◆ تماشاخانه خرده فروشی بربری (Burberry Retail-Theater)، انتشار محتوای چند بعدی برای فروشگاههای خود در سراسر دنیا
  - امکان دسترسی به کلکسیون کامل جهانی بربری فارغ از اینکه در فروشگاه موجود باشد یا خیر.
  - سفارش از طریق آپید و دریافت در شش تا هشت هفته
- ◆ بخش فعال ارتباط با مشتری
- ◆ چالش تحلیل داده
  - راه اندازی برنامه ای با عنوان «مشتری ۳۶۰»
- ◆ تلاش برای ایجاد تجربه مشابه خرید حضوری مشتریان
- ◆ تقریباً ۶۰٪ مردم به صورت آنلاین خرید می کنند.
- ◆ در سال ۲۰۱۳ و ۲۰۱۴ بربری توسط اتاق فکر L2 به عنوان رتبه اول برندهای مد دارای هوش دیجیتال انتخاب شد

Dr. N. Abdolvand 7

Year Founded	Company / site	Category of innovation and business model
1994	Amazon	Retailer
1995 (March)	Yahoo! (yahoo.com)	Directory and portal
1995 (Sept)	eBay	Online auction
1995 (Dec)	AltaVista (altavista.com)	Search engine
1996	Hotmail (hotmail.com)	Web-based e-mail Viral marketing (using e-mail signatures to promote service) Purchased by Microsoft in 1997
1998	GoTo.com (goto.com) Overture (2001)	Pay-per-click search marketing Purchased by Yahoo! in 2003
1998	Google (google.com)	Search engine
1999	Blogger (blogger.com)	Blog publishing platform Purchased by Google in 2003
1999	Alibaba (alibaba.com)	B2B marketplace with \$1.7 billion IPO on Hong Kong stock exchange in 2007. See case in Chapter 2
1999	MySpace (myspace.com) Formerly eUniverse	Social network Purchased by News Corp in 2005
2001	Wikipedia (wikipedia.com)	Open encyclopedia
2002	Last.fm	A UK-based Internet radio and music community web site, founded in 2002. On 30 May 2007, CBS Interactive acquired Last.fm for £140m (US\$280m)
2003	Skype (skype.com)	Peer-to-peer Internet telephony VoIP – Voice over Internet protocol Purchased by eBay in 2005
2003	Second Life (secondlife.com)	Immersive virtual world
2004	Facebook (facebook.com)	Social network applications and groups
2005	YouTube (youtube.com)	Video sharing and rating
2007	Joost (joost.com)	Quality video broadcast service IPTV – Internet Protocol TV

Dr. N.

## E-commerce Trends 2014–2016

- ◆ Retail e-commerce grows over 25%
- ◆ Continued expansion of mobile, social, and local e-commerce
- ◆ Mobile platform rivals PC platform
- ◆ Continued growth of cloud computing
- ◆ Explosive growth in Big Data
- ◆ Continued growth of user-generated content on social networks, blogs, wikis

## The impact of the electronic communications on traditional businesses

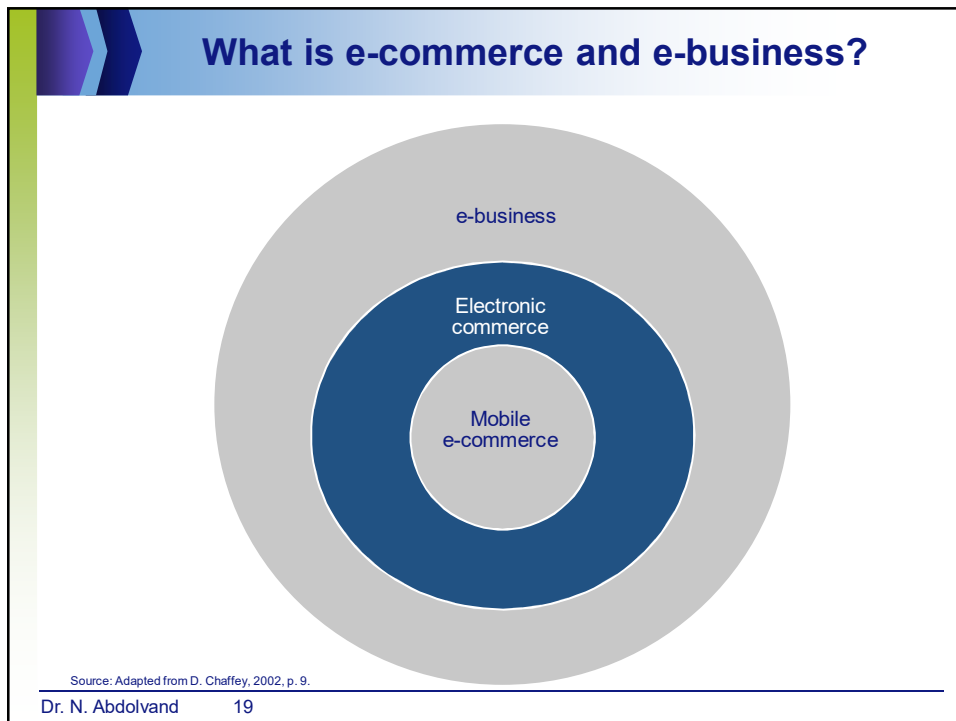
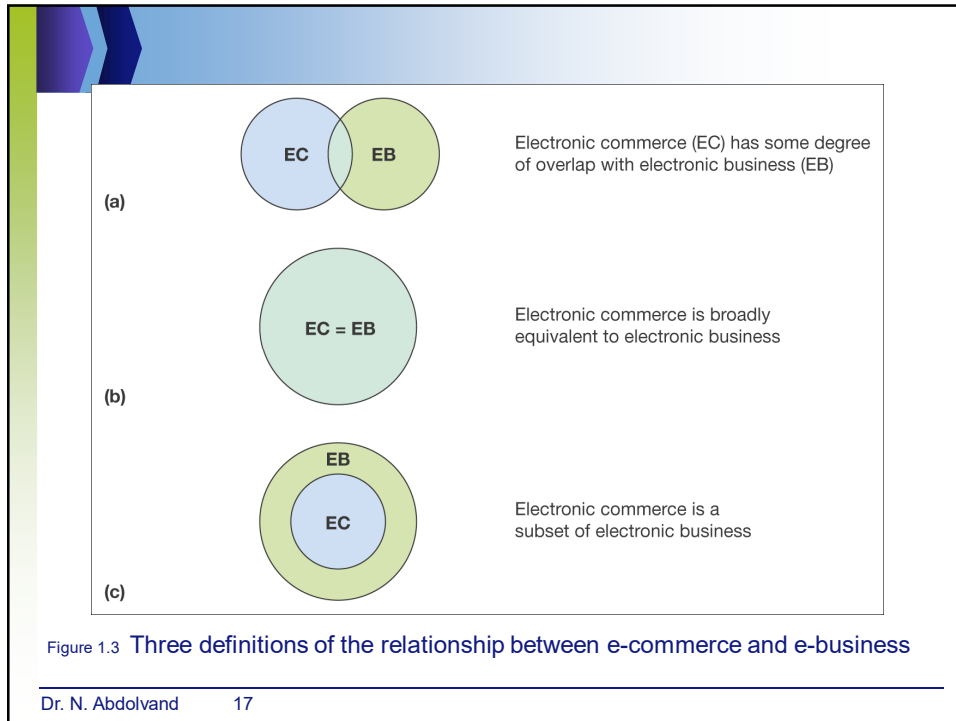
- ◆ Existing businesses have evolved their approaches to e-business through a series of stages
  - Relentless
  - continuous introduction of new technologies,
  - new business models and
  - new communications approaches

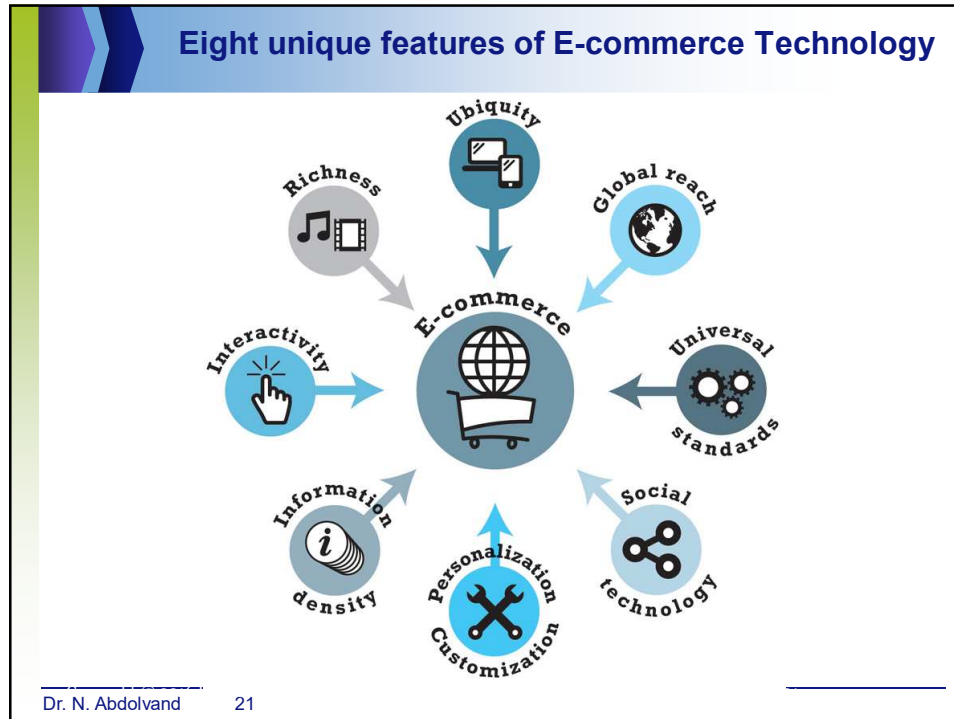
## E-business opportunities

- ◆ Reach (Mobile Communication)
  - Over 1 billion users globally
  - Connect to millions of products
- ◆ Richness (Rich Media)
  - Detailed product information on 20 billion + pages indexed by Google. Blogs, videos, feeds...
  - Personalized messages for users
- ◆ Affiliation (Social Network)
  - Partnerships are key in the networked economy

## What is e-commerce and e-business?

- ◆ E-commerce :
  - All electronically mediated information exchange between an organization and its external stakeholders (Chaffey)
  - Digitally enabled commercial transactions between and among organizations and individuals
  - Use of Internet and Web to transact business
  - More formally:
    - Digitally enabled commercial transactions between and among organizations and individuals
- ◆ E-business:
  - Digital enabling of transactions and processes within a firm, involving information systems under firm's control
  - Does not include commercial transactions involving an exchange of value across organizational boundaries





## The Web

- ◆ Most popular Internet service
- ◆ Developed in early 1990s
- ◆ Provides access to Web pages
  - HTML documents that may include text, graphics, animations, music, videos
- ◆ Web content has grown exponentially
  - Google reports 60 trillion unique URLs

## Web 2.0

- ◆ User-centered applications and social media technologies
  - User-generated content and communication
  - Highly interactive, social communities
  - Large audiences; yet mostly unproven business models
  - Examples: Twitter, YouTube, Instagram, Wikipedia, Tumblr, Uber



## Web 3.0 and Beyond

- ◆ We can suggest that as web functionality evolves, these approaches which could be deemed ‘Web 3.0’ will become more important
  - *Web applications*
  - *Syndication*
  - *Streamed video or IPTV*
  - *Virtual worlds*
  - *Personal data integration*
  - *The semantic web*

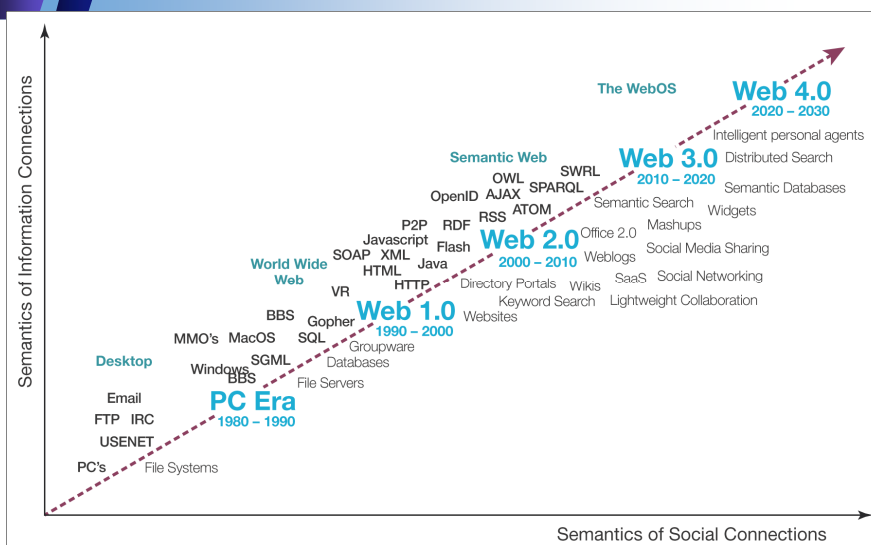


Figure 1.7 Evolution of web technologies  
 Source: Adapted from Spivack (2007)

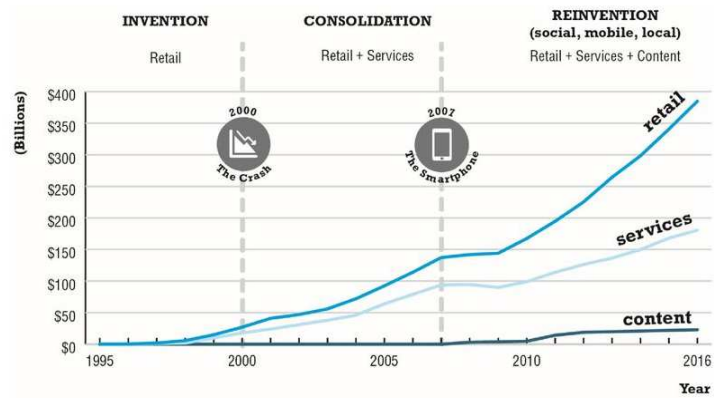
## The Mobile Platform

- ◆ Most recent development in Internet infrastructure
- ◆ Enables access to the Internet via wireless networks or cell-phone service
- ◆ Mobile devices include
  - Tablets
  - Smartphones
  - Ultra-lightweight laptops

## E-commerce: A Brief History

- ◆ 1995–2000: Innovation
  - Key concepts developed
  - Dot-coms; heavy venture capital investment
- ◆ 2001–2006: Consolidation
  - Emphasis on business-driven approach
  - Traditional large firms expand presence
  - More complex products and services sold
  - Growth of search engine advertising
- ◆ 2006–Present: Reinvention
  - Extension of technologies
  - New models based on user-generated content, social networking, services
  - Entertainment content develops as source of revenues
  - Analytic technologies

## E-commerce: A Brief History



Copyright © 2018 Kenneth C. Laudon and Carol Guercio Traver

Dr. N. Abdolvand 29

## Types of E-commerce

- May be classified by market relationship or technology

### ◆ Relationship

- Business-to-Consumer (B2C)
- Business-to-Business (B2B)
- Consumer-to-Consumer (C2C)

### ◆ Technology

- Mobile e-commerce (M-commerce)
- Social e-commerce

### ◆ Geography

- Local e-commerce

Dr. N. Abdolvand 34

