

Μαθαίνοντας από τους άλλους

Learning From Peers / e-Business cases

Οι καλύτερες πρακτικές των Ευρωπαϊκών Μικρών και
Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΣ ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Οι ευρωπαϊκές Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις (ΜΜΕ) αντιπροσωπεύουν μια σημαντική πηγή επιχειρηματικότητας και δημιουργικότητας και συμβάλλουν σημαντικά στην οικονομική και κοινωνική συνοχή. Είναι το κλειδί στην καινοτομία και αναδύονται ως παγκόσμιοι παίκτες, συμμετέχοντας στην παγκόσμια παραγωγή και τις αλυσίδες εφοδιασμού. Στο γεμάτο προκλήσεις αγώνα της ανταγωνιστικότητας και της αρίστευσης, όπου οι νέες τεχνολογίες και η καινοτομία παίζουν πρωταγωνιστικό ρόλο, καμία ΜΜΕ επιχείρηση δεν μπορεί να μείνει πίσω.

Γι'αυτό το Δεκέμβριο 2008 τα Κράτη Μέλη της ΕΕ δημιούργησαν την πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκής Κοινότητας "Small Business Act" για την Ευρώπη («Πρωτοβουλία για τις μικρές επιχειρήσεις» στην Ευρώπη), για να βοηθήσουν τις ΜΜΕ να πετύχουν στην ολοένα αναπτυσσόμενη παγκοσμιοποιημένη κοινότητα. Ένας από τους τρόπους επίτευξης αυτού του στόχου είναι η βελτιωμένη ενσωμάτωση και καινοτόμος χρήση των τεχνολογιών πληροφοριών και επικοινωνίας (ICT). Η Τεχνολογία Πληροφοριών και Επικοινωνίας (ΤΠΕ) είναι ο σημαντικότερος καθοδηγητής της καινοτομίας και της ανταγωνιστικό-τητας. Ωστόσο, η δυνατότητα καινοτομίας μέσω ΤΠΕ καθώς και των νέων επιχειρηματικών μοντέλων δεν έχουν ακόμη εξερευνηθεί πλήρως από τις ευρωπαϊκές ΜΜΕ.

Οι ΜΜΕ συχνά εμπνέονται και οδηγούνται στη μετατροπή της επιχείρησής τους σε ηλεκτρονική, από συναδελφικές και ανταγωνιστικές εμπειρίες ΤΠΕ. Ενιαίες, σωστά τεκμηριωμένες και πειστικές πετυχημένες ιστορίες όσων τόλμησαν να δράσουν πρώτοι, αποτελούν το ιδανικό υλικό έμπνευσης και καθοδήγησης των ΜμΕ προς μια καινοτόμο στάση. Γι'αυτό η Γενική Διεύθυνση Επιχειρήσεων και Βιομηχανίας ξεκίνησε αυτό το έργο για να συγκεντρώσει και να διαδώσει τις καλύτερες πρακτικές του e-Business μεταξύ των Ευρωπαϊκών ΜΜΕ.

Οι περιπτώσεις μελέτης που παρουσιάστηκαν στη διαδικτυακή πύλη δεν προσφέρουν παραδείγματα τα οποία μπορούν απλά να αναπαραχθούν και να εφαρμοστούν αμετάβλητα. Η βέλτιστη λύση για κάθε επιχείρηση βρίσκεται σε μια στρατηγικής πολιτικής προσέγγιση της ΤΠΕ που πρέπει να λάβει υπόψη τα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και τους επιχειρηματικούς εταίρους μιας μεμονωμένης ΜΜΕ, καθώς επίσης και τη μεταβαλλόμενη φύση του e-Business. Μ'αυτό το σκεπτικό, πιστεύω ότι αυτές οι περιπτώσεις μελέτης θα δώσουν άριστο υλικό περισυλλογής για τον τρόπο με τον οποίο θα βελτιώσετε το μέλλον της πολιτικής ΤΠΕ της επιχείρησής σας, και σίγουρα θα τις απολαύσετε.

Françoise Le Bail

Ευρωπαϊκή Επιτροπή

Αναπληρώτρια Γενική Διευθύντρια Γενικής Διεύθυνσης ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ



ΠΙΣΤΩΣΕΙΣ

Βιβλίο

Το βιβλίο αυτό συνοψίζει τα αποτελέσματα της εργασίας “e-Business Cases – Learning from Peers”, η οποία έγινε από την Périscope και την Adetef, μέσω συμβολαίου παροχής υπηρεσιών με την Ευρωπαϊκή Κοινότητα, τη Γενική Διεύθυνση Επιχειρήσεων και Βιομηχανίας (n° SI2.449074), μέσα στα πλαίσια του Υποστηρικτικού Δικτύου Ηλεκτρονικού Εμπορίου για τις ΜμΕ (eBSN). Στόχος είναι η αναγνώριση των καλών πρακτικών του e-Business μεταξύ των Ευρωπαϊκών ΜμΕ στο πεδίο της ΤΠΕ, και να δημοσιεύσει τις πρώτες 50 σε κάθε επίσημη ευρωπαϊκή γλώσσα. Το παρόν βιβλίο στοχεύει στην προώθηση των σύγχρονων πρακτικών διαχείρισης στο πεδίο του e-Business στην Ευρώπη. Αυτή είναι η Αγγλική έκδοση με προσθήκες στην Ιρλανδική και Μαλτέζικη γλώσσα.

Επαφές:

Για αίτηση αντιγράφων του παρόντος βιβλίου, ή άλλων σε άλλες γλώσσες, παρακαλώ επικοινωνήστε με book@epme.eu ή γράψτε στην Adetef, Department of Digital Economic Affairs, 5 place des vins de France, 75012 Paris, France.

Για περισσότερες πληροφορίες παρακαλώ στείλτε e-mail στο contact@epme.eu

Για θέματα γενικής πολιτικής, παρακαλώ επικοινωνήστε:

European Commission, Enterprise and Industry Directorate-General
Unit D4 “Technology for Innovation / ICT industries and e-Business”
1040 Brussels, Belgium.

Fax: (32-2) 2967019 E-Mail: entr-innov-ict-ebiz@ec.europa.eu



**European
Commission**

Έντυπο :

Συντάκτες:

Michel Declunder, Alexandre Lageyre (Périscope)

Alain Ducass, Maciej Murmylo (Adetef)

Edwin Colyer + μεταφραστής

Συντονιστές Χωρών (σελ. 61-63)

Périscope

Συνεργάτες

Σχεδιασμός & Διάταξη:

Φωτογραφίες εξωφύλλων

Μεμονωμένες φωτογραφίες

Εκτύπωση:

Christian MOULLEC – www.voleraveclesoiseaux.com

Δημοσιεύθηκαν με τη συμφωνία των ενδιαφερομένων

Virginie Bernard (IDs graphiques) + Printing House l'Artésienne



Απαλλακτική Ρήτρα

Ούτε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ούτε οποιοδήποτε πρόσωπο ενεργεί εκ μέρους της, δεν είναι υπεύθυνο για τη χρήση των ακόλουθων πληροφοριών. Οι απόψεις που εκφέρονται είναι απόψεις των συγγραφέων και δεν αντανακλούν απαραίτητα τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Τίποτα στο παρόν βιβλίο δεν υπονοεί ούτε εκφράζει κάποιου είδους εγγύηση. Τα αποτελέσματα και οι συστάσεις θα πρέπει να χρησιμοποιούνται μόνο ως κατευθυντήριες οδηγίες στα πλαίσια μιας συνολικής στρατηγικής.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΣΤΕΛΕΧΩΝ ΚΑΙ ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Το παρόν βιβλίο παρουσιάζει τις πρώτες 50 περιπτώσεις e-Business ΜΜΕ, από 400 περιπτώσεις e-Business που συλλέχτηκαν στις 27 Ευρωπαϊκές χώρες με την πολύτιμη βοήθεια ενός δικτύου συντονιστών που καταγράφονται στις σελίδες 61-63.

Αυτές οι περιπτώσεις συλλέχτηκαν χρησιμοποιώντας μια μέθοδο αξιολόγησης που βασίζεται σε τέσσερα κύρια κριτήρια: καινοτομία, επιρροή, ευκολία μεταφοράς και απόδοση της επένδυσης.

200 περιπτώσεις επιλέγησαν για το διαδίκτυο, από τις οποίες οι 82 επιλέγησαν για τα βιβλία, συμπεριλαμβάνοντας 48 “βασικές περιπτώσεις” που μεταφράστηκαν σε κάθε Ευρωπαϊκή γλώσσα και 34 άλλες “εθνικές περιπτώσεις” που δημοσιεύτηκαν στις εθνικές σελίδες μερικών από τα 23 βιβλία.

Αυτές οι περιλήψεις 200 λέξεων αποτελούν απλώς ένα δείγμα των περιπτώσεων e-Business, διαθέσιμα στη Αγγλική γλώσσα στους ιστότοπους <http://ec.europa.eu/enterprise/e-bsn> και www.epme.eu

Δημιουργήθηκε ένα διαδικτυακό εργαλείο που θα σας βοηθήσει να επιλέξετε μια περίπτωση σε συγκεκριμένη γλώσσα στον κατάλληλο Ευρωπαϊκό ιστότοπο.

Για κάθε περίπτωση του βιβλίου, δίνονται χρήσιμες πληροφορίες στην επικεφαλίδα σχετικά με τα κύρια χαρακτηριστικά. Τρεις πίνακες περιεχομένων καθιστούν δυνατή την εύρεση μιας περίπτωσης εύκολα, ανά χώρα, οικονομικό τομέα ή τεχνολογία.

Μια έξυπνη ετικέτα συμπεριλαμβάνεται στο τέλος του βιβλίου, για ανεύρεση περιπτώσεων στο διαδίκτυο από ένα κινητό τηλέφωνο ή άλλη συσκευή.

Είμαστε ευγνώμονες σε όλους τους συντονιστές οι οποίοι συνέβαλαν στη δημιουργία αυτού του βιβλίου καθώς και σε όλους τους 400 επιχειρηματίες που άνοιξαν το δρόμο για νέες πρακτικές στο e-Business που βοηθούν όλους μας να μάθουμε από τους συναδέλφους μας στο πεδίο του e-Business.

Alain Ducass, υπεύθυνος Τμήματος Ψηφιακών Οικονομικών Υποθέσεων της Adetef
Michel Declunder, ΠΓΔ της PÉriscope

e-Business Cases - Learning From Peers

ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΝΑ ΤΟΜΕΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

• Wirtschaftsbereic



Γεωργία και



Βιομηχανία:

| | |
|-------------------------|-----------------------------|
| Βαρεία Βιομηχανία: | σελ. 7, 13, 14, 58 |
| Ρουχισμός & σχέδιο: | σελ. 9, 42, 55 |
| Τρόφιμα, ζωή, επιστήμη: | σελ. 10, 16, 36, 38, 46 |
| Μηχανολογία & σύστημα: | σελ. 17 |
| Τομέας ΤΠΕ: | σελ. 12, 23, 35, 40, 43, 48 |






















Υπηρεσίες:

| | |
|-----------------------------------|---|
| B2A – Υπηρεσίες προς διοικήσεις: | σελ. 19, 24, 52 |
| B2B – Υπηρεσίες προς βιομηχανίες: | σελ. 8, 15, 18, 20, 22, 25, 30, 45, 50, 56, 59 |
| B2C – Υπηρεσίες προς καταναλωτές: | σελ. 21, 26, 28, 29, 37, 41, 43, 44, 47, 49, 51, 54, 57, 60 |
| Τουρισμός: | σελ. 11, 27, 39, 53 |

• Τεχνολογία

| | |
|--------------|---|
| Web B2A: | σελ. 19, 24, 52 |
| Web B2B: | σελ. 13, 35, 54, 56 |
| Web B2C: | σελ. 8, 9, 10, 26, 27, 28, 29, 36, 38, 41, 47, 50 |
| CRM: | σελ. 11, 37, 57, 58, 59 |
| eCl@ss: | σελ. 14, 44, 45, 46 |
| e-marketing: | σελ. 27, 28, 29, 36, 53, 54, 55 |
| ERP: | σελ. 7, 17, 37, 39, 42, 47, 49 |
| Ίντρανετ: | σελ. 15, 17 |
| Κινητό: | σελ. 20, 58 |
| RFID: | σελ. 12, 16, 18, 21, 60 |
| Άλλο: | σελ. 22, 23, 25, 30, 35, 40, 43, 48 |

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

| | | | |
|---|----|---|-------|
| Ευρωπαϊκός Πρόλογος | 1 | ΕΘΝΙΚΟΙ ΕΤΑΙΡΟΙ | 32 |
| Πιστώσεις | 2 | ΕΘΝΙΚΟΣ ΠΡΟΛΟΓΟΣ | 33 |
| Περιλήψη Στελεχών Και Ευχαριστίες | 3 | ΚΛΕΙΔΙ ΔΕΙΚΤΩΝ | 34 |
| Πίνακας Ανα Τομέα και Τεχνολογία | 4 |  Image | 35 |
| Πίνακας Περιεχομένων | 5 |  Tarlant Champagne | 36 |
| Επεξηγήσεις Εικονογραμμάτων και συνομηύσεων | 6 |  Livanis Publishing | 37 |
|  KOVAC Schrott | 7 |  Budapest Wine | 38 |
|  Etilux | 8 |  Gulliver Ireland | 39 |
|  Quatuor | 9 |  Campus Consulting | 40 |
|  Compass | 10 |  Procead | 41 |
|  Fractal | 11 |  Quality Biella | 42 |
|  Avus Services | 12 |  Terradue | 43 |
|  P. J. Dahlhausen | 13 |  Terra Animalis | 44 |
|  Empur | 14 |  De Jong & Roos BV | 45 |
|  GreenCare | 15 |  Sadpol | 46 |
|  Krause Meat | 16 |  Żabka Polska | 47 |
|  Renner | 17 |  Agilus I+D | 48 |
|  Simon Hegele | 18 |  Adama Management | 49 |
|  NITA e-invoicing | 19 |  AB – KEPS, s.r.o. | 50 |
|  Disfrimur | 20 |  Adriatic Slovenica | 51 |
|  Micuna | 21 |  Växjö Energi | 52 |
|  Nexica | 22 |  Bales Worldwide | 53 |
|  AEL Oy | 23 |  Defensive Driver Training | 54 |
|  Cybermassif | 24 |  Frugi | 55 |
|  ISI | 25 |  Office Lifeline | 56 |
|  Paris-Normandie | 26 |  Pizzazz Retail | 57 |
|  Relais Saint Roch | 27 |  Plastex | 58 |
|  Rêves de Fées | 28 |  Severn Partnership | 59 |
|  Rue du Commerce | 29 |  StuWeb | 60 |
|  Rainbow | 30 | Συντονιστές | 61-63 |
| ΧΑΡΤΗΣ | 31 | άλλες πληροφορίες | 64 |

e-Business Cases - Learning From Peers

ΕΠΕΞΗΓΗΣΕΙΣ ΕΙΚΟΝΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΣΥΝΤΟΜΕΥΣΕΩΝ

Γενικές Πληροφορίες



Όνοματεπώνυμο επαφής



Αριθμός τηλεφώνου






Mail



Ιστότοπος



Αριθμός υπαλλήλων (πολύ μικρή:  <10 - μικρή:  <50 – μεσαία:  <250)



Τζίρος (Κ€)



Ετικέτα (αναφέρεται στις τεχνολογίες)

Συντομεύσεις

| | |
|---------|---|
| B2A: | Επιχείρηση Προς Διοίκηση |
| B2B: | Επιχείρηση Προς Επιχείρηση |
| B2C: | Επιχείρηση Προς Εμπόριο |
| CRM: | Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων |
| eCI@ss: | Συνήθης ταξινόμηση προϊόντος |
| email: | Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο |
| ERP: | Σύστημα Διαχείρισης Επιχειρησιακών Πόρων |
| IP: | Πρωτόκολλο Διαδικτύου |
| RFID: | Αναγνώριση Ραδιοσυχνότητας |
| PDA : | Προσωπικός Ψηφιακός Βοηθός (Κινητό τηλέφωνο...) |

Kovac Schrott GmbH

Josef Hrastnig



+43 316 4604 35



j.hrastnig@kovac-schrott.at



www.promis.eu



25



12 000Κ€



ERP

Raiffeisenstraße 61
A-8010 Graz
Austria**Πλαίσιο και στόχοι**

Η Kovac Schrott ασχολείται με το σκραπ μετάλλων και αποβλήτων και παρέχει επίσης και υπηρεσίες κατεδάφισης. Ανακυκλώνει μέταλλα και επεξεργάζεται επικίνδυνα και ακίνδυνα απόβλητα. Χρειαζόταν ένα εύκολο στη χρήση σύστημα που θα τη βοηθούσε να εκπληρώσει τις υποχρεώσεις της όσον αφορά την προστασία του περιβάλλοντος, την υγεία στον εργασιακό τομέα, την ασφάλεια και την ποιότητα της διαχείρισης.

**Λύση**

Το PROMIS® είναι ένα διαδικτυακό εργαλείο που σχεδιάστηκε για να βοηθήσει τις ΜΜΕ να δομήσουν την επιχείρησή τους μ'ένα οργανωμένο και συστηματικό τρόπο, οδηγώντας σε *de facto* συμβατότητα. Το ολοκληρωμένο σύστημα διαχείρισης myPROMIS οργανώνει και αποθηκεύει τα έγγραφα της εταιρίας για να ανταποκριθεί στα διεθνή πρότυπα.

**Οφέλη**

Η εταιρία διαθέτει ουσιαστικά άυλο ISO9000, ISO14000 καθώς και πιστοποιήσεις του συστήματος υγείας και ασφάλειας. Οι ετήσιες εξοικονομήσεις είναι γύρω στα €25-30,000. Οι σχέσεις με τις τοπικές αρχές έχουν βελτιωθεί και τα εργατικά ατυχήματα εξακολουθούν την πτωτική τάση.

**Διδάγματα**

- 1. Η εγκατάσταση αποτελεί σημαντική εργασία.** Το σύστημα απαιτεί ελάχιστη προσπάθεια συντήρησης, αλλά η αρχική εγκατάσταση και η εισαγωγή δεδομένων είναι απαιτητική. Το PROMIS® παρέχει συμβούλους που βοηθούν στη διαδικασία αυτή.
- 2. Περισσότερες πληροφορίες.** Η ολοκληρωμένη διαχείριση όχι μόνο διατηρεί τη συμβατότητα, αλλά καθιστά τις επιχειρηματικές πληροφορίες πιο προσβάσιμες και τις διαδικασίες πιο διαφανείς.

Etilux



Didier Bronne



+32 4 224 99 09



tad@etilux.be



www.etilux.be



75



21 000 Κ€



Web B2B



42, rue de l'Espérance
4000 Liège
Belgium



Πλαίσιο και στόχοι

Η Etilux έχει έδρα στη Λιέγη, αλλά το 45% του τζίρου της προέρχεται εκτός του Βελγίου. Μια νέα ιστοσελίδα B2B ξεκίνησε για να αυξήσει τις πωλήσεις των αποθεματικών προϊόντων και να βελτιώσει την εξυπηρέτηση πελατών. Με αυτό το νέο κανάλι διανομής, η Etilux ήλπιζε επίσης να φτάσει σε νέους αλλοδαπούς πελάτες.



Λύση

Η ιστοσελίδα έπρεπε να δίνει πρόσβαση σε 6000 προϊόντα σε έξι γλώσσες. Ενσωματώνοντας την ιστοσελίδα με το ERP της εταιρίας σε πραγματικό χρόνο, η λύση θα παρείχε σε κάθε πελάτη τους όρους και τις τιμές που είχαν ήδη διαπραγματευτεί με την Etilux.



Οφέλη

Η Etilux προβάλλει την ιστοσελίδα της ως ένα νέο κανάλι διανομής για να συμπληρώσει τα παραδοσιακά κανάλια (π.χ το τηλέφωνο). Ωστόσο, η ιστοσελίδα προσφέρει στους πελάτες αρκετά πλεονεκτήματα: διαχείριση των όρων διαπραγμάτευσης, εντοπισμό παραγγελιών και εναλλακτικές μεθόδους πληρωμής.



Διδάγματα

- 1. Οι πωλήσεις μέσω ιστοσελίδας είναι περιορίζονται κυρίως στην τοπική αγορά.** Η Etilux εξάγει σε πάνω από 40 χώρες, αλλά οι online παραγγελίες έρχονται κυρίως από το Βέλγιο, τη Γαλλία και την Ολλανδία.
- 2. Οι πελάτες ακόμη προτιμούν την ανθρώπινη επαφή.** Η Etilux βρίσκει ότι οι πελάτες της ακόμη προτιμούν την ανθρώπινη επαφή. Η εταιρία προσπαθεί να 'εξανθρωπίσει' την ιστοσελίδα της – μέσα από βελτιώσεις όπως οι εικόνες των ανθρώπινων προσώπων και τα εργαλεία 'click to call' και 'click to chat' – για να εδραιώσει ένα κλίμα εμπιστοσύνης με τους χρήστες.



Μια ιστοσελίδα για τη μείωση Του κόστους διαφήμισης



Quatuor



Benoît Rondeaux



+32 4 856 825 69



benoit@quatuor.be



www.quatuor.be



6



1 000 Κ€



Web B2C



Rue de Herve, 107
4651 Battice
Belgium



Πλαίσιο και στόχοι

Το Quatuor είναι ένας μικρός λιανοπωλητής (500m² χώρος) σύγχρονων και μοντέρνων επίπλων. Το κατάστημα χρειαζόταν μια αποτελεσματική αλλά φθηνή στρατηγική επικοινωνίας σε μια άκρως ανταγωνιστική αγορά. Το Quatuor αποφάσισε να αναπτύξει μια ισχυρή παρουσία στο διαδίκτυο όπου υπήρχαν λιγότεροι ανταγωνιστές.



Λύση

Δημιούργησε ένα συνοπτικό online κατάλογο για να μειώσει το κόστος εκτύπωσης των καταλόγων και να ενεργοποιήσει τις γρήγορες, σε 'πραγματικό χρόνο' ενημερώσεις. Τώρα η ιστοσελίδα προσφέρει μια πλήρη λύση e-commerce.



Οφέλη

Ξεκίνησε τον Απρίλιο 2004 με περίπου 300 επισκέπτες κάθε μήνα, η ιστοσελίδα Quatuor.be είχε πάνω από 30,000 μοναδικούς επισκέπτες το μήνα το 2006. Το online κατάστημα δημιουργεί πάνω από 30% του τζίρου του Quatuor και προσελκύει ξένους πελάτες.



Διδάγματα

- 1. Διαφάνεια και ακρίβεια των πληροφοριών αποτελούν το κλειδί για την εμπιστοσύνη του πελάτη.** Η ιστοσελίδα ανανεώνεται τουλάχιστον καθημερινά για να διατηρείται η εμπιστοσύνη του πελάτη.
- 2. Η χρήση και η συμμόρφωση προς τον κώδικα χρησιμεύει στη στρατηγική μάρκετινγκ.** Το Quatuor.be συμμορφώνεται με τις οδηγίες W3C. Αυτό βοηθά στη δημιουργία φιλικής προς το χρήστη πλοήγησης, καθιστά ευκολότερη την ανανέωση της ιστοσελίδας και βελτιώνει τη συμβατότητά της με τις μηχανές αναζήτησης.



Μειοδοτικοί διαγωνισμοί: η σωστή κατεύθυνση για την Compass



Compass



Rozalin Nonchev



+359 953 88340



rsn@compass-bg.com



www.compass-bg.com



220

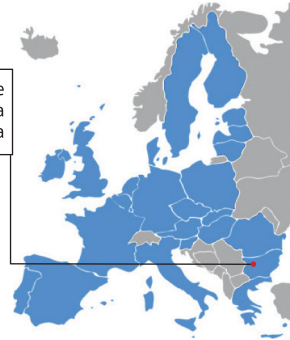


19 000 Κ€



Web B2C

Komarevo Village
Region Montana
Bulgaria



Πλαίσιο και στόχοι

Η Compass παράγει προϊόντα αποστειρωμένου κρέατος και κρέατος-με-λαχανικά. Οι τρεις, κύριες γραμμές προϊόντων της είναι πατέ κρέατος, αποστειρωμένα έτοιμα γεύματα και αποστειρωμένα κρέατα. Η εταιρία ήθελε να βελτιώσει την απόδοση παραγωγής της και να ενδυναμώσει τις πελατειακές σχέσεις της.



Λύση

Η Compass αποφάσισε να συμμετάσχει σε μειοδοτικούς διαγωνισμούς που διοργάνωναν μεγάλες αλυσίδες καταστημάτων για την παραγωγή των ιδιωτικών τους ετικετών τροφίμων. Οι προσφορές γίνονται online σε συγκεκριμένο χρόνο. Κατά την κατάθεση των προσφορών, η Compass μπορεί να δει τη θέση της, αλλά όχι τις τιμές που προσφέρουν οι άλλοι συμμετέχοντες. Αυτός που θα προσφέρει τη χαμηλότερη τιμή μέσα στα πλαίσια του συγκεκριμένου χρόνου κερδίζει το συμβόλαιο.



Οφέλη

Οι προσφορές αφορούν συνήθως την ετήσια παραγωγή των κύριων προϊόντων, έτσι ο όγκος είναι σημαντικός. Κατά την προσφορά, η Compass μπορεί να συγκρίνει τις τιμές της με αυτές των ανταγωνιστών της. Το να κερδίσει τέτοιου μεγέθους συμβόλαιο, βοηθά την Compass να βελτιώσει την απόδοση της παραγωγής της.



Διδάγματα

- 1. Σχεδιάστε την προσφορά σας από πριν.** Να έχετε μια στρατηγική για το πώς θα εκτιμήσετε τη χαμηλότερη δυνατή προσφορά. Οι συναισθηματισμοί δεν πρέπει να οδηγούν στην πτώση των τιμών κάτω της συμφωνηθείσας τιμής-στόχου.
- 2. Μειώστε το κόστος.** Η Compass θα μπορούσε να χρησιμοποιήσει την εμπειρία της για να κάνει μειοδοτικούς διαγωνισμούς με τους δικούς της προμηθευτές και να μειώσει το κόστος.

Fractal

 Jarmila Bergerova

 +420 608 237 437

 ceo@fractal.cz

 www.fractal.cz

 15

 9 400 Κ€

 CRM



Vinohradská 174
130 00 Praha 3
Czech Republic



Πλαίσιο και στόχοι

Η Fractal ξεκίνησε ως ένα online ταξιδιωτικό γραφείο, αλλά επικεντρώθηκε στον τομέα των ταξιδιών το 2003. Για να υποστηρίξει την ανάπτυξή της χωρίς να επεκτείνει το εργατικό δυναμικό της, η εταιρία επένδυσε στον αυτοματισμό της διαδικασίας και στο πρόγραμμα εκπαίδευσης πελατών.



Λύση

Οι αυτοματοποιημένες εφαρμογές διακανονισμού περιλαμβάνουν προηγμένες αναφορές, υποστήριξη πωλήσεων και επιχειρηματική ευφυΐα. Η Fractal έχει ένα συνδυασμό CRM και συστήματος κέντρου κλήσεων. Η ζήτηση των εργαστηρίων των πελατών έχει κατά πολύ ξεπεράσει τις προσδοκίες.



Οφέλη

Από CZK70 εκατομμύρια το 2003, οι πωλήσεις έφτασαν τα CZK250 εκατομμύρια το 2008 χωρίς κάποια εξωτερική επένδυση. Σχεδόν 90% των πωλήσεων γίνονται online. Η πίστη των πελατών είναι υψηλή: το μηνιαίο ποσοστό μετατροπής εξαγοράς μερικές φορές φτάνει σχεδόν στο 30%.



Διδάγματα

- 1. Η αυτοματοποίηση του back-office βελτιώνει την παραγωγικότητα και την εξυπηρέτηση πελατών.** Το προσωπικό δεν χρειάζεται για τις συνηθισμένες συναλλαγές έτσι ώστε να είναι περισσότερο διαθέσιμο για την εξυπηρέτηση και την επίλυση προβλημάτων των πελατών.
- 2. Συναλλαγή με πελάτες και δημιουργία εμπιστοσύνης.** Τα εργαστήρια πελατών της Fractal είναι εξαιρετικά δημοφιλή και οι πελάτες εκτιμούν την προσωπική διάσταση, την αλληλοδραστηριότητα και την εκμάθηση του πώς να χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες της Fractal πιο αποτελεσματικά.

Avus Services GmbH



Wilfried Weiss



+49 711 22062 120



info@avus-services.de



www.avus-services.de



27



-- Κ€



RFID



Industriestrasse 28
70565 Stuttgart
Germany



Πλαίσιο και στόχοι

Η Avus Services, μια Γερμανική εταιρία, δημιουργεί ένα λογισμικό βασισμένο σε Java και εφαρμόζει υποδομές διακομιστή για μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις. Η εταιρία άλλαξε την τεχνολογία RFID για να διαφοροποιηθεί από τους ανταγωνιστές της. Ήθελε να αναπτύξει ένα σύστημα πληρωμής χωρίς μετρητά για τα κυκλεία των εταιριών.



Λύση

Σε συνεργασία με τον κατασκευαστή πορσελάνης Bauscher, η Avus Services ενσωμάτωσε έναν αναμεταδότη RFID στα είδη πορσελάνης των κυκλείων. Η πληρωμή των γευμάτων είναι πλήρως αυτοματοποιημένη επειδή κανείς δεν δικαιούται να χειρίζεται ταμειακή μηχανή.



Οφέλη

Το σύστημα RFID σημαίνει ότι τα κυκλεία μπορούν να λειτουργήσουν κανονικά και το προσωπικό δεν χρειάζεται εκπαίδευση. Το σύστημα έχει απόσβεση επένδυσης από 24 έως 30 μήνες. Το μειωμένο κόστος αφήνει μεγαλύτερα περιθώρια κέρδους στις εταιρίες ή χαμηλότερες τιμές στα κυκλεία τους.



Διδάγματα

- 1. Το RFID μπορεί να έχει γρήγορη απόσβεση της επένδυσης.** Το RFID μπορεί να κάνει τις εντατικές εργατικές διαδικασίες πολύ πιο αποδοτικές. Η απόσβεση της επένδυσης συχνά είναι στα δύο χρόνια.
- 2. Το RFID είναι 'άορατη' τεχνολογία.** Το προσωπικό δεν χρειάζεται εκπαίδευση για το πώς να χρησιμοποιήσει την τεχνολογία RFID. Συχνά οι επιχειρησιακές διαδικασίες μπορούν να παραμείνουν οι ίδιες.

P.J. Dahlhausen



Klaus Schüler



+49 2236 3913151



klaus.schueler@dahlhausen.de



www.dahlhausen.de



116



30 000 Κ€



Web B2A



P.O. Box 56 01 32
Emil-Hoffmann-Str. 53
50996 Köln
Germany



Πλαίσιο και στόχοι

Η P.J. Dahlhausen κατασκευάζει και διανέμει χειρουργικά εργαλεία. Το εύρος των προϊόντων της περιλαμβάνει πάνω από 3,500 αντικείμενα για νοσοκομειακή χρήση. Η αυξημένη πίεση του κόστους και της αποτελεσματικότητας στον τομέα της ιατρικής φροντίδας σημαίνει ότι όλο και περισσότερες νοσοκομειακές παραγγελίες επεξεργάζονται ηλεκτρονικά.



Λύση

Η Dahlhausen εγκατέστησε μια κεντρική βάση δεδομένων προϊόντων που συνδέεται με τις δύο πλατφόρμες συναλλαγής που χρησιμοποιούνται από τα νοσοκομεία για υποβολή ηλεκτρονικής προκήρυξης. Προώθησε επίσης ένα σύστημα ηλεκτρονικής επικοινωνίας για παραγγελίες, επιβεβαιώσεις παραγγελιών, αποστολή ειδοποιήσεων και τιμολόγια.



Οφέλη

Η Dahlhausen έκανε σημαντική εξοικονόμηση κόστους και αποτελεσματικότητας με την εισαγωγή της κεντρικής βάσης δεδομένων των προϊόντων και τα ηλεκτρονικά μηνύματα. Η συνεργασία με τους πελάτες βελτιώθηκε και η εταιρία ισχυρίζεται ότι εξοικονόμησε €150,000 σε έξοδα εκτύπωσης.



Διδάγματα

- 1. Επιτρέπονται τα ειδικά έξοδα.** Η δημιουργία ενός κεντρικού συστήματος δεδομένων για πρώτη φορά κοστίζει τόσο σε χρόνο όσο και σε χρήμα. Αυτά θα πρέπει να προβλέπονται στον προϋπολογισμό και τον προγραμματισμό.
- 2. Η συνεργασία δίνει ένα πλεονέκτημα.** Η ανάπτυξη του νέου συστήματος απαιτούσε στενή συνεργασία μεταξύ της Dahlhausen και της βάσης πελατών, δίνοντάς της ένα ξεκάθαρο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Empur



Sven Eckert



+49 26 839 606 230



s.eckert@empur.com



www.empur.com



60



15 000 Κ€



eCl@ss



Nord 60
Industriepark
53567 Buchholz
Germany



Πλαίσιο και στόχοι

Η Empur ειδικεύεται στα συστήματα επιφανειακής θέρμανσης. Η εταιρία χρησιμοποίησε αρκετές βάσεις δεδομένων και εργαλείων λογισμικού για ενημέρωση και ανάκτηση δεδομένων, αλλά συχνά αυτό οδηγούσε σε διπλότυπα δεδομένα. Καθώς η εταιρία μεγάλωνε, το σύστημα δεν μπορούσε ακόμη να ανταποκριθεί.



Λύση

Μια βάση δεδομένων προϊόντων εφαρμόστηκε για την κεντρική διαχείριση δεδομένων. Οι ηλεκτρονικοί κατάλογοι τώρα μπορούν να ολοκληρωθούν το ίδιο εύκολα με τους έντυπους. Η EDI συμμετείχε επίσης στην επιβεβαίωση παραγγελιών, στην παράδοση σημειώσεων, στον αριθμό αναφοράς της μονάδας αποστολής και στην τιμολόγηση.



Οφέλη

Η EDI έδωσε γρηγορότερη και αποτελεσματικότερη επεξεργασία παραγγελιών. Οι παραγγελίες μπορούν να μεταφερθούν μέσα σε 15 λεπτά. Η τοποθέτηση των νέων συστημάτων κοστίζει €138,000, αλλά η εισαγωγή τους μείωσε τα λειτουργικά έξοδα κατά περίπου €80,000 ετησίως.



Διδάγματα

- 1. Επιτρέπεται η διαχείριση.** Τα συστήματα ανοικοδόμησης μπορούν να αναλάβουν πολύ διοικητική εργασία, αλλά αφού γίνει η προεργασία, τα δεδομένα μπορούν να ανακτηθούν πολύ γρηγορότερα και οικονομικά.
- 2. Ψάξτε για ευκαιρίες χρηματοδότησης.** Το έργο της Empur έλαβε χρηματοδότηση από το Ομοσπονδιακό Υπουργείο Οικονομικών της Γερμανίας, το οποίο ήθελε να προωθήσει το e-επιχειρείν στις μικρές εταιρίες.



Τα κεντρικά δεδομένα απλοποιούν την πρόσβαση στις πληροφορίες και τον έλεγχο



GreenCare



Hassan André Kaboni



+49 511 341 717



mdv@greencare.de



www.greencare.de



21



2 000 Κ€



Intranet



Helmkestraße 20
30165 Hainholz,
Hannover
Germany



Πλαίσιο και στόχοι

Η GreenCare κατασκευάζει βιομηχανικά και οικιακά προϊόντα καθαρισμού. Νόμιμη συμμόρφωση σημαίνει ότι πρέπει να έχει διαθέσιμες στους πελάτες της, τις πληροφορίες για τη μεταφορά και την αποθήκευση των προϊόντων της, επειδή μερικά προϊόντα είναι πιθανώς επικίνδυνα. Η εταιρία ήθελε να μπορεί να παρέχει αυτά τα δεδομένα ηλεκτρονικά.



Λύση

Η εφαρμογή της βάσης δεδομένων σημαίνει ότι τα δεδομένα που αφορούν τις επικίνδυνες ουσίες διατίθενται κεντρικά. Ο καθένας έχει πρόσβαση στις ίδιες πληροφορίες. Οι εμπορικοί πελάτες μπορούν επίσης να έχουν πρόσβαση στα κύρια δεδομένα και να τα μεταφέρουν στο δικό τους λογισμικό. Αυτό σημαίνει ότι παραγγελίες και τιμολόγια μπορούν επίσης να επεξεργαστούν ηλεκτρονικά.



Οφέλη

Η τυποποίηση των τεχνικών διαδικασιών αύξησε την ανταγωνιστικότητά της και μείωσε τα λειτουργικά έξοδα. Η εξάλειψη της εισαγωγής δεδομένων με το χέρι σημαίνει εξάλειψη λαθών.



Διδάγματα

- 1. Στενή συνεργασία με τους συνεργάτες.** Για την εκτενή χαρτογράφηση δεδομένων όλων των προϊόντων της χρειάστηκε η GreenCare να συνεργαστεί στενά με τους άλλους συνεργάτες έργου.
- 2. Προσέξτε τα έξοδα.** Τα έξοδα μετατροπής στο νέο σύστημα ήταν υψηλότερο απ'ότι ανέμενε η GreenCare. Ο προσεκτικός προϋπολογισμός είναι σημαντικός για την καλή απόδοση της επένδυσης.

Krause Meat

Bernd Kasprack
 +49 413 197 760
 info@krause-meat.com
 www.krause-meat.com
 40
 30 000 Κ€ RFID



Boecklerstr. 5
21339 Lüneburg
Germany



Πλαίσιο και στόχοι

Η Krause Meat είναι εταιρία επεξεργασίας, κοπής και τμηματοποίησης διαφόρων ειδών κρέατος σε προϊόντα μπριζόλας και μπάρμπεκιου για τον τομέα της λιανικής τροφίμων. Η εταιρία ξεχώρισε για την ποιότητα των προϊόντων της και θέλησε να κάνει αποδοτικότερες τις επιχειρηματικές διεργασίες και επιπλέον να αυξήσει την ικανοποίηση του πελάτη.



Λύση

Η εταιρία αποφάσισε να συμμετάσχει σε ένα έργο δοκιμής ενός συστήματος RFID συμβατό με το πρότυπο EPCglobal. Έτσι μπόρεσε να χρησιμοποιήσει το RFID σε όλη την αλυσίδα εφοδιασμού και να εντοπίσει 15,000 κιβώτια αποστολής. Οι καταγραφές RFID κατέγραφαν κάθε κιβώτιο που λάμβαναν ή εξέδιδαν στην αλυσίδα εφοδιασμού.



Οφέλη

Για την Krause Meat, η χρήση του RFID (το οποίο πέτυχε σχεδόν 100% ετοιμότητα) βοήθησε στην πρόληψη της αποστολής λανθασμένων φορτίων μέσω του αυτόματου ελέγχου και της επιβεβαίωσης. Επίσης μείωσε τα έξοδα εκτύπωσης των ετικετών αποστολής.



Διδάγματα

- 1. Αναζήτηση συστημάτων RFID χρησιμοποιώντας ανοικτά πρότυπα.** Με την τυποποίηση των πληροφοριών RFID, η τεχνολογία μπορεί να χρησιμοποιηθεί από όλους τους συνεργάτες της αλυσίδας εφοδιασμού – και το κόστος μοιράζεται.
- 2. Διαφάνεια και ιχνιλασιμότητα.** Το RFID κάνει εύκολη την προβολή του τόπου του αποστολής της συσκευασίας του εξοπλισμού. Έτσι διευκολύνεται η αποτελεσματικότερη χρήση του εξοπλισμού.

Renner



Karin Renner



+49 7043 951 141



k.renner@renner-pumpen.de



www.renner-pumpen.de



30



3 650 Κ€



ERP / Intranet



Glaitstrasse 43,
75433 Maulbronn-Schmie
Germany



Πλαίσιο και στόχοι

Η Renner παράγει αντλίες και συσκευές φίλτρανσης, συχνά ιδιαίτερων προδιαγραφών. Η επεξεργασία της ζήτησης των πελατών γινόταν με το χέρι, αλλά η εταιρία ήθελε να εισάγει ένα αυτοματοποιημένο σύστημα για να ελευθερώσει το προσωπικό για άλλες εργασίες.



Λύση

Το σύστημα διαχείρισης προσωπικών πληροφοριών (PIM) επιτρέπει στο προσωπικό πωλήσεων (το οποίο χρειάζεται δεδομένα προϊόντων για την προετοιμασία προσφορών) να έχει πρόσβαση στα δεδομένα από οποιονδήποτε σταθμό εργασίας. Η Renner μπορεί επίσης να προσθέσει τα προϊόντα της στα ηλεκτρονικά συστήματα αγοράς των πελατών της, καθώς και να φτάσει σε νέους πελάτες μέσω των πυλών αγορών.



Οφέλη

Με το κύριο σύστημα διαχείρισης δεδομένων, η Renner μπορεί να δημιουργήσει λίστες ανταλλακτικών και φύλλα δεδομένων για περίπου 6,000 προϊόντα. Μπορεί επίσης να δώσει επιλογές προϊόντων σε αρκετές γλώσσες με το πάτημα ενός κουμπιού και βελτίωσε την παρουσίαση των δεδομένων των προϊόντων.



Διατάγματα

- 1. Εργολαβία ορισμένων εργασιών.** Το πρώτο βήμα ήταν η εκκαθάριση των υπαρχόντων δεδομένων, η οποία ήταν χρονοβόρα, γι'αυτό η Renner έλαβε βοήθεια από εξωτερικούς παρόχους υπηρεσιών.
- 2. Ενημέρωση του προσωπικού για τους στόχους.** Η εταιρία έπρεπε να εκπαιδεύσει το προσωπικό στο ότι οι αλλαγές θα γινόταν αναπόσπαστο μέρος της καθημερινής λειτουργίας της επιχείρησης.

Simon Hegele



Björn Kaiser



+49 721 57009 0



bjoern.kaiser@hegele.de



www.hegele.de



--



190 000 Κ€



RFID



Hardeckstraße 5
Karlsruhe
Germany



Πλαίσιο και στόχοι

Simon Hegele είναι μια Γερμανική εταιρία μεταφοράς και διακίνησης εμπορευμάτων, αλλά λειτουργεί διεθνώς ως υπεργολάβος για υπηρεσίες διακίνησης. Η εταιρία ήθελε να αντικαταστήσει το χειροκίνητο σύστημά της για τις ζητήσεις συσκευασίας, επειδή ήταν χρονοβόρο και οδηγούσε σε λάθη.



Λύση

Η εταιρία αποφάσισε να εφαρμόσει την τεχνολογία RFID-kanban για να ευθυγραμμίσει και να αυτοματοποιήσει το σύστημα.



Οφέλη

Η εταιρία τώρα λειτουργεί με διαδικασίες επακριβούς αναπλήρωσης και κάνει αποτελεσματικότερη χρήση του χώρου αποθήκευσής της. Το σύστημα εξάλειψε τις διπλές καταχωρήσεις των ζητήσεων. Η απόσβεση της επένδυσης για κάθε πίνακα kanban είναι λιγότερο από ένα χρόνο.



Διδάγματα

- 1. Ο αυτοματισμός μειώνει τα σφάλματα.** Το σύστημα RFID-kanban έχει τελείως εξάλειψει το πρόβλημα των διπλών καταχωρήσεων στο χειροκίνητο σύστημα.
- 2. Γρήγορη απόσβεση της επένδυσης.** Η αρχική δαπάνη στη νέα τεχνολογία μπορεί να ανακτηθεί γρήγορα με σημαντική εξοικονόμηση στο κόστος.

NITA e-Invoicing

Helle Schade-Sørensen

+ 45 33 37 92 82

hss@itst.dk

www.en.itst.dk

--

-- Κ€

Web B2A



Holsteinsgade 63
2100 København
Denmark



Πλαίσιο και στόχοι

Ο στόχος της Δανέζικης Εθνικής Εταιρίας Πληροφορικής και Τηλεπικοινωνιών (Danish National IT and Telecoms Agency) είναι να ηγηθεί της 'ψηφιοποίησης' στη Δανία. Η Εταιρία θέλησε να βοηθήσει τις Δανέζικες επιχειρήσεις, οι περισσότερες των οποίων είναι μικρές, να εφαρμόσουν αποτελεσματικά τις λύσεις του e-επιχειρείν, ιδιαίτερα να συμμορφωθεί με τη νομοθεσία δημόσιας προκήρυξης και τιμολόγησης.



Λύση

Παρέχοντας μια υποδομή ανοικτών πόρων και το βασικό λογισμικό για το e-επιχειρείν, η πρωτοβουλία 'NemHandel' επιτρέπει στις ιδιωτικές εταιρίες, ανεξαρτήτως μεγέθους, να συμμετάσχουν σε ηλεκτρονικές αλυσίδες ζήτησης και άλλους συνδυασμούς e-επιχειρείν.



Οφέλη

Παρόλο που μέχρι σήμερα δεν έχουν γίνει επίσημες δραστηριότητες μάρκετινγκ, περίπου 8000 επιχειρήσεις χρησιμοποιούν την υποδομή NemHandel. Εμπορικοί πωλητές πληροφορικής και λογισμικού το ενσωματώνουν στα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους. Διδάγματα



Διδάγματα

- 1. Το E-επιχειρείν εξαρτάται από τη διαλειτουργικότητα.** Ανταλλαγή εγγράφων και δεδομένων πρέπει να βασίζονται σε ανοικτά διεθνή στάνταρ. Το NemHandel διευκολύνει.
- 2. Η ανάπτυξη του προϊόντος δουλεύει καλύτερα με την επικοινωνία.** Το NemHandel βασίζεται στις επιχειρηματικές ανάγκες που συγκεντρώνονται μέσω ανοικτού διαλόγου με τις δημόσιες αρχές, τις εμπορικές ενώσεις και τους πωλητές πληροφορικής.



Disfrimur



Juan Sanchez



+34 96 88 04 045



director.general@disfrimur.com



www.grupodisfrimur.com



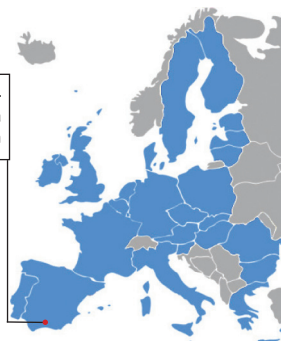
--



80 000 Κ€



Mobile

Av. De Lorca 174
30835 Murcia
Spain

Πλαίσιο και στόχοι

Η Disfrimur ειδικεύεται στη μεταφορά παγωμένων και κατεψυγμένων αγαθών. Για να προσφέρει ανταγωνιστικές και υψηλής ποιότητας υπηρεσίες, χρειαζόταν τεχνολογία που να μπορούσε να εγγυηθεί την ιχνηλασιμότητα του εμπορεύματος, τον εξ αποστάσεως έλεγχο των θερμοκρασιών στα φορτηγά της, και την επίδειξη μια απρόσκοπτης αλυσίδας ψύξης.



Λύση

Η υπηρεσία Ανίχνευση Ψύξης (Cold-Trace), η οποία προτάθηκε από την Easytech, είναι ένα σύστημα που βρίσκεται πάνω στα οχήματα και βασίζεται στη χρήση PDA. Συνδέεται μέσω Bluetooth με πολλούς αισθητήρες μέσα στο όχημα και με τους εταιρικούς διακομιστές μέσω GPRS. Δίνει στην εταιρία τις τακτικές στατιστικές όσον αφορά την απόδοση της υπηρεσίας και την σε πραγματικό χρόνο επικοινωνία μεταξύ των οδηγών και των υπεύθυνων στόλου.



Οφέλη

Η τηλε-ελεγχόμενη προ ψύξη εξοικονομεί στη Disfrimur πάνω από €2,000 ανά οδηγό ετησίως (περίπου 6% των εργατικών εξόδων). Η βελτίωση των δρομολογίων και του φορτίου θα μπορούσε να εξοικονομήσει μέχρι €1,600 ανά φορτηγό ετησίως.

Διδάγματα



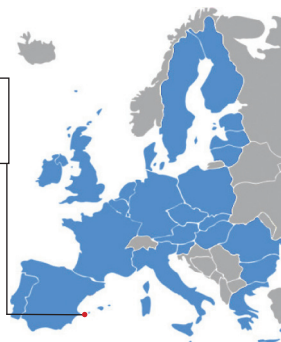
Διδάγματα

- 1. Εξετάστε τις τεχνολογίες εντοπισμού.** Ο εντοπισμός μέσω GPS είναι σχετικά άμεσος στην εφαρμογή του, και προσφέρει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και κέρδη παραγωγικότητας σε πολλούς τομείς.
- 2. Περικοπή απαιτήσεων λόγω της συνεχούς παρακολούθησης.** Η Ανίχνευση Ψύξης (Cold-Trace) έχει μειώσει τον αριθμό απαιτήσεων κατά της Disfrimur, επειδή τα πιθανά προβλήματα αποφεύγονται σε πραγματικό χρόνο. Βελτιώθηκαν οι πελατειακές σχέσεις.

Micuna

 Francisco García
 +34 96174 06 16
 micuna@micuna.com
 www.micuna.com
 170
 € 20 000 Κ€  RFID

Prolongación Albufera, S/N
46430 Sollana
Spain



Πλαίσιο και στόχοι

Η Micuna κατασκευάζει και διανέμει παιδικά έπιπλα και αντικείμενα. Σημείωσε σημαντική ανάπτυξη στον τζίρο τα τελευταία χρόνια. Ωστόσο, η εταιρία υπέφερε επειδή οι παραδοσιακές χειροκίνητες μέθοδοι διαχείρισης αποθήκης δεν μπορούσαν να ανταπεξέλθουν σε τέτοια ανάπτυξη.



Λύση

Η εταιρία χρησιμοποίησε ένα σύστημα διαχείρισης off-the-shelf με τεχνολογία RFID που διαχειρίζεται και παρακολουθεί τα επίπεδα αποθέματος. Ένα εικονικό ιδιωτικό δίκτυο (VPN) με τεχνολογία που βασίζεται στη ραδιοφωνία χρησιμοποιήθηκε για να βελτιώσει την επικοινωνία μεταξύ των ξεχωριστών τόπων κατασκευής και αποθήκευσης του ομίλου.



Οφέλη

Οι χρόνοι παράδοσης έπεσαν από 15 ημέρες σε 5 χάρη στην ορθολογική οργάνωση των λειτουργιών. Ο αυτοματισμός της διαδικασίας μείωσε τα σφάλματα στην παράδοση του προϊόντος.



Διαγμάτα

- 1. Επιλογή των σωστών εργαλείων.** Η Micuna διάλεξε ένα άμεσο, εύκολο στη χρήση εργαλείο διαχείρισης αποθήκης, αλλά έπρεπε να αλλάξει το VPN της από ADSL σε ραδιοφωνικό δίκτυο.
- 2. Διαρκής βελτίωση του συστήματος.** Το σύστημα χρειάζεται περαιτέρω βελτιστοποίηση καθώς ανακύπτουν προβλήματα, αλλά αυτό βελτιώνει τη λειτουργικότητα του συστήματος διαχείρισης της αποθήκης.

Nexica

Sergi Morales
 +34 902 20 22 23
 smorales@nexica.com
 www.nexica.com
 54
 € 5 000 Κ€ Other

Acero nº 30-32, 1º 4ª
08038 Barcelona
Spain

**Πλαίσιο και στόχοι**

Η Nexica είναι ένας πάροχος υπηρεσιών Πληροφορικής που προσφέρει υπηρεσίες ασφαλείας, υποστήριξης ICT, εφαρμογή φιλοξενίας και επιχειρηματικής συνέχειας. Η εταιρία θέλησε να μειώσει την κατανάλωση ρεύματος και να αυξήσει το χώρο στο κέντρο δεδομένων, χωρίς επιρροή στην ποιότητα των υπηρεσιών.

**Λύση**

Η Nexica επέλεξε το Κέντρο Τεχνολογίας Blade της IBM το οποίο βοήθησε την εταιρία να συγκεντρώσει το περιβάλλον πληροφορικής της και να εγκαθιδρύσει την ομοιογένεια. Η εταιρία μέχρι τώρα υιοθέτησε πάνω από 100 IBM διακομιστές HS21 Κέντρου Blade και αναμένει να αυξήσει αυτόν τον αριθμό.

**Οφέλη**

Το Κέντρο Blade της IBM αύξησε το χώρο και την αξιοπιστία, και επιτρέπει ευκολότερη συντήρηση του διακομιστή. Βελτίωσε επίσης την αποτελεσματικότητα των πόρων της Nexica και την ποιότητα των υπηρεσιών, αυξάνοντας παράλληλα την ικανοποίηση των πελατών.

**Διδάγματα**

- 1. Εξέταση τεχνικών προδιαγραφών.** Οι ηλεκτρικές και ψυκτικές απαιτήσεις των κέντρων δεδομένων μπορούν να είναι υψηλές, μόνο ειδικά σχεδιασμένα κέντρα δεδομένων μπορούν να φιλοξενήσουν τεχνολογία Κέντρου Blade.
- 2. Κάνε τη θεωρεία, πράξη.** Η Nexica ενθαρρύνει τους πελάτες της να υιοθετήσουν νέες τεχνολογίες. Θέλησε επίσης να εμφανιστεί στο προσκήνιο των τεχνολογικών εξελίξεων.

AEL Oy

Maria Sjöroos



+358 9 53071



maria.sjoroos@ael.fi



www.ael.fi



230



22 000 Κ€



Other

Kaarnatie 4
00410 Helsinki
Finland**Πλαίσιο και στόχοι**

Η AEL είναι ο μεγαλύτερος πάροχος περαιτέρω εκπαίδευσης και κατάρτισης για τους Φιλανδούς εργάτες της βιομηχανίας και του εμπορίου. Διοργανώνει πάνω από 2,300 σεμινάρια κατάρτισης ετησίως. Η εταιρία αποφάσισε να χρησιμοποιήσει την ισχυρή της θέση στην αγορά για να προσφέρει εξ αποστάσεως εκμάθηση και κατάρτιση μέσω του διαδικτύου.

**Λύση**

Η AEL εγκατέστησε μια πλατφόρμα ηλεκτρονικής εκμάθησης, τη KnowPaths, σε συνεργασία με τον τεχνικό συνεργάτη Prowledge Oy. Η KnowPaths είναι ένα περιεκτικό και έτοιμο προς χρήση εργαλείο εκμάθησης, το οποίο χρησιμοποιεί πολυμέσα, υπερκείμενο και μοντέλα προσομοίωσης και μπορεί να εγκατασταθεί ακόμη και για την παροχή προγραμμάτων επί παραγγελία.

**Οφέλη**

Προσφέροντας αυτού του είδους την κατάρτιση, η AEL αυξάνει την online παρουσία της και υπηρεσίες. Η AEL προσφέρει πολλά επειδή μπορεί να παρέχει κατάρτιση στους τελικούς χρήστες όπως και όποτε αυτοί θέλουν. Οι πελάτες δεν επιβαρύνονται με έξοδα διαμονής ή ταξιδιού.

**Διδάγματα**

- 1. Η τιμή της ποιότητας.** Τα καλύτερα τμήματα online είναι ακριβά στην παραγωγή τους, γι' αυτό η μαζική πρόσληψη είναι σημαντική για να κρατηθεί το κόστος σε σχετικά χαμηλά επίπεδα για τον τελικό χρήστη.
- 2. Εξασφάλιση της καλύτερης καταλληλότητας.** Η AEL ξόδεψε χρόνο για να αναγνωρίσει ποια θέματα μπορούν να διδαχθούν σωστά μέσω της ηλεκτρονικής εκμάθησης. Η εκμάθηση με καθηγητή δεν μπορεί πάντα να αντικατασταθεί.

Cybermassif

Hélène Ribeau



+33 4 73 44 56 31



contact@cybermassif.org



www.cybermassif.org



20



-- Κ€



Web B2A

10 Allée Evariste Galois
63000 Clermont-Ferrand
France**Πλαίσιο και στόχοι**

Η Cybermassif ιδρύθηκε το 2002 για να καθοδηγήσει την εισαγωγή ICT στις επιχειρήσεις στην Ορεινή Κεντρική Γαλλία και να διασφαλίσει το γεγονός ότι η περιοχή επωφελείται από τις νέες τεχνολογίες. Προσφέρει συμβουλές και υποστήριξη μέσω ενός δικτύου 14 κέντρων.

**Λύση**

Η ένωση Cybermassif δείχνει τα οφέλη του ICT στις επιχειρήσεις και τις υποστηρίζει στα έργα εφαρμογής. Ενεργεί ως 'διαμεσολαβητής' για να βοηθήσει τις εταιρίες να αποκτήσουν πρόσβαση σε εθνικά και Ευρωπαϊκά προγράμματα και χρηματοδοτήσεις. Οργανώνει και συμμετέχει σε πολλά έργα εξάπλωσης ICT.

**Οφέλη**

Η Cybermassif δημιούργησε ειδικά προγράμματα για να καθοδηγήσει το ηλεκτρονικό εμπόριο και την ανάληψη λύσεων στο εμπόριο και τον τουρισμό. Το πρόγραμμα της Cybermassif 2010 εστιάζει σε θέματα ασφαλείας. Πάνω από 9000 εταιρίες χρησιμοποίησαν τις υπηρεσίες της.

**Διδάγματα**

- 1. Η ανάληψη ICT δεν είναι ποτέ εγγυημένη.** Τα οφέλη του ICT πρέπει να γίνουν ορατά. Οι μικρές επιχειρήσεις ιδιαίτερα πρέπει να πειστούν και να υποστηριχτούν για να επενδύσουν στη νέα τεχνολογία.
- 2. Συντονισμένη δράση.** Η Cybermassif παίζει σημαντικό ρόλο ως απλό σημείο επαφής των επιχειρήσεων που παλεύουν για να αποκτήσουν πρόσβαση στις, κατά τ'άλλα, αποσπασματικές πρωτοβουλίες για ICT.

ISI



François Gsell



+33 4 73 77 77 19



francois.gsell@isi-process.com



www.isi-process.com



50



12 000Κ€



Other



Rue de l'Industrie
63800 Cournon d'Auvergne
France



Πλαίσιο και στόχοι

Η ISI είναι μια μηχανική εταιρία που σχεδιάζει και εγκαθιστά εξειδικευμένα μηχανήματα για πελάτες σε πολλούς τομείς της βιομηχανίας. Η εταιρία θέλησε να διαφοροποιηθεί από τους ανταγωνιστές της βοηθώντας να συνεργαστούν σε έργα σχεδιασμού και να παρακολουθήσουν την πρόοδό τους στενότερα.



Λύση

Ο πάροχος πληροφορικής P13C εφάρμοσε ένα περιβάλλον συνεργασίας στην πλατφόρμα του ASP. Η νέα μεθοδολογία εργασίας ενθαρρύνει τις online συναλλαγές μεταξύ της ISI και των πελατών της και διασφαλίζει ότι τα έργα έχουν πλήρη διαδρομική ελέγχου.



Οφέλη

Η ISI χρησιμοποίησε τη διαδραστική πλατφόρμα για να συντομεύσει τον κύκλο ανάπτυξης του προϊόντος. Οι εργολάβοι γνωρίζουν ότι μπορούν να έχουν πρόσβαση σε απόρρητα, πραγματικού χρόνου δεδομένα από οποιοδήποτε μέρος. Τα έξοδα ταξιδιών έχουν μειωθεί.



Διατάγματα

- 1. Λιγότερα ταξίδια, περισσότερη εργασία.** Εργαλεία συνεργασίας online μπορούν να βοηθήσουν τις επιχειρήσεις να εργαστούν στενότερα με τους πελάτες τους, να βελτιώσουν τα αποτελέσματα, ακόμη και να μειώσουν τον αριθμό των ταξιδιών.
- 2. Διαλέξτε έναν πάροχο προσεκτικά.** Η P13C παρείχε κάτι παραπάνω από λογισμικό. Υποστήριξε επίσης την ISI στη διαχείριση αλλαγής και προσφέρθηκε να βελτιώσει τα εργαλεία της σε διάφορες ομάδες.

Paris Normandie



Sébastien Bailly



+33 2 35 14 56 56



s.bailly@presse-normandie.fr



www.paris-normandie.fr



--



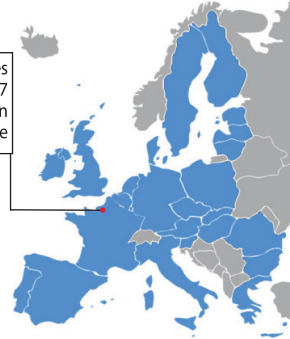
-- Κ€



Web B2C



33, rue des Grosses-Pierres
BP 4047
76250 Déville-lès-Rouen
France



Πλαίσιο και στόχοι

Η Paris-Normandie είναι μια τοπική Γαλλική εφημερίδα, που τώρα είναι μέρος του ομίλου μέσωσν ενημέρωσης Hersant. Το 2008 αποφάσισε να αγκαλιάσει νέα κανάλια μέσωσν ενημέρωσης και προσέλαβε τον ντόπιο δημοσιογράφο, blogger και φίλο της τεχνολογίας, Sébastien Bailly, να ηγηθεί του έργου.



Λύση

Η εφημερίδα αποφάσισε να δημιουργήσει ένα λογαριασμό Twitter, μιά μικρο-ιστολογική υπηρεσία που λαμβάνει δημοσιεύσεις με όχι περισσότερους από 140 χαρακτήρες που αποστέλλονται με SMS. Η δημοσίευση επίσης αύξησε την ορατότητα και τις συνδέσεις στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, όπως το Facebook.



Οφέλη

Άρθρα που αναφέρονται σε δημοσιεύσεις στο Twitter διαβάζονται περισσότερο από άλλες. Η χρήση του Twitter δίνει στη δημοσίευση μια νεανική και δυναμική εικόνα και την καθιστά πιο ανταποκρίσιμη και κοντινή στους αναγνώστες του.



Διδάγματα

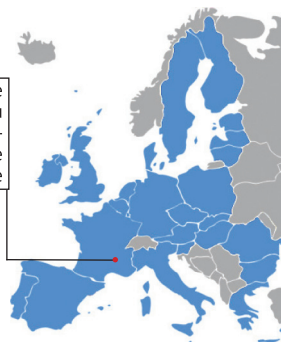
- 1. Το Twitter χρειάζεται χρόνο.** Η χρήση του Twitter απαιτεί νέους τρόπους εργασίας και μια επένδυση σε χρόνο και προσπάθεια για να βρει σχετικά και επίκαιρα θέματα για 'τίτιβισμα'.
- 2. Το Twitter είναι τώρα ο κύριος κορμός.** Η γρήγορη υιοθέτηση του Twitter το έκανε γρήγορα ένα κύριο εργαλείο. Ακόμη κι αν τα οφέλη δεν είναι εμφανή, καλύτερα να είσαι 'μέσα' παρά 'έξω'.

Relais Saint Roch

Christian Chavignon
 +33 4 66 31 55 48
 rsr@relais-saint-roch.fr
 www.relais-saint-roch.fr
 8
 300 Κ€



Château de la Chastre
Chemin du Carreirou
48120 Saint-Albansur-
Limagnole
France



Web B2C / e-marketing



Πλαίσιο και στόχοι

Το Relais Saint Roch είναι ένα πολυτελές ξενοδοχείο-κάστρο στην όχι πολύ γνωστή περιοχή Lozère της Languedoc-Roussillon, στη Γαλλία. Με την πτώση του τουρισμού στην περιοχή, το ξενοδοχείο θέλησε να χρησιμοποιήσει την ιστοσελίδα του για να προσελκύσει περισσότερους πελάτες και να δημιουργήσει μια βάση δεδομένων των πελατών.



Λύση

Χρειάστηκαν τρεις μήνες και λίγες χιλιάδες ευρώ για να προστεθεί ένας online 'κουλοχέρης' στην ιστοσελίδα. Οι επισκέπτες μπορούν να παίξουν και να συμμετάσχουν σε μια κλήρωση για δωρεάν διαμονή στο κάστρο – με αντάλλαγμα τα στοιχεία επικοινωνίας τους. Οι παίκτες καλούνται επίσης να εγγραφούν στο ενημερωτικό δελτίο του ξενοδοχείου.



Οφέλη

Το ξενοδοχείο τώρα έχει μια βάση δεδομένων με πάνω από 15,000 επαφές. Οι νικητές συχνά μένουν κι άλλες νύχτες, δημιουργώντας έτσι εισόδημα για το ξενοδοχείο. Από την έναρξη του παιχνιδιού, ο τζίρος τους ξενοδοχείου αυξήθηκε κατά 5–10%.



Διδάγματα

- 1. Όχι μόνο διασκέδαση.** Τα παιχνίδια online μπορεί να είναι πολύ αποδοτικά όσον αφορά την επένδυση, προσελκύνοντας επισκέπτες στην ιστοσελίδα, αυξάνοντας την κυκλοφορία και τοποθετώντας την ιστοσελίδα υψηλότερα στα αποτελέσματα της μηχανής αναζήτησης.
- 2. Να θυμάστε την εξυπηρέτηση πελατών.** Ένα παιχνίδι μπορεί να προσελκύει επισκέπτες στην ιστοσελίδα, αλλά ένα τηλεφώνημα αργά να μετατρέψει το ενδιαφέρον σε πώληση.

Rêves de Fées



Gary Elkaim



+33 1 77 99 36 45



gary.elkaim@revesdefees.com



www.revesdefees.com



8



237 Κ€



Web B2C / e-marketing



93 Rue Paul Vaillant
Couturier
84140 Alfortville
France



Πλαίσιο και στόχοι

Η Rêves de Fées (Όνειρα Νεραϊδών) ξεκίνησε από δύο καταστήματα διακόσμησης σπιτιού στο Val de Marne, στη Γαλλία. Αλλά η επιχείρηση συνειδητοποίησε ότι το online εμπόριο είχε μεγαλύτερη προοπτική ανάπτυξης. Η εταιρία θέλησε να ξεκινήσει ένα διαδικτυακό κατάστημα, αλλά είχε περιορισμένο προϋπολογισμό.



Λύση

Η Rêves de Fées χρησιμοποιεί μια λύση ηλεκτρονικού εμπορίου που ανέπτυξε η Store Factory. Η πλατφόρμα δημιούργησε μια επαγγελματική εμφάνιση διαδικτυακού καταστήματος με ένα εύρος επιλογών πληρωμής και χαρακτηριστικά που βελτιώνουν την ποιότητα των υπηρεσιών και την εμπιστοσύνη των πελατών. Η πλατφόρμα παρέχεται για μια πάγια μηνιαία αμοιβή.



Οφέλη

Ο μηνιαίος τζίρος από το διαδικτυακό κατάστημα τώρα ξεπερνά τα €45,000 – υψηλότερα από το συνολικό εισόδημα των δύο φυσικών καταστημάτων. Με 45,500 μοναδικούς επισκέπτες κάθε μήνα, η ιστοσελίδα έχει πελάτες από τη Γαλλία, το Βέλγιο και την Ελβετία.



Διδάγματα

- 1. Δώστε πολύ χρόνο.** Η δομή και το περιεχόμενο της ιστοσελίδας συμφωνήθηκε γρήγορα, αλλά χρειάστηκαν δύο μήνες για την εισαγωγή όλων των απαραίτητων δεδομένων προϊόντων και το περιεχόμενο.
- 2. Βρείτε έναν ευέλικτο προμηθευτή.** Η Store Factory απαντά γρήγορα στα ερωτήματα της Rêves de Fées και πρόσθεσε νέα χαρακτηριστικά και λειτουργικότητα στην πλατφόρμα της κατά το αίτημα του πελάτη.

Από το e-επιχειρείν στο m-εμπόριο



Rue du Commerce



Thomas Meudec



+33 1 41 66 18 85



thomas.meudec@ruedocommerce.com



www.ruedocommerce.com



100



308 900 Κ€



Web B2C / e-marketing



44 Avenue du
Capita Glarner
93400 Saint-Ouen
France



Πλαίσιο και στόχοι

Η Rue du Commerce είναι η ηγέτιδα εταιρία online λιανικής των προϊόντων υψηλής τεχνολογίας στη Γαλλία. Γνωστή ως καινοτόμος, η εταιρία αποφάσισε να αποκτήσει πρόσβαση σε νέα φωλιά και να λανσάρει μια κινητή εφαρμογή για τους καταναλωτές έτσι ώστε να συγκρίνουν και να αγοράζουν προϊόντα από τις κινητές τους συσκευές.



Λύση

Η Anywhere Business ανέπτυξε μια κινητή εφαρμογή J2ME που δίνει την ευκαιρία στους αγοραστές να περιηγηθούν και να συγκρίνουν τα προϊόντα, να γεμίσουν ένα καλάθι αγορών, να λαμβάνουν ειδικές προσφορές και να αγοράσουν προϊόντα. Η εφαρμογή είναι συμβατή με πάνω από 170 κινητές συσκευές.



Οφέλη

Η εφαρμογή αποτελεί άλλη μια επίδειξη της καινοτομίας της εταιρίας και σημειώνει μια πρόωρη κίνηση σε ένα αναπτυσσόμενο κανάλι λιανικής. Η Rue du Commerce μπορεί να παρακολουθεί τη συμπεριφορά των κινητών πελατών και να τοποθετεί και να τιμολογεί τα προϊόντα ανάλογα.



Διδάγματα

- 1. Πλήρης άνεση.** Η κινητή εφαρμογή αποτελεί ένα παράδειγμα λύσης που μπορεί να χρησιμοποιηθεί οποτεδήποτε, οπουδήποτε και σε οποιαδήποτε συσκευή.
- 2. Το κινητό είναι το μέλλον.** Παρόλο που ο όγκος πωλήσεων μέσω κινητών συσκευών μπορεί να είναι μικρός σήμερα, είναι πιθανόν να αυξηθεί στο μεγαλύτερο κανάλι πωλήσεων για πολλούς λιανοπωλητές.

Rainbow Signs & Safety



Darren TAYLOR



+44 1 902 450077



sales@rainbowsafety.co.uk



www.rainbowsafety.co.uk



--

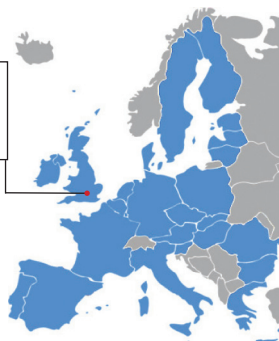


-- Κ€



CRM

Unit B, Landport Rd
Wolverhampton, West Midlands
WV2 2QJ
UK



Πλαίσιο και στόχοι

Η Rainbow Safety κάνει σήματα για επιχειρήσεις, ιδιαίτερα για την κατασκευαστική βιομηχανία. Αλλά ο ιστότοπος της εταιρίας έδινε κακή εντύπωση και οι πιθανοί πελάτες αποθαρρυνόταν. Η Rainbow Safety χρειαζόταν έναν ενδιαφέροντα ιστότοπο που θα επέτρεπε επίσης τη διενέργεια παραγγελιών χρησιμοποιώντας πιστωτική κάρτα.



Λύση

Η Rainbow χρησιμοποίησε ένα σύστημα ανοικτής προέλευσης ηλεκτρονικού εμπορίου που ονομάζεται Zen Cart για να διαχειρίζεται το περιεχόμενο στον ιστότοπό της και να ενεργοποιεί τις online παραγγελίες και τις πληρωμές μέσω πιστωτικών καρτών. Το σύστημα CRM vtiger ανοικτής προέλευσης λαμβάνει πληροφορίες πελάτη για να βοηθήσει την εταιρία να καθοδηγήσει και να κυνηγήσει τις πιθανές πωλήσεις.



Οφέλη

Η Rainbow κέρδισε πολλές παραγγελίες με πιστωτικές κάρτες που δεν θα διασφάλιζε προηγούμενα. Η λύση CRM έδειξε ότι το Zen Cart θα μπορούσε να παρέχει συμβούλους υγείας & ασφάλειας με μια λύση λευκής ετικέτας για μικρούς συμβούλους που πουλούν προϊόντα Rainbow στους δικούς τους ιστότοπους.

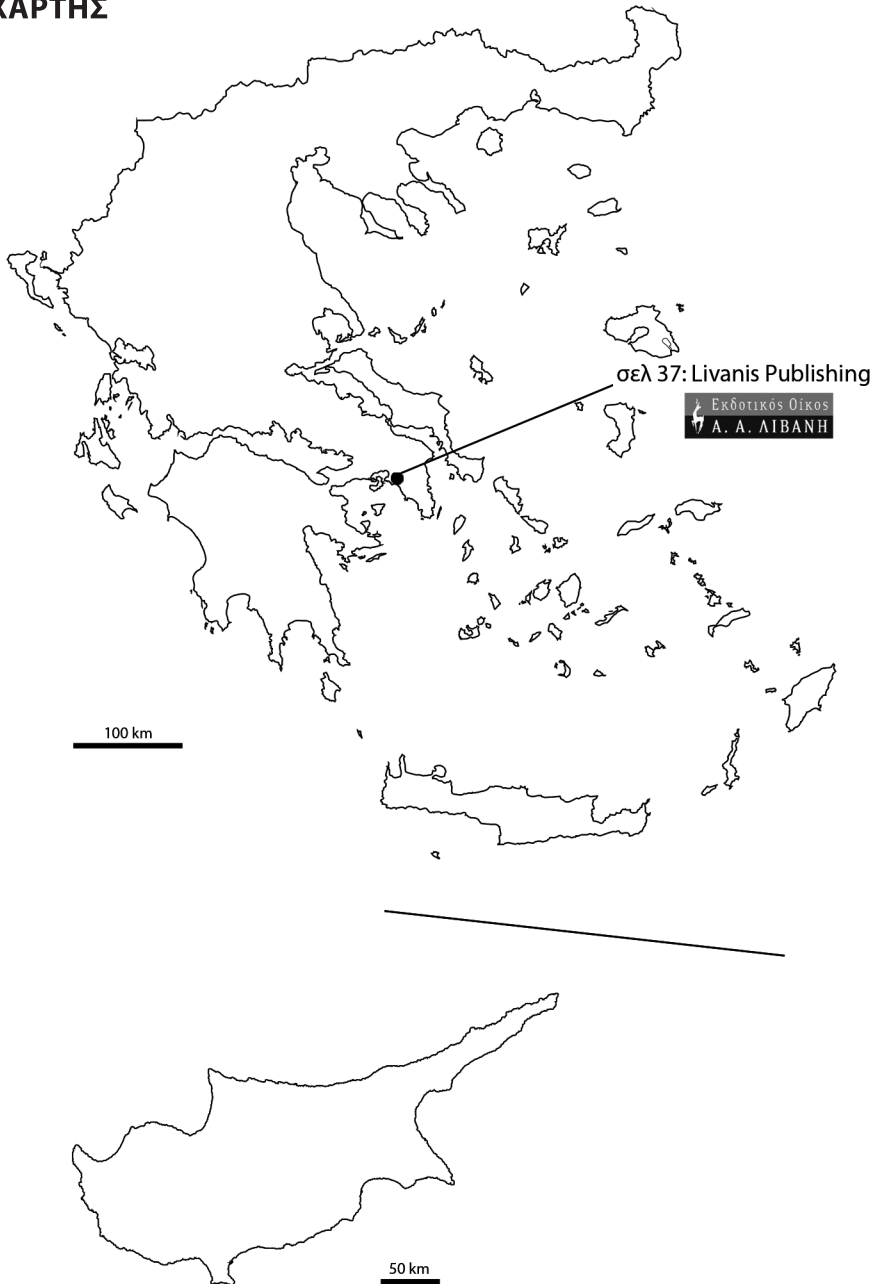


Διδάγματα

- 1. Ηλεκτρονικό εμπόριο, διαχείριση περιεχομένου και CRM είναι ένας δυνατός συνδυασμός.** Η ιστοσελίδα σας δίνει τη σωστή εντύπωση, παρέχει ένα κανάλι πωλήσεων 24/7 και σημαντικές πληροφορίες για παρακολούθηση.
- 2. Μια επιλογή πληρωμής μέσω πιστωτικής κάρτας είναι απαραίτητη.** Ακόμη και με έναν ιστότοπο ηλεκτρονικού εμπορίου B2B, οι πελάτες εκτιμούν την εύκολη και γρήγορη πληρωμή μέσω πιστωτικής κάρτας.

e-Business Cases - Learning From Peers

ΧΑΡΤΗΣ



e-Business Cases - Learning From Peers

ΕΘΝΙΚΟΙ ΕΤΑΙΡΟΙ

Οι κύριοι Ελληνικοί φορείς του eBusiness είναι:



- Η Ειδική Γραμματεία της Κοινωνίας της Πληροφορίας του Υπουργείου Οικονομίας και Οικονομικών www.mnec.gr με το πρόγραμμα Ψηφιακό Μέλλον www.psifiakomellon.gr

- Το Παρατηρητήριο της Ελληνικής Κοινωνίας της Πληροφορίας. Μετά τη διεξαγωγή έρευνας εθνικής εμβέλειας σχετικά με το eBusiness στις ΜΜΕ, έκανε τρεις κύριες προτάσεις για την ενίσχυση του eBusiness στις Ελληνικές ΜΜΕ: νέα γενιά ενεργειών εθνικής χρηματοδότησης με διαφορετικούς στόχους, όπως νομοθετικές, προωθητικές και επιβραβευτικές ενέργειες, κυβερνητικής συνεργασίας μεταξύ κυβέρνησης και ΜΜΕ. www.observatory.gr επικοινωνήστε: t.pappas@observatory.gr



- Το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών www.aueb.gr
- Η Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας – GRNET S.A www.grnet.gr
- Ο Ελληνικός Οργανισμός Μικρών και Μεσαίων Επιχειρήσεων και Χειροτεχνίας (EOMMEX) www.eommex.gr/
- Ο κύριος φορέας της Κύπρου για το eBusiness είναι : το Κέντρο Παραγωγικότητας Κύπρου, <http://www.kepa.gov.cy/>

ΕΘΝΙΚΟΣ ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Κύριε διευθυντά ΜΜΕ και υπεύθυne πολιτικής,

Είμαστε ευγνώμονες στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή και τη Γενική Διεύθυνση Επιχειρήσεων και Βιομηχανίας που μας επιτρέπει τη δημοσίευση αυτών των περιπτώσεων e-Business στα Ελληνικά καθώς και σε 22 άλλες Ευρωπαϊκές γλώσσες. Η πρωτοβουλία της “Learning From Peers” μας δίνει την ευκαιρία να αναπτύξουμε τις πρακτικές του e-Business μέσα από μαρτυρίες της πραγματικότητας σε όλη την ΕΕ.

Για την Ελλάδα και την Κύπρο, θα βρείτε:

- Κλειδί δεικτών ΤΠΕ από την Eurostat, για να έχετε μια ιδέα της εθνικής κατάστασης στο πεδίο του e-Business (σελ.30-31),
- Αρκετές εθνικές περιπτώσεις e-Business με χάρτη που δείχνει την προέλευση των περιπτώσεων (σελ.32, 34-35)
- Μια ειδική σελίδα που περιλαμβάνει τις κύριες εθνικές επαφές για τις ΜΜΕ με ειδικές ικανότητες στο e-Business (σελ.31).

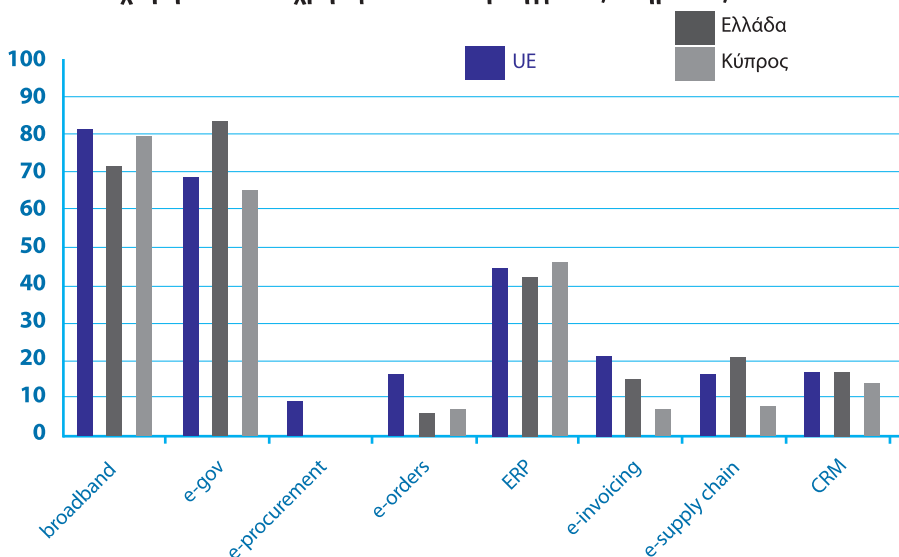
Ελπίζουμε να σας βοηθήσει και σας ευχόμαστε καλή ανάγνωση.

| | UE | Ελλάδα | Κύπρος |
|---------------------------------------|-------------|------------|---------|
| Πληθυσμός | 497 455 000 | 11 213 800 | 789 300 |
| ΑΕΠ κατά κεφαλή | 100% | 97 | 93 |
| Εργασιακή παραγωγικότητα ανά υπάλληλο | 100% | 103 | 85 |
| Πυκνότητα ΜΜΕ / 1000 κάτοικοι | 40 | 74 | 57 |
| Δείκτης ετοιμότητας του e-Business | 26.46 | 26.71 | 19.16 |
| Κατάταξη στην ΕΕ | / | 12 | 21 |

e-Business Cases - Learning From Peers

ΚΛΕΙΔΙ ΔΕΙΚΤΩΝ

% των επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν προηγμένες υπηρεσίες e-Business*



Broadband

που έχει ευρυζωνική σύνδεση

e-gov

χρήση Διαδικτύου για αλληλεπίδραση με τις δημόσιες αρχές

e-procurement

χρήση Διαδικτύου για υποβολή πρότασης σε ένα δημόσιο ηλεκτρονικό σύστημα προκηρύξεων προς τις δημόσιες αρχές

e-orders

που έχει λάβει παραγγελίες on-line

ERP

χρήση εφαρμογών για ολοκληρωμένες διαδικασίες εσωτερικής επιχειρηματικότητας

e-invoicing

αποστολή και/ή λήψη ηλεκτρονικών τιμολογίων

e-supply Chain

επιχειρήσεις των οποίων οι επιχειρηματικές διαδικασίες συνδέονται αυτόματα με εκείνες των προμηθευτών και/ή των πελατών

CRM

χρήση λύσεων λογισμικού, όπως CRM για την ανάλυση των πληροφοριών όσον αφορά τους πελάτες για λόγους προώθησης

*Αυτές οι στατιστικές βασίζονται στην έρευνα της Eurostat 2008. Καλύπτουν όλες τις επιχειρήσεις με 10 ή περισσότερους υπαλλήλους πλήρους απασχόλησης, που κυρίως δραστηριοποιούνται σε συγκεκριμένους τομείς της NACE (δείτε epp.eurostat.ec.europa.eu).

Image

Konstantin Nikolov
 +359 2 4896765
 office@consult-image.com
 www.consult-image.com
 5
 200 Κ€



Sofia
Preobrazhenie sq.
build.B1 fl.3 of.3A
Bulgaria



Other



Πλαίσιο και στόχοι

Η Image Consulting οργανώνει σεμινάρια τα οποία διεξάγονται από το εκπαιδευτικό της κέντρο. Οι συμμετέχοντες επιλέγονται από εταιρίες μέσω διαδικτυακών καμπανιών. Η εταιρία ήθελε να εστιάσει τη διαλογή της στις ομάδες-στόχο χρησιμοποιώντας προσωπική επικοινωνία. Ο στόχος δεν ήταν μόνο να προσελκύσει συμμετέχοντες, αλλά να αυξήσει και την επαγρύπνηση της εταιρίας, που οδηγεί σε υψηλότερα έσοδα και μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς.



Λύση

Συστήθηκε βάση δεδομένων των πιθανών πελατών χρησιμοποιώντας δημόσιες πληροφορίες που διατίθενται στο δίκτυο. Για κάθε σεμινάριο, ένα μικρό υποσύνολο-στόχος εξάγεται από την κύρια βάση δεδομένων χρησιμοποιώντας συγκεκριμένα κριτήρια. Μια προσωπική πρόσκληση στο σεμινάριο δημιουργείται για κάθε όνομα της λίστας-στόχου. Οι προσκλήσεις αποστέλλονται αυτόματα με e-mail σε 400 επαφές την ώρα.



Οφέλη

Οι παραγγελίες μπορούν να εντοπιστούν και να εκτελεστούν αποτελεσματικότερα και χιλιάδες τιμές να ενημερωθούν μόνο με λίγα κλικ. Η Cyprus-PC.com μπορεί να επικεντρωθεί σε θέματα στρατηγικής και σε νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες, αντί να αναλώνει χρόνο σε χειροκίνητες διαδικασίες.



Διδάγματα

- 1. Να διατηρείτε καθαρές τις λίστες επαφών.** Η κύρια βάση δεδομένων των πιθανών πελατών συνεχώς ανανεώνεται. Συνεπώς, κάθε νέα καμπάνια έχει καλύτερους στόχους απ'ότι η προκάτοχός της.
- 2. Κάντε κάθε email να μετρήσει.** Η πρόσκληση για κάθε σεμινάριο πρέπει να προσαρμόζεται ανάλογα για να τονίζει τις πιο πρόσφατες και πιο κατάλληλες ενότητες και σεμινάρια που διατίθενται για το κοινό-στόχος.



Το ιστολόγιο δίνει μια σπίθα στην online παρουσία



Tarlant Champagne



Benoît Tarlant



+33 3 26 58 30 60



champagne@tarlant.com



www.tarlant.com



20



150 000



51480 Oeuilly/Épernay
France



Web B2C /
e-marketing



Πλαίσιο και στόχοι

Η Tarlant είναι παραγωγός εταιρία Γαλλικού κρασιού και σαμπάνιας. Ο ανταγωνισμός στον τομέα αυτό είναι ανελέητος και η γνωστή εταιρία θέλησε να διαφοροποιηθεί με μια παγκόσμια διαφημιστική καμπάνια, χωρίς όμως να πρέπει να κάνει μια τεράστια επένδυση στο μάρκετινγκ.



Λύση

Το 2001 η εταιρία παρουσίασε μια πολύγλωσση ιστοσελίδα και το 2004 ξεκίνησε και ένα ιστολόγιο για τη Σαμπάνια. Το κόστος του ιστολογίου είναι μόνο €149 ετησίως.



Οφέλη

Με ελάχιστη επένδυση η Tarlant είδε αύξηση της εμπιστοσύνης των πελατών και είναι περισσότερο σε επαφή με τον πελάτη. Η ιστοσελίδα και το ιστολόγιο (το οποίο έχει περίπου 400 επισκέπτες ημερησίως) βοηθούν την εταιρία να ενημερώσει και να σκλαβώσει τους πελάτες της.



Διδάγματα

- 1. Ιστοσελίδες και ιστολόγια αλληλοσυμπληρώνονται.** Μια ιστοσελίδα θα πρέπει να περιέχει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες μιας εταιρίας, των προϊόντων της και των στοιχείων επικοινωνίας της. Ένα ιστολόγιο δίνει τη δυνατότητα σε μια εταιρία να είναι πιο προσωπική και να μοιράζεται το πάθος της.
- 2. Τα ιστολόγια διατηρούν τους πελάτες.** Μια ιστοσελίδα αυξάνει την έκθεση στην αγορά, αλλά ένα ιστολόγιο κάνει τους υπάρχοντες πελάτες πιο πιστούς.

Livanis Publishing



Andreas Machairas



+30 210 3661210



andreas@livanis.gr



www.livanis.gr



101



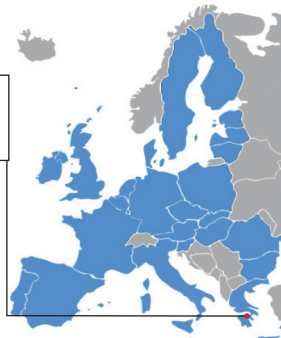
13 000Κ€



CRM / ERP



Solon 98
10680 Athens
Greece



Πλαίσιο και στόχοι

Η Λιβάνης είναι μια εκδοτική εταιρία βιβλίων με έδρα την Αθήνα. Η εταιρία εκτιμά ότι κατέχει μερίδιο 9% περίπου της Ελληνικής αγοράς του βιβλίου. Το πεδίο των εκδόσεων είναι εξαιρετικά ανταγωνιστικό μεταξύ των περίπου 500 εκδοτικών οίκων στην Ελλάδα, έτσι η αύξηση της αποτελεσματικότητας και η μείωση του κόστους είναι σημαντικά για να παραμείνει η εταιρία ανταγωνιστική.



Λύση

Η εταιρία εφάρμοσε συστήματα ERP και CRM το 2006, τα οποία αυτοματοποίησαν πολλές εσωτερικές διαδικασίες όπως μισθοδοσία, διαχείριση παραγωγής, οικονομική διαχείριση, ανθρώπινοι πόροι και υποστήριξη πελατών. Βελτίωσε επίσης το συντονισμό και τη συνεργασία στο εσωτερικό της εταιρίας.



Οφέλη

Η εταιρία τώρα παρουσιάζει απόδοση της επένδυσής της σε ένα εύρος λύσεων ICT. Παρουσίασε μια μείωση 15% στο κόστος παραγωγής στο πρώτο εξάμηνο του 2007.



Διδάγματα

- 1. Να υιοθετείτε νωρίς τις αλλαγές.** Η εταιρία Λιβάνης εφάρμοσε πολλές αλλαγές ICT νωρίς, επιτρέποντάς της να καρπωθεί τα οφέλη πριν από την πλειοψηφία των ανταγωνιστών της – δίνοντάς της πλεονέκτημα στην αγορά.
- 2. Συμβουλευτείτε.** Η εταιρία εφάρμοσε τα έργα της ERP και CRM σε συνδυασμό με άλλες αλλαγές στην επιχείρηση, έτσι έφερε συμβούλους για να βοηθήσουν και να συμβουλέψουν.

Budapest Wine

 Katalin Koklacs
 +212 2569 212 0262
 onlinerendeles@bortarsasag.hu
 www.bortarsasag.hu
 51
 12 300 Κ€  Web B2C



1015 Budapest
Batthyány u. 59.
Hungary



Πλαίσιο και στόχοι

Η Budapest Wine Society (BWS) έχει 10 καταστήματα λιανικής και προμηθεύει Ουγγρικά και διεθνή κρασιά σε μεμονωμένα άτομα και μέσω χονδρικής σε σούπερ μάρκετ, εστιατόρια, ξενοδοχεία και τροφοδότες. Διοργανώνει επίσης ταξίδια οινογνωσίας. Η εταιρία θέλησε να χρησιμοποιήσει το διαδίκτυο για να προσφέρει στους πελάτες της μια πολύτιμη online υπηρεσία.



Λύση

Το online κατάστημα αναπτύχθηκε εσωτερικά. Προσφέρει ένα μεγάλο εύρος επιλογών πληρωμής και παραδόσεων, συμπεριλαμβανομένων την παραλαβή αγορών από ένα τοπικό κατάστημα BWS. Ένα σύστημα διαχείρισης αποθέματος εξασφαλίζει ότι τα κρασιά που παραγγέλλονται είναι σε στοκ στο κατάστημα.



Οφέλη

Από την έναρξη του διαδικτυακού καταστήματος, ο τζίρος αυξήθηκε κατά 40–50% ετησίως. Περίπου 6000 πελάτες είναι εγγεγραμμένοι στην ιστοσελίδα, παρόλο που πολλοί περισσότεροι την επισκέπτονται. Η εταιρία τώρα πουλά και παραδίδει σε άλλες χώρες της ΕΕ



Διδάγματα

- 1. Τα πολλαπλά κανάλια αυξάνουν τις πωλήσεις** Προσφέροντας στους πελάτες διάφορους τρόπους αγοράς, όπως ένα online κατάστημα, μια επιχείρηση μπορεί να αυξήσει αποτελεσματικά τον τζίρο της.
- 2. Προσφέρει καλή εξυπηρέτηση στους πελάτες.** Το διαδίκτυο είναι μια ευκαιρία να λάβουν οι πελάτες καινοτόμες υπηρεσίες που θα τους βοηθήσουν να παραμείνουν πιστοί.



Δυναμική πλατφόρμα δίνει ώθηση στις ιστοσελίδες ταξιδιού



Gulliver Ireland



Stewart Stephens



+353 66 9792030



goireland@gulliver.ie



www.gulliver.ie



60



25 000 Κ€



ERP

Fexco Center
Killorglin
County Kerry
Ireland



Πλαίσιο και στόχοι

Η Gulliver δημιουργήθηκε για να αναπτύξει ένα κεντρικό σύστημα τουριστικών πληροφοριών που θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί από τουριστικά γραφεία σε όλη την Ιρλανδία. Χρειαζόταν προηγμένες βάσεις δεδομένων, πλούσιο περιεχόμενο και συστήματα κράτησης για την ενίσχυση της σύνδεσης των ιστοσελίδων της Ιρλανδέζικης τουριστικής βιομηχανίας με τους εγχώριους και αλλοδαπούς διοργανωτές διακοπών.



Λύση

Το Σύστημα Διαχείρισης Gulliver Destination (DMS) παρέχει ένα πλούσιο εύρος λεπτομερών τοπικών πληροφοριών και πληροφοριών με θέμα, ειδικές προσφορές και εγκαταστάσεις κρατήσεων για τους μελλοντικούς επισκέπτες. Η υπηρεσία GullNet extranet δίνει στους πελάτες (τουριστικά επιμελητήρια, προμηθευτές τουριστικών υπηρεσιών κλπ.) πρόσβαση στα αρχεία κρατήσεων και ανανεώνει πληροφορίες/τιμές.



Οφέλη

Το DMS τώρα ενισχύει πάνω από 50 ιστοσελίδες και πούλησε πάνω από 710,000 διανυκτερεύσεις το 2004. Οι πρωτοβουλίες μάρκετινγκ που επιχορηγήθηκαν από τη Fáilte Ireland βοηθούν στην προώθηση ιστοσελίδων χρησιμοποιώντας την τεχνολογία.



Διδάγματα

- 1. Ένα 'μέγεθος' δεν ταιριάζει σε όλους.** Το DMS ενισχύει powers many websites, but a bottom-up approach is required so that each Λύση is tailored to meet each site's target audience.
- 2. Ειδικευμένο περιεχόμενο.** Το περιεχόμενο ιστοσελίδας πρέπει να εμπλέκει τους αναγνώστες. Αξίζει να χρησιμοποιήσετε παγκοσμίως φήμης ειδικούς και συγγραφείς διαχείρισης περιεχομένου.

Campus Consulting



Giulio Ravizza



+39 0432 1740465



info@campusconsulting.it



www.campusconsulting.it



10



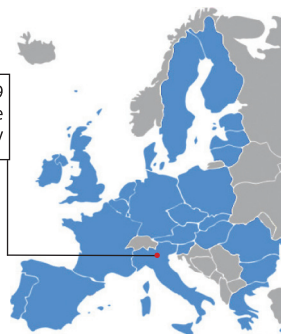
1 000 Κ€



Other



Via Vittorio Veneto, 39
33100 Udine
Italy



Πλαίσιο και στόχοι

Campus Consulting είναι μια συμβουλευτική επιχείρηση που βοηθά τους πελάτες να βελτιώσουν το ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα κάνοντας καλύτερη χρήση της γνώσης τους και των άυλων αγαθών τους. Η εταιρία αποφάσισε να χρησιμοποιήσει προηγμένο λογισμικό για να βελτιώσει την ανάλυσή της και να παρέχει ξεκάθαρες αναφορές σχόλια στους πελάτες.



Λύση

Δύο πακέτα λογισμικών βοηθούν την Campus να χαρτογραφήσει, να μετρήσει και να οπτικοποιήσει τα ανεπίσημα δίκτυα των ατόμων και των τμημάτων της επιχείρησης. Τυποποιημένο λογισμικό γραφείου και έξυπνα επιχειρηματικά εργαλεία χρησιμοποιούνται για να τονίσουν τις δυνάμεις και τις αδυναμίες σε έναν εταιρικό οργανισμό και τη διαχείριση γνώσης.



Οφέλη

Το λογισμικό βοήθησε την Campus να επιταχύνει την ανάλυση των δεδομένων της και να παρέχει στους πελάτες της ξεκάθαρες αναφορές που περιέχουν σαφείς συστάσεις και συμβουλές. Η ποιότητα των αξιολογήσεων της Campus βελτιώθηκε με μεγαλύτερη έμφαση στη μελλοντική στρατηγική.



Διδάγματα

- 1. Το λογισμικό είναι μέρος μιας λύσης.** Η οργανωτική και 'υποκινητική' πλευρά του συμβουλευτικού προγράμματος είναι εξίσου σημαντική με την επιτυχία του.
- 2. Οι αριθμοί είναι καλοί.** Τα εργαλεία λογισμικού επιτρέπουν στην Campus να παρέχει ποσοτικές και 'αντικειμενικές' αποδείξεις και αξιολογήσεις, δίνοντας βάρος στην αξιοπιστία της ανάλυσης.

Proced S.r.l.



Antonio Veschetti



+39 01952 150 264



info@proced.it



www.proced.it



30



10 000 Κ€



Web B2C



Viale Delle Industrie 82
Dossón di Casier
TV 31030
Italy



Πλαίσιο και στόχοι

Η Proced διανέμει προϊόντα γραφείου σε περίπου 8000 πελάτες σε όλη την Ιταλία. Με περίπου 250 προμηθευτές και επεξεργασία 4000 παραγγελιών το χρόνο, η αλυσίδα εφοδιασμού της εταιρίας είναι περίπλοκη στη διαχείριση. Η Proced αποφάσισε να χρησιμοποιήσει μια λύση λογισμικού για να αυτοματοποιήσει τον τρόπο παραγγελίας αποθέματος από τους προμηθευτές της.



Λύση

Η πλατφόρμα Smarten lungo αυτοματοποιεί το σύστημα παραγγελιών της Proced. Στέλνει ένα πρότυπο email στους προμηθευτές με βάση αυστηρούς κανόνες παραγγελίας σε σχέση με τις εισερχόμενες παραγγελίες και τα επίπεδα αποθέματος. Ο προμηθευτής μπορεί να διαβάσει και να απαντήσει στο email ως συνήθως, αλλά ο διακομιστής της Proced εξαγεί και επεξεργάζεται τα δεδομένα από το email.



Οφέλη

Η Proced σταδιακά μείωσε το χρόνο που ξόδευε στο να ανοίγει και να διαβάσει τις παραγγελίες και μπορεί να απαντά γρηγορότερα στις αλλαγμένες παραγγελίες. Η εταιρία αποθηκεύει μικρά αποθέματα και εκπληρώνει παραγγελίες γρηγορότερα. Το lungo επίσης δημιουργεί αναφορές για στρατηγική ανάλυση.



Διδάγματα

- 1. Το Email είναι εύκολο.** Χρησιμοποιώντας το email ως κύρια διασύνδεση αυτοματισμού, η Proced σιγουρεύτηκε ότι αυτό το σύστημα θα υιοθετηθεί κάνοντας μεγάλες επενδύσεις ή με περισσότερη συνεργασία από τους προμηθευτές.
- 2. Ελεύθεροι υπάλληλοι.** Οι διαδικασίες όπως παραγγελίες είναι ιδανικές για αυτοματισμό, απελευθέρωση υπαλλήλων για να επικεντρωθούν σε πιο ανταποδοτικές δραστηριότητες.



Η κοινή γλώσσα δημιουργεί σύνδεση με τους πελάτες



Quality Biella



Alberto Platini



+39 015 983898



info@qualitybiella.it



www.qualitybiella.it



86



3 500 Κ€



ERP



Via per Castelletto Cervo, 407
13835 Cossato (BI)
Italy



Πλαίσιο και στόχοι

Η Quality Biella επιδιωρθώνει και συρράφει υφάσματα και ολοκληρωμένα ενδύματα για αρκετές εταιρίες υφασμάτων στην περιοχή της Μπιέλα. Θέλησε να ενώσει το σύστημα πληροφοριών της με τους προμηθευτές έτσι ώστε να λαμβάνει έγκυρη ειδοποίηση των εισερχόμενων παραγγελιών για να βελτιώσει το σχεδιασμό της και να παρέχει στους πελάτες αναφορές προόδου.



Λύση

Χωρίς να αλλάξει το υπάρχον σύστημα πληροφοριών, η εταιρία πρόσθεσε ένα λογισμικό χαρτογράφησης για την εισαγωγή και εξαγωγή δεδομένων πελατών και μετατράπηκε σε τυποποιημένη μορφή Moda-ML. Τα αρχεία XML μπορούν να σταλούν, από και προς, τους πελάτες. Τα δεδομένα σε μορφή Moda-ML μπορούν ακόμη και να ενσωματωθούν στα ηλεκτρονικά μηνύματα.



Οφέλη

Η εταιρία λαμβάνει ειδοποίηση πολύ πριν παραδοθεί η εργασία. Οι διευθυντές μπορούν να σχεδιάσουν την εργασία της επόμενης ημέρας πολύ νωρίτερα. Το προσωπικό δεν χρειάζεται να μείνει μέχρι αργά και έχει λιγότερο άγχος. Η εταιρία εξοικονόμησε το ισοδύναμο σ'έναν υπάλληλο πλήρους απασχόλησης.



Διδάγματα

- 1. Η ευημερία στην εργασία είναι σημαντική.** Το να ενημερώνονται οι εργάτες εκ των προτέρων για το τι θα κάνουν, βοηθά στη μείωση του άγχους και βελτιώνει την ποιότητα της εργασίας.
- 2. Απλή ενσωμάτωση χρησιμοποιώντας τυποποιημένες μορφές.** Μια απλή διαδικασία χαρτογράφησης μπορεί να βοηθήσει τους συνεργάτες να ενσωματώσουν τα υπάρχοντα πληροφοριακά τους συστήματα χρησιμοποιώντας XML με την ελάχιστη όχληση.

Terradue



Fabrice Brito



+39 06 80 36 89 52



fabrice.brito@terrardue.com



www.terrardue.com



6



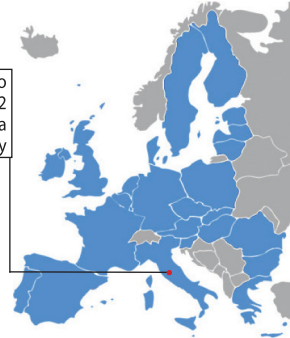
400 Κ€



Other



Tecnopolo Tiburtino
Via Giacomo Peroni, 442
00131 Roma
Italy



Πλαίσιο και στόχοι

Η Terradue δημιουργεί εφαρμογές καταναμημένης διαχείρισης χωρικών δεδομένων και δεδομένων συνεργασίας υψηλής απόδοσης με βάση το υπολογιστικό/δικτυακό νέφος. Η επιτυχία της δικτυωμένης λύσης του στο πεδίο των επιστημών γης έχει ενθαρρύνει την εταιρία να επεκταθεί σε άλλες αγορές.



Λύση

Μεγάλα ποσά πόρων δεδομένων και επεξεργασίας μπορούν να μοιραστούν σε γεωγραφικά και υπηρεσιακά όρια χρησιμοποιώντας τη *δικτύωση*. Παρέχει πρότυπα υποδομής και εξατομικευμένου λογισμικού για να συνδέσει τεμαχισμένα συστήματα Πληροφορικής και ομάδες δεδομένων. Αρκετά ερευνητικά έργα θα βοηθήσουν την Terradue να υιοθετήσει λύσεις για νέες αγορές.



Οφέλη

Τα προϊόντα της Terradue έχουν αποδεδειγμένη εφαρμογή στον τομέα της επιστήμης της γης. Το δίκτυο και τα καταναμημένα υπολογιστικά συστήματα μπορούν να βοηθήσουν τη βιομηχανία να μειώσει τους κύκλους έρευνας και ανάπτυξης και να μειώσει το χρόνο προώθησης στην αγορά νέων προϊόντων.



Διδάγματα

- 1. Επένδυση στην έρευνα.** Η Terradue δεσμεύει το 40% των πόρων της για να συμμετάσχει στη βιομηχανική και προ-ανταγωνιστική έρευνα.
- 2. Αντίσταση καταπολέμησης.** Η Terradue συμμετέχει σε δραστηριότητες που αυξάνουν την επαγρύπνηση, προωθεί τον υπολογισμό νέφους και καταρρίπτει τα εμπόδια στη νέα τεχνολογία.

Terra Animalis

Ema Krivickiene
 +370 37 386812
 erna@equinoxlt.com
 www.kika.lt
 --
 -- Κ€



P. Lukšio g. 60-5,
LT-49349 Kaunas
Lithuania



eCl@ss



Πλαίσιο και στόχοι

Η Terra Animalis, ευρύτερα γνωστή ως ΚΙΚΑ, είναι ηγέτης λιανοπωλητής στον τομέα φροντίδας των κατοικίδιων ζώων. Λόγω της επιτυχίας και της ανάπτυξής της, η εταιρία αντιλήφθηκε ότι τα ανεπαρκή, απαιτητικά σε εργατικό δυναμικό και μη μηχανογραφημένα συστήματα αποθήκης ήταν θλιβά στις λειτουργίες της, επηρεάζοντας τις πωλήσεις, το κόστος και την κερδοφορία.



Λύση

Η εταιρία εισήγαγε το σύστημα διαχείρισης αποθήκης Vision (WMS) της Equinox. Το σύστημα χρησιμοποιεί ραδιοκώδικες για να ελέγχει και να ενημερώνει όλες τις δραστηριότητες της αποθήκης, από τη λήψη αποθέματος μέχρι τα δελτία αποστολής. Ο χώρος της αποθήκης ξανασχεδιάστηκε για καλύτερη αποθήκευση και για να βελτιώσει τη μετακίνηση των προϊόντων.



Οφέλη

Η λειτουργία ελέγχου της αποθήκης είναι τώρα πάνω από 99% - πολύ υψηλότερα από το μέσο όρο της βιομηχανίας. Η λειτουργική απόδοση αυξήθηκε κατά 30% τους πρώτους μήνες χρήσης του συστήματος WMS. Πάνω από 400 αντικείμενα μπορούν να παραληφθούν από την αποθήκη σε λιγότερο από τέσσερις ώρες.



Διδάγματα

- 1. Η ΤΠΕ είναι σημαντική για τον πλήρη έλεγχο των λειτουργιών της αποθήκης.** Κάθε δραστηριότητα και κίνηση προσωπικού ανιχνεύονται αυτόματα. Οι διευθυντές μπορούν να έχουν άμεση πρόσβαση όσον αφορά το απόθεμα.
- 2. Η αποτελεσματικότητα βασίζεται στην πραγματικότητα.** Ένα WMS πρέπει να συμπληρώνεται με βοηθήματα για τη βελτίωση των λειτουργιών.



DE JONG & ROOS BV

Προτυποποιημένοι κωδικικοί προϊόντος μειώνουν τα σφάλματα στις παραγγελίες



De Jong & Roos BV



Werner Botman



+31 224 273 327



info@jrs.nl



www.jrs.nl



50



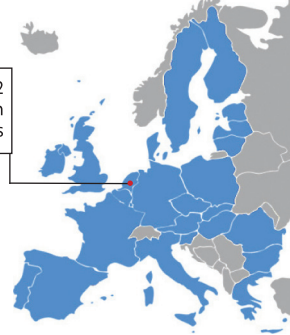
15 000 Κ€



eCl@ss



Witte Paal 32
1742 NL Schagen
The Netherlands



Πλαίσιο και στόχοι

H De Jong & Roos είναι εταιρία χονδρικής, που προμηθεύει δεσίματα, τεχνικό εξοπλισμό και άλλα προϊόντα που αφορούν τη βιομηχανία και τις κατασκευαστικές εταιρίες. Η εταιρία ήθελε ένα σύστημα που θα μείωνε τα λάθη στις παραγγελίες πελατών, θα εξοικονομούσε χρόνο για την εταιρία και θα ενσωματωνόταν στην αλυσίδα προμηθειών της κατασκευαστικής βιομηχανίας.



Λύση

H εταιρία αναδιοργάνωσε τις επιχειρηματικές της διεργασίες και υιοθέτησε το μοναδικό σύστημα ταυτοποίησης προϊόντος που ανέπτυξε η GS1. Η εταιρία χονδρικής τώρα χρησιμοποιεί XML για να προτυποποιήσει τις παραγγελίες από το ηλεκτρονικό της κατάστημα καθώς και τις πληροφορίες του προϊόντος σε έναν ηλεκτρονικό κατάλογο.



Οφέλη

Οι παραγγελίες μέσω της ιστοσελίδας της εταιρίας θέλουν 30 δευτερόλεπτα να διασταυρωθούν, εξοικονομώντας μέχρι 105 ώρες κάθε εβδομάδα. Το ηλεκτρονικό σύστημα μείωσε τον αριθμό των λανθασμένων παραγγελιών, εξοικονομώντας στην εταιρία χρόνο και έξοδα που αφορούν την επιστροφή των προϊόντων.



Διδάγματα

- 1. Ενιαίοι κωδικικοί προϊόντος μειώνουν τα λάθη.** Ένα προτυποποιημένο σύστημα καταλόγου μπορεί να εξοικονομήσει χρόνο και χρήμα στην εταιρία, να αυτοματοποιήσει τις λειτουργίες υποστήριξης γραφείου και να δίνει τη δυνατότητα ενσωμάτωσης των συστημάτων τους με άλλα συστήματα της αλυσίδας προμηθειών.
- 2. Οι μικρές εταιρίες φοβούνται τη διαφάνεια.** Ο μεγάλος αριθμός των μικρών κατασκευαστικών εταιριών καθιστά δύσκολη τη δημιουργία σημαντικού όγκου που είναι απαραίτητος για τον αυτοματισμό της αλυσίδας προμηθειών. Οι εταιρίες φοβούνται ότι η προτυποποίηση ενθαρρύνει τους πελάτες να συγκρίνουν τιμές. Στην πραγματικότητα, απλώς θέλουν να γίνονται οι παραγγελίες γρηγορότερα και ακριβέστερα.



Φάρμα φρούτων θερίζει οφέλη από πραγματικό πεδίο δεδομένων



SadPol



Janusz Glinicki



+48 226 202 311



janusz@sadpol.pl



www.sadpol.pl



100

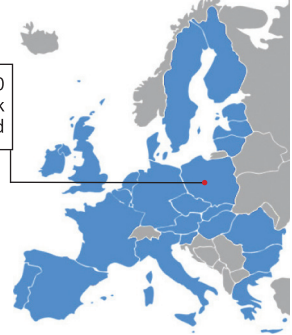


-- Κ€



eCl@ss

Wierzbica 05-140
Serock
Poland



Πλαίσιο και στόχοι

Η Sadpol είναι μια από τις μεγαλύτερες Ευρωπαϊκές εταιρίες παραγωγής και χονδρεμπορίου φρέσκων σαρκωδών καρπών. Απασχολεί ένα μικρό αριθμό μόνιμου προσωπικού, αλλά ο αριθμός του εποχιακού προσωπικού μπορεί να φτάσει τις 3000+. Η ανάγκη για ένα μηχανογραφημένο σύστημα έγινε εμφανής όταν η εταιρία αδυνατούσε να ελέγξει και να συντονίσει αποτελεσματικά τη συγκομιδή των φρούτων κατά τη θερινή περίοδο.



Λύση

Η λύση ήταν μια γρήγορη και αξιόπιστη μέθοδος εισαγωγής, με τη χρήση σαρωτών ραβδωτού κώδικα που θα εξάλειφε την εισαγωγή με το χέρι. Τα δεδομένα του φρούτου και του εργάτη εισάγονται στο πεδίο και ασύρματα μεταφέρονται σ'έναν κεντρικό διακομιστή για επεξεργασία.



Οφέλη

Το σύστημα διευκολύνει την παρακολούθηση σε πραγματικό χρόνο και την ακριβή καταγραφή της απόδοσης όλων των εργατών στο χωράφι καθώς και την ποιότητα, την ποσότητα και τον τόπο όπου συλλέγεται το φρούτο. Οι μισθοί υπολογίζονται με ακρίβεια και καταβάλλονται χωρίς καθυστέρηση.



Διδάγματα

- 1. Ο ανθρώπινος παράγοντας είναι σημαντικός.** Οι άνθρωποι, ιδιαίτερα στις παραδοσιακές με έντονη χειρωνακτική εργασία, εταιρίες παραγωγής, είναι καχύποπτοι με τα νέα εργαλεία ICT. Πρέπει να είναι σωστά και υπομονετικά εκπαιδευμένοι.
- 2. Οι ραβδωτοί κώδικες εξοικονομούν χρόνο και χρήμα.** Οι φιλικόι προς το χρήστη σαρωτές ραβδωτού κώδικα είναι εύκολοι στη λειτουργία και ελαχιστοποιούν την ανάγκη κατάρτισης.



Ισχυρά συστήματα σούπερμάρκετ για μικρά καταστήματα.



Żabka Polska SA



Maciej Kłaskala



+48 61 8 563 913



przewezikowska.katarzyna@zabka.pl



www.zabka.pl



250

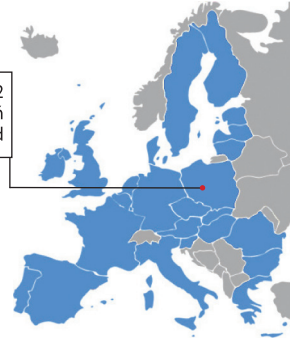


-- Κ€



Web B2C / ERP

ul. Ogrodowa 12
61-821 Poznań
Poland



Πλαίσιο και στόχοι

Η Żabka είναι μια αλυσίδα 2000 μικρών καταστημάτων λιανικής στην Πολωνία και τη Τσεχική Δημοκρατία. Προσφέρει τρόφιμα και άλλα προϊόντα στο κέντρο της πόλης και σε πυκνοκατοικημένες περιοχές κατοικιών. Υιοθετώντας ένα καινοτόμο επιχειρηματικό μοντέλο, στόχευε στη χρήση ICT για να συγκεντρώσει τις λειτουργίες, τις προμήθειες και τη διακίνηση, παρέχοντας οικονομίες κλίμακας στο δίκτυο των καταστημάτων της.



Λύση

Η Żabka υιοθέτησε ένα μοντέλο συστήματος απογραφής διαχειριζόμενο από τον πωλητή (VMI) για να διευκολύνει την άγραφη ροή των πληροφοριών και την αποτελεσματική διαχείριση του αποθεματικού. Κάθε κατάσταση υποβάλλει τα δεδομένα σε μια κεντρική βάση δεδομένων βάσει των πωλήσεων του προϊόντος, τα επίπεδα εφεδρειών και τους όγκους των παραγγελιών. Η διαχείριση παραγγελιών, διακίνησης και προμηθευτών γίνεται από τα κεντρικά.



Οφέλη

Οι πληροφορίες ρέουν αυτόματα στο δίκτυο της εταιρίας, επιτρέποντας την παρακολούθηση του αποθέματος σε κάθε κατάσταση και τη βελτίωση των παραγγελιών και των επιπέδων των εφεδρειών. Το απόθεμα δεν εξαντλείται στα καταστήματα, έτσι η ικανοποίηση πελατών είναι καλή. Λιγότερο κεφάλαιο δεσμεύεται στις εφεδρείες.



Διδάγματα

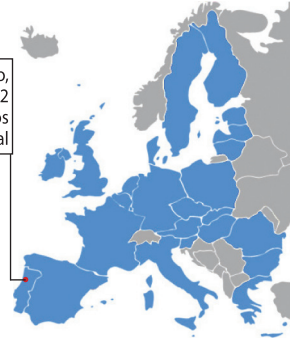
1. Το ICT προσφέρει ένα ισχυρό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Με ένα καινούργιο επιχειρηματικό μοντέλο, που υποστηρίζεται από σύγχρονα εργαλεία ICT, η Żabka διασφάλισε την ανάπτυξη και μια σταθερή θέση στην αγορά.
2. Το ICT ασχολείται με τις περιπλοκότερες των επιχειρησιακών διαδικασιών και τη διαχείριση της αλυσίδας εφοδιασμού. Το σύστημα της Żabka μετατρέπει τις πολλαπλές γραμμικές αλυσίδες εφοδιασμού σε ένα ευέλικτο και αποτελεσματικό δίκτυο αλυσίδας εφοδιασμού.

AGILUS I+D

 João Correia
 +351 229 396 350
 joao.correia@iaiti.pt
 www.iaiti.pt
 8
 900 Κ€

 Other

Rua Dr. Afonso Cordeiro,
877, sala 202
4450-007 Matosinhos
Portugal



Πλαίσιο και στόχοι

Η Agilus είναι μια συμβουλευτική εταιρία πληροφορικής που εφαρμόζει ευφυείς επιχειρηματικές λύσεις σε δημόσιους οργανισμούς και ιδιωτικές εταιρίες. Το Ινστιτούτο Έρευνας & Ανάπτυξης συμμετέχει ενεργά στη χρηματοδοτούμενη από την Ευρώπη έρευνα. Η Agilus R&D ήθελε να αυξήσει τον αριθμό των επιτυχημένων προτάσεων της για έργα του Προγράμματος Πλαισίου Αναφοράς της Ευρωπαϊκής Κοινότητας.



Λύση

Το λογισμικό εργαλείο Get-In (GiST) στηρίζεται στην εμπειρία και την καλή πρακτική των οργανισμών σε όλη την Ευρώπη με μεγάλα ποσοστά επιτυχίας για τις ερευνητικές τους προτάσεις. Το εργαλείο παρέχει έναν απλό και γρήγορο τρόπο εγγραφής προτάσεων, που βασίζεται σε μια δοκιμασμένη, βήμα-βήμα μεθοδολογία.



Οφέλη

Η Agilus μπορεί τώρα να υποβάλλει μέχρι τέσσερις προτάσεις έργων ετησίως. Το GiST βοήθησε την Agilus να αυξήσει την ποιότητα των προτάσεών της και να μειώσει το χρόνο προετοιμασίας τους. Σύντομα μετά την εφαρμογή του GiST, η Agilus έλαβε την έγκριση έργου αξίας €1.2 εκατομμυρίων.



Διδάγματα

- 1. Ακολουθήστε την καλή πρακτική.** Το GiST βασίζεται στην καλή πρακτική όσον αφορά την προετοιμασία της πρότασης, κι έτσι δίνει στους χρήστες του μεγαλύτερη πιθανότητα επιτυχίας.
- 2. Η εκπαίδευση είναι ζωτικής σημασίας.** Το προσωπικό χρειάζεται εκπαίδευση στον τρόπο χρήσης του GiST, κι αυτό πρέπει να ληφθεί υπόψη στο σχεδιασμό εφαρμογής του εργαλείου.

Adama

 David Flusberg
 +40 31 405 17 00
 info@adama.ro
 www.adama.ro
 40
 -- Κ€



29, Erou Iancu Nicolae St.,
Pîpera, Ilfov
Romania


Πλαίσιο και στόχοι

Η Adama είναι μια εταιρία ακινήτων που εργάζεται στη Ρουμανία και σ'όλη την Κεντρική και Ανατολική Ευρώπη. Η περιπλοκότητα των διαδικασιών Η περιπλοκότητα των διαδικασιών και η αύξηση των πληροφοριών που δημιουργήθηκε τις από επιχειρηματικές λειτουργίες δημιούργησαν την ανάγκη για ένα νέο εργαλείο. Κατέστη αναγκαία η κεντρική διαχείριση δεδομένων που θα δώσει αυστηρότερο έλεγχο όλων των λειτουργιών.


Λύση

Η Adama αποφάσισε να αντικαταστήσει το παλιό λογιστικό της σύστημα με μια λύση ERP, προσαρμοσμένη στην επιχείρηση, αλλά ικανό να υποστηρίξει τη γρήγορη ανάπτυξη της εταιρίας. Η λύση αποτελείται από ένα οικονομικό και ένα διαχειριστικό μοντέλο πάγιων, που αναφέρει εργαλεία και όργανα προϋπολογισμού.


Οφέλη

Το λογισμικό παρέχει ενοποιημένους λογαριασμούς σε όλες τις πολλαπλές εταιρίες, χώρες και νομίσματα και συμμορφώνεται με όλα τα φορολογικά καθεστώτα. Η διαχείριση έχει περισσότερο έλεγχο, με προβολή κάθε πελάτη και έργου όσον αφορά το κόστος, τα έσοδα και το κέρδος.


Διδάγματα

- 1. Η ERP δίνει προοπτική και έλεγχο.** Μια ενοποιημένη, πραγματικού χρόνου προβολή των πελατών, των έργων και των οικονομικών σε όλη την ομάδα, βοηθά τη διαχείριση να έχει περισσότερο έλεγχο των επιχειρηματικών λειτουργιών.
- 2. Η ERP αυξάνει την εμπιστοσύνη των επενδυτών.** Ενημερωμένες, ακριβείς πληροφορίες παρέχουν στον επενδυτή μεγαλύτερη εμπιστοσύνη όσον αφορά τη διαχείριση της εταιρίας.



Μια απλή ιστοσελίδα εξαργυρώνει
ρευστό από τις Ευρωπαϊκές αγορές



AB-KEPS, s.r.o.



Alojz Stroffek



+421 35 975 822



keps@ab-keps.eu



www.ab-keps.eu



5



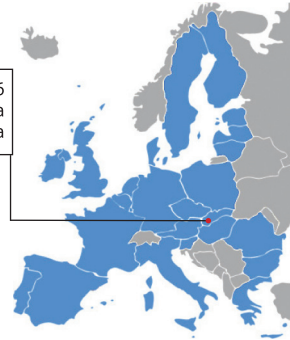
-- Κ€



Web B2C



Vajnorská 86
831 04 Bratislava
Slovakia



Πλαίσιο και στόχοι

Η KEPS ξεκίνησε ως μια μικρή Τσεχοσλοβάκικη εταιρία, επισκευής και διανομής καταμετρήσιμων κερμάτων. Με την εισαγωγή του Ευρώ η εταιρία θέλησε να προσεγγίσει την ευρύτερη αγορά. Χρειάστηκε μια λύση ICT για να μεγαλώσει το προφίλ της και να επικοινωνεί καλύτερα με ένα μεγαλύτερο αριθμό πιθανών πελατών.



Λύση

Η KEPS χρησιμοποίησε μια ιστοσελίδα με αντίστοιχη ηλεκτρονική διεύθυνση, διαθέσιμη σε αρκετές γλώσσες. Το Email έκανε την επικοινωνία γρηγορότερη, αποτελεσματικότερη και ανιχνεύσιμη. Η ιστοσελίδα αποτελεί το κύριο μέσο της εταιρίας για προώθηση, διαφήμιση και πωλήσεις.



Οφέλη

Η ιστοσελίδα συνέβαλε στην κατά 5% ετήσια ανάπτυξη των πωλήσεων και των υπηρεσιών της KEPS, χωρίς την απασχόληση περισσότερου προσωπικού. Αυτή η ανάπτυξη δεν θα ήταν εφικτή χωρίς τις πρόσφατες διαδικτυακές και ICT τεχνολογίες.



Διδάγματα

- 1. Οι μικρότερες εταιρίες έχουν μεγαλύτερα οφέλη.** Οι πρόσφατες διαδικτυακές και ICT τεχνολογίες δίνουν στις μικρές και ΜΜΕ επιχειρήσεις σχετικά μεγαλύτερα οφέλη χωρίς καμία αύξηση των υπαλλήλων.
- 2. Διεθνής προοπτική.** Ακόμη και η πιο μικρή ΜΜΕ μπορεί να χρησιμοποιήσει διαδικτυακές και ICT τεχνολογίες για να φτάσει σε πελάτες έξω από το σπίτι τους και τις τοπικές κοινότητες – και να έχει πρόσβαση στη διεθνή αγορά.

Adriatic Slovenica

Olga Pejovič
 +386 5 66 43 100
 olga.pejovic@adriatic-slovenica.si
 www.adriatic-slovenica.si
 --
 257 000 ΚΕ CRM / ERP

Ljubljanska Cesta, 3600
Koper – Capodistria
Slovenia



Πλαίσιο και στόχοι

Η Adriatica Solenica είναι η δεύτερη μεγαλύτερη ασφαλιστική εταιρία στη Σλοβενία. Προσφέρει μεγάλη ποικιλία ασφαλιστικών καλύψεων, όπως ασφάλιση αυτοκινήτου, υγείας, ταξιδιών, ακίνητης περιουσίας, ζωής και ασφάλιση ζώων. Τα δεδομένα πελατών τεμαχίστηκαν και η εταιρία έπρεπε να συγκεντρώσει και να 'ομαλοποιήσει' τα δεδομένα της και να ενσωματώσει τα συστήματά της σε μια νέα λύση CRM.



Λύση

Ο πάροχος Πληροφορικής Avntenta ενσωμάτωσε ένα σύστημα CRM και ένα λογισμικό διαχείρισης τηλεφωνικού κέντρου στο σύστημα ERP και στις τηλεφωνικές πλατφόρμες της εταιρίας. Το νέο σύστημα παρέχει στο προσωπικό τηλεφωνικού κέντρου μια πλήρη περιγραφή (πίνακας) κάθε πελάτη. Διαχειρίζεται τις τηλεφωνικές λειτουργίες και καταγράφει όλες τις συνδιαλέξεις των πελατών.



Οφέλη

Η Adriatica Slovenica έχει βελτιώσει τον τρόπο με τον οποίο το τηλεφωνικό της κέντρο, τα τμήματα και οι πράκτορές της διαχειρίζονται τις απαιτήσεις και τα τηλεφωνήματα. Η ικανοποίηση των πελατών αυξήθηκε επειδή η εταιρία ανταποκρίνεται γρηγορότερα στις απαιτήσεις και τις ζητήσεις.



Διδάγματα

- 1. Κάντε περισσότερα με τα δεδομένα.** Τώρα, που η εταιρία συλλέγει, αναλύει και χρησιμοποιεί τα δεδομένα της αποτελεσματικότερα, είναι σε θέση να παρέχει καλύτερη εξυπηρέτηση πελατών. Η ικανοποίηση των πελατών έχει αυξηθεί.
- 2. Μην ξεχνάτε την εκπαίδευση.** Το νέο σύστημα έφερε μεγάλες αλλαγές στην εργασιακή πρακτική για το προσωπικό του τηλεφωνικού κέντρου, έτσι αρχικά δοκιμάστηκε σε πέντε μέλη του προσωπικού, πριν εφαρμοστεί πλήρως.

Växjö Energi

 Martin Magnusson
 +46 31 733 13 13
 martin.magnusson@logica.com
 www.logica.com
 --
 100 000 ΚΕ  Web B2A

Augustendalsvägen 21,
Nacka Strand
Sweden



Πλαίσιο και στόχοι

Η Växjö Energi είναι μια εταιρία ενέργειας που κατέχει και διαχειρίζεται ο Δήμος του Växjö στη νότια Σουηδία. Η Växjö – επίσημα η πιο πράσινη πόλη στην Ευρώπη – στοχεύει στη μείωση της κατανάλωσης της ενέργειάς της κατά 5% και θέλει να αναπτύξει τρόπους για να βοηθήσει τα νοικοκυριά και τις επιχειρήσεις να αλλάξουν τη συμπεριφορά τους και να μειώσουν και να μειώσουν την κατανάλωσή τους.



Λύση

Σε συνεργασία με την εταιρία παροχής υπηρεσιών Πληροφορικής Logica, η Växjö Energi ανέπτυξε το EnergiKollen, ένα διαδικτυακό εργαλείο όπου οι τελικοί χρήστες μπορούν να έχουν πρόσβαση στα δεδομένα που αφορούν την ηλεκτρική τους κατανάλωση. Μπορούν επίσης να συμμετάσχουν σε διαγωνισμούς για να μειώσουν την κατανάλωσή τους μέσα σε μια εβδομάδα.



Οφέλη

Περίπου το 25% των εγχώριων πελατών έχουν χρησιμοποιήσει το EnergiKollen. Οι πελάτες που χρησιμοποιούν το εργαλείο είναι τέσσερις φορές περισσότερο αποδοτικοί όσον αφορά την ενέργεια απ'ότι αυτοί που δεν έχουν συνδεθεί στο εργαλείο. Μετά τη διάθεση του εργαλείου στις επιχειρήσεις, περίπου 100 εταιρίες υπέγραψαν συμβόλαια παροχής υπηρεσιών.



Διδάγματα

- 1. Οι μεγάλες αλλαγές αρχίζουν από χαμηλά.** Είναι δύσκολο να αλλάξεις τις συνήθειες των ανθρώπων. Αλλά ένα εύκολο στη χρήση, διαδικτυακό εργαλείο που τους δίνει πληροφορίες για να πάρουν έξυπνες αποφάσεις, είναι μια καλή αρχή.
- 2. Οι διαγωνισμοί δημιουργούν θόρυβο.** Οι διαγωνισμοί αποτελούν έναν ωραίο τρόπο επικοινωνίας και εμπλοκής με τους πελάτες. Αλλά δεν είναι πάντα εύκολο να τους κάνεις να μπουν στο διαδίκτυο για να παίξουν.

Bales Worldwide Ltd



Raymond Howe



+44 845 057 1819



enquiries@balesworldwide.com



www.balesworldwide.com



70



-- Κ€



e-marketing



Junction Road
Dorking
Surrey
RH4 3HL
UK



Πλαίσιο και στόχοι

Η Bales Worldwide είναι διοργανωτής ταξιδιών με πάνω από 140,000 πελάτες στο Ηνωμένο Βασίλειο. Η εταιρία ήθελε να έχει επαφή με τους τακτικούς πελάτες της συχνότερα. Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο φαινόταν το τέλειο κανάλι, με τα προσωποποιημένα μηνύματα που στόχευαν στις προτιμήσεις των διακοπών των πελατών.



Λύση

Η εύκολη εγκατάσταση λύση διακαναλικής βελτίωσης μάρκετινγκ δίνει τη δυνατότητα στη Bales να δημιουργήσει μια μοναδική προβολή κάθε ατόμου στη βάση δεδομένων των πελατών της και να δημιουργεί αυτόματα προσωποποιημένο περιεχόμενο.



Οφέλη

Το ποσοστό ανάγνωσης των emails αυξήθηκε από 8% σε 89%, το ποσοστό ανταπόκρισης στις ερωτήσεις των πελατών αυξήθηκε από 14% σε 22%. Οι πωλήσεις αυξήθηκαν κατά ένα σημαντικό 5%.



Διδάγματα

- 1. Η φιλική στο χρήστη λύση αποτελεί το κλειδί για να το υιοθετήσουν οι χρήστες.** Το προσωπικό θα αγκαλιάσει ένα νέο σύστημα αν δεν χρειάζεται σημαντική προηγούμενη γνώση, ή εκπαίδευση από ειδικό.
- 2. Προσωπικά email: μια καλή πρακτική που θα διατηρηθεί.** Η Bales ανέλυσε την πετυχημένη μετρική του στα σπάνια περιεχόμενα σε σχέση με το προσωποποιημένο περιεχόμενο καθώς και το περιεχόμενο καμπάνιας που προέκυψε από την ανάλυση. Η προσωποποίηση σίγουρα έχει θετικά αποτελέσματα.

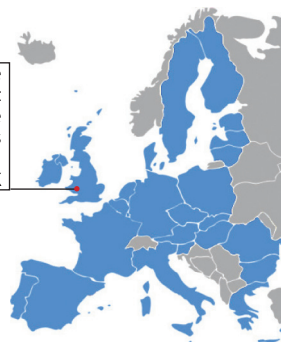
Defensive Driver Training

 Paul Beresford
 +44 1 384 442 233
 admin@ddtgroup.com
 www.ddtgroup.com
 4
 -- Κ€

 Web B2B / e-marketing



Tudor House
 2 Worcester Street
 Stourbridge
 West Midlands
 DY8 1AN
 UK



Πλαίσιο και στόχοι

Το Defensive Driver Training δουλεύει με εταιρίες, τοπικές αρχές και κυβερνητικούς φορείς για να εκπαιδεύσουν το προσωπικό τους να είναι ασφαλέστεροι οδηγοί. Το 2004 η εταιρία έπρεπε να κάνει μεγαλύτερης κλίμακας μειώσεις και να περικόψει το διαφημιστικό της προϋπολογισμό των £24,000 στο μηδέν.



Λύση

Μετά τη συνάντηση με ένα σχεδιαστή ιστοσελίδων, ο συν-διευθυντής Paul Beresford χρησιμοποίησε τη διαφημιστική υπηρεσία "Pay Per Click" του Google έτσι ώστε το Defensive Driver Training να εμφανίζεται με αποτελέσματα αναζήτησης όταν οι χρήστες έβαζαν τις κατάλληλες λέξεις-κλειδιά.



Οφέλη

Μέσα σε τρεις μήνες, το επίπεδο των ζητήσεων για την εκπαίδευση οδηγών διπλασιάστηκε και το ποσοστό μετατροπής άλλαξε. Ο τζίρος αυξήθηκε κατά £250,000 με το ίδιο προσωπικό. Οι ετήσιες πωλήσεις και τα έξοδα μάρκετινγκ είναι £12,000 σε σύγκριση με τις προηγούμενες £60,000.



Διδάγματα

- 1. Η Διαφήμιση Pay per click είναι απλή στην εγκατάσταση.** Το μόνο που έπρεπε να κάνει ο Paul ήταν να επιλέξει τις κατάλληλες λέξεις-κλειδιά για τη διαφήμισή του και να ορίσει το μέγιστο και ημερήσιο έξοδο για την καμπάνια του.
- 2. Το Ε-μάρκετινγκ περικόπτει το κόστος.** Ο Paul συνήθιζε να περνά τις ημέρες χωρίς τηλεφώνημα και οδηγούσε 90,000 km ετησίως για να κάνει παραδόσεις. Οι χρόνοι παράδοσης είναι τώρα πολύ συντομότεροι.



Πως η τεχνολογία Web 2.0 ωφέλησε μια καινοτόμο επιχείρηση οργανικού ρουχισμού



Frugi



Kurt Jewson



+44 1326 221930



info@welovefrugi.com



www.welovefrugi.com



13



1 065 Κ€



e-marketing



The High Barn
Gear Farm, St Martin
Helston
TR12 6DE
UK



Πλαίσιο και στόχοι

Η Frugi που εδρεύει στην Κορνουάλη παράγει μια σειρά οργανικών ρούχων για μητέρες, παιδιά και μωρά. Είχε μια ιστοσελίδα ηλεκτρονικού εμπορίου από την έναρξή της το 2004, αλλά οι ιδρυτές της ήθελαν να δημιουργήσουν πάνω σ' αυτήν την επιτυχία. Θέλησαν να αναπτύξουν την πίστη στη φίρμα, χρησιμοποιώντας εργαλεία Web 2.0 και κοινωνική δικτύωση για να δημιουργήσουν μια στενότερη σχέση με τους πελάτες τους.



Λύση

Η εταιρία χρησιμοποιεί το Face Book και το Twitter, μαζί με το ιστολόγιό της, για να διευκολύνει την αμφίδρομη, ανοικτή επικοινωνία με τους πελάτες. Το νέο και ανανεωμένο περιεχόμενο αύξησε την κυκλοφορία στο κεντρικό διαδικτυακό κατάστημα. Η βελτίωση της μηχανής αναζήτησης βοήθησε επίσης στη βελτίωση των κατατάξεων της μηχανής αναζήτησης.



Οφέλη

Η Frugi έχει απευθείας συνομιλίες με τους πελάτες της, οι οποίοι αισθάνονται ότι είναι κομμάτι της φίρμας. Τα σχόλια των πελατών ενσωματώνονται στο σχεδιασμό των νέων προϊόντων. Η αίσθηση συνιδιοκτησίας με τον πελάτη και η πίστη στη φίρμα αποτελούν μια δυνατή, ανταγωνιστική πρόταση.



Διδάγματα

- 1. Το Web 2.0 αφορά την επικοινωνία, όχι την τεχνολογία.** Είναι σημαντικό να ανανεώνεται και να δημοσιεύεται τακτικά το περιεχόμενο και να υπάρχουν ανοικτές, έντιμες συζητήσεις με τους πελάτες.
- 2. Σχεδιασμός που καθορίζεται από τον πελάτη.** Οι στενές πελατειακές σχέσεις καθιστούν ευκολότερη τη λήψη σχολίων και αναπτύσσουν προϊόντα περισσότερο επικεντρωμένα στην αγορά.



Εικονικοί βοηθοί: μια παγκόσμια επιτυχία



Office Lifeline



Anna Isaacs



+44 1 926 678 078



enquiries@office-lifeline.co.uk



www.office-lifeline.co.uk



3



50 Κ€



Web B2B



24 Beauchamp Avenue
Royal Leamington Spa
CV32 5TA
UK



Πλαίσιο και στόχοι

Η Anna Isaacs παρουσίασε το Office Lifeline το 2007. Η εταιρία της χρησιμοποιεί εκλεπτυσμένη τεχνολογία συνεργασίας για να παρέχει στους πελάτες της σ'ολόκληρο τον κόσμο υπηρεσίες προσωπικής βοήθειας (PA).



Λύση

Χρησιμοποιώντας εργαλεία και υπηρεσίες ηλεκτρονικής συνεργασίας, η Anna λειτουργεί όλη την επιχείρηση με ενσωματωμένες εφαρμογές στον υπολογιστή της για να παρακολουθεί τα emails, να πληκτρολογεί κείμενα και τιμολόγια και να διαχειρίζεται ημερολόγια. Το VoIP και ένα ιδιωτικό τμήμα ανταλλαγής (PBX) διαχειρίζεται εισερχόμενες και εξερχόμενες κλήσεις για πελάτες.



Οφέλη

Από την έναρξη, τα έσοδα της Άννας διπλασιάστηκαν και τώρα έχει τρεις συνεργάτες μερικής απασχόλησης που εξυπηρετούν έναν αριθμό σημαντικών επιχειρηματικών πελατών. Το Office Lifeline μπορεί να αλλάξει την πορεία της εργασίας σε μια νύχτα χρησιμοποιώντας συνεργάτες που βρίσκονται σε άλλες ζώνες χρόνου.



Διδάγματα

- 1. Η ισχυρή ηλεκτρονική διεργασία δεν είναι ακριβή ούτε δύσκολο να διατηρηθεί.** Η Άννα χρησιμοποιεί λύσεις ανοικτής προέλευσης, υπηρεσίες διαδικτύου και επιτραπέζιες εφαρμογές. Έλαβε μεγάλη επιχορήγηση και συνεργάστηκε με τρεις τοπικές εταιρίες Πληροφορικής που εγκατέστησαν και λειτούργησαν το σύστημα.
- 2. Οι τεχνολογίες Διαδικτύου κάνουν τη διεθνή επέκταση εύκολη.** Η τοποθεσία των επαφών δεν διαφέρει για την Άννα. Επικοινωνούν χρησιμοποιώντας συστήματα διαδικτύου και VoIP. Χρησιμοποιεί PayPal για να διευθετήσει τη διεθνή τιμολόγηση.

Pizzazz Retail



Bryn Evans



+44 2 476 348 702



bryn@pizzazzretail.co.uk



www.pizzazz-retail.co.uk



3



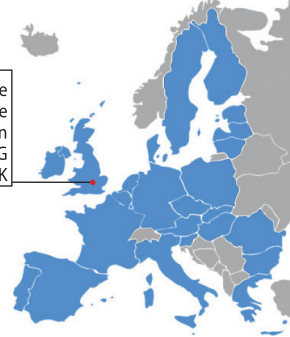
-- Κ€



CRM



Weddington House
30 Weddington Terrace
Nuneaton
CV10 0AG
UK



Πλαίσιο και στόχοι

Ο Bryn Evans ίδρυσε το ηλεκτρονικό του κατάστημα – www.pizzazz-retail.co.uk – για να πουλήσει αξεσουάρ για αναγνώστες και μουσικούς. Πουλά επίσης μέσω ενός καταστήματος Amazon.co.uk. Ο Bryn αποφάσισε να μεγαλώσει αργά-αργά το Pizzazz έτσι να σιγουρευτεί ότι η ιστοσελίδα ήταν όπως την ήθελε πριν αρχίσει να την προωθεί στην αγορά.



Λύση

Το Pizzazz χρησιμοποιεί το σύστημα ανοικτής προέλευσης ηλεκτρονικού εμπορίου Zen Cart, μια δωρεάν ιστοσελίδα και online εμπορικό πρόγραμμα που βοηθά τις εταιρίες να ιδρύσουν ένα αποτελεσματικού κόστους κατάστημα. Το Pizzazz επίσης υιοθέτησε μια λύση CRM για να εντοπίζει τις αγορές πελατών και να πουλήσει νέα προϊόντα και υπηρεσίες στους τρέχοντες πελάτες.



Οφέλη

Το κατάστημα Amazon παρέχει ομαδικές πωλήσεις, αλλά οδηγεί τους πελάτες στο ανεξάρτητο online κατάστημα Pizzazz. Το CRM βελτιώνει τις λίστες μάρκετινγκ, στοχεύοντας σ'αυτούς που είναι πιθανότερο να αγοράσουν. Προσωπικό προσλήφθηκε και η εταιρία επεκτείνεται μέσω του Γερμανικού ιστότοπου του Amazon.



Διδάγματα

- 1. Το ανοικτής προέλευσης ηλεκτρονικό εμπόριο είναι φθινό, αλλά και αποτελεσματικό.** Η χρήση του Zen Cart έχει φέρει σε επαφή το Pizzazz με ανθρώπους που μπορούν να εκπαιδευτούν στη χρήση του, χωρίς να χρειάζεται να ξοδέψουν χιλιάδες στερλίνες.
- 2. Χρησιμοποιήστε μια online αγορά.** Το κατάστημα Amazon διασφάλισε δυνατές πωλήσεις, αλλά επίσης έχει μια θετική επιρροή στο online κατάστημα της Pizzazz.

Plastex Ltd



Roger Hussell



+44 1 527 522 354



sales@plastextld.co.uk



www.plastextld.co.uk



70



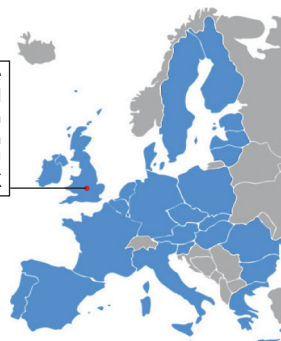
11 500 Κ€



CRM / Mobile



Sunrise House
Piper's Road
Park Farm South
Redditch
B98 0HU
UK



Πλαίσιο και στόχοι

Η Plastex Ltd κατασκευάζει πλαστικές αντικαταστάσεις για παράθυρα και πόρτες. Μια κατασκευαστική έρευνα τόνισε την πιθανή εξοικονόμηση κόστους βελτιώνοντας την παραγωγή και χρησιμοποιώντας ICT που θα οδηγήσει στην αποτελεσματικότητα της διεργασίας.



Λύση

Με προϋπολογισμό £40,000, η Plastex χρησιμοποίησε PDA (Προσωπικό Ψηφιακό Βοηθό) για τους τοπογράφους της. Μια εφαρμογή τους καθοδηγεί σε κάθε βήμα της χωρομέτρησης του τόπου, ελέγχοντας τη συνέπεια και επιτρέποντάς τους να δημιουργήσουν φωνητικές σημειώσεις ή να βγάλουν φωτογραφίες. Η Plastex επίσης εισήγαγε ένα σύστημα CRM το οποίο θα ενσωματωθεί με το κινητό σύστημα χωρομέτρησης.



Οφέλη

Μια αναδιοργάνωση του δαπέδου του καταστήματος, οι περικοπές αποβλήτων παραγωγής, και το PDA εργαλείο χωρομέτρησης αποφέρουν περίπου £50,000 εξοικονόμηση του ετήσιου κόστους. Τα λάθη στις χωρομετρήσεις μειώθηκαν, η παραγωγή και η εγκατάσταση είναι πιο αποτελεσματική, και η ικανοποίηση των πελατών βελτιώθηκε. Το προσωπικό είναι περισσότερο διαθέσιμο στην υποστήριξη πελατών.



Διδάγματα

- 1. Τεχνικές Χαρτογράφησης υιοθετούν το ICT.** Οι ICT λύσεις πρέπει να ταιριάζουν στην επιχείρηση και να συμπληρώνουν άλλες πρωτοβουλίες βελτίωσης.
- 2. Μια καλή σχέση μεταξύ προμηθευτή-πελάτη μπορεί να έχει εκπληκτικά αποτελέσματα.** Οι προμηθευτές ICT πρέπει να ενεργούν ως σύμβουλοι και να βοηθούν τις εταιρίες να αναπτύξουν επιχειρηματικές διεργασίες 'βέλτιστης πρακτικής' όπως οι ICT τους.

Severn Partnership



Nick Blenkarn



+44 8 448 808 247



webenquiry@severn-partnership.co.uk



www.severnpartnership.co.uk



70



1 430 Κ€



CRM



The Maltings
59 Lythwood Road,
Bayston Hill
SY3 0NA – Shrewsbury
UK



Πλαίσιο και στόχοι

Η Severn Partnership εκτελεί χωρομετρία διαφόρων τομέων της αγοράς. Για να διαφοροποιήσει την ποιότητα των υπηρεσιών της, η επιχείρηση έπρεπε να χρησιμοποιήσει πιο αποτελεσματικά τις πληροφορίες στις επιχειρηματικές διεργασίες. Ήθελε επίσης να μειώσει το μη χρεώσιμο χρόνο του προσωπικού.



Λύση

Το CRM διαχειρίζεται τις σχέσεις πελατών πιο αποτελεσματικά και μειώνει τις χειροκίνητες διεργασίες μέσα στην επιχείρηση. Τα online εργαλεία συνεργασίας (π.χ. το Google Docs) βοηθά το προσωπικό να μοιραστεί πληροφορίες και να εργαστεί από μακριά. Η εταιρία επίσης αναδόμησε την ιστοσελίδα της για να βελτιώσει την επίδοση της μηχανής αναζήτησης και να προσεγγίσει νέες αγορές.



Οφέλη

Το σύστημα CRM παρέχει μια αποτελεσματική, διαχειριστική και δομημένη διεργασία, καθώς και βελτιωμένα επίπεδα υπηρεσίας. Το ηλεκτρονικό κόστος μείωσε το χρόνο που απαιτείται για τη δημιουργία προσφορών, ενώ ταυτόχρονα αυξάνεται η ακρίβεια. Η νέα ιστοσελίδα βοηθά την εταιρία να εισέρθει στις νέες αγορές.



Διδάγματα

- 1. Εξετάζει την επιχείρηση.** Όλα τα βήματα στη λειτουργία της επιχείρησης εξετάστηκαν και οι ροές εργασίας εξετάστηκαν πριν την εφαρμογή.
- 2. Ενεργή και συνετή χρήση του CRM.** Το προσωπικό χρησιμοποιεί το λογισμικό CRM όταν μιλά με τους πελάτες ώστε να γνωρίζουν ακριβώς ποιοι είναι και ποια εργασία έκανε η εταιρία γι'αυτούς. Τα δεδομένα κρατούνται ενήμερα, επιτρέποντας στους χρήστες την εύκολη πρόσβαση σε ακριβείς πληροφορίες.

StuWeb

Stuart Steele
 +44 7 808 254 916
 stuart@stuweb.co.uk
 www.stuweb.co.uk
 3
 -- Κ€



5 Harcourt Drive
Dudley, DY3 2PW
UK



Πλαίσιο και στόχοι

Ο αθλητής Stuart Steele ίδρυσε τη StuWeb το 1999 για να παρέχει στους διοργανωτές των αθλητικών γεγονότων τη δυνατότητα να χρονομετρούν με ακρίβεια τους ανεξάρτητους δρομείς και να παρέχουν μια υπηρεσία 'ημερησίων αποτελεσμάτων'. Η εταιρία μεγάλωσε γρήγορα, αλλά το 2006 έχασε ένα συμβόλαιο επειδή δεν μπόρεσε να προμηθεύσει ένα σύστημα χρονομέτρησης βασισμένο στο RFID.



Λύση

Η StuWeb εφάρμοσε μια λύση RFID μέσα σε λίγους μήνες, και επίσης κέρδισε χρηματοδότηση για το έργο. Τώρα οι συμμετέχοντες λαμβάνουν μια ετικέτα αστραγάλου κατά την εγγραφή, οι χρόνοι καταγράφονται με ηλεκτρονικά πατάκια γύρω από τον αγωνιστικό τάπητα.



Οφέλη

Η ανάκαμψη στην επιχείρηση ήταν γρήγορη. Απ'όλη την Ευρώπη επικοινωνούσαν με τη StuWeb. Ο Stuart έκανε κι άλλες επενδύσεις στον εξοπλισμό και σε μόνιμο προσωπικό. Η υψηλή κυκλοφορία στην ιστοσελίδα της εταιρίας καθιστά πιθανά τα έσοδα από τη διαφήμιση.



Διδάγματα

- 1. Λύσεις RFID μπορούν να εφαρμοστούν γρήγορα.** Χρειάστηκε μόνο λίγα λεπτά στο StuWeb να εφαρμοστεί τη λύση του RFID του.
- 2. Το RFID μπορεί να χρειάζεται ένα σημαντικό επενδυτικό κεφάλαιο.** Η χρηματοδότηση του κόστους της νέας τεχνολογίας ήταν δύσκολη, αλλά η υλοποίηση υποστηρίχτηκε από μια επιχορήγηση. Τα μακροπρόθεσμα οφέλη έχουν κατά πολύ ξεπεράσει τις προσδοκίες.

e-Business Cases - Learning From Peers

Koordinatoren - Coordinators - Координатори - Koordinatorer - Coordinadore
Koordinaatorid - Koordinaattoreita - Coordinateurs - Comhordaitheoiri - Συντονιστές
Koordinátorokkal - Coordinatori - Koordinatori - Koordinatoriai - Koordinaturi
Coördinatoren - Koordynatorzy - Coordenadores - Coordonatorii - Koordinátori
K o o r d i n a t o r j i - S a m o r d n a r n a - K o o r d i n á t o ř i



Tim BARTRAM, *Prozeus*



Caterina BERBENI-REHM, *Promis*



Bruno Boutteau, *Independent Internet Professional*



Michel DECLUNDER, *Périscope*



Alain DUCASS, *Adetef*



Markus ERMERT, *German Network for e-Business*



Andreas FISHER, *G+F Verlags und Beratungs GmbH*



Hugo GILLEBAARD, *Dialogic Innovation & Interaction*



Damien JACOB, *Agence Wallonne des Télécoms*



Martin KING-TURNER, *National B2B centre, University of Warwick*

e-Business Cases - Learning From Peers

Koordinatoren - Coordinators - Координатори - Koordinatorer - Coordinadore
Koordinaatorid - Koordinaattoreita - Coordinateurs - Comhordaitheoiri - Συντονιστές
Koordinátorokkal - Coordinatori - Koordinatori - Koordinatoriai - Koordinaturi
Coördinatoren - Koordynatorzy - Coordenadores - Coordonatorii - Koordinátori
K o o r d i n a t o r j i - S a m o r d n a r n a - K o o r d i n á t o r i



Tímea KODO, *Expert*



Vicky KOSTOPOULOU, *Greek Observatory of IS*



Gerhard LAGA, *Wien E-center*



Catherine LEDIG, *Alsace ADEC*



Corinne LOESEL, *Centre Henri Tudor*



Tony MEURKE, *Tillväxtverket Stockholm*



Aneta HERRENSCHMIDT - MOELLER, *Business Consulting*



Eurico NEVES, *Innova+*



Piero POZZI, *FTI*



Claudio RIVERA, *Baltic AWA*

e-Business Cases - Learning From Peers

Koordinatorien - Coordinators - Координатори - Koordinatorer - Coordinadore
Koordinaatorid - Koordinaattoreita - Coordinateurs - Comhordaitheoiri - Συντονιστές
Koordinátorokkal - Coordinatori - Koordinatori - Koordinatoriai - Koordinaturi
Coördinatoren - Koordynatorzy - Coordenadores - Coordonatorii - Koordinátori
K o o r d i n a t o r j i - S a m o r d n a r n a - K o o r d i n á t o r i



Hans SCHAFFERS, *Dialogic Innovation & Interaction*



Hannes SELHOFER, *Empirica*



Luigi SERGIO, *IBM*



Dusan SOLTES, *Comenius University*



Miguel SOUZA, *Innova+*



Yolanda URSA, *Inmark Estudios Y Estrategias*



Emmanuel VANDAMME, *Consultant*



Illias Vlachos, *Agricultural University of Athens*



Dana ELEFTHERIADOU, *eBSN Project Officer*

ΑΛΛΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ

Ένας κώδικας μήτρας δεδομένων είναι ένας διδιάστατος ραβδοκώδικας (barcode) ου αποτελείται από μαύρα και άσπρα κελιά που κωδικοποιούν το κείμενο και τα δεδομένα. Οι μήτρες δεδομένων είναι πια συνηθισμένες στα έντυπα μέσα, όπως ετικέτες και επιστολές, καθώς παρέχουν γρήγορη πρόσβαση στο λογισμικό πολυμέσων. Ο κώδικας μπορεί να διαβαστεί γρήγορα με ένα κινητό τηλέφωνο που διαθέτει μια κάμερα και το κατάλληλο λογισμικό το οποίο μπορεί να ληφθεί δωρεάν από ιστοσελίδες όπως η get.beetagg.com

ΑΠΛΑ ΠΑΤΗΣΤΕ ΣΤΗΝ ΕΙΚΟΝΑ
ΓΙΑ ΑΜΕΣΗ ΠΡΟΣΒΑΣΗ
Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ONLINE ΑΠΟΘΗΚΗΣ!



Αν χρειάζεστε περισσότερα αντίγραφα του παρόντος εγχειριδίου και/ή παρόμοια σε άλλες Ευρωπαϊκές γλώσσες, απλώς στείλτε μας αυτό το κουπόνι στην παρακάτω διεύθυνση (Adetef)

Ή στείλτε e-mail στο: book@epme.eu

Δελτίο Παραγγελίας για παραλαβή βιβλίων

Adetef,
Digital Economic Affairs Department
5 place des vins de France
75012 Paris
France

Θα ήθελα να λάβω αντίγραφο(α) του βιβλίου περιπτώσεων e-Business στην
..... γλώσσα:

Όνοματεπώνυμο

Όνομα Οργανισμού:

Ταχυδρομική διεύθυνση:

Ταχ. Κωδ. Πόλη Χώρα.....

Ηλεκτρον. διεύθυνση: Τηλέφωνο

Εικόνα Εξωφύλλου : www.voleraveclesoiseaux.com



Οι αποδημητικές χήνες ή κύκνοι πάντα ακολουθούν τους πιο έμπειρους αρχηγούς τους στο ετήσιο αποδημητικό τους ταξίδι. Αυτό τους δίνει τη δυνατότητα όχι μόνο να φτάσουν στον προορισμό τους αλλά και να εξοικονομήσουν περίπου 20% της ενέργειάς τους.

Κατά το παράδειγμα της φύσης, το "Learning from Peers" βοηθά στη βελτίωση των επιχειρηματικών πρακτικών των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων Πληροφορικής, στην εξοικονόμηση πόρων και στην αποφυγή λαθών.



http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/ict/ebsn/index_en.htm

adetef.



www.epme.eu



Publications Office

ISBN 978-92-79-12619-2



9 789279 126192

Ελληνικά