

# Typy elektronických obchodů

Autor: Qark

Datum: 31. 03. 2005 22:59

URL: <http://www.qark.net/clanek/typy-elektronickych-obchodu>

Předchozí díly [1]



Stránky s elektronickým obchodem je nezbytné umístit na výkonný, rychlý a dostupný server. Jakákoliv nedostupnost odráží potencionální zákazníky, kteří do obchodu zamíří.

Mnoho obchodníků si neuvědomuje nutnost rychlé reakce a nechává tak zákazníka bez informací o potvrzení objednávky. Tohle považuji za největší neduh internetových obchodů. Bohužel dnešní obchodníci nechápou, že je nutné zákazníka po obdržení objednávky informovat o jejím přijetí a dostupnosti zboží.

Dnes se nebudeme zabývat uspořádáním jednotlivých položek, ale zaměříme se na typy obchodů podle způsobu aktualizace a editace.

## Manuální editace

Jde o nejčastější formu editace, kde programátor vytvoří administrační program zabezpečený heslem, v kterém nabídne uživateli možnost vkládání a úpravy jednotlivých položek. Tvorba takovéto administrace není jednoduchá, protože se kladou vysoké nároky na bezpečnost a „blbuvzdornost“. Obchodník totiž většinou na počítači umí jen práci s Wordem a Excelem a je kupříkladu schopen do položky „Obrázek“ nahrát cokoliv co mu přijde pod ruku, a pak se diví, proč mu to nejde.

Platí pravidlo, že tvorba administrace je minimálně 2× tak náročnější, než tvorba samotného elektronického obchodu.

Klady:

- \*\* Snadná obsluha,
- \*\* úprava kdekoli kde je Internet,
- \*\* jednoduché update administračního programu.

Zápory:

- \*\* Časová náročnost,
- \*\* cena za připojení k Internetu,
- \*\* vyžaduje více zkušeností programátora,
- \*\* obtížná práce s více položkami,
- \*\* zdlouhavá celková aktualizace.

## Editace přes program

Některé systémy umožňují aktualizovat zboží přes program v PC, ve kterém si obchodník nejprve upraví položky offline, a potom si po připojení zaktualizuje zboží na Internetu.

Vzhledem k tomu, že správný chod e-shopu vyžaduje neustálé připojení k Internetu, aby obchodník mohl okamžitě reagovat na došlé objednávky, přistupuje se častěji k editaci manuálně.

Při větším množství položek se navrhuje aktualizace například pomocí ceníku ve formátu CSV, exportovaném z Excelu.

Klady:

- \*\* Pohodlná úprava,
- \*\* automatizovaná aktualizace,
- \*\* nižší cena za připojení,
- \*\* vhodné pro prodejny ze stovkami a více položek,
- \*\* možnost propojení s podnikovým účetnictvím.

Zápory:

- \*\* Aktualizace není okamžitá,
- \*\* aktualizace položek je možná jen s programem,
- \*\* úpravy nelze provádět kdekoliv.

## Předgenerované stránky

Tento typ elektronického obchodu se dnes už skoro nepoužívá. Jde o obchody bez databáze, které se pomocí nějakého programu offline vygenerují do statických stránek, a potom se nahrají na server. Provoz prodejny je levný, protože nevyžaduje žádný skriptovací jazyk na straně serveru, ale je nevhodný pro vícepoložkové obchody.

Většinou jde o obchody, které si vytvářejí sami obchodníci. Statické stránky nesou informace o zboží a ceně, objednávky jsou zasílány na e-mail.

Klady:

- \*\* Rychlost prodejny,
- \*\* není potřeba připlácet za hosting s podporou databáze, nebo scriptovacího jazyka,
- \*\* prodejnu zvládne vytvořit i zkušenější obchodník.

Zápory:

- \*\* Při každé změně je nutné znovu vygenerovat všechny stránky,
- \*\* nemožnost vyhledávání,
- \*\* vhodné pouze pro prodejny s několika málo položek,
- \*\* nelze vkládat do košíku více položek.