

## eCommerce; geen hoorspel op televisie

Steeds als een nieuwe technologie start gebruiken we het om er het oude mee te doen. Op de televisie werd in het begin het hoorspel getoond. En nog steeds slagen vele kranten er op Internet in eens in de 24 uur uit te komen. Nieuws dat 's middags gebeurt staat pas de volgende ochtend in die krant op Internet. De echte doorbraken komen pas als de nieuwe technologie wordt gebruikt om iets te doen wat daarzonder absoluut niet mogelijk was.

Ook ten aanzien van eCommerce zie ik vergelijkbare processen. Het overgrote deel der eCommerce-sites zijn niet veel meer dan een catalogus op internet (voor de postorderbedrijven) of een soort kopie van de winkel (bij retail). En ook hierbij geldt dat de echte doorbraken pas komen als men met behulp van het nieuwe datgene doet wat men zonder die nieuwe techniek niet echt kon.

Slecht een aantal sites voldoen m.i. aan deze voorwaarde. Zij gaan uit van Internet zelf en de mogelijkheden die dat biedt. En terwijl we weten dat de verdere technologische ontwikkelingen nog zeer groot zullen zijn kunnen we op die sites al de contouren van de toekomst zien.

Een drietal vind ik om die reden interessant om te melden:

[www.amazon.com](http://www.amazon.com) Dit bedrijf geeft als je goed kan en wil kijken een echte doorzicht naar de verre toekomst. Niet omdat er 3 miljoen boeken met 20 tot 40% korting te koop zijn. Maar wel hoe men een IT-systeem gebouwd heeft waarbij men de klant optimaal "bedient". In feite op een wijze die alleen mogelijk was in de kleine buurtwinkel van veertig jaar geleden. Met een relatief klein aanbod en een beperkte klantenkring en de eigenaar die dag en nacht in de winkel aanwezig was en ieder boek en iedere klant kende. De wijze waarop je als klant aanbevelingen krijgt die geeent zijn op jouw koopgedrag in relatie tot die van 6 miljoen anderen!. Het feit dat je met een muisklik kan kopen en afrekenen en weet dat het boek 3 a 4 dagen later bij je thuis is. En de informatie die er per boek gegeven wordt op basis van de officiële literatuurkritiek en die van andere klanten die het boek al eerder gekocht hebben. En dan praat ik nog niet over het feit dat Amazon.com heel veel "bijkantoren" heeft. Want als je via jouw site Engelstalige boeken wil verkopen die bij het onderwerp van je site horen dan kan je je eenvoudig aanmelden en ontvang je vervolgens een provisie op ieder boek dat er via jouw site verkocht wordt. De slag om de online boekenmarkt van de toekomst is in de USA al min of meer beslecht voordat velen door hadden dat er een oorlog aan de gang was.

[www.ebay.com](http://www.ebay.com) Een plek waar men allerlei artikelen (zoals postzegels, munten, antiek, etc.) via een soort veilingstelsel te koop aanbiedt. Inmiddels staan er tegelijkertijd meer dan 1.5 miljoen kavels te koop en geeft men aan bijna 200 miljoen biedingen ontvangen te hebben. Het bijzondere aan deze site is o.a. dat je op basis van je ervaring met een verkoper een waardering (met omschrijving) kunt geven over je aankoop en de service. Deze informatie wordt dan gekoppeld aan ieder product dat door die persoon in de toekomst wordt verkocht. Daardoor ontstaat er een soort "sociale controle" of kwaliteitskenmerk dat kopers een zekerheid geeft. Ook deze site verkent de grenzen en mogelijkheden van de toekomst.

[www.shopper.com](http://www.shopper.com) De producten die het meest verkocht worden via Internet, zowel in de USA als in Nederland (bijna 40% volgens de Nationale Internet Monitor 4<sup>e</sup> kwartaal 1998 van Pro Active) zijn hardware en software. In de USA zijn er een groot aantal aanbieders die deze producten via Internet ter beschikking stellen. Deze site geeft voor circa 100.000 afzonderlijke producten een prijsvergelijking over alle aanbieders op internet. Bij de meeste producten zijn er dan 10 tot 25 verschillende aanbieders met prijzen die uiteenlopen met wel 30%. Tevens staat aangegeven of de producten op voorraad zijn en of men Internationaal verkoopt. Ook deze site laat zien dat de toegevoegde waarden in de toekomst aanmerkelijk

zullen gaan veranderen. Prijs- en kwaliteitsvergelijking wordt steeds eenvoudiger. De markt via Internet steeds doorzichtiger en de internationale concurrentie steeds groter.

Ten slotte komen er ook steeds nieuwe bronnen bij om de ontwikkelingen op Internet te volgen. Zo is [www.ecommercetimes.com](http://www.ecommercetimes.com) interessant, alsmede de weekeditie van Planet Internet over eCommerce. Ook is [www.webwatch.nl](http://www.webwatch.nl) een interessante bron voor Nederlandse managers.