

מסחר אלקטרוני – נושא 9: מכירות פומביות

מרצה: שי שקרוב



מכירות פומביות באינטרנט



מכירות פומביות – נושאי השיעור

- הגדרות
- תועלות ועלויות במכירות פומביות
- סוגים של מכירות פומביות
- מתי וכיצד כדאי לעסקים להשתמש בפומביות
- התנהגות צרכנים ומוכרים במכירות פומביות
- ניצול והונאה באמצעות מכירות פומביות



מכירות פומביות ארה"ב 2006

- אתרי פומביות הם בין אתרי המסחר האלקטרוני C2C הפופולאריים ביותר.
- 17% ממשתמשי האינטרנט (כ-25 מיליון) מכרו משהו דרך האינטרנט.
- כ-25% מהעסקים B2B בשנת 2005 התבצעו בפומביות.
- 38% מהקניינים דיווחו שהשתמשו בפומביות לרכש.
- השימוש במחירים קבועים גובר גם באתרים שהציעו במקור רק מכירות פומביות.
- פורטלים ואתרים קמעונאיים מוסיפים מכירות פומביות לאתרים שלהם.

- סיפור הצלחה בתחום המסחר האלקטרוני
- eBay המובילה בשוק, ולצידה מאות אתרים

- 62 מיליון כניסות בחודש (פי 2 מאמזון)

- כ-90% מהפומביות C2C מבוצעות ב-eBay.

- 180 מיליון משתמשים בעולם.

- 12 מיליון מוצרים רשומים ביום, בכ- 18,000 קטגוריות

- eBay ממשיכה לצמוח, אבל בקצב נמוך יותר. הגידול

- השנתי ירד מ-50% ל-25%.

- יותר מ- 500,000 עסקים ואנשים בארה"ב מתפרנסים מ-

eBay

(2) – מודל הכנסות

- עיקר ההכנסות מעמלות. לדוגמא:
 - עמלת רישום: 0.3 על מוצר שערכו מתחת \$10;
 - \$3.3 על מוצר שערכו מעל \$200
 - עמלת מכירה: 8% מהמכירה
 - עמלה על שימוש בשירותים נלווים (משלוח, PayPal, שימוש בתמונות, כפתור Buy it now).
 - PayPal: מקבל הכסף משלם \$0.3 קבוע + 2.5% מהמכירה
 - חב' בת Half.com מהווה פלטפורמה למכירה במחיר קבוע. עמלה 15% מהמכירה.
 - הכנסות מפרסום



(3)

שנה	2003	2004	2005
הכנסות (מיליארד \$)	2.16	3.27	4.55
רווח נקי (מיליון \$)	442	778	1,082
רווח נקי %	20%	24%	23.7%

- הצלחה יציבה מעל 5 שנים. העתיד נראה מבטיח
- אסטרטגיה עסקית: גידול באמצעות פניה לקהלי יעד נוספים בארה"ב ובעולם
- האתגרים העיקריים: הונאה





The World's Online Marketplace™

<u>Type</u>	<u>Public</u> (<u>NASDAQ: EBAY</u>)
Founded	<u>San Jose, California USA</u> (<u>1995</u>)
Location	<u>San Jose, California USA</u>
Key people	<u>Meg Whitman</u> , <u>CEO</u> & <u>President</u> <u>Pierre Omidyar</u> , founder
<u>Industry</u>	<u>Auctions</u>
<u>Products</u>	<u>Online auction hosting</u> , <u>Electronic commerce</u> , <u>Shopping mall</u> <u>PayPal</u> , <u>Skype</u>
<u>Revenue</u>	<u>\$4.55 billion USD</u> (<u>2005</u>)
<u>Employees</u>	11,600 (Q1 2006)

Source: Wikipedia

E-bay ישראלי?

Microsoft Internet Explorer - מוכרים הכל קונים הכל - מכירות פומביות גילות מוצרים חדשים ויד שנייה צילום מחשבים כלי - Buy וואלה

File Edit View Favorites Tools Help

Back Forward Stop Refresh Home Search Favorites Media

Address http://www.wallabuy.co.il Go

וואלה! ראשי | וואלה! Pay | כרטיס משתמש | עזרה | תקנון | איך מוכרים | הוסף למועדפים

יותר קל לעשות עסקים

חדש

וואלה! Buy

וואלה! Buy

שלום אורח, הזדהה

למה למכור בוואלה! Buy?

להוספת מכירה חדשה - לחצו

כאן

קנה

רכוש את המוצר במכירה ישירה או השתתף במכירה פומבית, שלם והמתן לשליח או אסוף את המוצר עצמאית.

[הסבר על מכירה פומבית](#)
[איך נרשמים](#)
[איך משלמים](#)

בדוק

בחן את המוצר, את אפשרויות התשלום והמשלוח. בדוק מיהו המוכר, קרא משובים שקיבל.

[מוניטין המוכר](#)
[טיפים לקנייה חכמה](#)
[שאל את המוכר שאלה](#)

חפש

חפש את המוצר או השירות המבוקש ע"י מנוע החיפוש או דרך הקטגוריות.

מה אתה מחפש?

חפש

[טיפים לחיפוש](#)

[איך לחפש?](#)
[מוצח](#)

לרגל הפתיחה העלאת מכירות **חינם!** רוצים להתחיל למכור? **לחצו כאן!**

מחשבים וציוד נלווה	צילום	טלוויזיות פלזמות ו-LCD	מוצרי חשמל לבית	תיירות ונופש
נגני MP3 ומולטימדיה	סטריאו וקולנוע ביתי	ריהוט ועיצוב הבית	מוזיקה כלי נגינה וסרטים	שעונים תכשיטים משקפים

אתרי מכירות פומביות ב zap.co.il

Microsoft Internet Explorer - זאפ השוואת מחירים

File Edit View Favorites Tools Help

Address http://www.zap.co.il/allstore.asp?cat=g&storecat=%D7%9E%D7%9B%D7%A8%D7%96%D7%99%D7%9D

חשמל ואלקטרוניקה | מחשבים | לבית לגן ולמשרד | פנאי ותיירות | מתנות ושונות | ילדים | בריאות ויופי | רכב

שלום אורח | התחבר | מרכזים | מדרוך החנויות | מרכזים

מדרוך החנויות < מרכזים

חפש במדרוך החנויות: חפש

חנות	דירוג החנות ?	תיאור	פרטים נוספים
yes	✓✓✓✓✓ קרא 14 חוות דעת	זירת סחר אלקטרוני- מכירות רגילות, פומביות וקבוצתיות	פרטים נוספים
דעו Shops	✓✓✓✓✓ קרא 13 חוות דעת	אתר המכירות הפומביות של חברת נטוויזין	פרטים נוספים
StockCenter	✓✓✓✓✓ קרא 1 חוות דעת	חנות מרכזים למגוון מוצרים	פרטים נוספים
וואלה שופס	✓✓✓✓✓ קרא 15 חוות דעת	וואלה שופס - קבין חמיות מקוון	פרטים נוספים
תן מחיר	✓✓✓✓✓ קרא 5 חוות דעת	קבע את המחיר בעצמך	פרטים נוספים
סמו	✓✓✓✓✓ קרא 11 חוות דעת	אתר פומביות למוצרי חשמל ואלקטרוניקה	פרטים נוספים
Foos	✓✓✓✓✓ כתוב חוות דעת	חנות מקוונת	פרטים נוספים
Parsi	✓✓✓✓✓ קרא 1 חוות דעת	מכירות פומביות וקבוצתיות	פרטים נוספים
BID4ME	כתוב חוות דעת	חנות מכירות פומביות ברשת	פרטים נוספים

Internet

מכירות פומביות: הגדרות



הגדרות (1)

■ תמחור קבוע (Fixed pricing): מחיר קבוע ואחיד לכל אחד בכל מקום.

■ הופיע לראשונה במאה ה-19, עם התפתחותם של שווקים גדולים, חנויות קמעונאיות ורשתות קמעונאיות.

■ תמחור דינמי (Dynamic Pricing): המחיר של המוצר משתנה בהתאם למאפייני הביקוש של הלקוח וסיטואציית ההיצע של המוכר.

■ סוגים: מיקוח; סחר חליפין; מו"מ בין מוכר וקונה ועד לבורסות בהן אלפי קונים ומוכרים גורמים למחירים דינמיים; מכירות פומביות.

הגדרות (2)

■ מה יהיה מחיר המוצר בעת העסקה (תמחור דינמי)?

■ תלוי בקונה: מידת הצורך שלו במוצר וההערכה שלו לגבי הרצון של המוכר למכור את המוצר

■ ותלוי במוכר: מידת הרצון שלו למכור וההערכה שלו לגבי המחיר שהצרכן מוכן לשלם.

■ מכירות פומביות (Auctions): שווקים שבהם

המחירים משתנים ומבוססים על תחרות בין משתתפים הקונים או מוכרים מוצרים ושירותים.

■ פומביות הן סוג של תמחור דינמי.

הגדרות (3)

■ סוגים נוספים של תמחור דינמי באינטרנט:

■ חבילת מוצרים (Bundling): הוספת מוצרי מידע חינם לחבילת מוצרים, על מנת להגדיל מכירות.

■ תמחור טריגר (Trigger pricing): מחירים המשתנים בהתאם למיקומו הפיזי של הלקוח (שימוש ב-m-commerce).

■ תמחור שימוש (Utilization pricing): מחירים המשתנים לפי מידת השימוש במוצר.

■ חברות ביטוח המשנות את מחיר הפרמיה בהתאם לקילומטרז' של הנהג



הגדרות (4)

- תמחור פרסונליזציה (Personalization pricing): מחירים המשתנים בהתאם להערכת המוכר את התועלת של הקונה מהמוצר.
- פירמות גובות מאוהדים של מוסיקאים יותר עבור אלבומים המשוחררים באינטרנט לפני שהם משתחררים לחנויות; ספרים בכריכה קשה מול ספרים בכריכה רכה.



הגדרות (5)

■ סוגים חדשים של תמחור דינמי באינטרנט:

■ מבוסס זמן (Time-based): מחירים המשתנים בהתאם למיקומו של המוצר במחזור חייו.

■ נקודת השיא (Peak-load): מחירים המשתנים בהתאם לשעות היממה.

■ חיסול (Clearance): נעשה שימוש כאשר המוצר מאבד מערכו עם הזמן.

■ מודלים עסקיים העושים שימוש במכירות פומביות:
C2C, B2C, B2B, M-commerce

הכנסות ממכירות פומביות C2C ותמחור דינמי B2C (2)

- הפומביות הנפוצות ביותר הן C2C, בהן הגוף שמאחורי התשתית הוא מתווך היוצר שוק.
- הכנסות ממכירות פומביות בארה"ב 2005:
 - C2C: 15 מיליארד \$
 - B2C: 11 מיליארד \$
- הכנסות ממכירות פומביות בארה"ב 2009:
 - C2C: 25 מיליארד \$
 - B2C: 19 מיליארד \$



מכירות פומביות – למה זה מתאים?

- חיסול מלאי ועודפים
- מוצרים מיוחדים ו/או עם ביקוש מאוד נמוך
- חב' תעופה: מכירות פומביות של נופש בתמורה למיילים שנצברו בכרטיס "הנוסע המתמיד"
- קידום מכירות: Dr. Pepper מכרה 31 ארגזים ראשונים של מוצר חדש (dnL) עם מתנה ייחודית (מחולצה טריקו ועד טיסה לגרמניה). גייסו \$10,000 שנתרמו לצדקה.
- הקצאת משאבים: בתוך האירגון



מכירות פומביות באינטרנט: תועלות ועלויות



תועלות (1)

- האינטרנט מאפשר מכירה להמונים מצד אחד, תמחור דינמי מצד שני, וכל זה בעלויות נמוכות.
- פומביות היו גם לפני האינטרנט, אך בעלות גבוהה ו/או לקהל מצומצם.
- נזילות (Liquidity): למוכרים קל למצוא קונים, ולקונים קל למצוא מוכרים.
- לא צריך שכולם יהיו בחדר אחד (גישור על פער גיאוגרפי); ניתן לקיים מכירות פומביות רבות בזמנית-לא צריך למכור פריט אחרי פריט (גישור על פערי זמן); קל יותר למצוא קונים / מוכרים לפריטים נדירים או בעלי הצע / ביקוש נמוך בגלל הגלובליזציה (נגישות).

תועלות (2)

- גילוי מחיר (Price discovery): קונים ומוכרים מגלים במהירות וביעילות מחירים למוצרים שקשה להעריך את ערכם, על בסיס הביקוש וההצע (למשל פריט אספנות).
- שקיפות (transparency): כל אחד יכול לראות את הכמויות המוצעות והמבוקשות ואת המחירים.
 - לפיכך לא ניתן להפלות מחירים [האמנם?]
- שווקים יעילים (Market efficiency): פומביות עשויות להוריד מחירים ולהעלות את רווחת הצרכנים. [תמיד?]



תועלות (3)

- הפחתת עלויות עסקה (transaction costs)
- התקבצות צרכנים (Consumer aggregation): מוכרים נהנים מקיומם של אתרים המרכזים כמות גדולה של לקוחות המעוניינים לקנות.
- אפקט הרשת: ככל שאתר המכירות גדול יותר במונחי מספר מוצרים ומספר גולשים, כל עולה ערכו כשוק עבור כולם.



תועלות (4)

- במכירות C2C אין מיסוי.
- בידור
- נוחות
- ניתן להשתתף במספר פומביות בו זמנית.
- סוכנים חכמים מאפשרים להשתתף במכרזים מבלי להשקיע זמן.



עלויות וסיכונים במכירות פומביות (1)

- זמן אספקה ארוך (Delayed consumption) costs): המכירה עשויה לקחת ימים, וכן המשלוח.
- עלויות ניטור (Monitoring costs): נדרש זמן כדאי לעקוב אחרי ההתפתחויות במכירה.
- פתרונות אפשריים:
 - מחיר קבוע
 - רשימות משמר (watch lists): צפיה בדקות האחרונות של מכירות פומביות נבחרות.
 - מחיר מקסימום (proxy bidding): האתר מאפשר ללקוח לקבוע מחיר מקסימום ומרווח, והתכנה מציע עבורו אוטומטית עד למחיר המקסימום.

עלויות וסיכונים במכירות פומביות (2)

- עלויות ציוד: מחשב, חיבור לאינטרנט.
- עלויות מימוש: אריזה, משלוח, ביטוח. בשווקים פיזיים בד"כ כלול במחיר.
- פתרון: יש להשוות עלות כוללת.
- סיכוני אמון:
 - מכירות פומביות הן אחד המקורות העיקריים להונאה ברשת.
 - פתרונות אפשריים: קונים מדרגים מוכרים; קנייה ממקור מוכר ואמין.
 - המוכר מציע הצעות כוזבות על מנת להעלות מחיר
 - מוכרים מתאמים מחירי רצפה (price matching).

עלויות וסיכונים במכירות פומביות (3)

■ למוכרים:

- עלולים למכור במחיר הנמוך ממחיר השוק.
- אי תשלום
- עלויות ניטור
- עלויות עסקה הנגבות ע"י האתר
- עלויות חב' אשראי
- עלויות אריזה, משלוח וביטוח
- עלויות הקמה (רישום מוצר ומידע)
- תיאום מחירים בין קונים (bid rigging)



מכירות פומביות באינטרנט: הטיות, כללים וסוגים של מכירות פומביות



ההבדלים בין מכירות פומביות מסורתיות למכירות פומביות באינטרנט

■ מכירות פומביות באינטרנט:

■ נמשכות יותר זמן (לפעמים שבוע)

■ מס' משתנה של משתתפים הנכנסים ויוצאים
מהזירה



הטיות בשווקים של תמחור דינאמי (1)

- כאשר מס' המוכרים והקונים נמוך או שווה – אין הטיה
- מס' קטן של מוכרים ומס' רב של קונים – הטיית מוכר
- מס' גדול של מוכרים ומס' קטן של קונים – הטיית קונה
- המשמעות: מחיר העסקה בפומביות באינטרנט עלול להיות גבוה או נמוך ממחיר שוק הוגן.



הטיות בשווקים של תמחור דינאמי (2)

		BUYERS	
		One/Few	Many
SELLERS	One/Few	Market Neutral (Negotiation)	Seller Bias (eBay Auction)
	Many	Buyer Bias (Priceline and Sealed Bidding)	Market Neutral (Stock Exchanges)

Source: Laudon and Traver (2006)

כללים בסיסיים במכירות פומביות (1)

- מחיר זכיה – מחיר אחיד מול מחיר מפלה:
 - כלל המחיר האחיד (Uniform pricing rule): זוכים רבים המשלמים מחיר אחיד.
 - כלל המחיר המפלה (Discriminatory pricing rule): כל זוכה משלם את המחיר שהציע.
 - דוגמא: נניח שיש 10 מחשבים למכירה.
 - במחיר אחיד יזכו במחשב ה-10 שהציעו את המחיר הגבוה ביותר, אולם המחיר שישלמו יהיה אחיד (בד"כ המחיר הנמוך ביותר שהוצע על ידם).
 - במחיר מפלה: כל אחד ישלם את הסכום שהציע.

כללים בסיסיים במכירות פומביות (2)

■ מכירה פתוחה מול מכירה סגורה

■ האם המשתתפים במכרז יודעים מי המשתתפים האחרים ומה הם מציעים.

■ כאשר המכירה סגורה:

■ קשה יותר לתאם למוכרים או לקונים לתאם מחירים.

■ המציעים צריכים לתת מהתחלה את ההצעה הטובה ביותר שלהם.

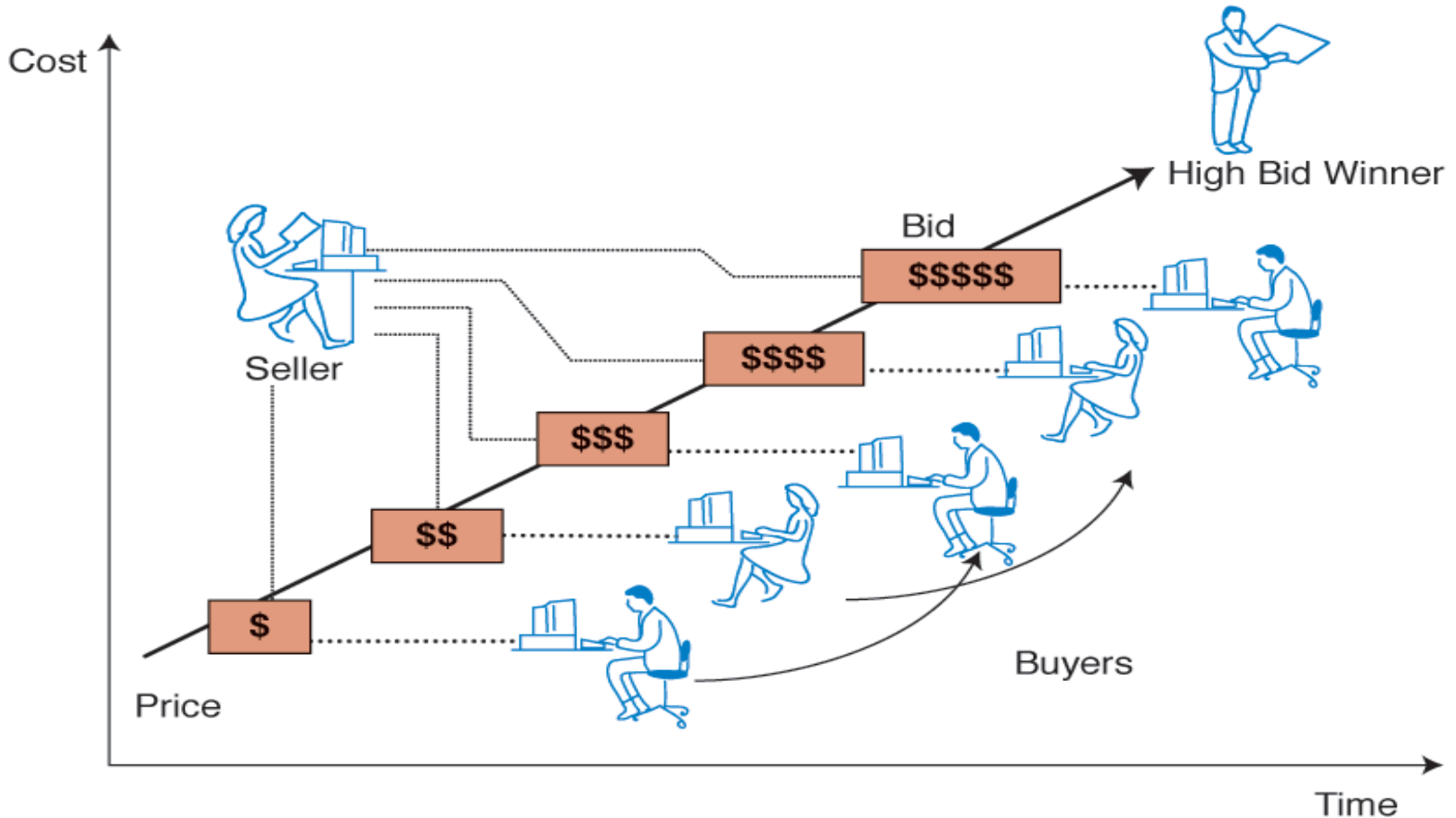
■ במכירה פתוחה:

■ הדינמיקה יכולה לגרום למציעים להציע מחיר גבוה יותר ממה שהיו מציעים במכירה סגורה



מכירה פומבית אנגלית (English Auctions)

Exhibit 2.9 English Auction, Ascending Price



Source: Turban and King (2003)

מכירה פומבית אנגלית (שיטת המחיר העולה) (1)

- הכי קלה להבנה והכי נפוצה.
- מכירה פתוחה.
- בד"כ מוכר אחד ומוצר אחד.
- מועד סיום המכירה קבוע מראש, או כאשר בפרק זמן נתון מראש לא ניתנה הצעה גבוהה יותר.
- המחיר הראשון נקבע ע"י המוכר (מחיר מיני', לפעמים חסוי); או ע"י המציע הראשון.



מכירה פומבית אנגלית (שיטת המחיר העולה) (2)

- לפעמים יש מרווח קבוע להעלאת הצעה
- הצעה חדשה מתקבלת רק אם היא גבוהה מהצעה קיימת
- מס' רב של קונים מתמודדים עד למועד הסיום
- ההצעה הגבוהה זוכה (אם מעל למחיר המיני')
- בד"כ הקונים אינם מכירים
- הטיית מוכר
- דוגמאות:



מכירה פומבית הולנדית מסורתית (שיטת המכיר (Traditional Dutch Auctions) (היורד)

■ שוק הפרחים בהולנד:

- מוכרים רבים (5,000) וקונים רבים (2,000).

- מכירה פתוחה

- מחיר התחלתי הנקבע ע"י המוכר.

- שעון המציג את המחיר הנוכחי. כל מס' שניות המחיר יורד במרווח קבוע.

- כשקונה עוצר את השעון הוא זוכה במוצר במחיר המופיע בשעון.

■ כיום המכירה מתבצעת באינטרנט

- לא נוכחים; שולחים ישירות את הפרחים ללקוח.

■ הטיית מוכר



מכירה פומבית הולנדית באינטרנט (Dutch Internet Auctions)

- מתאים למוכרים שיש להם פריטים רבים זהים למכירה.
- מכירה פתוחה, מחיר עולה
- המוכר מציג את מס' הפריטים למכירה ואת מחיר המינימום ליח'
- יש מועד לסיום המכירה
- מס' רב של קונים מתמודדים עד למועד הסיום
- הקונים נוקבים במחיר ובמספר היחידות הרצויות.
- ההצעה זוכים כל הקונים שהציעו את המחירים הגבוהים ביותר. המחיר שישלמו זהה להצעה הזוכה הנמוכה.
- אלו שהצעתם גבוהה יקבלו את מלוא הפריטים שביקשו.
- הטיית מוכר

דוגמא למכירה הולנדית באינטרנט

TABLE 13.3

A MULTI-UNIT DUTCH INTERNET AUCTION

CLOSING AUCTION DATA

Lot number	8740240
Total number of units	10
Description:	Compaq Tablet PC TC1000
Reserve price	None

BIDDER DATE TIME BID QUANTITY OF BIDS

JDMTKIS	6/5/03	18:35	\$1120	4
KTTX	6/5/03	18:55	\$1119	3
JB505	6/5/03	19:05	\$1118	4
VAMP	6/5/03	19:10	\$1110	2
DPVS	6/5/03	19:20	\$1110	1
RSF34	6/5/03	19:24	\$1109	1
CMCAL	6/5/03	19:25	\$1109	1

זוכים 3 הראשונים.

השלישי יקבל רק 3 מחשבים.

המחיר: \$1,118 ליח'

Source: Laudon and Traver (2004)

מכירה פומבית "יאנקי" (Yankee auction-internet)

- גרסה של המכירה ההולנדית באינטרנט.

- מכירה פתוחה, מחיר עולה

- מספר פריטים מוצעים

- הקונים נוקבים במחיר ובמס' יחידות רצויים

- ההצעות הגבוהות זוכות.

- המחיר לתשלום הוא לפי ההצעה של כל אחד.

- הטיית מוכר



מכירה פומבית סגורה – זכיה במחיר ראשון

- המציעים מגישים את הצעותיהם במעטפות סגורות.
- הצעה הגבוהה ביותר זוכה.
- הטיית מוכר



מכירה פומבית סגורה – זכיה במחיר שני (Vickrey auction)

- המציעים מגישים את הצעותיהם במעטפות סגורות.

- ההצעה הגבוהה ביותר זוכה.

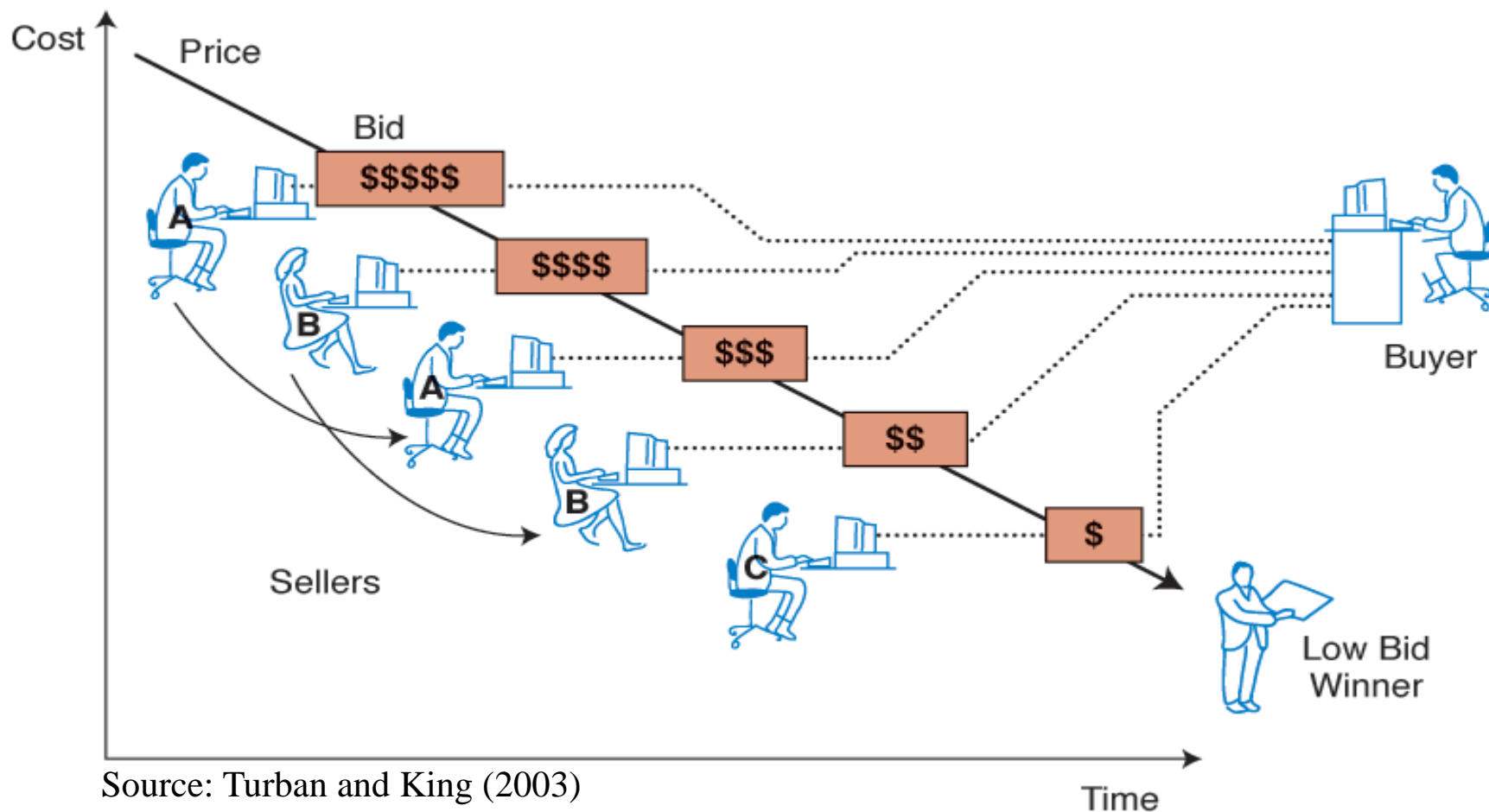
- המחיר שישולם הוא המחיר של ההצעה השניה בגובהה.

- הטיית מוכר



מכירה פומבית הפוכה

Exhibit 2.10 The Reverse Auction Process



Source: Turban and King (2003)

מכירה פומבית הפוכה

- מכירה פתוחה
- מחיר יורד
- מוצר יחיד
- הקונה קובע את המוצר ואת המפרט
- המוכרים מציעים מחירים
- ההצעה הזוכה היא הנמוכה ביותר
- הטיית קונה



מכירה הפוכה סגורה (Sealed bid market)

- דומה למכירה הפוכה רק שבמקרה זה המכירה סגורה.

- נפוץ ב: B2B

- הטיית קונה.

- דוגמא: **Respond**TM



מכירה פומבית "הלקוח קובע את המחיר" (1) (Name Your Own Price Auctions)

- השיטה השכיחה השניה ברשת (אחרי האנגלית)
- זהה למכירה הפוכה למעט העובדה שהלקוח קובע מחיר מקסימום מראש.
- המחיר המקסימום חסוי.
- המחיר אינו יורד – מחיר קבוע.
- זוכה הספק הראשון שמציע את המוצר במחיר המקסימום או מתחת לו.
- הטיית קונה.



מכירה פומבית "הלקוח קובע את המחיר" (2) (Name Your Own Price Auctions)

- כיצד מצליחים למכור מוצרים של חב' מובילות וממותגות במחירים מאוד זולים?
- לא מפרסמים את המחירים בהם נסגרות העסקאות
- המוצרים הנמכרים "מתכלים" (מיטה במלון, מושב במטוס)
- המוצרים נמכרים ברגע האחרון.

■ דוגמא: **priceline.com**



מכירה פומבית: המחיר הנמוך ביותר

- מודל ההכנסות: עמלות על רישום הצעות ו/או קבלת הודעות מהמערכת ב-SMS; +תשלום (סמלי) מהזוכה.
- המוכר קובע מחיר מינימום ומחיר מקסימום
- זוכה: ההצעה הייחודית הנמוכה ביותר
- דוגמאות: smswinner.co.il; 1090.co.il



מצב	הצעה	מציע
X הצעות זהות	1 אג'	שלום
	1 אג'	ישראל
✓ זוכה	2 אג'	ישראל
X הצעה גבוהה	3 אג'	שלום



מרצה: שי שקרוב

קבוצות קונים (Group Buying Auctions:) (1) (Demand Aggregators)

- מרכזי ביקוש: ספקים או יוצרי שוק המקבצים ביקוש מקונים שאינם קשורים זה לזה

- נפוץ ב: B2G ,B2B

- מתאים לתחום של MRO (Maintenance, Repair and Overhaul)

- מכירה פתוחה, מחיר יורד ככל שהכמות המבוקשת גדלה

- מבוסס על שני עקרונות:

- מוכרים יורידו מחיר ככל שהכמות המבוקשת גדלה

- קונים יהיו מוכנים לקנות כמות גדולה יותר ככל שהמחיר ירד



קבוצות קונים) Group Buying Auctions: (2) (Demand Aggregators

■ אחד הסוגים – אפליקציות של קב' קונים:

■ יוצר השוק בוחר מוצר וקובע לו מחיר פתיחה

■ הקונים מתחילים להזמין כמויות במחיר הנקוב

■ ספקים העוקבים אחר המוצר והכמויות מתחרים זה בזה על הזכות להיות ספק בלעדי

■ המחירים יורדים כתוצאה מהתחרות

■ זוכה הספק שהציע את המחיר הנמוך ביותר.

■ הטיית קונה



קבוצות קונים (Group Buying Auctions:) (3) (Demand Aggregators)

■ תועלות לספק:

- קובע זמן אספקה לכל הקונים (בחלק מהמודלים)
- מפחית כמויות במלאי
- פחות שינויים בייצור (ככל שהכמות גדולה יותר)
- שימוש מופחת בכוח עבודה

■ תועלות לקונה:

- יכול לשתף פעולה עם עמיתים
- חוסך 8-46% מהעלויות




eWinWin - Demand Aggregator

Grow Sales....Without Adding Resources - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Favorites Tools Help

Back Forward Stop Home Search Favorites Media

Address <http://www.ewinwin.com/corp/default.asp> Go




Site Map | Feedback

Home Company Products/Services Results In The News Contact Us


In the News

"Companies have a new way to play the selling game these days - restricted access Internet-based DealRooms. Set up by application service provider eWinWin, a DealRoom lets a company cut both costs and prices by offering the same product to many customers at the same time, provided they all agree to the same ship date."



The ECOM Pioneer Award
eWinWin Voted Best New Manufacturing Application by National Panel of Experts

See eWinWin In



"An innovative way to increase sales."


Releasing May 2006
eWinWin Version 8.1
Leadership in Demand Aggregation

How can eWinWin help you?

The eWinWin Service is a unique and proven method for suppliers to increase sales and profits. It is a simple concept that goes a long way:

- 1 We help a manufacturer leverage existing buyers to secure new sales.
- 2 We enable a new supplier to enter an existing market and take share.

Our patent-pending "dynamic pricing service" provides a complete solution - from market intelligence and pricing feedback, to custom online offers and new sales leads.



Done Internet

מכירה פומבית כפולה (Double auction)

- מכירה פתוחה
- הצעות באות במקביל מקונים וממוכרים:
 - מוכרים מבקשים; קונים מציעים
- עסקה תתבצע כאשר תהיה הסכמה על מחיר ועל כמות.
- לדוגמא:



מרצה: שי שקרוב





גופים הקשורים במכירות פומביות



מרכזי מכירות פומביות (Auction Aggregators)

■ אתרים המרכזים מידע מאתרים של מכירות פומביות בעזרת תכנה על:

■ מוצרים

■ מחירים

■ משך המכירה

■ ועוד...

■ E-bay מנעה מאתרים שלא שילמו לה עמלות לבצע פעילויות של ריכוז מידע.



ספקי פתרונות למכירות פומביות (Auction Solution Providers)

- ספקי תכנה המאפשרת לעסקים להפעיל מכירות פומביות מהאתר שלהם.
- כלים המאפשרים העברת מידע ישירות ואוטומטית מבסיס הנתונים של העסק לאתרי המכירות הפומביות.
- דוגמאות:

Vendio.com ■

Auctionworks.com ■

Bidxs.com ■



מתי כדאי לעסקים לבחור במכירות פומביות כערוץ שיווקי, וכיצד לנהל אותן



גורמי החלטה במכירות פומביות (1)

■ סוג המוצר:

- נדיר
- ללא שוק (עודפים, חיסולים)
- קשה לתמחור בשל ביקוש נמוך
- מוצרים "מתכלים" שמועד תפוגתם קרוב

■ מחזור חיי המוצר:

- מוצרים שבסוף חייהם
- מוצרים בתחילת דרכם



גורמי החלטה במכירות פומביות (2)

■ ניהול ערוץ:

- עסקים מבוססים צריכים להזהר שמכירות פומביות לא תפגענה במהלך עסקיהם הרגילים

■ סוג מכירה פומבית:

- כדאי לבחור בסוג מכירה פומבית היוצר הטיית מוכר (למשל השיטה האנגלית)

■ מחיר פתיחה:

- מחקרים מצביעים שכדאי להתחיל במחיר נמוך כדי למשוך יותר מציעים. מס' מציעים ↑ ← מחיר סגירה ↑

גורמי החלטה במכירות פומביות (3)

■ מרווחי הצעה קטנים:

■ אם הקונה יחשוב שבעבור עוד קצת π יזכה, הוא ימשיך להציע.

■ כלל קביעת המחיר

■ לקוחות מאמינים שזה הוגן שכל הזוכים ישלמו את אותו המחיר במכירה בה נמכרים מס' פריטים. ולכן מומלץ כלל המחיר האחיד.

■ אם רוצים להפלות מחירים כדאי לבצע מכירות נפרדות באתרים שונים ובזמנים שונים.



גורמי החלטה במכירות פומביות (4)

■ מספר הפריטים:

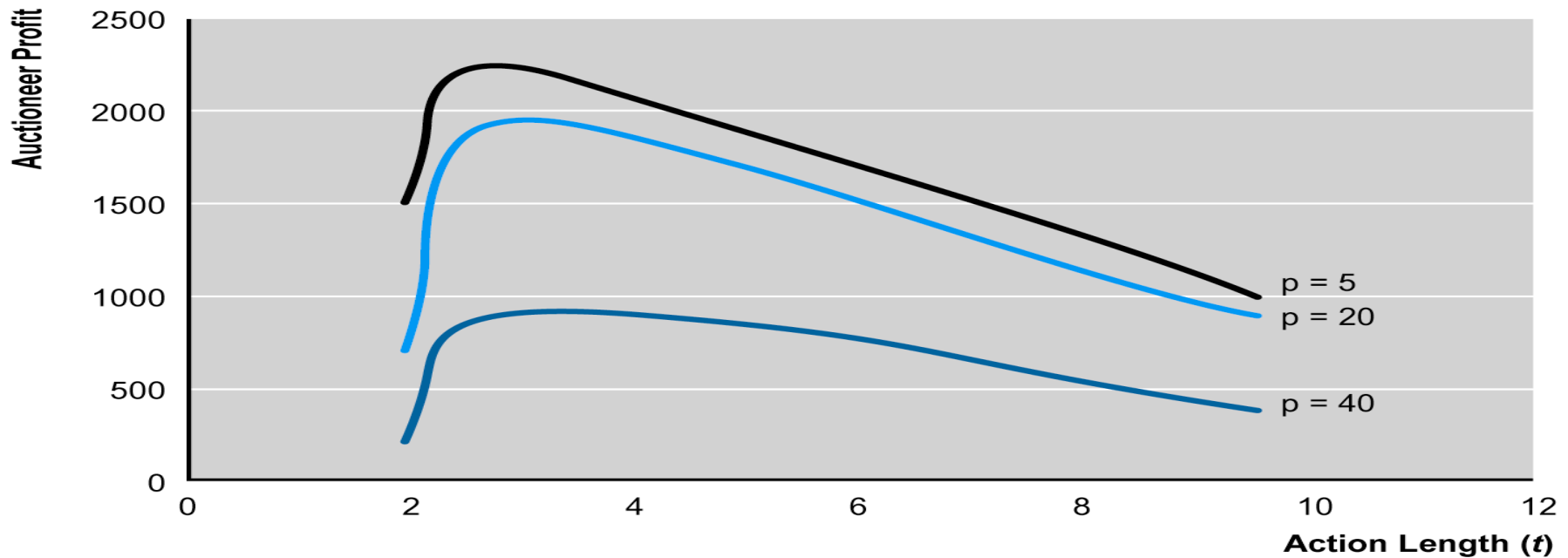
- כשמציעים במכירה מס' פריטים הלקוח מצפה להנחת כמות ולכן עשוי להציע הצעות נמוכות יותר
- כדאי לשקול לחלק את הכמות למס' מכירות בזמנים שונים.

■ משך המכירה:

- כעיקרון ככל שמשך המכירה ארוך יותר יש סיכוי שמספר המשתתפים יעלה וכן מחיר הסגירה. מצד שני מכירה ארוכה תביא לפרישה של מציעים, ועלותה גבוהה יותר.
- רוב המכירות ב e-bay נמשכות 3 ימים.

גורמי החלטה במכירות פומביות (5)

- הרווח של המוכר הוא פונקציה של קצב הצטרפות מציעים למכירה (p) ומשך המכירה (t).
- נקודת האופטימום היא כאשר תוספת המחיר שיציע המשתתף החדש שווה לעלות השולית של המשך המכירה.



SOURCE: Based on data from Vakrat and Seidmann, 1998.

גורמי החלטה במכירות פומביות (6)

■ מכירה פתוחה מול מכירה סגורה:

■ מכירה סגורה מאפשרת אפליית מחיר מבלי לפגוע ברגשות קונים

■ מכירה פתוחה יוצרת את אפקט העדר ואת אפקט הניצחון הגורמים למשתתפים להציע הצעות גבוהות יותר.



התנהגות צרכנים ומוכרים במכירות פומביות



מחירי סגירה: האם נמוכים ממחיר השוק?

- מחקרים מציגים ממצאים סותרים
- קונים לא בהכרח פועלים לפי עיקרון מקסום התועלת.
- מכירות פומביות הן אירועים חברתיים, שבהן המציעים מסתגלים זה לזה
 - מציעים מחירים על סמך הצעות של מציעים אחרים
 - תופעת העדר – הנטייה להשתתף במכירות בהן כבר הוצע מחיר אחד או יותר.
 - בולט יותר במוצרים בהם מחיר השוק פחות ברור (למשל, עניבת משי לעומת סוני פלייסטיישן)

תופעות שלאחר סיום המכירה הפומבית

■ חרטת המנצח (Winner's regret)

- המנצח מרגיש ששילם יותר ממה שהתכוון

■ קינת המוכר (Seller's lament)

- ההרגשה שאילו המכירה הייתה נמשכת יותר זמן
אולי היה אפשר למכור ביותר

■ קינת המפסיד (Loser's lament)

- ההרגשה שאילו היה משקיע עוד קצת היה מנצח.



התנהגות צרכנים – אמון (1)

- רוב הלקוחות לא קונים במקום הזול ביותר (מעל 50%)
- רוב הקונים מעדיפים לשלם תוספת עבור איכות (79%)
- לקוחות נוהגים לקנות מאותם ספקים (63%)



התנהגות צרכנים – אמון (2)

■ פתרונות ליצירת אמון:

- חותמת של צד ג' שהצרכן מכיר
- שירות מעקב אחר משלוח
- רשימות דירוג של קונים ומוכרים
- שירותי נאמנות (escrow services)

PayPal[®]



ESCROW.COM[™]

- ביטוח העסקאות ע"י יוצר השוק
- שירותי חברות כרטיסי האשראי

דוגמא לדירוג מוכרים

התנסת במוצר? כתוב חוות דעת

חנות	דירוג החנות	פרטים נוספים	מחיר	משלוח	מחיר סופי
בית סמול	5 חוות דעת	ILVE P90N לחץ לפרטים נוספים	9,130 ₪	חינם	9,130 ₪
CityDeal	14 חוות דעת	ILVE P90N לחץ לפרטים נוספים	8,990 ₪	150 ₪	9,140 ₪
ZUZ	כתוב חוות דעת	ILVE P90N לחץ לפרטים נוספים	8,991 ₪	150 ₪	9,141 ₪
בית סמול	5 חוות דעת	ILVE P90N לחץ לפרטים נוספים	18,790 ₪	חינם	18,790 ₪
SaleShop	103 חוות דעת	ILVE P90N לחץ לפרטים נוספים	18,990 ₪	חינם	18,990 ₪

משתמשים רשומים יכולים לצפות בהסטוריית מחירים
 כבר התנסת במוצר זה? עזור לגולשים אחרים שלח חוות דעת

דוגמא לדירוג מוכרים (2)

The screenshot shows a Microsoft Internet Explorer browser window. The main window displays a website with a table of products. The table has columns for 'משלוח' (Shipping), 'מחיר סופי' (Final Price), and 'לקנייה' (Buy). The 'לקנייה' buttons are highlighted in orange. One button, 'קנייה חכמה' (Smart Buy), is circled in black. The table lists several products with their final prices and shipping options.

משלוח	מחיר סופי	לקנייה
חינם	9,130 ₪	לקנייה
150 ₪	9,140 ₪	קנייה חכמה
150 ₪	9,141 ₪	לקנייה
1 חינם	18,790 ₪	לקנייה
1 חינם	18,990 ₪	לקנייה

The pop-up window contains the following text:

"קנייה חכמה" היא סמן המחווה על כך שמדובר בקנייה כדאית ומומלצת. סמן זה מופיע פעם אחת בלבד בדף הדגם, והוא ניתן לחסיות העומדות בכל התנאים הבאים:

1. ציון 4 לפחות, בדירוג החנות.
2. לפחות עשרה מדרגים אשר דירגו את החנות.
3. מחיר המוצר בחנות הנבחרת הוא הנמוך ביותר, מבין החסיות העומדות בשני התנאים הראשונים.

דירוג החנות מורכב משני רכיבים:

1. דירוג גולשים שקמו בעבר מוצגים בחנות.
2. מאפייני שירות כלליים בהם מקטת החברה, ועליהם היא מצהירה בתקנון המצוי באתר, בכלל זה:
 - * שמירה על פרטי הלקוחות (מדיניות פרטיות).
 - * זמינות מוקד השרות.
 - * שמירה על תקנות הקבועות בחוק.
 - * אבטחת נתונים.

דירוג החנות מאפשר לגולשים לקבל תמונה אמינה ואמיתית לגבי החנות, בה הם עתידים לבצע רכישה.

דירוג מוכרים – דוגמא אחרת

ben888888 - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Favorites Tools Help

Address http://www.wallabuy.co.il/monitin.aspx?xu=ben888888

מוניטין שלום אורח, הזדהה

משובים	30 יום	90 יום	מצטבר
חיובי	1	2	4
ניטרלי	0	0	0
שלילי	0	0	0
סה"כ	1	2	4

ירוק - חיובי
 שחור - ניטרלי
 אדום - שלילי

[פרטים אודות המוכר](#)
[לדשמת המכירות של ben888888](#)

שם משתמש: **ben888888** ✓
 ציון משקלל: **4**
 תאריך הצטרפות כמוכר: 18/05/2006

נמצאו 4 משובים עבור משתמש זה

מכירה מספר	שם המוצר	מאת	המשוב	תאריך קבלה
45336	מזרונה יוגה- 4 מ"מ 5	guy_enosh(1)	קיבלתי טלפון בירור מהמוכר עוד באותו ערב, המזרונים הגיעו תוך 3 ימים, ארוזים וחדשים.	17/12/06 13:30
45092	מזרון להתעמלות קרקע	BakmanD(1)	מרוצה	5/12/06 18:39
32721	מחשב AMD Sempron 2800	jorge_mel(0)	שירות מצוין, אמין ואדיבו	23/09/06 11:40
24924	F6 -שעון מד דופק פולר	xybh(1)	המשלוח הגיע תוך 5 ימים ואני מאוד מרוצה מהשעון	20/09/06 22:40

[הסבר על טבלת הציונים](#)
[הסבר על מוניטין ומשובים](#)

Done Local intranet

מרצה: שי שקרוב

מסחר באינטרנט - נושא 9

שירותי נאמנות - דוגמא

Pay! - וואלה - הדרך הבטוחה והקלה לתשלום ברשת בכל כרטיסי האשראי - ויזה ישראלד מסטראד דיירס ואמ! Pay!

File Edit View Favorites Tools Help

Back Search Favorites Media

Address <https://www.wallapay.co.il/> Go

הדרך הבטוחה והקלה לשלם באינטרנט

מוכרים בוואלה! Buy!

- וואלה Pay מאפשר למוכרים קבלת תשלומים בכל כרטיסי אשראי, במספר תשלומים וללא בעיות גבייה.
- כמוכר תוכלו להציע לקונים מכס עד 3 תשלומים ללא ריבית והצמדה ולקבל את הכסף בתשלום אחד.
- סגירת עסקאות **בוואלה! Buy** בצורה בטוחה ואמינה תוך ידיעה שהכסף שלכם שמור עד למסירת המוצר לקונה.
- משיכת מזומנים מחשבונכם **בוואלה! Pay** ישירות לחשבון הבנק שלכם.
- מעקב אחר מצב חשבונכם בכל רגע לרבות תחזית **התקבולים העתידיים** הצפויים לכם מעסקאות שכבר בוצעו.

קניה בטוחה

- שלמו בכרטיס אשראי מבלי להעביר ולחשוף את הפרטים שלכם, ברשת האינטרנט, כל פעם מחדש.
- בצעו רכישות בטוחות בוואלה! Buy, תוך מעקב אחר התמועות שביצעתם בכרטיס האשראי ושמידה על כספכם עד שהמוצר יתקבל על ידכם.
- אפשרות לשמירת מספר כרטיסי אשראי במערכת המאובטחת ובחירה באחד מהכרטיסים בעת ביצוע ההזמנה בכל פעם מחדש.
- המוכר לא מקבל ולא רואה את פרטי כרטיס האשראי שלכם ובכך הופך התשלום **בוואלה! Pay** לבטוח ביותר.
- הפרטים האישיים שלכם לרבות פרטי אמצעי התשלום נשמרים בצורה מוצפנת ומאובטחת במחשבי **וואלה! Pay**. כל מידע שתעבירו אלינו מועבר בצורה מוצפנת ומוגן באמצעות פרוטוקול SSL.

כניסה

משתמש רשום בוואלה! Pay!

שם משתמש

סיסמא

מספר ת.ז.

שכחת סיסמא? [לחץ כאן](#)

משתמש חדש

[משתמש רשום בוואלה! לחץ כאן!](#)

במידה ואתם כבר רשומים בוואלה! Buy או בוואלה! חברים עדיף להשתמש באותם פרטי חשבון גם כאן.

[משתמש חדש בוואלה! לחץ כאן!](#)

במידה וטרם נרשמתם בוואלה! חברים או בוואלה! Buy, אתם מוזמנים ליצור חשבון חדש כאן. החשבון שתפתחו כאן ישמש אתכם גם בוואלה! חברים שכולל בין השאר את שירותי הקניות והדואר בוואלה!

Local intranet

אמון וביטחון בקנייה – הדוגמא של eBay

The screenshot shows a Microsoft Internet Explorer browser window displaying the eBay Trust and Safety page. The browser's address bar shows the URL <http://pages.ebay.com/aboutebay/trustandsafety.html>. The page header includes the eBay logo, navigation links (home, pay, register, site map), and a search bar. Below the header, there are buttons for Buy, Sell, My eBay, Community, and Help. The main content area is titled "Trust & Safety" and contains the following text:

eBay's Trust and Safety team is responsible for keeping the marketplace a safe, well-lit place for people around the world to trade with one other.

Actively working to enable members to trade safely, eBay fosters trust between members through the development and enforcement of rules and policies, the creation of reputation-building programs, and the prevention of fraud.

eBay also works behind-the-scenes to prevent fraud and, in the event a problem occurs, eBay proactively works with law enforcement and government agencies throughout the world to enforce its policies. Rooted in the values of the marketplace, eBay's policies are aimed at offering a level playing field, encouraging open, honest, and accountable transactions, and creating economic opportunities for everyone.

To help the community trade safely and build trust with one another, eBay offers the following tools, programs, and resources:

eBay Feedback:

[Feedback](#) is each user's reputation on eBay. Through positive, negative, and neutral ratings and comments, each eBay member has a Feedback score. All sellers display this score in the Seller Information box of the item listing page. eBay Feedback fosters trust between people by acting as both an incentive to do the right thing and as a mark of distinction for those who conduct transactions with respect, honesty, and fairness.

Buyer Protection:

אמון וביטחון בקנייה – הדוגמא של eBay: ע"י יצירת קהילה עם קוד אתי

Help ?

eBay Help

- [Help Topics](#)
- [A-Z Index](#)
- [eBay Acronyms](#)
- [eBay Glossary](#)
- [Contact Us](#)

Search Help

Enter a topic here [tips](#)

About the eBay Community

The eBay Community is made up of eBay members, buyers and sellers, as well as eBay staff. The eBay Community encourages open and honest communication among all its members. You'll find that **respect and communication are the cornerstones** of eBay's dynamic Community.

Community values

eBay provides the following resources The eBay Community is guided by the following five fundamental values:

- ▶ We believe people are basically good.
- ▶ We believe everyone has something to contribute.
- ▶ We believe that an honest, open environment can bring out the best in people.
- ▶ We recognize and respect everyone as a unique individual.
- ▶ We encourage you to treat others the way you want to be treated.

eBay is firmly committed to these principles. And we believe that community members should also honor them—whether buying, selling, or chatting with eBay friends.

Was this page helpful?

Yes No

How can we improve this page?



ניצול והונאה באמצעות מכירות פומביות



רמאות והונאה במכירות פומביות

- בפומביות מתקיימת א-סימטריה במידע
- בשנת 2002 87% מהונאות האינטרנט בארה"ב התקיימו בפומביות; בשנת 2009: 25%
- ההונאות השכיחות ביותר:
 - ספק לא שולח סחורה לאחר קבלת תשלום
 - לקוח לא משלם לאחר משלוח הסחורה
- חציון ההפסד:
 - 2002: \$320
 - 2005: \$200



סוגים של עבירות (1)

■ עבירות משוב

- משוב מתגונן: שימוש בזהות אחרת ע"י המוכר ע"מ להשפיע על דירוגו
- שימוש לרעה במשוב: כל שימוש לרעה בפורום
- סחיטה באמצעות משוב: איום במשוב שלילי ע"מ לקבל טובות הנאה
- שידול באמצעות משוב: הצעות למכירה, קניה או סחר במשובים



סוגים של עבירות (2)

■ עבירות קונה:

- התערבות בסחר: משלוח מיילים לקונים ע"מ להזהירם ממוכר.
- שימוש פגום במנגנון החרטה: שימוש במנגנון החרטה ע"מ לגלות את ההצעה הגבוהה ביותר
- התעקשות להציע הצעות למרות ההודעה שאין להציע יותר הצעות
- קנייה תוך הפרת תנאי המוכר
- אי תשלום לאחר קנייה



סוגים של עבירות (3)

■ עבירות מוכר:

- שימוש בזהות אחרת בכדי להעלות מחיר
- קבלת תשלום ואי משלוח סחורה
- התכחשות לעסקה (אי קבלת תשלום ואי משלוח)
- אי תשלום עמלה לאתר יוצר השוק
- התחזות למוכר וקבלת תשלום.

■ עבירות זהות / מידע

- התחזות לעובד e-bay
- הצגת מידע שגוי (כתובת מייל וכד')
- משתמש מתחת לגיל המותר (18)



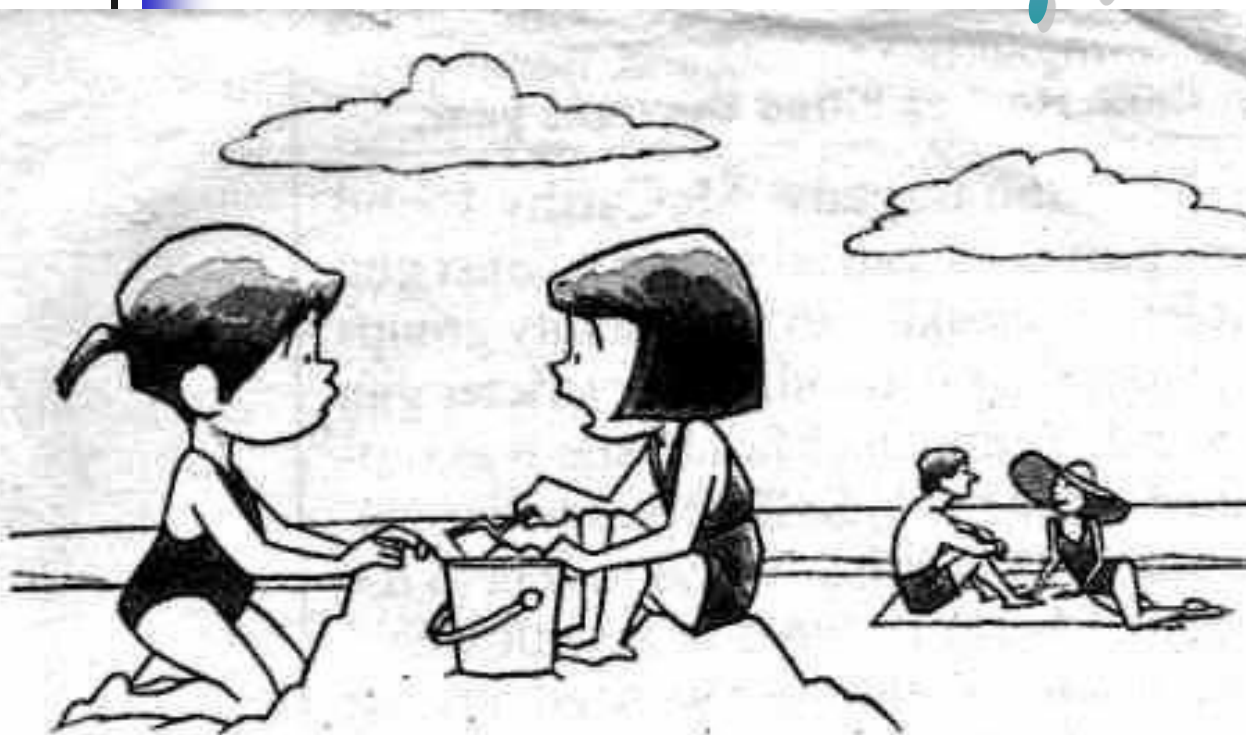
סוגים של עבירות (4)

■ עבירות אחרות:

- ניסיונות לשיבוש פעילות אתר e-bay
- משלוח מייל למציעים של מוכר אחר, והצעת המוצר בפחות
- משלוח SPAM למשתתפי המכירות הפומביות.



להתראות!!!



**"I'm never having kids. I hear they take
nine months to download."**