

تجارت الکترونیک چیست ؟



تجارت الکترونیک، به معنی انجام معاملات تجاری، از طریق ابزارهای الکترونیکی مانند اینترنت، تلفن، تلویزیون و کامپیوتر است.

تجارت الکترونیک، برای نخستین بار در دهه‌ی ۱۹۶۰ و از طریق یک مبادله‌ی الکترونیکی داده‌ها (EDI) بر روی شبکه‌های ارزش افزوده (VANS) معرفی شد و با افزایش دسترسی به اینترنت و ظهور فروشندگان آنلاین محبوب در دهه‌ی ۱۹۹۰ و اوایل دهه‌ی ۲۰۰۰، رشد کرد. برای نمونه، وبسایت آمازون، کار خود را در سال ۱۹۹۵ و در گاراژ جف بزوس (Jeff Bezos) به عنوان کسب‌وکار حمل‌ونقل کتاب شروع کرد. یا وبسایت EBay که امکان خرید و فروش آنلاین میان مصرف‌کنندگان را فراهم می‌کند، در سال ۱۹۹۵ مزایده‌های آنلاین را به جهان معرفی کرد و در سال ۱۹۹۷ و با استقبال شدید از عروسک‌های Beanie Babies، شهرت و محبوبیت بسیار زیادی یافت. با افزایش تعداد کاربران اینترنتی، بسیاری بر این باورند که به زودی تجارت الکترونیک به روش اصلی انجام معاملات تجاری مبدل می‌شود.

تجارت الکترونیک نیز، مانند هر تکنولوژی دیجیتالی یا بازار خرید دیگری که بر مصرف‌کننده استوار است، در طول سال‌ها تکامل یافته است. با محبوب‌تر شدن دستگاه‌های تلفن همراه، تجارت گوشی همراه نیز بازار مختص خود را پیدا کرده است. با ظهور سایت‌هایی مانند فیس‌بوک و پینترست (Pinterest)، شبکه‌های اجتماعی به محرک مهمی برای تجارت الکترونیک مبدل شده‌اند. برای نمونه، بر اساس Paymill، از سال ۲۰۱۴، در فروش‌های انجام شده بر روی پلتفرم تجارت الکترونیک Shopify، که به دلیل تبلیغات موجود بر روی شبکه‌های اجتماعی بوده است، در ۸۵ درصد موارد خریداران با استفاده از تبلیغات موجود بر روی فیس‌بوک به این پلتفرم هدایت شده‌اند.

بازار در حال تغییر، فرصت بزرگی را برای کسب‌وکارها فراهم می‌کند تا ارتباط خود با مشتری را بهبود دهند و بازار خود را در دنیای آنلاین گسترش دهند. بر اساس Statista، تا سال ۲۰۱۳، میزان فروش جهانی تجارت الکترونیک، به ۱,۲ تریلیون (۱۰۰۰ میلیارد) دلار رسید و میزان فروش گوشی تلفن همراه در ایالات متحده نیز، به ۳۸ میلیارد دلار رسید. بیش از ۴۰ درصد از کاربران اینترنت (در مجموع ۱ میلیارد نفر)، کالاهایی را به صورت آنلاین خریداری کرده‌اند. این ارقام همچنان به رشد خود ادامه خواهند داد، زیرا استفاده از گوشی همراه و اینترنت، هم در ایالات متحده و هم در بازارهای در حال توسعه در سراسر جهان، در حال گسترش است.

این فناوری تعاریف و انواع مختلفی دارد که به شرح هر کدام می‌پردازیم:

۱- تمام ابعاد و فرآیند بازار را که بتوان با اینترنت و تکنولوژی web انجام داد، تجارت الکترونیکی می‌گویند.

۲- بطور کلی واژه تجارت الکترونیک اشاره به معاملات الکترونیکی می‌نماید که از طریق شبکه‌های ارتباطی انجام می‌پذیرد. ابتدا، خریدار یا مصرف‌کننده به جستجوی یک مغازه مجازی از طریق اینترنت می‌پردازد و کالایی را از طریق web یا پست الکترونیکی سفارش می‌دهد. نهایتاً کالا را تحویل می‌گیرد.

۳- تجارت الکترونیکی یعنی انجام مبادلات تجاری در قالب الکترونیکی

۴- کاربرد تکنولوژی اطلاعات در تجارت

۵- تجارت الکترونیکی، مبادله ی الکترونیکی داده هاست. بطور خلاصه می توان گفت که مبادله الکترونیکی داده عبارت از تولید، پردازش، کاربرد و تبادل اطلاعات و اسناد به شیوه های الکترونیکی و خودکار بین سیستم های کامپیوتری و براساس زبان مشترک و استانداردهای مشخص و با کمترین دخالت عامل انسانی. البته تجارت الکترونیک حیطه ای به مراتب گسترده تر از مبادله الکترونیکی داده دارد و آن یک تحول و انقلاب در عرصه ارتباطات است. تجارت الکترونیکی در ساده ترین تعریف عبارت از یافتن منابع، انجام ارزیابی، مذاکره کردن، سفارش، تحویل، پرداخت و ارائه خدمات پشتیبانی است که بصورت الکترونیکی انجام می شود. لذا تجارت الکترونیک روشی است براساس آن اطلاعات، محصولات و خدمات از طریق شبکه های ارتباطات کامپیوتری خرید و فروش می شوند.

۶- تجارت الکترونیک، انجام کلیه فعالیت های تجاری با استفاده از شبکه های ارتباطی کامپیوتری، بویژه اینترنت است. تجارت الکترونیک به نوعی تجارت بودن کاغذ است. بوسیله تجارت الکترونیک، تبادل اطلاعات خرید و فروش و اطلاعات لازم برای حمل و نقل کالاها با زحمت کمتر و تبادلات بانک با شتاب بیشتر انجام خواهد شد. شرکت ها برای ارتباط با یکدیگر، محدودیت های فعلی را نخواهند داشت و ارتباط آنها با یکدیگر ساده تر و سریع تر صورت می گیرد. ارتباط فروشندگان با مشتریان می تواند به صورت یک به یک با هر مشتری باشد البته با هزینه نه چندان زیاد.

تفاوت مبادله الکترونیکی داده ها با تجارت الکترونیک

در موارد زیادی دیده شده که مبادله الکترونیکی داده ها را مترادف با تجارت الکترونیک دانسته و هر کدام را در جای دیگری بکار می برند. این دو تکنولوژی اصلاً مشابه هم نبوده و کاملاً مجزا می باشد. البته می توان اینطور گفت که تجارت الکترونیک مکمل مبادله الکترونیکی داده هاست.

مبادله الکترونیکی داده بصورت مکانیزمی تعریف می شود که به موجب آن انتقال و تبادل داده در راستای تحقق فعالیت های تجاری با ساختار و شکل تعریف شده و بکارگیری پیام های استاندارد شده بین المللی، توسط ابزار الکترونیکی از یک کامپیوتر به کامپیوتر دیگر انجام می شود. در حالیکه تجارت الکترونیک عبارت از مبادله تجاری بدون استفاده از کاغذ است که در آن از مبادله الکترونیکی داده ها به عنوان یک ابزار به همراه پست الکترونیک، تابلوی اعلانات الکترونیک، انتقال الکترونیک وب و سایر فناوریهای مبتنی بر شبکه استفاده می شود. بعبارت دیگر مبادله الکترونیکی داده ها بعنوان ستون

فقرات تجارت الکترونیک عمل می نماید. چنانچه از تعریف فوق بر می آید. تجارت الکترونیک حطیه ای بسیار وسیع تر از مبادله الکترونیکی داده دارد.

در تجارت الکترونیک نیز مانند تجارت سنتی، چهار دسته بندی وجود دارد که عبارتند از B2B، B2C، C2B و C2C.

- B2B (تجارت به تجارت) شامل شرکت هایی است که با یکدیگر تجارت انجام می دهند. برای مثال، تولیدکنندگانی که محصول خود را به توزیع کنندگان می فروشند و عمده فروشانی که محصولات را به خرده فروشان می فروشند.
- B2C (تجارت به مصرف کننده) شامل تجارت هایی است که از طریق فروشگاه های اینترنتی و بدون نیاز به هر گونه تعامل با انسان، کالاهایی را به عموم مردم می فروشند. این همان تصویری است که بیشتر مردم از «تجارت الکترونیک» دارند. برای نمونه می توان به فروشگاه اینترنتی آمازون اشاره کرد.
- C2B (مصرف کننده به تجارت) در تجارت الکترونیک C2B، مصرف کنندگان پروژه ای با بودجه ای مشخص شده را به صورت آنلاین ارسال می کنند و شرکت ها برای انجام آن پروژه، پیشنهاد قیمت می دهند. سپس مصرف کننده پیشنهاد های قیمت را بررسی می کند و شرکت مورد نظر خود را انتخاب می کند. وبسایت Elance نمونه ای از این نوع تجارت الکترونیک است.
- C2C (مصرف کننده به مصرف کننده) این نوع تجارت، در تبلیغات دسته بندی شده ی آنلاین، انجمن ها یا بازارهایی انجام می شود که در آن افراد می توانند با یکدیگر، کالا خرید و فروش کنند Craigslist، eBay و Etsy نمونه هایی از این نوع تجارت الکترونیک هستند.

۱. مزایای تجارت الکترونیک برای مشتریان



• راحتی

هر محصولی را که بخواهید، به معنای واقعی کلمه، تنها با یک اشاره بر روی اینترنت قابل مشاهده است. فقط کافی است نام محصول مورد نظرتان را در موتور جستجوی مورد علاقه‌تان تایپ کنید تا تمام گزینه‌ها به شکلی سازماندهی شده و مرتب، تنها پس از چند ثانیه ظاهر شوند.

• صرفه‌جویی در زمان

با تجارت الکترونیک دیگر نیازی نیست که ساعت‌ها رانندگی کنید و به امید پیدا کردن چیزی که می‌خواهید، مغازه‌ها را نگاه کنید و جستجو کنید. فروشگاه‌های آنلاین، خط کامل محصولات خود را به شما ارائه می‌دهند و به جای استفاده از مغازه برای ارائه‌ی محصولات‌شان، از انبارهای کالا استفاده می‌کنند. محصولات را به راحتی پیدا می‌کنید و ظرف چند روز به درب منزلتان می‌رسند.

• وجود طیف وسیعی از گزینه‌های مختلف

در تجارت الکترونیک، مشتری می‌تواند بدون نیاز به رفتن از این مغازه به مغازه‌ی دیگر، به راحتی محصولات را با یکدیگر مقایسه کند و متوجه شود که کدام فروشنده، بهترین قیمت را ارائه می‌دهد و گزینه‌های بیشتری برای انتخاب دارد. در دنیای واقعی هر فروشگاه فضای محدودی دارد، ولی همان فروشگاه می‌تواند بر روی اینترنت، کل موجودی انبار را ارائه بدهد.

• راحتی در مقایسه

در تجارت الکترونیک، مقایسه‌های دو به دو به راحتی قابل انجام هستند. وقتی کالاها به صورت آنلاین عرضه می‌شوند، تمام مشخصات و ویژگی‌های آن‌ها بیان می‌شود و فروشگاه‌های اینترنتی از شما می‌خواهند تا کالاهای آن‌ها را با سایر کالاها مقایسه کنید تا متوجه شوید که آن‌ها بهترین گزینه‌ها را ارائه می‌دهند و دوباره برای خرید به آن فروشگاه بازگردید.

• راحتی در یافتن بررسی‌ها و نظرات

شرکت‌ها به دلیل بالا بودن رقابت، از شما می‌خواهند تا به نظرات و بررسی‌های سایر مصرف‌کنندگان نگاهی بیندازید. بررسی‌های مثبت و منفی در هر وب‌سایتی وجود دارد و علاوه بر آنکه می‌توانید نقدها و نظرات مثبت مربوط به هر کالا را مشاهده کنید، از دلایل کسانی که آن محصول را دوست نداشته‌اند نیز آگاه می‌شوید.

• کوپن‌ها و تخفیف‌ها

برای هر تجارت آنلاینی که به دنبال شماسست، تعداد زیادی کوپن و تخفیف وجود دارد و این مسئله به طور کلی برای مشتری‌ها بسیار عالی است. با وجود سایت‌هایی که مانند فروشگاه‌های بزرگ عمل می‌کنند، می‌توانید اقلامی را پیدا کنید که شامل تخفیفی تا ۸۰ درصد شده‌اند! نهایت استفاده را از این رقابت ببرید و بهترین قیمت موجود را پیدا کنید.

۲. مزایای تجارت الکترونیک برای کسب و کارها



• افزایش پایگاه مشتریان

پایگاه مشتریان از دغدغه‌های اصلی تمام کسب و کارهای آنلاین و غیرآنلاین است. نیازی نیست که کسب و کارهای آنلاین، نگران برخوردار بودن از بهترین ویژگی‌ها در شهر خود باشند، زیرا مردم از سراسر جهان، به محصولات آن‌ها دسترسی دارند و می‌توانند در هر زمانی برای خرید به آن‌ها بازگردند.

• افزایش فروش

کسب و کارهای آنلاین، نیازی به اداره کردن یک فروشگاه ندارند و می‌توانند فروش آنلاین بیشتری با حاشیه سود بالاتری داشته باشد. آن‌ها می‌توانند به روش‌های مختلفی پول را از مشتری دریافت کنند تا خرید را برای مشتری سریع‌تر و راحت‌تر کنند. این کسب و کارها با در دسترس بودن به صورت بین‌المللی، می‌توانند محصولات بیشتری را به فروش برسانند.

• دسترسی ۲۴ ساعته در ۳۶۵ روز سال

اگر هوا برفی باشد و جاده‌ها بسته باشند یا هوا آنقدر گرم و مرطوب باشد که حتی نتوانیم از خانه بیرون برویم، یا روز تعطیلی باشد و تمام مغازه‌ها در شهر بسته باشند، بازهم تجارت آنلاین شما ۲۴ ساعته و

در تمام ۳۶۵ روز سال، برای مشتری‌ها باز است. درها هرگز بسته نمی‌شوند و سود کسب‌شده همچنان افزایش می‌یابد.

• گسترش حوزه‌ی تجارت

ترجمه یکی از ابزارهای عالی موجود در اینترنت است! بنابراین کسب‌وکار آنلاین مجبور نیست برای هر زبان، یک سایت ایجاد کند. با بازاریابی درست، مشتری‌ها در سراسر جهان می‌توانند وبسایت، محصولات و اطلاعات آن کسب‌وکار را بدون نیاز به ترک کردن خانه، پیدا کنند.

• ساده شدن پرداخت‌های دوره‌ای

با کمی تحقیق، هر تجارتي می‌تواند برای خود پرداخت‌های دوره‌ای را ایجاد نماید. ارائه‌دهنده‌ای را بیابید که با نیازهای شما بیشترین همخوانی را دارد تا صدور صورت‌حساب به شیوه‌ای منسجم انجام شود و پرداخت‌ها نیز به همین روش و به صورتی منسجم دریافت شوند.

• تراکنش‌های فوری

در تجارت الکترونیک، دیگر نیازی به انتظار برای نقد شدن چک یا انتظاری ۳۰ روزه برای انواع دیگر پرداخت‌ها نیست. تراکنش‌ها بلافاصله انجام می‌شوند یا حداکثر به ۲ یا ۳ روز زمان نیاز دارید تا پول، از طریق سیستم بانکی وارد حساب‌تان شود.

۱. معایب تجارت الکترونیک برای مشتریان



• حریم خصوصی و امنیت

پیش از انجام تراکنش‌ها به صورت آنلاین، ابتدا گواهی‌های امنیتی (نظیر نماد اعتماد الکترونیکی و ...) آن وبسایت را بررسی کنید. درست است که خرید آنلاین ساده و راحت است، ولی هیچ‌کس دوست ندارد اطلاعات شخصی‌اش به سرقت برود. بسیاری از سایت‌ها قابل اطمینان هستند، ولی باز هم همیشه باید تحقیق کنید و سایت‌هایی را که از امنیت کافی برخوردار نیستند، شناسایی کنید.

• کیفیت

با وجود اینکه در تجارت الکترونیک، همه چیز به راحتی در دسترس قرار گرفته است، مشتری فقط پس از تحویل گرفتن محصولات می‌تواند آن‌ها را واقعا ببیند و لمس کند. بنابراین حتما باید پیش از خرید، روش بازگرداندن کالا در صورت عدم رضایت از آن را بررسی نمایید. همیشه پیش از خرید مطمئن شوید که گزینه‌ای برای بازگرداندن کالا وجود دارد.

• هزینه‌های پنهان

مشتری در زمان خرید، از قیمت کالا، هزینه‌ی حمل‌ونقل، بارگیری و مالیات آگاه می‌شود. ولی باید مراقب باشید، زیرا ممکن است هزینه‌های پنهانی وجود داشته باشد که بر روی صورت‌حساب خرید شما ذکر نشده‌اند، ولی بر روی فرم پرداخت ظاهر می‌شوند. ممکن است هزینه‌های اضافه‌ای برای جابجایی و بارگیری در محل فروشنده‌ی کالا (handling fee) وجود داشته باشد (به ویژه در مورد خریدهای بین‌المللی)

• تاخیر در دریافت کالا

اگرچه در بیشتر موارد، تحویل محصولات، سریع‌تر از زمان مورد انتظار انجام می‌شود، باید آمادگی تاخیر در دریافت کالا را نیز داشته باشید.

برای مثال، طوفان برف در یک نقطه می‌تواند کل سیستم حمل‌ونقل در منطقه را مختل کند. این احتمال نیز وجود دارد که محصول شما گم شود یا به آدرسی اشتباه تحویل داده شود.

• نیاز به اینترنت

استفاده از اینترنت، رایگان نیست و اگر شما از وای‌فای رایگان استفاده می‌کنید، این احتمال وجود دارد که اطلاعات شما بر روی وب‌سایتی ناامن به سرقت برود. اگر نمی‌خواهید از اینترنت رایگان استفاده کنید یا نمی‌توانید در منزلتان اینترنت یا رایانه داشته باشید، بهتر است خریدهایتان را حضوری انجام دهید.

• نبود تعامل شخصی

با وجود اینکه قوانین و مقررات هر کسب‌وکار در تجارت الکترونیک، برای مطالعه‌ی شما در دسترس قرار گرفته است، مطالب بسیار زیادی وجود دارد که باید مطالعه کنید و ممکن است مسائل قانونی برای شما گیج‌کننده باشد. در مورد سفارش‌های بزرگ یا مهم نیز کسی وجود ندارد که بتوانید در مورد پرسش‌ها یا نگرانی‌های خود، رو در رو با او صحبت کنید.

۲. معایب تجارت الکترونیک برای کسب و کارها



• مسائل امنیتی

با وجود اینکه کسب و کارها اقدامات فراوانی انجام می‌دهند تا امنیت خود و مشتریان‌شان را حفظ کنند، افرادی وجود دارند که می‌توانند از هر دیوار آتشینی عبور کنند و اطلاعاتی را که می‌خواهند به دست بیاورند. همه‌ی ما در سال‌های اخیر شاهد این مسئله بوده‌ایم که بزرگ‌ترین و مشهورترین کسب و کارها نیز ممکن است هک شوند.

• مسائل پرداختی و مالی

بسیاری از موسسات مالی، در زمان مناقشه در مورد پرداخت صورت‌حساب، طرف مشتری را می‌گیرند، زیرا می‌خواهند مشتری خود را حفظ کنند. این مسئله زمانی که کالاها قبلاً به مشتری تحویل داده شده‌اند، ولی مبلغ پرداخت‌شده به حساب مشتری برگشته است، موجب تحمیل شدن خسارت به کسب و کار تجارت الکترونیک می‌شود.

• نیاز به تخصیص هزینه‌ی بیشتر برای زیرساخت‌های تجارت الکترونیک

برای اطمینان از اینکه کسب‌وکار آنلاین شما به درستی اداره می‌شود، باید هزینه کنید. شما به عنوان مالک آن کسب‌وکار، باید مطمئن شوید که معاملات به شکل درستی انجام می‌شوند و محصولات به بهترین شیوه به نمایش گذاشته می‌شوند. برای اطمینان از این مسئله، باید فردی حرفه‌ای را استخدام کنید تا کاستی‌های موجود را برطرف کند.

• ارجاع کالا و خدمات پس از فروش

زیرساخت‌های کسب‌وکار آنلاین، باید کامل و بی‌عیب باشند. این نیز هزینه‌های دیگری را برای کسب‌وکار ایجاد می‌کند، زیرا مشتریانی هستند که پس از تحویل گرفتن کالا، از کیفیت آن راضی نبوده و کالا را ارجاع می‌دهند. به ویژه مصرف‌کنندگانی هم وجود دارند که چیزی بیش از بازپرداخت مبلغ خود را می‌خواهند.

• وجود خدمات اینترنتی کافی

امروزه ظاهراً همه‌ی مردم، همیشه می‌توانند از اینترنت استفاده کنند، ولی باید بدانید که هنوز هم مناطقی وجود دارد که پهنای باند شبکه در آن‌ها می‌تواند مشکل‌ساز شود. پیش از راه‌اندازی کسب‌وکار تجارت الکترونیک خود، مطمئن شوید که منطقه‌ی شما از پهنای باند مخابراتی‌ای که برای اداره‌ی موثر کسب‌وکارتان ضروری است، برخوردار است.

• نگهداری مستمر

وقتی کسب‌وکاری، فعالیت خود را به صورت تجارت الکترونیک شروع کرده است، باید برای سازگار ماندن، آماده‌ی تغییر باشد. با رشد تکنولوژی، سیستم‌های مورد استفاده در کسب‌وکار شما نیز باید به روز نگه داشته شوند یا در صورت نیاز، جایگزین شوند. یا ممکن است برای ادامه‌ی کار پایگاه‌های داده و نرم‌افزارها، مخارج کلی‌ای وجود داشته باشد.

۴ دلیل برای اینکه تجارت آنلاین سرمایه‌گذاری مطمئنی است

آیا قصد خرید یک کسب‌وکار آنلاین را دارید؟ همانطور که می‌دانید گزینه‌های زیادی پیش‌روی شماست. انتخاب گزینه‌ی مناسبی که بتواند منعکس‌کننده‌ی اولویت‌های مورد نظر هر فرد باشد، از جمله چالش‌های جدی‌ای است که معمولاً در شروع یک کسب‌وکار آنلاین وجود دارد. برای شروع و دست به کار شدن، ابتدا لازم است شیوه‌ای را انتخاب کنید که برای شما ملموس‌تر باشد. اکنون راجع به ۴ دلیل برای اینکه تجارت آنلاین سرمایه‌گذاری مطمئنی است، بیشتر می‌خوانید.

در شروع هر کسب‌وکار آنلاینی باید بدانیم قرار است پول‌مان را در کجا و برای چه مقصودی سرمایه‌گذاری کنیم و با این کار چه مقدار سود یا تجربه کسب می‌کنیم و قرار است به کجا برسیم.



در ادامه به دلایلی اشاره می‌کنیم که شما را ترغیب می‌کند به سراغ کسب‌وکار آنلاین بروید.

۱. پایین بودن هزینه‌های عمومی کسب‌وکار

اگر تجارت آنلاین به درستی راه‌اندازی شود، در طول کار نیز هزینه‌ی کمتری متحمل می‌شوید. این مسئله به‌خصوص در مواردی که هزینه‌ای در رابطه با محصولات فیزیکی، توزیع، اجاره و موارد دیگر وجود ندارد، کاملاً صدق می‌کند.

بدون شک، ایجاد و توسعه‌ی محتوا از جمله موضوعاتی است که در بحث تجارت آنلاین اولویت بیشتری دارد. اگرچه تولید محتوا، بهینه‌سازی برای موتورهای جست‌وجو (SEO)، رسانه‌های اجتماعی و دیگر کانال‌های بازاریابی، نیازمند صرف هزینه و زمان هستند، اما در مقایسه با شرکت‌های غیر مجازی به منابع بسیار کمتری نیاز دارند.

بدون شک، کاهش هزینه‌ها اغلب منجر به سوددهی بیشتر هم می‌شود. هزاران روش منحصربه‌فرد در تجارت آنلاین وجود دارد که از طریق کاهش دادن هزینه‌ها موجب جذابیت بیشتر این نوع کسب‌وکار می‌شود.

۲. بالا بودن انطباق‌پذیری با نیازهای بازار

بازاریابی یکی از مهمترین مؤلفه‌ها در هر کسب‌وکاری است. یکی از دلایل جذابیت بازاریابی آنلاین این است که امکان ردیابی و ارزیابی میزان برگشت سرمایه در این شیوه وجود دارد، درحالی که معمولاً در تجارت آفلاین امکان دسترسی به این موارد به سرعت و سهولت امکان‌پذیر نیست. در واقع با بهره‌گیری از ابزارها و داده‌های در دسترس، می‌توانید خیلی سریع خود را با شرایط وفق دهید و هر زمان که لازم باشد، استراتژی خود را تغییر دهید.

اگر شما دو ایده‌ی جذاب و خوب دارید، اما نمی‌دانید کدام یکی بهترین گزینه است، پیشنهاد می‌کنیم هر یک از بخش‌های تبلیغات، سیستم ارسال انبوه ایمیل، صفحات و فرم‌های فروش و دیگر موارد را تقسیم کنید و با یکی از روش‌ها و استراتژی‌های انتخابی خود امتحان کنید.

با استفاده از سرویس گوگل آنالیتیکس در گوگل که آمار بازدیدکنندگان یک وب‌سایت را نشان می‌دهد، می‌توانید میزان تغییرات واقعی و علاقه‌ی مشتریان را ارزیابی کنید و هرگاه احساس کردید یکی از استراتژی‌ها کارایی ندارد به سراغ روش بعدی بروید. اگر تعداد بازدیدکنندگان پایین است، با استفاده از چند ترفند آن را افزایش دهید.

خوشبختانه امروزه، به لطف افزایش تبلیغات در رسانه‌های اجتماعی، هدف قرار دادن یک جمعیت خاص به کار ساده‌ای تبدیل شده است. بنابراین، بهتر است جمعیت هدف را شناسایی کنید و سپس خدمات و محصولات خود را به مخاطبان علاقه‌مند، ارائه دهید.

کانال‌های بازاریابی زیادی وجود دارد که می‌توانید از مزایای آنها استفاده کنید. وبلاگ‌ها، پادکست‌ها، فیلم‌ها و رسانه‌های اجتماعی، ارسال انبوه ایمیل و استفاده از کاغذ سفید) سندی که برای راهنمایی خوانندگان در درک یک مسئله، حل یک مشکل و یا اتخاذ یک تصمیم تدوین می‌گردد)، کتاب‌های الکترونیکی و خیلی چیزهای دیگر از جمله مواردی است که در معرفی و توسعه‌ی تجارت آنلاین خود، می‌توانید از آنها استفاده کنید.

به‌طور خلاصه، همه‌ی این عوامل کمک می‌کنند تا در کسب‌وکار آنلاین خود سازگاری بیشتری با نیازهای بازار داشته باشید. در تجارت آنلاین، خیلی سریع می‌توانید مشخص کنید کدام روش درست عمل می‌کند و کدام کارآیی ندارد و بر همین اساس استراتژی خود را مطابق با هدف به‌سرعت تغییر دهید.

۳. انعطاف‌پذیری بیشتر



در کسب‌وکارهای آنلاین، باید فضایی حقیقی برای فروش محصول داشته باشید. هرچند داشتن فضای حقیقی مزیت‌هایی دارد، اما بالا بودن میزان انعطاف‌پذیری در کسب‌وکارهای آنلاین برای بسیاری از سرمایه‌گذاران و کارآفرینان جذابیت بیشتری دارد.

در کسب‌وکار آنلاین، حتی می‌توانید از خانه هم کار خود را انجام دهید. در واقع در تجارت آنلاین هرکجای دنیا که باشید می‌توانید به کارتان برسید، فقط کافی‌ست به اینترنت دسترسی داشته باشید. شاید کسب درآمدهای بی‌دردسر برای بسیاری از افراد تنها یک رؤیا باشد، اما برخی در واقعیت، به آن دست یافته‌اند.

اگر تجارت آنلاین به درستی طراحی و برنامه‌ریزی شده باشد، ممکن است شما نیازی به استخدام کارمند هم برای حفظ و نگهداری، پشتیبانی و حتی توسعه‌ی زیرساخت‌های آن نداشته باشید و حتی زمان زیادی را نیز به کسب‌وکار آنلاین خود اختصاص ندهید.

بدین ترتیب، کسب‌وکارهای آنلاین محبوب آن دسته از فعالان اقتصادی خواهد بود که تمایل به سرمایه‌گذاری در حوزه‌های مختلف دارند و یا اینکه در جست‌وجوی مشاغلی هستند که با انعطاف‌پذیری بیشتر به آنها امکان دهد تا وقت بیشتری را در کنار خانواده بگذرانند.

۴. پایین بودن ریسک سرمایه‌گذاری

یک سرمایه‌گذار زیرک، کاری نمی‌کند که آینده‌ی تجارت آنلاینش با خطر مواجه شود. شما در هر زمان لزوماً برنده نیستید، اما با سعی و تلاش می‌توانید اقدامات پرخطر و ریسک سرمایه‌گذاری‌های غیرمعقول را کاهش دهید.

در بسیاری از بخش‌ها، کسب‌وکار آنلاین در مقایسه با تجارت آفلاین ریسک کمتری دارد. از آنجایی که میزان سازگاری و انعطاف‌پذیری در تجارت آنلاین بسیار بالاست، معمولاً راه‌اندازی آن نیز هزینه‌ی زیادی ندارد. گاهی می‌توان کسب‌وکاری شکست‌خورده را در مدت زمان کوتاهی به سوددهی رساند.

اصلاً قصد نداریم بگوییم، امکان شکست در تجارت آنلاین وجود ندارد، بلکه منظور ما این است که در این شیوه هر زمان احساس خطر کنید، می‌توانید استراتژی کار را به سرعت تغییر دهید و از اول شروع کنید. راه‌های زیادی برای کسب درآمد آنلاین وجود دارد و یافتن مناسب‌ترین راه فقط از طریق تجربه امکان‌پذیر است.

خرید و فروش کسب‌وکارهای آنلاین بسیار ساده‌تر از آن چیزی است که در تصور شما وجود دارد. جزئیات زیادی برای فروش کسب‌وکاری وجود دارد که نیازمند فضای جغرافیایی و عملیاتی پیچیده‌تری است. از آنجایی که این مدل تجارت وابسته به یک نقطه‌ی جغرافیایی نیست، انرژی کمتری نیز برای حفظ و نگهداری آن صرف می‌شود و در نتیجه، سرمایه‌گذاران زیادی جذب کسب‌وکارهای آنلاینی می‌شوند که بسیار سودآور هم باشد.

در تجارت آنلاین انرژی کمتری صرف انجام ریزه‌کاری‌های حقوقی برای سرمایه‌گذاری می‌شود و به همان نسبت نیز ریسک‌پذیری آن پایین‌تر است.

آغاز یک کسب‌وکار جدید در مقایسه با خریداری یک کسب‌وکار موجود

اکنون شما این شانس را داشته‌اید که اصول ابتدایی و مزیت سرمایه‌گذاری را در تجارت آنلاین یاد بگیرید. اگرچه، احتمالاً هنوز در مورد شروع کار تردید دارید و نمی‌دانید بهترین گزینه، خرید تجارت آنلاینی است که از قبل وجود داشته یا راه‌اندازی یک نمونه‌ی جدید؟

راه‌اندازی یک تجارت جدید نیازمند زمان و سرمایه‌ی قابل‌توجهی است و همانطور که می‌دانید موفقیت در هر کاری به دانش و تجربه‌ی شما در آن رشته بستگی دارد. نداشتن تجربه و شناخت از شیوه‌ی کار، گاهی باعث می‌شود افراد بر روی یک شیوه‌ی خاص تعصب بی‌جا داشته باشند که گاهی همین جانبداری یک‌سویه، موجب از بین رفتن فرصت‌های بالقوه می‌شود.

دلایلی که در ادامه به آنها اشاره شده است، نشان می‌دهد چرا خرید تجارت آنلاینی که از قبل موجود است، تصمیم بهتری است:

- کسب‌وکاری که از قبل راه‌اندازی شده و به سوددهی رسیده است، در واقع امتحان خود را پس داده و مجبور نیستید زمانی را برای تست کردن، تجربه کردن و پیدا کردن راه‌تان به سوی سودآوری صرف کنید.
- وقتی به عنوان یک فرد جدید وارد کار می‌شوید، بهتر می‌توانید اشتباهات مدیر قبلی را متوجه شوید و با روش‌های خاص خود، به دنبال رفع اشکالات و خطاهای فعلی می‌روید.
- می‌توانید دانش و تجربه‌ی کافی برای ادامه‌ی کار را از همین کسب‌وکار فعلی به دست بیاورید.
- سطح تجارت متناسب با میزان دارایی شما تعریف می‌شود.

مراحل راه اندازی یک تجارت الکترونیک بر بستر اینترنت

استفاده از شبکه اینترنت در راه اندازی یک تجارت الکترونیک می باشد. موضوعی که می خواهیم در این مقاله در مورد آن صحبت نماییم. قدم هایی که باید برداشته شود تا یک سایت تجارت الکترونیک راه اندازی و آماده خدمت رسانی شود. پس در ادامه صحبت به این مقوله می پردازیم.

راه اندازی یک سایت تجارت الکترونیکی:

به منظور راه اندازی یک وب سایت با هدف پیاده سازی یک سرویس تجاری، نکاتی وجود دارند که این نکات را در ۹ قدم دسته بندی کرده ایم، اما به صورت کلی موارد زیر جهت راه اندازی کسب و کار اینترنتی مورد نیاز است:

- دامنه و ثبت آن
- طراحی و ساخت سایت
- اجاره فضا بر روی اینترنت
- پرداخت الکترونیکی
- تأمین امنیت سایت
- بازاریابی، تبلیغ و جذب مشتری
- بررسی و تحلیل سایت

قدم اول:

هر کاری هنوز به بهترین شکل انجام نشده است. اولین قدم شما در راه اندازی تجارت خود این است که با بازار هدف خود در ارتباط باشید و ببینید که شما می توانید کدامیک از نیازهای آنها را به شکل بهتری از آنچه هست پاسخگو باشید. به خاطر داشته باشید که برای موفقیت باید با محیط بازار آشنایی داشته باشید. آگاهی شما هرچه در مورد مشتری های بالقوه، رقبا و محیط و فرهنگ کار بیشتر باشد، شانس بزرگتری برای موفقیت خواهید داشت.

قدم دوم:

برپایه نیازی که در قدم اول شناسایی کردید و نحوه پاسخگویی به آن، محصولات و خدماتی که می خواهید ارائه دهید را انتخاب کنید و نحوه بدست آوردن (تولید، خرید و یا ...) آنها را برای خود مشخص کنید. هر چقدر در این مرحله جزییات بیشتری مشخص شود، کار برای مراحل بعد با سهولت بیشتری انجام خواهد شد.

قدم سوم:

روند تعیین هدف یا اهداف و ارائه استراتژی و راه کار عملی برای رسیدن به این هدف یا اهداف در عمل یک طرح کسب و کار (Business Plan) می باشد. شما قطعاً به چنین برنامه ای برای موفقیت نیاز خواهید داشت.

قدم چهارم:

یک مزیت مهم تجارت الکترونیک در مقایسه با کسب و کار آفلاین در میزان پول مورد نیاز برای راه اندازی است. شما می توانید با خرید یک نام دامنه و سرویس میزبانی و راه اندازی یک وب سایت با چند صفحه ساده و البته با کمک یک رایانه کار خود را شروع کنید. بزودی به موارد بیشتری نظیر یک نرم افزار برای ویرایش صفحات وب سایت، یک نرم افزار ویرایش عکس، نرم افزاری برای فروشگاه آنلاین خود و یا برنامه حسابداری احتیاج پیدا خواهید کرد.

قدم پنجم:

بطور قطع در برپایی تجارت جدید شما به تخصص و یاری افراد دیگر نیاز خواهید داشت. لیستی از توانمندی های مورد نیاز خود تهیه کنید و برای این توانمندی ها افرادی را کاندید کرده و مقدمات همکاری را فراهم کنید.

قدم ششم:

زمان آن فرا رسیده است که در مورد ظاهر و امکانات وب سایت و فروشگاه مرتبط با آن تصمیم گیری کنید. محتوای وب سایت تاثیر بسزایی در جلب مشتری و بازگرداندن آنها دارد.

قدم هفتم:

مدیریت سفارشات فروش، مدیریت مشتری ها و لیست خرید های ایشان و مدیریت پرداخت و نحوه ارسال کالای خریداری شده از جمله مسایلی است که در این مرحله باید به آن توجه شود. امنیت پرداخت ها و اطلاعات مشتریان باید فراهم شود و اطمینان مشتری به اینکه فروشگاه شما محلی امن و قابل اعتماد برای خرید می باشد، باید جلب شود.

قدم هشتم:

از وب سایت خود برای ایجاد محلی برای ارایه خدمات ویژه به مشتریان استفاده کنید. این خدمات می تواند شامل دادن اطلاعات دقیق و کافی در مورد محصولات، ایجاد صفحات گفتگو و تبادل نظر، ارایه مطالب مرتبط با محصولات و ایجاد محلی برای ارایه و به اشتراک گذاشتن تخصص شما باشد. به عنوان مثال اگر یک عکاس هستید، می توانید در مورد تکنیک های عکاسی، تجهیزات مورد نیاز و توصیه های مربوط به خرید دوربین و ... آموزش های ارایه دهید.

قدم نهم:

این قدم در واقع بخش تبلیغات کار شما را در بر می گیرد. استفاده از رسانه های اجتماعی بخشی از کار است که در این قسمت مورد توجه قرار می گیرد.

بعد از بررسی و رعایت کردن این نکات، می بایست به موارد زیر توجه داشته باشیم:

چون راه اندازی سرویس تجارت الکترونیک بر بستر اینترنت می باشد و می بایست یک سایت طراحی شود، لازم است در این زمینه نکات زیر مورد توجه قرار گیرند:

انتخاب نام:

اولین و مهمترین گام در زمینه راه اندازی یک تجارت الکترونیک انتخاب نام می باشد. این نام می بایست با نوع خدمات شما ارتباط معنایی داشته باشد. به طور مثال اگر قصد فروش برنامه برای گوشی های هوشمند را دارید، می بایست از نامهایی استفاده نمایید که مرتبط با فضای کاری خود و خدماتی که در سایت شما ارائه می شود باشد. کسی که به دنبال خدمات در حوزه فعالیت فروشگاه شما می باشد، با دیدن نام فروشگاه شما و مرتبط بودن آن با نوع فعالیت شما احساس اطمینان می کند.

مدنظر داشته باشید، انتخاب یک نام مناسب صرفاً داشتن یک ارتباط معنایی با فعالیت شما را شامل نمی‌شود بلکه می‌بایست این نام طوری باشد که در مباحث بهینه‌سازی سایت شما در جستجوگرهای اینترنت نیز یک انتخاب درست باشد. از تعداد حروف مورد استفاده در یک نام تا میزان عمر آن در زمان ثبت، تماماً بر روی بهینه‌سازی سایت شما در یک جستجوگر اینترنتی تاثیر گذار می‌باشد. جهت راهنمایی بیشتر می‌توانید مطالب حوزه بهینه‌سازی سایت برای جستجوگرها یا SEO را مطالعه نمایید.

طراحی وب سایت:

یک وب سایت می‌تواند ویتترین فروشگاه الکترونیکی شما باشد. پس لازم است تا قبل از طراحی و پیاده‌سازی آن کمی زمان صرف کرده تا تمام جوانب آن بررسی شود. امکاناتی که برای مشتریان خود در وب سایتتان قرار می‌دهید مواردی است که باعث وفادار ماندن آن مشتری برای فروشگاه شما می‌شود.

امروزه بسته‌های آماده‌ای تولید شده‌اند که با امکانات پیش فرض امکان پیاده‌سازی یک فروشگاه اینترنتی را به شما می‌دهند. هزینه این بسته‌های آماده بسیار کم می‌باشد. بعد از راه اندازی وب سایت خود می‌توانید به توسعه آن بپردازید. با نوشتن افزونه‌های مورد نیاز برای وب سایت خود می‌توانید سرویس دهی به مشتریان خود را بهینه نمایید.

<http://www.digitrain.ir>

www.chetor.com

<http://www.iriran.net>