



فصل ۶: ایجاد کسب و کار الکترونیک

نسخه شماره سه / زمستان ۱۳۹۴
www.tavallaei.sub.ir

تهیه و تنظیم:
دکتر روح اله تولایی
(عضو هیأت علمی دانشگاه شهید بهشتی)

مقدمه:

- در شرایطی که **اطلاعات به صورت مستمر** از یک بخش سازمان به بخش دیگر، و از سازمان به سایر بخشهای زنجیره تامین (شامل شرکای تجاری و تامین کنندگان تا مشتریان) در حال گردش است، **یکپارچه سازی سیستمهای اطلاعاتی** برای کارآمدی و رقابت پذیری شرکتها **اجتناب ناپذیر** شده است.
- طی سالهای متمادی، شرکت ها از **سیستم های اختصاصی (Proprietary)** برای یکپارچه سازی سیستم های اطلاعاتی خود استفاده میکردند.
- سیستم های اختصاصی **گرانقیمت** بوده و مبتنی بر **استانداردهای فناورانه** خاصی بودند، لذا شرکتهای معدودی قادر به تبعیت از آنها بودند.

فناوری شبکه جهانی اینترنت:

جزوه آموزشی

سیستم های اطلاعات مدیریت

- در چنین فضایی، شبکه جهانی اینترنت و سیستم های مبتنی بر وب، به سرعت در حال تبدیل شدن به زیرساخت اصلی یکپارچه سازی سیستم های اطلاعاتی سازمانها هستند.
- اینترنت بدون توجه به اینکه سازمان از چه سیستمهای اطلاعاتی یا چه استانداردهایی استفاده می کند، مجموعه ای جهانی، با کاربری آسان و بسیار کم هزینه تر را برای اعضای زنجیره تامین فراهم کرده است.
- تمام شرکای تجاری و اعضای زنجیره تامین از طریق اینترنت می توانند به طور مستقیم و آن لاین (بدون محدودیت زمان و مکان) با یکدیگر ارتباط برقرار کرده و رویه های چندمرحله ای غیر کارای سنتی را کنار بگذارند.

ظهور مفاهیم جدید در کسب و کارها:

جزوه آموزشی

سیستم های اطلاعات مدیریت

- اینترنت (Internet): شبکه ای بین المللی متشکل از شبکه های خصوصی و عمومی.
- وب گستره جهانی (World Wide Web): سیستمی است با استانداردهای پذیرفته شده جهانی برای ذخیره سازی، بازیابی، و نمایش اطلاعات در محیط شبکه.
- وب سایت (Web Site): تمامی صفحات وب متعلق به یک سازمان یا فرد بخصوص.
- مدل کسب و کار (Business Model): مدلی است که نشان می دهد یک سازمان چیست و چگونه محصولات و خدمات خود را تولید، ارائه، و به فروش می رساند و اینکه چگونه ایجاد ثروت می کند. امروزه اینترنت اطلاعات را از زنجیره ارزش جدا کرده و مدلهای کسب و کار جدیدی بوجود آورده است.

ظهور مفاهیم جدید در کسب و کارها_ ادامه:

جزوه آموزشی

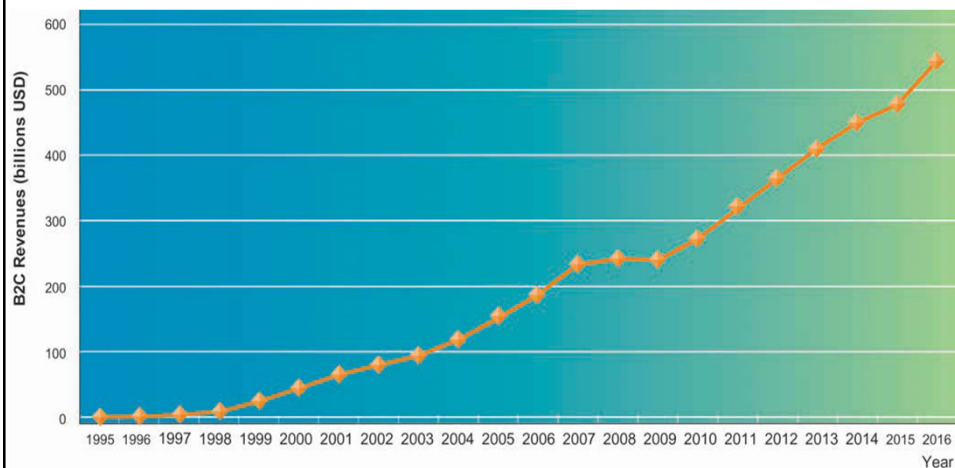
سیستم های اطلاعات مدیریت

- **بازار دیجیتالی (Digital Market):** یک سیستم اطلاعاتی است که خریداران و فروشندگان متعددی را برای تبادل اطلاعات، کالاها، خدمات و پرداختها مرتبط می سازد.
- **تجارت الکترونیکی (e-Commerce):** فرآیند خرید و فروش کالا و خدمات به صورت الکترونیکی که در آن عملیات بوسیله اینترنت، شبکه ها و دیگر فناوری های دیجیتالی انجام می شود.
- **کسب و کار الکترونیکی (e-Business):** استفاده از اینترنت و فناوری دیجیتالی در اجرای فرآیندهای سازمان. کسب و کار الکترونیکی شامل تجارت الکترونیکی و همچنین فرآیندهایی که برای مدیریت داخلی سازمان و برای هماهنگی با تأمین کنندگان و دیگر شرکای کسب و کار، می شود.

رشد در آمد شرکتها در کسب و کار الکترونیک:

جزوه آموزشی

سیستم های اطلاعات مدیریت



Retail e-commerce revenues grew 15–25 percent per year

رشد در آمد شرکتها در کسب و کار موبایلی:

جزوه آموزشی

سیستم های اطلاعات مدیریت



Mobile e-commerce is the fastest growing type of B2C e-commerce

تجارت سیار (m-commerce): استفاده از تجهیزات بی سیم، نظیر تلفن همراه، برای انجام عملیات تجارتهای الکترونیکی B2C و B2B از طریق اینترنت، NFC، USSD، GPS و... با ارائه خدمات ارزش افزوده جدید به مشتریان در هر زمان و مکان

کاربردهای اینترنت در کسب و کار:

جزوه آموزشی

سیستم های اطلاعات مدیریت

- وب سایتهای اینترنتی و رسانه های اجتماعی، در تمام ۲۴ ساعت و به صورت آن لاین در دسترس مشتریان و مصرف کنندگان هستند.
- «محصولات مبتنی بر اطلاعات»، مستقیماً از طریق اینترنت توزیع می شوند. نظیر محتوای متنی (مانند کتاب، مقاله، پروژه پژوهشی و گزارشات آماری)، محتوای صوتی (مانند پادکست و موسیقی)، محتوای تصویری (مانند عکس، کلیپ و فیلم های ویدئویی)، نرم افزارها (کامپیوتری و موبایلی)، خدمات الکترونیک و...
- فرسندگان سایر محصولات نیز از اینترنت برای توزیع اطلاعات محصولات خود از اینترنت استفاده میکنند. نظیر قیمتگذاری، معرفی انواع محصولات، موجود بودن، زمان تحویل و...

کاربردهای اینترنت در کسب و کار_ ادامه:

جزوه آموزشی

سیستم های اطلاعات مدیریت

- اینترنت میتواند **کانالهای توزیع** موجود را جایگزین کند یا آنها را گسترش دهد و برای جذب مشتریان و ارائه خدمات بیشتر، **نمایندگی فروش** (Outlets) جدید ایجاد کند. نظیر تخفیفات مبتنی بر وب، جذب مشتریان جدیدی که توان پرداخت کارمزدهای بالای توزیع کنندگان سنتی و بنگاه های خدمات مالی را ندارند.
- اینترنت (به عنوان زیرساخت اصلی یکپارچه سازی سیستم های اطلاعاتی) **هزینه های مبادله** شرکت ها را به طور چشم گیری کاهش می دهد. شامل هزینه های جستجو برای خریداران و فروشندگان، گردآوری اطلاعات درباره محصولات، ضوابط مذاکره، نوشتن و به اجرا درآوردن قراردادها، حمل و نقل کالای تجاری و...

کاربردهای اینترنت در کسب و کار_ ادامه:

جزوه آموزشی

سیستم های اطلاعات مدیریت

- اینترنت میتواند **کانالهای توزیع** موجود را جایگزین کند یا آنها را گسترش دهد و برای جذب مشتریان و ارائه خدمات بیشتر، **نمایندگی فروش** (Outlets) جدید ایجاد کند. نظیر تخفیفات مبتنی بر وب، جذب مشتریان جدیدی که توان پرداخت کارمزدهای بالای توزیع کنندگان سنتی و بنگاه های خدمات مالی را ندارند.
- اینترنت (به عنوان زیرساخت اصلی یکپارچه سازی سیستم های اطلاعاتی) **هزینه های مبادله** شرکت ها را به طور چشم گیری کاهش می دهد. شامل هزینه های جستجو برای خریداران و فروشندگان، گردآوری اطلاعات درباره محصولات، ضوابط مذاکره، نوشتن و به اجرا درآوردن قراردادها، حمل و نقل کالای تجاری و...

کاهش هزینه های مبادله در اینترنت:

جزوه آموزشی

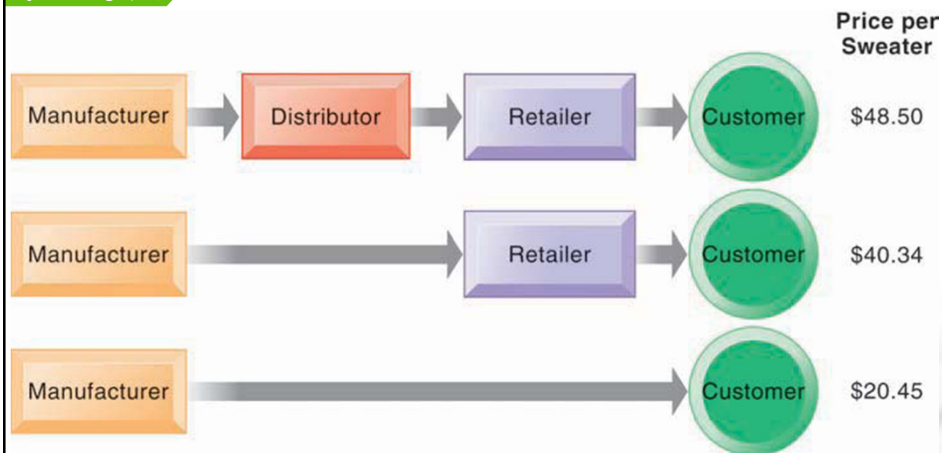
سیستم های اطلاعات مدیریت

عنوان مبادله	هزینه سنتی	هزینه اینترنت
بررسی مانده حساب بانکی	۱۰۸ دلار	۰.۱۳ دلار
پاسخ دادن به پرسش مشتریان	۱۰ تا ۴۵ دلار	۰.۱ تا ۵ دلار
خرید و فروش سهام	۱۰۰ دلار	۹.۹۵ دلار
ویرایش پرونده کارکنان	۱۲۸ دلار	۲.۳۲ دلار
پردازش یک گزارش هزینه	۳۶ دلار	۴ تا ۸ دلار
فرستادن یک بروشور تبلیغاتی	۰.۷۵ تا ۱۰ دلار	صفر تا ۰.۲۵ دلار
پرداخت یک صورتحساب	۲.۲ دلار	۰.۶۵ دلار

کاهش هزینه ها در کانال توزیع مستقیم:

جزوه آموزشی

سیستم های اطلاعات مدیریت



واسطه زدائی (Disintermediation): حذف واسطه ها در زنجیره ارزش، فروش مستقیم به مشتریان و کاهش قابل توجه در هزینه های عملیات - مثال ژاکت (Laudon, 2014: 410)

مدلهای مختلف کسب و کار اینترنتی:

جزوه آموزشی

سیستم های اطلاعات مدیریت

مثال	توضیح	دسته بندی
Amazon RedEnvelope.com final.ir	فروش مستقیم محصولات فیزیکی به مشتریان	خرده فروش الکترونیکی (E-tailer)
ETrade.com Expedia hotelyar.ir	عملیات واسطه گری فروش آنلاین را انجام می دهد و هزینه و زمان مشتریان را ذخیره میکند	دلال عملیات (Transaction broker)
Kbb.com bama.ir	محصول، قیمت، و دیگر اطلاعات را برای افراد یا سازمانها تأمین می کند. از طریق تبلیغات یا هدایت خریداران به سمت فروشندگان، کسب درآمد می کند.	دلال اطلاعات (Information broker)
Yahoo Bing Google yooz.ir	نقطه اولیه ای برای ورود به وب سایت ها همراه با دیگر خدمات	پرتال (Portal)

مدلهای مختلف کسب و کار اینترنتی_ ادامه:

جزوه آموزشی

سیستم های اطلاعات مدیریت

مثال	توضیح	دسته بندی
eBay Priceline.com divar.ir	فضایی دیجیتالی برای برقراری ارتباط میان خریداران و فروشندگان	سازنده بازار (Market creator)
WSJ.com GettyImages.com Games.com aparat.com	محصولات دیجیتالی، نظیر اخبار، موزیک، عکس و ویدئو فراهم می کنند و با دریافت هزینه محصولات دیجیتال و انجام تبلیغات، کسب درآمد می کنند.	تأمین کنندگان محتوای دیجیتالی (Content provider)
Facebook Google+ iVillage, Twitter Facenama.com	محلی برای ملاقاتهای آنلاین افرادی با علائق مشترک ارائه می کند که میتوانند اطلاعات مورد نیاز خود را پیدا کنند.	تأمین کنندگان اجتماعات (Community provider)
Google Apps Photobucket.com Dropbox cafebazaar.ir	برنامه های کاربردی WEB2.0 را تأمین می کند و با دریافت دستمزد، انجام تبلیغات، یا ارائه اطلاعات بازاریابی کسب درآمد می کند.	تأمین کنندگان خدمات (Service provider)

مراحل اصلی راه اندازی کسب و کار اینترنتی:

جزوه آموزشی

سیستم های اطلاعات مدیریت

- صرف نظر از نوع فعالیت و حوزه‌ای که قصد وارد شدن به آن را دارید، نگاهی به **عملکرد کارآفرینان موفق** نشان می‌دهد همه‌ی آن‌ها تقریباً مسیری شبیه به هم را طی کرده‌اند.
- در ادامه راه‌اندازی یک کسب و کار اینترنتی در قالب **۷ گام** معرفی شده است.

مراحل اصلی راه اندازی کسب و کار اینترنتی_ ادامه:

جزوه آموزشی

سیستم های اطلاعات مدیریت

- **گام اول: پیدا کردن یک نیاز از مشتریان و ارائه‌ی راه‌حل برای آن**
- اکثر کسانی که کارآفرینی را برای اولین بار شروع می‌کنند مرتکب این اشتباه می‌شوند که اول به دنبال تولید کالا یا خدمات می‌روند و بعد برای یافتن یک بازار مناسب اقدام می‌کنند.
- برای افزایش شانس موفقیت، کارآفرینی را با جستجو برای پیدا کردن یک بازار مناسب شروع کنید. برگ برنده‌ی شما پیدا کردن گروهی از آدم‌هاست که در جستجوی یافتن راه‌حلی برای مشکلی هستند اما نتایج زیادی پیدا نمی‌کنند. اینترنت انجام این نوع تحقیقات بازار را راحت می‌کند:
- به فروم‌های اینترنتی مختلف و متعدد بروید و ببینید کاربران چه سوالاتی می‌پرسند و به دنبال حل چه مشکلاتی هستند.
- جستجوی کلیدواژه انجام دهید تا بفهمید کاربران اینترنتی چه کلیدواژه‌هایی را جستجو می‌کنند. بررسی کنید برای کدام کلیدواژه‌ها وبسایت‌های کمتری وجود دارد و کدام نیازها بی‌پاسخ مانده.
- رقبای احتمالی خود را پیدا کنید. از وبسایت‌هایشان بازدید کنید و از آن‌چه آنها برای برآورده کردن تقاضای کاربران و مشتریان انجام می‌دهند یادداشت برداری کنید.
- از نتایج بررسی‌های خود بازاری را انتخاب کنید و بر اساس توان و تخصص خود یکی از آن نیازهای بی‌پاسخ مانده را هدف قرار دهید و راه‌حلی متفاوت و بهتر از آن‌چه رقبا انجام می‌دهند ارائه دهید.

مراحل اصلی راه اندازی کسب و کار اینترنتی_ ادامه:

جزوه آموزشی

سیستم های اطلاعات مدیریت

□ گام دوم: برای تبلیغ، بازاریابی و فروش برنامه‌ای تهیه کنید.

➤ در استراتژی تبلیغ و بازاریابی خود باید روی چگونگی حل منحصر به فرد مشکل مردم یا بهبود زندگی آنها توسط محصول یا خدمات خود تمرکز کنید. مثل خود مشتریان فکر کنید و بپرسید "برای من چه چیز به درد بخوری در اینجا وجود دارد؟" پاسخ را بیابید و در مراحل زیر لحاظ نمایید.

۱. با انتخاب سرخطها و جملات جالب توجه، در بین کاربران و بازدیدکنندگان سایت خود علاقه ایجاد کنید.

۲. کالا یا خدمات شما قرار است مشکلی از کاربران را حل کند؛ آن مشکل را به شکل مناسبی توضیح دهید.

۳. در بخش(های) مناسب وبسایت خود پیشنهاد یا پیشنهادات فروش قرار دهید؛ گزینه‌های مختلف و بسته‌های پیشنهادی یا در صورت لزوم تخفیف‌ها و شرایط ویژه.

مراحل اصلی راه اندازی کسب و کار اینترنتی_ ادامه:

جزوه آموزشی

سیستم های اطلاعات مدیریت

□ گام دوم: برای تبلیغ، بازاریابی و فروش برنامه‌ای تهیه کنید.

۴. با استفاده از محتوای مناسب و قانع کننده، اعتبار و صلاحیت خود را به عنوان فرد یا کسب و کاری که قرار است مشکل کاربران را حل کند به آنها اثبات کنید. این محتوا می‌تواند شامل مدارک دانشگاهی، اسنادی که نشان از تخصص شما دارد، پروژه‌های پیشین که توسط کسب و کار شما انجام گرفته، توضیحات تکمیلی درباره‌ی خود و توانایی‌های شخصی و سازمانی و نظرات مشتریان پیشین باشد. می‌توانید برای این منظور از انواع مختلف محتوا از نوشته گرفته تا عکس، ویدئو، اینفوگرافیک و هر مطلب مناسب و خلاقانه‌ی دیگر استفاده کنید.

۵. در صورت وجود، حتماً بخشی را برای قراردادن نظرات مثبت مشتریان پیشین خود اختصاص دهید.

۶. درباره‌ی کالا یا خدمات خود و اینکه چگونه برای کاربران مفید است توضیحات کامل و جذاب قرار دهید.

۷. برای محصولات خود ضمانتنامه‌ای قوی قرار دهید.

۸. با استفاده از محتوای مناسب و صادقانه برای بازدیدکنندگان وبسایت خود "ضرورت" خرید و استفاده از محصولات خود را ایجاد کنید. به این نکته دقت کنید که کاربران فرصت جستجو درباره‌ی صحت موضوعاتی که به منظور ایجاد ضرورت به آنها اعلام می‌کنید را دارند. پس به آنها احترام بگذارید و صادق باشید، در غیر این صورت اعتبار خود را از دست می‌دهید.

۹. درخواست فروش بدهید؛ جملاتی که با آنها به صورت مستقیم کاربران را به خرید یا استفاده از محصولات خود دعوت می‌کنید.

مراحل اصلی راه اندازی کسب و کار اینترنتی_ ادامه:

جزوه آموزشی

سیستم های اطلاعات مدیریت

□ **گام سوم: وبسایت خود را طراحی کنید و بسازید**

- پس از انتخاب بازار هدف و محصول یا خدماتی که قصد ارائه آن را دارید، و براساس برنامه‌ی بازاریابی و فروشی که تهیه کرده‌اید (که در بالا به آن اشاره شد)، **وبسایت مناسبی** برای کسب و کار خود ایجاد کنید. اگر تخصصی در زمینه‌ی طراحی وبسایت ندارید، سایت‌های مختلفی در اینترنت وجود دارند که با کمک **قالبهای آماده آنها** می‌توانید با صرف کمی وقت وبسایت خوبی برای خود طراحی کنید. ولی اگر خود قادر به طراحی و ساخت وبسایت نیستید، باید از یک **طراح حرفه‌ای کمک بگیرید**.
- به یاد داشته باشید که در طراحی وبسایت کسب و کار خود همه چیز را ساده نگه دارید. شما برای جلب توجه هر بازدیدکننده **تنها ۵ ثانیه فرصت** دارید.

مراحل اصلی راه اندازی کسب و کار اینترنتی_ ادامه:

جزوه آموزشی

سیستم های اطلاعات مدیریت

- **قدم چهارم: از موتورهای جستجو برای جذب خریداران به سایت خود استفاده کنید**
- شیوه‌ی تبلیغ پرداخت با هر کلیک (pay-per-click) آسان‌ترین راه **جلب ترافیک** به یک سایت تازه کار است. این شیوه در مقایسه با صبر و تلاش مستمر برای جذب طبیعی ترافیک اینترنتی به سمت سایت شما دو مزیت دارد؛ **اول**، این نوع تبلیغ فوراً بر روی صفحات جستجو ظاهر می‌شوند، و **دوم** اینکه آنها به شما اجازه می‌دهند کلیدواژه‌ها و سرخط‌های مختلف و قیمت‌ها و روش‌های فروش متفاوت را امتحان کنید.
- این کار به **رتبه‌بندی شما** در نتایج جستجوی طبیعی در موتورهای جستجو از قبیل گوگل، یاهو و بینگ کمک خواهد کرد.

مراحل اصلی راه اندازی کسب و کار اینترنتی_ ادامه:

جزوه آموزشی

سیستم های اطلاعات مدیریت

□ گام پنجم: برای خود یا کسب و کارتان شهرت ایجاد کنید.

➤ اغلب کاربران از اینترنت برای جمع آوری اطلاعات و پیدا کردن پاسخی برای سوالات خود استفاده می کنند.

➤ **فرومها** یا وبسایت هایی که حوزه ی فعالیتشان با شما مشترک است را شناسای کنید و اطلاعاتی که بیشتر کاربران درباره ی آنها در اینترنت جستجو می کنند را به طور رایگان برای آنها فراهم کنید. با این راه ترافیک بیشتر و رتبه بندی بهتری در موتورهای جستجو به دست می آورید. رمز موفقیت قراردادن لینکی از سایت خود در لا به لای محتوایی که برای سایت های دیگر فراهم می کنید است.

مراحل اصلی راه اندازی کسب و کار اینترنتی_ ادامه:

جزوه آموزشی

سیستم های اطلاعات مدیریت

□ گام ششم: از قدرت بازاریابی ایمیلی برای تبدیل بازدیدکننده به خریدار استفاده کنید.

➤ تهیه لیستی از اعضا که به صورت انتخابی (داوطلبانه) برای دریافت پیامهای شبکه اجتماعی و ایمیل های شما ثبت نام می کنند (opt in) یکی از باارزش ترین دارایی های اینترنتی کسب و کار شما خواهد بود.

➤ از آنجا که مشتریان و اعضای سایت شما با علم به اینکه از این طریق ایمیل های وبسایت شما را دریافت می کنند، می توانید تمامی محتوای تولید شده کسب و کارتان را به همراه بسته های تبلیغی، تخفیفات مناسبی و ... برای آنها ارسال کنید. به این نکته توجه کنید که اعضا به شما اعتماد کرده و ایمیل خود را در اختیار شما قرار داده اند.

□ گام هفتم: با **back-end sale** و **upselling** درآمد خود را افزایش دهید

➤ روش **back-end selling** به روشی گفته می شود که مشتری بعد از خرید یک محصول، **محصولات دیگری** نیز از شما خریداری کند.

➤ روش **upselling** نوعی از بازاریابی است که در آن فروشنده مشتری را به خرید **محصولی گران تر** ترغیب می کند؛ و یا به خرید **محصولات جانبی** محصولی که مشتری پیشتر خریده یا تمدید خدماتی که قبلاً استفاده می کرده و یا ارتقای خدمات گذشته به خدمات ویژه و با قیمت بیشتر.