

کسب و کار الکترونیکی چیست؟



به کسب و کاری گفته می شود که به صورت الکترونیکی و از طریق شبکه اینترنت انجام می پذیرد.

مزایای انتخاب کسب و کار اینترنتی:

- راه اندازی ساده
- سرمایه گذاری مالی اندک
- ظرفیت رشد زیاد
- ساعات کاری انعطاف پذیر
- رقابت با بزرگان
- ارتباط ساده با مشتری
- قابلیت مکانیزه کردن کارها

موانع کسب و کارهای اینترنتی:

- نبود زیر ساختهای مخابراتی مناسب
- مشکلات سیستم بانکی در ارائه خدمات الکترونیکی
- فراگیر نشدن فرهنگ خرید و فروش در اینترنت



عوامل اساسی موفقیت در کسب و کارهای اینترنتی:

- انتخاب کاری که آن را بلدید (کننده آن کار هستید)***
- انتخاب کسب و کار مورد علاقه
- آگاهی، دانش و مهارت لازم
- تلاش و پشتکار
- منحصر به فرد و ممتاز شدن در کسب و کار

دلایل شکست کسب و کارهای اینترنتی:

- شتاب زدگی
- نداشتن مهارت کافی

If you
wait for
perfect
conditions,
you'll never
get anything
done.



مسیر حرکت موفقیت در کسب و کارهای اینترنتی:

- شناسایی فرصتها و انتخاب بازار هدف
- انتخاب محصول / خدمات مورد علاقه
- ارزیابی طرح ها و انتخاب بهترین طرح (طرح توجیهی)
- تهیه طرح کسب و کار اینترنتی (eBP) برای طرح منتخب
- انتخاب نام دامین و هاستینگ مناسب
- طراحی یک سایت کسب و کار
- ایجاد یک موقعیت بی همتا در اینترنت
- بازاریابی اینترنتی ارائه محصولات رایگان، کتابهای الکترونیکی، بازاریابی با استفاده از ایمیل و...
- ارتقا در موتورهای جستجو
- تبلیغات اینترنتی
- ارتباط مناسب با مشتریان

دسته بندی پایه انواع کسب و کارهای اینترنتی

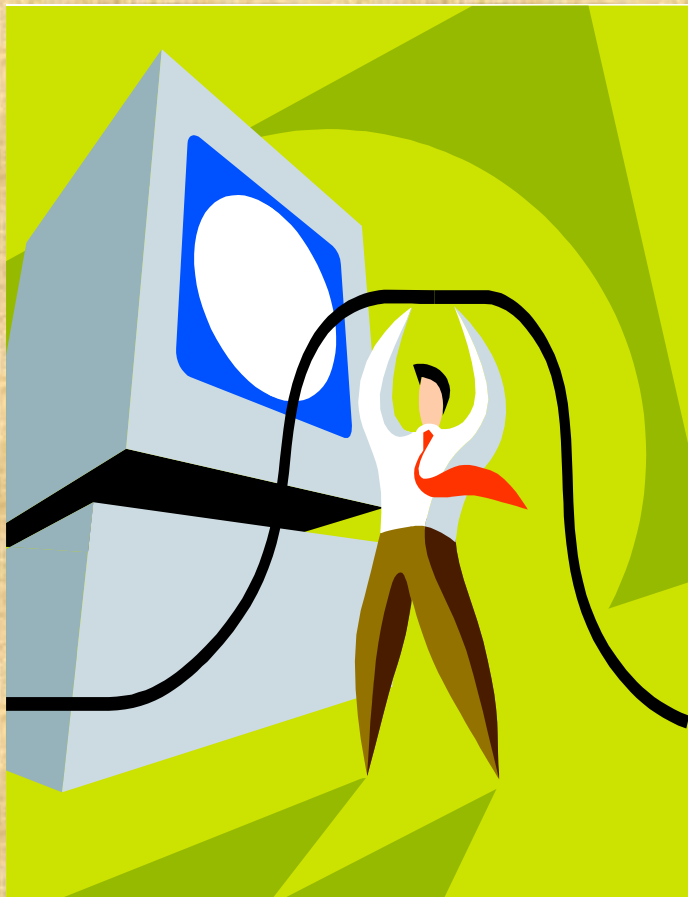
1. مدل واسطه گری
 2. مدل تبلیغات
 3. مدل واسطه گری اطلاعات
 4. مدل خرید و فروش (تجارت)
 5. مدل تولید کننده
 6. مدل ارتباطی (Affiliate Model)
 7. مدل جامعه مجازی
 8. مدل عضویتی
 9. مدل مقدار استفاده
-



توسعه یک محصول یا خدمت خاص جهت بازار انتخاب شده

انتخاب یک محصول برای بازار آنلاین چهار حالت دارد:

- خودتان تولید کننده یک محصول انحصاری هستید.
- شما امتیاز فروش یک محصول خاص را دارید.
- در برنامه های فروش مشترک **Affiliate Programs**
- خدمات خاصی را از طریق اینترنت ارائه می دهید.



خصوصیات محصولات انتخاب شده:

- کیفیت
- رقابت
- معرفی و ارتقای ساده
- کم هزینه و پر سود
- موجودی دائمی
- مزیت
- استفاده راحت
- بی خطر و قانونی
- حمل و نقل
- انبار و نگهداری

بازاریابی اینترنتی



تبلیغات در بازاریابی اینترنتی

- اینترنت روش کم هزینه ای را برای فروشنده جهت داشتن ارتباط مستقیم و مداوم با مشتری ایجاد می کند.
 - تبلیغات مطابق سلیقه و دلخواه مشتری
 - یکی از دلایل عدم موفقیت شرکتهای دات کام، سرمایه گذاری کلان آنها در بازاریابی انبوه جهت تبلیغات (Promtion) مارکهای الکترونیکی بوده است. برای مدیریت کارا و موثر مارکهای الکترونیکی، شرکتهای باید از استراتژیهای تبلیغات (Promtion) نوین استفاده کنند.
 - شهرت Brand در بازاریابی الکترونیکی نیز همانند بازار یابی سنتی همچنان وجود دارد و حتی اهمیت بیشتری یافته است.
-

اصطلاحات مرتبط با تبلیغات اینترنتی

- **AD VIEWS:** تعداد دفعاتی که یک کاربر در زمانی خاص به صفحه ای که در آن بمر تبلیغاتی قرار دارد مراجعه کرده باشد که به آن **PAGE VIEW** نیز می گویند
 - **BUTTON:** یک بنر تبلیغاتی کوچک است که با کلیک آن کاربر به سایت آن شرکت متصل می شود
 - **CLICK THROUGH:** یا **CLICK AD** تعداد دفعات کلیک که توسط کاربر برای رویت یک بنر تبلیغاتی صورت گرفته تا به وبسایت آگهی دهنده مرتبط شود، ثبت شده و شمارش می شود
-

اصطلاحات مرتبط با تبلیغات اینترنتی

CPM: COST PER THOUSAND IMPRESSIONS

هزینه ای است که آگهی دهنده در ازای هر بار دیده شدن بنر تبلیغاتی خود توسط مصرف کنندگان پرداخت می کند

CONVERSION RATE: تعداد کاربرانی که از سایتها خرید

میکنند را در قالب درصد بیان می کند

HIT: هر گونه درخواست برای دیدن اطلاعات از یک فایل یا

صفحات وب است که معمولا برای نشان دادن شهرت و

محبوبیت یک سایت و مشخص کردن سایتی که در یک زمان

مشخص بیشترین بازدید کننده را دارد بکار می رود

اصطلاحات مرتبط با تبلیغات اینترنتی

- **VISIT**: مراحل گوناگون یک درخواست را که توسط کاربر برای مشاهده یک سایت و یا صفحات وب صورت می گیرد
 - **TIMEOUT**: مدت زمانی را که یک بازدید کننده برای ارائه درخواست خود در یک وبسایت می گذراند می گویند که معمولا بین ۱۵ تا ۳۰ دقیقه است .
 - **UNIQUE VISIT**: شمارش تعداد بازدید کنندگان یک سایت بدون در نظر گرفتن تعداد صفحاتی است که وی در هر بازدید خود مشاهده کرده است
 - **STICKINESS**: هر چه زمان صرف شده در یک سایت توسط کاربر بیشتر باشد چسبندگی و جذابیت بیشتری دارد
-

روشهای تبلیغات آنلاین (بنرها، POP UP / POP UNDER و ایمیل مارکتینگ)

- بنرها: دارای ظاهری گرافیکی بوده که برای تبلیغات در وب سایت استفاده میشود. معمولا ۵ تا ۶.۲۵ اینچ طول و ۰.۵ تا یک اینچ پهنا دارند و بر حسب پیکسل ارزیابی می شوند

بنر تبلیغاتی به صفحه وب فرد آگهی دهنده مرتبط است. زمانی که کاربر روی این بنرها کلیک می کند به سایت اصلی شرکت آگهی دهنده متصل می شود

- انواع بنرها:

- **KEYWORD BANNER:** با تایپ کلمه ای خاص در موتور جستجو فعال می شوند و به نمایش در می آیند (مناسب برای معرفی کالا و خدمات جدید)

- **RANDOM BANNER:** بطور کاملا تصادفی روی صفحه نمایش مرورگر ظاهر می شوند

آگهی های POP UP و POP UNDER

- **POP UP:** آگهی های تبلیغاتی که در صفحاتی جداگانه در حین خواندن ایمیل، قبل یا بعد از مشاهده یک صفحه روی صفحه نمایشگر کاربر ظاهر می شود
- **POP UNDER:** آگهی تبلیغاتی که در زیر (پشت) پنجره جاری مرورگر ظاهر شده و زمانی که کاربر صحنه را می بندد آن را مشاهده می کند
- روش مبادله پایاپای بنرها : ارزانتترین حالت (مذاکره مشکل است و کمتر استفاده می شود)
- روش مبادله بنرها: بازاری است که در آن شرکتهای گوناگون به تجارت و معاوضه مکان قرار گرفتن بنرهای تبلیغاتی خود می پردازند. هرگاه یکی از شرکت کنندگان در بازار به نمایش بنر دیگری پردازد، اعتباری را دریافت خواهد کرد. زمانیکه اعتبار به حد کافی برسد می تواند بنر تبلیغاتی خود را در یکی از سایتهای عضو به نمایش بگذارد.

ویژگیهای سایتهای آگهی اینترنتی مناسب

دسته بندی مناسب آگهی ها: از این نظر جای هیچ صحبتی باقی نمی ماند.

ساختار URLها: ساختار URLها هرچه خواناتر باشند، و دسته بندی ها را بهتر نمایش دهند، سایت قطعاً موفق تر خواهد بود.

سطح navigation در سایت: منظور سطح دشواری حرکت در سایت است. باید سایت طوری باشد که کاربر آن بتواند به آسانی به دسته بندیهای مختلف آگهی ها، دسترسی داشته باشد.

پشتیبانی: مسلماً هیچ سایتی بدون پشتیبانی دوام نخواهد داشت. سایتهای تبلیغات اینترنتی از بخشهایی هستند که نیاز به تیم پشتیبانی قوی برنامه نویسی و راهنمایی کاربران دارند. بسیاری از سایتهای هرگز به ایمیلهای کاربران پاسخ نمیدهند و برای تأیید آگهی بعضاً باید ۳ روز یا حتی بیشتر، زمان صرف کنیم.

ویژگیهای سایتهای آگهی اینترنتی مناسب

استفاده از تگ توصیف: تگ توصیف اهمیت زیادی در بهبود رتبه صفحه در نتایج جستجو دارد. استفاده از این تگ در ساختار آگهی بر ارزش آن می افزاید.

امکان درج لینک: این مورد را به تنهایی یک مزیت بزرگ میدانم. چرا که می تواند کاربر بازدید کننده آگهی را مستقیماً به سایت شما رهنمون سازد.

چند سایت برتر آگهی اینترنتی

-
- ۱- ایران تجارت : <http://iran-tejarat.com>
 - ۲- ایفروش : <http://eforosh.com>
 - ۳- ایستگاه: <http://Istgah.com>
 - ۴- دو ایستگاه: <http://2Istgah.ir>
 - ۵- ویستا: <http://vista.ir/ads>
 - ۶- نیازپرداز: <http://niazpardaz.com>
 - ۷- تبلیکس: <http://www.tablix.ir/>
 - ۸- توکان: <http://tookan.ir/>
 - ۹- تجارت ایران: <http://www.tejarat-iran.ir/>

چند سایت برتر آگهی اینترنتی

-
- ۱۰- یارنو <http://www.yareno.com/>
- ۱۱- آگهی ساز: <http://www.agahisaz.com/>
- ۱۲- نیازمندیها.اینو <http://niazmandiha.info/>
- ۱۳- آگهی ۲۴ <http://agahi24.com/>
- ۱۴- تبلیغ رسانه: <http://vtab.ir/>
- ۱۵- لوکوپوک: <http://locopoc.com>
- ۱۶- آگهی وب: <http://www.agahiweb.com/>
- ۱۷- همشهری: <http://www.hamshahree.com/>
- ۱۸- نوین تبلیغ: <http://www.novintabligh.com/>

چند سایت برتر آگهی اینترنتی

http://7rang.ir/	۱۹-۷ رنگ:
http://mihanagahi.com/	۲۰- میهن آگهی:
http://www.7010.ir/	۲۱- ۷۰۱۰
http://bazaryar.ir/	۲۲- بازار یار
http://tejaratbazar.com/	۲۳- تجارت بازار:
http://tablighat24.com/	۲۴- تبلیغات ۲۴ :
http://agahiyab.com/	۲۵- آگهی یاب:
http://adco.ir/submit/	۲۵- معرفی به موتورهای جستجو:
www.cboxi.com	۲۶- سی باکسی
www.toosniaz.ir	۲۷- ٹوس نیاز ²²

چند سایت برتر آگهی اینترنتی

۲۸- بورس کالا <http://www.boorsekala.com/>