

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

دوره آموزشی: مدیر کسب و کار الکترونیکی

مدرس: مهندس ساسان جعفرنیا - کارشناس ارشد کشاورزی

با بیش از هفده سال سابقه فعالیت در فضای اینترنت

موسس اولین آموزشگاه و سایت آموزش و فروشگاه آنلاین کشاورزی در

ایران با نام سبزایران در سال ۱۳۸۱

مؤلف و مترجم ۴۰ عنوان کتاب آموزشی و کاربردی و تدوین بیش از ۱۰۰

عنوان استاندارد آموزشی سازمان فنی و حرفه ای کشور

برگزاری ۷۵ دوره آموزشی مدیر کسب و کار اینترنتی، بازاریاب فروشگاه

مجازی، مدیر فروشگاه اینترنتی، طراحی سایت با وردپرس، مهندس

بهینه سازی سایت، مدیر سئو، بازاریاب فضای مجازی از سال ۱۳۹۳

سرفصل دوره مدیر کسب و کار الکترونیکی

- مدیر کسب و کار الکترونیکی کسی است که بتواند با اجرای یک برنامه کسب و کار الکترونیکی به انجام فعالیتهای بازاریابی الکترونیکی جهت کسب درآمد بپردازد.

سرفصل دوره آموزش

- ۱- مفاهیم بازاریابی الکترونیکی
- ۲- مدیریت تبلیغات آنلاین
- ۳- رفتار مشتری در کسب و کار الکترونیکی
- ۴- مفاهیم خرده فروشی محصولات در کسب و کار الکترونیکی
- ۵- انجام سفارش در کسب و کار الکترونیکی
- ۶- سیستم های پرداخت الکترونیکی
- ۷- بررسی اجزاء یک سایت تجاری کاربردی

تکالیف و پروژه دوره مدیر کسب و کار الکترونیکی

- ۱- تهیه ۵ فایل ورد با موضوعات مرتبط با مبحث آموزشی روز
- ۲- بارگزاری فایل های تهیه شده روی سامانه آموزشی
- ۳- تهیه یک کمپین دیجیتال مارکتینگ (برنامه بازاریابی الکترونیکی ۶ ماهه با بودجه ۵۰ میلیون تومان و بارگزاری فایل روی سامانه آموزشی
- ۴- تهیه ۵۰ سوال تستی چهار گزینه‌ای با جواب از مطالب ارائه شده در کلاس و تحویل آن روی سامانه آموزشی تا قبل از اتمام دوره

www.timetochange.ir sjafarnia@yahoo.com

کسب و کار اینترنتی چیست؟
باید ها و نبایدهای
نکات مهم در
چرا داشته باشیم؟
چگونه داشته باشیم؟
روش های انجام
درآمد اینترنتی چیست؟
روش های کسب درآمد آنلاین؟
مدل های کسب و کار اینترنتی؟

برخی از منابع

- ۱- مرجع کامل بازاریابی الکترونیکی
- ترجمه: دکتر یعقوب فرجامی و مهندس رامین مولاناپور
- ۲- استراتژی‌های کسب و کار الکترونیکی
- ترجمه: سمیه میرزایی و هابیل چگنی
- ۳- مفاهیم بازاریابی الکترونیکی
- تالیف: مهندس محمدرضا شیخ بهائی
- ۴- رویکردی نو در طراحی و ارزیابی وب سایت‌های تجارت الکترونیکی
- تالیف و ترجمه: مهندس ابوالفضل شرافت

برخی از منابع

۵- بازاریابی الکترونیکی با رویکردی بر ارتباط با مشتریان

تالیف: مهندس محمدرضا شیخ بهائی

۶- تجارت الکترونیکی

تالیف: دکتر محمد فتحیان، مهندس رامین مولاناپور

۷- تعاریف، موانع و راهکارهای تجارت الکترونیکی

تالیف: دکتر پیام حنفی زاده

برخی از منابع

- ۸- مرجع کامل تجارت الکترونیک
(طراحی، ساخت و پیاده سازی کسب و کارهای مبتنی بر وب)
ترجمه: دکتر مریم کامرانی
- ۹- بازاریابی الکترونیک (اصول، مفاهیم، کاربردها)
تالیف: عبدالحمید ابراهیمی، امید مهدیه
- ۱۰- تجارت الکترونیک (اصول، مفاهیم، کاربردها)
تالیف: عبدالحمید ابراهیمی، امید مهدیه

مفاهیم اولیه کسب و کار

کسب و کار

تعریف: کسب و کار عبارت است از خرید و فروش کالاها، تولید کالا یا عرضه‌ی خدمات به منظور بدست آوردن سود است.

در واژه نامه‌ی آکسفورد، کسب و کار به معنی خرید و فروش و تجارت آمده است.

در واژه نامه‌ی لانگ من، **کسب و کار** به فعالیت پول در آوردن و **تجارتی** که از آن پول حاصل شود، گفته می‌شود.

اصول چهار گانه کسب و کار:

- دانستن نام محصول های مختلف
- دانستن نام شرکت های مختلف
- دانستن نام بنیانگذاران شرکت ها و نحوه موفقیت آنها
- داشتن مهارتهای لازم

پنج مهارت کسب و کار آینده ساز:

1. مهارت‌های مدیریتی (ارتباطات, تصمیم گیری, کارگروهی و سرپرستی)
2. دانستن زبان خارجی (به خصوص زبان انگلیسی)
3. مهارت‌های مالی و اقتصادی (هزینه و سود, نگاه اقتصادی و آشنایی با اصول حسابداری)
4. مهارت‌های بازاریابی (خرید, فروش, مفاهیم بازار و بازاریابی)
5. مهارت استفاده از فناوری اطلاعات (آشنایی با رایانه, توانایی کار و جست و جو در اینترنت)

تجارت الکترونیک و بازاریابی الکترونیک

E – Commerrce

E-Marketing

www.timetochange.ir

تعریف تجارت الکترونیک (EC)

• به روند خرید، فروش، انتقال یا تبادل محصولات، خدمات و یا اطلاعات از طریق شبکه های کامپیوتری از جمله اینترنت گفته می شود یا بطور کلی به هر گونه مبادله تجاری کالاها و خدمات و کلیه فعالیتها و سازوکار مرتبط با آن از طریق اینترنت یا سایر وسایل ارتباطی که بصورت آنلاین صورت میگیرد

• تجارت : مبادله پول با کالا و خدمات می باشد و هرگونه داد و ستد و خرید و فروش را در بر می گیرد که اگر این مبادله در بستر اینترنت بصورت الکترونیکی صورت گیرد، تجارت الکترونیک شکل گرفته است.

تعریف کمیسیون اروپا (1997)

• پردازش و انتقال الکترونیک داده‌ها شامل: متن، صدا و تصویر است و فعالیتهای گوناگونی از قبیل مبادله الکترونیک کالاها و خدمات و تحویل فوری مطالب دیجیتال و انتقال الکترونیک را شامل می‌شود.

مقدمه

مدیری که به دانایی ، فکر و اندیشه ، نوآوری و خلاقیت پردازد
مدیر جهان اول است

مدیری که فقط به فکر سیستم باشد **مدیر جهان دوم است**
مدیری که فقط از مهارت‌های خود استفاده کند **مدیر جهان سوم است**

مدیری که به توانایی های فیزیکی خود می اندیشد **مدیر جهان چهارم است**

مبادله الکترونیکی داده ها \neq تجارت الکترونیک

مبادله الکترونیکی داده

انتقال و تبادل داده در راستای تحقق فعالیت های تجاری و بکارگیری پیام های استاندارد شده بین المللی که توسط ابزار الکترونیکی انجام میشود. مانند پست الکترونیک، انتقال الکترونیک پول و...

در حالی که تجارت الکترونیک عبارت از مبادله تجاری بدون استفاده از کاغذ است که در آن از مبادله الکترونیکی داده ها به عنوان یک ابزار استفاده می شود.

بعبارت دیگر مبادله الکترونیکی داده ها بعنوان ستون فقرات تجارت الکترونیک عمل می نماید.

پس به طور کل می توان گفت
تجارت الکترونیک اشاره به معاملاتی دارد که عمده
فرآیند آنها بدون نیاز به حضور فیزیکی طرفین آن و
صرفاً از طریق شبکه‌های ارتباطی (تلفن ، اینترنت و...)
که معمولاً (نه همیشه) بخاطر پول انجام می پذیرد .

۱۹۵۵ - ۱۹۷۴: عصر پردازش الکترونیکی داده‌ها (EDP)
بیست ساله نخست عصر ماشینهای خود پرداز (ATM) و کارتهای اعتباری

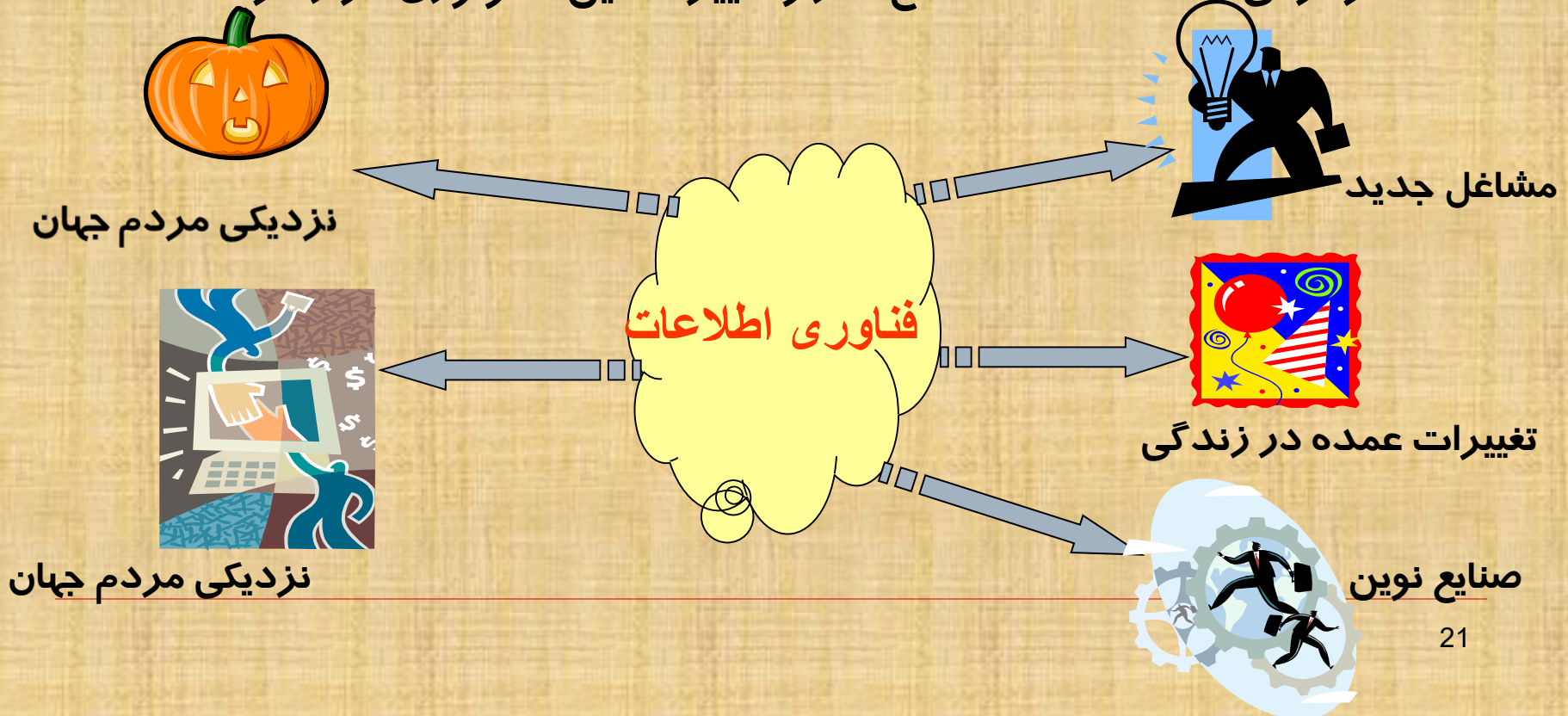
۱۹۷۵ - ۱۹۹۴: عصر سیستم های اطلاعاتی مدیریت (MIS)
در عصر دوم امکان استفاده از مبادله الکترونیکی داده‌ها (EDI) ،
سیستم بانکی بین المللی (Swift) و انتقال وجه الکترونیکی (EFT)
فراهم شد .

۱۹۹۵ - ۲۰۲۰: عصر اینترنت (Internet)
توسعه اینترنت و کاربردهای تجاری آن ، باعث تحولی اساسی در این
روند شده است ، به گونه‌ای که در روند تکاملی تجارت
الکترونیک ، می‌توان میان تجارت الکترونیکی سنتی و نوع اینترنتی
آن تمایز محسوسی قائل شد.

تجارت الکترونیک و فن آوری اطلاعات (E - Commerce & IT)

فن آوری اطلاعات ، روش کارکرد افراد ، سازمانها ، دولتها و حتی طرز تفکر مردم را تغییر داده است .

آموزش ، بهداشت ، صنعت ، تجارت ، بانکداری ، خدمات و حتی اوقات فراغت و سرگرمی ها همه تحت الشعاع آثار و تغییرات این تکنولوژی قرار گرفته اند .



پیشرفتهای **تکنولوژی اطلاعات** به حدی گسترده است که برخی از صاحبان نظر آن را با پدیده‌هایی چون **“اختراع ماشین بخار”** مترادف دانسته اند .

در بعد اقتصادی نیز **تجارت الکترونیک** نیز به عنوان یکی از قسمت‌های مهم **نشأت گرفته از فن آوری اطلاعات است** که پیشرفت آن در سایه پیشرفت فن آوری اطلاعات محقق گشته است .

تجارت الکترونیکی در برابر تجارت سنتی

(e - commerce & Traditional commerce)

تکنولوژی اطلاعات به عنوان لبه پیشرو تکنولوژیهای جدید در

سه پارامتر سرعت ، دقت و هزینه

فعالیتها می تواند تاثیر گذار باشد

تجارت الکترونیک از دیدگاه بازار یعنی

، ،

همه جا همه کس همه وقت

تکنولوژی اطلاعات می تواند پنج مزیت عمده ایجاد کند:

- ✓ ارزاتر (تولید خروجی های مشابه با هزینه کمتر)
- ✓ بیشتر (تولید خروجی های بیشتر با همان هزینه)
- ✓ سریعتر (تولید خروجی های مشابه با همان هزینه در زمان کمتر)
- ✓ بهتر (تولید خروجی های مشابه با همان هزینه و زمان در سطح جهانی)
- ✓ فرصتهای جدیدتر (ایجاد مشاغل جدید برای جایگزینی کسب و کار)



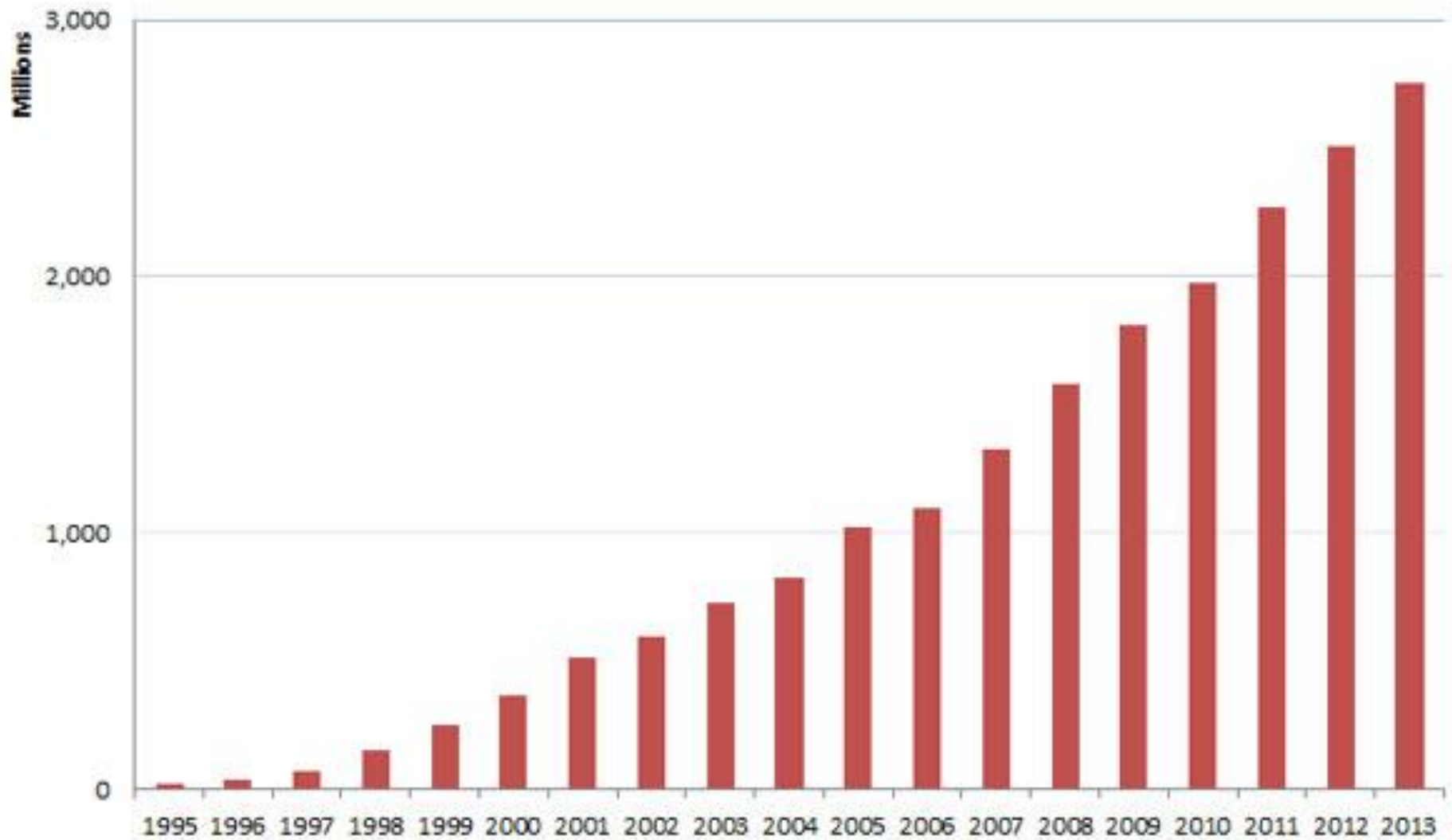
مشخصات یک واحد کسب و کار جدید

- ✓ یک واحد مجازی است.
- ✓ یک واحد یادگیرنده است.
- ✓ یک واحد مبتنی بر فعالیت در شبکه است.
- ✓ یک واحد با توانمندی کار از راه دور است.
- ✓ یک واحد خلاق و نوآور است.

روند رشد تعداد کاربران فضای مجازی



Internet users worldwide



تاریخچه تجارت الکترونیکی

- ترکیب تجارت و الکترونیک از سال ۱۹۷۰ آغاز شد.
- در ۲۶ اکتبر ۱۹۹۳، **بیل کلینتون** رئیس جمهور آمریکا، با امضاء یک دستورالعمل دولت فدرال را موظف کرد که در کمترین زمان ممکن تجارت الکترونیکی را برای خرید و فروش کالاها در سطح آمریکا به شکلی عملی درآورد.
طبق این دستورالعمل، **۴ مرحله** برای راه اندازی تجارت الکترونیکی تعیین شد:
 - ✓ **تا قبل از مارس ۱۹۹۴**، باید ساختار و معماری یک تجارت الکترونیکی که قابل استفاده در سطح ایالات متحده باشد، تعیین گردد.
 - ✓ **تا قبل از سپتامبر ۱۹۹۴**، یک تجارت الکترونیکی اولیه که دولت فدرال و تولید کنندگان خصوصی را قادر به تبادل اطلاعات باشند.
 - ✓ **تا قبل از جولای ۱۹۹۵**، یک سیستم کامل تجارت الکترونیکی اولیه در سطح کشور پیاده سازی شود.
 - ✓ **تا قبل از ژانویه ۱۹۹۷** یک سیستم کامل تجارت الکترونیکی با تمام قابلیت‌های ممکن در سطح کشور پیاده شود.

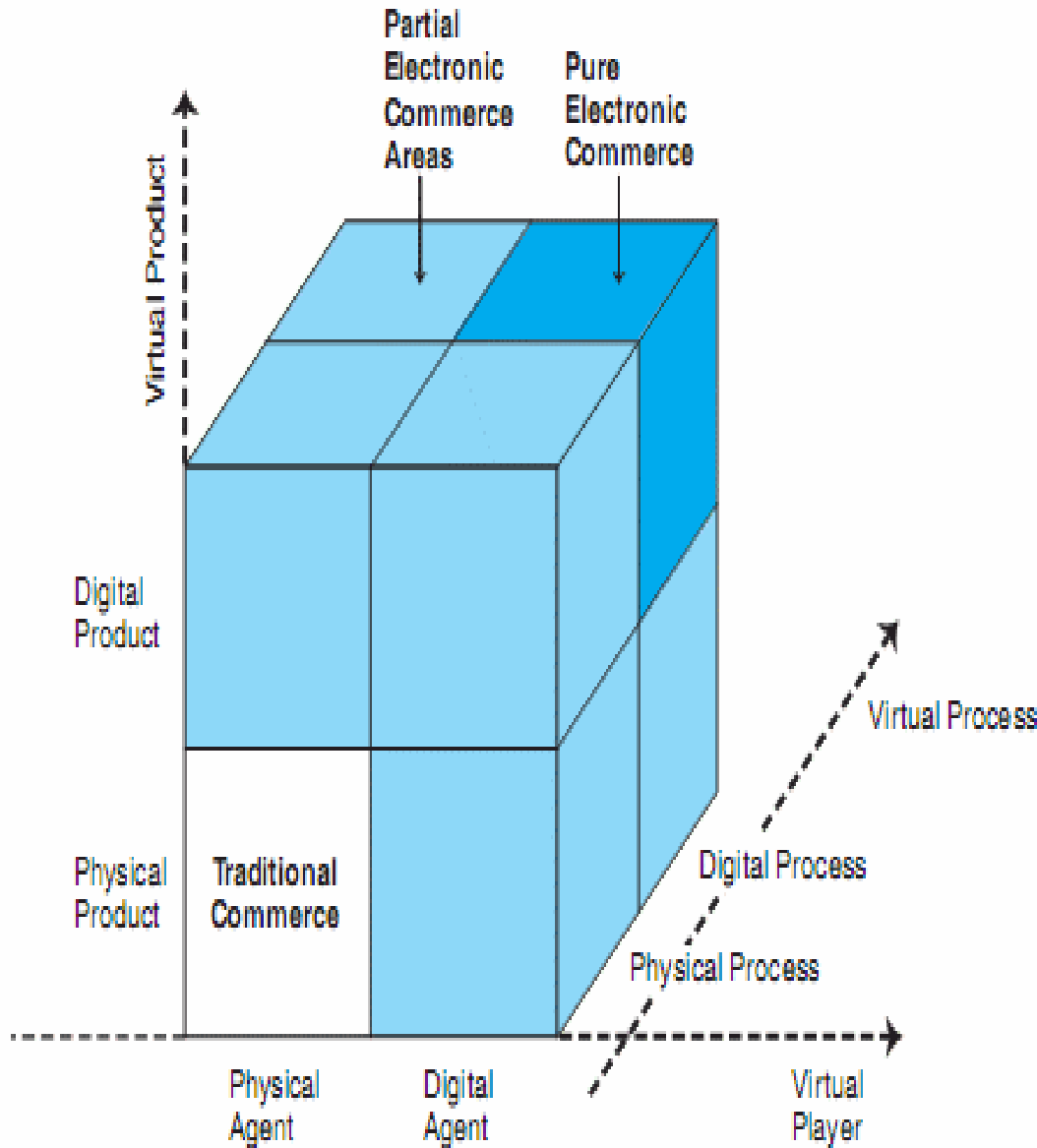
تاریخچه تجارت الکترونیک با دو پدیده سازگار است:

الف) اینترنت

ب) تبادل اطلاعات الکترونیکی EDI
(Electronic data interchange)



ابعاد تجارت الکترونیک



• محصول (خدمت
فروخته شده)

Product

• فرایند فروش

Process

• عامل تحویل
(واسطه)

Agent

تجارت الکترونیکی ناخالص

- اگر حداقل یک وجه دیجیتال وجود داشته باشد
- مثال : خرید کامپیوتر از وبسایت شرکت DELL و یا خرید کتاب از وبسایت amazon.com
(محصول بصورت فیزیکی ارسال می شود)



تجارت الکترونیکی خالص

- محصول، ارسال، پرداخت و انتقال به خریدار تماما بصورت دیجیتال صورت می گیرد
- مثال: خرید کتاب الکترونیکی از amazon.com و یا خرید نرم افزار از buy.com

Buy.com

Rakuten.com
Shopping

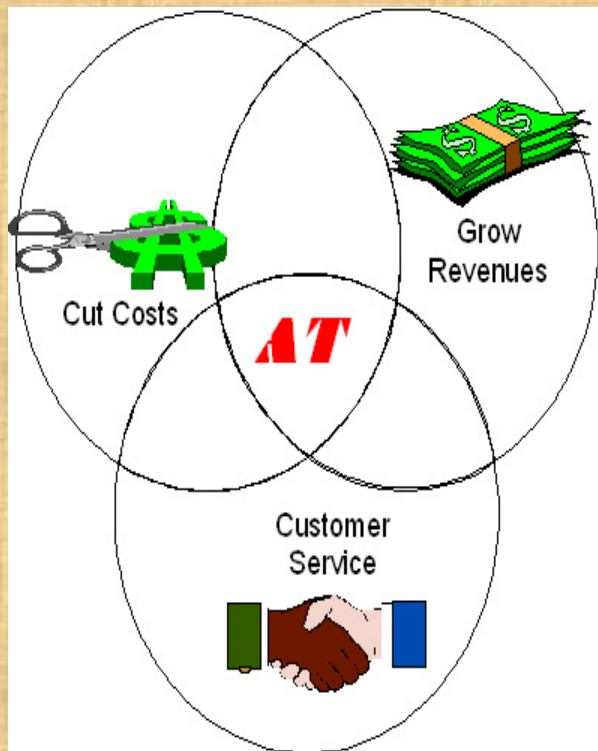
BEFORE AFTER

مزایای تجارت الکترونیک

- مزایای سازمان

- مزایای مصرف کنندگان

- مزایای جامعه



مزایای سازمان

- **دسترسی جهانی**
- **کاهش هزینه ها**
- **بهبود زنجیره تامین** (انبارداری و تاخیر در ارسال حداقل می شود مثلا در خودرو سازی با customize می توان در هزینه های انبارداری صرفه جویی کرد)
- **افزایش ساعت کار : ۲۴/۷**
- **تنوع محصولات:** با استفاده از customization مانند وبسایت شرکت dell
- **مدلهای کسب و کار جدید :** مثلا ترکیب خرید گروهی با مناقصه نمونه ای از مدلهای جدید است
- **ارائه محصولات بسیار ویژه :** فروشگاهی که فقط اسباب بازی حیوانات خانگی فروخته و برخی محصولات که سطحی از گمنامی را ایجاد می کند

مزایای سازمان

- **سرعت عرضه به بازار :** زمان بین پیدایش یک ایده و عرضه آن را به بازار کاهش می دهد
- **هزینه های پایین تر برقراری ارتباط**
- **خرید کارآمد :** خرید الکترونیکی باعث کاهش هزینه های مدیریتی تا ۸۰٪، قیمت بین ۵ تا ۱۵٪، و چرخه زمانی بیشتر از ۵۰٪ می شود
- **بهبود روابط مشتریان :** شخصی سازی ارتباطات، محصولات و خدمات و افزایش رضایت و وفاداری می شود
- **ارائه اطلاعات بهنگام از طریق شرکت :** شفاف سازی و بروز کردن قیمتها در هر لحظه
- **عدم نیاز به مجوزهای کسب و کار و پرداخت هزینه های مربوطه**
- **مزایای دیگر :** اصلاح تصویر شرکت، کاهش بوروکراسی، کاهش هزینه های حمل و نقل و انعطاف پذیری در معاملات و

مزایای مربوط به مصرف کننده

- حضور در همه جا
- محصولات و خدمات بیشتر
- محصولات و خدمات سفارشی
- محصولات و خدمات ارزاتر
- ارسال فوری
- دسترسی به اطلاعات
- شرکت در مزایده ها : مشتریان می توانند اقلام کلکسیونی را یافته و حتی آنها را با اقلام خود معاوضه نمایند
- انجمن های الکترونیکی : مشتریان می توانند در این انجمنها عقاید خود را مبادله کنند و از تجربیات هم با خبر شوند
- معافیت از مالیات بر فروش
- حذف واسطه ها و کاهش قیمت

مزایای مربوط به جامعه

- رفاه اجتماعی: ترافیک کمتر و آلودگی هوای کمتر
- استانداردهای بالاتر زندگی: قیمتها پایینتر ارائه می شوند و افراد بیشتری با استطاعت کم قدرت خرید می یابند
- امنیت ملی: باعث ارتباطات و همکاری بهتر و تفسیر اطلاعات بهینه تر می شود
- افزایش امید به زندگی برای فقرا: مردم کشورهای جهان سوم و مناطق فقیرنشین می توانند از محصولات و خدماتی بهره مند شوند که در گذشته وجود نداشتند (اخذ مدرک تحصیلی یا تخصص)
- دسترسی به خدمات عمومی: مراقبتهای پزشکی، آموزش و پرورش و توزیع خدمات اجتماعی با هزینه پایینتر و بهتر



کسب و کار الکترونیکی

- اگر تجارت الکترونیک خرید و فروش کالا در قالب اینترنت باشد، کسب و کار الکترونیک ایجاد بستر و سازوکار مناسب جهت انجام این فرایند بصورت بهینه است
 - کسب و کار الکترونیک علاوه بر فعالیتهای خرید و فروش شامل فعالیتهای دیگری مانند: نوع ایجاد ارتباط با مشتری ، شیوه های عرضه، برنامه ریزی و ایجاد تشکیلات مورد نیاز نیز می باشد
- فرمول کسب و کار الکترونیک:

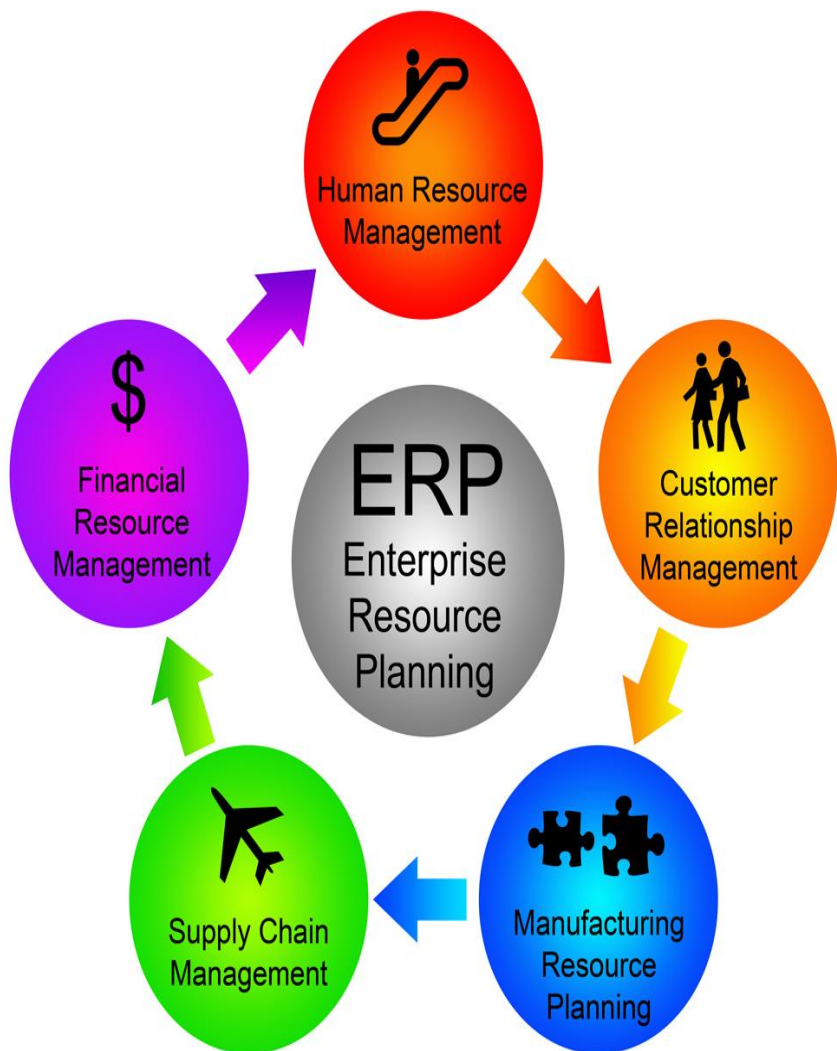
$$EB=EC+CRM+SCM+ERP+BI$$

ERP

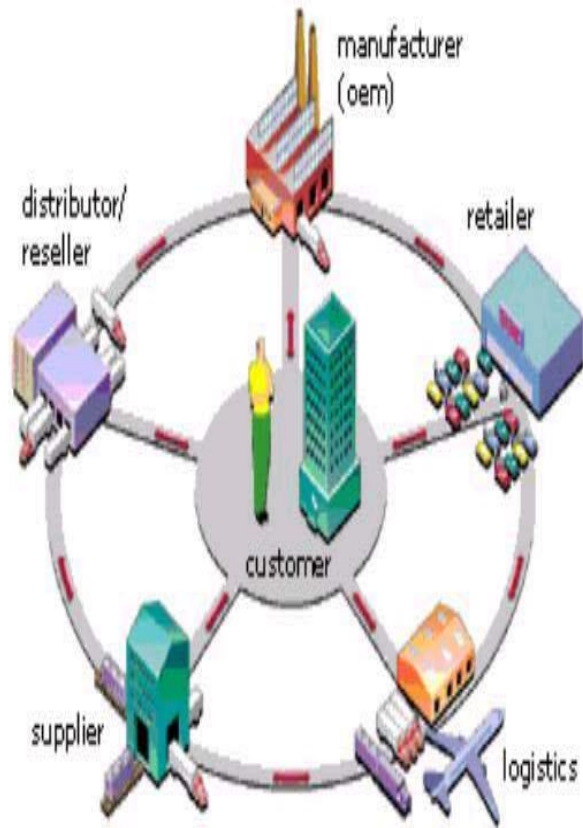
از طریق این سیستم، تمامی زیربخشهای مرتبط با تجارت از قبیل بازرگانی، تولید، فروش، بازاریابی، توزیع، حسابداری، مدیریت منابع انسانی، مدیریت پروژه، مدیریت انبار، و .. بصورت یکپارچه با هم ارتباط خواهند داشت.

اغلب نرم افزارهای ERP پس از دریافت سفارش مشتریان از اولین مرحله تا آخرین مرحله آن را هدایت نموده و مشتریان سریعتر جنس خود را دریافت می کنند

تمامی زیرسیستمها اطلاعات خود را در اختیار سیستم ERP قرار می دهند و علاوه بر استفاده از امکانات آن در حیطه خود نیز دارای استقلال هستند



SCM



مدیریت زنجیره تامین شامل فرایند برنامه ریزی، اجرا و کنترل در تمامی جابجایی ها جهت ذخیره مواد اولیه، تولید، موجودی و محصول نهایی از شروع تا پایان را در بر می گیرد.

بطور ساده زنجیره تامین به تمامی فعالیتهای مرتبط با جریان تبدیل کالا از مرحله ماده خام تا تحویل به مشتری و نیز جریانهای مرتبط به آن شامل می شود.



CRM

- هدف اصلی CRM استفاده از تکنولوژی و همچنین منابع انسانی جهت درک درست نسبت به مشتری، اهداف تجاری و همچنین دید بهتر در جهت ارتقای موقعیت شرکت است
- بطور کلی CRM به تمامی فرایندهای تکنولوژیکی که سازمان از آن به منظور شناسایی، انتخاب، بدست آوردن، توسعه و حفظ ارائه خدمات بهتر به مشتریان مورد استفاده قرار می دهند، اطلاق می شود

- **اصول CRM:**

- هدف گذاری برای تک تک مشتریان
- جذب و حفظ وفاداری مشتری از طریق ارتباط شخصی
- انتخاب مشتری بر اساس مفهوم ارزش طول حیات مشتری

رابطه بين مفاهيم بازاریابی الكترونيكي ، تجارت و كسب و كار الكترونيكي



كسب و كار الكترونيكي

تجارت الكترونيكي

بازاریابی الكترونيكي

بازاریابی اينترنتی

مفاهیم اینترنت، اینترانت و اکسترانت

نوع شبکه	کاربران عمومی	دسترسی	نوع اطلاعات
اینترنت	هر فردی با دسترسی تلفنی یا شبکه ای	نامحدود	کلی، عمومی و تبلیغاتی
اینترانت	فقط کارمندان مجاز در یک شرکت	خصوصی و محدود	خاص، سازمانی و خصوصی
اکسترانت	گروههای مجاز از شرکتهای همکار	خصوصی و محدود برای شرکای خارجی	اطلاعات مشترک در گروههای همکار مجاز

انواع تجارت الکترونیکی

	BUSINESS	CONSUMER	ADMINISTRATION	GOVERNMENT
BUSINESS	B2B	B2C	B2A	B2G
CONSUMER	C2B	C2C	C2A	C2G
ADMINISTRATION	A2B	A2C	A2A	A2G
GOVERNMENT	G2B	G2C	G2A	G2G

توضیح برخی مدل‌های پرکاربرد

- **B۲B:** تجارت فروشنده با فروشنده

تمام اعضای این دسته تاجر یا سازمان‌های تجاری هستند. امروزه بیش از ۸۵٪ از تجارت الکترونیک از این نوع است. B2B درجایی استفاده میشود که بخواهیم خرید و فروش عمده را به کمک تجارت الکترونیکی انجام دهیم و خارج از حیطه خرده فروشان عمل نماییم.

- **B۲C:** در تجارت الکترونیکی B2C در یک طرف معامله،

تولیدکننده (فروشنده) محصول و در طرف دیگر، خریدار

- (مصرف کننده نهایی) قرار دارد.

- بعد از b2b، بیشترین سهم در انجام تجارت الکترونیکی از نوع

B2C است که به معنای خرده فروشی میباشد.

توضیح برخی مدل‌های پرکاربرد

- **C2C**: هر یک از مصرف کنندگان مستقیماً با سایر مصرف کنندگان در ارتباط هستند (مانند افرادی که لوازم خانگی یا یا اتومبیل یا را از طریق پیام‌های تبلیغاتی در اینترنت بفروش می‌رسانند یا تبلیغات در مورد خدمات شخصی و فروش اطلاعات تخصصی).

EBAY بزرگترین نمونه اولیه مدل C2C میباشد. EBAY خود چیزی نمی‌فروشد و به عنوان واسطی بین خریداران و فروشندگان عمل میکند. به عنوان مثال، EBAY اجازه میدهد که فروشندگان قیمت اولیه خود را در حراجی قرار دهد و سپس شرکت کنندگان در حراج قبل از اتمام مدت باید روی کالای به حراج گذاشته شده اظهار نظر کنند.

سایت‌های اینترنتی دیگر مانند AUTOBYTEL و CARSMART نمونه‌هایی از مدل C2C میباشد. به دلیل ناچیز بودن هزینه تبلیغات در اینترنت، استفاده از مدل C2C برای فروش کالاها مورد توجه قرار گرفته است.

اکثر مشتریان بیشترین بخش از زندگی خود را در دنیای مجازی صرف میکنند. آنها از ابزارهای خودکار برای یافتن محصولات استفاده میکنند که نیازهای شما را بهتر برآورده می سازند. بازاریابان باید تقاضای مصرف کنندگان برای خدمات آنلاین را تحلیل کرده و به نیازهای مشتریان در این دنیای ارتباطات جدید پاسخ دهند.

نکته عملی بازاریابی الکترونیکی

بازاریابان زیرک وب، اهمیت ساخت یک استراتژی ارتباطی یا تماس چند کانالی یکپارچه را درک میکنند که ارتباطات اختصاصی با مصرف کنندگان را بوسیله آگهی های جستجو، پست الکترونیکی و تبلیغات و توصیه های وب میسر می سازد. هر تعامل یا پاسخ مشتری به یک ارتباط باید با مجموعه ای از ارتباطات مربوط بهم دنبال شود که بوسیله ترکیب درستی از کانالها (وب، پست الکترونیکی، تلفن، پست عادی) محقق میشود تا موجب ارسال پاسخ یا گفتگوی بیشتر گردد.

گسترش کسب و کار از طریق بازاریابی اینترنتی



بازاریابی الکترونیکی ناشیانه

شناسایی، پیش بینی و برآورده ساختن نیازهای مشتری، مفاهیم ساده ای هستند. بازاریابی الکترونیکی ضعیف این عواقب را به دنبال دارد: سایت های شکست خورده، تحویل کالاها با تاخیر، پاسخ های نامناسب و یا عدم پاسخ ...

عواملی که در بازاریابی الکترونیکی موجب افزایش نرخ از دست دادن مشتریان می شود.

Series 2

