



جعبه ابزار کارآفرینی



همه آنچه یک کارآفرین
اینترنتی باید بداند

اینترنتی



علی خادم الرضا



BARAYAND
انتشارات برآیند

جعبه ابزار کارآفرینی اینترنتی

راهنمای گام به گام راه اندازی، مدیریت
و بازاریابی کسب و کارهای اینترنتی

نویسنده:

علی خادم الرضا

سرشناسه: خادم الرضا، علی، ۱۳۶۳ -
عنوان و نام پدیدآور: جعبه ابزار کارآفرینی اینترنتی / نویسنده علی
خادم الرضا؛ ویراستار علمی عادل طالبی.
مشخصات نشر: تهران: برآیند، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری: ۱۳۶ص.
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۴۶۶-۶۰-۶
وضعیت فهرست نویسی: فیپا
یادداشت: کتابنامه به صورت زیرنویس.
موضوع: بازرگانی الکترونیکی
موضوع: Electronic commerce
موضوع: کارآفرینی
موضوع: Entrepreneurship
شناسه افزوده: طالبی، عادل، ۱۳۵۶ -، ویراستار
شناسه افزوده: Talebi, Adel
رده بندی کنگره: HF۵۵۴۸/۳۲
رده بندی دیویی: ۶۵۸/۸۴
شماره کتابشناسی ملی: ۵۸۴۸۷۷۰



جعبه ابزار کارآفرینی اینترنتی

راهنمای گام به گام راه اندازی، مدیریت
و بازاریابی کسب و کارهای اینترنتی

آدرس: تهران، میدان فاطمی،
خیابان بیستون، کوچه دوم
الف، پلاک ۳/۱، واحد اول غربی،
صندوق پستی: ۱۴۳۱۶۵۳۷۶۵
تلفن: ۸۸۹۹۶۳۱۶
● همه حقوق چاپ و نشر انحصارا
برای نشر برآیند محفوظ است.
● استفاده از بخش هایی از متن
کتاب، فقط برای نقد و معرفی آن
مجاز است.

نویسنده: علی خادم الرضا
ویراستار علمی: عادل طالبی
ویراستاران: مریم حبیبی یوسفی، فرزانه فرزانبیان
مدیر هنری: فرشاد رستمی
صفحه آرا: فاطمه محمدی
طراحی جلد: بابک قادری
ناظر چاپ: سینا برازوان
چاپ اول: ۱۳۹۹
تیراژ: ۱۰۰۰
قیمت: ۴۳۰۰۰ تومان
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۴۶۶-۶۰-۶

فهرست مطالب

فصل اول

چرا کسب و کار اینترنتی؟ ۱۳

فصل دوم

آستین‌ها را تا مچ بالا بزنید! ۷۲

فصل سوم

اجزا و قسمت‌های اصلی یک وب‌سایت موفق ۴۹

فصل چهارم

بازاریابی اینترنتی ۸۷

فصل پنجم

مدل‌ها و استراتژی‌های بازاریابی اینترنتی ۱۰۳

فصل ششم

تکنیک‌ها و روش‌های بازاریابی اینترنتی ۱۲۳

تقدیم به قهرمانان خاموش؛

کارآفرینانی که تجلی اراده‌شان در عمل است و نه حرف؛
اشخاصی که امروز و در سخت‌ترین شرایط ممکن، دست از تلاش بر
نداشته، دل به دریای متلاطم زده و با امواج سهمگین دست و پنجه
نرم می‌کنند.
اشخاصی که برای شکوفایی خود و جامعه ایستاده‌اند، سینه سپر
کرده‌اند، تلاش می‌کنند و آینده مدیون آنهاست.
تقدیم به تو، خواننده عزیز.

سخن ناشر

پس از اینکه بشر به زندگی اجتماعی روی آورد، دانست که برای برآوردن نیازهایش، ناگزیر، باید با دیگران تعامل برقرار کند. کم‌کم تبادله‌ها آغاز شد و در ادامه، پیشه تجارت پا به عرصه نهاد. در ابتدا، دادوستد کاری بس دشوار بود. به مرور زمان وسایل حمل‌ونقل جدید اختراع شدند و مسیر پیشرفت تجارت را هموار کردند. در گذشته‌ای نه‌چندان دور، تنها شیوه راه‌اندازی کسب‌وکار، تأسیس شرکت، دفتر کار یا در مقیاس کوچک‌تر افتتاح فروشگاه بود که هزینه‌های زیادی در بر داشت؛ اما دنیای امروز، دنیای کسب‌وکارهای اینترنتی یا آنلاین است. با پیشرفت فناوری‌ها و گسترش شبکه‌های اجتماعی، راه‌اندازی کسب‌وکارهای اینترنتی رونقی به بازار داده و شیوه‌های سنتی را عقب رانده است.

تاریخچه کسب‌وکارهای اینترنتی و تجارت الکترونیک با به‌وجود آمدن فناوری‌هایی نظیر رایانه و اینترنت رابطه تنگاتنگ دارد. این روزها شما می‌توانید به‌جای حضور در محلی ثابت و در زمانی مشخص، رایانه خود را روشن کنید و وارد فضای کسب‌وکار اینترنتی شوید. این شیوه کسب‌وکار مزایای بسیاری دارد. برای مثال، هزینه راه‌اندازی کسب‌وکار اینترنتی معمولاً کمتر از شیوه سنتی است. در کسب‌وکارهای اینترنتی چون محدودیت جغرافیایی وجود ندارد، بازار هدف بسیار گسترده‌تر خواهد بود. این سبک کسب‌وکار می‌تواند فرصت‌های شغلی ایجاد کند و بر کاهش میزان بیکاری نیز تأثیرگذار است. در این سبک کاری، تبلیغات متنوع‌تر و هزینه آن بسیار کمتر است.

از مزایای این شیوه از کسب‌وکار گفتیم، بجاست به این نکته نیز اشاره کنیم که برای پاگرفتن کسب‌وکار اینترنتی باید کمی صبر پیشه کنیم. از سوی دیگر توجه به این نکته نیز ضروری است که برای ورود به این بازار باید مختصری درباره مدل‌های کسب‌وکار آنلاین، استراتژی‌های آن، شیوه‌های بازاریابی دیجیتال و... اطلاعاتی داشته باشیم تا بتوانیم کسب‌وکار خود را بهتر به مخاطب بشناسانیم و مؤثرتر فعالیت کنیم.

برای پاسخ به این نیاز، تصمیم گرفتیم کتاب جعبه ابزار کارآفرینی اینترنتی را برای خوانندگانمان منتشر کنیم. در این کتاب، با زبانی ساده درباره کسب‌وکار اینترنتی و راه‌اندازی یک وبسایت موفق می‌گوییم و در ادامه، شما را با مدل‌ها و استراتژی‌های بازاریابی اینترنتی آشنا می‌کنیم. در پایان کتاب نیز تکنیک‌ها و روش‌های بازاریابی اینترنتی را شرح می‌دهیم.

همه تلاشمان را به کار گرفتیم تا کتابی مفید و درخور مخاطبان نشر برآیند منتشر کنیم، اما می‌دانیم که کاستی‌هایی داریم. بر این باوریم نقد مایه بالندگی است، پس چشم‌انتظار پیشنهادها و انتقادهای مخاطبان عزیزمان هستیم. ما را همراهی کنید تا با هم و در کنار هم پیشرفت کنیم.

مقدمه نویسنده

اهمیت حضور در اینترنت و فضای مجازی بر کسی پوشیده نیست؛ در عین حال تغییر الگوی اساسی در راه است. اگر خود را با آن تطبیق ندهیم، به انسان‌های غارنشین عصر جدید تبدیل خواهیم شد!

ابتدای قرن قبل، زمانی که ماشین‌آلات صنعتی وارد دنیای کشاورزی شدند، عده‌ای کوشیدند با بیش‌تر و سریع‌تر بیل زدن! با این ماشین‌آلات رقابت کنند، اما کسانی در این رقابت پیروز شدند که هوشمندانه از فرصت‌ها و امکانات در اختیارشان استفاده کردند.

از ابتدای این قرن نیز کسب‌وکارهای سنتی در مقابل این دوراهی قرار گرفته‌اند؛ آیا سریع‌تر و بیش‌تر به روش‌های قدیمی کار کنند و یا به گونه‌ای دیگر به موضوع بنگرند و از فرصت‌ها بهره بگیرند.

بر این باورم که امروز بهترین زمان برای راه‌اندازی کسب‌وکار اینترنتی شماست. جمعیت جوان تحصیل کرده، نیازهای فراوان پاسخ داده نشده، بازارهای کم‌رقابت و بکر، الگوی غالب هیجان تجربه چیزهای جدید، همه این وعده را می‌دهند که در صورت حضور در اینترنت و فضای مجازی، موفقیت‌های بزرگی در انتظار کسب‌وکار شما خواهد بود. گواه این موضوع، شکل‌گیری نمونه‌های بسیار زیاد کسب‌وکارهای اینترنتی موفق در سال‌های اخیر است.

البته هر فرصت طلایی، زمان مشخصی برای استفاده دارد. بعد از گذشت آن زمان، فرصت طلایی از دست می‌رود و یا استفاده از آن بسیار سخت و کم‌فایده می‌شود. ۱۰ سال قبل به راحتی می‌شد وارد بازارهایی مانند فست‌فود، آمیوه، بستنی و ... شد و در مدت کوتاهی فروشگاه‌های زنجیره‌ای و درآمد‌های باورنکردنی خلق کرد، اما در حال حاضر فقط ورود به این بازارها به عنوان یک مغازه کوچک، به صدها میلیون تومان سرمایه نیاز دارد.

امروز، فرصت طلایی راه‌اندازی کسب‌وکارهای اینترنتی است. شاید در آینده این فرصت طلایی نیز از دست برود یا استفاده از آن بسیار سخت شود.

اما نگران نباشید! شما برای راه‌اندازی کسب‌وکار اینترنتی نیازی به دانش برنامه‌نویسی یا حتی استفاده حرفه‌ای از رایانه ندارید. توانایی شما در مهارت‌های رایانه‌ای اگر در حد نصب نرم‌افزارهای معمولی باشد، می‌توانید به کمک امکانات جدید خودتان وب‌سایت‌تان را راه‌اندازی کنید.

بنابراین شما را تشویق می‌کنم که هر چه سریع‌تر دست به کار شوید. من نیز در این مسیر کنار شما هستم تا به شما اطمینان بدهم می‌توانید در این کار موفق باشید.

در این کتاب علت نابودی کسب‌وکارهای سنتی در آینده نزدیک را برایتان بازگو کرده‌ام، اما در مقابل آن به شما نشان می‌دهم که چگونه با کم‌ترین هزینه ممکن و یا حتی رایگان، می‌توانید

خودتان کسب و کار اینترنتی‌تان را راه‌اندازی کنید و آن را توسعه دهید.

در این کتاب به شما توضیح می‌دهم که حوزه‌های موفق یک کسب و کار و وب‌سایت اینترنتی کدام‌اند، تا بتوانید بدون آزمون و خطا وب‌سایت حرفه‌ای و قدرتمند خود را راه‌اندازی کنید. همچنین به شما می‌آموزم که موفق‌ترین مدل‌ها، استراتژی‌ها و روش‌های کاربردی بازاریابی اینترنتی کدام‌اند، تا به کمک آن‌ها بتوانید اثربخش‌ترین حضور را در فضای مجازی داشته باشید. به‌طور کلی در کتاب جعبه‌ابزار کارآفرینی اینترنتی تلاش کرده‌ام تا بینش لازم و مسیر صحیح حرکت برای موفقیت در کسب و کار اینترنتی را برای شما ترسیم کنم. همواره و در هر سفری، قدم اول مهم‌ترین قدم است. این کتاب قدم اول برای راه‌اندازی کسب و کار اینترنتی است و به شما کمک می‌کند گام‌های بعدی را محکم و استوار بردارید. این کتاب شامل مهم‌ترین، کاربردی‌ترین و اثربخش‌ترین ایده‌ها و مطالب آموزشی است که هر کارآفرین اینترنتی باید آن‌ها را بداند و به کار گیرد.

و اما چند نکته:

- کتاب جعبه‌ابزار کارآفرینی اینترنتی دومین کتاب از مجموعه کتاب‌های معجزه کسب و کار است که متمرکز بر کسب و کار اینترنتی است. کتاب اول از این مجموعه با نام جعبه‌ابزار کارآفرینی که در انتشارات برآیند منتشر شده است، بر موضوعاتی مانند شناخت محیط کسب و کار و روندهای کلان آن، استراتژی کسب و کار، بازاریابی کارآفرینانه، استراتژی‌های مشتری‌مداری، استراتژی‌های رقابت، انتخاب نام مناسب برای کسب و کار و همچنین مدیریت منابع انسانی متمرکز است.
 - کتاب جعبه‌ابزار کارآفرینی اینترنتی کتابی کاربردی است. زمانی می‌توانید از آن بیش‌ترین بهره را ببرید که دست به کار شوید و به آموزش‌های آن عمل کنید.
 - کتاب جعبه‌ابزار کارآفرینی اینترنتی چکیده‌ای از دوره Mini-MBA کارآفرینی اینترنتی است که نویسنده مشغول به تدریس آن است؛ بنابراین می‌توانید از کاربردی و اثربخش بودن آن اطمینان حاصل کنید.
 - این کتاب می‌تواند شما را از پرداخت هزینه‌های فراوان مالی و زمانی و از آن بدتر، فرصت‌سوزی‌های بی‌شمار در آزمون و خطاهای بی‌نتیجه برای راه‌اندازی و توسعه کسب و کار اینترنتی دور کند.
 - از شما خواننده گرامی تقاضا دارم نظرها و پیشنهادهای ارزشمند خود را از طریق سایت www.alikhademoreza.ir برای بنده ارسال کنید تا بتوانیم با پیاده کردن آن‌ها در مسیر پیشرفت مستمر، کتاب را در چاپ‌های بعدی با کیفیت هرچه تمام‌تر ارائه دهیم.
- لازم می‌دانم از دوست و سرور گرامی جناب آقای عادل طالبی و همچنین انتشارات محترم برآیند کمال تشکر را داشته باشم که با خدمات و همراهی ارزشمند و منحصر به فردشان این زمینه

را فراهم کردند که کتاب حاضر به بهترین شکل آماده، منتشر و توزیع شود.
از دوست متخصص، متعهد و گرامی جناب آقای مهندس امیرحسین بصیری قدردانی ویژه
دارم، چراکه هم‌فکری ارزشمندشان موجب این قوت قلب شد که اگر نتوانم بگویم هیچ، می‌توانم
بگویم این کتاب کم‌ترین ایرادات را دارد.
آخرین و مهم‌ترین تشکر از شما دوست عزیز و خواننده گرامی است که با تهیه و خواندن
کتاب، ما را دلگرم و در راستای موفقیت خود و جامعه تلاش می‌کنید.

علی خادم‌الرضا

مؤلف، مدرس، مشاور کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکار

www.alikhademoreza.ir



BARAYAND
انتشارات برآیند

فصل اول

چرا کسب و کار اینترنتی؟

الف) نابودی کسب و کارهای سنتی

تغییر الگو در راه است ...

در چند دهه گذشته و به خصوص از اواخر دهه شصت شمسی به بعد، با تغییر نظام اقتصادی کشور، داشتن شغل و کسب و کار آزاد برتری‌های بسیاری نسبت به سایر مشاغل و به‌ویژه کارمندی پیدا کرد.

رقابت کم در محصولات و خدمات، طبقه‌بندی محدود انواع کسب و کار، عدم نیاز به خلاقیت زیاد برای توسعه کسب و کار، نیازهای تعریف‌نشده محدود و انتظارات پایین مردم، ریسک کم حضور در بازار (در مقایسه با امروز)، پایین بودن هزینه‌های سر بار به‌ویژه ملک، پایین بودن نرخ و یا عدم قطعیت مالیات‌ها و انواع عوارض و قبوض برای کسب و کارها، فضای سالم‌تر اجتماعی و اقتصادی آن زمان و ... از جمله عواملی بودند که این امید را به افراد می‌دادند که با ورود به حوزه کسب و کار آزاد و پس از مدتی تلاش، می‌توانند کسب و کار خود را گسترش دهند و آینده درخشان و تضمین‌شده مالی داشته باشند.

علاوه بر عوامل گفته‌شده، مواردی مانند افزایش شدید جمعیت، افزایش نسبی درآمدها و سطح رفاه جامعه، نبود تفریحات چندانی برای مردم به جز گشت زدن در بازارها و ...، افزایش میزان تقاضا (حداقل از بُعد کمی) برای انواع محصولات و خدمات را در پی داشت که خود تا حدودی باعث رونق بازار آزاد می‌شد.

از طرف دیگر، جامعه‌ای داشتیم که کارآفرین بزرگمان «دولت» بوده است، به این صورت که دولت با اتکا به پول نفت و ایجاد شرکت‌های بزرگ، برای مردم اشتغال ایجاد می‌کرد. اما محیط کسب و کار در حال تغییر است^۱ و به نظر می‌رسد امروزه آن دوران خوش! برای کسب و کارهای سنتی به پایان رسیده است.

ابتدا لازم است تعریفی از کسب و کار سنتی ارائه کنم. منظور از کسب و کارهای سنتی، کسب و کار کوچک یک یا چند نفره است که به صورت خویش‌فرمایی اداره می‌شود، اغلب خدمات و محصولات عمومی و غیر تخصصی را عرضه می‌کنند، وابسته به مکانی برای فروش محصولات یا ارائه خدمات هستند، اجباراً در ساعاتی مشخص از شبانه‌روز فعال هستند، وابسته به حضور فعال صاحب کسب و کار هستند، مغازه پر از اجناس انبارشده و چیده‌شده است و صاحبان کسب و کار سنتی چشم به راه مشتریانی برای فروش این اجناس یا ارائه خدمات به آن‌ها هستند.

مثال‌های متعددی از این کسب و کارهای سنتی وجود دارد؛ از سوپر مارکت‌ها، آرایشگاه‌ها، خرازی‌ها، املاک و سایر کسب و کارها در مقیاس محلی تا لباس‌فروشی‌ها، نمایشگاه‌ها، رستوران‌ها، و فروشگاه‌های بزرگ شخصی، همه و همه با ویژگی‌های مشتری‌محلی که ارائه شد، جزو کسب و کارهای سنتی محسوب می‌شوند.

۱. برای مطالعه بیشتر رجوع کنید به: خادم‌الرضا، علی، جعبه‌ابزار کارآفرینی، فصل اول، انتشارات برآیند.

اما همان طور که هر بهار خزانی دارد، کسب و کارهای سنتی به پاییز زودرس رسیده اند. حتماً مشاهده کردید که در چند سال گذشته، فضای بسیار سنگینی بر کسب و کار کشور حاکم بوده است. اشخاصی که در این حوزه فعالیت می کنند دائماً بیان می کنند که «انجام فعالیت ها به روش های همیشگی دیگر پاسخ گوی نیازهای کسب و کار نیست» و یا اینکه «هر چه بیش تر تلاش می کنیم، نتیجه کمتری می گیریم».

این موارد نشان دهنده تغییر الگوها و قواعد کسب و کار است. الگوی جدید در راه است و افرادی که به سرعت خود و کسب و کار خود را با آن وفق می دهند، از جمله کارآفرینان موفق امروز و آینده هستند.

چه عواملی بر نابودی کسب و کارهای سنتی اثر می گذارد؟

فروشگاه های بزرگ

در چند سال اخیر شاهد ایجاد و گسترش فروشگاه های بزرگ یا هایپرمارکت ها هستیم. منظور از این فروشگاه ها، پاساژها و مجتمع های تجاری بزرگ نیست، در نهایت آن ها هم در چارچوب کسب و کارهای سنتی قرار می گیرند. همچنین منظور فروشگاه های زنجیره ای سنتی یا تعاونی شرکت ها و سازمان های مختلف دولتی که برای کارکنان خود یا عموم مردم محصولات نامرغوب ارائه می دهند نیست. منظور فروشگاه های زنجیره ای و منسجمی است که با استراتژی رهبری هزینه^۱ فعالیت می کنند. مزیت رقابتی این فروشگاه ها ارائه محصولات و برندهای برتر بازار در یک جا، با تخفیف و قیمت نهایی پایین تر از قیمت اصلی محصولات است؛ بنابراین خریداران در وقت و هزینه خود صرفه جویی فراوانی می کنند. آن ها با حذف واسطه ها و ارتباط مستقیم با تولیدکنندگان می توانند کالاها را با قیمتی بسیار پایین تر از مغازه دار خُرد عرضه کنند.

فروشگاه های زنجیره ای با محوریت ارائه محصولات متنوع و باکیفیت با قیمت پایین در دنیا سابقه فعالیت طولانی مدت دارند که می توان از فروشگاه های زنجیره ای مانند وال مارت، تسکو، آیکیا نام برد. در ایران نیز انواع هایپرمارکت ها مانند هایپر می و هایپر استار نیز مدتی است که شروع به فعالیت در این چارچوب کرده اند.

برخی از مهم ترین ویژگی های این فروشگاه های بزرگ نسبت به کسب و کارهای سنتی عبارتند از:

۱. شرایط ویژه فروش کالا با تخفیف های همیشگی ۱۰ الی ۵۵ درصد
۲. دسترسی به طیف های مختلف کالا برای مشتری
۳. ارائه کالاها و برندهای بسیار متنوع در یک مکان، زمان و فضا
۴. وجود باشگاه مشتریان در راستای اطلاع رسانی و خدمت هر چه بیش تر به مشتریان وفادار

^۱ Cost Leadership: استراتژی ای است که به وسیله آن کسب و کارها به دنبال دستیابی به مزیت رقابتی از طریق کاهش قیمت محصولات خود نسبت به رقبای هستند. برای مطالعه بیشتر به کتاب جعبه ابزار کارآفرینی مراجعه کنید.

۵. وجود برنامه‌های متنوع ترویج و وفادارسازی مشتریان
۶. به‌کارگیری آخرین تجهیزات استاندارد و روز دنیا در زمینه فروشگاه‌های زنجیره‌ای
۷. مهندسی چیدمان استاندارد کالاها، فضای تردد مشتریان در تمامی بخش‌ها و راهروها
۸. توجه به زیبایی بصری، پاکیزگی سطح فروشگاه و استفاده از موسیقی‌های ملایم و ...
۹. عرضه محصولات تازه (نان گرم، سبزیجات و میوه‌های متنوع، گوشت، مرغ و ماهی) و به‌کارگیری یخچال‌های استاندارد مواد غذایی
۱۰. ارائه فاکتور خرید شفاف با درج حاشیه سود مشتری از خرید، قبض پارکینگ رایگان، ثبت امتیاز مشتریان و قرعه‌کشی‌های فصلی
۱۱. ایجاد تجربه لذت‌بخش خرید برای مشتریان و ...

مجموعه ویژگی‌های این فروشگاه‌ها مزیت رقابتی مستحکمی را برای آن‌ها به وجود آورده است که کسب و کارهای سنتی به صورت مجزا قابلیت رقابت با آن را ندارند.

کاربری‌های تجاری

در کشور ما شهرداری‌ها ساختار اولیه دولتی دارند. اما از دهه ۶۰ (طبق تبصره ۵۲ قانون بودجه سال ۱۳۶۲) شهرداری‌ها باید از لحاظ تأمین بودجه خودکفا می‌شدند؛ بنابراین برای کسب درآمد شروع به فروش تراکم، پروانه ساختمانی، تغییر کاربری، اخذ عوارض گوناگون و ... کردند. در حال حاضر ۷۰ تا ۸۰ درصد درآمد شهرداری‌ها از این طریق به دست می‌آید. در بسیاری از این موارد به دلیل نگاه صرفاً اقتصادی و نبود کارشناسی صحیح، به منظور افزایش درآمد شهرداری‌ها تمرکز زیادی روی تغییر کاربری‌های مختلف به نفع کاربری‌های تجاری صورت گرفت، چراکه میزان درآمد شهرداری‌ها از کاربری‌های تجاری بسیار بیش‌تر از سایر کاربری‌هاست. به این ترتیب درآمد شهرداری‌ها از صدور پروانه‌های تجاری و همین‌طور اخذ عوارض تجاری بیشتر شد.

اما این روند تا آنجا ادامه پیدا کرده است که امروزه میزان کاربری‌های تجاری موجود در بسیاری از کلان‌شهرهای کشور بیش از حد نیاز است. برخی از آمارها نشان می‌دهد که به‌ازای هر ۸ خانواده ایرانی (۲۴ نفر) یک مغازه وجود دارد که این میزان در مقایسه با سایر کشورهای جهان بسیار زیاد است. این عامل باعث کاهش قیمت و ارزش املاک تجاری نسبت به گذشته و فروش نرفتن بسیاری از واحدهای تجاری ساخته‌شده در مجتمع‌های تجاری بزرگ‌شده است.

اما در مقابل اگر تمام این واحدهای تجاری فعال باشند، این افزایش بیش از حد نیاز مغازه‌ها، باعث افزایش بیش از اندازه میزان رقابت میان مغازه‌داران نیز می‌شود و به دلیل محدود بودن تقاضای کلی بازار، در نهایت به رکود بیش از پیش کسب و کارهای سنتی می‌انجامد.

مجازی اما واقعی!

تهدید دیگری نیز برای کسب و کارهای سنتی وجود دارد. رقابای مجازی، اما به شدت واقعی. این رقبا در دو مقیاس عمده فعالیت می کنند:

۱- ابر کسب و کارهای مجازی

کسب و کارهای بزرگی هستند که محصولات بسیار متنوعی را از برندهای گوناگون در فضای مجازی با محوریت سایت اینترنتی به همراه تخفیف ارائه می دهند. برخلاف فروشگاههای بزرگ، ابر کسب و کارهای مجازی دیگر حتی نیاز به فضای فیزیکی بزرگ و مجهز با استاندارد فروشگاهی ندارند، بلکه به تنها چیزی که نیاز دارند انبار بزرگ و سیستم توزیع قوی است؛ بنابراین هزینه های سربار آنها تا حد زیادی کم می شود. فروشگاههایی مانند آمازون از بزرگترین ابر کسب و کارهای مجازی در سطح دنیا هستند و سایتی مانند دیجی کالا از موفقترین نمونه های ایرانی این نوع کسب و کار است.

خرید از این سایتها علاوه بر مزایایی مانند صرفه جویی مالی، زمانی، افزایش سرعت و اطمینان از خرید که مختص فروشگاههای بزرگ است، امکان مقایسه سریع و دقیق میان محصولات، آگاهی از نظر سایر مصرف کنندگان، درگیر کردن مشتری با انواع بازی کاری^۱ و برنامه های فروش، وفاداری و ... را فراهم می کند.

در یک سطح حرفه ای دیگر، اشخاص با داشتن ایده های خلاقانه در کسب و کار و همین طور به خدمت گرفتن مهارت ها و تخصص های مورد نیاز می توانند یک کسب و کار اینترنتی و مجازی حرفه ای را راه اندازی کنند که امکان زیادی برای رشد دارد. کسب و کارهایی مانند اسنپ که سرویس سفر آنلاین ارائه می دهد در این دسته قرار می گیرد.

از طرف دیگر، بسترهای تعاملی برای ارتباط، خودیاری و کمک مردم به یکدیگر در حوزه های مشخص می تواند بیش از پیش کسب و کارهای سنتی را در معرض تهدید قرار دهد. وجود سایت هایی مانند دیوار که کسب و کار اینترنتی بر مبنای ارتباط مردم با یکدیگر و به فروش گذاشتن کالا و خدماتشان است، از این دست کسب و کارهاست.

۲- خرده کسب و کارهای مجازی

امروزه هر شخصی در خانه خود با دسترسی به اینترنت و داشتن یک گوشی هوشمند، می تواند یک سایت، کانال یا صفحه اجتماعی راه اندازی کند، شروع به ارائه محتوا و محصولات کند و از این راه به درآمد برسد. شبکه های اجتماعی اینستاگرام و تلگرام در ایران برای انجام فعالیت های اقتصادی و خرید و فروش کالا و محصولات میان مردم بسیار جا افتاده اند. برخلاف زمانی که مردم به خرید از سایت های اینترنتی اعتماد نمی کردند، امروزه با داشتن تجربه گذشته به راحتی

از این کانال‌ها محصولات موردنظر خود را از ساعت و لباس تا دکوراسیون و لوازم منزل انتخاب و با قیمتی پایین‌تر از مغازه‌ها خریداری می‌کنند.

البته منظور صحیح از کسب‌وکار اینترنتی، سیستمی یکپارچه متکی بر وب‌سایت اینترنتی است که از طریق شبکه‌های اجتماعی و ... حمایت می‌شود و چند کانال یا صفحه اجتماعی به هیچ عنوان کسب‌وکار تلقی نمی‌شوند. توضیح بالا فقط برای معرفی رقبا^۱ کسب‌وکارهای سنتی است که می‌توانند برای درآمد و موجودیت آن‌ها تهدید محسوب شوند.

هزینه‌بلا

در ادامه موارد گفته‌شده که به رکود کسب‌وکارهای سنتی می‌انجامد، هزینه روزافزون این کسب‌وکارهای سنتی توان آن‌ها را بیش از پیش از بین می‌برد. هزینه‌های ملکی، خواب سرمایه و کالا، انواع عوارض و قبوض، بیمه، انواع مالیات و ... در نبود شرایط مناسب درآمدی می‌توانند ادامه فعالیت را بسیار مشکل کنند.

تمایل و گرایش مردم

امروزه مردم برای زمان و راحتی خود ارزش بیشتری قائل هستند، همچنین برای انجام کار یا خرید محصول، از تحقیق تا تصمیم‌گیری، از اینترنت استفاده می‌کنند؛ بنابراین در بسیاری از موارد و برای بسیاری از محصولات دیگر نیازی به صرف زمان و گشتن در بازارها ندارند، در مقابل این زمان را پشت کامپیوتر یا کار با گوشی تلفن همراه خود سپری می‌کنند. تغییر تمایل مردم می‌تواند تهدیدی برای کسب‌وکارهای سنتی باشد.

موارد گفته‌شده، از عمده‌ترین دلایل کم‌رنگ شدن موفقیت کسب‌وکارهای سنتی هستند، اما راهبرد موفقیت برای کارآفرینی و کسب‌وکارها در شرایط امروز چیست؟

زمانی که ماشین‌آلات صنعتی وارد دنیای کشاورزی شدند، عده‌ای سعی کردند با بیشتر و سریع‌تر بیل زدن، با این ماشین‌آلات رقابت کنند، اما کسانی در این رقابت پیروز شدند که هوشمندانه از فرصت‌ها و امکانات در اختیارشان استفاده کردند.

کسب‌وکارهای سنتی نیز در مقابل این دوراهی قرار گرفته‌اند؛ آیا به روش‌های قدیمی سریع‌تر و بیشتر کار کنند و یا جور دیگری به موضوع بنگرند و از امکانات و فرصت‌ها بهره بگیرند.

ب) معرفی کسب‌وکار اینترنتی

در کتاب جعبه‌ابزار کارآفرینی، درباره تعریف کسب‌وکار به تفصیل مطالبی را ارائه دادم. در اینجا به اختصار باید بگویم که کسب‌وکار یک سیستم است. سیستم به مجموعه‌ای از عناصر گفته می‌شود که در کنار هم فعالیت می‌کنند، عناصری که با یکدیگر ارتباط دارند و از همه مهم‌تر،

۱. برای مطالعه بیشتر مفهوم رقابت و انواع آن به کتاب جعبه‌ابزار کارآفرینی از همین نویسنده مراجعه کنید.

فعالیت آن‌ها همدیگر را تکمیل می‌کند. این عناصر در کنار هم یک کل متحد و واحد را تشکیل می‌دهند که در راستای یک هدف مشخص فعالیت می‌کند.

کسب و کار اینترنتی نیز همان کسب و کار با تعریف مشخص آن است؛ بنابراین تمام اصول موفقیت در کسب و کار نیز در آن معتبر است، اما با مختصات ویژه فضای مجازی.

در این کتاب، کسب و کار اینترنتی عبارت است از یک سیستم ارائه محصولات و خدمات با محوریت یک وبسایت اینترنتی و حمایت سایر شبکه‌ها و ابزارهای مجازی در کنار آن. این سیستم با محوریت کانال‌های ارتباطی مجازی (در کنار کانال‌های فیزیکی)، مشتریان جدید را خلق می‌کند و به این ترتیب به خلق ارزش و تولید درآمد می‌انجامد.

در فصول آینده کتاب به معرفی و بررسی اجزای کسب و کار اینترنتی و پیاده‌سازی آن می‌پردازم، اما در ابتدا لازم است به برخی از ویژگی‌ها و مزایای کسب و کار اینترنتی نگاهی بیندازیم.

پ) مزایای کار آفرینی و کسب و کار اینترنتی

شاید تا همین چند سال قبل، راه‌اندازی کسب و کار و از آن مهم‌تر بازاریابی و معرفی آن به دیگران، کاری سخت، زمان‌بر و طاقت‌فرسا بوده است، اما پیشرفت فناوری و بستر فضای مجازی، نه تنها عرصه‌های نامحدودی را به روی کسانی گشوده است که می‌خواهند کارآفرینی خود را آغاز کنند، بلکه ابزارهای بسیار کاربردی و کم‌هزینه‌ای برای بازاریابی نیز در اختیار کارآفرینان قرار داده است. به گفته دیگر، خود هم هدف است و هم وسیله. بنابراین فرصت بسیار خوبی ایجاد شده است تا بتوانیم با کمترین هزینه و ریسک در کم‌ترین زمان، کسب و کار مورد علاقه خود را راه‌اندازی کنیم و در آن موفق باشیم.

برای استفاده حداکثری از این فرصت، ابتدا باید آن را خوب بشناسیم. اولین قدم برای شناخت فرصت‌های فضای مجازی، شناخت مزیت‌های راه‌اندازی کسب و کار در فضای مجازی یا همان کارآفرینی اینترنتی است؛ بنابراین علاوه بر مزیت‌های عام کارآفرینی^۱، کارآفرینی اینترنتی مزایای خاص خود را ارائه می‌دهد که در اینجا به آن‌ها اشاره می‌کنم.

ت) مزایای کار آفرینی اینترنتی

شروع کار از همین لحظه

برخلاف کسب و کارهای عادی و فیزیکی که به آن‌ها آجر و ملات^۲ گفته می‌شود، کسب و کار اینترنتی^۳ زمان چندانی از شما نمی‌گیرد. در شرایط یکسان و پس از نهایی شدن طرح کسب و کار، برای راه‌اندازی یک کسب و کار عادی شما ابتدا باید زمان زیادی را به پیدا کردن

۱. در کتاب اول با نام جعبه‌ابزار کارآفرینی به مزیت‌های کارآفرینی اشاره شد.

2. Bricks and Mortar

۳. Click اصطلاحی که نشان می‌دهد کسب و کارهای اینترنتی قالب فعالیت‌های خود را بایک کلیک به انجام می‌رسانند.

فضای کاری مناسب اختصاص دهید و سپس زمانی را برای تغییر دکوراسیون و چیدمان آن محل صرف کنید. باید لوازم اولیه‌ای را تهیه کنید و موارد بسیار دیگری را اجرا کنید. بنابراین نه‌تنها شروع به کار فرایند زمان‌بری است، بلکه پس از آن نیز باید زمان زیادی برای عملیاتی شدن کسب‌وکار و رسیدن به فروش صرف کنید. در صورتی که می‌توانید کارآفرینی اینترنتی را از منزل خود آغاز کنید. همین‌طور می‌توانید دامنه^۱ و هاست^۲ خود را در عرض چند دقیقه تهیه کنید. می‌توانید با استفاده از سیستم‌های مدیریت محتوای^۳ رایگان مانند وردپرس و جوملا، در عرض چند ساعت یک وب‌سایت اینترنتی با امکانات و ظاهری اختصاصی و باب میل خود داشته باشید؛ بنابراین می‌توانید به سرعت ایده‌های خود را در چارچوب کسب‌وکار اینترنتی به واقعیت تبدیل کنید.

علاوه بر این‌ها چرخه تولید محصولات نیز می‌تواند بسیار کوتاه باشد. شما با تولید محصولات الکترونیکی، مجازی و یا دانلودی (که تولیدشان زمان زیادی از شما نمی‌گیرند) و قرار دادن آن در سایت برای فروش، می‌توانید فاصله ایده تا محصول، محصول تا فروش و فروش تا درآمد را به کم‌ترین زمان ممکن کاهش دهید.

هزینه بسیار پایین راه‌اندازی کسب‌وکار اینترنتی

برای بسیاری از مشاغل، مکان مناسب فعالیت باید حتماً ویژگی‌های خاصی داشته باشد، مثلاً یک مغازه فروش البسه به احتمال زیاد در یک کوچه محلی شانس چندانی برای موفقیت ندارد (در شرایط عادی و بدون استفاده از ابزارهای بازاریابی اینترنتی)، چراکه افراد کمی از جلوی مغازه او گذر نمی‌کنند؛ بنابراین اگر صاحب آن کسب‌وکار بخواهد کار خود را ارتقاء دهد، باید در مکانی پرتددتر فضای کاری خود را شکل دهد. تهیه یک ملک تجاری (چه رهن، اجاره و چه خرید در مراحل بعدی) بسیار گران‌قیمت خواهد بود. همچنین هزینه فراوانی برای تجهیز این مکان باید صرف شود. در مقابل شما می‌توانید با پرداخت فقط چند هزار تومان، دامنه سایت خود را تهیه کنید. همین‌طور می‌توانید با قیمت‌های بسیار نازل (یا حتی رایگان برای شروع کار) هاست خود را اجاره کنید، می‌توانید با کمی تحقیق در اینترنت و مطالعه مطالب و دیدن فیلم‌های آموزشی رایگان، خودتان سایت‌تان را راه‌اندازی کنید (حتی بدون نیاز به دانش برنامه‌نویسی و با استفاده از سیستم‌های مدیریت محتوای رایگان یا همان سایت‌سازها).

می‌توانید کارآفرینی در منزل را تجربه کنید، بنابراین نیاز ندارید برای تهیه لوازم هزینه کنید. می‌توانید به جای آنکه فضایی را آماده کنید تا مردم وارد آن شوند و از محصولات موجود خرید کنند، فضای مجازی را ایجاد کنید تا مشتریان با حضور در وب‌سایت اینترنتی شما خرید کنند و

1. Domain

2. Host

3. Content Management System (cms)

شما نیز سفارش‌های آن‌ها را برایشان ارسال کنید.

می‌توانید برای شروع، به جای انباشت محصولات در یک ملک تجاری (که هزینه زیاد و چندجانبه برای شما دارد)، نمونه‌ای از آن‌ها را تهیه کنید و با تولید محتوای آموزشی و توضیحاتی جذاب در قالب مقاله، فیلم و فایل صوتی، آن‌ها را در سایت خود منتشر کنید. سپس با انجام هر فروش، خودتان محصول را تهیه و برای مشتری ارسال کنید. این گونه ریسک و هزینه شروع کار بسیار پایین است. این کار را ادامه دهید تا قدرت مالی‌تان افزایش یابد، سپس محصولات را به صورت انبوه تهیه کنید. اگر خوب کار کنید، همین دامنه چند هزار تومانی، می‌تواند در آینده از نظر ارزش مالی با املاک تجاری چند میلیارد تومانی برابری داشته باشد.

بازاریابی اینترنتی قدرتمند

امروزه بازاریابی اینترنتی به عنوان ابزاری قدرتمند^۱ برای موفقیت کسب و کارها، فرصت‌های فراوانی را ارائه می‌دهد. این بخش به قدری مهم و جامع است که می‌توانم مزایای آن را به بخش‌های کوچک‌تر تقسیم کنم.

۱) هزینه پایین بازاریابی اینترنتی

استفاده از روش‌ها و ابزارهای بازاریابی اینترنتی در مقابل بازاریابی آفلاین بسیار ارزان‌تر و مقرون به صرفه‌تر است. شما می‌توانید به صورت رایگان یا با چند ده هزار تومان فعالیت بازاریابی خود اعم از ایمیل مارکتینگ، تبلیغات بنری، تبلیغات لینکی، تبلیغات کلیک، رپورتاژ آگهی و ... را آغاز کنید. حتی می‌توانید از ابزار قدرتمند رسانه‌های اجتماعی موبایلی و وب‌سایتی تا حدود زیادی به صورت رایگان استفاده کنید.

در مقابل کوچک‌ترین تبلیغات آفلاین، اعم از چاپ تراکت، تبلیغ در انواع روزنامه‌ها، مجلات و ... می‌تواند هزینه‌هایی چندین برابر بازاریابی آنلاین داشته باشد. حال تبلیغات در رسانه‌های جمعی مانند رادیو و تلویزیون و شبکه‌های ماهواره‌ای جای خود را دارند.

۲) ارزیابی آسان

شما در بازاریابی آفلاین نمی‌توانید به راحتی متوجه شوید که هزینه‌ای که برای هر تبلیغ کرده‌اید، چه میزان بازخورد برای شما ایجاد کرده است. تبلیغات شما چند بار دیده شده و آیا اثرگذاری خوبی داشته یا خیر؛ تنها ابزاری که دارید حدس و گمان خودتان است و مقداری اطلاعات پراکنده از بازخوردها. اما با ابزارهای بازاریابی آنلاین می‌توانید به صورت دقیق مشاهده کنید که هر کدام از کمپین‌های بازاریابی^۲ شما چه بازخورد و اثری داشته‌اند، چه افرادی از چه ورودی‌هایی به چه صفحاتی از سایت شما وارد شده‌اند، به چه صفحات دیگری رفته‌اند، چقدر زمان در سایت

۱. توضیحات در مورد رسانه‌های بازاریابی در کتاب اول جعبه‌ابزار کارآفرینی و در فصل بازاریابی ارائه شده است.

شما صرف کرده‌اند، کدام مطالب برایشان جذابیت بیشتری داشته است، روی چه لینک‌هایی کلیک کرده‌اند و ... این ارزیابی‌ها به شما امکان می‌دهند که دائماً بتوانید فعالیت‌های بازاریابی خود را بهینه‌تر کنید. تمام این موارد و بسیاری موارد دیگر، به صورت رایگان، لحظه‌ای و کاملاً دقیق قابل گزارش‌گیری هستند.

۳) بازاریابی هدفمند و هوشمند

شما در بازاریابی آفلاین تبلیغی را انجام می‌دهید، مثلاً بیلبوردی را سفارش می‌دهید یا در روزنامه مطلبی را چاپ می‌کنید، از آن به بعد، دیگر کنترل و نظارت چندانی روی بازار هدفی که آن را مشاهده می‌کنند، ندارید. اما در بازاریابی دیجیتالی دقیقاً می‌توانید مشخص کنید که چه مطالبی را چه کسانی مشاهده کنند، مثلاً برای ارسال ایمیل می‌توانید گروه‌های مختلفی از انواع مشتریان و افراد علاقه‌مند داشته باشید و برای هر نوع محصول یا خبر، ایمیلی را برای گروهی خاص ارسال کنید.

علاوه بر آن در بازاریابی آفلاین اشخاص ممکن است در هر لحظه تبلیغات شما را ببینند. در اکثریت مطلق موارد، در لحظه دیدن تبلیغ هیچ نیازی به محصولات شما ندارند. زمانی که به محصولات شما نیاز داشته باشند نیز تبلیغ شما را فراموش کرده‌اند. خیلی به ندرت خلاف این اتفاق می‌افتد که زمان مشاهده تبلیغ با زمان نیاز مشتری بالقوه با محصول یا خدمات شما تلاقی داشته باشد، بنابراین بخش بزرگی از بودجه بازاریابی شما به هدر رفته است. در مقابل، شما با تولید محتوای مناسب، افرادی را که خودشان در همان لحظه به دنبال مطلب خاصی می‌گردند، جذب می‌کنید و می‌توانید محصولات یا خدمات خود را به آن‌ها معرفی کنید.

۴) کارایی بازاریابی اینترنتی

امروزه میزان استفاده شرکت‌های بزرگ از بازاریابی اینترنتی از نسبت میزان بازاریابی آفلاین پیشی گرفته است. از جمله دلایل آن، علاوه بر مقرون به صرفه بودن، قابل ارزیابی و هوشمند بودن، بهره‌وری بالای بازاریابی اینترنتی است. استفاده از ابزارهای بازاریابی اینترنتی، بیشترین بازگشت سرمایه را برای شرکت‌ها به همراه خواهد داشت، مثلاً طبق آماری که برای شرکت‌های آمریکایی ارائه شده، به طور متوسط برای هر دلاری که شرکت صرف بازاریابی با ایمیل^۱ می‌کند، بین ۴۰ تا ۵۰ دلار فروش ایجاد می‌شود.

فروشگاهی که هرگز تعطیل نمی‌شود

ساعات کار شما در کسب‌وکارهای عادی محدود است، به تبع آن در زمانی که کاری انجام نمی‌دهید درآمدی نیز ندارید، اما داشتن یک کسب‌وکار اینترنتی پتانسیل فروش و درآمد نامحدود را به شما هدیه می‌دهد. در ساعتی از شبانه‌روز که هیچ کسب و کاری باز نیست، سایت

شما می‌تواند فروش داشته باشد. جالب است بدانید بیش‌ترین آمار بازدید و خرید از سایت‌ها و کسب‌وکارهای اینترنتی در ایران بین ساعات ۱۰ شب تا ۱۱ بامداد است. شما می‌توانید روز بعد از خرید، محصول سفارش داده‌شده را ارسال کنید. اگر محصولات مجازی و دانلودی برای فروش گذاشته باشید که دیگر حتی نیازی به این کار هم نیست.

فرایندهای خودکار

در کسب‌وکارهای عادی زمان بسیاری به اجرای امور تکراری و اجتناب‌ناپذیر اختصاص داده می‌شود، مانند صدور فاکتور فروش، راهنمایی مشتریان و برای هر مشتری یک‌بار به صورت کامل، پاسخ به سؤالات متداول، حسابداری و... در مقابل، در کسب‌وکار اینترنتی بسیاری از این موارد را سایت شما به صورت کاملاً خودکار انجام می‌دهد؛ مثلاً با عضویت هر نفر در سایت پیام خوشامدگویی و هدیه‌ای برای او ارسال می‌شود. بعد از عضویت شخص، به‌طور منظم و در فواصل زمانی تعیین‌شده، ایمیل‌هایی با متون تعیین‌شده برای او ارسال می‌شود، بعد از خرید می‌تواند فاکتورش را در لحظه در ایمیل خود دریافت کند و با پیامک از وضعیت آن آگاه شود. می‌توانید آموزش‌هایی را برای فرایندهای خرید و پاسخ به سؤالات متداول مشتریان در سایت قرار دهید و... این امکانات هزینه‌های عملیاتی و اجرایی شما را در طول زمان بسیار پایین می‌آورند و زمان زیادی را برای شما آزاد می‌کنند.

تغییرات سریع و راحت در کسب‌وکار

با داشتن کسب‌وکار اینترنتی شما همواره به‌راحتی (حداقل بسیار راحت‌تر از کسب‌وکارهای فیزیکی) می‌توانید تغییرات دلخواه خود را اعمال کنید، مثلاً فناوری‌ای که استفاده می‌کنید را تغییر دهید، ظاهر سایت خود را عوض کنید، فرایندهای کسب‌وکار و بازاریابی را دائماً تغییر و بهبود دهید و... اعمال این تغییرات در بسیاری از موارد مانع کسب درآمد شما نیز نمی‌شوند. شما می‌توانید تغییرات را به صورت آزمایشی روی یک دامنه دیگر یا لوکال هاست خود انجام دهید و پس از نهایی شدن، آن‌ها را روی دامنه اصلی خود اعمال کنید. اما در کسب‌وکارهای عادی، کوچک‌ترین تغییرات برای شما بسیار هزینه‌بردار خواهند بود. تغییرات دکوراسیون، چیدمان محصولات و... می‌توانند بسیار زمان‌بر باشند و شما را نیز از کسب درآمد بازدارند. تغییر آدرس و محل کسب‌وکار نیز در بسیاری از موارد می‌تواند مصیبت‌بار باشد؛ بنابراین شما انعطاف‌پذیری و چابکی لازم برای استفاده از فرصت‌ها را نخواهید داشت و فعالیت‌های شما در یک چارچوب مشخص محدود می‌شوند.

شبکه گسترده همکاران

داشتن شبکه گسترده همکاران یکی از مزیت‌های رقابتی و عامل مهمی در پیشرفت هر کسب‌وکار است. ساخت ارتباط، حفظ و نگهداری و همین‌طور ارتقاء روابط شبکه همکاران، فعالیت‌های اساسی

است که باید در هر کسب و کاری انجام شود. این کار در کسب و کارهای اینترنتی با سهولت و گستره عمل بیشتری انجام می شود، مثلاً تعداد زیادی از سایت های همکار می توانند به شما لینک بدهند و شما و مطالبتان را به مخاطبان خود معرفی کنند. می توانند محصولات شما را به صورت مجزا یا در قالب بسته های محصولات خود به فروش بگذارند، یا اینکه می توانند به صورت بازاریابی رابطه ای^۱ برای سایت شما بازدیدکننده و مشتری ارسال کنند.

در این حالت بعد از ورود هر بازدیدکننده، اطلاعات آی پی او ذخیره می شود و در صورت خرید آن شخص از شما حتی تا مدت ها بعد، می توانید تشخیص دهید که این مشتری اولین بار از طریق چه سایتی اولین بار با شما آشنا شده است. به این ترتیب می توانید به سایت معرف کمسیون بدهید و با تمام سایت هایی که شما را معرفی می کنند رابطه مالی دقیق داشته باشید.^۲ این کار انگیزه سایت ها و کسب و کارهای اینترنتی دیگر را برای همکاری با شما افزایش می دهد. بدیهی است که انجام این نوع بازاریابی در کسب و کارهای عادی در این مقیاس غیرممکن است.

گرایش عمومی مردم

در گذشته مردم راه جایگزینی برای خرید و انجام کارهای تجاری به صورت مستقیم و رودررو نداشتند. با ظهور اینترنت و کسب و کارهای اینترنتی، در یک دوره میانی و گذار، استفاده از این فناوری برای مردم مبهم بود. عده ای آن را امن نمی دانستند، خرید اینترنتی برای عده ای ترسناک و سخت بود، افراد بسیاری به خرید اینترنتی اعتماد نداشتند، امکانات و زیرساخت های لازم مانند درگاه های بانکی برای فروشگاه های اینترنتی بسیار محدود بود و از همه مهم تر، مردم خرید را به صورت فیزیکی دوست داشتند. فرایند خرید برای آن ها علاوه بر تهیه محصول موردنظر، تفریح، تعامل اجتماعی با دوستان، ورزش و پیاده روی، تنوع در برنامه زندگی و بسیاری موارد دیگر به حساب می آمد.

اما امروز با کمبود زمان کافی، ترافیک شدید در شهرهای بزرگ برای رفت و آمد، نبود تنوع محصولات در تمامی شهرها، امکان مقایسه بسیار محدود محصولات در حالت حضور در مغازه ها، وجود امکانات، زیرساخت ها و تضمین های لازم برای اطمینان از صحت فرایندهای خرید اینترنتی و بسیاری موارد دیگر، اقبال مردم به خریدهای اینترنتی افزایش یافته است. از آن گذشته، گشت و گذار در فضای مجاری، خواندن نظرات دیگران، مقایسه راحت میان محصولات، دیدن سایت ها و پیشنهادهای متنوع و ... برای افراد زیادی فرایند خرید اینترنتی را به فعالیتی

1. Affiliate Marketing

۲. بازاریابی رابطه ای نوعی از بازاریابی است که در آن محصولات و خدمات دیگران را در قبال دریافت کمسیون برای فروش یا ارائه خدمات در سایت، وبلاگ یا از طریق لینک هایی که در اختیار شما قرار داده می شود، به صورت آنلاین به کاربران دیگر معرفی می کنید.

لذت بخش تر از خرید به صورت عادی تبدیل کرده است. اگر در گذشته خرید اینترنتی لوکس بوده است، امروزه یک امر ضروری است.

افزایش زمان مفید در طول روز

شما با کارآفرینی اینترنتی و مدیریت زمان صحیح، وقت آزاد زیادی در اختیار خواهید داشت، چراکه مجبور نخواهید بود هر روز برای رفتن به محل کار خود در خیابان‌های شلوغ تردد کنید. زمانی را برای حاضر شدن و برای رفتن به کار اختصاص نخواهید داد. از برخوردها و تعاملات زمان گیر و ناخواسته دور خواهید بود و از همه مهم‌تر، خستگی برگشت از محل کار به خانه را در پایان روز نخواهید داشت. برای بسیاری از افراد هم ناراحتی از آنکه فردا و فرداها نیز باید این فرایند را تکرار کنند! وجود نخواهد داشت.

یک مثال ساده: اگر به طور متوسط روزانه ۲ ساعت برای موارد بالا صرف شود، شما سالانه حدود ۶۰۰ ساعت از مفیدترین ساعات خود را هدر می‌دهید. در این ۶۰۰ ساعت می‌توانید زبان جدید بیاموزید، نواختن یک ساز موسیقی را فرا بگیرید، حداقل ۱۰۰ کتاب بخوانید، ۳۰۰ فیلم عالی ببینید، ورزش کنید، بیشتر در کنار خانواده و عزیزانتان باشید و از بودن با آن‌ها لذت ببرید، هر سال بر یک مهارت جدید مسلط شوید و کارهای دیگری که در شرایط عادی به علت کمبود وقت نمی‌توانید انجام دهید.

به این ترتیب با استفاده صحیح از این زمان‌ها می‌توانید هم در حرفه خود به یک شخص بدون رقیب تبدیل شوید و هم کیفیت زندگی خود را به شدت افزایش دهید.

کمک به محیط زیست!

امروزه یکی از اخبار ثابت مشکلات زیست محیطی و از جمله مهم‌ترین آن‌ها، آلودگی هوا در شهرهای بزرگ است. با کارآفرینی در منزل و اداره کسب و کار اینترنتی، نه تنها زمان و هزینه زیادی را در ترافیک از دست نمی‌دهید، بلکه با بزرگ‌اندیشی می‌توانید به کم کردن آلودگی هوا نیز کمک کنید.

اداره هم‌زمان چند کسب و کار

بعد از رشد کسب و کار اینترنتی‌تان، شما می‌توانید کسب و کار خود را گسترش دهید و یا کسب و کارهای جدیدی راه‌اندازی کنید. برخی از دلایل این توانایی عبارت‌اند از:

- شما به کلی‌ترین اصول کارآفرینی و کارآفرینی اینترنتی مسلط می‌شوید و با کمی تغییر متناسب با هر بازار، می‌توانید آن‌ها را در کسب و کارهای دیگر نیز به کار بگیرید.
- خودکار بودن بسیاری از فرایندها به شما این امکان را می‌دهد که بتوانید زمان بیشتری را در اختیار داشته باشید.
- بسیاری از کسب و کارها با ارائه محصولات دانلودی و مجازی فعالیت می‌کنند. شما با هر بار

- تولید این محصولات مدت‌های زیادی می‌توانید درآمد کسب کنید.
- شما می‌توانید با داشتن ۳ یا ۴ همکار آموزش دیده، چندین کسبوکار فوق‌العاده را در آن واحد اداره کنید.
 - برخلاف کسبوکارهای عادی، امکانات و زیرساخت‌های کسبوکارهای اینترنتی مشترک هستند. شما در یک ملک نمی‌توانید چندین شغل را به صورت هم‌زمان داشته باشید. این کار بازدهی را پایین می‌آورد و اغتشاش و سردرگمی به وجود می‌آورد، اما در مقابل می‌توانید با داشتن چندین دامنه مجزا، چندین کسبوکار اینترنتی را بدون مشکل هدایت کنید.
- می‌توان گفت که مزایای کسبوکار اینترنتی بسیار فراوان و بیشتر از مطالب ذکرشده در این قسمت از کتاب است؛ بنابراین اگر تاکنون اقدام به راه‌اندازی کسبوکار اینترنتی نکرده‌اید، می‌توانید با کم‌ترین ریسک و هزینه و در سریع‌ترین زمان ممکن این کار را انجام دهید و از تمام مزایای کسبوکار اینترنتی لذت ببرید.

حالا که تا اینجا کتاب را خوانده‌اید، قبل از خواندن فصل بعد اینجا را اسکن کنید.



<https://ffo.ir/bb-103-chp1>

سخن پایانی

به شما دوست عزیز بابت اتمام مطالعه این کتاب تبریک می گویم.

دنیای کسب و کار اینترنتی، دنیای بسیار شیرینی است، اما کارآفرینی اینترنتی به معنی ثروت یک شبه نیست. برای موفقیت در کسب و کار اینترنتی نیاز به برنامه ریزی، کار، تلاش و یادگیری مستمر است.

مشکل بسیار ریشه داری که در جامعه و به خصوص نسل جوان ما وجود دارد این است که اکثراً دنبال به دست آوردن ثروت، آن هم از نوع یک شبه و آنی هستند. به این معنی که پول، نتیجه نهایی قلمداد می شود، پس برای دستیابی هر چه سریع تر به آن از هر وسیله و به هر شکلی باید استفاده کرد.

کارآفرینی، فرایند شیرینی است که موجب دستیابی به نتایجی بسیار ارزشمندتر از پول می شود. مهم ترین نتیجه کارآفرینی خلق کسب و کاری ارزشمند است که می تواند به من، شما و دیگران کمک کند که انسان بهتری شویم و جامعه بهتری خلق کنیم. بزرگ ترین کارآفرینان جهانی و موفق ترین های ایرانی به این موضوع اشاره دارند که کارشان در اولیت اول و کسب پول فراوان در اولیت های بعدی است.

بنابراین فکر یک شبه ثروتمند شدن از طریق کسب و کارهای اینترنتی را از سر خود بیرون کنید. این نوع افکار، توهمات هستند که از برخی از اشخاص مرتباً تزریق می شوند. اشخاصی که ادعا می کنند می توانند با داشتن یک وبسایت، یک صفحه اینستاگرام یا هر چیز دیگری، بدون انجام دادن کار خاصی به سرعت به درآمدهای چند ده میلیونی ماهیانه برسید (که غالباً خودشان این درآمدها را حتی در یک سال هم ندارند).

کسب و کار اینترنتی قبل از هر چیزی یک کسب و کار است، نه فقط چند صفحه مطلب و یا چند صفحه محصول برای فروش، بنابراین تمام ویژگی های یک کسب و کار موفق را باید داشته باشد. باید سیستمی باشد که بتواند ارزش خلق کند و آن را انتقال دهد. ایجاد چنین سیستمی زمان بر، هزینه بر و سخت است و نیاز به برنامه ریزی، تلاش و از خودگذشتگی دارد؛ بنابراین واقعاً باید عاشق کارآفرینی باشید تا در این راه قدم بگذارید، اما نحوه صحیح برخورد شما با همین سختی ها می تواند بهترین فیتلر برای غربال کردن شما از سایرین و دستیابی به نتایج ارزشمند باشد.

در این کتاب تلاش کردم تا در نهایت ایجاز، مهم ترین اصول پایه ای موفقیت در کسب و کار اینترنتی را برای شما بازگو کنم. شما با مطالعه این کتاب اولین و مهم ترین قدم را برداشتید، اما آنچه واقعاً باعث ایجاد تغییر شود، تصمیم شما به اقدام عملی است.

امیدوارم که پس از خواندن این کتاب، راغب به راه اندازی کسب و کار اینترنتی خود شده باشید و یا اینکه اگر کسب و کار خود را دارید، به این نتیجه رسیده باشید که برای موفقیت بیشتر به حضور در اینترنت و فضای مجازی نیاز دارید.

با آرزوی موفقیت همیشگی شما

علی خادم الرضا

www.Alikhademoreza.ir

فهرست منابع

- اسلاتر، رابت، ترجمه عبدالرضا رضایی نژاد، جک ولش و راه جنرال الکتریک، انتشارات فرا، ۱۳۸۷.
- برگر، جونا، ترجمه نیوشا عاشورزاده، مُسری؛ راهکارهای بازاریابی وپروسی، انتشارات شریف، ۱۳۹۳.
- بقوسیان، ژان، دوره آموزشی کلوپ کارخانه‌داران اطلاعات، مدیر سبز.
- پورتر، مایکل، ترجمه جهانگیر مجیدی و عباس مهرپویا، استراتژی رقابتی، انتشارات رسا، ۱۳۸۳.
- تریسی، برایان، ترجمه بهادر صادقی، روان‌شناسی فروش، انتشارات مهرگان دانش، ۱۳۸۵.
- خادم‌الرضا، علی، جعبه‌ابزار کارآفرینی، انتشارات برآیند، ۱۳۹۸.
- خادم‌الرضا، علی، دوره آموزشی کارآفرینی اینترنتی.
- رایس، آل، ترجمه سنبل بهمنیار، سقوط تبلیغات و ظهور روابط عمومی، انتشارات سیتِه، ۱۳۸۶.
- ریجوی، برت، ترجمه رحمان علیان، ۵۰ اشتباه بزرگ در بازاریابی اطلاعات، انتشارات آدینه، ۱۳۹۱.
- گادین، ست، ترجمه صدف حکیمی‌زاده، به جعبه دست‌بزن، انتشارات آموخته، ۱۳۹۸.
- گرو، اندرو، ترجمه عبدالرضا رضایی نژاد، تنهایی پروایان پایدارند، انتشارات فرا، ۱۳۸۸.

Barayand Talk

ما در نشر برآیند، فراتر از کتاب می‌رویم و کتاب را یگانه محمل ارائه محتوا نمی‌دانیم. در وبگاه نشر برآیند، می‌توانید از محتوای دیجیتالی غنی ما بهره ببرید. یکی از موضوعات محتوایی پرمخاطب که در وبگاه نشر برآیند در دسترس شماست، بخش برآیند تاک است. در این بخش، هر بار، با یکی از متخصصان حوزه کسب و کار به صحبت نشسته‌ایم و موضوع مشخصی را بررسی کرده‌ایم. در ادامه، عنوان‌های بخشی از این محتوای دیجیتالی آمده است که شما را قانع خواهد کرد حتماً به وبگاه نشر برآیند، بخش برآیند تاک سر بزنید. این عنوان‌ها عبارت‌اند از:

- برند و برندینگ (امید ملائکه)
- خدمات پس از فروش (نادر وهاب آقایی)
- تبلیغات (علیچاه شهربانویی)
- یادگیری زبان (رز شایقی)
- کراود فاندینگ (سولماز صادق نیا)
- کارآفرینی (ناصر غانم‌زاده)
- مدیریت ارتباط با مشتری (حمید محمودزاده)
- مجوزهای لازم برای کسب و کارهای آنلاین (محمدرضا نصرالهی)
- توسعه کسب و کار (سامان فائق)
- استراتژی محتوا (یاور مشیرفر)
- توهم کارآفرینی (علی خادم‌الرضا)
- مهاجرت (رضا قربانی)
- داستان در برند و کسب و کار (حسین وحدانی)
- در محیط کسب و کار شما سئوکار نیست یا سئو، کار نیست؟ (حمیدرضا اعتدال‌مهر)
- وردپرس چند؟ (امین اسماعیلی)
- چرا وردپرس بله، چرا وردپرس نه؟ (مهدی سلطانی)

... و



اسکن کنید



در حوزه بازاریابی دیجیتال، در بسیاری از موارد، کتاب نمی‌تواند نیازهای اطلاعاتی شما را مرتفع سازد. وبینار، یکی از انواع غنی محتواست که به درک بهتر موضوعات این حوزه کمک می‌کند.

در نشر برآیند، ده‌ها وبینار برای تکمیل برنامه مطالعاتی شما فراهم شده است که به‌رایگان در اختیار شما قرار دارد. در ادامه، عنوان‌های بخشی از این وبینارها آمده است که شما را قانع خواهد کرد حتماً، همین حالا، به وبگاه نشر برآیند سر بزنید. این عنوان‌ها عبارت‌اند از:

- نوهزینه کاهی (صدرا امامی)
- شناخت نیازهای اساسی مشتری (صدرا امامی)
- بازاریابی شبکه‌های اجتماعی (حامی معافی غفاری)
- بازاریابی محتوایی برای مدیران (رام‌نیل شهباز)
- تحلیل رفتار کاربران توسط موتورهای جست‌وجو (احسان وارسته‌نژاد)
- چالش‌های حقوقی محتوای آنلاین (محمد رضا نصرالهی)
- تبلیغات همسان چیست؟ (محمد اسماعیل تحصیلی)
- راحت نوشتن (شاهین کلانتری)
- شناخت محیط کسب‌وکار (علی خادم‌الرضا)
- ۶ مدل کاربردی برندسازی (امید ملائکه)
- بوم استراتژی محتوا (یاور مشیرفر)
- تجربه تولید محتوا در اینستاگرام (مرتضی چرخ زرین)
- ساستک (احسان خواجوی)
- بهینه‌سازی اپ‌استورها (ASO) (فربد قطبی)
- آموزش نرم‌افزار screaming frog (محمد جاوید نظر)
- اصول موفقیت در سرمایه‌گذاری (علی خادم‌الرضا)
- اصول موفقیت در سرمایه‌گذاری (علی خادم‌الرضا)
- ایمیل مارکتینگ، تحلیل کمپین‌های ایمیل مارکتینگ باداده‌های واقعی (شیما شریفی)
- برنامه‌ریزی بازاریابی (سید حسین اورعی)
- سنو آنچه که هست، آنچه که نیست (عادل طالبی)

... و

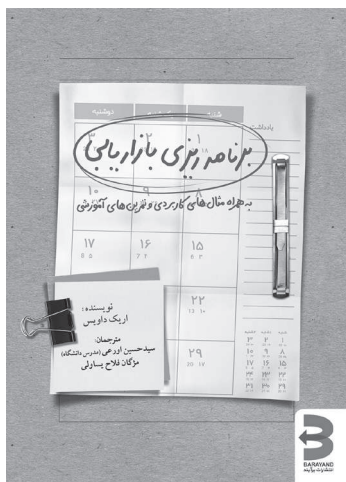




<https://ffo.ir/bb-142-end>

در دنیای امروز، با اینکه بازاریابی و تبلیغات هنوز به صورت سنتی انجام می‌شود، اما روش‌های دیگری مانند دیجیتال هم به آن اضافه شده است. به اقتضای همین اضافه شدن، اصطلاحی مبنی بر «آژانس دیجیتال مارکتینگ» شکل گرفته است.

نیما شفیع‌زاده در کتاب پیش روی سعی کرده است به کمک منابع گوناگون، تجربیات کاری خودش و سایر افراد، ابتدا یک توضیح کامل و مفصل درباره اینکه اصلاً آژانس دیجیتال مارکتینگ چیست و در ایران چطور تعریف می‌شود و به چه روش‌هایی در حال اجراست، ارائه دهد. بعد تلاش کرده مزایا و معایب همکاری کردن با آژانس‌های دیجیتال مارکتینگ را به صورت چندجانبه، یعنی از نگاه کارمند، ناشر و مشتری، بررسی کند. این بررسی سه بخش اصلی دارد که هر کدام را به طور کامل توضیح داده است.



<https://ffo.ir/bb-126-end>

در کتاب برنامه‌ریزی بازاریابی آقای اریک داووس تلاش کرده نشان دهد برنامه‌ریزی برای بازاریابی کار عجیب، پیچیده یا نیازمند به یک سازمان بزرگ نیست، شما هم می‌توانید با توجه به اهمیت این موضوع برای هر کسب و کاری که دارید، برنامه بازاریابی خاص خود را بنویسید. در واقع این کتاب، راهنمایی گام به گام است برای اینکه بتوانید هر نوع برنامه بازاریابی را از شرکت‌های کوچک تا شرکت‌های بزرگ تهیه و تنظیم کنید.

بدون برنامه، هرگز به مقصد نمی‌رسیم و این کتاب کمک می‌کند کسب و کار شما با داشتن یک برنامه مرتب، منظم و البته قابل اجرا به اهداف خود برسد.

...به زودی...

موفقیت در بازاریابی شبکه‌های اجتماعی از ایجاد روابط قوی، عمیق و بلندمدت با مشتریان و مخاطبان حرفه‌ای و به اشتراک گذاشتن انواع محتوای جذاب و حرفه‌ای به دست می‌آید، به شکلی که کاربران مشتاقانه آن را با دوستان، خانواده و همکاران‌شان به اشتراک بگذارند.

این دیدگاه به شما کمک می‌کند تا بتوانید مشتریان وفادار زیادی را جذب کرده، ارتباطات خوبی بسازید و نمایندگان و سفیران برند خود را به گونه‌ای تشویق کنید که کسب‌وکار شما را بفروشند. این روش کاملاً در نقطه مقابل مدل بازاریابی سنتی قرار می‌گیرد.

در کتاب ۵۰۰ نکته شبکه‌های اجتماعی، نکات کاربردی و مفید را بیاموزید تا بتوانید به صورت حرفه‌ای کسب‌وکار خود را در تمامی شبکه‌های اجتماعی معرفی کنید. در هر بخش به صورت دسته‌بندی شده به موضوعات مختلفی چون بهینه‌سازی پروفایل، استراتژی محتوا و توصیه‌هایی در زمینه تبلیغات پولی پرداخته شده است.



<https://ffo.ir/bb-135-end>

...به زودی...

شما پیتزا نیستید و قرار نیست همیشه به دنبال شاد کردن دیگران باشید! اگر بخواهید نظرات خود را ابراز کنید، این احتمال وجود دارد که دیگران با شما مخالفت کنند. در خانه و یا در جمع دوستانتان می‌توانید با ایجاد بحث و چالش لذت ببرید، اما در فضای عمومی مانند اینترنت، ماجرا متفاوت است. هر چه قدرت برند شخصی شما بیشتر می‌شود، احتمال اینکه نظرات منفی را جذب کنید بیشتر می‌شود. نظرات منفی ممکن است آزاردهنده باشند، اما می‌توانید به آن به عنوان فرصت بنگرید.

در کتاب هنر برند شدن می‌آموزید که برای متمایز شدن، باید و باید خودتان باشید و داستان خودتان را روایت کنید. با مطالعه این کتاب، می‌توانید گام‌های موثر برای برند شدن را بدون خطا بردارید.



<https://ffo.ir/bb-141-end>



نشر برآیند همگام با ناشران بین‌المللی، از کاغذهای مرغوب با زمینه‌ی کرم استفاده می‌کند؛ زیرا:
■ این کاغذها نور را کمتر منعکس می‌کند و در نتیجه، چشم هنگام مطالعه کمتر خسته می‌شود؛
■ این کاغذها سبک‌تر از کاغذهای دیگر است و جابه‌جایی کتاب‌های تهیه‌شده با آن، آسان‌تر است؛
■ و مهم‌تر از همه اینکه برای تولید این کاغذها درخت کمتری قطع می‌شود.

..... به امید دنیایی سبزتر و سالم‌تر



اینستاگرام برآیند

barayandbooks



کانال تلگرام برآیند

<https://t.me/barayandbook>



سایت برآیند

www.barayandbooks.ir

