

دلایل ایجاد تجارت الکترونیکی

- ایجاد درآمد جدید و کاهش هزینه ها ..
- جذب مشتریان جدید ..
- افزایش وفاداری مشتریان فعلی ..
- ایجاد بازارها و کانالهای جدید توزیع برای محصولات فعلی ..

یک سوال

■ محدودیتها و مشکلات راه اندازی تجارت الکترونیکی در کشورمان چیست؟

اهم روشهاي تجارت الكترونيكي

B2C: Dell, Amazon.com, Campusfood.com ..

B2B: Ford, GM ..

C2C: eBay.com, ..

C2B: Etrana.com(group purchasing), ..

G2B ..

G2C ..

مدل کسب و کار (Business Model)

- برنامه کسب درآمد توسط یک شرکت که در آن محصولات و خدمات قابل فروش و بازار هدف مشخص شده اند را مدل کسب و کار می گویند .
- مدل کسب و کار روزنامه ها : فروش روزنامه + جذب آگهی.

انواع مدل های تجارت الکترونیکی

Producer Models ..

Distributor Models ..

Advertisement Models ..

Market Maker Models ..

Informed diary Models ..

مدلهای تولید کننده (Producer Models)

- تولید کننده کسب و کاری است که از طریق فروش محصولات تولیدی یا خدماتش کسب درآمد می نماید .
- مدل مورد استفاده آنها در تجارت الکترونیکی، واسطه زدایی می باشد (disintermediation)
- منافع واسطه زدایی : کاهش هزینه و روابط بهتر با مشتری
- معایب واسطه زدایی : خرده فروشی و ارائه خدماتی که قبلا واسطه ها ارائه می کردند .

مدلهای توزیع کننده (Distributor Models)

- توزیع کننده کسب و کاری است که در حجم عمده می خرد و در حجم خرد می فروشد . توزیع کننده با بازاریابی، فروش و خدمات پس از فروش ارزش افزوده ایجاد می کند
- توزیع کننده می تواند عمده فروش یا خرده فروش باشد . .
- واسطه زدائی کسب و کار آنها را به خطر انداخت .
- نقش خود را به کارگزار (Agent) تغییر دادند و در صدد ایجاد روابط بلند مدت با مشتریان برآمدند .

مدلهای توزیع کننده

استراتژی آنها Reintermediation می باشد
تغییر مدل کسب و کار آژانسهای هوایی از فروش
صرف بلیط هواپیما به ارائه دهنده پکیجهای
مسافرتی (بلیط، هتل، ویزا و...)

مدلهای تبلیغاتی (Advertisement Models)

شرکت تبلیغاتی، کسب و کاری است که برای کسب و کارهای دیگر تبلیغات نموده و از این طریق کسب درآمد می کند .

■ برخی از روشهای کسب درآمد :

• دریافت پورسانت در صورت خرید بنر (Banner) تبلیغاتی (3 تا 10 درصد).

• آگهی های استاتیک

• آگهی های شخصی سازی شده موتورهای جستجو بر اساس کلیدواژه
قرار دادن نتایج جستجو

■ مثال : Yahoo , Google , Gooya

مدلهای ایجاد بازار (Market Maker Models)

- کسب و کاری که از به هم رساندن خریداران و فروشندگان کسب درآمد می نماید .
- ایجادکنندگان بازار معمولاً خود خرید و فروش را انجام نمی دهند .
- مانند حراجیهای اینترنتی (eBay) و نمایشگاههای الکترونیکی .

مدلهای ایجاد بازار

سایت priceline.com که مدل مورد استفاده آن، ارائه قیمت توسط خریداران برای کالاهای مورد نیازشان می باشد . سپس این سایت می کوشد عرضه کنندگان مناسب را در ارتباط با تقاضای خریداران بیابد .

مدلهای واسطه‌گری اطلاعاتی (Infomediary Models)

- کسب و کاری که از جمع‌آوری و فروش اطلاعات، کسب درآمد می‌نماید .
- اطلاعات در خصوص مصرف‌کنندگان و عادات خرید آنها می‌تواند در طراحی و بازاریابی محصولات و خدمات مفید باشد .
- اطلاعات در خصوص تولیدکنندگان می‌تواند در اخذ تصمیم خرید توسط مصرف‌کنندگان مفید باشد .

مدلهای واسطه‌گری اطلاعاتی

- انجام تحقیقات بازاریابی آنلاین
- این سایتها، نقش مهمی در ایجاد یک بازار کارا دارند ..
- مثال: [Net ratings.com](http://Netratings.com)