

## از دیدگاه اتحادیه اروپا:

انجام تجارت بصورت الکترونیکی (1998) - هر شکلی از مبادله تجاری که در آن طرف ذینفع به جای تبادلات فیزیکی یا تماس مستقیم فیزیکی، بصورت الکترونیکی تعامل کنند (2001)

## از دیدگاه ارتباطات:

تحول خدمات، کالا و محصولات از طریق خطوط تلفن، شبکه های کامپیوتری و سایر وسائل ارتباطی

## از دیدگاه فناوری اطلاعات:

آن دسته از کاربردهای فناوری اطلاعات که بصورت سیستمی برای پشتیبانی و پیشرفت دادن جریان کاری و مبادلات تجاری ایجاد شده است.

## \* از دیدگاه تجاری:

ابزاریست که کسب و کارهای مختلف، شرکای آنها و مشتریان آنها را قادر میسازد که موضوعاتی چون کیفیت خدمات، سرعت تحویل و... را ارتقاء و موضوعاتی همچون هزینه ها را کاهش دهند.

## تعریف جامع تجارت الکترونیک

تعامل سیستمهای ارتباطی (communication)، سیستمهای مدیریت اطلاعات (data management) و امنیت (security) که بواسطه آنها امکان مبادله اطلاعات تجاری در رابطه با فروش محصولات و یا خدمات میسر میگردد.

## اجزای اصلی تجارت الکترونیک

1- سیستمهای ارتباطی Communication

2- سیستمهای مدیریت داده ها Data management

3- امنیت Security

## تاریخچه تجارت الکترونیک مبتنی بر جهش تکنولوژی اطلاعات

1- عصر پردازش الکترونیکی داده ها : EDP (Electronic Data Process) ماشینهای خودپرداز و کارتهای اعتباری

2- عصر سیستمهای اطلاعاتی مدیریت MIS Management information system : مبادله الکترونیکی کالا، سیستمهای

بانکی بین الملل، انتقال وجه الکترونیکی

3- عصر اینترنت Internet

## تأثیر تجارت الکترونیک بر سطوح مختلف تجارت

1- رقابت Competention

2- بازاریابی Marketing

3- توزیع Distribution

4- فروش Sales

## فواید تجارت الکترونیک در قیاس با تجارت سنتی

Traditional Commerce & E-Commerce

1- حضور در بازار به شکل "همه جا، همه کس، همه وقت"

2- در زمینه معرفی و تبلیغ محصول در هر زمان در دسترس است و میتواند برای هر گروه خاص مصرف کنندگان تغییر یابد.

3- کانالهای معمول فروش را تغییر میدهد و امکان فروش مستقیم و بدون واسطه محصولات را فراهم می آورد.

4- فروش آنی و روی خط Online به مقدار زیاد هزینه های فروش و نیروی انسانی را پایین می آورد.

5- خدمات پس از فروش به مشتری، امکان خبرگیری سریع دو طرف از یکدیگر و عرضه خدمات به مشتری تسهیل و تکمیل میگردد.

6- ورود به بازارهای استراتژیک جدید بدون در نظر گرفتن مرزها و فرصتهای تجاری و شغلی جدید بوجود می آید.

7- با توجه به اطلاعات بدست آمده از مشتریان قدرت تجزیه و تحلیل کالا افزایش می یابد.

## موانعی که ویژه گیهای تجارت الکترونیک را تحت الشعاع قرار میدهند

1- سهولت در سرقت اسرار و رموز محرمانه کاری شرکتها

2- عدم تبیین قوانین مالیاتی دقیق

3- عدم تبیین قوانین کمرکی دقیق

4- عدم آشنایی با قوانین کشورها

5- عدم آشنایی با آداب، رسوم و فرهنگ های ملل

6- امکان کلاهبرداری از طریق کارتهای اعتباری

7- عدم اعتماد و امنیت

8- میزان وابستگی انتخاب محصول به حواس پنجگانه

9- محصولاتی که مشتریان از قبل با آنها آشنایی دارند راحتتر خریداری میشوند.

10- بسیاری از مشتریان ممکن است به دلایل مختلف خرید الکترونیکی را نپذیرند.

## دلایل عقب ماندگی تجارت الکترونیک در ایران

1- نبود بسترها و تجهیزات شبکه ای و ارتباطی لازم برای دسترسی سریع و آسان مردم به اینترنت

2- عدم وجود قوانین مدون و مصوب تجارت الکترونیک

3- فقدان نظام بانکداری الکترونیکی نوین در سیستم بانکی کشور

4- عدم وجود کارتهای اعتباری بین المللی و سایر کارتهای خرید الکترونیکی

5- عدم پشتیبانی بسیاری از شرکتهای تجاری فعال، از تجارت الکترونیک و عدم وجود مراکز و شرکتهای

دولتی و خصوصی خدمات دهنده تجارت الکترونیک

6- عدم فرهنگ سازی مناسب و سطح آگاهی پایین مردم به الکترونیک و فناوری اطلاعات در کشور

## مدلهای مختلف تجارت الکترونیک

1- تجارت بین سازمانی (B2B) Business To Business

2- تجارت بین سازمانی و مصرف کننده (B2C) Business To Consumer

3- تجارت مصرف کننده با مصرف کننده (C2C) Consumer To Consumer

4- تجارت مصرف کننده به کسب و کار (C2B) Consumer To Business

5- تجارت کسب و کار به کارکنان (B2E) Business To Employer

6- تجارت سازمانها با ادارات دولتی (B2G) Business To Government

تجارت مردم به مردم (P2P) People To People

تجارت بورس به بورس (E2E) Exchange To Exchange

رشد IT, ICT اثرات قابل مشاهده فراوانی بر اقتصاد پیشرفته داشته که رشد

تجارت الکترونیکی و افزایش حجم اطلاعات و گردش سریعتر آن و افزایش شمار

کاربران اینترنت را در برداشته است. Europe %29, japan%13, Rest %25

StoreFront	E-Marketplace	Auctions	Portal	Name-Your Price	Demand-Sensitive Price	Bartering	E-Service
سایتی که معرفی کالا، عملیات روش روی خط، سرویسدهی و امنیت را یکجا در خود دارد تا ارتباط مستقیم فروشنده و خریدار در آن میسر گردد. مثل سایتهای تجاری شرکتهای بزرگ	بازارچه الکترونیکی که امکان جستجو و خرید انواع محصول را از فروشندگان مختلف برای خریدار فراهم میکند مانند <a href="http://www.Amazon.com">www.Amazon.com</a>	سایتهای حراجی با روشها و متدهای مختلف مناسب برای نوع (C2C) مانند <a href="http://www.Ebay.com">www.Ebay.com</a>	این نوع سایت تقریباً تمام اطلاعاتی را که بیننده سایت به آن نیاز دارد مانند اخبار، هواشناسی، اطلاعات بازار بورس، جستجو در وب را در خود دارد مانند <a href="http://www.yahoo.com">www.yahoo.com</a>	مشتری قیمت خود را اعلام میکند و سایت با کمک ارتباطات خود سعی در پیدا کردن محصول با آن قیمت میکند مانند <a href="http://www.priceline.com">www.priceline.com</a>	سایت سعی میکند که خریدهای مشابه را نگه داشته و در نهایت یکجا انجام دهد تا هزینه های جانبی بین تمام خریداران سرشکن شده و قیمت نهایی کمتر شود <a href="http://mercata.com">mercata.com</a>	(مبادله پایاپای) سایتهایی که در آنها کالایی با کالای دیگر مبادله میشود <a href="http://www.ubarter.com">www.ubarter.com</a>	سایتهای خدمات دهنده تجاری که معمولاً بعنوان شخص ثالث در مبادلات تجاری الکترونیکی وارد عمل شوند مانند <a href="http://www.visa.com">www.visa.com</a> , <a href="http://www.ups.com">www.ups.com</a>

انواع سایتهای تجاری و خدماتی الکترونیکی

Dynamic Pricing

### نمونه هایی از خدمات الکترونیکی در تجارت الکترونیک

- خدمات بانکی الکترونیک - بیمه الکترونیک - خدمات انتقال وجه الکترونیکی - گردشگری الکترونیکی - بازاریابی الکترونیکی - وام الکترونیکی

### روشهای انتقال و پرداخت پول در تجارت الکترونیک

#### Electrical Fund Transfer Ways

##### Cache Model

خریدار معدل پول نقد از بانک مربوط پول دیجیتالی خریداری میکند و با کمک کیف پول الکترونیکی خود از سایتهایی که از این روش پشتیبانی میکنند خرید انجام میدهد.

- معایب
- 1- یکپارچگی خاصی در زمینه روشها و بسته های نرم افزاری در این روش وجود ندارد
  - 2- نیاز به ابزار و سیستمهای اضافی برای پرداخت و دریافت پول دارد.
  - 3- امکان پیگیری وجوه انتقال وجود ندارد

- مزایا
- 1- وجوه در همان زمان انجام عملیات و بدون پردازشهای اضافی و پشت صحنه انتقال می یابند
  - 2- هیچگونه هزینه مازاد و اضافی ندارد
  - 3- خریدار ناشناس میماند

##### Check Model

خریدار از یک نوع چک دیجیتالی رمز شده به همراه کیف پول الکترونیکی خود برای خرید استفاده میکند.

- معایب
- 1- بزرگترین عیب عدم انتقال بلافاصله وجوه است.
  - 2- دارای پتانسیل کلاهبرداری است.

##### Credit Cards Model

مرسوم ترین روش میباشد.

- معایب
- 1- برای معاملات با مبلغ بالا مناسب نیست
  - 2- دارای پتانسیل کلاهبرداری است.

- مزایا
- 1- جامعیت بیشتری نسبت به روشهای قبلی دارد و اکثر آن را پشتیبانی میکنند.
  - 2- نیاز به نرم افزار یا سخت افزار خاصی برای کاربران ندارد و با یک اشتراک اینترنت میتوان به این روش خرید کرد.
  - 3- در صورت لزوم قابلیت پیگیری تمام وجوه انتقالی به این روش وجود دارد.

##### Point to Point Model

امکان انتقال پول را بین حساب یک مشتری و مشتری دیگر فراهم می آورد

##### Smart Card Model

کارت های هوشمند با پردازنده و حافظه داخلی که امکان ذخیره کردن اطلاعات دیگری همچون نام کاربر و رمز عبور را در خود دارد

- مزایا
- 1- بالا رفتن امنیت و قدرت تشخیص هویت
  - 2- امکان ذخیره کردن اطلاعات زیاد مورد نیاز در کارت

معایب

- 1- قیمت بیشتر

روشهای انتقال و پرداخت پول در تجارت الکترونیک

www.freebay.ir

## Memory Card

یک کارت پلاستیکی است که روی آن به اندازه مشخص مثلا چند کیلوبایت حافظه الکترونیکی تعبیه شده و از طریق اتصال به دستگاه مخصوص قابل شناسایی است. کارت تلفن از این نوع محسوب میشود.

## Smart Card

شبیه کارت حافظه، یک کارت پلاستیکی است که یک قطعه فلزی شامل حافظه، پردازنده و نرم افزار مربوط روی آن گنجانده شد و ضمن توان پردازش از امنیت بیشتری نسبت به کارت حافظه برخوردار است. سیم کارت تلفن همراه یک نوع کارت هوشمند است.

## Magnetic Card

اطلاعات مختصر دارنده کارت در یک نوار مغناطیسی روی کارت پلاستیکی تعبیه میشود. مانند ملی کارت سیبا

## Plastic Card

تتها یک کارت پلاستیکی است که نوشته های روی آن ارزشمند است مانند کارت خدمات اینترنت که روی آن نان کاربر و رمز عبور درج شده است.

## Credit Card

دارنده این کارت میتواند به میزان اعتباری که حساب خود دارد از طریق این کارت خرید کند و یا پول دریافت کند. ممکن است مبلغ اعتبار یک فرد بیش از مبلغ سپرده فرد باشد.

1- کارتهای محدودی که توسط برخی شرکتهای خرید از محصولات شرکتهای طرف قرارداد عرضه میشود و همه جا قابل استفاده است.

## انواع کارتهای اعتباری

2- Debit Card (کارت موجودی حساب): کارتی که با حساب شخصی در بانک ارتباط دارد و به کمک آن میتوان موجودی را مستقیما از بانک (خود پرداز) دریافت نمود

و یا مبلغ مورد نظر را مستقیما از آن پرداخت کرد. در این روش بیش از سپرده نمیتوان هزینه کرد مانند کارتهای بانکهای کشور

## کارتهای اعتباری مهم بین المللی

Discover , Euro Card , American Express ,Master Card , Visa Card , ...

## راه کارهای تجارت الکترونیک

E-Commerce Solutions

## In-House Solution (میزبانی سایت تجاری توسط خود شرکت)

در این روش تمام تجهیزات سخت افزاری، نرم افزاری، شبکه ای و زیر ساخت های لازم برای ایجاد شاخه تجاری تحت وب توسط خود شرکت تجاری تهیه و راه اندازی میشود. مانند Ebay

1- کنترل کامل بر روی زیر ساختهای سخت افزاری و نرم افزاری مورد استفاده

مزایا

2- انطباق پذیری سریع و بالا با سیستمها و تکنولوژی روز

معایب 1- نیاز به بودجه و دانش فنی بالا برای حفظ و نگهداری و ارتقاء سیستم

## Instant Storefront (میزبانی سایت تجاری توسط خدمات اینترنتی)

در این روش میزبانی سایت و کنترل نرم افزارهای مورد نیاز برای راه اندازی یک سرویس تجاری Online توسط سرویس دهنده دیگری انجام میشود.

1- روی خط Online: کل سیستم بسته نرم افزاری مدیریت سایت بر روی سیستم میزبان سایت و بصورت همیشه Online قرار دارد مانند Yahoo Store

2- خروج خط Offline: میتوان از طریق نرم افزارهایی که معمولا از طریق سایت میزبان قابل Download است، مدیریت و تنظیمات خود را بر روی سایت انجام داده و در نهایت با وصل شدن به اینترنت، این تغییرات را بر روی سایت خود انتقال دهیم.

## تکنیکهای بازاریابی الکترونیکی

1- استفاده از قابلیت اینترنتی در خلق شیوه های نوین و جدید برای بازاریابی

2- تکنیک نمایش Person to Person

3- تکنیکهای خاص بازاریابی الکترونیکی مثل Up-Sell, Cross-Sell

4- تکنیک Marketing Email

5- تکنیک تبلیغاتی اینترنتی مثل Banner ads

6- استفاده از امکانات مالتی مدیا

7- بازاریابی B2B

8- استفاده از موتور جستجو

### 1- تجارت بین سازمانی (B2B) Business To Business

B2B اولین روش خرید و فروش معاملات الکترونیکی است و طبق آمار بیشترین عایدی را کسب میکند. این روش در جایی استفاده میشود که بخواهیم خرید و فروش عمده را به کمک تجارت الکترونیک انجام دهیم و خارج از حیطه خرده فروشان عمل نماییم. زیرا خرده فروشی در اینترنت با خطرات بسیار همراه است و مشتریان تمایل ندارند همه چیز را از روی اینترنت خریداری کنند. بصورت طبیعی در B2B فروش مستقیم منبع درآمد به حساب می آید.

### 2- تجارت فروشنده و مصرف کننده (B2C) Business To Consumer

بیشترین سهم در انجام تجارت الکترونیک از نوع B2C را خرده فروشی تشکیل میدهد. این نوع تجارت با گسترش وب به سرعت افزایش پیدا کرد. در این نوع تجارت در یک طرف معامله تولید کننده (فروشنده) محصول و در طرف دیگر خریدار (مصرف کننده نهایی) قرار دارد. در این مدل موفقیت وابسته به تجربیاتی است که به مشتری ارائه میشود، باید به مشتری سرویسهایی ارائه کرد که بصورت سنتی با آن خو گرفته باشد.

### 3- تجارت مصرف کننده با مصرف کننده (C2C) Consumer To Consumer

در این مدل مزایده ها و مناقصه ها از طریق اینترنت انجام میشود. مدل C2C شبیه به نیازمندیهای طبقه بندی شده یک روزنامه و یا شبیه به یک دکه در بازار دست دوم یا سمساری است. مانند Ebay

### 4- تجارت مصرف کننده با فروشنده (C2B) Consumer To Business

در این روش آژانسهای Online با استفاده از یک استراتژی فروش مانند Priceline در جهت سود دهی، مانند واسطه هایی بین مصرف کننده ها و فروشندگان تلاش میکنند تا خریداران را به بهترین وجهی در خریدشان کمک کنند.

### 5- تجارت نقطه به نقطه (P2P) Peer To Peer

این مدل برای تسویه حساب کردن شرکت کنندگان در حراج با فروشنده است که مشهور ترین آن سرویسی به نام PayPal است. تجارت P2P در چهرچوبی کار میکند که افراد بتوانند مستقیماً با هم پول رد و بدل کنند بطوریکه سهم اصلی داد و ستد پولی را نقل و انتقال رودر رو بعهده دارد. در حال حاضر امکان استفاده از سرویس WAP برای داد ستد در این شکل بر روی تلفن های همراه مهیا میباشد.

### 6- تجارت فروشنده با اداره (B2A) Business To Administration

این نوع تجارت شامل تمامی مبادلات تجاری - مالی بین شرکتها و سازمانهای دولتی است. تامین نیازهای دولت توسط شرکتها و پرداخت عوارض مالیاتها از جمله این نوع تجارت هستند.

### 7- تجارت مصرف کننده با اداره (C2A) Consumer To Administration

این مدل هنوز پدیدار نشده است ولی بدنبال رشد انواع B2C, B2A دولتها احتمالاً حیطه هایی همچون جمع آوری کمکهای مردمی، پرداخت مالیات بردرآمد و هرگونه امور تجاری دیگری که بین دولت و مردم انجام میشود، گسترش خواهند داد.

#### برخی از پسوندهای معروف در سایتهای مرتبط با تجارت الکترونیک

Comercial(.Com) , Network(.Net) , Organization(.Org) , Government (.Gov) , Business (.Biz) , Information (.inf)

#### آداب و معاشرت الکترونیکی

- در ارتباطات مستقیم Online ابزار واکنشهای احساسی یکی از مشکلات اساسی شناخته شده است.

- در ارتباطات مستقیم Online هیچگاه نمیتوانید حرف خود را پس بگیرید.

- واکنشهای ما در حالت Online همچون خود ما بر روی خط است و شاید بسیاری از افراد در جمع مجازی ما حضور داشته باشند.

- هیچگاه نباید جوش بیاوریم

- در هنگام بروز مشکل یا اعتراض دنبال راه حلهای مناسب باشیم.

- در صورت دریافت نامه بدون نام که باعث شک میشود صبر داشته باشیم شاید نویسنده نام نامه را فراموش کرده است.

- آرام باشیم یعنی از نوشتن پیامهای جنجالی خودداری کنیم.

- اگر سایتی اجازه میدهد بصورت رایگان از امکاناتش استفاده کنیم، متقابلاً چیزی به آن سایت بدهیم

- در ارتباطات مستقیم روی خط، هیچ چیزی بهتر از این نیست که خودمان باشیم

- حقوق مولفین را محترم بشماریم

- از محل های تعیین شده توسط مدیران سایت برای تبلیغات استفاده کنیم.

- اظهار نظر هم جا دارد و هم راه

- مخاطب خود را همواره بیاد داشته باشیم (برای چه مخاطبی با چه سطح معلومات و تجربیاتی می نویسیم).

- از شیوه صحیح نامه نگاری در پیامهای خود استفاده کنیم.

- به نوعی پیام نگاری نکنیم که مورد لعن و نفرین دیگران قرار بگیریم.

#### مراحل راه اندازی تجارت الکترونیک

1- Domain و ثبت آن

2- طراحی و ساخت سایت

3- اجاره فضا بر روی اینترنت Host

4- پرداخت الکترونیکی

5- تامین امنیت سایت

6- بازاریابی، تبلیغ و جذب مشتری

7- بررسی و تحلیل کارایی سایت

مراحل راه اندازی تجارت الکترونیک

SSL شیوه ای است استاندارد در رمز دار کردن و انتقال داده ها بطوریکه در فاصله زمانی میان انتقال داده ها کسی امکان دسترسی به محتوی اطلاعات را ندارد. برای انتقال اطلاعات امن بر روی اینترنت در حال حاضر دو استاندارد وجود دارد که مکمل یکدیگرند. یکی استاندارد SSL برای ایجاد فضای امن بین Client/Server و دیگری پرتکل Secure Http برای امنیت انتقال پیامها.

### نکات کلیدی موفقیت در بازاریابی

- 1- کار هوشمندانه ، فروش هوشمندانه
- 2- نقش موثر برنامه و بوجه در بازاریابی موفق
- 3- جلب اعتماد مشتری کلید موفقیت است
- 4- دلیل باید قانع کننده و مشتری پسند باشد.
- 5- استفاده از پست الکترونیک در بازاریابی Email-Marketing
- 6- ایجاد دیالوگهای قوی برای بازاریابیهای B2B
- 7- جذب مشتری بر روی اینترنت با پست الکترونیک
- 8- تاثیر گذاری موثر (ایجاد، حفظ و گسترش ارتباطات) در بازاریابی حرفه ای
- 9- برخورداری از یک برنامه بازاریابی (Marketing Plan) کلید موفقیت در کسب و کار میباشد.
- 10- بکار بردن عبارتهای قدرتمند برای فروش بیشتر
- 11- حضور الکترونیکی در دنیای مجازی کسب و کار ضرورت دارد.
- 12- استفاده از شعارهای تبلیغاتی گیرا و جذاب در جذب مشتری

نکات کلیدی موفقیت در بازاریابی

### تفاوت اصلی بین Direct Mail و Email Marketing

**Direct Mail**  
در این شیوه نامه نگاری بصورت مستقیم Direct mail میباشد. صاحبان کالا و یا غرضه کنندگان خدمات ، فهرستی از مخاطبین یا مشتریان احتمالی (هدف) خود را به همراه آدرسهای پستی و جزئیات تماسشان فراهم می آورند و سپس نامه هایی که اصطلاحا به آنها Sales Letters میگویند نگارش و تنظیم میکنند و از طریق پست معمولی نامه ها را ارسال میکنند.

**Email Marketing**  
به پروسه ای اطلاق میشود که عملیات استراتژی بازاریابی از طریق Email یا همان پست الکترونیک بر روی بستر اینترنت انجام میگردد و تفاوت اصلی آن با شیوه سنتی قبلی اینست که ارتباط بازاریابی بصورت دوطرفه میباشد و سهولت این ارتباط بالاتر میباشد.

Email Marketing Vs. Direct Mail

www.freebay.ir