

کسب و کار اینترنتی چیست؟

تعاریف زیادی از کسب و کار اینترنتی شده است. منابع مختلفی به ارائه تعریف از کسب و کار اینترنتی پرداخته اند. تنوع سایتهایی که چنین تعاریفی را ارائه داده اند چنان زیاد است که نمیتوان دلیل ارائه برخی از این تعاریف را یافت، مثلاً سایت رسمی دولت استرالیا این تعریف را از کسب و کار اینترنتی ارائه داده است:

کسب و کار اینترنتی عبارت است از هرگونه کسب درآمدی از اینترنت، کسب و کار اینترنتی میتواند شامل خرید و فروش کالا در اینترنت و یا ارائه یک سرویس آنلاین بصورت غیر رایگان باشد.

گذشته از این تعاریف پراکنده در اینترنت تعریف کسب و کار اینترنتی را از متخصصین این امر جویا شده ایم.

تعریف کسب و کار اینترنتی و فروشگاه الکترونیکی

اگرچه که واژه های کسب و کار اینترنتی و فروشگاه الکترونیکی در بسیاری از مقالات بجای یکدیگر بکار میروند. ولی بین این دو اختلاف هایی وجود دارد. فروشگاه الکترونیکی عبارت است از مکان آنلاینی، بر روی بستر وب و یا شبکه های کامپیوتری، برای خرید و فروش کالا و خدمات. هر فروشگاه می تواند با افزودن یک ویتترین مجازی آنلاین تبدیل به یک فروشگاه الکترونیکی شود.

در بسیاری از مواقع تجارت الکترونیکی به معنای تجارت اینترنتی بکار برده میشود. اما تجارت الکترونیکی میتواند شامل هر تجارتی که از تکنولوژی اینترنت برای بهبود منافع و کارایی خود استفاده کند؛ شود.

انواع کسب و کار اینترنتی

کسب و کار اینترنتی میتوانند به اشکال مختلفی ظاهر شوند.

وب سایت ها

فروشگاه های اینترنتی

وبلاگها

اکانت های شبکه های اجتماعی

۱ - کسب و کارهای اینترنتی فروش محصولات و کالا های فیزیکی : مانند وب سایت دیجی کالا ، وب سایت بامیلو و . .

۲ - کسب و کار های اینترنتی فروش خدمات : سایت های فروش خدمات بلیط هواپیما و قطار و . . مانند : وب سایت علی بابا ،

۳ - کسب و کار های اینترنتی فروش محتوای آموزشی و محصولات دیجیتال : مانند وب سایت مدیران وب دات کام.

اگر شما کارشناس تغذیه هستید می توانید یک کسب و کار اینترنتی در زمینه آموزش تغذیه و تناسب اندازم و چاقی و لاغری راه اندازی کنید و با تهیه یک محصول آموزشی بنام چطوری در عرض ۲۱ روز لاغر شوید و لاغر بمانید و با معرفی و فروش آن درآمد بسیار بالایی بدست آورید و تکنیک بازاریابی و فروش اینترنتی این محصول آموزشی شما منتشر مقاله های رایگان در مورد تغذیه و تناسب اندام در وب سایت تان است که به کسب و کار شما کمک خیلی زیادی می کند.

سرمایه اولیه برای راه اندازی و شروع کسب و کار اینترنتی

سرمایه اولیه برای راه اندازی و شروع کسب و کار اینترنتی نسبت به کسب و کار هایی که به صورت فیزیکی راه اندازی می شوند بسیار پایین است و شما می توانید با کمترین هزینه کسب و کار اینترنتی تان را راه اندازی و شروع کنید و کسب و کارهای اینترنتی هستند که به سرمایه گذاری هایی به مراتب بیشتر نیاز دارند.

در بسیاری موارد، شروع یک کسب و کار اینترنتی شبیه به شروع یک فروشگاه سنتی است. شما برای کسب و کار خود برنامه ریزی خواهید کرد، منابع مالی خود را سازماندهی می کنید، محصول خود را تولید می کنید و کار می کنید. اما جنبه های منحصر به فردی جهت اجرای کسب و کارهای آنلاین وجود دارد که کارآفرینان باید در نظر بگیرند. در این مقاله می خواهیم شما را با مراحل مختلف راه اندازی کسب و کار اینترنتی آشنا کنیم

روش های ایجاد کسب و کار اینترنتی

1-سایت فروشگاه اینترنتی

یک سایت تجارت الکترونیک یا فروشگاه اینترنتی، ساده ترین شکل کسب و کار آنلاینی است که شما می توانید کسب درآمد آنلاین خود را از آن شروع کنید. با یک سایت تجارت

الکترونیک که خود میزبان آن باشید، می‌توانید محصولات و خدمات خود را به طور مستقیم و بدون هیچ واسطه‌ای به مشتری‌تان بفروش برسانید.

بهترین بخش در مورد یک سایت تجارت الکترونیک، این است که می‌توانید به طور مستقیم بر روی فروشگاه خود کنترل داشته باشید. شما قادر خواهید بود تقریباً تمام گزینه‌ها را در هنگام تنظیمات سایت تجارت الکترونیک خود مانند ظاهر و نمای فروشگاه را سفارشی کنید. اما این انعطاف‌پذیری باعث می‌شود این فرایند نیز بسیار پیچیده‌تر شود.

بزرگترین ملاحظات شما برای سایت تجارت الکترونیک، تنظیم وبسایت خود برای ارائه بهترین تجربه کاربری می‌باشد. انتخاب طراحی وب صحیح مهم است، زیرا اطمینان حاصل می‌کند که نرم‌افزار سبد خرید شما برای کسب و کار شما مناسب است. بنابراین در موفقیت فروشگاه اینترنتی‌تان باید در کنار هم چیده شوند تا سایت تجارت الکترونیک موفق‌تری داشته باشیم. شرکت وب ۲۴ در تمامی این مراحل شما را یاری می‌کند، برای کسب اطلاعات بیشتر در این زمینه می‌توانید صفحه طراحی سایت فروشگاه‌های را مشاهده نمایید.

2- راه اندازی فروشگاه با استفاده از فروشگاه سازها

شما می‌توانید فروشگاه اینترنتی خود را با استفاده از فروشگاه سازها راه اندازی کنید. به عنوان مثال Etsy یک فروشگاه و بازار برای ارائه، خرید و فروش، آموزش و ساخت محصولات دست‌ساز خانگی است، راه‌اندازی این فروشگاه در [etsy.com](https://www.etsy.com) بسیار آسان است، در این نوع فروشگاه، شما توانایی کمی برای سفارشی‌سازی طرح‌بندی خود دارید. با این حال مشتریان از طریق رابط کاربری Etsy خرید می‌کنند و آن بخش از کار که مستلزم بیرون رفتن از اداره و حتی سفر کردن است، برای تنظیمات و اجرای فروشگاه حداقل است. این ممکن است بسته به چگونگی میزان کنترل کردن شما که می‌خواهید برای برقراری سایت خود انجام دهید، مثبت یا منفی باشد.

Etsy سائیتی برای انواع خلاقیت‌هاست که بر روی آیتم‌های دست‌ساز تمرکز می‌کند. به عبارت دیگر مانند بازارچه است که شما در آن می‌توانید محصولات دست‌ساز مختلف و متنوعی برای فروش قرار دهید و کسب درآمد کنید. البته مدل‌های ایرانی چنین سایت‌هایی هم راه‌اندازی شده است و نمونه‌های بسیار موفقی در این زمینه داریم، به عنوان مثال وب‌سایت ۲۴ سایتهایی مانند آی تی بازار ، آی تی قیمت و خانه پزشکان را در این زمینه طراحی کرده است.

3- بازارهایی مانند eBay

این فروشگاه دارای مزایای قابل توجهی است؛ در این نوع از بازارها مانند Etsy ، مجبور نیستید یک وبسایت را راه‌اندازی کنید، فروشگاه اینترنتی خود را سفارشی‌سازی کنید، یا یک نرم‌افزار سبد خرید را انتخاب کنید، هنگامی که شما از eBay برای فروش محصولات خود استفاده می‌کنید همه اینها را شامل می‌شود.

با این حال بدین معناست که مانند Etsy ، مشتریان شما باید از طریق eBay برای خرید از شما اقدام کنند، و همچنین شما کنترل کمی بر روی طرح بصری فروشگاه خود خواهید داشت، همانطور که در مورد Etsy گفته شد این مدل فروشگاه هم ممکن است دارای جنبه‌های مثبت و منفی بسته به نوع کسب و کار شما داشته باشد. بنابراین فروشگاه eBay سائیتی است که به اشخاص اجازه می‌دهد محصولات خود را خرید و فروش کنند. از این رو سایت eBay فضایی را برای فروشندگان فراهم می‌کند که می‌توانند طی مدت زمانی مشخصی محصولات نو و دست دوم خود را به حراج بگذارند. البته مدل‌های ایرانی سایت شبیه eBay هم راه‌اندازی شده است.

نمونه های ایرانی زیادی نیز در این زمینه برای فروش کالاهای دست دوم ایجاد شده اند، مانند سایت ایسام، دیوار، شیپور و... که از طریق این سایت ها می توانید اجناس دست دوم و نو خود را بفروش برسانید و در آنها آگهی ثبت کنید.

آقای تپسکات ۶ گام را برای تغییر یک مدل کسب و کار مبتنی بر وب پیشنهاد کرده است که عبارتند از:

شرح و توصیف وضعیت فعلی و نحوه ایجاد ارزش برای مشتریان

تجزیه

تعیین چشم انداز و نحوه ایجاد ارزش

ترکیب بندی دوباره

آماده کردن نقشه ارزش

تعیین ترکیب

شایان ذکر می باشد که مدل های کسب و کار به عوامل مختلفی وابسته می باشد بنابراین شرکتی در بازار رقابت برنده می باشد که به این عوامل آگاهی کامل را داشته باشد و قابلیت انعطاف پذیری بالایی در موقعیت های پیش بینی نشده را داشته و سریعاً راهکار و استراتژی مناسب را اتخاذ کنند.

چطور موفقیت کسب و کار اینترنتی خود را اندازه گیری کنیم؟

برای رسیدن به موفقیت در هر فعالیتی باید آن را نسبت به یک معیار یا شاخص مشخصی اندازه گیری کنیم و بسنجیم.

در واقع هرکسب و کار اینترنتی برای اینکه بتواند به موفقیت برسد باید تلاش کند تا به مرور زمان این شاخص‌ها را افزایش داده تا به هدف نهایی برسد. مسلماً دنیای کسب و کار اینترنتی هم از این قانون مستثنی نیست.

برای اندازه‌گیری موفقیت کسب و کار اینترنتی و بهینه سازی سایت یا هر نوع فعالیت بازاریابی یا فروش اینترنتی، شاخص‌هایی وجود دارد که هر کدام معنایی خاص دارند.

در ادبیات الکترونیک به این نوع شاخصها (KPI (key performance indicator) یا شاخص عملکردی میگویند.

تعداد KPI ها بسیار زیاد بوده و بسته به نوع فعالیت هر کسب و کار اینترنتی، از تعدادی از آنها استفاده میکند. خوبی این KPI ها این است که میتوان بعضی از آنها را با هم ترکیب کرد و عدد تازه ای به دست آورد که معنایی متفاوت از اجزای سازنده خود دارد.

۱- تعامل در سایت

این شاخص نشان دهنده میزان اثربخشی سایت شما در جذب مشتری های بالقوه است.

۲- تعداد بازدید

این شاخص بیانگر این است که سایت شما در هر بازه زمانی (روز ، هفته، ماه) چه میزان بازدید داشته است. درواقع هر چه این عدد بیشتر باشد وضعیت سایت ما نیز بهتر است اما در بعضی موارد ممکن است ترافیک اشتباه وارد سایت ما شوند. یعنی افرادی وارد سایت ما شوند که در بازار هدف ما قرار ندارند و طبیعتاً خریدی هم از ما نخواهند داشت.

۳- خالص بازدید

در شاخص قبلی اگر یک کاربر در دو روز متفاوت، پیاپی به سایت شما سر بزند، هر بار جزو بازدیدها به حساب می آید. اما در این شاخص هر شخص فقط یک بار به حساب می آید. یعنی اگر شخصی برای بار اول وارد سایت شما شود، جزو خالص بازدید به حساب می آید اما در دفعات بعدی اگر به سایت سر بزند، دیگر خالص بازدید تغییری نخواهد کرد.

۴- نرخ بازگشت

این مقدار درصد افرادی را نشان میدهد که نسبت به کل افرادی که سایت را مشاهده کردند، بیش از یک بار وارد سایت شما شدند. بنابراین هر چه این مقدار بیشتر باشد یعنی رضایت کاربرانی که از سایت شما بازدید میکنند زیادتره و این نشانه ی خوبی ست! چراکه بازدیدکننده بیشتر یعنی افزایش ترافیک و فروش بیشتر.

۵- متوسط زمان بازدید

این شاخص به شما نشان میدهد به طور متوسط هر کاربر چه مدتی در سایت شما به گردش میپردازد؛ این شاخص یکی از نرخ های مهمی است که بیانگر میزان موفقیت در نگهداری کاربران در سایتتان میباشد. هر چه این عدد بیشتر باشد، گویای این مطلب است که مطالب و محتوای سایت شما برای مشتریان مفید و جذاب بوده است .

یکی از مهمترین نکاتی که صاحب هر کسب و کار اینترنتی در فضای اینترنت و الکترونیک باید بداند این است که ترافیک وارد شده به سایتش از چه بخش هایی وارد می شود. به عبارت دیگر کدام سایت ها یا منابع اینترنتی، کاربران را به سایت او هدایت میکنند.