

تجارت الڪٽرونيڪ

جلسه سوم

Business Model

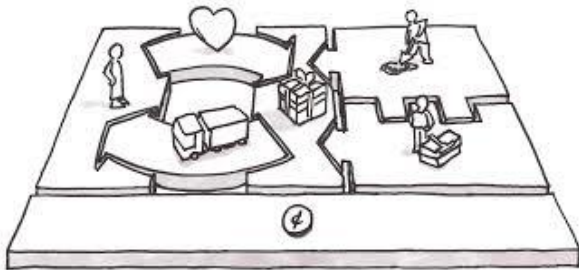
- بررسی کلی مدل های کسب در آمد در اینترنت
- طبقه بندی مدل های کسب و کار الکترونیک





اجزای یک مدل کسب و کار

- 1- محصولات و خدماتی که شرکت به بازار عرضه می کند.
 - جایگاه ارزشی محصولی که به بازار عرضه میشود، چیست؟
 - پل ارتباطی بین شرکت و مشتریان
- 2- روابطی که شرکت در بازار ایجاد می کند تا مشتریان قدیمی را حفظ و مشتریان جدید را جذب نماید.
 - مشتریان بالقوه کدامند؟ چگونه محصول بدست آنها خواهد رسید
 - چگونه یک ارتباط قوی بین شرکت و مشتریان برقرار می گردد
- 3- مدیریت زیر ساخت
 - چگونه زیر ساخت و لجستیکی با بهره وری بالا قابل انجام است؟
 - با کدام تشکیلات اقتصادی؟
- 4- رویکرد مالی
 - در قالب دو جزء اصلی درآمد و هزینه بررسی می شود
 - مدل درآمد (دریافت حق عضویت ، درآمد فروش، ...)
 - مدل هزینه (هزینه بازاریابی ، هزینه اداری ، ...)



مدل های کسب درآمد

- مدل تبلیغاتی Advertising
- مدل واسطه ای Brokerage
- مدل Infomediary
- مدل فروش اینترنتی Merchant
- مدل تولیدی Manufacturer
- مدل Affiliate
- مدل ارتباط، Communication
- مدل اشتراکی Subscription
- مدل کاربردی utility



مدل تبلیغاتی

- این مدل توسعه یافته مدل سنتی در رسانه های گروهی در زمینه تبلیغات در اینترنت می باشد.
- **رسانه های جمعی** در این مدل، **سایت** اینترنتی می باشد که با ارائه محتوای مختلف مانند عکس ، خبر ، اطلاعات شهری و کشوری و ... که همه آنها لزوماً مجانی ارائه نمی شوند و نیز ارائه خدمات مختلف پر مخاطب ، نظیر پست الکترونیک، چت و یا تالار گفتگو ، با جذب تعداد قابل توجه کاربران پیام های تبلیغاتی را ارائه می نمایند .
- درآمد ناشی از **پخش تبلیغات** مهمترین **منبع درآمد** این مدل محسوب می شود.
- وقتی بازدهی اقتصادی دارد که تعداد **بازدیدکننده** آن روزانه زیاد باشد یا به صورت **کاملاً تخصصی** باشد.

مدل واسطه ای Brokerage

- واسطه ها در اینجا به معنی market-maker می باشد
- واسطه ها خریدار و فروشنده را به یکدیگر معرفی کرده و امکانات مربوط به تراکنش مالی را فراهم می آورند.
- واسطه ها می توانند به صورت (B2B,B2C,C2C) فعالیت کنند

مدل Infomediary

- اطلاعات در خصوص **خریداران و علایق** آنها در خرید بسیار پر ارزش و مهم می باشد، بویژه زمانی که اطلاعات به خوبی آنالیز شده باشد و برای مصارف **بازاریابی** به کار گرفته شود.
- در کنار آن **اطلاعات تجمیع شده از تولید کنندگان و عرضه کنندگان** به همراه محصولات آنها نیز برای **خریداران** بسیار مفید بوده و به آنها در خرید بهتری می رساند.
- در این مدل، شرکت های تخصصی در این زمینه ، داده های مربوط به **بازارهای مختلف** را به متقاضیان این اطلاعات اعم از خریداران و فروشندگان ارائه می دهند و به ازای فروش این اطلاعات کسب درآمد می کنند.

مدل فروش اینترنتی Merchant

- در این مدل، محصولات و یا خدمات به صورت کلی و یا جزئی از طریق اینترنت عرضه شده و امکان سفارش دهی بر روی اینترنت نیز وجود دارد.
- اغلب سایت هایی که از این مدل استفاده می کنند، محصولات تولیدی سایر تولید کنندگان را عرضه می کنند که به صورت فروش معمولی می باشد

مدل تولیدی Manufacturer

- این مدل مبتنی بر قابلیت وب ، برای **دسترسی مستقیم تولید کنندگان کالاها** به خریداران خود و کوچک سازی کانالهای توزیع با **حذف عمده فروشان** و واسطه ها می باشد.
- افزایش کارایی ، **تقویت خدمات** مشتریان و **نیز درک بهتری** از اولویت ها و نیازهای مصرف کنندگان برای تولید کننده ، محقق می شود
- این موارد **کاهش هزینه** را در بر دارد که ممکن است این کاهش هزینه در **قیمت نهایی** محصول برای خریداران تاثیر داشته و موجب رونق کسب و کار گردد.

مدل Affiliate

- در این مدل یک سایت اینترنتی در شرایط خاص با **هدایت** مخاطبان خود به سایت هایی که از قبل به آنها توافق به عمل آورده است کسب درآمد میکند
- سایت هایی که مخاطب به آن هدایت می شود فعالیت **مشابه** سایت اول را **نداشته** و به نوعی رقیب تلقی نمیشوند. بلکه از آنها میتوان به عنان **مکمل** سایت اول نام برد
- این سایت ها به گونه ای طرح ریزی شده اند که به صورت کاملاً شفاف ، طرفین از **آمار و ترافیک** این انتقال مطلع شوند .

مدل ارتباط، Communication

- موجودیت این مدل بر اساس وفاداری این اعضا می باشد که سرمایه گذاری زیادی از نظر وقت و همکاری انجام می دهند.
- در آمد زایی در این مدل با فروش محصولات و خدمات جنبی و یا دریافت حق اشتراک و ارائه تبلیغات در ازای این قبیل محصولات و خدمات می باشد

مدل اشتراکی Subscription

- در این مدل کاربر در ازای دریافت خدمات ارائه شده توسط سایت ، مبالغی تحت عنوان هزینه اشتراک به صورت دوره ای پرداخت می نماید.
- این سایت منحصرأ به اعضا سایت که هزینه اشتراک پرداخت کرده اند ارائه می گردد
-

مدل کاربردی utility

- مدل بر اساس درخواست با رویکرد اندازه گیری مصرف کاربر یا پرداخت بر اساس مصرف طرح ریزی شده است. بر خلاف مدل Subscription در این مدل کاربر بر اساس مصرف خود از خدمات ارائه شده وجه پرداخت میکند

مدل تبلیغاتی

- پرتال (پرتال عمومی Generalized ، پرتال شخصی personalized ، پرتال تخصصی Specialized)
- تبلیغات (classified Ads)
- تبلیغات بر اساس درخواست جستجو (query-base paid placement)
- تبلیغات مفهومی (Contextual)
- ثبت نامی (user Registration)
- تخفیفی (Bargain Discounter)

پرتال عمومی Generalized

- در این مدل بر اساس **ارایه محتوایی** از قبیل اخبار، موسیقی،... و نیز **خدمات پر مخاطب** و عمومی از قبیل پست الکترونیک، وضعیت سهام، چت، تالار گفتگو و غیره که به مخاطبان ارائه شده
- **تعداد زیادی کاربر** به صورت روزانه به سایت جذب کرده و سایت در قبال نمایش تبلیغات، کسب در آمد میکند.
- Yahoo.com
- msn.com

پرتال شخصی personalized

- در این مدل **امکانات** مختلفی برای **شخصی سازی** محتوا و نیز خدمات ارائه شده از طرف پرتال وجود دارد
- در این مدل در **وقت کاربر** برای دست یابی به اطلاعات و خدمات ، **صرفه جویی شده** و **وفاداری** وی به پرتال با توجه به شخصی سازی انجام شده افزایش یافته
- در نهایت منجر به **افزایش ترافیک** میگردد
- کسب درآمد در این پرتالها بستگی به **تعداد کاربران** و نیز ارزش اطلاعات **شخصی سازی شده** توسط کاربران دارد
- my.yahoo.com

پرتال تخصصی Specialized

- این پرتال به نام Vortal یا Vertical portal نیز نامیده میشود
- به جای تاکید بر ترافیک بالا بر کاربران تخصصی از طیف خاصی متمرکز است .
- مانند پرتال دانشجویان ، زنان ، پزشکان ، صنعتی، سازمانی ...
- چون طیف کاربران مشخص است تبلیغات بهتر، مناسبتر و هدفمندتر میباشد

تبلیغات (classified Ads)

- برگرفته از مدل سنتی و معمول **نیازمندیهاست** که در دسته بندی های مختلف نظیر املاک ، اتومبیل و وسایل منزل و... ارائه شده است. در برخی مواقع چند نوع خاص طبقه بندی، مد نظر میگیرند.
- در این مدل معمولا مبلغی به عنوان **هزینه نمایش** بر اساس **مقدار و تعداد روز** و نیز در برخی مواقع **هزینه عضویت** از کسانی که اقدام به **درج تقاضا** میکنند دریافت میشود
- Match.com

تبلیغات query-base paid placement

- در این مدل بر اساس **کلماتی** که کاربر جهت **جستجو** در سایت مربوطه، بویژه موتور جستجو وارد می کند، تبلیغاتی به کاربر نمایش داده میشود.
- این مدل از آن جهت اهمیت دارد که کاربر خود به دنبال محتوا یا **سایتی مرتبط با تبلیغ** ارائه شده بوده است و بنابر این تاثیر مثبتی در جهت موفق بودن این مدل دارد.
- سایت متولی این روش تبلیغ، به طور معمول **مبلغی** را به ازای **هر بار نمایش تبلیغ** و یا هر بار کلیک کردن مشاهده کننده بر روی تبلیغ نمایش داده شده، از تبلیغ دهنده دریافت می کند
- Google.com
- Overturn.com

تبلیغات مفهومی (Contextual)

- بسیاری از تولید کنندگان نرم افزارهای اینترنتی و نرم افزار هایی که با اینترنت ارتباط دارد نظیر مرور گرها ، نرم افزارهای دانلود فایل و غیره ، نرم افزار خود را با قیمتی مناسب یا به صورت رایگان در اختیار کاربران قرار می دهند.
- در این نرم افزارها قسمتی پیش بینی شده تا در زمان استفاده ، تبلیغات مرتبط با درخواست کاربر برای وی نمایش داده شده و به صورت دوره ای و پس از چند ثانیه نیز تعویض میگردد.
- در این مدل نرم افزار مذکور با اتصال به سایت اینترنتی شرکت تولید کننده تبلیغات را بر روی کامپیوتر کاربر بارگذاری میکند.

تخفیفی Bargain Discounter

- در این مدل یک سایت فروش، با راه اندازی بخش ویژه ای ، برخی از محصولات را با **حداقل قیمت و یا تخفیف بالا** عرضه میکند و از این راه ترافیک زیادی را جذب میکند.
- در این شرایط سایت به فروش تبلیغات برای جبران تخفیف اعمال شده ، اقدام میکند و عملا محصولات خود را با محاسبه درآمد تبلیغات در حدود همان قیمت واقعی ولی در ابعاد **گسترده به فروش** میرساند.
- Buy.com

ثبت نامی (user Registration)

- در این مدل یک **سایت غنی** و به روز از نظر محتوا در زمینه های مختلف عمومی ، تخصصی ، اطلاعات **خود معمولا را به رایگان** در اختیار کاربران قرار میدهد. به شرط آنکه کاربر پیشتر در این سایت ثبت نام کرده باشد و مشخصات صحیح خود را در اختیار سایت قرار دهد.
- برای ورود به سایت باید **user , pass** وارد کند
- در این **سایت کلیه بخشها و صفحاتی که کاربر مشاهده میکند**، به نام وی ثبت میشود و سایت از **سلیقه و علاقه مندیهای کاربر خود** مطلع میشود.
- در این شرایط تبلیغات با علاقه مندی های کاربران خود برای آنها نمایش می دهد
- مانند **Nytimes.com**
- سایت اخبار نیویورک تایمز

- **AD Views**: تعداد دفعاتی است که کاربران یک صفحه وب را در دوره زمانی معینی که یک بنر روی آن وجود دارد، فرا می خوانند.
- **دکمه (Button)**: کلید یک بنر کوچک است که به وب سایت خاصی لینک می گردد یا نرم افزاری خاصی را دریافت می نماید
- **کلیک**: هر کليکی که کاربر بر روی یک بنر تبلیغاتی می زند تا به وب سایت تبلیغ شده ارجاء داده شود
- **هزینه هر ۱۰۰۰ تاثیر (cost per thousand impression)**: در واقع هزینه است که بین وب سایت تبلیغ کننده و شرکت تبلیغ دهنده توافق میشود تا مثلاً برای هر ۱۰۰۰ کاربری که به وب سایت تبلیغاتی سر می زنند. مبلغی به عنوان هزینه تبلیغات توسط شرکت تبلیغ کننده پرداخت شود.
- **Conversion rate نرخ تبدیل**: در صدی از کاربرانی است که به خرید می پردازند

- **Click through ratio** (نرخ کلیک): درصدی از کاربرانی است که انتظار می رود در طول مدت زمانی معین بر روی بنر تبلیغاتی شرکت کلیک کنند
- **Hit**: درخواست برای دریافت اطلاعات از یک وب سایت یا دریافت فایلت به صورت مستقیم یا غیرمستقیم را می گویند.
- **بازدید صرف (unique visit)**: شمار تعداد بازدیدکنندگان از سایت میباشد(بدون در نظر گرفتن اینکه در هر بازدید چند صفحه را پیمایش می نمایند)
- **چسبندگی (stickiness)**: ویژگی است که میانگین مدت زمانی را که یک بازدید کننده در یک سایت باقی می ماند را تحت تاثیر قرار میدهد.

استراتژی تبلیغات

جذاب کردن سایت برای بینندگان

برای هرچه بیشتر جذاب کردن وب سایت روش های ذیل پیشنهاد می شود

۱. موتور جستجوی قوی تر انتخاب کنید.
۲. رتبه بندی شرکت را در فهرست راهنمای موتورهای جستجو ارتقا دهید
۳. جذابیت ها و رویدادها را افزایش دهید.
۴. چانه زنی ها ، فروش های ویژه و جوایز مالی تعیین کنید