

کارآفرینی در بستر IT دکتر زعفریان

(جلسه پنجم ۹۴/۱/۲۵)

به کوشش خانم ها: مهناز پورجعفری و شیوا واعظی

اگر ایده ای به ذهنمان میرسد اولی ک ارزیابی کنیم (Evaluation=ATAR) که آیا این ایده توجیه اقتصادی دارد؟ یا نه؟ و اگر بخواهیم این ایده را توسعه دهیم آن وقت از رویکردی استفاده می کنیم که بتوانیم آن اجزا را به جزئیات بیشتری مورکنیم و محصول را کی می خواهیم ارائه کنیم؟ و منابع کلیدی روشاهای درآمد و روشاهای هزینه و باید حواسمان باشد که همه اینها باهم در تناسب باشند.

اگر بخواهیم ک کسب و کار در حوزه ICT راه بندازیم و درک کافی در این زمینه داشته باشیم مشتری و محصول ۲ رکن بسیار مهم است (از ۸ رکن قبلی که قبل اشاره شد) و می خواهیم این ۲ رکن مهم را بررسی کنیم چطور با این ۲ رکن ارتباط برقرار کنیم و محصول خود را طراحی کرده و به دست مشتری برسانیم.

به نظر شما مشتریان سایت دیجی کالا چه کسانی هستند و انگیزه خرید آنها چیست؟ افراد پولدار؟ افراد متوسط؟ یا افراد ضعیف از این سایت خریداری می کنند؟ مشتری چرا سراغ سایت من باید بیاید؟

ایده ای که برای پروژه درسی خود بیان کردید ۲ تا چالش که برای ایده شما پیش آمده وی ابا آن موجه شدید و مواجه هستید کدام است؟

1- انگیزه برای اینکه چطور مشتری حاضر بشه محصول ما را امتحان کند. (Try.)

2- اینکه مشتری انگیزه لازم برای تکرار را داشته (Repeat) باشد.

پس باید کی از تخفیف ها و Ranking ها ... را باید استفاده کنیم

پس ما باید 2 تا انگیزه ایجاد کنیم کی اینکه اول مشتری بیاید دوم اینکه انگیزه لازم برای Repeat کردن را به مشتری بدهیم. و gamification کی از تخفیف ها و ... Ranking است.

و اینکه مشتری با شانس سایت ما را انتخاب کند را خارج شویم.

انتخاب آگاهانه انتخاب ارزشمند است.

مثل Facebook به جهت آگاهی از وضعیت دوستان و تکرار این قضیه

چرا Gmail را انتخاب میکنیم؟

- راحت تر، ایمن تر، امکانات بیشتری دارد، فضای بیشتری دارد و همه کی اینها انگیزای برای انتخاب می شود.

چرا google برای سرج می رویم؟

- ساده تر است، کیفیت اطلاعات، جمع و جور بودن،

چه کسانی طراحی شده؟ Google

- برای تمام افراد دنیا از 5 سال تا 90 سال یکسان است.

باید تناسب بین مشتری و محصول رعایت شود.

چه کسانی طراحی شده؟ Facebook

- بیشتر برای جوانان و نوجوانان طراحی شده و اینها دنبال کشف حقایق بیشتر هستند. و به دنبال هیجان هستند.

مثلا شب عید دیجی کالا به مشتریان خود گل و گلدان میداد که بیشتر به اد این کالاها و فروشگاه باشند و مجددا به آنها مراجعه کنند و تکرار کنند

پس در طراحی محصول به این نکات توجه کنید در دیجی کالا کanal توزیع کالا پست می باشد.

مطالعات نشان میدهد مشتریان گوگل بشتر از فیسبوک می باشند ولی کاربران فیسبوک بیشتر از گوگل به آنها سر میزنند و وفادارترند.

بعضی از وبسایت ها رخ دادهای حضوری هم تعییه می کنند مثل مسابقه وب لاغ نویس

چگونگی انتقال محصول به مشتری (کanal توزیع)

در دیجی کالا کanal توزیع کالا پست می باشد در بسیاری از کشورهای دنیا پست خدمت بزرگی به صنعت دیجیتال انجام داده است و اگر پست قوی وجود نداشته باشد فروش الکترونیکی و صنعت دیجیتال با مشکل بزرگی مواجه می شود.

ما میتوانیم پرداخت را هم از طریق پست انجام دهیم. و با پست قرارداد ببنديم و با Pose سیار خدمات پرداخت را هم از این طریق انجام دهیم.

بعضی محصولات کanal توزیع آنها از طریق وب سایت و اینترنت می باشد شما سفارش به گوگل می دهید پس در اینجا اینترنت کanal توزیع شماست و ای ا پایان نامه دانلود می کنید. پس اینترنت هم می تواند ای کanal توزیع در کنار پست باشد

در ای کسب و کار اینترنتی 3 شاخه مهم داریم

1-محصول ای خدمت

2-توزیع

3-انتقال پول

اگر خدمت اینترنتی (وب سایت) راه اندازی کردیم و توزیع کالای ما هم اینترنتی بود و نحوه پرداخت وجه اینترنتی بود به آن تجارت الکترونیک خالص گویند.

اگر این ۳ شاخه نیمه الکترونیکی بود به آن تجارت نیمه الکترونیک می گویند.

مثلا ایرانسل تا مدت‌ها شارژ از بقالی می خریدیم (بقالی کanal توزیع) پس تجارت نیمه الکترونیک بود ولی حالا از وب سایت می خریم. (تجارت الکترونیکی خالص)

تجارت الکترونیک خالص گاهی sms است.

کanal توزیع و تجارت الکترونیک خالص گاهی ممکن است بین محصول و مشتری چند کanal توزیع راه بیاندازد. و ممکن است تعارض ایجاد شود. مانند فروش بلیط در پایانه ها و اینترنتی

استفاده از تفکر بازی

منظور از **gamification**: بازی سازی و از تفکر بازی های نوجوانان سرچشمه گرفته. دادن امتیاز به مشتری وقتی امتیازشان به ی ک سطح مشخص رسید. به سطح بالاتر می روند و این باعث می شود نوجوانان این بازی را بیشتر تکرار کنند و این قابل توجه است که مشتریان را برآن میدارد تا دوباره برگردند و تشویق به بازگشت می کند. تا بیشتر به سایت شما مراجعه کنند.

چه ارتباطی بین محصول و قیمت گذاری وجود دارد؟ ما اول مشتری را بشناسیم و بعد محصول را تولید کنیم یا اول محصول را تولید کنیم و بعد مشتری را پیدا کنیم؟

- هر دو این رویکردها وجود دارد هیچ کدام منافاتی ندارد و هیچ کدام بر هیچ کدام برتری ندارد و هردو امکان پذیر است.

در ارتباط بین مشتری و محصول چه موارد دیگری را می‌توان مرور کرد؟

1- قیمت گذاری: اگر از روش‌هایی است که در قیاس با بقیه بدانیم چگونه محصول خود را می‌توانیم بفروشیم.

2- نیاز بازار: از کلینیک‌های بازاریابی استفاده کنید. سراغ مشتری‌های بیشتری بروید و کشش قیمتی محصول را بدست آورید و محصول را قیمت گذاری کنید.

یا تقاضای کاذب ایجاد کنید مثل اپل

محصول را 2 بخش می‌کنند. اگر بخش قیمت خیلی کم از شما می‌گیرند و بخش بعدی را قیمت بالایی می‌گیرند. مثل ایرانسل که سیم کارت 5000 تومانی می‌فروشد (بخش اول=قیمت خیلی کم) و بعد موقع پرداخت هی شارژ بالاتری پرداخت می‌کنید (بخش دوم)، به مدت 6 ماه و یک سال دائم خرده پول می‌دهید و قیمت برای مشتری در نهایت قابل قبول و قابل پرداخت باشد.

بعضی از وب‌سایت‌ها از شیوه‌های دیگری استفاده می‌کنند. مثل سایت ایده که قیمت گذاری نمی‌کند و مشتری‌ها با هم چک و چانه می‌زنند.

ارتباط و تعامل مشتری و محصول بعد از فروش آغاز می‌شود و باید به این فکر کنیم که چه فضایی بعد از فروش باید ایجاد کنیم و درآمد اصلی را بعد از فروش می‌توانیم داشته باشیم و معمولاً اگر کسب و کار خوبی داشته باشیم درآمد بعد از فروش حاصل می‌شود.

کیفیت در تولید معنی پیدا می‌کند.

مشتری‌ی کبار ممکن است خرید کند و دیگر هرگز برنگردد. ولی شرکت کاله و آقای بقال ارتباط طولاتی و درازمدت با هم دارند و از این فضای دری ک تعامل درازمدت استفاده می‌کنند.

ما وب سایتها را از نوع مشتری دسته بندی می کنیم.
یک ممکن است دیگر هیچ وقت همیگر را نبینند و
B2C business 2 customer یکبار خرید کنند

C2B customer 2 business

ایران خودرو و تامین کننده آن

B2B

C2C

در **B2B** ها پرداخت معنی پیدا نمی کند و با هم اعتباری کار می کنند ولی جایی که پای **C** به وسط کشیده می شود باید پرداخت همان لحظه انجام شود و جایی که هر دو طرف قضیه **C** باشند پرداخت اینترنتی هم جوابگو نیست چون ممکن است مشتری پول پرداخت کند ولی فروشنده جنس را نفرستد در این صورت پرداخت باید با **C** واسطه انجام شود و بعد از اینکه جنس دریافت شد پول به فروشنده پرداخت شود حالت **C**