

# 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](http://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)