

تجارت الکترونیک

مدرس: مسعود معاونی

منبع تدریس: کتاب تجارت الکترونیک دکتر محمدعلی ترکمانی، کتاب ناخدایی دیجیتالی مهدی شامی
زنجانی و کتاب نسل چهارم بازاریابی فلیپ کاتلر به همراه نکات تکمیلی در فایل پاورپوینت مدرس

ترم اول سال ۱۴۰۳-۱۴۰۴

سرفصل‌های درس

- فصل اول: اصول تجارت الکترونیک
- فصل دوم: تحول دیجیتال در قالب تجارت الکترونیک
- فصل سوم: نرم‌افزارهای تجارت الکترونیکی
- فصل چهارم: تکنیک‌های مزایده، مناقصه و مذاکرات آنلاین
- فصل پنجم: مدل کسب و کار دیجیتال
- فصل ششم: تجارت سیار
- فصل هفتم: تجارت الکترونیکی B2B و B2C
- فصل هشتم: تکنیک‌های افزایش مخاطب در تجارت الکترونیک
- فصل نهم: تجربه دیجیتال مشتری
- فصل دهم: فرایندهای دیجیتال و محیط کار دیجیتال
- فصل یازدهم: استراتژی‌های تجارت الکترونیک و قابلیت‌های رهبری تحول دیجیتال
- فصل دوازدهم: موانع پیاده‌سازی تجارت الکترونیک
- پیوست ۱: امنیت در خرید اینترنتی
- پیوست ۲: دیجیتال مارکتینگ

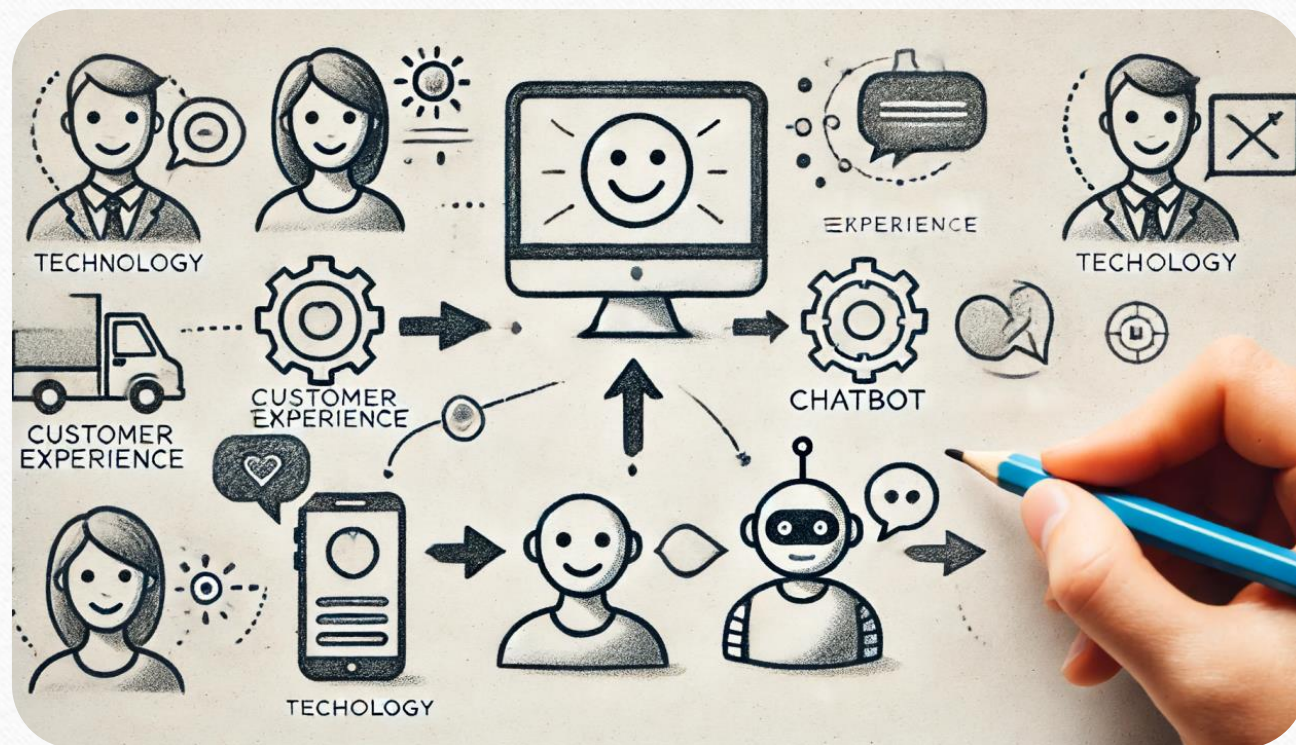
فصل دوم: تحول دیجیتال در قالب تجارت الکترونیک

- عصر دیجیتال:

عصر دیجیتال به برهه‌ای از تاریخ اطلاق می‌شود که در آن استفاده از فناوری‌های دیجیتال در سرتاسر دنیا رایج شده و وابستگی بشر به اینگونه فناوری‌ها به بالاترین حد خود تا به امروز رسیده است:

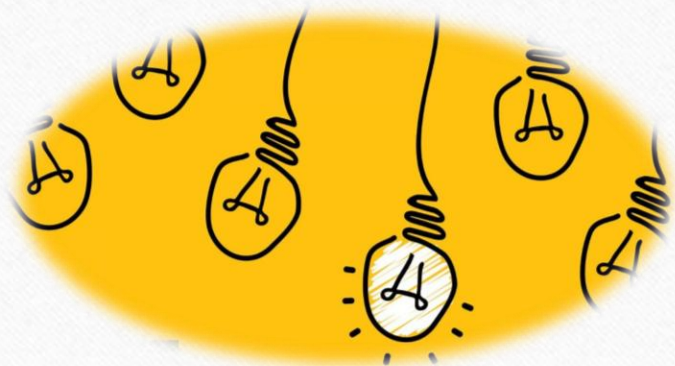
ردیف	نام شرکت	ارزش بازار در سال ۲۰۱۹
۱	اپل	۹۶۱ میلیارد دلار
۲	مایکروسافت	۹۴۶ میلیارد دلار
۳	آمازون	۹۱۶ میلیارد دلار
۴	گوگل	۸۶۳ میلیارد دلار

ویژگی‌های کلیدی عصر دیجیتال



۱- نوآوری محوری

- در حالی که امروزه چرخه عمر مفید محصولات به حداقل رسیده و بسیاری از شرکت‌ها به سادگی از رقابت در بازار کنار گذاشته می‌شوند، نوآوری تنها استراتژی مناسب برای موفقیت کسب‌وکارها است.
- نوآوری، **خلاقیت و ریسک‌پذیری** را افزایش می‌دهد. همچنین باعث می‌شود تا ترس از ابهام کم شود. سازمانی در عصر دیجیتال موفق است که تفکر نوآورانه داشته باشد.



۲- تجربه محوری

- امروزه بسیاری از افراد فقط برای رفع نیازهای اولیه، مانند گرسنگی، تشنگی، مسکن و... به سراغ کالاها نمی‌روند. بلکه آن‌ها به دنبال تجربه کردن و دریافت حسی متفاوت هستند. در عصر دیجیتال کسب و کارهایی موفق‌اند که تجربه متفاوتی را برای مشتریان خلق کنند.



پژوهش

- منظور از تجربه مشتری (Customer experience) چیست؟ بررسی کنید که بهبود تجربه مشتری (CX) چه نقشی در موفقیت کسب‌وکارهای الکترونیک دارد؟

۳- داده محوری

- در جهان امروزی با حجم زیادی از داده‌ها روبه‌رو هستیم. کسب‌وکارهایی موفق‌اند که امکان استفاده درست از داده‌ها را داشته باشند. تحلیل داده باعث می‌شود تا بینش کسب‌وکارها نسبت به مشتریان، رقبا و بازار تغییر کند.



DATA
DRIVEN

۴- پلتفرم محوری

- در عصر دیجیتال، ماهیت بازارها تغییر کرده است. در این دوران بیشتر فعالیتها با رویکرد پلتفرمی انجام می شود. بسیاری از شرکت های پیشرو با ارائه پلتفرم های کاربردی با کمترین هزینه به پشـتازان بازار تبدیل شده اند.

۵- الگوریتم محوری

- با گسترش هوش مصنوعی باید به سراغ ساختارهای اتوماسیون برویم. انجام الگوریتمی امور تجاری و مدل سازی با هوش مصنوعی باعث می شود تا احتمال اشتباه کاهش یافته و بهره‌وری رشد یابد.



۶- اکوسیستم محوری

- اکوسیستم را باید مجموعه‌ای از سازمان‌ها، تامین‌کنندگان، کانال‌ها، توزیع‌کنندگان، نیروی کار، مشتریان، رقبا، قانون‌گذاران و رسانه‌ها دانست. همکاری مجموعه‌ای از عوامل در اکوسیستم باعث رشد سریع کسب‌وکار می‌شود.

منظور از تحول دیجیتال چیست؟

- تحول دیجیتال، تغییری شگرف از تفکر تا عملکرد است که بر محور فناوری‌های تحول‌آفرین مانند اینترنت اشیا، رایانش ابری، واقعیت مجازی و افزوده، تحلیل داده، هوش مصنوعی و بلاکچین شکل می‌گیرد.
- تحول دیجیتال به معنای استفاده تزیینی از فناوری نیست. بلکه هدف تغییر در مدل‌های کسب‌وکاری با استفاده از فناوری‌های سطح بالا است.
- تحول دیجیتال بخشی از سفر دیجیتالی است. یعنی اینکه کسب‌وکار برای رسیدن به تحول باید در تمامی ابعاد و در طول زمان از مولفه‌های دیجیتالی برای بهبود عملکرد خود استفاده کند.

قابلیت‌های فناورانه تحول دیجیتال

- برای رسیدن به تحول دیجیتال در کسب‌وکارها باید با فناوری‌های مدرن روز آشنا شویم:
- هوش مصنوعی
- واقعیت افزوده
- رسانه‌های اجتماعی
- رایانش ابری
- بلاکچین
- اینترنت اشیا
- تحلیل داده

تحول دیجیتال و اقتصاد دیجیتال

- نوآوری‌های دیجیتال، ابزاری مهم برای رفاه اجتماعی محسوب می‌شوند. امروزه توسعه خرده‌فروشی (تجارت الکترونیک)، حمل و نقل (خودروهای اتوماتیک)، آموزش آنلاین، سلامت الکترونیک و تعاملات اجتماعی (شبکه‌های اجتماعی) باعث ایجاد تحرک در اقتصاد شده‌اند.
- سازگاری با تکنولوژی‌های بازارساز، به کسب‌وکارها کمک می‌کند تا بدون محدودیت جغرافیایی، قومی و ملیتی به بازارهای هدف جدیدی دست پیدا کنند.

تحول دیجیتال، برندینگ دیجیتال

- در اقتصاد دیجیتال، ساخت برند نقش مهمی در رشد بازار دارد. در عصر دیجیتال این برندها هستند که قیمت کالا را می سازند. به همین دلیل است که محصولات برند در بازار، قیمت های متفاوتی دارند.
- کسب و کارهای موفق در دنیای دیجیتال با توجه به انسان ها سعی می کنند محصولاتی سفارشی را در اختیار مشتریان قرار دهند. به همین دلیل در بازاریابی دیجیتال بیشتر شاهد بازاریابی انسان محور به جای بازاریابی کالا محور هستیم.

سوالات تشریحی

- تحول دیجیتال چیست؟
- عصر دیجیتال چیست؟ ویژگی‌های کلیدی عصر دیجیتال را نام ببرید؟
- تحول دیجیتال چگونه منجر به شکل‌گیری اقتصاد دیجیتال می‌شود؟
- رابطه تحول دیجیتال با برندینگ دیجیتال و بازاریابی دیجیتال چیست؟