

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 هفتم: تجارت الکترونیکی B2C و B2B

- مفهوم خرده‌فروشی الکترونیکی:
خرده‌فروشی نقش واسطه بین تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان را برعهده دارد و در واقع که مبادلات کالا یا خدمات را آسان می‌کند. اکثر شرکت‌ها محصولات و خدمات خود را به‌صورت مستقیم به مصرف‌کنندگان ارائه می‌دهند. اما در تجارت الکترونیک نمی‌توان خرده‌فروشی (Retail) را نادیده گرفت.
- به خرده‌فروشی در محیط اینترنت، خرده‌فروشی الکترونیکی گفته می‌شود. هدف خرده‌فروشی الکترونیکی، فروش محصولات و خدمات به افراد است که در واقع همان فرایند تجارت الکترونیکی بنگاه به مشتری یا B2C است.

طبقه‌بندی خرده‌فروشی الکترونیکی براساس کانال توزیع

- **خرده‌فروشی الکترونیکی پستی:** بسیاری از خرده‌فروشی‌های سنتی از روش سفارش‌گیری و ارسال پستی استفاده می‌کنند. همین شیوه از طریق کانال‌های الکترونیکی نیز قابل اجرا است. فروشگاه‌های اینترنتی ماهیت خرده‌فروشی الکترونیکی دارند، البته آن‌ها از بازاریابی مستقیم و بدون واسطه استفاده می‌کنند.
- **خرده‌فروشی مستقیم از سمت تولیدکنندگان:** بسیاری از تولیدکنندگان به هدف کسب سود بیشتر به عرضه مستقیم کالا به مصرف‌کنندگان نهایی می‌پردازند.
- **خرده‌فروشی الکترونیکی صرف:** در این مدل، فروشنده تنها از بسترهای آنلاین برای فروش اینترنتی استفاده می‌کند و هیچ واحد فیزیکی و سنتی ندارد.
- **خرده‌فروشی ترکیبی:** در این روش فروشنده هم دارای فروشگاه فیزیکی و هم فروشگاه آنلاین است. در این روش تمامی زیرساخت‌های فروشگاه فیزیکی وجود دارد و تنها از فضای دیجیتال برای یک کانال بازاریابی مکمل استفاده می‌شود.

خصوصیات خرده‌فروشی موفق

• برای موفقیت در خرده‌فروشی آنلاین باید به نکات زیر توجه کرد:

- شهرت نشان تجاری
- خدمات گارانتی محصول
- عرضه بهترین محصولات دیجیتالی
- قیمت‌گذاری مناسب محصولات تجاری
- عرضه محصولاتی با استانداردهای مشخص
- بسته‌بندی استاندارد
- ارائه تخفیف‌های مناسبی در کمپین‌های تبلیغاتی به مشتریان وفادار

مفهوم کلی B2B

- تجارت الکترونیک B2B که به تجارت بنگاه به بنگاه نیز شناخته می شود به معاملات تجاری اشاره دارد که بین بنگاه ها به صورت الکترونیکی و از طریق اینترنت، شبکه ارتباطی اینترنت یا اکسترانت یا شبکه های خصوصی صورت می گیرد.

انواع تراکنش‌های پایه B2B

- تعداد فروشندگان و خریداران و شکل مشارکت آن‌ها در B2B انواع متفاوتی از تجارت را فراهم کرده است:
- یک فروشنده چند خریدار
- یک خریدار چند فروشنده
- چند فروشنده چند خریدار
- تجارت براساس همکاری میان شرکت‌های تجاری

مزایای B2B

- ایجاد فرصت‌های جدید خرید و فروش
- حذف کاغذبازی و کاهش هزینه‌های اجرایی
- سرعت بخشیدن به فرایند پردازش سفارش‌ها
- افزایش بهره‌وری کارمندان
- کاهش میزان خطا و افزایش کیفیت خدمات
- تسهیل در فرایند پیکربندی محصولات
- کاهش هزینه فروش و بازاریابی (برای فروشندگان)
- قابلیت سفارشی کردن کاتالوگ‌های آنلاین با
- قیمت‌های گوناگون با توجه به شرایط مشتریان
- ارسال به موقع کالا
- کاهش هزینه تدارکات (برای خریدار)
- قابلیت سفارشی کردن کالا
- قابلیت ارائه خدمات بهتر به مشتری
- افزایش فرصت مشارکت و همکاری

محدودیت‌ها و معایب B2B

- وجود مشکل در کانال‌های تجاری و بازارهای مبادله‌ای عمومی
- حذف توزیع‌کنندگان و خرده‌فروشان واسطه

مدل‌های تبادلات تجارت الکترونیکی B2B

- فروش از طریق کاتالوگ‌های الکترونیکی
- فروش از طریق حراجی‌ها
- ارائه اطلاعات به مشتریان بالقوه از طریق وب سایت‌ها و تماس مستقیم با آنان

سوالات تشریحی

- مدل‌های خرده فروشی مستقیم توسط تولیدکنندگان را شرح دهید
- خرده فروشی الکترونیکی چیست
- مزایا خرده فروشی الکترونیک را نام ببرید
- مدل تجاری B2B چیست و در چه مواردی کاربرد دارد.