

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



عنوان کتاب: تورهای اینترنتی مسافرت‌های مجازی ویژه معلولان و بیماران خاص
تدوین و تنظیم: سازمان همیاری اشتغال دانش‌آموختگان (جهاددانشگاهی)
صاحب امتیاز: موسسه کار و تأمین اجتماعی

تیراژ: ۲۰۰۰ نسخه

نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۰

www.Issi.ir

سایت موسسه کار و تأمین اجتماعی:

هرگونه بهره‌برداری و نقل قول مطالب، منوط به اجازه کتبی از موسسه کار و تأمین اجتماعی می‌باشد.

موسسه کار و تأمین اجتماعی: تهران، خیابان ستارخان، دربان نو یکم، شماره ۲۳ تلفن: ۵-۶۶۵۵۶۸۰۱
دورنگار: ۶۶۵۵۶۸۱۳

فهرست مطالب

پیشگفتار	۱
مقدمه	۵
فرایند ارائه خدمات	۲۲
امکانات و تجهیزات مورد نیاز	۳۵
نیروی انسانی مورد نیاز	۳۶
سرمایه مورد نیاز	۳۷
تخصص و مهارت‌های مورد نیاز	۳۹
وضعیت بازار خدمات	۳۹
شیوه بازاریابی و معرفی خدمات	۴۲
مخاطرات و آفت‌های این شغل و نحوه پیشگیری آنها	۵۴
توصیه‌هایی برای بهبود و توسعه شغلی	۵۶
سازمان‌ها و مراکزی که با این شغل مرتبط هستند	۵۷
معرفی مشاغل مرتبط و مکمل	۵۷
معرفی منابع آموزشی و تخصصی مورد نیاز	۵۸

پیشگفتار

در دنیای امروز که توسعه پایدار و کاهش فقر و محرومیت، دغدغهٔ کلیه دولت‌هاست نقش سیاست‌های اقتصادی در توسعه اشتغال پررنگتر می‌نماید. چرا که اشتغال و بیکاری به عنوان شاخصی مهم برای ارزیابی سیاست‌های کلان کشورها محسوب می‌شود. از این رو دولت‌ها می‌کوشند تا به طرق مختلف نرخ بیکاری را کاهش دهند. یکی از این راه‌ها توسعه مشاغل کوچک و متوسط به طور عام و توسعه مشاغل خانگی به طور خاص است که افزایش درآمد و ثروت جامعه را بدنبال دارد. زیرا هر قدر سطح اقتصاد خانوار در جریان اقتصادی کشور بهبود یابد، به همان میزان اقتصاد جامعه نیز رشد پیدا می‌کند، از سوی دیگر خویش‌فرمایی و یا کار در محیط خانه یکی از الگوهای اشتغال در هزاره سوم است که به مدد نرم‌افزارها و شبکه‌های ارتباطی و اطلاعاتی، شرایطی را فراهم آورده که می‌توان قرن حاضر را قرن توسعه و رونق مشاغل خانگی دانست.

کسب و کار خانگی هم اکنون با بهره‌برداری از امتیازاتی چون توسعه دانش و گسترش فناوری ارتباطات و اطلاعات، حیطه گسترده‌ای را در اکثر حوزه‌های اقتصادی به خود اختصاص داده و در زمره یکی از حیاتی‌ترین و ضروری‌ترین بخش‌های اقتصادی جوامع به شمار می‌رود. در کشور ما ایران نیز، کاهش نرخ بیکاری و ایجاد اشتغال از جمله اهداف و تکالیف تصریح شده در سند چشم‌انداز و قوانین پنج ساله توسعه کشور محسوب شده و به این منظور، رویکرد توسعه

مشاغل خانگی به دلیل برخورداری از پیامدهای مثبت و متعدد در حوزه‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی مورد توجه مسئولین امر قرار گرفته است. مطابق قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، منظور از مشاغل یا کسب و کار خانگی، آن دسته از فعالیت‌هایی است که با تصویب ستاد سازماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، توسط عضو یا اعضای خانواده در فضای مسکونی در قالب یک طرح کسب و کار بدون مزاحمت و ایجاد اختلال در آرامش واحدهای مسکونی شکل می‌گیرد و منجر به تولید خدمت و یا کالای قابل عرضه به بازار خارج از محیط مسکونی می‌گردد. اما علیرغم تجربه‌های مثبت و موفقیت‌های چشمگیر سایر کشورها چنین طرح‌هایی مستلزم زمینه‌ها و بسترهای لازم است تا منابع و سرمایه‌های کشور هدر نرود و بتواند برای افراد اشتغال و برای کشور آبادانی به همراه آورد. تحقق سیاست توسعه مشاغل خانگی در ایران در شکل صحیح آن، علاوه بر کارکردهای عمومی که همانند دیگر جوامع بر متغیرهای اقتصادی چون اشتغال و تولید داخلی و درآمد سرانه خواهد داشت در حوزه‌هایی همچون احیای فرهنگ کار در خانواده‌ها، جلب مشارکت مردم، تقویت ویژگیهای کارآفرینی، ارتقاء شاخص‌های اقتصادی در سطوح خرد و کلان جامعه، اصلاح نظام تربیتی، بسترسازی حقوقی مناسب و تأثیر روانشناختی بر اعضای جامعه به ویژه زنان و کودکان نیز منشأ تأثیرات مثبت و قابل ملاحظه‌ای خواهد بود.

مشاغل خانگی، طیف وسیعی از مشاغل سنتی تا نوظهور را در بر می‌گیرد و راه‌اندازی یک کسب و کار خانگی علاوه بر مهارت خاص هر شغل، نیازمند برخورداری از مجموعه‌ای از مهارت‌های اساسی و پایه‌ای همچون مدیریت

منابع، مدیریت زمان، سازماندهی، مدیریت فردی و مهمتر از همه مهارت‌های بازاریابی می‌باشد و فراهم آوردن پیش شرط‌های اطلاعاتی، مهارتی و تجربه عملی، منجر به حصول بهره‌وری بیشتر و توسعه سرمایه‌های انسانی و اجتماعی خواهد بود. لذا توسعه فرصت‌های شغلی در این زمینه مستلزم همکاری بخش‌های مختلف می‌باشد.

در این راستا، مؤسسه کار و تأمین اجتماعی با همکاری صمیمانه سازمان همیاری اشتغال دانش‌آموختگان جهاد دانشگاهی اقدام به تهیه، تدوین و معرفی ۱۵۰ شغل خانگی نموده است.

هدف از این مهم، شناسایی و معرفی مشاغل خانگی به علاقمندان می‌باشد به گونه‌ای که مخاطبان با فرایند ارائه خدمات، نیروی انسانی، وضعیت بازار، مشاغل مرتبط و منابع آموزشی مورد نیاز بیش از پیش آشنا شوند. امید است تلاش‌های صورت گرفته، گامی مؤثر در جهت تشکیل بانک اطلاعاتی مشاغل خانگی محسوب شده و با الگوسازی مناسب، زمینه اشتغال جوانان میهن اسلامی را فراهم نماید.

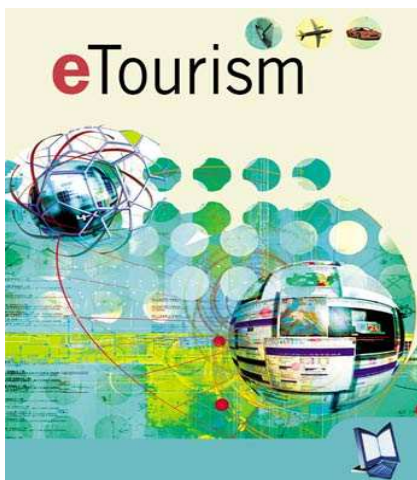
دکتر محمدرضا سپهری

رئیس مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

مقدمه

سلامتی نعمت بسیار بزرگی است و تاجی است بر سر انسان‌های سالم که فقط بیماران آن را می‌بینند. اما به دلایلی برخی از افراد گرفتار معلولیت و بیماری می‌شوند. در این هنگام این افراد بایستی تحت مراقب‌های ویژه باشند زیرا معلولیت و بیماری آنان ممکن است منجر به افسردگی و بروز بیماران دیگری در آنها گردد که این مهمان‌های ناخوانده، نتیجه همان بیماری و معلولیت این عزیزان است. در این صورت لازم است تدابیری اندیشیده شود که با توجه به شرایط این عزیزان بتوان به افزایش روحیه آنها

کمک کرد.



در باب تأثیر روحیه در کاهش آلام و بهبود روحیه معلولان و بیماران خاص باید گفت: سفر بخشی از زندگی است که سبب می‌شود روحیه انسان بهبود یابد. اما سفر به تنهایی شاید از این لحاظ، فایده چندانی نداشته باشد، به همین دلیل در مواردی متولیان این کسب و کار خانگی می‌توانند شرایطی را فراهم آورند که افراد در کنار هم جمع شوند و با هم سفری مجازی را تجربه کنند. البته در مواردی هم تنها سفر کردن لطف خاص خود را داراست. البته تهیه بلیط به مقصد مورد نظر، اسکان در آنجا، تهیه بلیط دیدنی‌های مقصد و... از جمله دغدغه‌های مسافرت، به شمار می‌روند.

در یک مسافرت مجازی بدون داشتن هیچگونه دغدغه‌ای از این جنس، مسافران با شما به عنوان متولی این کسب و کار خانگی همراه می‌شوند تا یک سفر مجازی را به شهرهای مختلف و یا داخل مکان‌های دیدنی کشور و یا حتی دنیا (بسته به امکانات شما و شرایط خودشان) داشته باشند و از قسمت‌های مختلف آن بازدید کنیم.

در واقع برای شرکت در تورهای اینترنتی مسافرت‌های مجازی، نیازی به تهیه بلیط و... نیست. تنها لازم است کاربران شما به اینترنت متصل باشند. در بسیاری از موارد حتی هیچ نیازی به اینترنت پر سرعت هم نیست و همین سرعت‌های معمولی کفایت می‌کنند. البته این امکان نیز می‌تواند برای کاربران فراهم شود که آنها از طریق اینترنتی به مسافرت‌هایی مجازی رفته و

سپس برای تکمیل مسافرت خود لوح فشرده مسافرت‌های مجازی خود را در اختیار داشته و از امکان دیدن تصاویر و یا فیلم به صورت دو بعدی، سه بعدی و... لذت ببرند و یا اینکه شما به عنوان متولی این کسب و کار خانگی، از طریق ساخت تور مسافرت‌های مجازی با پیشرفته‌ترین و به روزترین دستگاه‌های عکسبرداری ۳۶۰ درجه جهت معرفی اماکن، این امکان را فراهم آورید که مخاطب یا مشتری شما به صورت روی خطی (آن‌لاین) یا بر روی لوح فشرده از کلیه بخش‌های مکان مورد نظر به راحتی و با رویت تمام جزئیات به دلخواه خود بازدید کند و منطقه گردشگری یا تور خود را انتخاب نمایند.

کاربران شما می‌توانند با استفاده از ماوس و با توجه به امکانات شما، به تمامی نقاط یک شهر، مکان دیدنی، سالن‌ها و... به صورت ۳۶۰ درجه (پانوراما) دسترسی داشته باشند.

در این حالت آنها بایستی ماوس خود را به اطراف حرکت دهند و با بر روی فلش‌های مختلف کلیک کنند تا به قسمت‌های مختلف بروند.

همچنین آنها با استفاده از دکمه Scroll (دکمه وسط ماوس) می‌توانند روی قسمت‌هایی که می‌خواهند بزرگنمایی کنند. با توجه به نظر و امکانات شما به عنوان متولی این کسب و کار، متقاضیان می‌توانند اشاره‌گر را در داخل عکس (شهر یا مکان مورد تقاضای خود) قرار داده، دکمه ماوس را نگه

داشته و آن را در جهت دلخواه حرکت دهند. جهت بزرگ نمایی یا کوچک نمایی نیز از کلیدهای + یا - استفاده کنند.

امروزه بسیاری از نقاط دیدنی امکاناتی مثل بازدید از طریق تور مجازی را فراهم نموده‌اند ولی ایجاد تور برای این طیف از افراد نه تنها اجر مادی دارد بلکه دارای اجر معنوی نیز دارد و در واقع یک عمل انسان دوستانه نیز محسوب می‌شود. از این رهگذر و با توجه به این که کسب و کار خانگی متولیان این امر طلایه‌داران این حس انسان دوستانه هستند، می‌توان گفت وجود این کسب و کارها نشان می‌دهد هنوز هم کسانی هستند که قلب آنان برای معلولان و بیماران خاص می‌تپد.



همانطور که مسافرت بر روحیه همه افراد می‌تواند تأثیر خوبی داشته باشد، بنابراین در مورد معلولان و بیماران خاص نیز این مورد صدق می‌کند. حال چون برای معلولان و بیماران خاص ممکن است شرایط مسافرت در عالم واقع، به راحتی میسر نباشد به همین دلیل می‌توان از خدمات تکنولوژی برای این منظور بهره برد. یعنی می‌توان شرایطی را فراهم کرد که این طیف از افراد توسط یک دستگاه کامپیوتر امکان مسافرت آن‌هم به طور مجازی را پیدا کرده و از آن لذت ببرند. بنابراین طرح شغلی ایجاد تورهای اینترنتی مسافرت‌های مجازی ویژه معلولان و بیماران خاص با در نظر گرفتن کلیه نیازهای روانی آنها در منزل، عبارت است از کسب و کاری در عرصه کسب و کارخانگی که با در نظر گرفتن جنبه‌های روانشناختی معلولان و بیماران خاص، امکان مسافرت به صورت مجازی را برای آنان فراهم می‌کند. متعهد بودن متولیان این کسب و کار در راه‌اندازی تورهای مسافرتی مجازی، مطابق با خواست متقاضیان، نقش اساسی در حیات این گونه کسب و کارهای خانگی دارد. با این همه کسب و کار راه‌اندازی تورهای اینترنتی مسافرت‌های مجازی ویژه معلولان و بیماران خاص، همانند سایر کسب و کارها می‌تواند دارای برخی خدمات منحصر به فرد و ریزه کاری‌های بسیاری باشد که اغلب از سلیقه‌های مدیریتی و نیازمندی‌های دوره‌های مختلف زمانی تأثیر می‌پذیرد.



در واقع می‌توان گفت: کسب و کار ایجاد تورهای اینترنتی مسافرت‌های مجازی ویژه معلولان و بیماران خاص، یک کسب و کار چند جانبه است که متولیان آن سعی می‌کنند با اعمال راه‌حلی‌هایی خلاق در داخل ساختاری مشخص اقدام به تعامل با متقاضیان خود نمایند و در نهایت سعی کنند به صورت انحصاری تأمین‌کننده نیاز متقاضیان این نوع مسافرت‌ها باشند. از طرف دیگر این نوع مسافرت‌ها می‌تواند به گونه‌ای باشد که استفاده‌کنندگان، آن را به دیگران پیشنهاد کنند که این امر سبب پایایی این کسب و کار خانگی می‌شود.

در واقع این نوع کسب و کار قادر است جوابگوی نیازها و کارکردهای مختلف متقاضیان آن باشد. در عین حال و در صورت نیاز، متولیان این کسب

و کار می‌توانند فرصت‌هایی را فراهم آورند که در تعامل با متقاضیان مختلف، خواسته‌های منحصر به فرد آنان را در نظر گرفته و خدمتی مطابق خواست قلبی متقاضیان خود، به صورت فردی یا گروهی ارائه کنند و ارتباطی موثر و پایا با متقاضیان خود ایجاد کرده و حتی در مواردی بر تصمیم متقاضیان خود تأثیرگذار باشند.

اما همانطور که انواع کسب و کارها در کشورمان به خاطر ماندگاری حضور در عرصه رقابت، متنوع‌تر شده و روز به روز و بیش از پیش مشتری مدارتر می‌شوند، کسب و کار خانگی ایجاد تورهای اینترنتی مسافرت‌های مجازی ویژه معلولان و بیماران خاص نیز پیوسته در حال تخصصی‌تر شدن در جهت ارائه تورهایی مناسبتر و مشتری پسندتر پیش می‌رود.

کسب و کار خانگی ایجاد تورهای اینترنتی مسافرت‌های مجازی ویژه معلولان و بیماران خاص، شامل طیف وسیعی از تورهای مجازی مربوط به رفع نیاز متقاضیان خود است که از این راه به خواسته‌های آنان در زمینه مسافرت به اقصی نقاط کشور و دنیا جامعه عمل پوشانده می‌شود.

پانوراما چیست؟

در قرن ۱۹، زمانی که انسان‌ها عکاسی پانوراما را اختراع کردند، به هم چسباندن عکس‌ها تنها راه ساخت پانوراما بود. در سال ۱۸۵۱ مارتین بهرمانکس

چند عکس از تپه ریگون در سانفرانسیسکو گرفت. گفته می‌شود که این عکس در اول ۱۱ قسمت بود. از این تصویر ما می‌توانیم تپه رکون را با چندین عکس به هم چسبیده شده مشاهده کنیم، پس عکس پانوراما اینگونه بوجود آمد.



اکنون، عکس پانوراما اغلب به معنی عکسی با زاویه دید عریض (وااید انگل) و نسبت دید عریض (مانند عکس بالا) می‌باشد. این وضعیت تا زمان عکاسی دیجیتال ادامه داشته است.

عکاسی پانوراما چیست؟

عکاسی پانوراما ممکن است چندین تعریف داشته باشد، اما برای ما آن نوعی از عکاسی است که در آن عکس‌هایی با زاویه دید بسیار عریض گرفته می‌شود. این زاویه دید عریض که درباره آن صحبت می‌کنیم، زاویه دید عریض عمومی نیست، بلکه بزرگتر از میدان دید بشری (حدود ۷۵ درجه) می‌باشد. این، یک اتفاق رایج بین کسانی است که عکس‌های پانوراما را خلق می‌کنند. در حقیقت تعریفی رسمی وجود ندارد در این خصوص وجود ندارد.

عکاسی پانوراما - انواع عکس‌های پانوراما

با ظهور نرم‌افزار پردازش تصویر، بشر شروع به استفاده از تصاویر دیجیتال برای خلق عکس‌های پانوراما کرد. به عنوان مثال، آنها از تک - شات، اپتیکی برای ثبت یکپارچه تصاویر ۳۶۰ درجه در آن واحد، استفاده می‌کنند، یا چندین عکس می‌گیرند و به هم می‌چسبانند. با تک - شات، ما می‌توانیم تصاویر ۳۶۰ درجه پانوراما در عرض را خیلی سریع بگیریم، اما به خاطر محدودیت در ارتفاع، ما نمی‌توانیم بالا و پایین را در تصاویر پانوراما تک - شات ببینیم.



با لنزهای استاندارد یا لنزهایی با زاویه دید عریض، ما می‌توانیم چندین عکس دیجیتالی گرفته و به هم بچسبانیم تا تصویر پانوراما را بدست آوریم، که زاویه‌ای گسترده هم در عرض و هم در ارتفاع دارد، و این زاویه گسترده اغلب کمتر از ۱۸۰ درجه است.



اگرچه این نوع از تصاویر می‌تواند برخی نیازهای ما را برطرف نماید، اما پیشرفت در این نوع عکاسی نمی‌تواند متوقف شود. اکنون عکاسی پانوراما ۳۶۰ در ۱۸۰ درجه یکی از مهمترین بخش‌های عکاسی به شمار می‌رود. میدان دید ۳۶۰ در ۱۸۰ درجه به ما اجازه می‌دهد تا هر زاویه از مکانی را که از آن عکس گرفته‌ایم مشاهده کنیم و با یک نرم‌افزار مشاهده این تصاویر ما می‌توانیم تاثیر واقعیت مجازی را روی کامپیوترها مشاهده کنیم، که این به ما نسبت به تصاویر پانوراما معمولی حس بیشتری برای غوطه‌ور شدن می‌دهد.

انواع پانوراما

تصاویر پانوراما به طور کلی به سه دسته تقسیم می‌شوند:

۱- **پانوراما عریض:** این نوع پانوراما از چندین عکس به هم پیوسته در

عرض تشکیل می‌شود و قابلیت پرینت بر روی کاغذ را دارد.

۲- **پانوراما ۳۶۰ درجه:** این نوع پانوراما در عرض به صورت ۳۶۰ درجه

با گرفتن چندین عکس تشکیل می‌شود و با فرمت‌های فلش و mov

(فرمت نرم‌افزار Time Quick) قابل پخش در کامپیوترها می‌گردد به

طوری که اگر در عرض تصویر را ادامه بدهید می‌توانید همه

قسمت‌های عکس گرفته شده را مشاهده کنید. انگار که در جایی

ایستاده و در عرض، دور سر خود می‌چرخید و همه جای محل ایستادن

خود را مشاهده می‌کنید.

۳- **پانوراما ۳۶۰ در ۱۸۰ درجه:** این نوع عکس که پیشرفته‌ترین نوع

پانوراما می‌باشد همانند نوع شماره ۲ می‌باشد با این تفاوت که تصویر

تنها به عرض ختم نمی‌شود بلکه شما می‌توانید ارتفاع را نیز ببینید

یعنی همه زوایای محیطی که در آنجا قرار گرفته‌اید، قابل مشاهده

می‌گردد. این نوع پانوراما نیز با فرمت فلش و mov ساخته می‌شود و

حتی می‌توانید با فرمت اجرایی تبدیل به یک تور مجازی گردد.

عکاسی پانوراما ۳۶۰ درجه - خلق عکس‌های ۳۶۰ در ۱۸۰ درجه

ایجاد یک عکس پانوراما ۳۶۰ در ۱۸۰ درجه آسان نیست، مگر اینکه شما یک نرم‌افزار قوی برای چسباندن عکس‌ها به همدیگر و برخی تجهیزات ویژه (مانند لنزهای فیش آی و پانو هد) داشته باشید.

محدودیت لنزهای استاندارد یا لنزهایی با زاویه دید عریض (واید)

اگر شما از لنزهای استاندارد یا لنزهایی با زاویه دید عریض برای گرفتن چندین عکس استفاده کنید، لازم است که عکس‌های خیلی زیادی برای خلق پانوراما ۳۶۰ در ۱۸۰ درجه بگیرید. چون میدان دید لنزهای استاندارد یا لنزهای زاویه دید عریض محدود است، گرفتن چندین عکس اجتناب‌ناپذیر است. کار روی اینگونه عکاسی علاوه بر اینکه زمان زیادی می‌گیرد آن را بسیار پیچیده نیز می‌کند.



چطور ما می‌توانیم حداقل عکس را برای ساخت تصاویر پانوراما بگیریم؟

راه‌حل این کار استفاده از لنزهای فیش آی می‌باشد. لنزهای فیش آی زاویه دید بسیار گسترده‌ای دارد و دارای ۱۸۰ درجه زاویه دید روی خط قطر می‌باشد. در این روش تنها ۴ الی ۸ عکس لازم است گرفته شود تا پانورامای ۳۶۰ در ۱۸۰ درجه ایجاد شود.



کلید ساخت تصاویر پانوراما ۳۶۰ در ۱۸۰ درجه - نرم‌افزار پانوراما

یک برنامه قدرتمند برای چسباندن تصاویر، یک لنز فیش آی و یک پانوهده، ابزار مهمی در پردازش تصاویر پانوراما هستند، اما وسیله کلیدی برای ایجاد تصاویر ۳۶۰ در ۱۸۰ یک نرم‌افزار پانوراما می‌باشد، زیرا که یک عکس پانورامای کامل تنها با یک نرم‌افزار قدرتمند ایجاد می‌شود.

نرم‌افزار پانوراما - پانو وئور (Panoweaver)

پانو وئور نرم‌افزاری حرفه‌ای برای چسباندن تمامی عکس‌ها جهت ایجاد پانوراما ۳۶۰ درجه می‌باشد. در عرض چندین دقیقه، شما می‌توانید عکس پانوراما با کیفیت بالا و تمام صفحه با قابلیت پخش در فلش، جاوا پلیر و

کوئیک تایم داشته باشید. عکس‌های دیجیتالی استاندارد و عکس‌های با زاویه گسترده در یک خط و چندین خطوط، و عکس‌های فیش آی همه می‌تواند تبدیل به پانورامای ۳۶۰ درجه شود.

نمونه سایت‌های استفاده کننده از این تکنولوژی

📍 سایت الکفیل - پایگاه اطلاع‌رسانی حرم حضرت ابوالفضل العباس(ع) -

<http://alkafeel.net>

📍 سایت ۳۶۰ شهر - معرفی ۳۶۰ شهر دنیا - www.360cities.net

کسب و کار خانگی ایجاد تورهای اینترنتی مسافرت‌های مجازی ویژه معلولان و بیماران خاص

در دنیایی که زندگی می‌کنیم هدف بسیاری از کسب و کارهای خانگی رسیدن به سودی قابل قبول است که از این طریق افراد بتوانند از طریق کسب و کار خانگی خود امرار معاش کنند. از این رهگذر کسب و کار متولی ایجاد تورهای اینترنتی مسافرت‌های مجازی ویژه معلولان و بیماران خاص، از جمله مشاغل پر درآمد است که شما می‌توانید از طریق آن صاحب شغلی پردرآمد شوید. با هدفمندی یارانه‌ها امکان پیشرفت در این کسب و کار خانگی بیشتر و بیشتر شده است. در راستای توان بسیاری از حمایت‌کنندگان از افراد معلول و بیماران خاص را متقاعد کرد تا از این رهگذر به نیازهای

روانی این افراد توجه کرده و از طریق تورهای اینترنتی مسافرت‌های مجازی در بهبود روحیه این عزیزان سهمی داشته باشند.

راهبردهایی برای ایجاد تورهای اینترنتی مسافرت‌های مجازی ویژه معلولان و بیماران خاص

ارائه دهندگان کسب و کار خانگی ایجاد تورهای اینترنتی مسافرت‌های مجازی ویژه معلولان و بیماران خاص، با به کارگیری عواملی چون ابعاد روانشناختی این عزیزان و... در معنا دادن به این مسافرت‌ها به منظور تأمین نیازها و خواسته‌های مخاطبان خود می‌کوشد.

- نتیجه فعالیت کسب و کار خانگی ایجاد تورهای اینترنتی مسافرت‌های مجازی ویژه معلولان و بیماران خاص، با روحیه این عزیزان رابطه مستقیمی داشته و باید بتواند تاثیرات عمیقی بر بهبود روحیه افراد متقاضی این خدمت بگذارد.

- این کسب و کار خانگی، باید پاسخگوی نیاز متقاضیان این خدمت به بهترین شکل خود باشد.

- کسب و کار خانگی ایجاد تورهای اینترنتی مسافرت‌های مجازی ویژه معلولان و بیماران خاص، باید بتواند بیشترین سازگاری را با طبع و روح انسان برقرار کند.

- این کسب و کار خانگی به گونه‌ای طراحی شود که منطبق با خواسته‌های درونی متقاضیان این خدمت باشد.

اهمیت و ضرورت این کسب و کار

بی‌شک بیماران خاص و معلولین نیز سهمی در شادی‌های مشروع زندگی دارند. آنها هم بایستی بتوانند طعم دلپذیر مسافرت را بچشند و این امر اهمیت و ضرورت این کسب و کار را نشان می‌دهد. از این رهگذر این عزیزان با حداقل امکانات و در منزل، این امکان را به دست می‌آورند که به دورترین نقاط جهان سفر کنند و پس از بازگشت از این سفر مجازی، با روحیه‌ای بهتر به امور روزانه زندگی خود بپردازند.

ویژگی کسب و کارهای مجازی

این نوع فعالیت دارای ویژگی‌هایی است که به صورت موردی به آنها اشاره می‌شود:

۱- در این نوع کسب و کارها می‌توان در هر لحظه از شبانه‌روز به مخاطبان خود سرویس‌دهی کرد. یعنی شخص می‌تواند در نیمه‌های شب به مسافرت رفته و از آن لذت ببرد!
از طرف دیگر برخی از معلولان و بیماران خاص در ساعت‌هایی از شبانه روز ممکن است به دلایلی دچار بیخوابی شوند به همین دلیل این امکان

- بسیار مهم است که آنها می‌توانند از این طریق در هر لحظه که اراده کنند و حتی گاهی برای تسکین دردهای خود به مسافرتی مجازی بروند.
- ۲- به وسیله این روش محدودیت مکانی وجود ندارد و مخاطبان می‌توانند از هر مکانی از خدمات این فعالیت اقتصادی استفاده کنند. متقاضیان خدمات این کسب و کار می‌توانند با دوستان، اقوام و... به این مسافرت مجازی بروند و از لذت مسافرت گروهی بهره‌مند گردند.
- ۳- متقاضی این تورها ساعت‌ها می‌توانند در سایت مشغول بررسی انواع تورهای ارائه شده توسط سایت باشند.
- ۴- تبلیغات در سایت معمولاً کم هزینه‌تر خواهد بود.
- ۵- در این نوع فعالیت، هزینه‌های جانبی دیگری نظیر اجاره محل و... وجود نخواهد داشت.
- ۶- عدم صرف هزینه ریالی و زمانی رفت و آمد یکی از بارزترین محاسن این کسب و کار اینترنتی است.



فرآیند ارائه خدمات

در این کسب و کار می‌بایست به گونه‌ای به صورت مجازی فعالیت نمود که مخاطب در درجه اول اهمیت قرار گیرد؛ یعنی می‌بایست در سایت خود اطلاعاتی قرار دهید که مخاطب ضمن آشنایی کامل با نحوه عملکرد شما، به طور کامل اطمینان حاصل کند که فعالیت شما سالم است و ابعاد روانشناختی او لحاظ شده است. از طرف دیگر برای وی جذاب باشد که به طور کامل مطالب سایت شما را بخواند و تشویق شود که به نوعی از خدمات شما بهره‌مند شود.

بنابراین ضروریست قبل از هر اقدامی، اطلاعات جامعی در خصوص ابعاد روانشناختی معلولان و بیماران خاص کسب کنید.

در مرحله بعد با نظرسنجی از جامعه نمونه، اقدام به شناسایی مکان‌هایی نمایید که بیشترین استقبال‌کننده را در نظر سنجی دارا بوده‌اند.

با مشورت از یک روانشناس، روانکاو و روانپزشک اقدام به بررسی کلیه نیازهای روانی معلولان و بیماران خاص بنمایید.

در مرحله بعد می‌بایست راهکارهایی اندیشیده شود که در این مسافرت‌ها کلیه نیازهای روانی معلولان و بیماران خاص لحاظ گردد.

خدمات شما به دو صورت قابل ارائه می‌باشد که عبارتست از:

۱- درخواست تلفنی و ارسال فایل مورد نظر بصورت CD و DVD

۲- درخواست اینترنتی (نمایش مکان مورد تقاضا از طریق سایت).

شما می‌بایست با راه‌اندازی یک سایت اینترنتی مبادرت به ارائه خدمات مذکور نمایید. در سایت شما می‌بایست امکاناتی فراهم شود که ابتدا متقاضی مکانی را که قصد سفر مجازی به آن جا را دارد، مشخص کند. سپس درخواست سفارش خود را ثبت نماید. در این مرحله پس دریافت وجه، تقاضای مشتری جهت سفر مجازی، به صورت روی خطی (آن‌لاین) صورت می‌پذیرد و یا در صورت درخواست فایل، فایل الکترونیکی مورد سفارش،

ضمیمه درخواست خواهد شد و پس از بررسی واریز وجه (از طریق فیش بانکی و اعلام شماره آن به صورت تلفنی یا حضوری)، فایل مذکور از طریق ایمیل و یا با مراجعه حضوری مشتری و یا از طریق پست، به مشتری ارسال می‌گردد.

برای راه‌اندازی سایت خود باید:

- ۱- نام مناسبی به عنوان دامنه و آدرس اینترنتی خود مشخص کنید:
(www.yourname.ir یا www.name.com) این دامنه باید دارای دو ویژگی داشته باشد:
الف- حتی‌الامکان معرف فعالیت‌های شما بوده و متمایز باشد؛
ب- کوتاه و مختصر باشد تا براحتی تایپ شده یا در خاطر بماند.
- ۲- میزبان (Host) و خدمات دهنده (server) مناسب سایت‌تان را با توجه به نوع خدماتی که می‌خواهید ارائه دهید، تهیه کنید.
- ۳- سایت خود را راه‌اندازی کنید (می‌توانید از گروه‌های طراحی سایت کمک بگیرید)
- ۴- برای سایت‌تان بازاریابی کنید تا بازدیدکنندگان بیشتری آن را مشاهده کنند.
- ۵- سایت را مدیریت کرده و تراکنش‌های خود با مشتریان را پیگیری و دنبال کنید.

ضمناً شما در منزل خود جایی را طراحی کنید که امکان پاسخگویی تلفنی به مشتریان به صورت تمام وقت و یا پاره وقت در زمان‌های مشخص وجود داشته باشد.

اطلاعاتی که بایستی در سایت دیده شود

با توجه به مجازی بودن این فعالیت، می‌توان بدین گونه در نظر گرفت که تنها ارتباط مخاطبان با شما به صورت مجازی و از طریق سایت می‌باشد. در نتیجه بسیار مهم است که به مطالبی که بایستی در سایت قرار گیرد توجه ویژه‌ای گردد. بر این اساس باید هرگونه اطلاعاتی که ممکن است برای مخاطب مهم باشد تا به صورت مشتری این تورها با شما ارتباط برقرار کند را در سایت خود قرار دهید.

❖ معرفی شرکت

برای موفقیت در فعالیت تجاری به صورت مجازی بسیار اهمیت دارد که مخاطبان به صورت کامل با شرکت شما آشنا شوند. در این قسمت بسیار مناسب است که شرحی از فعالیت‌های خود را ارائه نماید. در ضمن امکان ارتباط، در شکل‌گیری اطمینان خاطر برای مخاطبان نیز بسیار حائز اهمیت است. بنابراین مناسب است شماره تماسی از شما در اختیار متقاضیان این تورها قرار گیرد. در حقیقت می‌توان گفت: ارائه هرگونه اطلاعاتی که باعث

شود مخاطبان شناخت بهتری از شرکت و فعالیت شما داشته باشند، باعث افزایش موفقیت فعالیت شما می‌شود.

✦ قراردادن تعریفی از تورهای اینترنتی مسافرت‌های مجازی بر روی سایت

در قسمتی از سایت بایستی به صورت مشخص مفهوم تورهای اینترنتی مسافرت‌های مجازی برای بازدیدکنندگان از سایت توضیح داده شود. بدین وسیله مخاطبان بهتر با شما ارتباط برقرار می‌کنند و در نتیجه امکان جذب تعداد بیشتری متقاضی را خواهید داشت.

✦ معرفی مزایای تورهای اینترنتی مسافرت‌های مجازی

برای موفقیت در این فعالیت اقتصادی بهتر است در قسمتی از سایت خود قسمتی را به ارائه معرفی مزایای تورهای اینترنتی مسافرت‌های مجازی اختصاص دهید. مخاطبان و بازدیدکنندگان سایت شما با خواندن این مطالب بیشتر جلب شده و در نتیجه فعالیت شما با معرفی مناسب‌تر به مخاطبان، گسترش بیشتری خواهد داشت.

✦ نحوه ارائه

بسیار اهمیت دارد که در قسمتی از سایت خود به صورت کاملاً مشخص و روشن و به طریقی که برای مخاطب شما جذاب باشد، نحوه رفتن او را به

سفرهای اینترنتی توضیح دهید. بدین ترتیب مخاطب ارتباط مناسبی با فعالیت شما برقرار می‌کند.

📌 لیست مکان‌ها

در قسمتی از سایت خود بایستی لیستی از مکان‌هایی را که امکان سفر مجازی مخاطبان از طریق کسب و کار شما، به آنها وجود دارد را قرار دهید. در این مورد توجه ویژه‌ای داشته باشید زیرا مخاطبان با نگاه کردن به این لیست، در مورد موفقیت و توانمندی شما اظهارنظر می‌کنند. از طریق معرفی برخی مکان‌ها، با بالاتر رفتن سطح اطلاع‌رسانی سایت شما حتی اگر متقاضی نسبت به انتخاب آن مکان مردد باشد، ممکن است ترغیب شود عضو سایت شما شده و در آینده از خدمات شما استفاده نماید.

📌 تالار گفتگو

مناسب است مراجعان استفاده از تورهای اینترنتی مسافرت‌های مجازی، این امکان را داشته باشند که بتوانند با همسفران خود به صورت کلامی در ارتباط باشند. این ارتباط حتی ممکن است شرایطی را فراهم کند که افراد به خاطر هم عازم سفرهای متعددی گردند.

✦ پرسش و پاسخ

با توجه به جدید بودن این نوع فعالیت و روبرو بودن مخاطب با فضای مجازی، بسیار اهمیت دارد که در قسمتی از سایت خود فضایی برای پرسش و پاسخ اختصاص داده شود تا مراجعه کنندگان به سایت شما بتوانند سوالات مورد نظرشان را بپرسند و از این طریق بتوانید ابهامات ایجاد شده را از بین ببرید.

شما می‌توانید اصول زیر را برای افزایش متقاضیان تورهای اینترنتی خود بکار بگیرید:

اگر شما برای راه‌اندازی کسب و کار خود در اینترنت تصمیم جدی گرفته‌اید مهمترین چیز برای شما باید وب سایت باشد. وب سایت شما بازتابی از شما و کسب و کارتان داشته باشد. درست کردن یک وب سایت حرفه‌ای که برای فروش طراحی شده می‌تواند مقدار زیادی از وقت شما را بگیرد و تلاش زیادی را نیز می‌طلبد و این چیزی است که باید در طراحی سایت مورد توجه قرار گیرد.

در زیر مطالبی که برای طراحی وب سایت‌هایی که با هدف تبدیل شدن به بستر فعالیت اقتصادی طراحی می‌شوند ذکر می‌شود.

✦ شما باید وب سایتی داشته باشید که کاملاً حرفه‌ای به نظر بیاید. وب سایت مهمترین ابزاری است که شما برای فعالیت اقتصادی در اینترنت

در اختیار دارید. احساس اولیه‌ای که شما در بازدیدکنندگان خود به وجود می‌آورید می‌تواند تعیین کند که آنها به انجام فعالیت اقتصادی با شما رو می‌آورند یا خیر!

یک وب سایت حرفه‌ای باید پیش از هر چیز برای مشتری جذاب و خوشایند باشد، سازمان یافته باشد، گشت و گذار در آن آسان باشد و سریعاً بارگذاری شود.

❖ شما باید در طراحی وب سایت خود توجه ویژه‌ای به رتبه‌بندی بالا در موتورهای جستجو داشته باشید. کلید واژه‌ها، عناوین صفحات، تصاویر، مطالب و طراحی ظاهری مهمترین عواملی هستند که در رتبه‌بندی وب سایت شما موثر خواهند بود. سعی کنید همواره اطلاعات بیشتری در مورد بهینه‌سازی صفحات سایت خود در وب بیاموزید.

❖ شما باید از نوشته‌هایی تاثیرگذار استفاده کنید. کلماتی که محتوای علمی و فنی سایت شما را تشکیل می‌دهند اساس کسب و کار شما خواهند بود. بسیاری از عدم موفقیت‌ها در کسب و کارهای اینترنتی ناشی از استفاده از محتوایی غیر کاربردی و غیر موثر است. توجه به این موضوع در مورد نامه‌های اداری و تبلیغات نیز حائز اهمیت است. به هر حال کلماتی که محتوای سایت شما را تشکیل می‌دهند نقش مهمی در موفقیت شما خواهند داشت.

✦ ترافیک سایت خود را بالا ببرید. برای این که ترافیک وب سایت شما همیشه در یک سیر منظم و رو به رشد حرکت کند باید زمینه‌ای را به وجود آورید که اولاً افراد برای بازدید به آن مراجعه نمایند و ثانیاً برای دفعات بعدی دلیلی برای سر زدن دوباره به وب سایت شما داشته باشند. شما باید برای بازدیدکنندگان خود مطالب تازه‌ای آماده کنید.

محتوای این مطالب می‌تواند شامل موارد مختلفی همانند مقاله، خبر، اطلاعات مفید، و هر چیز مفیدی که در رابطه با کسب و کار شماست باشد. همچنین محتوای سایت باید هماهنگی مناسبی با کارکردهای خود سایت داشته باشد و در زمان‌های معین و منظمی به روز شود.

✦ بخش‌های آموزشی رایگان راه‌اندازی کنید. وب سایت شما جایگاهی برای برقراری تعامل دو طرفه بین خدمات شما با بازدیدکنندگان است. شما باید بازدیدکننده‌های خود را با ترفندهای مختلف قانع کنید که در هر صورت به خدمات شما نیازمند هستند. این کار می‌تواند در خلال ارائه مقالات، آموزش‌ها، کتاب‌های الکترونیکی رایگان و... صورت پذیرد.

✦ اجازه بدهید تا بازدیدکنندگان کاملاً نسبت به شما شناخت پیدا کنند. اطلاعات کاملی از شرکت خود به همراه آدرس، شماره تلفن، نشانی پست الکترونیکی خود را نیز برای درخواست اطلاعات یا پشتیبانی در اختیار آنها قرار دهید.

🚩 نمونه خدمات ارائه شده توسط خود را بر روی سایت توضیح دهید. بدین ترتیب مخاطبان شما از عملی بودن فعالیت شما اطمینان حاصل کرده و بیشتر جذب خواهند شد.

طراحی یک سایت حرفه‌ای عامل مهمی در کسب موفقیت می‌باشد. بنابراین باید روی این کار وقت بگذارید و مطمئن شوید که به دنبال چه چیزی هستید.



اشتباهاتی که باعث نابودی کسب و کار شما خواهد شد به جرأت می‌توان گفت که بسیاری از سایت‌هایی که با هدف کسب و کار راه‌اندازی شده‌اند همچون قایق‌های کوچکی در دریای بزرگ وب گم شده‌اند. وب سایت شما انعکاس مستقیمی از وضعیت شما و کسب و کارتان است. ظاهر سایت شما شاخص مهمی برای تخمین ارزشی است که شما برای وب سایتتان قائل هستید. به عبارت دیگر اگر وب سایت شما در نگاه اول حرفه‌ای و جذاب به نظر نرسد نشانگر ارزش پایین خدمات شما خواهد بود.

در رویکردی دیگر ممکن است شما یک وب سایت عالی با طراحی خوب و خدمات با کیفیت داشته باشید اما بارگذاری آن زمان زیادی به طول انجامد. در این حالت نیز همچنان ارزش تجاری وب سایت شما بسیار پایین است. زیرا مشتریان بالقوه شما در انتظار نخواهند نشست و در نهایت کسب و کار شما رونق نخواهد یافت.

نکته قابل ملاحظه دیگر که از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار است مساله محتوای سایت شما می‌باشد. زمانی که یک نفر در وب به گشت و گذار و جستجو می‌پردازد و از طرق مختلف برای بازدید وارد سایت شما می‌شود برای این کار دلیلی دارد. سایت شما چیزی ارائه می‌دهد که آنها به دنبال آن می‌گردند که می‌تواند شامل داستان‌ها و رازهای موفقیت و شادی و اطلاعاتی باشد که شما در سایت خود گنجانده‌اید و بازدیدکنندگان به همین دلیل برای تماشای آن جذب شده‌اند.

اگر آنها چیزی را که به دنبالش هستند در سایت شما نیابند سریعاً سایت شما را ترک می‌کنند و به سایت دیگری مراجعه خواهند کرد. اگر شما می‌خواهید که بازدیدکنندگان در سایت شما بمانند برای آنها مطالب و محتوای مناسبی را با سازماندهی خوب و جذاب فراهم کنید. برای آنها دلیل و بهانه‌ای را بوجود آورید تا علاقه‌مند شوند دیگر صفحات وب سایت شما را نیز مطالعه کنند و در آینده نیز به شما مراجعه کنند.

با توجه به مطالب بالا در زیر لیستی از اشتباهات نابود کننده وب سایت‌های کسب و کار ارائه می‌شود.

✚ کندی زمان بارگذاری

✚ جلوه ظاهری ضعیف

✚ مشکلات دستوری و املائی در محتوا

✚ عدم داشتن اطلاعات لازم برای برقراری ارتباط با شما

✚ ضعف محتوایی از نظر کمی و کیفی

✚ لینک‌ها یا عناصر گرافیکی غیر فعال

✚ مشکلات سازگاری با مرورگرهای مختلف

✚ سرعت کم بارگذاری عناصر گرافیکی

✚ استفاده بیش از حد از خطوط و تصاویر گرافیکی برای جدا کردن

بخش‌های مختلف صفحات

✚ استفاده از قلم خیلی ریز یا خیلی بزرگ

✚ سازماندهی نامناسب ساختار ظاهری صفحه

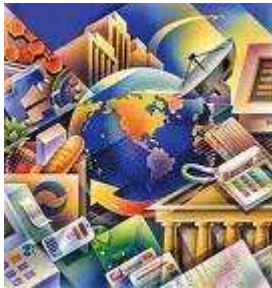
✚ تفاوت اساسی در پس زمینه یا طراحی هر یک از صفحات به گونه‌ای

که احساس کنیم به سایت جدیدی وارد شده‌ایم.

✚ درهم و برهم بودن مطالب در صفحه

✚ تبلیغات زیاد

- ✦ پیام‌های تبریک و خوش‌آمدگویی بزرگ در صفحه
- ✦ تنوع زیاد رنگ‌ها در متن
- ✦ پیغام غیرفعال بودن سایت با عبارت در دست ساخت
- ✦ زمانی را صرف بررسی دقیق این نکات در سایت خود کنید و آن را با
- سایتی که فکر می‌کنید حرفه‌ای است مقایسه نمایید.
- ✦ طراحی ساده و خوب می‌تواند فروش سایت شما را تضمین کند.



امکانات و تجهیزات مورد نیاز

حداقل فضای لازم برای راه‌اندازی این کسب و کار خانگی یک اتاق ۹ متری می‌باشد. برای راه‌اندازی این کسب و کار به حداقل امکانات و تجهیزات زیر نیاز دارید.

ردیف	تجهیزات	مبلغ (ریال)
۱	کامپیوتر خانگی	۱۰۰۰۰۰۰۰
۲	نرم‌افزارهای مورد نیاز	۲۰۰۰۰۰
۳	سی‌دی و دی‌وی‌دی خام	۱۰۰۰۰۰
۴	پرینتر لیزری	۲۰۰۰۰۰۰
۵	فکس	۱۵۰۰۰۰۰
۶	خط تلفن	۵۰۰۰۰۰
۷	اینترنت پرسرعت (هزینه یکسال)	۴۰۰۰۰۰۰
۸	اسکندر	۱۵۰۰۰۰۰
۹	میز تحریر و صندلی	۱۰۰۰۰۰۰
	مجموع	۲۰,۸۰۰,۰۰۰

نیروی انسانی مورد نیاز

کسب و کارخانگی ایجاد تورهای اینترنتی مسافرت‌های مجازی ویژه معلولان و بیماران خاص، به یک نفر به عنوان مدیر نیاز دارد که تمامی کارهای مورد نظر در پیشبرد این فعالیت مجازی را اداره کند.

شبکه همکاران

شبکه همکاران همه افراد یا مشاغلی هستند که به طور مستقل در حال فعالیت هستند و برای راه‌اندازی یا اداره کسب و کار خود با آنها همکاری می‌کنید. این افراد یا مشاغل، بر اساس توافق فی‌مابین، فعالیتی را در ارتباط با خدمات موسسه انجام می‌دهند و دستمزدی را دریافت می‌کنند. مزیت چنین رویکردی در راه‌اندازی و اداره یک کسب و کار این است که شما فقط زمانی دستمزدی را پرداخت می‌کنید که فعالیتی انجام شده باشد، بنابراین در هنگام شروع کسب و کار که حجم فعالیت‌های موسسه کم است و یا نامعلوم است، کمترین هزینه را برای کارآفرین دارد. مزیت دیگر این نحوه همکاری آن است که شما به محل خاصی برای انجام فعالیت نیاز ندارید و چون تنها فرد تمام وقت موسسه خود شما هستید می‌توانید این کسب و کار را از منزل خود اداره کنید و نیازی به پرداخت هزینه اجاره محل ندارید. در صورتی که بتوانید کارتان را گسترش دهید می‌توانید نسبت به استخدام افراد دیگری هم اقدام کنید.

در این حرفه شما احتیاج به همکاری با افرادی دارید تا بتوانید به طور کامل فرایند کار خود را به انجام برسانید. افراد یا مشاغلی همچون:

- طراح سایت
- پیک موتوری

سرمایه مورد نیاز

این کسب و کار به سرمایه بسیار کمی نیاز دارد. شما می‌توانید آن را با پس‌انداز شخصی تأمین کنید.

ریال	شرح سرمایه	نوع سرمایه
۲۰۸۰۰۰۰۰	هزینه تجهیزات	سرمایه ثابت
۲۰۰۰۰۰۰	راه‌اندازی سایت (میزبان و دامنه)	
۲۰۰۰۰۰۰	طراحی سایت	
۲۰۰۰۰۰۰	هزینه تبلیغات	سرمایه در گردش (شش ماه)
۳۰۰۰۰۰۰	هزینه نیروی انسانی	
۴۰۰۰۰۰۰	هزینه اداری (مکالمات تلفنی، کاغذ و قلم و...)	
۹۰۰۰۰۰۰	هزینه‌های پیش‌بینی نشده	
۱۰۵,۸۰۰,۰۰۰+	مجموع	

برآورد سرمایه مورد نیاز برای راه‌اندازی این کسب و کار خانگی مربوط به سال ۱۳۸۹ می‌باشد. برای اطلاع از سرمایه مورد نیاز به روز شده، به سایت موسسه کار و تامین اجتماعی www.ISSI.ir مراجعه فرمایید.

برای راه‌اندازی هر کسب و کاری به سرمایه ثابت برای خرید تجهیزات نیاز دارید که نوعی سرمایه‌گذاری محسوب می‌شود و در واقع دارایی شما از حالت نقدی به صورت غیر نقدی تبدیل می‌شود و امکان کسب درآمد را برای شما فراهم می‌کند. سرمایه در گردش شامل هزینه‌هایی است که شما در یک دوره کاری باید بپردازید تا درآمدی حاصل شود و بعد از آن درآمد حاصله بخشی به صورت سود کسب و کار و بخشی جایگزین هزینه‌های انجام شده می‌شود و این چرخه همواره ادامه دارد. به یاد داشته باشید این محاسبات به صورت کلی و عمومی انجام شده و شما می‌توانید با توجه به شرایط خاص خود تا حدودی آن را تعدیل و تغییر دهید.

تخصص و مهارت‌های مورد نیاز

میزان تسلط بر مهارت			مهارت مورد نیاز	
پیشرفته	متوسط	مقدماتی		
	*		ICDL	مهارت‌های عمومی
	*		زبان انگلیسی	
*			مدیریت وب سایت	مهارت‌های تخصصی
*			بازاریابی	
	*		توانایی ارتباط موثر	
			سخت کوش و بردبار، معاشرتی و خوش برخورد، دارای خلاقیت و نوآوری	ویژگی‌های فردی
			دانش‌آموختگان رشته‌های مختلف می‌توانند در این حرفه موفق شوند.	تحصیلات

وضعیت بازار خدمات

هر کسب و کار موفق با شناخت بازار آغاز می‌شود و با یک برنامه بازاریابی درست به موفقیت می‌رسد. در این حرفه هم باید فعالیت خود را با شناخت صحیح از بازار آغاز کنید. در واقع برای ورود به هر بازاری می‌بایست به طور کامل اجزای بازار همچون تقاضا، عرضه کالا یا خدمت مورد تقاضا را شناسایی کنیم تا در نهایت بتوانیم در آن حرفه موفق باشیم.

برای شناخت بازار باید بدانید که:

- چه طیفی از معلولان و بیماران خاص متقاضی تورهای اینترنتی مسافرت‌های مجازی هستند؟
- این افراد چه ویژگی‌های دارند؟
- چه تعداد هستند؟ چه شباهت‌ها و تفاوت‌هایی باهم دارند؟
- چه طبقه‌بندی‌هایی بین مشتریان احتمالی وجود دارد؟
- چه نوع خدمات و با چه مشخصاتی نیاز دارند؟
- چه افراد یا موسساتی در حال حاضر نیاز آنها را برآورده می‌کنند؟ (رقبا کیستند؟)
- نقاط قوت و ضعف رقبا چیست؟

برای پاسخ به این سوالات فعالیت‌هایی را باید انجام دهید که اصطلاحاً تحقیقات بازار گفته می‌شود. تحقیقات بازار کمک می‌کند خدمات خود را به نحوی تعریف کنید که مطابق خواسته مشتریان باشد و منجر به فروش گردد. با یک بررسی کلی و اجمالی می‌توان با توجه به واقعیت‌های زیر نتیجه گرفت که بازار قابل قبولی برای این کسب و کار وجود دارد.

فرصت‌های بازار

۱. امروزه بسیاری معلولین و بیماران خاص و همچنین سایر افراد به دلیل ساعات کاری زیاد، هزینه‌های سفر، مشکلات سفر و... به دنبال استفاده از خدمات تورهای اینترنتی مسافرت‌های مجازی هستند که اگر اعتمادسازی‌های لازم در این حوزه ایجاد شود، درخواست آنها در این حوزه نیز رو به افزایش می‌گذارد.

۲. با تبلیغات مناسب در مراکز بهزیستی، انجمن‌های حمایت از بیماران خاص و...، مشتریان بالقوه و همین‌طور مشتریان بالفعل این کسب و کار خانگی بیشتر با خصوصیات این نوع مسافرت‌ها آشنا شده و امکان درخواست این نوع خدمات، روز به روز افزایش می‌یابد.

۳. فضای اینترنتی زمینه بسیار مستعدی را برای گسترش تورهای اینترنتی مسافرت‌های مجازی فراهم نموده است که می‌توانید از آن جهت ارائه خدمات خود استفاده کنید.

البته آنچه مسلم است این است که ایجادکنندگان این تورها، مناسب است ضمن همکاری با مراکز بهزیستی و انجمن‌های حمایت از بیماران خاص، شرایطی را فراهم کنند که این تورها جزو ضروریات برنامه‌های سالانه این عزیزان قرار بگیرد.

شبیه بازاریابی و معرفی خدمات

ما برای بازاریابی محصول یا خدماتی که بر روی اینترنت عرضه می‌کنیم باید به دنبال یک ترکیب مناسب، بی‌همتا، منحصر بفرد و در عین حال خلاقانه باشیم. جلب توجه مخاطبین، مشتریان بالقوه و بالفعل بر روی اینترنت و ایجاد یک دیالوگ موفق با آنها حاصل روزها، هفته‌ها، ماه‌ها و گاه سال‌ها تلاش آنهایی است که عنوان بازاریاب اینترنتی را بر دوش خود یدک می‌کنند. حاصل نهایی این دیالوگ بایستی «موفقیت در جذب بازارهای جدید و گسترده‌تر و در نهایت فروش یا ارائه خدمت بیشتر باشد».

این روزها «جستجو» بر روی اینترنت به عنوان یکی از ابزارهای قوی و مؤثر در بازاریابی از طریق اینترنت شناخته شده است.

درآمدهای سرسام‌سازان سایت‌های ارائه دهنده خدمات جستجوی اینترنتی و علی‌الخصوص موتورهای جستجوی بزرگ حاصل از خرید رتبه‌بندی‌ها (Rankings) و یا حضور در موتورهای جستجو، در یک کلام بهتر «paid listings and paid inclusion» نشان می‌دهد که این ابزارها تا چه حد توانسته‌اند بازاریاب‌های اینترنتی را با موفقیت به سمت و سوی خود بکشانند. ورود و حضور در موتورهای جستجو، برخورداری از یک رتبه‌بندی قابل قبول و مؤثر در آنها و در رابطه با «کلیدواژه‌های اصلی» در یک کلام یعنی قرار دادن «پیام» در مقابل چشم میلیون‌ها نفر در یک محدوده زمانی مشخص.

در خلال فرایند خرید، پست الکترونیک بهترین و کاراترین برنامه، مؤثرترین و کم هزینه‌ترین ابزار برای ایجاد گفتگو (دیالوگ) با مشتریان بالقوه و بالفعل شناخته شده است. در این میان، «استفاده خلاقانه» از امکانات و تسهیلاتی چون «پاسخگوهای اتوماتیک» یا به عبارت دیگر «Auto-responders» که پست الکترونیک فراهم می‌آورد توانسته است فاصله میان عرضه‌کننده و متقاضی را کمتر و کمتر کند.

بازاریابی از طریق اینترنت ابزارهای دیگری نیز دارد اما تحقیقات نشان داده است که «جستجو» و «پست الکترونیک» جزو قوی‌ترین ابزارها در بازاریابی‌های اینترنتی هستند. کاربرد و استفاده حرفه‌ای و سریع از این ابزارها می‌تواند شما را به اهداف از پیش تعیین شده‌تان سوق دهد. اگر جذب بازار و مخاطبین و مشتریان احتمالی، به سایتی که بر روی اینترنت راه‌اندازی کرده‌اید از اهداف اصلی شما از حضور مجازی بر روی اینترنت است لازم

است که استفاده سریع و

حرفه‌ای از این دو را هر

چه زودتر در سر لوحه

استراتژی‌های اینترنتی

خود قرار دهید.



اینترنت خدمات و ابزارهای متعددی در اختیار ما قرار داده است: مثلاً وب داشتن یک سایت بر روی اینترنت، استفاده از پست الکترونیک، انجمن‌های الکترونیکی، تابلوهای اعلانات الکترونیکی، موتورهای جستجو، فهرست‌ها یا دایرکتوری‌ها، بازارهای الکترونیکی (عمودی یا افقی)، نیازمندی‌ها (Yellow Pages)، اتاق‌های گفتگو و وبلاگ‌ها و وب کست‌ها و پادکست‌ها و... اینها برخی از ابزارها یا عواملی (فاکتورهایی) هستند که می‌توانیم از آنها برای بازاریابی کالا و خدماتمان استفاده کنیم.



چگونه می‌توانیم بهترین راهبردها را در بازاریابی و فروش بیابیم؟

یکی از سوالات متداول این است که از کجا و چگونه می‌توانیم بفهمیم که چه استراتژیی در بازاریابی و فروش کالا و خدمات بهترین و کاراترین استراتژی ما می‌تواند باشد.

همانطور که می‌دانید بازاریابی و فروش کالا و خدمات در دنیای واقعی و به خصوص در دنیای مجازی کار ساده‌ای نیست و گویی ما به دنیا آمده‌ایم برای انجام کارهای سخت: که معتمد فکر کردن، اولین کار سختی است که باید انجام بدهیم. اما دومین کار سخت چیست؟ دومین کار سخت به هر حال انجام دادن است.

ما برای بازاریابی و فروش کالا و خدمات، استراتژی‌های مختلفی داریم و ایده‌های فراوانی برای بالا بردن فروش وجود دارد، اما در عین حال، ما به مهارت‌هایی نیز نیاز داریم و به مطالعه مداوم و مستمر، برای فراهم آوردن خوراک فکری لازم. اما در آخر اگر بنشینیم و کاری انجام ندهیم، اگر تیم‌های بازاریابی ما، قدم از قدم برندارند، به کجا خواهیم رسید؟ به نظرم، اقدام کردن، دومین کار سختی است که ما باید برای فراگیری آن و برای کسب مهارت‌های آن دست به کار شویم.

بدون اقدام و امتحان، شما نمی‌توانید بهترین راه و راهبرد را بیابید. این یک مرحله بسیار بسیار خطیر و اساسی است و شما باید عواقب انجام و اجرای خود را بسنجید، ترس‌ها و نگرانی‌ها را شناسایی کنید، اما با وجود تمام آنها، دست به اقدام بزنید.

شما نمی‌توانید بفهمید که چه راهبردی در فروش و بازاریابی برای شما، شرکت شما، کالا و خدماتی که عرضه می‌کنید بهترین می‌باشد؟ امتحان

کردن استراتژی‌ها، بهترین و تنها راه شما برای یافتن آن راه‌هایی است که می‌تواند شما را به موفقیت نزدیک سازد. شما ممکن است صدها کتاب و دهها مقاله بخوانید، در سمینارها و کلاس‌های آموزشی متعدد شرکت کنید، شما ممکن است ساعت‌ها وقت بگذارید و برای آینده کاری، تجاری، اقتصادی و مالی خود برنامه‌ریزی کنید، اما اگر دست به کار نشوید و اقدام نکنید متوجه نمی‌شوید که چه راهی و چه راهبردی، چه تکنیک و تاکتیکی برای شما مفید بوده است.



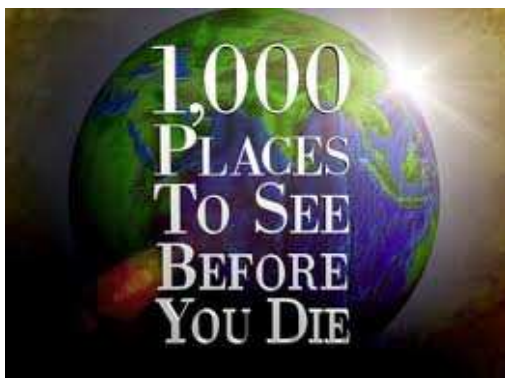
چگونه می‌توان شعارهای تبلیغاتی گیرا و جذاب نوشت؟

نگارش «شعارهای تبلیغاتی» برای استفاده در صفحات وب و متن آگهی‌ها یک کار حرفه‌ای است. بر روی اینترنت، سایت‌های بسیار زیادی

وجود دارد که شاید عرضه کننده خدمات یا فروشنده محصولی مشابه با آنچه شما یا شرکتتان عرضه می‌کند باشد. کاربری که به دنبال محصول یا خدماتی بوده است، از طریقی، مثلاً موتورهای جستجو وارد سایت شما شده است. حال، این شما هستید که بایستی تنها ظرف چند ثانیه، توجه او را به آنچه به او ارائه می‌دهید جلب کنید. در غیر اینصورت، ممکن است او را برای همیشه از دست بدهید. ۸۰ درصد از بازدید کنندگان یک سایت اینترنتی، هرگز دیگر به سایتی که بازدید کرده‌اند باز نمی‌گردند. ما تنها چند ثانیه فرصت داریم که توجه مشتریان بالقوه‌مان را به خود، محصول یا خدماتی که شرکت و یا سایت ما از طریق اینترنت عرضه می‌کند جلب کنیم. تازه این اول کار است و بعد باید کاری کنیم که بازدیدکنندگان و در واقع مشتریان بالقوه ما، بار دیگر و یا به عبارات بهتر برای حداقل هفت بار دیگر به سایت ما بازگردند تا شاید پس از آن با مذاکراتی که با آنان انجام می‌شود بتوانیم درصد و نرخ تبدیل را بالا ببریم.

«شعارهای تبلیغاتی» مثل «عناوین مقالات» و یا «تیتراخبار» بایستی مخاطب یا مشتری احتمالی را به خود جذب کنند. گیرایی و جذابیت «شعارهای تبلیغاتی» برای بالا بردن «فروش» کافی نیست، نگارش حرفه‌ای، خلاقیت و رنگ و لعاب دادن به آنچه برای جذب، حفظ و افزایش تعداد مشتریان است که به عنوان یک کار حرفه‌ای مد نظر ماست. استفاده از

عبارت‌های کلیشه‌ای نه تنها به شما کمکی نمی‌کند بلکه می‌تواند فرصت‌ها، پول و زمان شما را به هدر دهد. کلمه‌ها و عباراتی که برای شعارهای تبلیغاتی خود انتخاب می‌کنید بایستی آنچنان قوی باشند که بتوانند مشتریانان را در همان چند ثانیه اول میخکوب کنند و آنان را به انجام آن عملی که شما انتظارش را دارید سوق دهند.



چگونه می‌توان در کسب بالاترین رتبه‌بندی در موتورهای جستجو موفق شد؟

موفقیت در کسب بالاترین رتبه‌بندی در موتورهای جستجوی بزرگ و معتبری چون گوگل اصلاً شانس نیست. بسیاری از طراحان سایت‌های وب - خصوصاً در ایران - بسادگی از کنار مقوله مهمی چون کسب رتبه‌بندی بالا در موتورهای جستجو می‌گذرند و سایت‌های مشتریان خود را بدون جذب بازدیدکنندگان هدف و ترافیک بیشتر در «گرداب گسترده گیتی» رها می‌کنند.

آیا می‌دانستید که بیش از ۹۵ درصد از ترافیک سایت شما بر روی اینترنت از طریق موتورهای جستجو فراهم می‌آید؟ مطمئن باشید که چنین است. آخرین تحقیقات نشان می‌دهد که فهرست شدن، حضور یا به عبارت بهتر لیست کردن در «موتورهای جستجو» و کسب «بالاترین رتبه‌بندی» در آنها بیشترین ترافیک را برای سایت‌های اینترنتی فراهم می‌آورد. این یک واقعیت انکارناپذیر است.



مسلماً کسب یک رتبه‌بندی قابل قبول (قرار گرفتن حداقل در ده صفحه اول) در موتورهای جستجو کاری نیست که طراح یا شما به عنوان مدیر سایت بتوانید یک شبه انجام دهید و این مسلماً نیازمند کار مداوم و آزمایش راه‌ها و شیوه‌های مختلف است چرا که موتورهای جستجو، سیاست‌های رتبه‌بندی خود را هر از گاه عوض می‌کنند و استراتژی، عامل یا عنصری که امروز بخوبی کار می‌کند حتماً برای هفته یا ماه‌های آینده جواب نمی‌دهد.

طراح و مدیر سایت بایستی استراتژی‌ها، واژه‌های کلیدی، عوامل و عناصر متعددی را پیش از معرفی آدرس سایت به موتورهای جستجو مدنظر قرار دهد.

سایتی که بازدید کننده‌ای ندارد درست مثل این است که اصلاً وجود ندارد. برای موفقیت در کسب بالاترین رتبه‌بندی در موتورهای جستجو دهها استراتژی مختلف وجود دارد. سالهای اول و دوم از حضور الکترونیکی شما بر روی اینترنت از مهمترین سالها به حساب می‌آید، برخی از موتورهای جستجو حافظه خیلی خوبی دارند، آنهایی که زمانی نسبتاً طولانی از عمر و فعالیتشان بر روی اینترنت می‌گذرد، اولین و ابتدایی‌ترین صفحات سایت شما را به خاطر می‌سپارند و به این سادگی‌ها نمی‌توانید آنچه را که در نزد آنها مکتوب شده است را از میان ببرید. کار کردن با موتورهای جستجو از نظر من در این گرداب گسترده گیتی، کم از زندگی با موتورهای جستجو ندارد. ۹۵ درصد رقم بسیار فریبنده و جالبی است، تعداد بازدید کننده قابل توجهی است که فکر نمی‌کنم مدیر سایتی باشد که بخواهد از روی قصد نادیده بگیرد. آنها که از این تعداد قابل توجه بسادگی می‌گذرند، جاهلان عصر «حرفه‌ای بودن و سرعت عمل» هستند، چوب جهالت آنان را کارفرمایانی می‌خورند که ندانسته گول ظاهر زیبای طراحی‌ها و رنگ و لعاب‌ها را می‌خورند و «سرمایه و زمان» با ارزش خود را به دست آنان می‌سپارند.



چگونه مخاطبین و مشتریانمان را پیدا کنیم؟

ما در بازاریابی، از نیاز و قدرت خرید یاد می‌کنیم و بازار را بازار هدف می‌دانیم. در یک بازار هدف، شما یک نیاز را می‌بینید که منتظر پاسخ شماست، پاسخ، همان کالا یا خدماتی است که ارائه می‌دهید و بنابراین به عنوان یک بازاریاب، کار و فعالیت شما این است که بازار هدف را درست بیابید و بشناسید.

به راستی ما چطور می‌توانیم مخاطب و مشتری خود را پیدا کنیم؟ جواب: با رسیدن به شناخت درستی از نیاز. اجازه بدهید یک مثال بزنیم، به افرادی که به بازاریابی شبکه‌ای (منظورم هم آن نوع هرمی و غیر قانونی و حتی نوع قانونی آن است) روی آورده‌اند می‌گویند مثلاً دو نفر را بیورید و به زیر مجموعه خودتان اضافه کنید، شما می‌توانید کار بازاریابی را از دوستان و اقوام و آشنایانتان شروع کنید (همان قانون ۳۰۰ - که یعنی حداقل ۳۰۰ نفر دوست و آشنا و فامیل دور و برتان دارید) - اما آنها نمی‌گویند یا کمتر می‌گویند که بروید سراغ آنهایی که نیازی دارند به کالا و خدمات شما. این یک مطلب مهم است.

بازاریاب‌های شبکه‌ای یا اصطلاحاً نت وورکرها دنبال این نیستند و نباید باشند که فقط دو نفر را به زیر مجموعه خودشان اضافه کنند، آنها باید به دنبال خریداران فرصت باشند، کسانی که هم به کالا و خدمات مورد نظر، نیاز دارند و هم به دنبال یک فرصت کسب و کار هستند. برای همین است که اگر بازاریاب شبکه‌ای برود سراغ پدر یا مادر و برادر و خواهرش و بخواهد آنها را به زیر مجموعه خود اضافه کند به احتمال بسیار زیاد اشتباه کرده است چرا که فردی که به زیرمجموعه اضافه شده است دنبال کسب و کار نیست و خریدار فرصت نیست. نمی‌گوییم که بازاریاب‌های شبکه‌ای نباید بروند دنبال دوست و فامیل و آشنا، می‌گوییم بازاریاب باید بازار هدف خودش را خوب بشناسد.

بازاریابی شبکه‌ای در عین حال که نوعی بازاریابی است، مدلی برای کسب و کار هم هست. از بازاریابی شبکه‌ای در اینجا صحبت کردیم چرا که خواستیم ببینید شناخت مخاطب و شناخت نیاز یا نیازها تا چه حد مهم است. در بازاریابی، ما با جامعه‌شناسی و روانشناسی و خیلی چیزهای دیگر سر و کار داریم. در بازاریابی بین‌المللی، ما حتی با موضوع محیط سیاسی - قانونی و موضوعاتی چون ثبات سیاسی و قوانین و مقررات و... سر و کار داریم. این موارد روی کار بازاریابی اثر می‌گذارند.

پیدا کردن مشتری برای کالا یا خدماتتان مانند آب خوردن است فقط باید همه تشنه باشیم: هم ما و هم مشتریان احتمالی ما.

اصول و قواعد جذب مشتری از طریق اینترنت

مهمترین اصل در بازاریابی از طریق پست الکترونیک (Email Marketing) آن است که ارسال کننده پیام‌های بازرگانی بایستی قبلاً از مخاطب «اجازه بگیرد» یا به عبارت دیگر «مخاطب یا کاربر اینترنتی» خود



دریافت «خبرنامه‌ها و نامه‌های تبلیغی» آن شرکت ارسال کننده را با تنظیم و تکمیل فرم‌ها و طی مراحل درخواست کرده باشد و این همان چیزی است که کمتر شرکت یا سایت تبلیغی اینترنتی زحمت رعایت آن را به خود داده است. بی‌رویه، پشت سر هم و بدون داشتن «اجازه صریح و شفاف» از مخاطبین، شرکت‌هایی به نام «تبلیغ اینترنتی» سیلی از نامه‌ها و خبرنامه‌های الکترونیکی خود را به سوی شرکت‌ها و آدرس‌های اینترنتی که در اختیار دارند (یا خریداری کرده‌اند) روانه می‌سازند. البته این موضوع، مسأله‌ای نیست که تنها در ایران رخ می‌دهد. ارسال کننده هرزنامه (اسپم) بسیاری در سرتاسر

دنیا سرگرم این کار هستند و خبرنامه‌های تبلیغاتی خود را به این سو و آن سو ارسال می‌کنند، اما این حرکت در کل محکوم است و شرکت‌های معتبر، هیچگاه نامه یا خبرنامه‌ای را بدون «درخواست» و «اجازه» صریح و قاطع (در برخی موارد پس از حداقل دو بار تأیید مخاطب) برای کسی ارسال نمی‌کنند.

مخاطرات و آفت‌های این شغل و نحوه پیشگیری آنها

- ۱- عدم شناخت کامل و اعتماد به تورهای اینترنتی و مسافرت‌های مجازی
 - ۲- شناخت ناکافی عموم مردم از شاغلین در این حوزه
 - ۳- عدم آشنایی و یا آشنایی کم مخاطبان با فعالیت اقتصادی به صورت مجازی
- برای پیشگیری از این مخاطرات می‌توان فعالیت‌های زیر را در نظر داشت:
- از روش‌های بازاریابی به وسیله روابط عمومی استفاده کنید. روش‌هایی همانند:

تهیه و ارسال یک خبرنامه الکترونیکی با موضوع خدمات شما

در این روش شما یک خبرنامه یا نشریه الکترونیکی که حاوی مطالب آموزنده و نکات کلیدی و کاربردی از موضوع فعالیت شماست تهیه می‌کنید و آن را برای افراد مرتبط ارسال می‌کنید. این تکنیک باعث می‌شود مشتریان شما را به عنوان یک فرد مطلع و کارشناس قابل اعتماد بپذیرند و چنانچه بخواهند خدماتی را در این خصوص دریافت ابتدا به شما مراجعه کنند.

نگارش مقاله و انتشار آن در نشریات با عنوان خود یا موسسه‌تان

شما می‌توانید در حوزه کاری خودتان مطالبی را بنویسید و آنها را به صورت مقاله‌های برای مجلات یا نشریات مرتبط ارسال کنید و آنها بدون هزینه برای شما منتشر کنند. این باعث می‌شود شما بین مخاطبان شناخته شوید و از این طریق جلب اعتماد خواهید کرد.

برگزاری سمینارهای کاربردی

شما می‌توانید یکسری سمینارهای کاربردی در زمینه کاری خود برگزار کنید و از علاقمندان دعوت کنید به طور رایگان یا با هزینه کم حضور یابند. سعی کنید در این سمینارها به طور مستقیم درباره حرفه خود سخنرانی نکنید. - می‌توانید در ابتدا با بستن قرارداد با یکی از مراکز بهزیستی و یکی از انجمن‌های حمایت از بیماران خاص به صورت پایلوت اقدام به برگزاری تورهای خود نمایید و اجازه دهید خدمت شما تبلیغ کسب و کار شما باشد. - می‌توانید با استفاده از بازارهای، ارتباط حضوری با معلولین و بیماران خاص ایجاد کرده و آنها را به صورت رو در رو با تورهای اینترنتی مسافرت‌های مجازی و مزیت‌های این نوع مسافرت‌ها آشنا کنید.

توصیه‌هایی برای بهبود و توسعه شغلی

✦ ارتباط با نهادهای مختلف مرتبط با معلولان و بیماران خاص، جهت گسترش فعالیت

✦ تبلیغات مناسب جهت شناساندن بهتر تورهای اینترنتی مسافرت‌های مجازی

✦ از فعالان این عرصه، الهام گرفته و سعی کنید از تجارب آنها استفاده کنید.

✦ درباره خدمات مجازی و تورهای اینترنتی مطالعه کنید.

✦ سعی کنید مهارت‌های خود را در زمینه ایجاد تورهای اینترنتی افزایش دهید.

✦ اخبار و مطالب مرتبط با فعالیت خود را در سایتتان قرار دهید.

✦ از بازارهای حرفه‌ای برای ایجاد بازارهای تازه استفاده کنید.

✦ در مورد ابعاد روانشناختی معلولان و بیماران خاص مطالعه کنید.

✦ اطلاعات عمومی و تخصصی خود را در حوزه‌های مرتبط با معلولان و بیماران خاص افزایش دهید.

سازمان‌ها و مراکزی که با این شغل مرتبط هستند

✚ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

✚ اداره امور بیماری‌های خاص

✚ بنیاد امور بیماری‌های خاص

✚ بهزیستی

✚ کمیته امداد امام خمینی (ره)

✚ موسسات مالی و اعتباری

معرفی مشاغل مرتبط و مکمل

✚ شرکت‌های ارائه دهنده خدمات سمعی و بصری

✚ موسسات توریستی، گردشگری و سیاحتی

✚ صاحبان سایت‌های مرتبط و مشابه

✚ گالری‌ها و نمایشگاه‌ها

معرفی منابع آموزشی و تخصصی مورد نیاز

- چگونه یک سایت اینترنت بسازیم؟ رضا ریاضی، نشر ناقوس
- تجارت از طریق اینترنت، جیل الزوورث، الس الزوورث، مترجم: محمد ابراهیم گوهریان، لیدا نوری، نشر امیرکبیر
- ایجاد سایت در اینترنت، تیم ورسلی، مترجم: فرزانه کریمی و محمد رحیم، نشر قدبانی
- تجارت الکترونیک، مایکل کانینگهام، عبدالمجید عبدالباقی، احمدرضا اخوان، نشر ارکان، ۱۳۸۳.
- تجارت الکترونیک، امیرعلی خانزاده، نصرآ... خانی، نشر ارکان
- قانون تجارت همراه با تجارت الکترونیکی، محمد ابراهیم قزوینی، محمود ابراهیم قزوینی، نشر رسانه تخصصی
- مدیریت و تجارت الکترونیکی، مهران آقایی، افسانه حاجیان، نشر سفیر

سایت‌های مشابه:

- شرکت قطارهای مسافربری رجا
<http://www.raja.ir/default.aspx?page=vtour>
- تور مجازی دانشگاه اصفهان http://www.ui.ac.ir/fa/uni_map