

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

۳۲۹

خدمات صوت و تصویر

اینترنت و اینترنت

۱۳۹۰

خدمات صوت و تصویر اینترنت و اینترنت/ تدوین و تنظیم سازمان همیاری اشتغال
دانش آموختگان (جهاد دانشگاهی)

تهران: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی، ۱۳۹۰

۷۵ ص. -مصور(رنگی)؛ ۱۴/۵ × ۲۱/۵ س م

موسسه کار و تأمین اجتماعی؛ ۳۲۹

۱۵۰۰۰ ریال: ۵-۸۵-۲۴۲-۶۰۰-۹۷۸-۶۰۰ فیبا کتابنامه: ص ۷۴-۷۵.

کسب و کار خانگی -۰- ایران - مشاغل - دستنامه ها - بازاربایی اینترنتی - -

ایران - اینترنت - جنبه های اقتصادی

سازمان همیاری اشتغال دانش آموختگان

مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

۱۳۹۰ ۴۲۶/خ/۳۸/۶۲ HD

۲۴۳۲۱۹۱

۶۵۸/۷۸۲



عنوان کتاب: خدمات صوت و تصویر اینترنت و اینترنت

تدوین و تنظیم: سازمان همیاری اشتغال دانش آموختگان (جهاد دانشگاهی)

صاحب امتیاز: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

لیتوگرافی چاپ و صحافی: سازمان چاپ و انتشارات

شابک: ۵-۸۵-۲۴۲-۶۰۰-۹۷۸-۶۰۰

شمارگان: ۲۰۰۰ نسخه

قیمت: ۱۵۰۰۰ ریال

نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۰

www.Lssi.ir

سایت مؤسسه کار و تأمین اجتماعی:

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

موسسه کار و تأمین اجتماعی: تهران، خیابان پاسداران، ابتدای اختیاریه جنوبی، کوچه آزاده، پلاک ۵

دورنگار: ۲۲۵۸۹۸۹۱

تلفن: ۲۲۵۶۲۷۳۳

فهرست مطالب

پیشگفتار.....	۱
مقدمه.....	۵
فرآیند ارائه خدمت.....	۲۲
امکانات و تجهیزات مورد نیاز.....	۳۶
نیروی انسانی مورد نیاز.....	۳۶
سرمایه مورد نیاز.....	۳۸
تخصص و مهارت‌های مورد نیاز.....	۴۰
وضعیت بازار خدمات.....	۴۰
شیوه بازاریابی و معرفی خدمات.....	۴۳
مخاطرات و آفت‌های این شغل و نحوه پیشگیری آنها.....	۶۶
توصیه‌هایی برای بهبود و توسعه شغلی.....	۶۹
سازمان‌ها و مراکزی که با این شغل مرتبط هستند.....	۷۳
معرفی مشاغل مرتبط و مکمل.....	۷۳
معرفی منابع آموزشی و تخصصی مورد نیاز.....	۷۴

پیشگفتار

در دنیای امروز که توسعه پایدار و کاهش فقر و محرومیت، دغدغه کلیه دولت‌هاست نقش سیاست‌های اقتصادی در توسعه اشتغال پرنرنگتر 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

اینترنت (Internet): یک شبکه جهانی است که از اتصال کامپیوترهای مختلف در سراسر جهان به یکدیگر به وجود آمده است و هر کدام از آنها با ارائه خدمات، به کاربران این امکان را می‌دهند که اطلاعات را به روش‌های مختلف و ابزارهای گوناگون بصورت متنی، صوتی و تصویری و... در اختیار افراد دیگر در سراسر جهان قرار دهند یا با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. امروزه با در اختیار داشتن یک خط اینترنت می‌توان به راحتی به این شبکه جهانی متصل شد.



اینترانت (Intranet)، نیز همان طور که از نام آن مشخص است، مانند اینترنت یک شبکه است، اما این بار به صورت خصوصی یا داخلی، یعنی فقط کاربران داخلی یک کسب و کار اجازه استفاده از خدمات مختلف آن را خواهند داشت.

در این میان اکسترانت (Extranet)؛ یک اینترانت است که به کاربران خود مجوز دسترسی از خارج از فضای کسب و کار را برای استفاده از خدماتی در داخل آن کسب و کار را صادر می‌کند.

اما به طور کلی می‌توان گفت: خدمات و سرویس‌های ارائه شده در این شبکه‌ها بی‌شمار است. متداول‌ترین آنها را می‌توان به صورت زیر دسته‌بندی کرد:

✚ نمایش، به اشتراک‌گذاری و دریافت مدارک، منابع، فایل‌ها، عکس‌ها و...

متصل به هم، از طریق یک آدرس وب با استفاده از مرورگرهای وب

✚ گفت و گو بین کاربران از طریق انواع سرویس‌های پیام

✚ به اشتراک‌گذاری فایل‌ها، مدارک و منابع مختلف بین کاربران عادی و

خانگی

✚ دریافت و ارسال نامه و پیام‌های الکترونیکی به صورت غیر خطی

(Offline) و متمرکز روی کامپیوترهای کاربران مانند استفاده از

... microsoft outlook, outlook express, Thunderbird

✚ دریافت و ارسال نامه و پیام‌های الکترونیکی به صورت برخط (online) و متمرکز در فضای مختص هر کاربر در شبکه به وسیله یک آدرس وب. مانند سرویس‌های پست الکترونیکی Yahooweb , maile , Hotmail , Gmail و ...

✚ دریافت، ارسال و ذخیره‌سازی فایل‌ها در یک سرویس دهنده مرکزی (Central Server) از طریق برنامه‌هایی مانند CuteFTP, FlashFXP, FTP و ...

و بسیاری برنامه‌های کاربردی دیگر که به صورت برنامه‌های تحت وب در اختیار کاربران قرار می‌گیرد و می‌توانند خدمات جدیدی را تولید کرده و در اختیار کاربران خود قرار دهد. این کاری است که برنامه نویسان برنامه‌های اینترنتی انجام می‌دهند و این برنامه‌های کاربردی را در اختیار جامعه قرار می‌دهند. البته در این میان نقش ارائه‌کنندگان خدمات صوت و تصویر اینترنت و اینترنت بسیار ارزنده است. خدمات آنها شامل طیف گسترده‌ای می‌شود که از نصب دستگاه‌های web cam و ... برای ایجاد ارتباط صوتی و تصویری کاربران شبکه‌های اینترنت و اینترنت گرفته تا فراهم آوردن امکان دانلود صوت و تصویر و ... می‌شود که با تفکری خلاق این خدمات روز به روز گسترده‌تر نیز می‌شود.

به طور کلی می‌توان گفت: برای استفاده از هر یک از خدمات گفته شده در شبکه، نیاز به برنامه‌ها و ابزارهای خاص آن کار است، اما این برنامه‌ها و ابزارها به تنهایی و بدون اتصال به شبکه، معمولاً کارایی چندانی نخواهند داشت. در اینجا احتمالاً این سوال به وجود می‌آید که دلیل آن که این نرم‌افزارها کارایی چندانی بدون اتصال به شبکه ندارند، چیست؟

جواب این سوال بسیار ساده است. آیا شما می‌توانید با دیوار صحبت کرده و جوابی از آن دریافت کنید؟ مطمئناً جواب شما به این سوال خیر است. این برنامه‌ها و ابزارها هم نیاز دارند با کسی صحبت کنند که توانایی پاسخگویی به آنها را داشته باشد که در علم مهندسی کامپیوتر به این پاسخ دهنده (سرویس دهنده) Server گفته می‌شود.

بنابراین ابزار افراد برای انجام کارهای محوله، نیازمند صحبت با سرویس دهنده است. این صحبت کردن، رد و بدل داده‌ای بین برنامه‌ها، مانند ما انسان‌ها هر کدام به زبان استاندارد و خاص خود با سرویس دهنده است که به این زبان و استاندارد نیز پروتکل گفته می‌شود. خلاصه این که، این برنامه‌ها با یک پروتکل استاندارد با سرویس دهنده خود به تبادل داده می‌پردازند. به هر منبعی در شبکه که بخواهید دسترسی پیدا کنید، یک آدرس (Url-Uniform Resource Locator) دارد که از یک پروتکل و نام منبع تشکیل شده است. پروتکل مشخص کننده روش انتقال داده بین کاربر

و سرویس دهنده بوده و نام منبع مسیر مربوط به آن منبع را مشخص می‌کند که می‌تواند شامل نام یک دامنه یا IP باشد.

یک Url به صورت protocol://resource Name نمایش داده شده که پروتکل و نام منبع به وسیله //: از هم جدا می‌شوند. لازم به ذکر است که هر پروتکل می‌تواند به وسیله یک یا چند نرم‌افزار، سخت‌افزار یا ترکیبی از آنها پیاده‌سازی شده باشد.

در این راستا و با توجه به توضیحاتی که ارائه شد، بر متولیان کسب و کار خانگی خدمات صوت و تصویر اینترنت و اینترنت لازم است که در ابتدای امر حداقل‌هایی را در خصوص این دو شبکه دانسته و مهارت‌های اولیه در خصوص استفاده از رایانه را داشته باشند. به محض کسب این مهارت‌ها شما قادرید طیف وسیعی از این خدمات را در حوزه صوت و تصویر به متقاضیان خدمت خود ارائه کنید.

ویدئو کلپ‌های اینترنتی نمونه‌ای از خدماتی هستند که شما می‌توانید آن را ارائه کنید. در این صورت شما می‌توانید سایتی را طراحی کنید و در صفحه اصلی آن لیست سی‌دی‌ها و دی‌وی‌دی‌های طرفدار را قرار دهید اما در کنار این امر شما می‌توانید از بازدیدکنندگان سایت خود بخواهید برای دریافت لیست کامل دی‌وی‌دی‌ها و سی‌دی‌های زبان اصلی بازیگران مشهور و... درخواست خود را به ایمیل خاصی بفرستند که در این صورت و از این

طریق شما می‌توانید سایر خدمات خود را نیز در آینده به اطلاع آن دسته از کسانی که به شما ایمیل زده‌اند برسانید. مناسب است به جز شماره تلفن ثابت (به همراه زمان پاسخگویی به عنوان مثال (۹ الی ۲۰))، روی سایت شما یک شماره تلفن همراه نیز درج شود که متقاضیان خدمت شما در صورت نیاز بتوانند در کوتاهترین زمان ممکن به پاسخ سوالات و یا درخواست‌های خود از این رهگذر دسترسی پیدا کنند. البته شما می‌توانید به جای سایت، وبلاگ نیز داشته باشید. اما در هر دو صورت لازم است تبلیغات شما جذاب باشد تا بازدیدکننده از سایت شما قدری تأمل کند و در ادامه به عنوان مشتری، محصول خود را یافته و درآمد قابل قبولی از این کسب و کار به دست آورید.

جذابیت سایت شما بسته به نظر و سلیقه شما دارد، به عنوان مثال شما می‌توانید بیان کنید که: "در این سایت (وبلاگ) قصد داریم لیست جدیدترین فیلم‌های روز دنیا و ایران را قرار دهیم، شما می‌توانید فیلم‌های مورد نظر خود را انتخاب کرده و سفارش دهید و از طریق پست دریافت نمایید (یا این که ۳ ساعت پس از واریز فیش پرداختی، امکان دانلود فیلم مورد نظر خود را دارا هستید)". در این صورت شما می‌توانید قیمت هر سی‌دی یا دی‌وی‌دی را نیز روی سایت (یا وبلاگ) خود اعلام نمایید یا از متقاضیان خدمت خود بخواهید که در صورت تمایل برای اطلاع از قیمت آنها با شما تماس بگیرند.



(شما می‌توانید در برخی از تبلیغات خود از زبان محاوره به جای زبان رسمی نیز استفاده کنید. در این موارد با توجه به جایگاه آن تبلیغ، شما می‌توانید ارتباط صمیمانه‌تری با مشتریان خود ایجاد کنید). از طرف دیگر شما می‌توانید برای افزایش تعداد سفارشات در هر نوبت خرید، به اطلاع متقاضیان خدمات خود برسانید که در صورتی که متقاضی خدمات شما به صورت پستی هستند برای هر بسته ارسالی (۱ الی ۶ دیسک مبلغ تومان) پرداخت نمایند. از این رهگذر شما می‌توانید شرایطی را فراهم کنید که مشتریان شما ترغیب شوند که حجم بالاتری را سفارش دهند که این امر سبب کاهش هزینه‌های ریالی و زمانی متقاضیان این خدمت نیز خواهد شد. شما می‌توانید به مشتریان خود اعلام کنید با خرید هر ۴ حلقه سی‌دی یک سی‌دی رایگان به انتخاب خود دریافت خواهند کرد که انتخاب عدد ۴ یا هر عدد دیگری بستگی به حساب سود و زیان کسب و کار خانگی شما دارد.

از طرف دیگر شما می‌توانید در این عرصه امکان دانلود انواع بازی‌ها را با توجه به گروه سنی و بسیاری پارامترهای دیگر فراهم کنید. در این صورت شخص با پرداخت هزینه‌ای مشخص به شما، امکان دانلود بازی‌های مورد درخواست خود را دارد. شما می‌توانید برای انواع موزیک‌های مجاز نیز چنین کاری را انجام دهید.



ویژگیهای ارائه این خدمت از طریق وب سایت (وبلاگ و مواردی از این دست)

این نوع ارائه خدمت دارای ویژگیهایی است که به صورت موردی به آنها اشاره می‌شود.

با این روش می‌توان در هر لحظه از شبانه روز به مخاطبان 🇮🇷 سرویس‌دهی کرد. یعنی مخاطبان شما می‌توانند خدمات صوت و تصویر

اینترنت و اینترنتی را که مد نظر دارند در هر لحظه از شبانه روز از سایت یا وبلاگ شما درخواست کنند.

✚ متقاضیان خدمات صوت و تصویر اینترنت و اینترنت ساعت‌ها می‌توانند در سایت شما مشغول بررسی باشند.

✚ تبلیغات در سایت (وبلاگ) کم هزینه‌تر خواهد بود.

✚ در این نوع فعالیت علاوه بر تبلیغات، هزینه‌های جانبی دیگری نظیر اجاره محل، و بازاریاب و... وجود نخواهد داشت.

✚ به جز مواردی که عنوان شد این روش عدم صرف هزینه ریالی و زمانی رفت و آمد برای متقاضیان این خدمات را به همراه خواهد داشت.

لازم به ذکر است در گذر زمان نیازهای مخابراتی انسان، زمانی تنها به ارتباطات تلفنی محدود می‌شد اما نیاز به انتقال دیتا و تصویر عاملی شد تا شبکه مخابراتی از انحصار انتقال صوت خارج شده و به سمت انتقال اطلاعات با اشکال دیگر حرکت کند. این عامل که زمینه ظهور شبکه‌ای دیگر را فراهم آورد باعث شد تا اولین اقدامات برای راه‌اندازی شبکه ملی دیتا و تحت حاکمیت دولت و مدیریت شرکت ارتباطات زیر ساخت انجام گیرد.

لزوم ارائه سرویس‌های مختلف در شبکه دیتا، بحث توسعه شبکه ملی دیتا را فراهم آورد توسعه‌ای که به واسطه آن بتوان ظرفیت و کیفیت

سرویس‌ها را افزایش داد که در این راستا و برای توسعه ظرفیت شبکه دیتا پروژه IP/MPLS پیاده‌سازی شد.

اهدافی که شبکه ملی IP دنبال می‌کند عبارتند از:

ایجاد بستری مناسب و مقیاس‌پذیر برای توسعه ارتباطات دیتای بین‌المللی کشور و تامین متمرکز پهنای باند اینترنت کشور و توزیع بهینه آن، همچنین افزایش اطمینان‌پذیری و قابلیت دسترسی ارتباطات دیتای بین‌الملل کشور از جمله مهمترین اهداف پروژه شبکه ملی IP اعلام شده است.

در همین راستا استفاده بهینه از ظرفیت پیوندهای بین‌الملل با توزیع بهینه ترافیک اینترنت کشور بر روی آنها و اعمال مدیریت و کنترل بهینه بر ترافیک دیتای بین‌الملل، ایجاد بسترهای لازم برای فعالیت اپراتورهای متعدد دیتا و امکان رقابت عادلانه آنها از دیگر اهداف راه‌اندازی این پروژه ملی اعلام شده است.

با راه‌اندازی شبکه ملی دیتا امکان ارتباط بین اپراتورهای مختلف دیتای کشور فراهم و بستر لازم برای تبدیل شدن ایران به عنوان هاب منطقه و ترانزیت ترافیک بین‌الملل فراهم می‌شود. در این راستا توزیع بهینه باند اینترنت در سراسر کشور و امکان ارائه ارتباطات پرظرفیت به شرکت‌های ISP، PAP و ICP و امکان ارائه ارتباطات پرسرعت و مطمئن به سازمان‌ها، نهادها، مراکز آموزشی و شرکت‌ها در قالب این شبکه دیده شده است.

بنابراین شما به عنوان متولی کسب و کار ارائه کننده خدمات صوت و تصویر اینترنت و اینترنت مناسب است با توجه به زیرساخت‌ها، توسعه خدماتی را که ارائه می‌کنید را در دستور کار خود قرار دهید.



راهنماییها

✚ کسب و کار خانگی شما در راستای ایجاد فضایی سالم جهت استفاده بهینه و مفید از تکنولوژی روز (شبکه جهانی) طی یک هدفگذاری بلند مدت، در کنار هدفگذاری‌های کوتاه مدت می‌تواند اقدام به ارائه پایگاه‌های اینترنتی از طریق اینترنت رایگان نماید. شبکه اینترنت رایگان شما که می‌تواند به سفارش یک وزارتخانه، اداره، یا شرکت و... نیز باشد، طی این هدفگذاری حتی می‌تواند به «شبکه ملی» نیز تبدیل

شود، حتی به مرور در تمام مراکز استان‌های کشور، فعال شود که گستردگی آن تمام پایگاه‌های مورد درخواست را در بر خواهد گرفت.

✦ شما می‌توانید همه استان‌های کشور را به سیستم اینترنت سراسری که ایجاد می‌نماید متصل کنید.

همچنین شما در راستای رسالت شعلی خود که ارائه خدمات صوت و تصویر اینترنت و اینترنت است می‌توانید هر روز بیش از پیش پایگاه‌های اینترنتی، از طریق این اینترنت، به صورت رایگان عرضه کنید.

✦ در دنیایی که زندگی می‌کنیم هدف بسیاری از کسب و کارهای خانگی رسیدن به سودی قابل قبول است که افراد بتوانند از طریق کسب و کار خانگی خود امرار معاش کنند. در این راستا متولیان کسب و کار خانگی ارائه‌کننده خدمات صوت و تصویر اینترنت و اینترنت می‌بایست به صورت پیگیر در پی یافتن راه‌حلهایی باشند که از طریق آن راه‌حل‌ها بتوانند به بهترین شکل ممکن در این عرصه به صورت ماندگار به فعالیت ادامه دهند.

برای پایا ماندن در این کسب و کار چند راهبرد برای شما ارائه می‌شود:

✦ امروزه یکی از بهترین روش‌ها برای شما به عنوان متولی کسب و کار خانگی خدمات صوت و تصویر اینترنت و اینترنت، پیدا کردن زمان برای خواندن و آموختن تفکر استراتژیک است. آن چه که شما احتیاج دارید

مجموعه‌ای از ابزارهای ساده که می‌توانید فوراً از آنها استفاده نمایید و سوددهی کسب و کار خود را افزایش دهید.

این ابزار ساده اصول زیر هستند که شما باید آنها را یاد بگیرید و به آن عمل کنید. زیرا اکثر کسب و کارهای خانگی نقشه استراتژیک ندارند یا اگر هم نقشه‌ای داشته باشند ناکارآمد و منسوخ و از لحاظ اقتصادی غیر قابل قبول است. اما شما برای ماندگاری و پایداری خدمات خود نیاز دارید کسب و کار خود را تحلیل استراتژیک کنید و تصمیم‌هایی بگیرید که خدمات ارائه شده شما را بهبود بخشد. شما ممکن است به این نتیجه برسید که کسب و کار خانگی خود را کاملاً متحول کنید و در این عرصه بهترین باشید. در این راستا موارد زیر را که همان ابزارها و اصول ساده هستند در نظر داشته باشید:

✓ از همان جایی که هستید شروع کنید:

بر شما به عنوان متولی این کسب و کار لازم است هر آنچه که می‌توانید انجام دهید، با هر آنچه در دست دارید و درست از همان جایی که هستید ارائه خدمات خود در این حوزه را آغاز کنید.

در واقع نقطه آغاز برنامه ریزی شما در این حوزه، همان شفاف ساختن وضعیت فعلی شماست. به وضعیت کلی کسب و کار خود بنگرید و از خود بپرسید از اینکه کسب و کار خدماتی شما رونق دارد و یا اینکه در

شرایط مناسبی نیست، سطح فعلی درآمدی که از فروش خدمات خود به دست می‌آورید چقدر است؟ البته اگر هنوز در ابتدای راه هستید از خود بپرسید چه درآمدی را از این کسب و کار انتظار دارید.

فروش فعلی را با فرضیات، انتظارات و تصورات خود مقایسه کنید و به این سوال پاسخ دهید که آیا در مسیر درست حرکت می‌کنید یا نه؟ ایمان داشته باشید شفافیت، کلید موفقیت شماست: بنابراین می‌بایست به هر کدام از پرسش‌هایی که مطرح می‌کنید، پاسخی کاملاً شفاف بدهید. ابهام یا دو پهلو گفتن در هر قسمتی می‌تواند منجر به بروز مشکلات، دشواری‌ها و حتی فاجعه شود.

اگر در حوزه کاری خود تجربه قبلی دارید مناسب است این سوالات را نیز از خود پرسیده و در زمان مناسب به آنها صادقانه پاسخ دهید. این سوالات شامل: چرا کسب و کار خدمات شما در گذشته موفقیت‌آمیز بوده است؟ مهمترین مهارت‌ها و ویژگیهای بارزی که کسب و کار خانگی شما دارد کدام است؟

با این دیدگاه که مشتری پادشاه است از خود بپرسید امروزه بهترین مشتری‌های شما چه کسانی هستند؟ بهترین بازارهای شما چیست و در کجا قرار دارد؟ دلیل شماره یک رضایت مشتری شما چه مواردی است؟

در کنار موارد بالا لازم است: توانایی شخصی خودتان را شناسایی کنید: صادقانه به خود بنگرید. بهترین مهارت‌ها، خصوصیات و توانایی‌های خودتان را لیست کرده و ارزیابی کنید؟ و به این سوال پاسخ دهید که: ارزشمندترین کمکی که از لحاظ شخصی به اقتصاد کارتان می‌کنید چیست؟ در این راستا فرضیات خود را بررسی کنید: فرضیات غلط ریشه هر شکستی است. هر کاری که در تجارت انجام می‌دهید براساس برخی از فرضیات انجام می‌گیرد. برخی ممکن است اشتباه باشند و یا پاسخ‌ها ممکن است تغییر کرده باشند و آن چه در گذشته صحیح بوده ممکن است امروز درست نباشد. البته اگر پی بردید که براساس یک فرضیه غلط کار می‌کنید چه تغییراتی باید انجام بدهید؟ به ویژه در رابطه با افراد کلیدی، مشتری‌های کلیدی، خدمات کلیدی و تصورات کلیدی.

برای یک برنامه‌ریزی صحیح در حوزه کسب و کار خانگی ارائه کننده خدمات صوت و تصویر اینترنت و اینترنت لازم است که با یک ارزیابی صادقانه و واقعی از آنجایی که هستید و آنچه امروز هستید شروع کنید. به خدماتی که می‌توانید هم اکنون در حوزه صوت و تصویر اینترنت و اینترنت توجه کرده و از همین نقطه شروع کنید.

✓ زیر گذشته خط بکشید:

درون انسان‌ها نیروهای نهفته‌ای وجود دارد بنابراین اگر نسبت به ارائه خدمات در حوزه صوت و تصویر اینترنت و اینترنت احساس خوبی دارید نیروهای خفته شما در این راستا دیر یا زود بیدار خواهند شد و به فعل درخواهند آمد و موجب تحول عظیمی در زندگی شما خواهند شد. ممکن است در گذشته اقدامی انجام می‌پذیرفته که در نهایت به نفع کسب و کار شما نبوده است. شما می‌بایست شهامت شناسایی و تغییر رویه خود را در مورد آن اقدامات داشته باشید. در این راستا پرسیدن سوالات زیر می‌تواند کمک مناسبی برای شما باشد. این سوالات عبارتند از:

- آیا در کسب و کار خدماتی خانگی شما شخصی وجود دارد که با آن که می‌دانستید او را نباید به کار به گمارید ولی امروز کار را با او شروع کرده‌اید؟
- آیا محصول یا خدماتی وجود دارد که امروز دوباره آن را به بازار عرضه کرده‌اید با آن که می‌دانستید نباید این کار را بکنید؟
- آیا فعالیت یا فرآیند تجاری در حوزه کاری شما وجود دارد که از آن استفاده می‌کنید با آن که می‌دانید امروز نباید آن را به کار ببرید؟
- آیا مشتری یا بازاری وجود دارد که دوباره با آن در ارتباط هستید، با آن که می‌دانید نباید از آن استفاده کنید مگر آن که مجبور باشید؟

• وضعیت کسب و کار خود را تجزیه و تحلیل اساسی کنید.

به خاطر داشته باشید پرسیدن سوال‌های درست، پاسخ‌های درست می‌طلبد. نمونه‌ای از این سوالات عبارتند از:

(۱) هدف‌های شما از ارائه خدمات صوت و تصویر اینترنت و اینترنت چیست؟ چقدر برای انجام کار و رسیدن به اهداف مربوطه تلاش می‌کنید؟

(۲) مشتری ایده‌آل شما کیست؟ این مشتری را تعریف کنید.

(۳) چرا مشتری از شما خرید می‌کند؟ شما چه مزایای ویژه‌ای دارید که سایر رقبا ندارند؟

(۴) وضعیت تجاری شما واقعاً چگونه است؟ وضعیت تجاری خود را برحسب آنچه که برای مشتری انجام می‌دهید و نتایجی که به دست می‌آورید شرح دهید.

(۵) ۲۰ درصد فعالیت‌های شما باعث ایجاد ۸۰ درصد نتایج می‌شود، آن ۲۰ درصد در حوزه فعالیت شما کدام است؟

(۶) بازار رقابتی چه مزیت‌هایی دارد؟ قسمت عالی رقابت شما چیست؟ با چه روش‌هایی می‌توانید نسبت به ۹۰ درصد رقبا برتر باشید؟

۷) چه اقدامات خاص و قابل سنجشی باید اتخاذ کنید تا پاسخگوی پرسش‌های فوق باشید؟



فرآیند ارائه خدمت

ابتدا مشتری خدمت مورد نظر خود را از سایت یا کاتالوگ و یا ... انتخاب می‌کند. بهتر است از مشتریان خود بخواهید پس از انتخاب خدمات صوت و تصویر مورد نظر، درخواست سفارش خود را ثبت کنند. در این مرحله در صورت نیاز، فایل سفارش، ضمیمه درخواست خواهد شد. پس از بررسی و تنظیم قرارداد به صورت اینترنتی یا حضوری و یا مکاتبه‌ای از طریق پست، انجام سفارش که در ادامه، مراحل آن به تفصیل بیان خواهد شد صورت می‌گیرد و در نهایت پس از تأیید مشتری، پرداخت کامل به صورت الکترونیکی یا هنگام تحویل از طریق پست یا حضوری انجام می‌شود.

۱- انتخاب خدمات

ابتدا مشتری به سایت مراجعه کرده و پس از بررسی محصولات موجود روی سایت که در کاتالوگ‌های الکترونیکی قابل نمایش هستند، خدمت موردنظر خود را انتخاب می‌کند. برای جذب مشتریان در این مرحله باید کلیه خدمات خود را با اطلاعات کلی روی صفحه اصلی و جزئیات کامل روی صفحه مخصوص هر خدمت قرار دهید تا علاوه بر این که مشتریان را در نگاه اول با سردرگمی روبه‌رو نکند، همه اطلاعات لازم را نیز در اختیار آنان قرار دهد. بدین صورت مشتری با مشاهده تصویر واضحی از محصولات و خدمات شما این امکان را پیدا می‌کند که بر روی کلید واژه‌ای نظیر "اطلاعات بیشتر" کلیک کند و تصاویر مختلف و با کیفیت‌تر از زوایای دیگر، قیمت خدمات، شرح کامل و... را مشاهده نماید.

۲- انجام سفارش

پس از اینکه مشتری خدمات مدنظر خود را انتخاب کرد، می‌بایست آنها را به سبد خرید خود اضافه نماید. در این میان، برخی از خدمات، نیازمند ارسال فایل سفارش هستند و یا ممکن است مشتریان، مایل باشند خدماتی غیر از آنچه شما روی سایت خود گذاشته‌اید را از شما بخواهند. برای این منظور به بخش ارسال فایل، راهنمایی خواهند شد. در غیر این صورت سفارش، ثبت شده و قابل پیگیری خواهد بود.

در این مرحله به جای تهیه پیش فاکتور بهتر است سعی شود از نرم‌افزارهای استاندارد سفارش و خرید آنلاین استفاده و یا از قوانین پیاده‌سازی آنها پیروی کنید تا این امکان فراهم شود که مشتریان به راحتی قادر به حذف یا اضافه کردن خدمات انتخابی مورد درخواست خود باشند. این امر همچنین اعتماد و دقت مشتریان را افزایش می‌دهد.

همچنین می‌توان برای بهبود این بخش به متقاضیان خدمات خود، خدمات مشاوره‌ای نیز در این حوزه ارائه کنید تا محصول مورد نظر خود را بهتر انتخاب نمایند. قرار دادن تالار گفتمان نیز یکی از راه‌حلهایی است که مشتریان می‌توانند از نظرات سایر مشتریان استفاده کرده و یا به صورت روی خط (آن‌لاین) از آنها مشاوره بگیرند.

در نهایت یک کد رهگیری به مشتری ارائه کنید تا قادر به پیگیری سفارش خود باشند. البته وجود تلفن ثابت و تلفن همراه بر اطمینان خاطر متقاضیان خدمات شما خواهد افزود.

۳- ارسال فایل سفارش

در این بخش باید کلیه نکات مورد توجه متقاضیان این نوع خدمات، از جمله زمانی که شما به درخواست آنها پاسخ خواهید داد و... در نظر گرفته شود.

پیگیری سفارش

این بخش که با کمک اداره پست جمهوری اسلامی ایران صورت می‌گیرد در جذب و افزایش اعتماد مشتریان، تأثیر بسزایی دارد. چرا که در هر لحظه می‌توانند با زدن کد رهگیری خود وضعیت سفارش خود را تا زمانی که آن را تحویل بگیرند، پیگیری نمایند. شما در این مرحله قادرید توسط اداره پست، یک کلمه عبور و یک رمز عبور را به مشتریان خود برسانید که توسط آن بتوانند از خدمات صوت و تصویر اینترنت و اینترنت شما بهره‌مند شوند. یا اینکه امکانی را فراهم کنید که بعد از زمان کوتاهی از پرداخت توسط مشتری؛ او بتواند درخواست خود را از روی سایت شما دانلود کند.

۴- پرداخت

برای پرداخت، هم گزینه پرداخت اینترنتی و هم گزینه پرداخت در زمان تحویل سفارش را می‌توانید در نظر بگیرید تا افرادی که هنوز به پرداخت اینترنتی اعتماد کافی ندارند نیز از خدمات شما بهره‌گیرند و از طرفی شما هم آنها را از دست ندهید. در حالت دوم شما می‌توانید برگه در بسته‌ای را که شامل کلمه عبور و رمز عبور است را توسط پست به مشتری خود تحویل داده و به او اطمینان دهید ضمن استفاده از خدمات شما قادر است از طریق تلفن ثابت و یا تلفن همراه پیگیر سفارش خود باشد و از خدمات پس از

فروش شما نیز بی‌نصیب نباشد. زیرا همین خدمات پس از فروش است که پایداری کسب و کار شما را تضمین می‌کند.

پیاده‌سازی سایت برای ارائه خدمات صوت و تصویر اینترنت و اینترنت نرم‌افزارهای فراوانی، جهت پیاده‌سازی و راه‌اندازی کسب و کارهای الکترونیکی که ارائه خدمات صوت و تصویر اینترنت و اینترنت هم نمونه‌ای از آنها به شمار می‌رود وجود دارد. اما یکی از بهترین و ساده‌ترین آنها که با زبان فارسی هم سازگاری فراوانی دارد جوملا نام دارد.



جوملا، یک سیستم مدیریت محتوا فوق‌العاده تحت وب است که در ساختن وب سایت و دیگر برنامه‌های تحت اینترنت به شما کمک می‌کند. مهمتر اینکه جوملا یک برنامه متن باز می‌باشد که به طور رایگان در اختیار همه قرار دارد. جوملا برای قدرت بخشی به کلیه برنامه‌ها، از یک صفحه

شخصی ساده تا برنامه‌های تحت وب عظیم و پیچیده استفاده می‌کند. چند

مورد از موارد استفاده جوملا به شرح زیر است:

- پرتال‌ها و یا وب سایت‌های کسب و کار
- تجارت روی خط (آن لاین) و وب سایت‌های تجاری
- کاربردهای دولتی
- اینترنت و اینترنت‌های شغلی
- سایت‌های مذهبی و مرتبط با آموزش
- صفحات شخصی و خانوادگی
- پورتال‌های مبتنی بر گروه‌ها و اصناف
- مجلات و روزنامه‌ها

جوملا می‌تواند به سادگی در کنترل تمامی قسمت‌های وب سایت شما،

از اضافه کردن محتوا و تصویر تا به‌روزرسانی کاتالوگ خدمات و یا

رزرواسیون روی خطی (آن لاین) استفاده شود. قابلیت‌هایی که جوملا برای

سایت شما فراهم می‌کند از قرار زیر است:

* ابرازهای سبد خرید و تجارت الکترونیکی

* نرم افزار تالارهای گفتگو و تبادل نظر

* تقویم

* خدمات کتابچه راهنما

* خبرنامه‌ها و نامه‌های الکترونیکی

* ابزارهای گزارش‌دهی و جمع‌آوری داده‌ها

* سیستم‌های تبلیغات توسط بنر

* و...

به عنوان مثال برای پیاده‌سازی بخش سبد خرید و پرداخت الکترونیکی که قبلاً هم اشاره شد بهتر است برنامه‌های استاندارد شده مانند VirtueMart استفاده کرد که می‌توان آن را با توجه به کسب و کار خود شخصی‌سازی نمود. VirtueMart بهترین مؤلفی است که با موضوع تجارت الکترونیک برای جوملا نوشته شده است و ماژول‌های بسیار زیادی برای آن نوشته شده است. این مؤلفه مانند بسیاری از مؤلفه‌های دیگر جوملا به صورت رایگان و متن‌باز عرضه شده است و قابلیت‌های کلیدی آن عبارتند از:

✓ پشتیبانی از مدل‌های مختلف مالیات‌بندی

✓ مشاهده خریدهای گذشته برای هر خریدار

✓ ارسال ایمیل‌های تأیید برای مشتری و فروشنده؛ این ایمیل‌ها قابل

شخصی‌سازی هستند.

✓ امکان استفاده از روش‌های متعدد پرداخت

✓ کاتالوگ‌های قابل شخصی‌سازی

✓ چند زبانه

✓ قابلیت استفاده از چند نوع پول

✓ و...

شما همچنین می‌توانید در کنار ارائه خدمات صوت و تصویر مورد نظر خود از بازدیدکنندگان سایت خود بخواهید تا خدماتی را که در سایت شما به دنبال آن گشته‌اند و آن را نیافته‌اند را از طریق ایمیل، تلفن و... به اطلاع شما رسانند و شما در اولین فرصت ممکن از آنها قدردانی کرده و در مورد خواست آنان فکر کنید که آیا ارائه آن خدمت در آینده به نفع شما خواهد بود یا نه. افرادی که خواسته خود را به اطلاع شما می‌رسانند، غنیمت هستند زیرا این فرصت را برای شما گذاشته‌اند تا به شما و کسب و کار شما کمک کنند، بنابراین با روابط شایسته می‌توانید باز هم روی کمک آنان در آینده حساب کرده و آنان را به مشتریان خاص خود تبدیل نمایید. البته شما پس از دریافت درخواست مشتری خود می‌توانید آن را فراهم آورید و به مشتری خود بگویید مثلاً ظرف مدت ۴۸ ساعت دیگر او می‌تواند خدمت مورد درخواست خود را از خود شما بخواهد.

از طرف دیگر شما می‌توانید روی سایت خود اطلاعات جذابی را قرار دهید که از این رهگذر بتوانید بازدیدکنندگان بیشتری داشته و شانس خود را در یافتن مشتری افزایش دهید. در این راستا شما می‌توانید جشنواره‌هایی را نیز در حوزه کاری خود برگزار کنید. شما می‌توانید بخشی از خدمات صوتی و تصویری خود را اعم از بازی و سرگرمی و یا دانلود برخی فیلم‌ها و... به صورت رایگان ارائه کرده و بعد از ایجاد عطش در مخاطب برای استفاده از ادامه این خدمات، هزینه آن را دریافت کنید.

شما می‌توانید امکانات خود را روی صفحه اول سایت (وبلاگ) قرار داده تا جذابیت بیشتری را نیز ایجاد کرده باشید، نمونه‌ای از این امکانات عبارتند از:

✚ فروشگاه (برای مراجعه سریع مشتری که ضمن معرفی و توضیحات خدمت، قیمت به روز شده آن قابل مشاهده بوده و قابل سفارش نیز می‌باشد)،

✚ ارائه خدمات ویدئو کنفرانس، ویدئو کنفرانس راه‌حلی است جامع برای برقراری ارتباط مستقیم صوتی و تصویری بین دو یا چند نفر. این سیستم امکان برگزاری جلسات و ملاقات‌های حضوری را بدون نیاز به ترک محل کار در کوتاه‌ترین زمان ممکن فراهم می‌نماید و ضمن کاهش چشمگیر هزینه‌های مربوط به سفر، جابجایی و استقرار نیروهای

متخصص و کارشناسان، مانع از اتلاف وقت و انرژی آنها برای حضور در جلسات می‌گردد.

استفاده از این فناوری در مناطق وسیع و با گستردگی جغرافیایی بالا (همچون ایران) باعث ایجاد پل ارتباطی سریع و ایمن در حوزه‌های مختلف تجاری و تخصصی می‌گردد و نقش بسزایی در افزایش بهره‌وری ایفا می‌نماید.

✚ برخی مزایای ویدئو کنفرانس

- کاهش فاصله‌ها از طریق ایجاد ارتباط صوتی و تصویری بدون محدودیت از لحاظ زمان و مکان
- افزایش میزان در دسترس بودن مدیران، کارشناسان و افراد متخصص
- حذف هزینه‌های سفر و متعاقباً حفظ منابع مالی و کاهش هزینه‌ها
- امکان تبادل اطلاعات با متخصصین دور از دسترس و حتی خارج از کشور

✚ برخی کاربردهای ویدئو کنفرانس

- برقراری ارتباط بین سالن‌های کنفرانس واقع در محل‌های مختلف
- ایجاد ارتباط صوتی و تصویری با کیفیت و امنیت بالا

- ایجاد همکاری متقابل با شرکاء تجاری و مشتریان
- تشکیل کلاس‌های آموزش از راه دور و استفاده از امکانات آموزشی موجود در نقاط مختلف دنیا
- برگزاری سمینارهای عمومی با حضور سخنرانان خارجی
- هدایت عمل‌های جراحی پزشکی از راه دور
- برقراری ارتباط قضات مستقر در دادگاه‌ها با مجرمان در زندان
- برگزاری جلسات محرمانه بین اشخاص مهم
- امکان به اشتراک گذاشتن برنامه‌های کامپیوتری
- امکان نمایش عکس، اسلاید، فیلم و...
- دسترسی به کلپ‌ها (شامل کلپ اینترنتی خلاقیت، کارآفرینی، شطرنج، مدیریت و...)

❖ نیازمندی‌ها (شامل نیازهای روز جامعه)،

❖ پرسش و پاسخ (شامل پرسش‌ها و پاسخ‌های متداول و...)

❖ بانک رزومه‌ها (شامل رزومه اشخاص و قسمت فرصت‌های شغلی و...)

زیرا امروزه بازار کار برای جلب نظر کارفرمایان، نیاز به رزومه‌هایی موثر و گویای فعالیت‌های کارجو دارد. بدین منظور سایت شما می‌تواند سیستم بانک رزومه را به همراه جستجوی بسیار قوی راه‌اندازی کرده تا بتواند با توجه به تخصص‌های اعضای محترم سایت، کارفرمایان را نیز

به سمت جذب این متخصصین هدایت کند البته در بخشی از سایت
طریقه رزومه‌نویسی نیز می‌تواند به صورت صوتی یا تصویری آموزش
داده شود)،

✚ تجارت الکترونیک (این بخش با توجه به توسعه روز افزون اینترنت و
اینترنت در جهان و از جمله کشورمان، می‌تواند با هدف گسترش و
بهبود فضای کسب و کار در اینترنت و اینترنت از طریق مدل کسب و
کار مبتنی بر محتوا و مدل‌های مبتنی بر ارائه خدمات متنوع اینترنت و
اینترنتی ایجاد شود).

✚ انواع بازی‌ها (با توجه به گروه‌های سنی مختلف)،
✚ انواع فیلم‌ها (با توجه به دسته‌بندی آن مثلاً گروه فیلم‌های خانوادگی،
پلیسی، کارتون و...)،

✚ انواع موسیقی (سنتی، پاپ و...)،
✚ ارتباط با پلیس سایت (این بخش بنا به صلاح دید شما می‌تواند شامل
دریافت و رسیدگی به شکایات و گزارشات، رفتارهای خلاف شئون
اسلامی و اجتماعی، توهین به مذاهب و فرهنگ‌های مختلف،
فعالیت‌های سیاسی، فعالیت‌های غیر قانونی و... باشد. در این راستا
سایتی که شما در آن امکان دانلود (پایین بارگذاری) و آپلود (بالا
بارگذاری) را برای متقاضیان خدمت خود فراهم می‌کنید می‌تواند امکان

نظارت کلی نیز داشته باشد که در این صورت مواردی را می‌توانید لحاظ کنید، نمونه‌ای از این موارد عبارتند از: کنترل کلیه عکس‌های پروفایل، آلبوم تصاویر پروفایل، کنترل کلیه عکس‌های کلوب‌ها، کنترل درخواست‌های کلوب‌ها و جلوگیری از ایجاد کلوب‌های مغایر با شئون اخلاقی و مذهبی و سیاسی کشور ایران، و نیز رعایت موارد ذکر شده در قوانین سایت. البته اگر شما بخواهید این امر را اجرا کنید لازم است جرایم و تنبیهاتی را نیز روی سایت خود اعلام نمایید، نمونه‌ای از این جرایم می‌تواند به شکل زیر باشد:

✚ تعلیق کاربران: براساس مدتی که تشخیص داده می‌شود فرد نمی‌تواند وارد سایت شود،

✚ حذف کاربران: اطلاعات پروفایل / بحث‌های کلوب‌ها / نامه‌ها / لیست دوستان و... به طور کامل از سایت حذف شود.

✚ مسدود نمودن: مانند حذف کاربران می‌باشد با این تفاوت که فرد با آدرس ایمیلی که قبلاً عضو بوده مجدداً نمی‌تواند عضو شود و... البته در این راستا هشدارهایی نیز می‌تواند روی سایت وجود داشته باشد نمونه‌ای از این هشدارها عبارتند از: کاربران گرامی اطلاعاتی را که فکر می‌کنید حساس هستند در سایت کلوب قرار ندهید. زیرا پلیس کلوب مسئولیت سوء استفاده از این اطلاعات را نمی‌پذیرد، در اعتماد و

اطمینان به دیگران بیشتر دقت کنید تا خسارت‌های مادی و معنوی به شما کاربر گرامی وارد نشود).

✚ تبلیغات (شما می‌توانید روی سایت خود تبلیغ کرده و تبلیغات مشتریان خدمات خود را با درصدی تخفیف روی سایت خود بگذارید).

✚ مقالات، تصاویر جالب، مطالب جالب، مطالب خواندنی، اخبار جشنواره‌ها و نمایشگاه‌ها، اطلاعات پرواز، ارسال خبرنامه به تعداد محدود (مخصوص اعضا)، فال، مسابقات ورزشی (شامل مسابقات گوناگون چون پیش‌بینی مسابقات فوتبال لیگ ایران و اروپا، توضیحات کوتاهی در مورد فهرست جام‌ها و تیم‌های شرکت کننده در این رقابت‌ها، و یا برگزاری مسابقات شطرنج و... (مخصوص اعضا)، طنز، شعر، تصویر، مسابقه و جوایز متعدد (مخصوص اعضا)، مشاعره و...

امکانات و تجهیزات مورد نیاز

حداقل فضای لازم برای راه‌اندازی این کسب و کار خانگی یک اتاق ۶ متری می‌باشد. برای راه‌اندازی این کسب و کار به حداقل امکانات و تجهیزات زیر نیاز دارید.

ردیف	تجهیزات	مبلغ (ریال)
۱	کامپیوتر حرفه‌ای مناسب	۷۰۰۰۰۰
۲	سی‌دی‌ها و نرم‌افزارهای مورد نیاز	۷۰۰۰۰
۳	پرینتر رنگی	۱۵۰۰۰۰
۴	فکس	۱۵۰۰۰۰
۵	خط تلفن	۵۰۰۰۰
۶	اینترنت پرسرعت (هزینه یکسال)	۴۰۰۰۰۰
۷	میز تحریر و صندلی	۱۰۰۰۰۰
	مجموع	۱۶۲۰۰۰۰

نیروی انسانی مورد نیاز

کسب و کار ارائه خدمات صوت و تصویر اینترنت و اینترنت نیاز به یک نفر به عنوان مدیر دارد که تمامی کارهای مورد نیاز در پیشبرد این فعالیت را اداره کند.

شبکه همکاران

شبکه همکاران همه افراد یا مشاغلی هستند که بطور مستقل در حال فعالیت هستند و برای راه اندازی یا اداره کسب و کار خود با آنها همکاری می کنید. این افراد یا مشاغل، بر اساس توافق فی مابین، فعالیتی را در ارتباط با خدمات شما انجام می دهند و دستمزدی را دریافت می کنند. مزیت چنین رویکردی در راه اندازی و اداره یک کسب و کار این است که شما فقط زمانی دستمزدی را پرداخت می کنید که فعالیتی انجام شده باشد، بنابراین در هنگام شروع کسب و کار که حجم فعالیت های شما کم است و یا نامعلوم است، کمترین هزینه را برای کار آفرین دارد. مزیت دیگر این نحوه همکاری آن است که شما به محل خاصی برای انجام فعالیت نیاز ندارید و چون تنها فرد تمام وقت این کسب و کار خود شما هستید می توانید 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 می توانید نسبت به استخدام افراد دیگری هم اقدام کنید.



سرمایه مورد نیاز

می توان سرمایه گذاری مورد نیاز برای شروع چنین فعالیتی را به صورت

زیر بیان کرد.

ریال	شرح سرمایه	نوع سرمایه
۱۶۲۰۰۰۰۰	هزینه تجهیزات	سرمایه ثابت
۲۰۰۰۰۰۰	راه اندازی سایت (میزبان و دامنه)	
۲۰۰۰۰۰۰	طراحی سایت	
۶۰۰۰۰۰۰	هزینه تبلیغات	سرمایه در گردش (شش ماه)
۳۰۰۰۰۰۰	هزینه نیروی انسانی	
۴۰۰۰۰۰۰	هزینه اداری (مکالمات تلفنی، کاغذ و قلم و...)	
۷۰۰۰۰۰۰	هزینه های پیش بینی نشده	
۸۵,۲۰۰,۰۰۰	مجموع	

برآورد سرمایه مورد نیاز برای راه اندازی این کسب و کار خانگی مربوط

به سال ۱۳۸۹ می باشد. 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 مجموع 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
*			مدیریت بازاریابی	
	*		توانایی ارتباط موثر	
*			شناخت و توان ارائه خدمات حوزه صوت و تصویر اینترنت و اینترنت	مهارت‌های ویژه
			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

بازار خوبی برای این کسب و کار وجود دارد به خصوص اینکه با تبلیغات گسترده کم‌کم نظر مردم در مورد استفاده از کپی‌های غیر قانونی تغییر کرده و بسیاری ترجیح می‌دهند که از کسب و کارهای متولی این امر و به صورت قانونی خدماتی را که نیاز دارند بخواهند و هزینه آن را نیز پرداخت کنند.

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 و کالا یا خدمت مورد تقاضا و قابل عرضه را شناسایی کنیم تا در نهایت بتوانیم در آن حرفه موفق باشیم.

برای شناخت بازار باید بدانید که:

✚ چه کسانی متقاضی خدمات صوت و تصویر اینترنت و اینترنت هستند؟

✚ این افراد چه ویژگی‌های دارند؟

✚ چه تعداد هستند؟

✚ چه شباهت‌ها و تفاوت‌هایی باهم دارند؟

✚ چه طبقه‌بندی‌هایی بین مشتریان احتمالی وجود دارد؟

✚ چه نوع خدماتی 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؟

✚ چه خدماتی بیشتر مستعد حضور در چنین بازاری است؟

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 ارائه کنید که مطابق خواسته متقاضیان باشد و منجر به ایجاد درآمد 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 از افراد به دلیل ترافیک و ساعات کاری زیاد به دنبال دریافت خدمات صوت و تصویر اینترنت و اینترنتی هستند که آن را ترجیحاً بدون حضور در مکانی که این خدمات ارائه می‌شود و حتی المقدور به سرعت دریافت کنند که اگر اعتمادسازی در این حوزه ایجاد شود، درخواست آنها در حوزه خرید اینترنتی این خدمات نیز رو به افزایش می‌گذارد.
۲. با تبلیغات مناسب در نمایشگاه‌ها و...، مشتریان بالقوه و همین‌طور مشتریان بالفعل شما، بیشتر با نوآوری‌های خدمات این حوزه آشنا شده و امکان فروش اینترنتی در این حوزه نیز روز به روز افزایش می‌یابد.
۳. آن‌چه بشر به دنبال آن است از طریق صوت و تصویر بیشتر و بهتر پاسخ داده می‌شود به همین دلیل برای خدمات در این عرصه محدودیتی وجود ندارد.

۴. فضای اینترنتی زمینه بسیار مستعدی را برای گسترش ارائه خدمات صوتی و تصویری اینترنت و اینترنت فراهم نموده است که می‌توانید از آن برای معرفی توانمدهای خود استفاده کنید.

شیوه بازاریابی و معرفی خدمات

برای موفقیت در فروش لازم است یک برنامه بازاریابی طراحی کنید. برنامه بازاریابی ابزاری است که شما را به مشتریان می‌رساند و امکان فروش را برای شما فراهم می‌کند. در واقع برنامه بازاریابی مشخص می‌کند که باید:

۱- چه خدماتی را ارائه کنید (Product)

۲- به چه قیمتی آن را عرضه کرده و مبلغ آن را به چه نحوی دریافت کنید

(Price)

۳- از چه فنونی برای افزایش فروش استفاده کنید (Promotion)

۴- چگونه خدمات خود را در دسترس مشتری قرار دهید (Place)



به طور کلی فرآیند تدوین برنامه بازاریابی شامل مراحل زیر است:

۱- شناخت بازار (بازارشناسی)

جهت اطلاع از نحوه شناخت بازار می‌توانید به بخش بررسی وضعیت بازار مراجعه کنید.

۲- تقسیم‌بندی بازار و انتخاب بازار هدف

در طی بازارشناسی در می‌یابیم که مخاطبان مختلفی در بازار وجود دارند که اگر چه نیاز آنها مشابه است اما خواسته‌هایشان متفاوت است:

- برخی به دنبال خدمات ارزانتر هستند.
- برخی خدمات اختصاصی می‌خواهند.
- برخی به دنبال خدمات متمایز هستند.
- برخی قبلاً این نوع خدمات را از شرکت‌های دیگر دریافت کرده‌اند.
- برخی تا به حال از چنین خدماتی استفاده نکرده‌اند.

این گروه‌ها بخش‌های مختلف بازار را تشکیل می‌دهند که خواسته‌های مشابه ولی متفاوتی دارند. در نتیجه شما نمی‌توانید با همه آنها رفتار یکسانی داشته باشید و یک نوع خدمات را ارائه کنید. بنابراین باید بازار را به بخش‌های مختلف تقسیم کرده و بخش‌هایی را که خواسته‌های آنها با خدمات شما متناسب‌تر است، به عنوان بازار هدف انتخاب کنید. این مرحله از تدوین برنامه بازاریابی بسیار مهم است چرا که گام‌های بعدی

صرفاً برای برآوردن نیازهای بازار هدف بوده و به خواسته‌های بخش‌های دیگر توجهی نمی‌شود. دلیل این امر، محدود بودن توانایی شما و بالابودن شدت رقابت است که مانع از حضور شما در تمام بخش‌های بازار هدف می‌گردد. به یاد داشته باشید، مهمترین درس بازاریابی برای شرکت‌های کوچک این است که برای رسیدن به مشتری‌های هدف باید به تعدادی از مشتری‌های متفرقه «نه» بگویید در غیر این صورت قادر به تأمین رضایت مشتریان خود نبوده و در نتیجه نارضایتی مشتری‌های ناراضی مانند سمی خطرناک فضای بازار شما را آلوده می‌کند و باعث از دست رفتن بازار خواهند شد.

۳- جایگاه‌یابی در بازار هدف

منظور از جایگاه‌یابی در بازار هدف این است که مشخص کنید می‌خواهید چه سهمی از بازار هدف را به دست آورید: آیا به دنبال بیشترین سهم بازار هستید و می‌خواهید رهبر بازار باشید؟ یا اینکه می‌خواهید رتبه دوم را داشته و بدنبال رهبر بازار در حرکت باشید؟ و یا به سهمی کوچک و جزیی از بازار راضی هستید. همچنین باید مشخص کنید که مایلید در ذهن مخاطب چه جایگاهی داشته باشید. این موارد مشخص کننده استراتژی و برنامه مناسب شما برای رسیدن به اهدافتان است.

۴- انتخاب استراتژی بازاریابی

به طور کلی سه استراتژی برای رسیدن به جایگاه مورد نظر در بازار هدف وجود دارد (استراتژی‌های عمومی مایکل پورتر). شما می‌توانید یکی از این استراتژی‌ها را با توجه به اهداف بازاریابی خود انتخاب کنید:

الف- استراتژی رهبری قیمت (رهبری هزینه)

در این استراتژی برای خدمات خود کمترین قیمت را در بازار تعیین می‌کنید. در واقع قیمت شما از قیمت تمام رقبا به میزان قابل توجهی پایین‌تر است. شما وقتی می‌توانید این استراتژی را اجرا کنید که قادر باشید هزینه‌های تمام شده خود را به نحوی کاهش دهید که بدون گذاشتن تأثیر منفی بر کیفیت، از قیمت تمام شده رقبا کمتر باشد. برای این منظور روش و تکنولوژی مورد استفاده تان با آنچه رقبا در پیش گرفته‌اند، متفاوت باشد. در این صورت می‌توانید هزینه‌ها را طوری کاهش دهید که رقبا نتوانند به آن برسند. این استراتژی در آن دسته از بخش‌های بازار هدف موثر است که اصطلاحاً ترجیح قیمتی دارند؛ یعنی افرادی در بازار به دنبال قیمت پایین‌تر بوده و همین امر معیار انتخاب‌شان است. البته به یاد داشته باشید این افراد کمترین وفاداری را دارند یعنی به محض آن که بتوانند نیاز خود را با قیمت پایین‌تر از کسب و کار دیگری تهیه کنند، دیگر از شما خرید نخواهند کرد.

ب- استراتژی متمایزسازی

در این استراتژی به خدمات خود ابعاد دیگری اضافه کرده و با این کار آن را از محصولات مشابه، متمایز می‌سازید به طوری که در نوع خود منحصر به فرد باشد. در این استراتژی قیمت پرداخت شده برای خدمت معمولاً بیشتر از قیمت رقبا بوده و خدمتی کاملاً متمایز است. شما می‌توانید روی ارائه خدمات در حوزه‌هایی تمرکز کنید که نایاب هستند و شما جزو معدود ارائه‌کنندگان آن باشید. یا اینکه در حوزه ارائه خدمات صوت و تصویر اولین باشید.

ج- استراتژی تمرکزگرایی (اختصاصی‌سازی)

در این استراتژی شما خدمات خود را بطور اختصاصی به بخش‌های خاصی از بازار ارائه می‌کنید. بطور مثال شما می‌توانید ارائه‌کننده خدمات صوت و تصویر به گروه سنی خردسالان باشید.

۵- تدوین آمیخته بازاریابی

آخرین مرحله از تدوین برنامه بازاریابی، تدوین آمیخته یا ترکیب بازاریابی یا Marketing Mix (۴P) است. در این مرحله با توجه به بازار هدف و استراتژی بازاریابی هر یک از اجزای آمیخته بازاریابی تعیین می‌شوند. اجزای آمیخته بازاریابی عبارتند از:

- خدمات (Product)

• قیمت (Price)

• پیشبرد فروش (Promotion)

• توزیع (Place)



با توجه به اهمیت آمیخته بازاریابی، هر یک از اجزای آن را به تفصیل بررسی می‌کنیم:

خدمات (Product)

با توجه به توانمندی‌های خود و نیاز بازار مشخص کنید چه نوع خدماتی را می‌توانید و می‌خواهید ارائه کنید. خدمات شما می‌تواند شامل موارد ذیل باشد:

✚ خدمات ویدئو کلپ اینترنتی

✚ ارائه خدمات کلپ ورزشی

✚ و ...

توجه داشته باشید مهمترین رکن برنامه بازاریابی "خدماتی" است که ارائه می‌نماید. چنانچه خدمات شما از نظر نوع و کیفیت ارائه خدمات متناسب با خواست مشتریان نباشد برنامه بازاریابی شکست خواهد خورد. پس در ابتدا تحقیقات خود را به نحو کاملی انجام دهید و دقیقاً خواست مشتریان خود را تعیین کنید.

برای این کار در تالارهای گفتگو شرکت کنید و با افراد صحبت کنید. با مشتریان احتمالی مکاتبه کنید. به خاطر داشته باشید معمولاً ایده اولیه شما یا تصور نخستین شما از بازار صحیح نیست و لازم است که با تحقیق و جستجو به نتایج دقیق و اصلاح شده دست پیدا کنید.

قیمت (Price)

قیمت یکی از مهمترین ارکان برنامه بازاریابی است که تاثیر مستقیم روی فروش می‌گذارد. برای تعیین قیمت خدمات خود ابتدا باید در نظر داشته باشید که قیمت باید آن قدر پایین باشد که مشتری را جذب کرده و در عین حال آن قدر بالا باشد که سود مناسبی برای شما ایجاد کند. به عبارت دیگر،

مشتری همواره به دنبال حداقل قیمت و کارفرما بدنبال حداکثر قیمت است. تعادل این دو خواست توسط عامل رقابت تعیین می‌شود.

بنابراین برای تضمین قیمت خدمات خود دو عامل را در نظر بگیرید:

۱- قیمت تمام شده

۲- قیمت رقبا

قیمت تمام شده با محاسبه مجموع هزینه‌ها (متغیر و ثابت) و تقسیم آن بر واحد خدمات عرضه شده بدست می‌آید. قیمت رقبا در بازار را نیز می‌توانید با مراجعه به شرکت‌های رقیب تعیین کنید.

در این حالت شما ۳ گزینه پیش رو دارید:

۱- هزینه ارائه خدمت را کمی کمتر از قیمت رقبا پیشنهاد کنید. در این صورت مشتریان بیشتری جذب خواهید کرد. اما بخاطر داشته باشید که کاهش قیمت همیشه به نفع شما نیست چون ممکن است رقیب دیگری هم پیدا شود و قیمت پایین‌تری ارائه کرده، و مشتریان شما را جذب کند. باید در نظر داشته باشید، مشتریانی که به دنبال قیمت پایین‌تر هستند کمترین وفاداری را از خود نشان می‌دهند یعنی به محض اینکه کسب و کار دیگری که این خدمات را ارائه می‌کند با قیمت پایین‌تری این کالا یا

خدمت ارائه کند، دیگر از شما خرید نخواهد کرد. بنابراین باید همواره مراقب اوضاع باشید و از بروز جنگ قیمتی پرهیز کنید. جنگ قیمتی همواره به ضرر کارآفرین است چرا که وی را مجبور می‌کند قیمت‌های خود را شکسته و از سود خود کم کند.

۲- گزینه دوم این است که قیمت خود را همانند قیمت رقبا تعیین کنید. با این کار از جنگ قیمتی جلوگیری کرده و چنانچه بازار مناسب و تعداد رقبا محدود باشد، می‌توانید با رقبایتان پیمان‌های همکاری تجاری بسته و سود حداکثری حاصل کنید.

۳- گزینه سوم این است که قیمتی بالاتر از قیمت رقبا ارائه کنید. این تصمیم وقتی عملی است که شما به ازای قیمت بیشتر ارزش خدمات خود را افزایش دهید یعنی اینکه خدمات بیشتر و متمایزتری نسبت به رقبا ارائه کنید.



پیشبرد فروش (promotion)

پیشبرد فروش مجموع فعالیت‌هایی است که برای افزایش سطح فروش انجام می‌دهید. به همین منظور، می‌توان از تکنیک‌های زیر استفاده کرد:

۱. تبلیغات و ایجاد نام تجاری
۲. بازاریابی مستقیم
۳. مشوق‌های فروش (اعمال تخفیف و دادن جایزه)
۴. روابط عمومی

۱. تبلیغات و ایجاد نام تجاری (برندینگ)

تبلیغات و ایجاد نام تجاری شامل فعالیت‌هایی می‌شود که موجب خوش نامی یا حسن شهرت شما می‌شود. برای ایجاد شهرت، باید زمینه کاری خود را تبلیغ کنید.

تبلیغات، پیام‌های بازرگانی را شامل می‌شود که از طریق رسانه‌ها (اینترنت، چاپی و صوتی و تصویری) به مخاطب منتقل می‌کنید. بعنوان مثال شما می‌توانید آگهی تبلیغاتی خود را از طریق وب سایت‌های پربیننده و خبری به اطلاع مشتریان رسانده و یا با چاپ آگهی در روزنامه و نشریات، خود را معرفی کنید؛ همچنین می‌توانید از طریق چاپ تیزرهای تبلیغاتی رادیو و تلویزیون محصولاتتان را معرفی کنید. تبلیغات از طریق تلویزیون بسیار

پرهزینه بوده و کسب و کارهای کوچک از عهده آن بر نمی‌آیند. تبلیغات در روزنامه‌ها و رادیو نیز نسبتاً گران است و تنها در صورت اطمینان از اثربخشی آن، می‌توان مورد استفاده قرار داد. با این حال امروزه تبلیغات از طریق اینترنت بسیار مناسب است. زیرا:

- ۱- در حال حاضر در ایران بیش از ۳۲ میلیون کاربر اینترنتی وجود دارد.
- ۲- هزینه آن از سایر تبلیغات کمتر و کاملاً قابل ردیابی است؛ یعنی وقتی هزینه تبلیغ را پرداخت می‌کنید که بر روی بنر شما در سایت نمایش دهنده تبلیغات کلیک شده و از سایت‌تان بازدید بعمل آید.

ایجاد نام تجاری (برندینگ)

مهمترین هدف از تبلیغات، برندینگ یا ایجاد نام تجاری است. منظور از نام تجاری، نشان یا لوگوی تجاری یا ارسال پیام تبلیغاتی شرکت نیست. نام تجاری منعکس‌کننده احساس و نگرش مصرف‌کننده نسبت به محصولات یا خدمات شرکت است. هیچ کلمه دیگری غنا و پیچیدگی مفهوم نام تجاری (brand) را ندارد. تنها واژه نزدیک به این کلمه، واژه شهرت است. شهرت خوب یا بد شما مانند نام تجاری شرکت، خارج از اراده خودتان است. شهرت براساس خواست شما یا آنچه درباره خودتان می‌گویید، شکل نمی‌گیرد بلکه

بیشتر حاصل نگرش دیگران درباره شماست. در این میان تنها کاری می‌توان انجام داد، تأثیر گذاشتن بر نظرات و قضاوت‌های مشتریان است.

آنچه که باعث شکل‌گیری نام تجاری می‌شود، ایجاد یک تمایز قابل توجه در مقایسه با دیگران است. برای درک بهتر موضوع یک مثال می‌زنیم: ابتدا یک نمودار با دو محور «خوب» و «متفاوت» رسم کنید. تمام ویژگی‌هایی که از نظر مشتریان ارزشمند قلمداد می‌شوند، بر روی محور «خوب» قرار می‌گیرند مانند کیفیت، سرعت عملکرد بالا، قیمت پایین و غیره. اینها ویژگی‌هایی هستند که پایه و اساس رقابت شرکت‌ها را تشکیل می‌دهند. محور «متفاوت» به ویژگی‌هایی اشاره دارد که باعث می‌شود پیشنهاد یا محصولی با نمونه‌های مشابه خود متفاوت باشد. این موارد ویژگی‌هایی هستند که مشتریان آنها را جالب، خارق‌العاده، عجیب و غریب و استثنایی دسته‌بندی می‌کنند.

۴. ۴.	۱	۲
	خوب ولی نه متفاوت - در آزمون خیلی خوب بوده است - به راحتی به بازار راه می‌یابد - سود معقولی دارد تا زمانی که رقبا نیایند - سهم بازار کوچک - توان کم برای نام تجاری	خوب و متفاوت - در آزمون ضعیف است - به سختی به بازار راه می‌یابد - مشتریان به سرعت خوب و متفاوت را تشخیص می‌دهند - سود بلند مدت دارد - سهم بازار زیاد - توان قوی نام تجاری
	۳	۴
	نه خوب و نه متفاوت - در آزمون خوب بوده است - به راحتی به بازار راه می‌یابد - در ابتدا سود معقولی می‌دهد، ولی در نهایت شکست می‌خورد - سهم بازار خیلی کم - توان نام تجاری بسیار کم	متفاوت اما نه خوب - در آزمون ضعیف بوده است - به سختی به بازار راه می‌یابد - در نهایت در بازار شکست می‌خورد، مشتریان متوجه بد و متفاوت می‌شوند - سهم بازاری ندارد - هیچ توان نام تجاری ندارد.
	متفاوت	

در چنین نموداری بهترین جایگاه ما برای اینکه شما بتوانید نام تجاری خوبی را ایجاد کنید، گوشه بالا سمت راست است.

این نمودار کمک می‌کند به جای اینکه خیلی سطحی نظریات مشتریان را صددرصد قابل اعتماد بباید و اجرا کنید، دریافت‌های مشتریان را به سمت الگوهای موفق سوق دهید.

به خاطر داشته باشید عامل کلیدی برای گسترش نام تجاری، رضایت مشتری است. اگر مشتریان محصول‌تان را همانگونه که شما معرفی کرده‌اید ارزیابی کرده و هنگام استفاده از آن لذت برده و رضایت پیدا کنند، مطمئناً آن را به دیگران هم معرفی نموده و همان چیزی را درباره شما می‌گویند که انتظار شنیدنش را دارید. به این ترتیب شما به شهرتی عالی در کسب و کار خود دست پیدا خواهید کرد.

۲. بازاریابی مستقیم

شما می‌توانید نامه تبلیغاتی مناسبی را آماده کرده و آن را برای آدرس‌هایی که مایل به خرید اینترنتی خدمات مربوط به صوت و تصویر اینترنت و اینترنت هستند، ارسال کنید. بهتر است این نامه در قالب ایمیل باشد.

توجه داشته باشید از آن جا که مشتریان اصلی شما عامه مردم هستند، در این شرایط ممکن است بسیاری از این ایمیل‌ها به دست کسانی برسد که به خاطر محتاط بودن شدید حتی مشتریان بالقوه شما هم نیستند اما این اطلاع‌رسانی شما بستری را فراهم می‌کند که این افراد به کسانی که می‌شناسند و مشتریان بالقوه شما هستند این ایمیل را ارسال نموده و مشتریان بالقوه شما از طریق دوستان خود، ایمیل شما را دریافت می‌نمایند. برای نگارش نامه یا ایمیل، این توصیه‌ها را در نظر بگیرید:

۱. خط موضوع نامه از اهمیت کلیدی برخوردار است. به جرأت می‌توان گفت که بیش از ۵۰ درصد قضیه، نوشتن یک موضوع جذاب و تحریک کننده است. به یاد داشته باشید، تا زمانی که افراد روی ایمیل شما کلیک نکنند نمی‌توانند محتوای آن را مطالعه کنند، پس ترغیب افراد برای کلیک کردن، هنر محسوب می‌شود.

۲. توجه داشته باشید: از نوشتن موضوع‌های طولانی و خسته کننده شدیداً خودداری کنید. موضوع باید کوتاه و مختصر بوده و نظر خواننده را جلب کند.

۳. موضوع نباید شباهتی به نامه‌های تبلیغاتی داشته باشد. مردم روزانه توسط صدها آگهی تبلیغاتی بمباران می‌شوند و این موضوع آنها را خسته

و بی‌حوصله می‌کند. کافی است خوانندگان ایمیل شما فکر کنند که این یک آگهی تبلیغاتی است تا به راحتی آن را نادیده بگیرند.

۴. روی متن خود تمرکز کنید. از توضیحات طولانی و خسته کننده پرهیز کنید. سعی کنید در چند خط یا حداکثر چند پاراگراف کوتاه مهمترین قسمت پیام خود را به مخاطبین انتقال دهید. در صورتی که وب سایت دارید، می‌توانید از خوانندگان دعوت کنید ادامه مطالب را در سایت تان پیگیری کنند و سپس آدرس سایت خود را در متن پیام قرار دهید.

۵. از مخاطبین خود بخواهید کاری انجام دهند؛ به عنوان مثال از آنها بخواهید از سایت تان بازدید کرده و یا با شماره تلفن شما تماس بگیرند.

۶. از ایمیل‌های اچ تی ام ال به جای ایمیل‌های متنی ساده استفاده کنید. ایمیل‌های مبتنی بر اچ تی ام ال جذاب‌تر هستند و با کاربر ارتباط بیشتری برقرار می‌کنند. برای این منظور حتماً از قالب‌های استاندارد (Standard Template) استفاده کنید. این قالب‌ها دارای جداولی هستند که از به هم ریختگی و آشفتگی متن در کامپیوترهای مختلف جلوگیری می‌کند. همچنین چون دارای رنگ و چیدمان انتخابی هستند، ارتباط بصری عمیق‌تری با مخاطب برقرار می‌کنند.

۷. ایمیل خود را سنگین نکنید. به عنوان مثال اگر قرار است بروشور خدمات خود را برای مخاطبین بفرستید، سعی کنید در چند خط به معرفی کسب

و کارتان پرداخته و سپس لینک بروشورها را به ایمیل خود ضمیمه کرده (Attachment)، از کاربر بخواهید آنها را دانلود و مطالعه کند. فراموش نکنید که بهترین حالت، قرار دادن بروشورها بر روی سایت و درخواست از کاربران برای مراجعه به سایت و دانلود اطلاعات است. سپس آدرس مستقیم صفحه‌ای را که بروشور در آن قرار دارد به نامه اضافه کنید.



۳- مشوق‌های فروش و اعطای تخفیف

یکی از ابزارهایی که می‌تواند مشتریان مردد را به مشتری‌های مصمم تبدیل کرده و آنها را برای گرفتن تصمیم خرید ترغیب کند، ارائه جوایز و تخفیف‌های ویژه است. برای این که این روش موثر واقع شود نکات زیر را در نظر داشته باشید:

۱. در زمان مناسب این کار را انجام دهید. اگر مشتری احساس کند که شما به دلیل پیدا نکردن مشتری و خراب بودن اوضاع کاری‌تان مجبور به ارایه تخفیف شده‌اید، یا ممکن است درباره خدمات‌تان نگرش منفی پیدا کرده و با دیده تردید به پیشنهادتان فکر کند که در اینصورت مانع از افزایش فروش می‌شود، و یا اینکه فکر می‌کند بدنبال کسب سود بیشتر از فرومحصولات‌تان بوده و به همین دلیل از روش دادن جایزه و تخفیف استفاده می‌کنید.

۲. برای جلوگیری از بروز چنین مشکلاتی، باید دو نکته را برای اعلام جوایز در نظر بگیرید:

❖ مناسبت داشتن،

❖ محدوده زمانی مشخص داشتن. بدین صورت که بعد از آن بازه زمانی، هیچ‌گونه امتیاز یا جایزه‌ای برای خریداران در نظر گرفته نشود.

۳. سعی کنید جوایز را از میان خدمات خودتان انتخاب کنید. سیاست یکی بخر دو تا ببر یکی از روش‌های مطلوب است که اولاً باعث می‌شود نیازی به شکستن قیمت‌ها نبوده و مشتری به قیمت پایین‌تر عادت نکند، و ثانیاً لذت برنده شدن را به مشتری داده و باعث می‌شود تجربه خرید رضایت‌بخش محصولات شما را فراموش نکند.

۴. سعی کنید بیشتر جایزه بدهید تا تخفیف. زیرا تخفیف، سیاستی است که اگر بموقع و درست استفاده نکنید تاثیر آن بیشتر منفی خواهد بود.
۵. سعی کنید برای اعطای جوایز و تخفیف یک سیاست پلکانی ایجاد کنید تا مشتریانی که بیشتر یا زودتر خرید می‌کنند، شانس بیشتری برای برنده شدن یا بهره‌مندی از امتیازهای ویژه داشته باشند.

۴- بازاریابی از طریق روابط عمومی

تبلیغات از طریق روابط عمومی شامل روش‌ها و تکنیک‌هایی است که زمینه گسترش شهرت و اعتبار شما را بطور غیرمستقیم فراهم کرده و هزینه آن هم بسیار پایین‌تر از روش‌های دیگر است. این نوع بازاریابی برای تاثیرگذاری به زمان بیشتری لازم داشته و میزان فروش ناشی از آن به کندی افزایش می‌یابد اما تاثیرگذاری پایدارتری نیز دارد. تکنیک‌های زیر از جمله روش‌های بازاریابی از طریق روابط عمومی است:

تهیه و ارسال یک خبرنامه الکترونیکی با موضوع خدمات شما

در این روش شما یک خبرنامه یا نشریه الکترونیکی حاوی مطالب آموزنده و نکات کلیدی و کاربردی از موضوع فعالیت تان تهیه کرده و آن را برای افراد مرتبط ارسال می‌کنید. این تکنیک باعث می‌شود مشتریان، شما را به عنوان یک فرد مطلع و کارشناسی قابل اعتماد پذیرفته و چنانچه قصد

خرید داشته باشند، ابتدا به شما مراجعه کنند. از آنجا که موضوع فعالیت شما خدمات صوت و تصویر اینترنت و اینترنت است، شما می‌توانید در حوزه‌های مرتبط باصوت و تصویر اطلاعات مفیدی را ارائه کنید.

نگارش مقاله و انتشار آن در نشریات با عنوان شخصی یا براساس نام

موسسه‌تان

شما می‌توانید در حوزه کاری خودتان مطالبی نوشته و آنها را بصورت مقاله برای مجلات یا نشریات مرتبط ارسال کنید تا بدون هزینه منتشر شوند. برای نوشتن این مقالات شما می‌توانید از افراد خانواده، دوستان، آشنایان یا فامیل خود که در حوزه نگارش، سررشته دارند کمک بخواهید، این کار باعث شناخته شدن شما در میان مخاطبان می‌شود زیرا مشتریان اغلب برای خرید یک محصول، به سراغ کسانی می‌روند که از قبل می‌شناسند.



برگزاری سمینارهای کاربردی

شما می‌توانید یکسری سمینارهای کاربردی در زمینه کاری خود برگزار نموده و از علاقمندان دعوت کنید به طور رایگان یا در ازای پرداخت هزینه‌ای کم در آن حضور یابند. سعی کنید در این سمینارها مستقیماً درباره حرفه خود سخنرانی نکنید، بلکه به تاثیرات روانی خریدهای اینترنتی از سایت‌های معتبر بر میزان احساس آرامش و امنیت بپردازید.

حضور در سمینارها، کنفرانس‌ها، همایش‌ها و... بخصوص در حوزه‌های مرتبط با مقوله اینترنت و اینترنت بسیار مفید است زیرا شما را قادر می‌سازد با بسیاری از افراد مهم در این حوزه مرتبط شوید. شرکت در مراسم‌های مختلف شما را قادر می‌سازد با بسیاری از افراد مرتبط شوید. شما می‌توانید زمان نهار این مراسم را معتنم شمرده و در فاصله زمانی که افراد منتظر پذیرایی هستند تبلیغات خود را در قالب بروشور و... به آنها ارائه کنید.

توزیع یا دسترسی (Place)

تصمیم‌گیری درباره این که مخاطبان چگونه به محصول شما دسترسی پیدا کند، رکن چهارم برنامه بازاریابی است.

شما با در اختیار داشتن سایت برای ارائه خدمات خود می‌توانید بدون نیاز به داشتن مکانی فیزیکی امکان دسترسی مشتریان را فراهم کنید: بدین

صورت که سایتی را راه‌اندازی کرده و با بازدید کاربران از آن، شرایطی فراهم کنید که آنها بتوانند خدمات مورد نظرشان را مشخص نموده، پاسخ سوالاتشان را پیدا کرده، و اقدام به ثبت سفارش نمایند. برای این منظور 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 به راحتی 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.

اما شاید در ابتدای امر بهتر باشد 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.



رضایت مشتری

به خاطر داشته باشید که عامل کلیدی در گسترش نام تجاری، جلب رضایت مشتری است. اگر مشتریان هم محصول شما را همانطور که خودتان معرفی کرده‌اید، ارزیابی نموده و با استفاده از آن نیازشان را برآورد کرده و رضایت‌شان تأمین گردد، مطمئناً این خدمات را به دیگران هم معرفی کرده و درباره شما همان چیزهایی را می‌گویند که انتظار دارید. به این ترتیب شما به شهرت خوبی در کسب و کارتان دست پیدا می‌کنید. در عوض، مشتریان ناراضی درباره شما تبلیغ منفی کرده و دیگران را از دریافت خدمات از شما منصرف می‌کنند. براساس تحقیقات بعمل آمده، تأثیر مشتریان ناراضی به مراتب بیشتر است. به طور معمول یک مشتری ناراضی می‌تواند بیش از ده

نفر را از دریافت خدمات شما بازدارد؛ این در حالیست که مشتریان راضی حدود سه نفر را به دریافت خدمات از شما تشویق می‌کند. این امر نشان دهنده اهمیت جلب رضایت مشتری و دلیل اثرگذاری شدید نگرش منفی آنها بر روی کسب و کار است. به همین دلیل است که همواره باید به دنبال جلب رضایت مشتری باشید.

مخاطرات و آفت‌های این شغل و نحوه پیشگیری آنها

- ❖ یکی از عوامل بازدارنده کسب و کار شما ممکن است خدمتی باشد که با شرایط بازار امروز مناسبتی نداشته باشد، اما چون شما برای آن هزینه کرده‌اید می‌خواهید آن را به مشتری خود تحمیل کنید.
- ❖ عوامل محدودکننده شما ممکن است بی‌کفایتی‌های موجود در آماده‌سازی سفارش مشتری و ارسال آن باشد که باعث افزایش هزینه و کاهش درآمد شما می‌شود.
- ❖ عدم شناخت کامل و اعتماد به خدمات صوت و تصویر اینترنت و اینترنت توسط یک کسب و کار خانگی موردی است که می‌تواند به یک تهدید برای شما تبدیل شود.
- ❖ شناخت ناکافی عموم مردم از شاغلین در این حوزه مشکل کمی نیست.

✚ عدم آشنایی و یا آشنایی کم مخاطبان با فعالیت اقتصادی به صورت مجازی نیز می‌تواند برای کسب و کار شما دردسرهایی را ایجاد کند.

برای پیشگیری از این مخاطرات می‌توان فعالیت‌های زیر را در نظر داشت:
می‌توان در ابتدای راه فرصتی را برای شناسایی بازار و نیازهای آن در نظر گرفت و در ادامه مسیر نیز فرصت‌هایی را برای کشف و تغییر سلیقه و ذائقه‌های مردم اختصاص داد.

شما می‌توانید 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 خریدی بخواهند انجام دهند ابتدا به شما مراجعه کنند. زیرا عمده‌ترین مشکل شما اعتماد مشتریان در این حوزه به فروش اینترنتی آن است.

🔗 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 بطور رایگان یا با هزینه کم حضور یابند. سعی کنید در این سمینارها بطور مستقیم درباره حرفه خود سخنرانی نکنید. چنانچه مطالب برای مخاطبان جالب توجه باشد، مطمئناً مشتری شما را انتخاب خواهد کرد.

🔗 می‌توانید با قرارداد با یکی از ادارات یا شرکت‌های معروف نشان دهید که کار شما از اعتبار زیادی برخوردار است. در نتیجه بقیه ادارات و شرکت‌ها نیز به این طریق اعتمادشان نسبت به این نوع فعالیت بیشتر می‌شود. با ادامه این روند و بستن قرارداد با شرکت‌های معروف و بنام می‌توانید صلاحیت خود برای انجام این نوع خدمت را بیشتر نشان دهید.

می‌توان با استفاده از بازاریابان، ارتباط حضوری با مشتریان بالقوه و بالفعل خود ایجاد کرده و آنها را به صورت رو در رو با ارائه اینترنتی این خدمات و مزیت‌های این روش آشنا کنید.

توصیه‌هایی برای بهبود و توسعه شغلی

۱۰ در برنامه روزانه خود ارتباط با نهادهای مختلف جهت گسترش فعالیت‌های خود را؛ بگنجانید.

۱۱ مدیریت کیفیت خدمات خود را در اولویت قرار دهید.

۱۲ در جستجوی راه‌های بهبود مداوم در هر حوزه از کسب و کار خود باشید.

۱۳ خودتان را با معیار دیگری که رقبای شما در این کسب و کار محسوب

می‌شوند مقایسه کنید: یک راه برای حفظ پیشگامی در بهسازی مداوم

آن است که خودتان را با بهترین افراد و کسب و کار آنهایی که در زمینه

کاری شما کار می‌کنند مقایسه کنید.

۱۴ در خدماتی که در این حوزه ارائه می‌کنید بهترین باشید: درجه عالی را به

عنوان استاندارد کسب و کار خویش انتخاب کنید و هر روز سعی کنید به

آن نزدیک شوید. همیشه جویای کیفیت استاندارد باشید و برای دیگران

استاندارد بالا قائل باشید.

❶ نگذارید هر خدمتی که از هر لحاظ عالی نیست از در خارج شود. اگر از مشتری بشنوید که به علت نقص خدمتتان از شما ناراضی است آن را به عنوان توهین به شخص خودتان به حساب آورید.

❷ خود را متعهد به انجام کار عالی بدانید: هرچه کیفیت استاندارد خدمت شما در مقایسه با رقیبانتان بالاتر باشد سود حاصل از کار تجاری شما بیشتر خواهد بود. مشتری‌ها کیفیت را به دو قسمت تعریف می‌کنند نخست خود خدمت است. یک خدمت با کیفیت آن چیزی است که همان کار را می‌کند که مشتری از آن انتظار دارد و همان شرایطی را دارد که به هنگام فروختن به مشتری قولش داده شده است و به طور مداوم به آن قول عمل می‌شود. قسمت دوم کیفیت از نقطه نظر مشتری، حالتی است که در آن حالت، خدمت ارائه می‌شود، و یا احیاناً فرستاده می‌شود. این جز احساسی یا شخصی، غالباً مهمتر از خود خدمت است. در یک مطالعه انجام گرفته، پژوهشگران به این نتیجه رسیده‌اند که ۶۸ درصد مشتری‌هایی که یک کسب و کار را ترک کرده‌اند و به رقیب پیوسته‌اند به دلیل محصول، قیمت، یا کیفیت تعیین شده نبوده است، بلکه به جای آن دلیل اصلی این تغییر و ترک مشتری بی‌علاقگی و بی‌تفاوتی کسی بوده است که در قسمت فروش آن کسب و کار مشغول به کار بوده است.

۱۰ روی هسته اصلی کسب و کار خود تمرکز کنید.

۱۱ شما می‌توانید با تمرین ثابت و مداوم یاد بگیرید چگونه در منابعتان

صرفه جویی کنید و در هر لحظه معین تا یک نقطه معین بر روی آنها متمرکز شوید. در این راستا اگر خدمت و بازار درست انتخاب شده باشند، کسب و کار شما از انزوا در می‌آید و در فروش و سودآوری رشد می‌کند.

این همان چیزی است که باید به بهترین نحو انجام شود. این همان

چیزی است که مشتریان شما از همه بیشتر دوست دارند و همان چیزی

است که از همه چیز بیشتر به شما سود می‌رساند. در این راستا لازم

است موارد زیر را مد نظر داشته باشید:

* تجارت هسته‌ای خود را تعریف کنید.

* مواظب هسته کسب و کار خود باشید.

* حواس خود را جمع کنید. دائماً از قاعده ۲۰-۸۰ برای هر بخش

کسب و کار خودتان استفاده کنید. خود را مقید به شناسایی و تمرکز

بر روی ۲۰ درصد از خدماتی که که ۸۰ درصد فروش و سودتان را

دارند بدانید.

* تبلیغات مناسب جهت شناساندن بهتر خدمات صوت و تصویر

اینترنت و اینترنت را در دستور کاری خود قرار دهید.

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

* درباره خدمات جدید صوت و تصویر اینترنت و اینترنت مطالعه کنید.
* سعی کنید مهارت‌های خود را در زمینه ارائه خدمات صوت و تصویر اینترنت و اینترنت افزایش دهید.

* اخبار و مطالب مرتبط با فعالیت خود را در سایتتان قرار دهید.
* استفاده از بازاریابان حرفه‌ای برای ایجاد بازارهای تازه را در دستور کار خود قرار دهید.

* از آنجا که ویدئو کنفرانس؛ در راستای توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات، ایجاد ارتباط سریع سازمان‌ها، ادارات، شرکت‌ها دانشگاه‌ها و مراکز علمی- آموزشی در داخل و خارج کشور به یک نیاز حیاتی تبدیل گردیده است. شما می‌توانید متولی یکی از فناوری‌های مفید در این زمینه که ایجاد و بهره‌برداری از کنفرانس تصویری (Video Conference) در محیط مجازی (Cybernetic) است، باشید. شما از طریق این خدمت با سرمایه‌گذاری اولیه و حذف هزینه‌های ناشی از سفرهای غیر ضروری امکان در دسترس بودن مدیران کارشناسان زبده را در چندین محل به طور همزمان مهیا می‌نمایید.

سازمان‌ها و مراکزی که با این شغل مرتبط هستند

- ✚ سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی
- ✚ اداره ارتباطات و فناوری اطلاعات
- ✚ مرکز توسعه تجارت الکترونیکی وزارت بازرگانی
- ✚ بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری
- ✚ اداره پست جمهوری اسلامی ایران

معرفی مشاغل مرتبط و مکمل

- ✚ تولید کنندگان خدمات صوتی و تصویر
- ✚ ادارات و شرکت‌های دولتی و خصوصی
- ✚ تولید و عرضه کنندگان بازی‌های رایانه‌ای
- ✚ استودیوهای موسیقی

معرفی منابع آموزشی و تخصصی مورد نیاز

- راه‌اندازی و توسعه کسب و کار، پدیدآورنده: پیتر هینگستون، مترجم: محمود امینی، ویراستار: سمیه شریعتی راد، ناشر: سارگل، آبان، ۱۳۸۸
- تجارت از طریق اینترنت، جیل الزوورث، الس الزوورث، مترجم: محمد ابراهیم گوهریان، لیدا نوری، نشر امیرکبیر، ۱۳۸۵.
- چگونه یک سایت اینترنت بسازیم؟ رضا ریاضی، نشر ناقوس، ۱۳۸۵.
- ایجاد سایت در اینترنت، تیم ورسلی، مترجم: فرزانه کریمی و محمد رحیم، نشر قدبانی، ۱۳۸۳.
- اصول مهندسی اینترنت، احسان ملکیان، نشر نص، ۱۳۸۴
- تجارت الکترونیک، مایکل کانینگهام، عبدالمجید عبدالباقی، احمدرضا اخوان، نشر ارکان، ۱۳۸۳.
- قانون تجارت همراه با تجارت الکترونیکی، محمد ابراهیم قزوینی، محمود ابراهیم قزوینی، نشر رسانه تخصصی، ۱۳۸۹.
- مدیریت و تجارت الکترونیکی، مهران آقایی، افسانه حاجیان، نشر سفیر رادهاال، ۱۳۸۸.
- کارآفرینی در کسب و کار اینترنتی، پدیدآورنده: محمود احمدپورداریانی، اشکان فرخ حیاتی، ناشر: محراب قلم، آبان، ۱۳۸۶

– کسب و کار الکترونیکی، پدیدآورنده: رامین مولاناپور، مهران کرمی،

ناشر: آیلا، آتی نگر، ۱۳۸۹

– راه‌اندازی و توسعه کسب و کار، پدیدآورنده: پیتر هینگستون، مترجم:

محمود امینی، ویراستار: سمیه شریعتی‌راد، ناشر: سارگل، آبان، ۱۳۸۸