

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

۴۰۲

خدمات مشاوره و تولید نرم افزارهای رایانه ای

۱۳۹۰

خدمات مشاوره و تولید نرم افزارهای رایانه ای / تدوین و تنظیم سازمان همیاری
اشتغال دانش‌آموختگان (جهاد دانشگاهی)

تهران: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی، ۱۳۹۰

ص. ۴۸ - مصور (رنگی)

موسسه کار و تأمین اجتماعی؛ ۴۰۲

ریال: ۱۵۰۰۰ - ۶ - ۱۵۸ - ۲۴۲ - ۶۰۰ - ۹۷۸

فیبا

کسب و کار خانگی -- ایران -- مشاغل -- دستنامه ها -- نرم افزار -- تولید

سازمان همیاری اشتغال دانش‌آموختگان

مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

HD ۶۲/۳۸/خ/۴ ۱۳۹۰

۲۵۳۷۰۶۶

۶۵۸/۷۸۲



عنوان کتاب: خدمات مشاوره و تولید نرم افزارهای رایانه‌ای

تدوین و تنظیم: سازمان همیاری اشتغال دانش‌آموختگان (جهاد دانشگاهی)

صاحب امتیاز: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

لیتوگرافی چاپ و صحافی: سازمان چاپ و انتشارات

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۴۲-۱۵۸-۶

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
توصیف خدمات.....	۱۳
فرآیند ارائه خدمات.....	۱۷
امکانات و تجهیزات مورد نیاز.....	۲۱
نیروی انسانی مورد نیاز.....	۲۲
سرمایه مورد نیاز.....	۲۴
تخصص و مهارت‌های مورد نیاز.....	۲۶
وضعیت بازار خدمات.....	۲۶
شیوه بازاریابی و معرفی خدمات.....	۲۹
مخاطرات و آفت‌های این شغل و نحوه پیشگیری آنها.....	۴۳
توصیه‌هایی برای بهبود و توسعه شغلی.....	۴۵
سازمان‌ها و مراکزی که با این شغل مرتبط هستند.....	۴۷
معرفی مشاغل مرتبط و مکمل.....	۴۷
معرفی منابع آموزشی و تخصصی مورد نیاز.....	۴۸

پیشگفتار

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

نرم‌افزارهای رایانه‌ای تقریباً در تمامی جنبه‌های زندگی ما موثر است و تبدیل به امری مهم در تجارت و صنعت و تمامی فعالیت‌های روزانه ما شده است. نرم‌افزار محصولی است که معمولاً مهندسان نرم‌افزار آن را طراحی و ایجاد می‌کنند. نرم‌افزار شامل برنامه‌هایی است که اجرا می‌شوند و در هر اندازه و با معماری خاص می‌توانند باشند. اسنادی که شامل کپی‌های فیزیکی و فرم‌های مجازی و داده‌هایی که ترکیبی از اعداد و متن هستند و همچنین می‌توانند نمایانگر اطلاعات تصویری، صوتی و ویدئویی باشند.

در معنای عام کلمه به کلیه روش‌ها و داده‌ها و هر آنچه که منجر به ایجاد آگاهی می‌شود اطلاق می‌شود. این تعریف کلی است و شامل نرم‌افزار کامپیوتری نیز می‌شود. طبق تعریف انجمن مهندسان برق و الکترونیک (IEEE)؛ نرم‌افزار کامپیوتری عبارت است از برنامه‌های کامپیوتری، رویه‌ها، دستورالعمل‌ها و مستندات اجتماعی در رابطه با آنها و همچنین اطلاعات مربوط به عملیات یک سیستم کامپیوتری.



طبقه‌بندی نرم‌افزار از نظر پیچیدگی و لایه‌های نرم‌افزار

۱- عوامل پیچیدگی نرم‌افزار دو دسته هستند:

الف- کمی

۱- تعداد نفرات لازم برای طراحی و تولید

۲- زمان مورد نیاز

۳- هزینه

۴- تعداد دستورالعمل برنامه

ب- کیفی

۱- ضریب اطمینان بالا

۲- سهولت استفاده

۳- قابلیت‌های برنامه

تعریف محصول

برنامه‌ای که برای آن مستندات کافی تهیه شود، استانداردهای لازم رعایت شود و استفاده از آن با سهولت انجام شود.

تعریف سیستم

یک سیستم مجموعه‌ای از چند برنامه است که با استفاده از یکدیگر کاری انجام می‌دهند.

یک سیستم نرم‌افزاری سه برابر یک برنامه نرم‌افزاری پیچیدگی دارد و هر چه پیچیدگی بالاتر باشد مدت زمان و هزینه مورد نیاز جهت تهیه نرم‌افزار بالاتر می‌رود.

۲- طبقه‌بندی نرم‌افزار از نظر لایه‌های نرم‌افزاری

نرم‌افزارهای کامپیوتری را از نقطه نظر لایه‌های نرم‌افزاری به ۵ گروه

تقسیم می‌کنند:

الف- نرم‌افزارهای سیستم عامل

ب- نرم‌افزارهای توسعه امکانات سیستم

ج- نرم‌افزارهای پایگاه داده/ نرم‌افزارهای ارتباطی داده‌ها

د- نرم‌افزارهای مفسر/ نرم‌افزارهای مترجم

ه- نرم‌افزارهای کاربردی/ نرم‌افزارهای تسهیلاتی

به چهار لایه اول نرم‌افزارهای بنیادی می‌گویند که نرم‌افزارهای کاربردی و تسهیلاتی با استفاده از امکانات آنها نوشته می‌شوند.

نرم‌افزار به عنوان یک صنعت

نرم‌افزار به عنوان یک صنعت دارای ویژگیهای زیر است:

- بازار بزرگ و پویا
- بی‌نیازی از هزینه‌های تولید انبوه
- همکاری از راه دور (تیم جهانی)

در مقایسه صنعت نرم‌افزار با صنعت سخت‌افزار نکات قابل توجهی به چشم می‌آیند.

مقایسه صنعت نرم‌افزار و سخت‌افزار

در مقایسه صنعت نرم‌افزار و سخت‌افزار با توجه به شکل شماره یک مشاهده می‌شود که نرم‌افزار پس از پژوهش تقریباً آماده فروش می‌شود و در نتیجه تحقیق و پژوهش در نرم‌افزار پر رنگتر است. این باعث می‌شود که رابطه صنعت نرم‌افزار و دانشگاه بسیار نزدیک باشد. دانشگاه می‌تواند نیروی انسانی پژوهش‌کننده صنعت نرم‌افزار را تأمین کند.

طبق قانون اقتصادی هر چه تولید بیشتر شود قیمت کاهش می‌یابد. به دلیل محدودیت‌های حمل و نقل، خرابی و ضایعات، قیمت کالا از مقدار مشخص نمی‌تواند کمتر باشد. اما در مورد محصول نرم‌افزاری به دلیل عدم وجود این محدودیت‌ها قیمت محصول نرم‌افزاری می‌تواند تا حد صفر پایین بیاید. در نتیجه از لحاظ اقتصادی تولید نرم‌افزاری که در سطح وسیع جهانی عرضه نشود به صرفه نخواهد بود.



مدل شرکت مایکروسافت برای صنعت نرم‌افزار

طبق نظر شرکت مایکروسافت به گردش درآمدن چرخ صنعت نرم‌افزار

نیازمند چهار عامل است:

۱- تقاضا

۲- سرمایه

۳- نیروی انسانی

۴- فناوری

هرکدام از این چهار مورد اگر وجود نداشته باشند تولید نرم‌افزار ناممکن می‌شود.

وضعیت کنونی بازار نرم‌افزار در ایران

با توجه به حجم بازار (تقاضا) و میزان تولید (عرضه)، نرم‌افزارهای موجود در بازار به شش گروه طبقه‌بندی شده‌اند.

۱- تولید و پشتیبانی نرم‌افزارهای سیستمی و ابزارهای نرم‌افزاری داخلی:

شامل سیستم عامل، زبان‌های برنامه‌سازی، پایگاه داده‌های بومی‌سازی

شده و ابزارهای فارسی‌ساز تولید شده در داخل

۲- ارائه و پشتیبانی نرم‌افزارها و بسته‌های نرم‌افزارهای خارجی

۳- تولید و پشتیبانی نرم‌افزارهای کاربردی، صنعتی و مخابراتی سفارش

مشتری داخل

۴- تولید و پشتیبانی بسته‌های نرم‌افزاری کاربردی داخل

۵- راهبری و راه‌اندازی نرم‌افزارهای کاربردی داخل که توسط سازمان‌هایی

به غیر از تولید کننده اصلی انجام می‌شود.

۶- تولید و پشتیبانی نرم‌افزارهای کاربردی، صنعتی و مخابراتی جهت مشتریان خارجی

بر اساس طبقه‌بندی فوق به نظر می‌رسد کلیه فعالیت‌ها باید توسط مهندسين نرم‌افزار انجام شود چرا که مهندسين نرم‌افزار طرفدار تکنولوژی‌ها و روش‌های عملی بسیار متفاوت و مختلفی هستند که با هم نا سازگارند. در واقع کلیه کسانی که کار عملی می‌کنند از تکنولوژی‌های متنوع استفاده می‌کنند تا تلاش‌هایشان را اجرا و هماهنگ کنند. هدف هر مهندس نرم‌افزار بایستی رسیدن به ایده‌های جدید خارج از مدل‌های طراحی شده قبلی باشد که باید شفاف بوده و به خوبی مستند شده باشد. اما این فعالیت‌ها با توجه به وضعیت فعلی بازار کار بیشتر توسط افرادی که کمی مهارت برنامه‌نویسی و آشنایی با برخی نرم‌افزارهای مرتبط دارند انجام می‌شود.

تولید نرم‌افزار باید بر اساس موارد زیر باشد:

۱- الزام‌های تعیین شده

۲- در زمان تعیین شده

۳- در محدوده بودجه پیش‌بینی شده

ارائه خدمات نرم‌افزاری در حیطه تولید نرم‌افزار شامل: طراحی، برنامه‌نویسی، توسعه، مستندسازی و نگهداری نرم‌افزار با بکار گرفتن

روش‌های فنی و عملی از علوم کامپیوتر، مدیریت پروژه، مهندسی، محدوده کاربرد، طراحی رابط، مدیریت تجهیزات دیجیتال و سایر زمینه‌ها است. تولید نرم‌افزار دارای ارزش‌های اجتماعی و اقتصادی هستند زیرا بهره‌وری مردم را بالا برده، چند و چون زندگی آنان را بهتر می‌کنند. مردم با بهره‌گیری از نرم‌افزار، توانایی انجام کارهایی را دارند که از قبل برایشان شدنی نبود. نرم‌افزار کاربردی نرم‌افزاری است که با استفاده مستقیم از منابع و قابلیت‌های رایانه کاری را مستقیماً برای کاربر انجام می‌دهد. باید توجه داشت که این عبارت در مقابل عبارت نرم‌افزار سیستمی معنا پیدا می‌کند. نرم‌افزار سیستمی در مقابل در پس زمینه عمل می‌کند و خدماتی را فراهم می‌آورد که دیگر نرم‌افزارها یا سیستم عامل می‌توانند برای انجام کارهای خود از آن استفاده کنند. اما در عوض معمولاً مستقیماً با کاربر عادی در تماس نیست و خدماتی را به او ارائه نمی‌دهد. در عمل بیشتر نرم‌افزارهایی که کاربران با آنها سر و کار دارند از این دسته محسوب می‌شوند.



توصیف خدمات

مهمترین سوالی که در ارتباط با توصیف خدمات این شغل باید به آن جواب داد این است که «با راه‌اندازی این شغل در منزل قرار است چه نوع خدمات در چه سطحی و به چه نحوی و به چه گروه‌ها و کسانی ارائه شود؟» همانطور که در صفحات قبل توضیح داده شد منظور از تولید نرم‌افزارهای کامپیوتری در این طرح همان نرم‌افزارهای **کاربردی و تسهیلاتی** است که با استفاده از نرم‌افزارهای بنیادی تهیه و طراحی می‌شود.

دنیای نرم‌افزار بسیار متنوع و گسترده می‌باشد که باعث تنوع کاری و کسب مهارت‌های بسیار برای متصدیان این عرصه می‌شود. لذا ارائه دهنده این نوع خدمات باید حیطه تخصصی خود را انتخاب و محدود نماید و این نوعی مزیت محسوب می‌شود. چون نرم‌افزارهای بزرگ به شرکت‌های نرم‌افزاری که به صورت حرفه‌ای فعالیت می‌کنند سفارش داده می‌شود و اغلب این شرکت‌ها سفارش تولید نرم‌افزارهای کوچک را نمی‌پذیرند. لذا این کسب و کار می‌تواند حیطه کاری خود را بر روی **تولید نرم‌افزارهای کوچک متمرکز** نماید. برای مثال سیستم تولید ثبت سفارش یک پیتزا فروشی، نرم‌افزار کلاس‌بندی پرونده‌ها در مطب پزشکان، صدور فیش در آژانس

تاکسی تلفنی، آژانس املاک، سیستم ثبت نام مدارس، تولید کارنامه، مدیریت کتابخانه‌های سازمان‌ها و...

مهمترین خدمات قابل ارائه توسط این کسب و کار

✚ طراحی و تولید انواع نرم‌افزارها: تمرکز اصلی خدمات این شغل طراحی و تولید انواع نرم‌افزارها می‌باشد. امروزه اکثر سازمان‌ها، بنگاه‌ها و مراکز، امور روزمره خود را مکانیزه می‌کنند که این اتوماتیک کردن با استفاده از برنامه‌نویسی انجام می‌شود. علاوه بر این همه سازمان‌ها فعالیت در محیط مجازی را نه به عنوان ابزار بلکه یک ضرورت حیاتی می‌دانند. لذا می‌توان گفت که بازار خدمات و دامنه مشتریان این خدمات به تعداد سازمان‌های و بنگاه‌های موجود و آینده و حتی هر شخص می‌باشد. این خدمات شامل کلیه مراحل تحلیل، طراحی، کنترل پروژه و تولید نرم‌افزار می‌باشد.

✚ ارائه خدمات مشاوره‌ای: این خدمات شامل ارائه مشاوره به سازمان‌های بزرگ جهت پیاده‌سازی اتوماسیون اداری، کارتابل الکترونیکی، دبیرخانه الکترونیکی، هشدار دهنده و یادآور الکترونیکی و... می‌تواند باشد.

✚ طراحی و پیاده‌سازی بانک اطلاعاتی: بیشتر بنگاه‌ها نیاز به نگهداری اطلاعات در قالب‌ها و اندازه‌های مختلف و به اشکال متفاوت هستند که

برنامه‌نویس بانک اطلاعاتی به راحتی می‌تواند این امر را تسریع بخشد و با تولید انواع گزارشات مورد نیاز بنگاه‌ها نیازهای آنها را مرتفع سازد.

✚ تولید انواع برنامه‌های چند رسانه‌ای (multi media): امروزه اکثر سازمان‌ها، موسسات، شرکت‌ها، مراکز خدماتی و بنگاه‌ها برای انجام تبلیغات و معرفی خدمات خود نیاز به تولید برنامه‌های چند رسانه‌ای و تبلیغاتی دارند و یا سازمان‌هایی مثل شرکت نفت، شرکت گاز، شرکت آب، صدا و سیما، مراکز ارائه خدمات قرآنی، مراکز ارائه آموزش الکترونیکی، موسسات آموزشی و پژوهشی و... نیاز به انجام تبلیغات از طریق برنامه‌های چند رسانه‌ای دارند.

✚ طراحی و تولید انواع کتاب الکترونیکی (E- BOOK): امروزه اکثر یافته‌ها و طرح‌های پژوهشی به صورت کتاب الکترونیکی ارائه می‌شود که برنامه‌نویس می‌تواند آن را با استفاده از نرم‌افزارهای مختلف برنامه‌نویسی انجام دهد.

✚ آموزش برنامه‌نویسی: ارائه دهنده خدمات نرم‌افزاری می‌تواند بر اساس تبحر خود کلاس‌های آموزشی مختلفی را به صورت خصوصی و عمومی برگزار نماید.

✚ طراحی انواع بازی‌های رایانه‌ای: بازی‌های رایانه‌ای یک ابزار و سرگرمی پر طرفدار در بین قشر کودکان و نوجوانان می‌باشد و وسعت آن به حدی

است که موسس این شغل می‌تواند صرفاً این بخش را به عنوان زمینه کاری انتخاب نماید.

❖ پویا نمایی (انیمیشن): خدمات این زمینه کاری نیز آنقدر گسترده است که از آن به به عنوان یک صنعت مستقل یاد می‌کنند. در صورت کسب مهارت‌های لازم می‌توان در یک بخشی از این خدمات نیز فعالیت نمود.

❖ تولید نرم‌افزار تلفن گویا (پاسخگوی هوشمند تلفن IVR): نرم‌افزار تلفن گویا به منظور دستیابی مراجعین تلفنی به اطلاعات خاص و یا برقراری ارتباط مستقیم میان مراکز و مخاطبان به صورت گویا طراحی می‌شود. با این امکان، شرکت‌ها یا سازمان‌ها می‌توانند بدون هیچگونه محدودیتی، اطلاعات سازمانی و خدمات قابل ارائه توسط مرکز را (ضمن طبقه‌بندی) به صورت گویا و شبانه‌روزی در اختیار مراجعین تلفنی خود قرار داده و به سادگی این اطلاعات را به روز در آورند. استفاده از سیستم تلفن گویا علاوه بر صرفه‌جویی در هزینه و نیرو همچنین می‌تواند بطور چشمگیری در زمان پاسخگویی پرسنل به سوالات تکراری و عمومی نیز صرفه‌جویی کند.

❖ سایر خدمات

طراحی و چاپ و کپی انواع CD و DVD : با توجه به تولید انبوه لوح‌های فشرده تبلیغاتی، آموزشی و... نیاز به کپی لوح فشرده در تعداد

زیاد و سپس چاپ روی آنها می‌تواند به عنوان یک خدمت مکمل کنار این خدمت ارائه شود. هر سازمان و شخصی که سفارش کار نرم‌افزاری می‌دهد، بویژه در بخش نرم‌افزارهای چند رسانه‌ای معمولاً به دنبال تکثیر و توزیع CD یا DVD در تیراژ بالا نیز هستند. چاپ و کپی CD و DVD اغلب در موسسات دیگر انجام می‌شود اما این کار نیازمند صرف وقت زیاد می‌باشد. اگر در کنار خدمات نرم‌افزاری این نوع خدمات نیز ارائه شود مشتریان از آن استقبال می‌کنند.



فرایند ارائه خدمات

برای ارائه این خدمات، علاوه بر مراجعه برنامه‌نویس (موسس کسب و کار) به محل متقاضی خدمت، می‌توان با راه‌اندازی یک سایت اینترنتی نسبت به معرفی خدمات اقدام نمود.

مرحله اول: راه‌اندازی وب‌سایت اینترنتی

برای معرفی خدماتتان و همچنین برقراری ارتباط با مشتریان، یک وب

سایت اینترنتی راه‌اندازی کنید برای این منظور اقدامات زیر را انجام دهید:

الف) آدرس یا دامنه مناسبی را برای سایت‌تان انتخاب کنید. این دامنه باید

دارای سه ویژگی باشد:

- کوتاه و مختصر باشد تا به آسانی نوشته و گفته شود
- مرتبط با نوع کسب و کارتان باشد
- متمایز و جدید باشد

ب) برای سایت خود بازاریابی کنید تا بازدیدکنندگان بیشتری آن را مشاهده

کنند. توصیه‌های زیر کمک می‌کند که سایت شما پر بیننده شود:

✚ طراحی گرافیکی فضای سایت خود را با گروه‌های هدف و نوع خدمات،

هماهنگ سازید.

✚ لیستی از خدمات قابل ارائه خود را به صورت تفصیلی تهیه و در سایت

قرار دهید.

✚ لیست گروه متخصصین و همکاران خود را به همراه رزومه کامل آنها

در سایت قرار دهید.

مرحله دوم: شناسایی و مذاکره با متخصصین و برنامه‌نویسان

با توجه به نوع خدماتی که ارائه می‌نمایید شما نیازمند شناسایی متخصصین و برنامه‌نویسان می‌باشید که می‌توانید از میان همکلاسی‌های دوران دانشگاه، همکاران، دوستان و آشنایان شناسایی نموده و به صورت تلفنی و یا حضوری موافقت آنان را برای همکاری جلب نمایید. نحوه همکاری شما با این تیم به صورت حق‌العمل کاری است. یعنی آنها در ازاء خدماتی که ارائه می‌کنند و مطابق تعرفه‌ای که با آنها توافق کرده‌اید دستمزد دریافت می‌کنند.

مرحله سوم: تبلیغات و جلب مشتری

برای کسب و کار خود، تبلیغات کنید این کار می‌تواند به روش‌های مختلفی صورت گیرد:

الف) تبلیغات انجام خدمت به صورت سریع:

تهیه پوستر و اطلاعیه تبلیغاتی و نصب آن در محیط‌هایی که متقاضیان دریافت خدمات حضور دارند مانند: شرکت‌ها، ادارات دولتی، مراکز فرهنگی، مراکز و مؤسسات آموزشی، انتشارات کتب، و...

ب) چاپ آگهی در صفحات نیازمندی روزنامه‌های همشهری و...

ج) تبلیغات اینترنتی. برای ارائه خدمات از طریق اینترنت:



- ۱) معرفی سایت در سایت‌های دیگر از طریق بسترهای تبلیغاتی و یا تبادل لینک با سایت‌های دیگر.
- ۲) معرفی سایت در موتورهای جستجو.
- ۳) معرفی سایت از طریق گروه‌های گفتگو و خبری
- ۴) ارسال ایمیل‌های تبلیغاتی برای گروه‌های مخاطبان

مرحله چهارم: ارائه خدمات

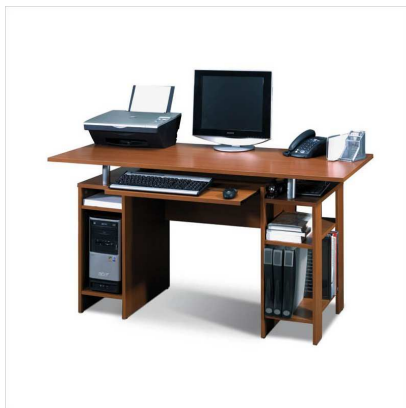
- ۱) حضور در محل مشتری و مذاکره با آن
- ۲) ارزیابی اولیه متقاضی و شناسایی نیازهای خدماتی و تولیدات نرم‌افزار رایانه
- ۳) مشاوره، طراحی و تهیه تولیدات مورد نیاز

۴) کنترل و ارزیابی تولیدات و خدمات قابل ارائه



امکانات و تجهیزات مورد نیاز

حداقل فضای لازم برای راه‌اندازی این کسب و کار خانگی، یک اتاق ۶ متری است. برای راه‌اندازی این کسب و کار به حداقل امکانات و تجهیزات لازم نیاز دارید. یک دستگاه کامپیوتر و دسترسی به اینترنت پرسرعت ضروری است. برای انجام بهتر و سریعتر کارها، تجهیزات تکمیلی عبارتند از: فکس، چاپگر لیزری سیاه و سفید، اسکنر.



ردیف	تجهیزات	مبلغ (ریال)
۱	کامپیوتر خانگی	۷۵۰۰۰۰۰
۲	چاپگر لیزری	۲۰۰۰۰۰۰
۳	فکس	۱۵۰۰۰۰۰
۴	خط تلفن	۵۰۰۰۰۰
۵	اینترنت پرسرعت (هزینه یکسال)	۴۰۰۰۰۰۰
۶	اسکندر	۱۵۰۰۰۰۰
۷	نرم‌افزارهای تخصصی	۲۰۰۰۰۰۰
۸	میز تحریر و صندلی	۱۰۰۰۰۰۰
	مجموع	۲۰۰۰۰۰۰۰۰

نیروی انسانی مورد نیاز

کسب و کار خدمات نرم‌افزاری، کسب و کار کوچکی است که یک نفر با مهارت‌های کافی در زمینه برنامه‌نویسی و گرافیک می‌تواند از عهده آن برآید و نیازی به استخدام شخص دیگری ندارد.

شبکه همکاران

شبکه همکاران همه افراد یا مشاغلی هستند که به طور مستقل فعالیت می‌کنند و برای راه‌اندازی یا اداره کسب و کار خود با آنها همکاری می‌کنید.

این افراد یا مشاغل براساس توافق فی‌مابین، فعالیت‌هایی را در ارتباط با خدمات مورد نیاز انجام می‌دهند و دستمزدی را دریافت می‌کنند. مزیت این روش در اداره یک کسب و کار این است که شما تنها زمانی دستمزد پرداخت می‌کنید که فعالیتی انجام شده باشد. در ابتدای کار که هنوز معلوم نیست حجم کار چه میزان باشد و یا احتمالاً کم است، کمترین هزینه را برای یک کارآفرین دارد. مزیت دیگر این نحوه همکاری این است که شما به محل خاصی برای انجام فعالیت‌ها نیاز ندارید و چون شما تنها فرد تمام وقت در کسب و کارتان هستید می‌توانید این کسب و کار را از منزل خودتان اداره کنید.



سرمایه مورد نیاز

ریال	شرح سرمایه	نوع سرمایه
۲۰۰۰۰۰۰۰	هزینه تجهیزات	سرمایه ثابت
۲۰۰۰۰۰۰	راه‌اندازی سایت (میزبان و دامنه)	
۲۰۰۰۰۰۰	طراحی سایت	
۱۵۰۰۰۰۰	هزینه تبلیغات	سرمایه در گردش (برای شش ماه)
۳۰۰۰۰۰۰	هزینه اداری	
۳۰۰۰۰۰۰	هزینه نیروی انسانی	
۹۰۰۰۰۰۰	هزینه‌های پیش‌بینی نشده	
۹۹۰۰۰۰۰۰	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 تأمین اجتماعی (www.lssi.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 غیرنقدی 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. مثلاً اگر خودتان سایت‌تان را طراحی کنید و یا از وبلاگ‌های رایگان استفاده کنید هزینه شما کاهش می‌یابد. همچنین هزینه نیروی انسانی در واقع هزینه‌ای که شما برای معیشت خود باید پرداخت کنید تا درآمد شما به حد مطلوبی برسد.

تخصص و مهارت‌های مورد نیاز

میزان تسلط بر مهارت			مهارت مورد نیاز	
پیشرفته	متوسط	مقدماتی		
	*		زبان انگلیسی	مهارت‌های عمومی
*			ICDL	
*			تسلط به زبان‌های مختلف برنامه‌نویسی و نرم‌افزارهای تخصصی و بانک‌های اطلاعاتی	مهارت‌های تخصصی
	*		آشنایی با امور گرافیکی	
	*		مدیریت امور خدماتی	مهارت‌های ویژه
*			بازاریابی و جذب مشتری	
سخت کوش و صبور، خلاق، خوش برخورد و نوآور			ویژگی‌های فردی	
دانش‌آموختگان رشته‌های کامپیوتر شرایط بهتری دارند ولی داشتن تحصیلات خاصی الزامی نیست و افرادی با تحصیلات دیپلم و با گذراندن دوره آموزشی آزاد و کسب مهارت‌های فوق می‌توانند در کسب و کار مذکور موفق باشند.			تحصیلات	

وضعیت بازار خدمات

هر کسب و کار موفق با شناخت بازار آغاز می‌شود و با یک برنامه بازاریابی درست و اصولی موفق می‌شود. ارائه دهنده خدمات مشاوره و تولید

نرم‌افزارهای رایانه‌ای نیز باید با شناخت صحیح از بازار، فعالیت خود را آغاز کند. برای شناخت بازار باید بدانیم که:

- چه کسانی نیاز به این خدمات دارند؟
- این افراد یا موسسات چه ویژگی‌هایی دارند؟
- چه تعداد هستند؟ (برآورد تقاضا) و در چه حیطه‌هایی فعالیت دارند؟
- چه نوع خدمات و یا چه مشخصاتی را نیاز دارند؟
- چه افراد یا موسساتی نیاز آنها را برآورده می‌کنند؟ (رقبا)
- نقاط ضعف و قوت رقبا چیست؟

پاسخ به این سوالات نیاز به فعالیت‌هایی از سوی کارآفرین دارد که اصطلاحاً تحقیقات بازار گفته می‌شود. تحقیقات بازار کمک می‌کند که برآورد صحیحی از بازار داشته باشید و خدمات خود را به نحوی طراحی کنید که فروش موفقی داشته باشید. به خاطر داشته باشید هرگاه خدمات خود را متناسب با نیاز بازار طراحی و ارائه کنید فروش موفقی خواهید داشت.

در حال حاضر خدمات مشاوره و تولید نرم‌افزارهای رایانه‌ای به دلیل مزیت‌های زیادی که دارد، روز به روز تقاضای بیشتری پیدا می‌کند و آمار نشان می‌دهد تقاضای بازار برای این نوع خدمات رو به رشد می‌باشد.

فرصت‌های خدمات مشاوره و تولید نرم‌افزارهای رایانه‌ای

- ✚ بیشتر از ۹۰ درصد از مردم و سازمان‌ها از کامپیوتر استفاده می‌کنند.
- ✚ بیش از ۹۸ درصد موسسات و سازمان‌ها جهت پیوستن به شبکه دولت الکترونیک نیاز به مکانیزه کردن فعالیت‌های روزمره خود دارند.
- ✚ امکان دسته‌بندی و تفکیک مخاطبین به راحتی وجود دارد. این امر امکان تبلیغات هدفمند را فراهم می‌کند.
- ✚ گستردگی این بازار به اندازه کل موسسات و یا حتی نوع فعالیت‌های موجود در هر موسسه است.

این واقعیت‌ها نشان می‌دهد که ارائه خدمات مشاوره و تولید نرم‌افزارهای رایانه‌ای از کسب و کارهایی است که رو به رشد خواهد بود و با گسترش کاربران کامپیوتر اهمیت و کاربرد آن نیز افزایش می‌یابد. همچنین لازم است ارائه دهنده این خدمات، با مرور وب سایت‌ها و مراجعه به مخاطبان و گفتگو و مکاتبه با آنها، از خواسته‌های آنها اطمینان یابد و تعریف روشنی از خدمات مورد نیاز مشتریان بیابد.



شیوه بازاریابی و معرفی خدمات

بازاریابی در کسب و کار امروز یک امر ضروری است و در موفقیت آنها نقش بسزایی دارد. بازاریابی به ارائه خدمات از طریق ویزیتوری یا تهیه آگهی‌های تبلیغاتی محدود نمی‌شود و مفهوم بسیار جامع‌تری دارد و به همین دلیل گفته می‌شود تفکر بازاریابی باید در همه بخش‌ها و فرآیندهای کسب و کار رخنه کرده و مورد توجه قرار گیرد. تهیه نام تجاری مناسب، انجام تبلیغات صحیح، توجه به تغییر مداوم نیازها و بهره‌گیری از فناوری‌های روز از الزامات مهم است.

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

۱- چه خدماتی را ارائه کنید. (Product)

۲- به چه قیمتی و 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)

یعنی بازاریابی شامل طراحی و تولید محصول یا خدمات به شکلی که

نیاز مصرف‌کننده را رفع کند.



علاوه بر موارد فوق برای موفقیت در امر بازاریابی ارائه یک تصویر خوب یک پیش نیاز می‌باشد مثل ارائه خدمات مشاوره و تولید نرم‌افزارهای رایانه‌ای رایگان به مراکز مادر و... که می‌توانید از این طریق جایگاه قویتری برای خود فراهم آورید.

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

۱- شناخت بازار

درباره شناخت بازار در بخش بررسی وضعیت بازار توضیح داده شد که به چه نحوی عمل شود.

۲- تقسیم‌بندی بازار و انتخاب بازار هدف

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

- برخی بدنبال خدمات ارزانتر هستند.

- برخی خدمات اختصاصی می‌خواهند.
- برخی بدنبال خدمات متمایز هستند.
- برخی از مخاطبان، شرکت‌های بزرگ هستند و برخی شرکت‌های کوچک و در نتیجه نحوه خرید آنها متفاوت است.
- برخی این نوع خدمات را قبلاً از شرکت‌های دیگر دریافت کرده‌اند و برخی تا به حال چنین روشی را به کار نبرده‌اند.

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 کنید و بخش‌هایی را که خواسته‌های آنها با خدمات شما متناسب‌تر است را به عنوان بازار هدف انتخاب کنید. این مرحله از تدوین برنامه بازاریابی بسیار مهم است چرا که تمامی گام‌های بعدی صرفاً برای برآوردن نیازهای بازار هدف می‌باشد و به خواسته‌های بخش‌های دیگر توجهی نمی‌شود چرا که توانایی شما محدود است و رقابت شدید است و شما نمی‌توانید در تمام بخش‌های بازار هدف فعالیت کنید.

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 بدنبال بیشترین سهم بازار هستید و می‌خواهید رهبر بازار باشید؟ یا بدنبال این هستید که رتبه دوم را داشته باشید و بدنبال رهبر بازار در حرکت باشید؟ و یا به سهم کوچک و جزئی بازار می‌خواهید برسید؟ همچنین می‌خواهید در ذهن مخاطب چه جایگاهی داشته باشید؟ این موارد مشخص می‌کند که شما چه استراتژی و برنامه‌ای را باید داشته باشید تا به اهداف خود برسید.

۴- انتخاب استراتژی بازاریابی

بطور کلی سه استراتژی برای رسیدن برای جایگاه‌یابی در بازار هدف وجود دارد. 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 شکل کاملاً محسوس و فاحشی پایین‌تر است. شما وقتی می‌توانید این استراتژی را اجرا کنید که بتوانید هزینه‌های تمام شده خود را به نحوی کاهش دهید که بدون

اینکه از کیفیت آن کم شود از قیمت تمام شده رقبا کمتر باشد. برای این منظور باید از روش و تکنولوژی استفاده کنید که با رقبا تفاوت داشته باشد تا بتوانید هزینه‌ها را به نحوی کاهش دهید که رقبا نتوانند به آن برسند. این استراتژی روی بخش‌هایی از بازار هدف موثر است که اصطلاحاً ترجیح قیمتی دارند. یعنی افرادی که بدنبال قیمت پایین‌تر هستند و قیمت برای آنها مهمترین عامل است. البته به یاد داشته باشید این افراد کمترین وفاداری را دارند یعنی به محض آن که بتوانند از جای دیگری با قیمت پایین‌تری تهیه کنند دیگر از شما خرید نخواهند کرد.



ب) استراتژی متمایزسازی

در این استراتژی به خدمات خود ابعاد دیگری اضافه می‌کنید که از محصولات مشابه متمایز می‌گردد و منحصر به فرد خواهد بود. معمولاً در این استراتژی، قیمت محصول بیشتر از قیمت رقبا خواهد بود و محصول کاملاً متمایز می‌باشد.

ج) استراتژی تمرکزگرایی (اختصاصی‌سازی)
در این استراتژی شما خدمات خود را بطور اختصاصی برای بخش‌های خاصی از بازار ارائه می‌کنید. بطور مثال بر روی تولید بازی‌های رایانه‌ای و یا کتب الکترونیک متمرکز می‌شوید.

۵- تدوین آمیخته بازاریابی

آخرین مرحله از تدوین برنامه بازاریابی تدوین آمیخته یا ترکیب بازاریابی یا Marketing Mix (4P) است. در این مرحله با توجه به بازار هدف و استراتژی بازاریابی هر یک از اجزا آمیخته بازاریابی تعیین می‌شود. اجزا آمیخته بازاریابی عبارتند:

- محصول یا خدمات (Product)
- قیمت (Price)
- پیشبرد فروش (Promotion)
- توزیع (Place)

با توجه به اهمیت آمیخته بازاریابی هر یک اجزا آن را به تفصیل بررسی می‌کنیم:

محصول (Product)

با توجه به توانمندی‌های خود و نیاز بازار مشخص کنید چه نوع خدماتی را می‌توانید و می‌خواهید ارائه کنید. انواع خدماتی که می‌توانید ارائه کنید عبارتند از:

- ✚ طراحی و تولید انواع نرم‌افزارها
- ✚ ارائه خدمات مشاوره‌ای
- ✚ طراحی و پیاده‌سازی بانک اطلاعاتی
- ✚ تولید انواع برنامه‌های چند رسانه‌ای (multi media)
- ✚ طراحی و تولید انواع کتاب الکترونیکی (E- BOOK)
- ✚ آموزش برنامه‌نویسی
- ✚ طراحی انواع بازی‌های رایانه‌ای
- ✚ پویا نمایی (انیمیشن)
- ✚ تولید نرم‌افزار تلفن گویا (پاسخگوی هوشمند تلفن IVR)
- ✚ و...

توجه داشته باشید مهمترین رکن برنامه بازاریابی محصول می‌باشد. چنانچه خدمات شما از نظر نوع و یا 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 از یک ارائه دهنده خدمات مشاوره و تولید نرم‌افزارهای رایانه‌ای تعیین کنید. برای این کار در انجمن‌ها و تالارهای گفتگو شرکت کنید و با افراد صحبت کنید. با مشتریان احتمالی مکاتبه کنید. تلفنی و یا حضوری مصاحبه کنید و در صورت امکان، نظرسنجی کنید تا تصویر روشنی از خواسته بازار پیدا کنید. به خاطر داشته باشید معمولاً ایده اولیه شما یا تصور نخستین شما از بازار صحیح نیست و لازم است که در یک پروسه 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 آنقدر پایین باشد که مشتری را جذب کند و آنقدر بالا باشد که سود مناسبی برای شما ایجاد کند. به عبارتی مشتری بدنبال قیمت هر چه پایین‌تر و کارفرما به دنبال قیمت هر چه بالاتر است. تعادل این دو خواسته توسط عامل رقابت تضمین می‌شود.

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

۱- قیمت تمام شده

۲- قیمت رقبا

پیشبرد فروش (promotion)

منظور از پیشبرد فروش کلیه فعالیت‌هایی است که شما انجام می‌دهید تا سطح فروش را بالا ببرد. برای این منظور تکنیک‌های زیر وجود دارد:

۱. تبلیغات و ایجاد نام تجاری

۲. بازاریابی مستقیم

۳. مشوق‌های فروش (تخفیفات و جوایز)

۴. روابط عمومی

۱. تبلیغات و ایجاد نام تجاری

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

تبلیغات شامل پیام‌های بازرگانی است که شما از طریق رسانه‌ها (اینترنت، چاپی و صوتی و تصویری) به مخاطب منتقل می‌کنید. به عنوان مثال شما می‌توانید آگهی تبلیغاتی خود را از طریق وب سایت‌های پر بیننده و خبری به اطلاع مشتریان برسانید و یا با چاپ آگهی در روزنامه و نشریات، خود را معرفی کنید.



ایجاد نام تجاری (برندینگ)

مهمترین هدف از تبلیغات، برندینگ یا ایجاد نام تجاری است. منظور از نام تجاری، نشان یا لوگوی تجاری یا پیام تبلیغاتی یک شرکت نیست. نام تجاری آن چیزی است که مصرف‌کننده نسبت به محصولات یا خدمات شرکتی عمیقاً احساس می‌کند. هیچ کلمه دیگری غنا و پیچیدگی مفهوم نام تجاری (brand) را ندارد. تنها واژه‌ای که به کلمه نام تجاری می‌تواند نزدیک باشد واژه شهرت است. شهرت مشخص شما مثل نام تجاری یک شرکت، خارج از اراده شماست. شهرت چیزی نیست که شما در مورد خودتان بگویید، بلکه حاصل فکرهای دیگران درباره شماست. در این میان تنها کاری که از دست شما بر می‌آید این است که بر این گفته‌ها و قضاوت‌ها تاثیر بگذارید. آن چه که باعث می‌شود شما یک نام تجاری پیدا کنید یک تمایز بسیار با دیگران است.

به خاطر داشته باشید عامل کلیدی برای گسترش نام تجاری شما رضایت مشتری است. اگر مشتریان، محصول یا خدمات شما را همانگونه ارزیابی کنند که شما معرفی کرده‌اید و هنگام استفاده از آن لذت ببرند و رضایت پیدا کنند مطمئناً این خدمات را به دیگران معرفی می‌کنند و درباره شما همان چیزی را می‌گویند که شما انتظار دارید. به این ترتیب شما به شهرت در آن کسب و کار دست پیدا کرده‌اید.

۲. بازاریابی مستقیم

شما می‌توانید نامه تبلیغاتی مناسبی را آماده کرده و آن را برای آدرس‌هایی که مایل به دریافت این نوع خدمات هستند، ارسال کنید. بهتر است این نامه در قالب ایمیل باشد.

برای نگارش ایمیل خود نیز این توصیه‌ها را در نظر بگیرید:

۱. خط موضوع نامه از اهمیت کلیدی فراوانی برخوردار است و به جرات می‌توان گفت بیش از ۵۰ درصد قضیه، نوشتن یک موضوع جذاب و تحریک کننده است. فراموش نکنید که تا زمانی که افراد روی ایمیل شما کلیک نکنند نمی‌توانند محتوای آن را مطالعه کنند، پس گرفتن کلیک، یک هنر محسوب می‌شود.

۲. از نوشتن موضوع‌های طولانی و خسته کننده به شدت اجتناب کنید. موضوع باید کوتاه و مختصر باشد و نظر خواننده را جلب کند.
۳. شباهتی به نامه‌های تبلیغاتی نداشته 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 از روی آن بگذرند.
۴. روی متن خود تمرکز کنید. از توضیحات طولانی و خسته کننده پرهیز کنید. سعی کنید در چند خط یا چند پاراگراف کوتاه مهمترین قسمت پیام خود را به مخاطبین انتقال دهید. در وب سایت خود می‌توانید از خوانندگان دعوت کنید که ادامه مطالب را در سایت‌تان پیگیری کنند و سپس آدرس سایت خود را در متن قرار دهید.
۵. از مخاطبین خود بخواهید کاری انجام دهند به عنوان مثال از آنها بخواهید که از سایت شما بازدید کنند و یا با شماره تلفن شما تماس بگیرند.



Direct
Marketing

۳. مشوق‌های فروش و تخفیفات

یکی از ابزارهایی که می‌تواند مشتری‌های مردد را به مشتری‌های مصمم تبدیل کند و آنها را ترغیب کند که زودتر تصمیم به خرید بگیرند ارائه جوایز و تخفیفات ویژه است. در این روش شما جوایز مشخص و یا تخفیفات ویژه‌ای را تبلیغ می‌کنید و به قید قرعه به تعدادی از مشتریانی که زودتر اقدام به خرید کنند، اهدا خواهید کرد.

۴. بازاریابی از طریق روابط عمومی

تبلیغات از طریق روابط عمومی شامل روش‌ها و تکنیک‌هایی می‌شود که به طور غیرمستقیم باعث شهرت و اعتبار شما می‌شود و هزینه آن هم بسیار پایین‌تر است. این نوع بازاریابی برای تاثیرگذاری، به زمان بیشتری احتیاج دارد و میزان فروش به کندی افزایش می‌یابد، ولی تاثیرگذاری آن پایدارتر است. تکنیک‌های زیر از جمله روش‌های بازاریابی از طریق روابط عمومی است:

تهیه و ارسال یک خبرنامه الکترونیکی با موضوع خدمات شما

در این روش، 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 سفارشی دهند 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 مقاله‌هایی برای مجلات یا نشریات مرتبط ارسال کنید و آنها نیز بدون هزینه آن را برای شما منتشر کنند. این باعث می‌شود شما بین مخاطبان شناخته شوید و به یاد داشته باشید افراد برای خرید یک محصول به سراغ کسانی می‌روند که می‌شناسند.

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. بدین منظور شما می‌توانید در حاشیه کنفرانس‌ها و در دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی این کار را انجام دهید. سعی کنید در این سمینارها بطور مستقیم درباره کارهای خود سخنرانی نکنید. بلکه به طور غیرمستقیم بر مخاطبان اثر بگذارید.



توزیع یا دسترسی (place)

تصمیم‌گیری درباره اینکه مخاطبان چگونه به خدمات شما دسترسی پیدا می‌کنند رکن چهارم برنامه بازاریابی است.

مخاطرات و آفت‌های این شغل و نحوه پیشگیری آنها

✚ یکی از مهمترین مخاطرات این کسب و کار رقابت با کهنه کاران این حرفه است. به این معنا که کهنه کاران این حرفه توانسته‌اند سهم خوبی از بازار را برای خود ایجاد کنند و طیف گسترده‌ای از مشتریان را پوشش دهند. بنابراین شما با ارائه خدمات کم هزینه می‌توانید بازار خوبی را برای خود ایجاد کنید.

✚ با توجه به اینکه این کسب و کار ممکن است با همکاری شبکه‌ای از متخصصان و کارشناسان صورت گیرد، شما به عنوان مدیر این کسب و کار باید توانایی بالایی در زمینه‌های زیر کسب نمایید:

- برنامه‌ریزی و هماهنگی
- مدیریت زمان و هزینه
- کار گروهی

✚ با توجه به اینکه اکثر خدمات قابل ارائه در این کسب و کار تخصصی می‌باشد بنابراین تشکیل شبکه‌ای از متخصصین و کارشناسان که به خوبی از عهده کار برآیند و رضایت مشتری را جلب کنند نیازمند صرف وقت و هزینه می‌باشد.

✚ شما برای تهیه محصولات مورد نیاز مشتری نیازمند آشنایی با کار و یا کسب اطلاعات دقیق از خواسته مشتریان می‌باشید. بنابراین عدم ارائه توضیحات لازم از سوی مشتری و یا متقابلاً عدم درک موضوع و یا نیاز از خواسته مشتری می‌تواند زمان پروژه را طولانی کند که این مورد می‌تواند وجهه شما را نزد کارفرما خراب کند بنابراین با طرح سوالات درست و دقیق می‌توانید خواسته مشتری را دریابید.

توصیه‌هایی برای بهبود و توسعه شغلی

برای این که بتوانید در این شغل بیشترین موفقیت را کسب کنید توصیه‌های زیر می‌توانند راهگشا باشد:

۱- مهارت‌های لازم را کسب کنید. بویژه در حوزه فناوری اطلاعات، بازاریابی و زبان انگلیسی و مهارت‌هایتان را تا سطح پیشرفته ارتقا دهید.

۲- از ابتدا حیطه فعالیت خود را بر اساس توانایی خود مشخص کنید مثلاً اگر در زمینه نرم‌افزارهای گرافیکی توانمند هستید آن را دنبال کنید و سعی کنید از پراکنده کاری خودداری کنید.

۳- از تقلید و کپی کاری پرهیز کنید و نوآوری و خلاقیت را در تمامی زمینه بکار ببرید.

۴- جهانی فکر کنید ولی محلی عمل کنید. سعی کنید چشم‌انداز والایی را برای خود ترسیم کنید و به افق‌های جهانی بیندیشید و زمینه را برای کسب و کار منطقه‌ای و بین‌المللی مهیا کنید. با توجه به اینکه اینترنت مرزها را محو کرده است و خدمات شما می‌تواند در همه دنیا استفاده شود، به آن به صورت جهانی فکر کنید. تا می‌توانید با ایرانی‌های خارج از کشور ارتباط برقرار کنید و از طریق آنها کسب و کار خود را بین‌المللی کنید.

۵- به خاطر داشته باشید که عامل کلیدی برای گسترش نام تجاری شما **رضایت مشتری** است. اگر مشتریان محصول شما را همانطور ارزیابی کنند که شما معرفی کرده‌اید و با استفاده از آن نیازشان برآورده شود و لذت ببرند و در نتیجه رضایت یابند، مطمئناً این محصول را به دیگران معرفی می‌کنند و درباره شما همان چیزهایی را می‌گویند که شما انتظار دارید. به این ترتیب شما به شهرت در کسب و کار دست پیدا می‌کنید. تحقیقات نشان می‌دهد که تاثیر مشتریان ناراضی بیشتر است. به طور معمول یک مشتری ناراضی بیش از ده نفر را از خرید کردن شما منع می‌کند در حالیکه مشتریان راضی حدود سه نفر را تشویق می‌کند که خرید کنند. این نشان می‌دهد که شما نباید اجازه دهید مشتری ناراضی شود چرا که تاثیر منفی آن بسیار زیاد است و همواره باید بدنبال رضایت مشتری باشید.

سازمان‌ها و مراکزی که با این شغل مرتبط هستند

- شورای عالی انفورماتیک
- وزارت علوم تحقیقات و فن‌آوری
- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
- شهرداری‌ها
- بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری

معرفی مشاغل مرتبط و مکمل

- ارائه دهندگان خدمات وب و شبکه
- ارائه دهندگان خدمات تبلیغات اینترنتی
- ارائه دهندگان خدمات بازاریابی ایمیلی
- شرکتهای خصوصی و دولتی متقاضی محصولات و تولیدات این کسب و کار
- ارائه خدمات ساخت انیمیشن
- ارائه خدمات چاپ تصاویر روی سی‌دی و دی‌وی‌دی

معرفی منابع آموزشی و تخصصی مورد نیاز

از آنجا برای آموزش چگونگی تولیدات این کسب و کار کتاب‌های زیادی در بازار وجود دارد، لذا از ذکر منبع خودداری کرده و تنها ضرورت اطلاع و آگاهی موسس این کسب و کار با برنامه‌ها و زبان‌های ذیل را یادآور می‌شویم:

- HTML
- C++
- Front page
- Flash
- visual basic
- php.asp.net
- SQL SERVER
- Photoshop
- Corel draw