

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



مؤسسه کار و مائین اجتماعی

۲۶۴

فروش اینترنتی دارو

۱۳۹۰

فروش اینترنتی دارو / تدوین و تنظیم سازمان همیاری اشتغال دانش آموختگان
(جهاد دانشگاهی)

تهران: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی، ۱۳۹۰

۷۹صص.: مصور (رنگی)

موسسه کار و تأمین اجتماعی؛ ۲۶۴

۱۵۰۰۰ ریال: ۶-۰۲-۲۴۲-۶۰۰-۹۷۸

فیبا

کسب و کار خانگی - ایران - داروها - بازاریابی - بازاریابی اینترنتی

سازمان همیاری اشتغال دانش آموختگان

مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

۱۳۹۰ ف/۴/۳۸/HD۶۲

۲۳۶۳۸۵۹

۶۵۸/۸۷۲



عنوان کتاب: فروش اینترنتی دارو

صاحب امتیاز: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

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

لینوگرافی چاپ و صحافی: سازمان چاپ و انتشارات

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۴۲-۰۲-۰۶

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
فرایند ارائه خدمات	۲۱
امکانات و تجهیزات مورد نیاز	۴۴
نیروی انسانی مورد نیاز	۴۴
سرمایه مورد نیاز	۴۶
تخصص و مهارت‌های مورد نیاز	۴۸
وضعیت بازار خدمات	۴۹
شیوه بازاریابی و معرفی خدمات	۵۱
مخاطرات و آفت‌های این شغل و نحوه پیشگیری آنها	۷۴
توصیه‌هایی برای بهبود و توسعه شغلی	۷۶
سازمان‌ها و مراکزی که با این شغل مرتبط هستند	۷۷
معرفی مشاغل مرتبط و مکمل	۷۸
معرفی منابع آموزشی و تخصصی مورد نیاز	۷۹

پیشگفتار

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

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

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

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

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

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

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

دکتر محمدرضا سپهری

رئیس مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

مقدمه

طرح تیپ شغلی فروش اینترنتی دارو در منزل، عبارت است از خدمتی در عرصه کسب و کار خانگی که به ارائه خدمات به متقاضیان خرید دارو به صورت اینترنتی می‌پردازد. متعهد بودن ارائه دهندگان این خدمت در تحویل به موقع سفارشات و مطابق با خواست مشتریان آن، نقش اساسی در حیات این گونه کسب و کارهای خانگی دارد. با این همه فروش اینترنتی دارو نیز همانند سایر کسب و کارهای خانگی می‌تواند، دارای برخی ریزه کاری‌هایی باشد که اغلب از سلیقه‌های مدیریتی و نیازمندی‌های دوره‌های مختلف زمانی تأثیر می‌پذیرد.

فروش اینترنتی دارو یک کسب و کار چند جانبه است که ارائه دهندگان آن سعی می‌کنند با اعمال راه‌حل‌هایی خلاق در داخل ساختاری مشخص اقدام به تعامل با مشتریان خود نمایند و در نهایت سعی کنند به صورت انحصاری تأمین کننده نیاز مشتریان این کسب و کار خانگی باشند. از طرف دیگر نوع ارائه اینترنتی دارو می‌تواند به گونه‌ای باشد که استفاده کنندگان از این روش تهیه دارو، آن را به دیگران پیشنهاد کنند که این امر به نوبه خود سبب پایایی فروش اینترنتی دارو توسط یک کسب و کار خانگی خواهد شد.

در واقع این نوع کسب و کار قادر است جوابگوی نیازها و کارکردهای مختلف متقاضیان آن باشد. در عین حال و در صورت نیاز، فروشندگان اینترنتی دارو، می‌توانند فرصت‌هایی را فراهم آورند که در تعامل با مشتریان مختلف، خواست‌های منحصر به فرد آنان را نیز در نظر گرفته و مطابق با خواست قلبی مشتریان خود، دارو را به آنها ارائه کنند و ارتباطی موثر و پایا با مشتریان خود ایجاد کرده و حتی در مواردی بر تصمیم مشتریان خود تأثیرگذار باشند.

اما همان طور که فروش اینترنتی در کشورمان به خاطر ماندگاری حضور در عرصه رقابت، متنوع‌تر شده و روز به روز بیش از پیش مشتری مدارتر می‌شود، فروش اینترنتی دارو نیز پیوسته در حال تخصصی‌تر شدن است و در جهت ارائه محصولی مناسب‌تر و مشتری پسندتر پیش می‌رود.

فروش اینترنتی دارو شامل طیف وسیعی از محصولات مربوط به رفع مایحتاج مشتریان خود است که از این راه آن چه را که لازم است از این طریق و معمولاً در کوتاه‌ترین زمان ممکن دریافت نمایند. البته متولیان این نوع کسب و کار خانگی بایستی از نظر صلاحیت، تجربه و ایجاد ارتباط موثر در حد خوبی باشند و قادر به بهبود، وضعیت هزینه‌های ریالی و زمانی مشتریان خود در این زمینه باشند.

پیشینه فروش اینترنتی دارو

پیدایش اینترنت به دهه ۱۹۶۰ میلادی باز می‌گردد؛ زمانی که دولت ایالات متحده آمریکا براساس طرحی موسوم به آرپا (ARPA) مخفف آژانس تحقیق پروژه‌های پیشرفته که در آن زمان برای کارکردهای دفاعی بوجود آمده بود، این طرح را اجرا نمود.

تا دو دهه پیش در کشورمان ایران رایانه‌های شخصی بسیار دور از دسترس به نظر می‌رسیدند. اما امروز در اکثر شهرها و شهرستان‌ها و حتی روستاها دسترسی به اینترنت نیز امکانپذیر شده است. اما به نظر می‌رسد در میان موضوعات مختلفی که می‌توان در اینترنت جستجو کرد، از قبیل پایگاه‌های تجاری - علمی، دانشگاهی و آموزشی - بهداشتی و پزشکی - صفحات مشخص - انجمن‌های علمی - وب‌گاه‌های اجتماعی - دولت‌ها - مذهبی، سهم پایگاه‌های تجاری از همه بیشتر باشد.

در مورد فروش اینترنتی دارو آنچه می‌دانیم این است که بعد از عمومی شدن استفاده از رایانه، بسیاری اینترنت را وسیله مناسبی برای خرید و فروش دانستند و کم‌کم خرید و فروش‌های اینترنتی شکل گرفت و فروش اینترنتی دارو نیز در کنار سایر کالاها مرسوم گردید. آن چه مسلم است این است که با صنعتی شدن زندگی، و از آن جا که بیماری همواره در کمین انسان بوده است، نیاز به وجود فروش اینترنتی دارو به وضوح احساس شده است. البته

برخی داروها که می‌توان آنها را به صورت اینترنتی سفارش داد، لزوماً برای رفع بیماری نیستند و صرفاً جنبه پیشگیری دارند و برخی داروها هم هستند که بنا به خواست قلبی افراد تجویز می‌شوند؛ به عنوان مثال فردی تناسب اندام خوبی دارد ولی علاقمند است با مصرف داروهای لاغری، لاغرتر شود و به این خاطر درخواست این دارو را دارد، در همه این موارد فروش اینترنتی دارو چه داروهای گیاهی و چه داروهای شیمیایی قادر است با کاهش هزینه‌های زمانی افراد جزئی از زندگی افراد باشد که به جای تحمل ترافیک و از دست دادن زمان خود، متقاضی خرید اینترنتی داروی مورد درخواست خود باشند.

با توجه به هدفمند شدن بارانها فرصت مغتنمی برای کسب و کار خانگی ارائه دهنده این خدمات فراهم شده است که از طریق راهکارهای عملکردی، وضعیت هزینه‌های ریالی و زمانی افراد را در زمینه تهیه دارو بهبود بخشیده و در عین حال با تهیه داروی مورد نظر مشتریان، ارتباطی موثر و پایا با آنها ایجاد کنند و حتی در مواردی بر تصمیم مشتریان خود تأثیرگذار باشند.

اما همانطور که انواع فروش‌های اینترنتی و خدمات جانبی که ارائه می‌دهند به خاطر ماندگاری حضور در عرصه رقابت، متنوع‌تر شده و روز به روز بیش از پیش مشتری‌مدارتر می‌شوند، فروش اینترنتی دارو نیز پیوسته در حال تخصصی‌تر شدن در جهت ارائه خدماتی مناسب‌تر و مشتری‌پسندتر است.



فروش اینترنتی دارو

در دنیایی که زندگی می‌کنیم هدف بسیاری از افراد کاهش هزینه‌های ریالی و زمانی آنهاست. در این میان هر فردی کم و بیش با مسأله تهیه داروهای مورد نیاز خود رو بروست. اما نحوه برخورد افراد برای حل این مسأله با هم متفاوت است. برخی از خانواده‌ها علیرغم تمام مشکلاتی که دارند، صف داروخانه‌ها را ترجیح می‌دهند. البته خانواده‌هایی هم هستند که در بیشتر موارد و از جمله برای خرید دارو، خرید اینترنتی را ترجیح می‌دهند. با این وجود به دلیل حساسیت بحث دارو افرادی که در این حرفه مشغول به کار هستند بایستی با وجدان و متعهد بوده و در برابر فعالیتی که انجام می‌دهند پاسخگو باشند.

البته با توجه به شرایط فعلی جوامع، به نظر می‌رسد در صورتی که فروشندگان اینترنتی دارو با هزینه مناسب و مطابق درخواست مشتریان، دارو را به آنها برسانند، این کسب و کار خانگی قادر است به خانواده‌ها کمک کند

تا سرمایه خود را در راستای سایر امور زندگی خود هزینه کنند و با قیمت مناسب، داروی مورد نظر خود را در زمان معین از طریق کسب و کارهای خانگی فروش اینترنتی دارو دریافت نمایند. در این میان فروش اینترنتی دارو می‌تواند از طرف ارائه دهندگان آن، به صورت عمومی یا تخصصی ارائه شود. یعنی شاغلین در این حوزه از مشاغل خانگی اعلام کنند برای "کلیه" داروها امکان فروش اینترنتی دارند و یا این که به طور تخصصی اقدام به فروش برخی از داروها نمایند. البته برخی داروها هستند که حیای افراد اجازه تهیه آن را از داروخانه‌ها نمی‌دهد و اینجاست که کسب و کار خانگی فروش اینترنتی دارو بایستی این فرصت را تشخیص داده و این داروها را در لیستی منسجم به اطلاع مراجعان سایت خود برساند.

با توجه به مواردی که بیان شد، در دنیای امروز و بخصوص با توجه به اجرایی شدن طرح هدفمند شدن یارانه‌ها و واقعی شدن قیمت حامل‌های انرژی در سال‌های آتی، فروش اینترنتی دارو به ضرورتی اجتناب‌ناپذیر تبدیل خواهد شد.

با توجه به مطالب گفته شده و بحث هدفمند شدن یارانه‌ها فرصت مغتنمی برای کسب و کار خانگی فروش اینترنتی دارو فراهم شده است که از طریق راهکارهای عملکردی، وضعیت هزینه‌های ریالی و زمانی افراد را در زمینه تهیه داروی مورد نیاز آنها بهبود بخشند.



مواردی که کسب و کارهای خانگی فروش اینترنتی دارو می‌توانند در آن حوزه‌ها فعالیت نمایند عبارتند از:

مواردی وجود دارد که می‌تواند به صورت کاملاً تخصصی توسط افراد علاقه‌مند به این حرفه دنبال شود. مواردی همچون:

✦ داروهای گیاهی

✦ داروهای شیمیایی

✦ داروهای ترکیبی

✦ داروهای مخصوص حیوانات

مزیت‌های فعالیت در حوزه فروش اینترنتی دارو:

- ❖ بالا رفتن شفافیت اقتصادی در حوزه خرید و فروش دارو.
- ❖ رقابتی شدن بازار فروش دارو.
- ❖ امکان انجام بهتر برنامه‌ریزی اقتصادی در حوزه خرید و فروش دارو.
- ❖ حذف فرآیند واسطه‌گری در حوزه خرید و فروش دارو.
- ❖ حذف هزینه‌های اضافی مربوط به بروشورهای تبلیغاتی برخی داروها برای تولید کنندگان این داروها.
- ❖ کوتاه شدن زمان تولید تا عرضه داروها.
- ❖ تسریع در فرآیند مبادله و معامله به دلیل نیاز فوری به داروها.
- ❖ امکان افزایش ظرفیت فروش در این حوزه.
- ❖ دسترسی به بازارهای جدید در این حوزه بخصوص در مورد بازار شرکت‌های نوپای داروسازی.
- ❖ فعالیت در یک شبکه بازار رقابتی در مورد دارو.
- ❖ استفاده از ظرفیت تولید اضافی در این حوزه.
- ❖ کمک به ارتقای کیفیت کالاها و خدمات عرضه شده در حوزه دارو.
- ❖ کمک به کاهش قیمت‌ها در حوزه دارو.
- ❖ امکان فعالیت در دوران رکود اقتصادی در این حوزه.
- ❖ امکان ورود داروهای انبار شده در چرخه اقتصادی.

ویژگی‌های فروش اینترنتی دارو

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

۱- با این روش می‌توان در هر لحظه از شبانه‌روز به مخاطبان سرویس‌دهی کرد.

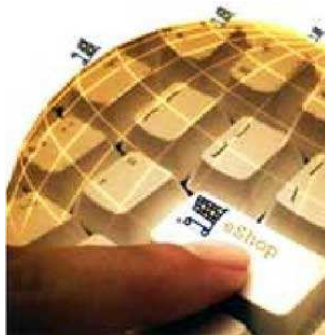
۲- به وسیله این روش محدودیت مکانی وجود ندارد و مخاطبان می‌توانند از هر مکانی از امکان خرید اینترنتی استفاده کنند.

۳- خریدار ساعت‌ها می‌تواند در سایت مشغول بررسی انواع داروهای مورد درخواست خود از شرکت‌های مختلف داروسازی ارائه شده در سایت باشد.

۴- تبلیغات در سایت کم هزینه‌تر خواهد بود.

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

۶- عدم صرف هزینه ریالی و زمانی رفت و آمد برای خریداران اینترنتی دارو را به همراه خواهد داشت.



راهبردهایی برای فروش اینترنتی دارو

- شما به عنوان فروشنده اینترنتی دارو بایستی سعی کنید قیمت روز داروها را در اختیار داشته باشید. از طرفی قیمت‌های مختلفی را که همان دارو به خاطر شرکت تولیدی متفاوت ممکن است داشته باشد، را بنا به این که ساخت کدام شرکت‌های داروسازی را امکان ارائه دارید، در سایت خود به خریداران اعلام کنید.
- بررسی میزان تقاضای دارو به صورت اینترنتی توسط مشتریان یعنی اینکه آیا فرد اعتماد می‌کند و کلیه داروهای مورد نیاز خود را اینترنتی سفارش می‌دهد و یا اینکه فقط قسمتی از داروهای مورد نیاز خود را که حساسیت بالایی ندارند از طریق اینترنت سفارش دهد، با روحیات مشتریان این خدمات رابطه مستقیمی داشته و فروشندگان اینترنتی دارو بایستی بتوانند تاثیرات عمیقی بر میزان درخواست و رضایتمندی مشتریان بالفعل خود بگذارد و سبب جذب مشتریان بالقوه خود شوند.
- شما به عنوان فروشنده اینترنتی دارو بایستی طوری برنامه‌ریزی کنید تا آن قدر به وقت‌شناسی در تحویل به موقع دارو به سفارش دهنده آن، حساس بوده و تعهد در فرآیند کاری خود داشته باشد که بتوانید بیشترین سازگاری را با طبع و روحیات متفاوت مشتریان خود برقرار کنید و سبب جذب مشتریان بالقوه متقاضی خرید اینترنتی دارو شوید.

- هدف اصلی از ایجاد و توسعه فروش اینترنتی دارو، کاهش هزینه‌ها و افزایش رضایت‌مندی متقاضیان این خرید اینترنتی می‌باشد تا در عین نگهداری مشتریان خود سبب جذب مشتریان بالقوه گردد.
- شما به عنوان فروشنده اینترنتی دارو بایستی با به کارگیری افرادی مسئولیت‌پذیر و متعهد و در عین حال آشنا به ریزه کاری‌های این حرفه، رضایت خاطر مشتریان خود را به ارمغان بیاورید تا با دریافت به موقع سفارش مطلوب خود بتوانید به وظیفه خود عمل کنید.

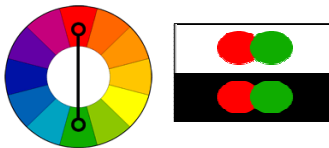
اهمیت و ضرورت این کسب و کار

به نظر می‌رسد دوره‌ای که بشر بایستی همه مایحتاج خود را به تنهایی و با صرف وقت بسیار تهیه کند گذشته است. امروز بسیاری از افراد سعی می‌کنند در کار خود حرفه‌ای عمل کنند زیرا مدرک تحصیلی صرف، ارزش خود را از دست داده است. به همین دلیل افراد بایستی به دنبال کسب و یا افزایش مهارت‌های حرفه‌ای باشند و برای افزایش مهارت و پرداختن به علایق خود و از طرف دیگر حضور به موقع در محل کار خود بایستی بتوانند زمان خود را به بهترین شکل آن صرف کنند. در این میان و علیرغم نداشتن وقت برای ضروری‌ترین نیازها و از جمله آن تهیه دارو برای عزیزان خود که گرفتار

بیماری هستند و بسیاری دلایل دیگر از این دست، اهمیت و ضرورت این کسب و کار را نشان می‌دهد.

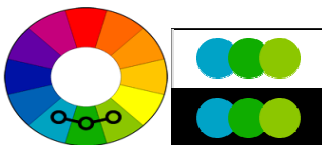
جایگاه تبلیغات در فروش اینترنتی دارو

نکته حائز اهمیت که می‌توان آن را به فروشندگان اینترنتی دارو نیز یادآوری نمود این است که فراموش نکنند، امروز تبلیغات یک جنگ است! یک جنگ بدون کینه و خون‌ریزی مانند بازی شطرنج. برای پیروزی نیاز به مهارت و دانش داریم. نکات مختلفی در این زمینه اهمیت پیدا می‌کند. یکی از نکات مهم تبلیغاتی، داشتن اطلاعات در خصوص رنگ‌آمیزی سایت شماست. شما به عنوان فروشنده اینترنتی دارو می‌توانید با به کارگیری تأثیر رنگ‌های بکار رفته در سایت خود و اصول مشتری مداری در افزایش میزان سفارشات و پایایی متقاضیان خرید اینترنتی دارو بکوشید و سبب جذب دیگرانی شوید که بالقوه متقاضی خرید اینترنتی دارو هستند. در مورد سایت خود، مواردی را که می‌توانید در خصوص روانشناسی رنگ‌ها به صورت کاربردی استفاده کنید، عبارتند از:



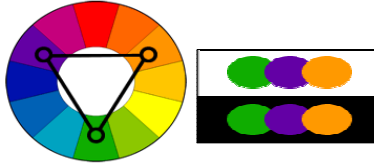
مکمل‌ها Complementary:

رنگ‌هایی که مقابل یکدیگر در دایره رنگ قرار دارند به عنوان رنگ‌های مکمل شناخته می‌شوند. (مثال: سبز و قرمز). کنتراست بالایی که در رنگ‌های مکمل وجود دارد انرژی و تحرک زیادی را القا می‌کند. به ویژه زمانی که رنگ‌ها را خالص به کار ببریم. اما باید به یاد داشت که این حالت باعث اذیت بیننده نشود. رنگ‌های مکمل به هیچ وجه مناسب متن نیستند.



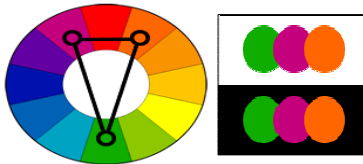
رنگ‌های متشابه Analogous:

رنگ‌های متشابه، رنگ‌هایی هستند که در دایره رنگ در کنار هم قرار دارند. این رنگ‌ها معمولاً با یکدیگر خیلی خوب جور می‌شوند و صحنه و طرح‌های زیبایی را به جا می‌گذارند. این رنگ‌ها در طبیعت به راحتی پیدا می‌شوند و هارمونی که به وجود می‌آورند بسیار دل نواز است. به یاد داشته باشید که به هنگام استفاده از این نوع رنگ‌ها، کنتراست و تضاد کافی را داشته باشید. یک رنگ را به عنوان رنگ اصلی انتخاب کنید، رنگ دوم رنگ حمایت کننده و رنگ سوم (ترکیب شده با سیاه، سفید یا خاکستری) باشد.



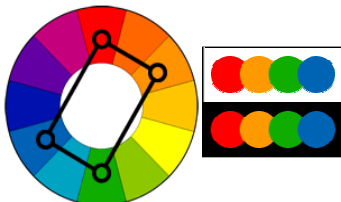
سه گانه‌ها (ثلاثی یا Triadic):

این رنگ‌ها در دایره رنگ در ۳ نقطه مساوی قرار گرفته‌اند. (سه گوشه مثلث متساوی‌الاضلاع). هارمونی در رنگ‌های سه گانه کاملاً پر تحرک هستند، حتی اگر آنها بسیار کم رنگ و یا ترکیب شده با خاکستری به کار برده شوند. برای داشتن یک هارمونی سه گانه موفق باید توازن را دقیقاً رعایت کرد؛ یک رنگ را رنگ اصلی و دو رنگ دیگر را پایه آن قرار دهید.



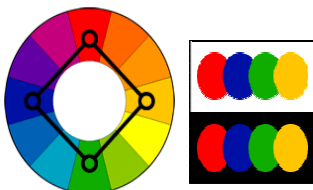
مکمل‌های متساوی‌الساقین Split-Complementary:

این مثلث از رنگ‌ها شاخه‌ای از رنگ‌های مکمل هستند. علاوه بر رنگ اصلی دو رنگ هم جوار رنگ مکمل آن را انتخاب می‌کنیم تا الگوی متساوی‌الساقین را داشته باشیم. این روش از ایجاد هارمونی بسیار مفید برای افراد مبتدی است، چرا که مشکل می‌توان ترکیب بدی از آن ساخت.



مستطیل یا Rectangle یا tetradic:

رنگ‌های مستطیلی چهار رنگ هستند که دو به دو با هم مکملند. این الگوی قوی امکان ایجاد تنوع بسیار زیادی را به وجود می‌آورد. برای گرفتن نتیجه بهتر یکی از رنگ‌ها را رنگ اصلی قرار دهید، همچنین باید توازن را بین رنگ‌های گرم و سرد رعایت کنید.



مربع Square:

الگوی مربع شبیه به الگوی مستطیل است، اما هر ۴ رنگ در آن در چهار نقطه از دایره به فاصله مساوی از یکدیگر قرار گرفته اند. در این وضعیت نیز اگر یک رنگ را اصلی قرار دهید و توازن رنگ‌های گرم و سرد را رعایت کنید نتیجه خوبی از آن می‌گیرید.

موارد دیگری که بایستی آن را مد نظر قرار دهید این است که از سایت‌های مختلف در حوزه کاری خود دیدن کنید و در کنار توجه به رنگ‌آمیزی که مورد استفاده قرار داده‌اند، کلمات تحریک کننده‌ای را که به کار برده‌اند ملاحظه کنید، حوزه فروش اینترنتی دارو را مد نظر قرار دهید. شما می‌توانید با مشتریان خود صادقانه برخورد کنید، برخوردی که مبنای ماندگاری این مشتریان گردد.

اگر شما در افزایش سطح معلومات عمومی خود کوشا باشید و مواردی از پیشگیری برخی بیماری‌های رایج را در سایت خود قرار دهید کمک می‌کنید تا مشتریان بیشتری جذب سایت شما گردند و این یک شیوه قابل قبول در حوزه دارو برای شما محسوب می‌گردد.



فرآیند ارائه خدمات

با توجه به این که در این کسب و کار خانگی فروش دارو به صورت مجازی صورت می‌گیرد؛ بایستی شرایط مخاطب و نحوه فروش دارو به طور کامل لحاظ شود. مسلماً توجه به نحوه فعالیت اقتصادی به صورت مجازی بسیار اهمیت دارد. از طرف دیگر بایستی طوری به صورت مجازی فعالیت نمود که مخاطب در درجه اول اهمیت قرار بگیرد، یعنی بایستی در سایت خود اطلاعاتی قرار دهید که مخاطب ضمن آشنایی کامل با نحوه عملکرد شما، به طور کامل اطمینان حاصل کند که فعالیت شما سالم و قابل اعتماد است و از طرف دیگر برای وی جذاب باشد که به طور کامل مطالب سایت شما را بخواند و تشویق شود که به نوعی خرید داروی خود را از شما انجام دهد.

اطلاعاتی که بایستی در سایت دیده شود

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

معرفی کسب و کار خانگی خود به عنوان فروشنده اینترنتی دارو

برای موفقیت در فعالیت تجاری به صورت مجازی بسیار اهمیت دارد که مخاطبان به صورت کامل با کسب و کار خانگی شما آشنا شوند. در این قسمت بسیار مناسب است که شما به عنوان مسئول فعالیتهای تجاری شرحی از فعالیتهای خود ارائه نمایید. در ضمن امکان ارتباط در شکل گیری اطمینان خاطر برای مخاطبان نیز بسیار حائز اهمیت است. در حقیقت ارائه هرگونه اطلاعاتی که باعث شود مخاطبان شناخت بهتری از شرکت و فعالیت شما داشته باشند، باعث افزایش موفقیت فعالیت شما می‌شود. در کنار این موارد زمانی که مخاطب اطمینان پیدا کند که می‌تواند به آسانی با شما ارتباط برقرار کند احتمال این که این مخاطب تبدیل به یک مشتری شود بسیار زیاد است.

ارائه مزایای خرید اینترنتی دارو برای بازدید کنندگان از سایت

برای موفقیت در این فعالیت اقتصادی بهتر است در قسمتی از سایت خود قسمتی را به ارائه معرفی مزایای خرید اینترنتی دارو برای بازدید کنندگان اختصاص دهید. مخاطبان و بازدید کنندگان سایت شما با خواندن مطالب مربوط به مزایای خرید اینترنتی دارو، نظر آنها، بیشتر جلب می‌شود.

بیان نحوه فروش به مخاطب

بسیار اهمیت دارد که در قسمتی از سایت خود به صورت کاملاً مشخص و روشن و به طریقی که برای مخاطب شما جذاب باشد، نحوه فروش خود را توضیح دهید. بدین ترتیب مخاطب ارتباط مناسبی با فعالیت شما برقرار می‌کند.

لیست داروهای قابل عرضه

در قسمتی از سایت خود، بایستی لیست داروهایی را که می‌توانید آنها را به مشتریان خود عرضه کنید، قرار دهید. در این مورد توجه ویژه‌ای داشته باشید زیرا مخاطبان با نگاه کردن به این لیست در مورد شما و توانمندی‌های شما اظهار نظر می‌کنند. سعی کنید این لیست حاوی اطلاعات جامع و مناسبی از آن داروها باشد تا از یک طرف در صورت نیاز مخاطب، ترغیب شود از سایت شما خرید کند و از طرف دیگر با بالاتر رفتن سطح اطلاع‌رسانی سایت شما، حتی اگر مخاطبی احساس خوبی از خرید اینترنتی دارو نداشت، ترغیب شود عضو سایت شما شده و در آینده از شما خرید کند.

لیست داروهای تقاضا شده

در قسمت دیگری از سایت خود می‌توانید لیستی از داروهای تقاضا شده توسط مشتریان خود را ارائه کنید. این قسمت به شما کمک می‌کند که به

بازدیدکنندگان سایت خود نشان دهید که فعالیت شما رونق دارد و پاسخگوی نیاز مخاطبان خود هستید.

پرسش و پاسخ

با توجه به جدید بودن این نوع فعالیت از نظر فروش اینترنتی دارو، که به تبع آن روبرو بودن مخاطب با فضای مجازی را به همراه دارد، به دلیل این روبرو بودن مخاطب با فضای مجازی، بسیار اهمیت دارد که در قسمتی از سایت خود فضایی برای پرسش و پاسخ اختصاص داده شود تا مراجعه‌کنندگان به سایت شما بتوانند سوالات مورد نظرشان را بپرسند و از این طریق بتوانید ابهامات ایجاد شده در ذهن آنها را از بین ببرید.



خلاقیت برخی از متولیان فروش اینترنتی دارو نیز می‌تواند به این شکل باشد که آنها در صفحه اول سایت خود لیست داروهایی که می‌توانند به

فروش برسانند را ارائه کنند و مخاطب روی هر دارو که کلیک کرد این امکان را داشته باشد که به صفحه توضیحات تکمیلی‌تر در مورد آن دارو برود که در این صفحه مخاطب می‌تواند لیست داروهای گیاهی که خواصی مشابه همان داروی شیمیایی را دارند ملاحظه کند. حالا با توجه به قیمت داروی شیمیایی (و احیاناً قیمت داروی گیاهی) روی چرخ خرید تعبیه شده در این صفحه کلیک کند و در صفحه‌ای که باز می‌شود به وسیله کارت اعتباری و یا فیش بانکی اسکن شده خود بتواند خریدش را کامل کرده و یک کد رهگیری دریافت نماید. مناسب است در همه صفحات یک تلفن تماس درج شود و ساعات پاسخگویی نیز قید شود.

کسانی که علاقمند هستند به صورت خلاقانه تأمین کننده کلیه نیازهای دارویی افراد باشند لازم است در خصوص داروهایی که پزشک معالج آن را تجویز می‌کند نیز راهکاری داشته باشند. در این مسیر بهتر است شخصی که اقدام به فروش اینترنتی می‌کند کسی باشد که خود دکترای داروسازی دارد و مجوز داروخانه نیز دارد و یا اینکه شخصی باشد که امکان دسترسی فوری به دکتر داروساز را برای مهر کردن نسخه و تأیید نهایی داشته باشد. در این صورت کسی که خواستار خرید اینترنتی داروهای نسخه خود است با یک تماس تلفنی به شما به عنوان کسب و کار خانگی فروش اینترنتی دارو آدرس خود را اعلام می‌کند. شما به عنوان متولی این کسب و کار خانگی بلافاصله

با موتور و یا پیک موتوری (صرفاً به خاطر سرعت عمل بیشتر) به آدرس فرد مراجعه می‌کنید و نسخه را تحویل گرفته و یک شناسه کاربری (که اسم خود شخص است) و رمز عبور ساده (که چهار رقم آخر شماره کد ملی اوست) به فرد می‌دهید. قبل از آن که پیک موتوری از فرد خداحافظی کند ضمن تماس با شما قیمت تقریبی داروی فرد را به او اطلاع می‌دهد و قیمت تقریبی داروها و یا یک کارت شناسایی از وی اخذ می‌کند. ظرف مدت کوتاهی فرد این امکان را دارد که با آن رمز عبور و شناسه کاربری به سایت شما وارد شده و اسکن شده نسخه خود را ببیند و شما روی همان صفحه لیست داروهای نسخه را به همراه هزینه آن اعلام می‌نمایید. در این صفحه قیمت‌های مختلف داروهای نسخه که ساخت شرکت‌های مختلف داروسازی هستند نمایش داده می‌شود. همین‌طور در همان صفحه اگر داروهای نسخه، نمونه خارجی نیز داشته باشند به انضمام قیمت‌های آن نمایش داده می‌شوند. سپس فرد با انتخاب کارخانه داروسازی و یا نمونه خارجی داروی خود به قسمت پرداخت اینترنتی جمع کل نسخه خود می‌رود (این در مورد مشتریانی است که این شیوه را ترجیح می‌دهند زیرا ضمن ارتباط از طریق پیک موتوری نیز امکان پرداخت وجه خود را دارند که در این صورت استفاده از پیک موتوری معتمد یک ضرورت است)، سپس با تأیید نهایی انتخاب خود، ظرف مدت کوتاهی نسخه خود را مهر شده توسط پیک موتوری تحویل می‌گیرند. کسانی که هزینه داروهای خود را یا

تتمه هزینه داروی خود را در پایان فرآیند پرداخت می‌کنند، پس از پرداخت، کارت شناسایی خود را دریافت می‌نمایند.

روش دوم این است که افرادی متقاضی خدمات شما با ارسال نسخه اسکن شده خود به شما، از داشتن دارو و همچنین هزینه آن اطلاع حاصل یافته و در صورت تمایل به خرید، با شما تماس می‌گیرند.

لازم بذکر است در خصوص داروهایی که فروش آنها نیازی به مجوز ندارد که اصطلاحاً به آن OTC می‌گویند شما نیازی به طی کردن مراحل فوق‌الذکر را نداشته و تنها با گرفتن آدرس و درخواست از مشتری می‌توانید آنها را در درب منزل تحویل دهید.

خدمات قابل ارائه

- فروش داروهای شیمیایی
- فروش داروهای گیاهی
- فروش مکمل‌ها و داروهای بدنسازی
- فروش محصولات بهداشتی
- فروش تجهیزات پزشکی ساده مانند دستگاه بخور، دستگاه فشارخون، تست قند خون و...

۷ اصل زیر را برای افزایش فروش دارو در اینترنت

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

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

🚩 شما باید وب سایتی داشته باشید که کاملاً حرفه‌ای به نظر بیاید. وب سایت مهمترین ابزاری است که شما برای فعالیت اقتصادی در اینترنت در اختیار دارید. احساس اولیه‌ای که شما در بازدید کنندگان خود به وجود می‌آورد می‌تواند تعیین کند که آنها به انجام فعالیت اقتصادی با شما رو می‌آورند یا خیر!

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

🚩 شما باید در طراحی وب سایت خود توجه ویژه‌ای به رتبه‌بندی بالا در موتورهای جستجو داشته باشید. کلید واژه‌ها، عناوین صفحات، تصاویر،

مطالب و طراحی ظاهری مهمترین عواملی هستند که در رتبه‌بندی وب سایت شما موثر خواهند بود. سعی کنید همواره اطلاعات بیشتری در مورد بهینه‌سازی صفحات سایت خود در وب بیاموزید.

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

جلب توجه- با استفاده از عناوین (تیتر) درشت به صورت مستقیم و غیر مستقیم از بازدیدکننده بخواهید که به موضوع مورد نظرشان توجه کند. علاقه‌مند کردن- با استفاده از ترفندهای مختلف باعث ایجاد علاقه‌مندی و حس کنجکاوی بازدیدکننده خود شوید.

جزئیات- جزئیات کامل و دقیقی از محصولات و خدمات خود به مشتری ارائه کنید.

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

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

وب سایت‌های وجود دارند که بنا به نوع فعالیت‌شان مطالب مختلفی از قبیل مقاله، خبر و... را به صورت به روز شده و آماده در اختیار شما می‌گذارند. اگر شما نیرو و وقت کافی برای این کار را ندارید کافی است با استفاده از چند خط کد در صفحه‌ای از وب خود هر روز مطالب جدید و به روزی در سایت خود داشته باشید. با این کار دیگر هیچ وقت نگران به روز کردن وب سایت خود در برخی از بخش‌ها نخواهید بود.

🚩 بخش‌های آموزشی رایگان راه‌اندازی کنید. وب‌سایت شما جایگاهی برای برقراری تعامل دوطرفه بین خدمات شما با بازدیدکنندگان است. شما باید

بازدیدکننده‌های خود را با ترندهای مختلف قانع کنید که در هر صورت به خدمات شما نیازمند هستند. این کار می‌تواند در خلال ارائه مقالات، آموزش‌ها، کتاب‌های الکترونیکی رایگان و یا دوره‌های آموزشی خودکار آن‌لاین صورت پذیرد.

🚩 گواهینامه‌های اعتباری خود را به مشتریان نشان دهید و به آنها یادآوری کنید. شما باید اعتماد بازدیدکنندگان را به دست آورید. همچنین با نشان دادن رضایت‌مندی‌های سایر مشتریان می‌توانید اطمینان خاطر آنها را نسبت به خود و خدماتتان جلب نمایید. برای این کار می‌توانید صفحه‌ای را در سایت خود به معرفی این تاییدیه‌های و رضایت‌نامه‌ها اختصاص دهید. پس فراموش نکنید که از مشتریان خود بخواهید در صورت رضایت‌مندی از شما فرم‌های خاصی را برای شما پر کنند.

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

🚩 به بازدیدکنندگان سایت خود اطلاعات کاملی در مورد حریم شخصی اطلاعات آنها در سایت خود توضیح دهید. برای این کار می‌توانید صفحه‌ای را طراحی کنید و در مورد مصارفی که از اطلاعات شخصی

آنها که در اختیار شما قرار داده‌اند به مردم توضیح دهید. بدین ترتیب شما می‌توانید اعتماد مخاطبان خود را هرچه بیشتر جلب نمایید.

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

📌 ریسک را کاهش دهید. برای افزایش در ارائه خدمات سایت، شما باید ریسک مشتری را نسبت به فعالیت شما با ارائه ضمانت نامه کاهش دهید. ضمانت شما در قبال کالاهایتان می‌تواند مشتریان بالفعل خدمات شما را افزایش دهد.

طراحی یک سایت حرفه‌ای عامل مهمی در کسب موفقیت می‌باشد. بنا براین باید روی این کار وقت بگذارید و مطمئن شوید که به دنبال چه چیزی هستید. اگر شما مطمئن نیستید که توانایی راه‌اندازی وب سایتی کامل برای بدست آوردن موفقیت در کسب و کار خود هستید این کار را به افراد ماهر در این زمینه بسپارید چرا که موفقیت شما در گرو آن خواهد بود.

اشتباهاتی که باعث نابودی کسب و کار شما خواهد شد

به جرأت می‌توان گفت که بسیاری از سایت‌هایی که با هدف کسب و کار راه‌اندازی شده‌اند همچون قایق‌های کوچکی در دریای بزرگ وب گم

شده‌اند. وب سایت شما انعکاس مستقیمی از وضعیت شما و کسب و کارتان است. ظاهر سایت شما شاخص مهمی برای تخمین ارزشی است که شما برای وب سایت‌تان قائل هستید. به عبارت دیگر اگر وب سایت شما در نگاه اول حرفه‌ای و جذاب به نظر نرسد نشانگر ارزش پایین محصولات یا خدمات شما خواهد بود.

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

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

اگر آنها چیزی را که به دنبالش هستند در سایت شما نیابند سریعاً سایت شما را ترک می‌کنند و به سایت دیگری مراجعه خواهند کرد. اگر شما

می‌خواهید که بازدیدکنندگان در سایت شما بمانند برای آنها مطالب و محتوای مناسبی را با سازماندهی خوبی و جذابی فراهم کنید. برای آنها دلیل و بهانه‌ای را بوجود آورید تا علاقه‌مند شوند دیگر صفحات وب سایت شما را نیز مطالعه کنند و در آینده نیز به شما مراجعه کنند.

با توجه به مطالب بالا در زیرلیستی از اشتباهات نابود کننده وبسایت‌های کسب و کار ارائه می‌شود.

- ◆ کندی زمان بارگذاری
- ◆ جلوه ظاهری ضعیف
- ◆ مشکلات دستوری و املائی در محتوا
- ◆ عدم داشتن اطلاعات برای برقراری ارتباط با شما
- ◆ ضعف محتوایی از نظر کمی و کیفی
- ◆ لینک‌ها یا عناصر گرافیکی غیر فعال
- ◆ مشکلات سازگاری با مرورگرهای مختلف
- ◆ سرعت کم بارگذاری عناصر گرافیکی
- ◆ حجم زیاد گرافیک سایت
- ◆ استفاده بیش از حد از تصاویر انیمیشن
- ◆ استفاده بیش از حد از خطوط و تصاویر گرافیکی برای جدا کردن بخش‌های مختلف صفحات

- ♦ پس زمینه‌ای که باعث حواس پرتی بازدیدکننده شود
 - ♦ تعداد زیاد بنر
 - ♦ استفاده از قلم خیلی ریز یا خیلی بزرگ
 - ♦ ضعف در طراحی و کاربرد جداول
 - ♦ سازماندهی نامناسب ساختار ظاهری صفحه
 - ♦ تفاوت اساسی در پس زمینه یا طراحی هر یک از صفحات به گونه‌ای که احساس کنیم به سایت جدیدی وارد شده‌ایم.
 - ♦ پخش موسیقی به صورت اتوماتیک
 - ♦ درهم و برهم بودن مطالب در صفحه
 - ♦ تبلیغات زیاد
 - ♦ پیام‌های تبریک و خوش آمدگویی بزرگ در صفحه
 - ♦ تنوع زیاد رنگ‌ها در متن
 - ♦ پیغام غیر فعال بودن سایت با عبارت در دست ساخت
 - ♦ متن‌های متحرک
 - ♦ استفاده از قلم‌های مختلف در یک صفحه
- زمانی را صرف بررسی دقیق این نکات در سایت خود کنید و آن را با
سایتی که فکر می‌کنید حرفه‌ای است مقایسه نمایید.

طراحی ساده و خوب می‌تواند فروش سایت شما را تضمین کند. اگر فروش سایت شما آنچنان که انتظار دارید نیست جداً وقتی را برای ارزیابی سایت خود قرار دهید و در آن تغییراتی به اجرا درآورید پیش از آنکه برای تبلیغات آن وقت و پول خود را هزینه کنید.



هفت روش ساده برای افزایش ترافیک سایت یا وبلاگ شما

در دنیای گسترده وب سایت های اینترنتی و در حالی که در موضوعات گوناگون هزاران سایت مشغول به کار هستند مهمترین دغدغه مدیران سایت ها جذب مخاطبان بیشتر برای سایت می باشد. در اینجا قصد داریم اشاره‌ای داشته باشیم به پنج روش بسیار ساده ولی موثر برای جذب مخاطب برای سایت یا وبلاگ

۱- نوشتن مقالات

نوشتن مقاله در موضوعاتی که به وب سایت شما مربوط می‌شوند و انتشار دادن آنها از طرورق مختلف یکی از روش‌های موثر برای جذب مخاطبان جدید است که از سه جنبه دارای اهمیت است.

الف) افرادی که علاقه‌مند به مطالعه مقالات شما هستند برای دستیابی به مقالات بیشتر در موضوعاتی که شما به آنها پرداخته‌اید بر روی لینک سایت شما که در دیگر سایت‌ها منتشر شده کلیک می‌کنند. این کار برای سایت شما بازدید کننده‌های دائمی جدیدی جمع خواهد کرد.

ب) در صورت گسترده شدن و توزیع مقالات شما در وب تعداد لینک‌هایی که به وبلاگ یا سایت شما ختم می‌شوند بیشتر و بیشتر خواهد شد و در اثر همین کار موقعیت سایت شما در موتورهای جستجو بیش از گذشته بالا خواهد رفت و در هنگام جستجو در رده‌های بالا قرار می‌گیرد.

ج) با افزایش تعداد مقالات و در کل محتوای مربوط به ساختار کاری سایت شما، حجم کلمات کلیدی نیز خواه ناخواه افزایش پیدا می‌کند و در نتیجه موتورهای جستجو در محدوده بیشتری از کلمات نسبت به نمایش سایت شما عمل می‌کنند و شما می‌توانید خوانندگان بیشتری را جذب کنید.

۲- انجمن‌های شبکه‌ای

تعداد بسیار زیادی انجمن‌های بحث و گفتگو در موضوعات مختلف در اینترنت وجود دارند و بیشتر آنها به کاربران خود اجازه می‌دهند اطلاعات مختلفی درباره خودشان در سایت ثبت کنند. این اطلاعات می‌تواند شامل اطلاعات شغلی، آدرس وب سایت و حتی تبلیغات باشد. با استفاده از این بسترها و آشنایی و شرکت در مباحث حوزه کاری خود پاسخ سوالات مطرح شده توسط دیگران را ارائه کنید و از این طریق اعتمادی در دیگران نسبت به سطح آگاهی خود از موضوعات مختلف ایجاد کنید و از آنها بخواهید برای دریافت اطلاعات بیشتر از سایت شما بازدید کنند. البته این کار را باید با رعایت حال دیگران انجام دهید و کار با ارزش خود را پایین نیاورید.

۳- تبادل لینک

تبادل لینک دو مزیت برای شما به همراه خواهد داشت.

اولاً، هر چه بیشتر به تبادل لینک با سایر سایت‌ها و وبلاگ‌های مختلف پردازید شانس بیشتری را برای دیگر افراد بوجود خواهید آورد تا سایت شما را پیدا کنند.

ثانیاً این کار تاثیر بسیار زیادی در بهبود موقعیت سایت شما در موتورهای جستجو دارد. چرا که شانس شما را برای قرار گرفتن در موقعیت‌های بالایی و صفحات ابتدایی کاوش‌های کاربران بالا می‌برد.

در زیر به چند نکته مختلف در مورد تاثیرات تبادل لینک اشاره می‌شود.

✚ با سایت‌هایی تبادل لینک کنید که مطمئن هستید برای خوانندگان شما جالب توجه هستند.

✚ به سایت‌هایی که بدون ترتیب و نظم خاصی با تعداد بسیار زیادی سایت تبادل لینک کرده‌اند لینک ندهید چرا که تاثیری در افزایش ترافیک سایت شما نخواهد داشت.

✚ لینک سایت خود را در دایرکتوری‌های مختلف به ثبت برسانید.

✚ با مدیران سایت‌ها و وبلاگ‌های مختلف برای جلب نظر ایشان برای تبادل لینک از طریق ایمیل وارد مذاکره شوید.

۴- امضای پایین ایمیل

یکی از بهترین و راحت‌ترین کارها برای جذب مخاطبان بیشتر برای وب سایت که بیشتر اوقات نیز فراموش می‌شود استفاده از نشانی وب سایت در پای ایمیل‌های ارسالی است.

بسیاری از ما در روز ایمیل‌های مختلفی برای دیگران ارسال می‌کنیم ولی در انتهای نامه فقط به ذکر نام خود اقدام می‌کنیم در حالی که می‌توان در انتهای نامه در جملاتی کوتاه وب سایت خود را معرفی کرده و لینک آن را برای ورود در اختیار خوانندگان ایمیل قرار داد. مطمئن باشید که این کار در طول مدت زمانی نتیجه مثبتی برای شما به همراه خواهد داشت.

۵- مدیریت حجم صفحات

یکی از ساده‌ترین راهکارهای جذب مخاطب، کنترل و مدیریت تک تک صفحات وب سایت است. اجازه ندهید زمان بازشدن صفحات سایت شما بسیار طولانی شود چرا که قطعاً بازدیدکننده قید مطالعه و بازدید از سایت شما را خواهد زد.

۶- اطلاع‌رسانی

شاید عده‌ای غیرغم تمایل به مطالعه سایت شما دقیقاً از تاریخ به روزرسانی آن آگاه نباشند و یا آدرس سایت شما را فراموش کرده باشند. با این تصور از دیگر روش‌هایی که می‌تواند باعث افزایش و ثبات در تعداد بازدیدکنندگان سایت شود تهیه یک لیست از ایمیل خوانندگان ثابت و اطلاع‌رسانی برای به روز شدن سایت است.

۷- به روزرسانی منظم

افراد برای مراجعات بعدی به سایتی که برای بار اول نظر آنها را جلب کرده نیازمند محرک‌های مختلفی هستند. یکی از مهمترین این محرک‌ها برای تداوم ارتباط مخاطبان با سایت به روز رسانی در فواصل زمانی منظم و معقول است. فواصل زمانی را می‌توان بر حسب نوع فعالیت سایت، ذائقه مخاطبان و حجم مطالب تعیین کرد.

ده راه ساده برای طولانی تر کردن زمان حضور بازدیدکنندگان در سایت

شاید شما نیز تا به حال موضوع تمایل یا عدم تمایل برای صرف وقت جهت بازدید از یک فروشگاه را تجربه کرده باشید. علت ایجاد رغبت یا تحریک برای ترک فروشگاه می‌تواند شامل مسائل مختلفی باشد. به عنوان نمونه کیفیت کالاها، برخورد فروشنده، طراحی ظاهری و... همه از مواردی هستند که می‌تواند به حضور بیشتر مشتری در فروشگاه کمک کند. هر چه این حضور طولانی تر و با آرامش بیشتری همراه باشد در نهایت به خرید منجر می‌شود. این میل و رغبت در خرید می‌تواند زمینه‌ساز مراجعه‌های بعدی مشتری به همان فروشگاه و انجام خریدهای متعدد شود.

این مسئله در مورد سایت‌های اینترنتی نیز صادق است؛ یعنی هر چه بازدیدکنندگان زمان بیشتری را در سایت صرف کنند شما نیز زمان بیشتری را برای متقاعد کردن آنها به خرید کالاها یا خدمات خواهید داشت. در واقع شما به عنوان یک مدیر سایت باید دلیلی برای تامل و صرف وقت بیشتر از سوی بازدیدکنندگان برای آنها فراهم کنید. در ادامه به ۱۰ راه ساده اما موثر جهت طولانی کردن زمان حضور بازدیدکننده در سایت به شما معرفی می‌شود.

۱- مطالبی را در وب سایت خود ارائه کنید که بازدیدکنندگان در هیچ سایت یا نشریه مکتوب دیگری نتوانند آن را پیدا کنند. این بدان معنی است که

تولید محتوای اختصاصی جزو مهمترین اصول برای جذب خوانندگان بیشتر و ترغیب آنها برای مطالعه مطالب از منبع اصلی است.

۲- به کاربران خود یادآوری کنید که می‌توانند بدون محدودیت از مطالب سایت شما پرینت تهیه کنند و در فاصله این کار شما امکان دارید تبلیغات و اطلاعات جذابی را در حاشیه مطالب و صفحه سایت به خواننده نمایش دهید. با این کار باعث می‌شوید خواننده ناخود آگاه نشانی سایت شما را نیز در کاغذ پرینت شده به هنگام مطالعه مشاهده کند و در نتیجه نام سایت خود را برای مراجعه‌های بعدی در ذهن او جا انداخته‌اید.

۳- برای کاربران سایت خود امکانات رایگانی را در نظر بگیرید و از این طریق از آنها بخواهید با تکمیل کردن فرم‌های کوتاهی این امکانات را دریافت کنند این موضوع می‌تواند باعث طولانی‌تر شدن زمان حضور بازدیدکننده در سایت شود.

۴- به کاربران سایت امکان دانلود نرم‌افزارهایی را به صورت رایگان و یا با محدودیت زمانی بدهید. در مدت زمانی که آنها مشغول دانلود هستند ناگزیر از مشاهده مطالب تبلیغی صفحات مختلف سایت شما هستند.

۵- مجموعه اطلاعات ارزشمند، کاربردی و زیادی را در حوزه تخصصی خود آماده کنید و با ایجاد قابلیت جستجو به کاربران خود این امکان را بدهید

تا اطلاعاتی که ممکن است در آینده به آنها نیاز پیدا کنند در اختیار داشته باشند.

۶- خیلی صادقانه و بدون تکلف همانند ابتدای کار به کاربران خود بگویید که چه پیشنهادهای و امکاناتی در سایت شما برای آنها فراهم است. مطمئن باشید که در صورت گیج کردن مردم در مورد ماهیت کاری سایت و امکانات قابل استفاده آنها خیلی زود سایت شما را ترک می‌کنند.

۷- محتوای سایت خود را حرفه‌ای و دقیق منتشر کنید. کاربران در صورت مشاهده اشتباه‌های فراوان املائی و انشایی فراوان سایت شما را ترک خواهند کرد.

۸- خواندن متن‌های سایت را برای کاربران آسان کنید. مردم دوست ندارند با مطالعه متن‌های ریز و خیلی روشن به چشم خود فشار بیاورند.

۹- از تیترها و سو تیترها در صفحات سایت خود استفاده کنید. چرا که باعث جلب توجه بازدیدکنندگان خواهد شد. این موضوع باعث ترغیب خواننده به مطالعه تمام مطالب می‌شود.

۱۰- از به کار بردن مطالب طولانی، بسیار تخصصی و یا سطح پایین در صفحات سایت خودداری کنید. همیشه سطح مناسبی را از نظر کمی و کیفی برای محتوای سایت در نظر بگیرید.

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 خانگی	۶۰۰۰۰۰۰
۲	پرینتر لیزری	۲۰۰۰۰۰۰
۳	فکس	۱۵۰۰۰۰۰
۴	خط تلفن	۵۰۰۰۰۰۰
۵	اینترنت پرسرعت (هزینه یک سال)	۴۰۰۰۰۰۰
۶	اسکتر	۱۵۰۰۰۰۰
۷	میز تحریر و صندلی	۱۰۰۰۰۰۰
مجموع		۱۶,۵۰۰,۰۰۰

نیروی انسانی مورد نیاز

کسب و کار ارائه خدمات مجازی فروش دارو نیاز به یک نفر به عنوان مدیر دارد که تمامی کارهای مورد نیاز در پیشبرد فعالیت مجازی را اداره کند.

شبکه همکاران

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

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

طراح سایت

مشاور بازاریابی

✚ شرکت‌های داروسازی

✚ مشاور با تخصص دکترای داروسازی

✚ بازاریاب

سرمایه مورد نیاز

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

پس‌انداز شخصی تأمین کنید.

ریال	شرح سرمایه	نوع سرمایه
۱۶۵۰۰۰۰۰	هزینه تجهیزات	سرمایه ثابت
۲۰۰۰۰۰۰	راه‌اندازی سایت (میزبان و دامنه)	
۲۰۰۰۰۰۰	طراحی سایت	
۲۰۰۰۰۰۰	هزینه تبلیغات	سرمایه در گردش (شش ماه)
۳۰۰۰۰۰۰	هزینه نیروی انسانی	
۴۰۰۰۰۰۰	هزینه اداری (مکالمات تلفنی، کاغذ و قلم و...)	
۱۰۰۰۰۰۰	هزینه‌های پیش‌بینی نشده	
۱۰۲،۵۰۰،۰۰۰	مجموع	

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

برای راه‌اندازی هر کسب و کاری به سرمایه ثابت برای خرید تجهیزات نیاز دارید که نوعی سرمایه‌گذاری محسوب می‌شود و در واقع دارایی شما از حالت نقدی به صورت غیر نقدی تبدیل می‌شود و امکان کسب درآمد را برای شما فراهم می‌کند. سرمایه در گردش شامل مجموعه 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

می‌توان مهارت‌های مورد نیاز را به صورتی که در جدول زیر دیده

می‌شود در نظر گرفت:

میزان تسلط بر مهارت			مهارت مورد نیاز	
پیشرفته	متوسط	مقدماتی		
	*		زبان انگلیسی	مهارت‌های عمومی
		*	ICDL	
*			مدیریت وب سایت	مهارت‌های تخصصی
*			مدیریت بازاریابی	
	*		توانایی ارتباط موثر	
	*		شناخت داروها	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. اما مناسب است دانش‌آموختگان رشته‌ای غیر داروسازی، دوره تکنسین داروخانه را بگذرانند.			تحصیلات	

وضعیت بازار خدمات

برخلاف تصور عامه، تعداد مشتریان متقاضی خرید دارو به صورت اینترنتی، بسیار بیشتر از حد تصور است، در این راستا شاید دلیل اصلی ناشناخته ماندن این حرفه به عنوان یک کسب و کار موفق آن است که معمولاً مقوله دارو بسیار حساس است و بسیاری از کسانی که این کسب و کار را انجام می‌دهند دارای مجوز نیستند و بسیاری از آنها مشتریانی اختصاصی یافته‌اند که لزومی به تبلیغاتی گسترده را احساس نمی‌کنند، با این وجود بسیاری از کسانی که اقدام به فروش اینترنتی دارو نموده‌اند، از این راه درآمد بسیار بالایی کسب می‌کنند.

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 بایستی به طور کامل اجزای بازار همچون تقاضا، عرضه و کالا یا خدمت مورد تقاضا و عرضه شده را شناسایی کنیم تا در نهایت بتوانیم در آن حرفه موفق باشیم.

برای شناخت بازار باید بدانید:

- ♦ چه کسانی متقاضی خرید داروی خود به صورت اینترنتی هستند؟
- ♦ این افراد چه ویژگی‌هایی دارند؟
- ♦ چه تعداد هستند؟

- ♦ چه شباهت‌ها و تفاوت‌هایی باهم دارند؟
- ♦ چه طبقه‌بندی‌هایی بین مشتریان احتمالی وجود دارد؟
- ♦ چه نوع دارویی و با چه مشخصاتی نیاز دارند؟
- ♦ چه افراد یا موسساتی در حال حاضر نیاز آنها را برآورده می‌کنند؟ (رقبای کیستند؟)
- ♦ نقاط قوت و ضعف رقبا چیست؟
- ♦ چه کالاهای و 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 فروش اینترنتی خود را به نحوی تعریف کنید که مطابق خواسته مشتریان باشد و منجر به فروش گردد. با یک بررسی کلی و اجمالی می‌توان با توجه به واقعیت‌های زیر نتیجه گرفت که بازار قابل قبولی برای این کسب و کار وجود دارد:

فرصت‌های بازار

۱. امروزه بسیاری از افراد به دلیل ترافیک و ساعات کاری زیاد به دنبال خرید اینترنتی مایحتاج ضروری خود هستند که اگر اعتمادسازی در این حوزه ایجاد شود، درخواست آنها در این حوزه خرید اینترنتی نیز رو به افزایش می‌گذارد.

۲. با تبلیغات مناسب در مطب پزشکان و...، مشتریان بالقوه و همین طور مشتریان بالفعل خود را بیشتر با نوآوری‌های فروش اینترنتی دارو آشنا شده و امکان فروش اینترنتی در این حوزه روز به روز افزایش می‌یابد.
۳. تعدادی از برنامه‌های تلویزیونی نیز برنامه‌های آموزشی در حوزه تجارت الکترونیک و خرید و فروش اینترنتی را به نمایش گذاشته و در نتیجه به افزایش علاقه مخاطبان کمک کرده‌اند.
۴. فضای اینترنتی زمینه بسیار مستعدی را برای گسترش فروش اینترنتی دارو فراهم نموده است که می‌توانید از آن برای معرفی توانمندی‌های 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 محصولی 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 فزونی برای افزایش فروش استفاده کنید (Promotion)

۴- چگونه کالای 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 بدنبال خدمات ارزانتر هستند.
- برخی خدمات اختصاصی می‌خواهند.
- برخی بدنبال خدمات متمایز هستند.
- برخی قبلاً این نوع خدمات را از شرکت‌های دیگر دریافت کرده‌اند.
- برخی تا به حال چنین خدماتی 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 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 بالا بودن 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 اینصورت قادر به تأمین رضایت مشتریان خود نبوده و در نتیجه نارضایتی مشتری‌های ناراضی مانند سمی خطرناک فضای بازار شما را آلوده می‌کنند 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 بدنبال بیشترین سهم بازار هستید و می‌خواهید رهبر بازار باشید؟ یا اینکه می‌خواهید رتبه دوم را داشته و در پشت 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 مشخص‌کننده 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 استفاده‌تان با آن چه 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. اما معمولاً در

بحث دارو به خاطر حساسیت آن این مورد کمتر اتفاق می‌افتد مگر این که مشتری شما به لحاظ مالی در شرایط بسیار بدی قرار داشته باشد.

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 محصول معمولاً بیشتر از قیمت رقبا بوده و محصول کاملاً متمایز است.

ج- استراتژی تمرکزگرایی (اختصاصی‌سازی)

در این استراتژی شما خدمات خود را به طور اختصاصی به بخش‌های خاصی از بازار ارائه می‌کنید. شما در بحث فروش دارو می‌توانید به سراغ داروهای کمیاب و مورد تقاضا بروید و در این حوزه متمرکز شوید. از طرفی شما می‌توانید به دنبال بستن قرارداد با شرکت‌های بسیار معتبر و برتر داروسازی باشید این تمایز را از این طریق ایجاد کنید. البته بسیاری راه‌حل‌های دیگر برای اجرای این استراتژی نیز وجود دارد که به عنوان مثال به موارد بالا اشاره شد.

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 هریک از اجزای آمیخته بازاریابی تعیین می‌شوند.

اجزای آمیخته بازاریابی عبارتند از:

- محصول یا 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:

محصول (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:

- فروش دارو به صورت اینترنتی

توجه داشته باشید مهمترین رکن برنامه بازاریابی محصول می‌باشد.

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. بخاطر 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.

توجه داشته باشید در فروش اینترنتی دارو نیز مهمترین رکن، برنامه بازاریابی محصول است. شما می‌توانید در کنار حضور در تالارهایی گفتگو، سری به مطب پزشکان و کسانی که برای معالجه به بیمارستانها مراجعه کرده‌اند بزنید و با افراد مختلف صحبت 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 آنقدر بالا باشد که سود مناسبی برای شما ایجاد کند. به عبارت دیگر، مشتری همواره بدنبال 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. شما دارو را از جایی تهیه می‌کنید و بایستی آن را به محلی که مشتری می‌خواهد برسانید، این محل ممکن است اداره پست نیز باشد اما در هر صورت شما بایستی این هزینه‌ها را به دقت محاسبه 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 رقبای تعیین کنید. با این کار از جنگ قیمتی جلوگیری کرده و چنانچه بازار مناسب و تعداد رقبای محدود باشد، می‌توانید با رقبایتان پیمان‌های همکاری تجاری بسته و سود حداکثری حاصل کنید.

۳- گزینه سوم این است که قیمتی بالاتر از قیمت رقبای 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 رقبای ارائه کنید.

نکته آخر در خصوص بحث قیمت، نحوه پرداخت است. شما می‌توانید پرداخت اعتباری یا پرداخت از طریق فیش بانکی را پیشنهاد داده و به این ترتیب، مشتریانی را با شرایط مختلف جذب کنید. در فروش اعتباری دقت کنید که ریسک بازگشت سرمایه وجود دارد یعنی ممکن است مشتری بدهی خود را پرداخت نکند. برای کاهش ریسک ابتدا باید از اعتبار و خوش‌حسابی مشتری اطمینان حاصل کنید. برای این منظور باید از تکنیک‌هایی استفاده کنید که این شرایط را فراهم می‌کنند.

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 اثر بخشی 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 منعکس کننده احساس و نگرش مصرف کننده 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.

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 دارو 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. بیاد داشته باشید، تا زمانیکه 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 سایت‌تان بازدید کرده و یا با شماره تلفن شما تماس بگیرند.
۶. از ایمیل‌های اچ‌تی‌ام‌ال به جای ایمیل‌های متنی ساده استفاده کنید. ایمیل‌های مبتنی بر اچ‌تی‌ام‌ال 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 آشفته‌گی 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. البته معمولاً این امر در مورد دارو کمتر اتفاق می‌افتد ولی باز هم در این روش شما جوایز قابل توجه از قبیل تصفیه کننده آب یا تصفیه کننده هوا... و یا تخفیف‌های ویژه‌ای را تبلیغ می‌کنید که به قید قرعه به تعدادی از مشتریان که زودتر و یا بیشتر خرید کرده‌اند، اهدا می‌گردد. 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 ارائه 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 فروش محصولاتان 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:

♦ مناسب 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 در مورد داروهای تقویتی 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. 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 فروش اینترنتی دارو است، شما می‌توانید در حوزه‌های مرتبط با دارو اطلاعات مفیدی را ارائه کنید.

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

موسسه تان

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 دارو 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 مغتنم 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 کنند، رکن چهارم برنامه بازاریابی است.

شما با فروش اینترنتی دارو می‌توانید بدون نیاز به داشتن داروخانه 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 براحتی تایپ شده یا در خاطر بماند.

۲- میزبان (Host) و خدمات دهنده (server) مناسب سایت‌تان را با توجه

به نوع خدماتی که می‌خواهید ارائه دهید، تهیه کنید.

۳- سایت خود را راه‌اندازی کنید (می‌توانید از گروه‌های طراحی سایت کمک

بگیرید)

۴- برای سایت‌تان بازاریابی کنید تا بازدیدکنندگان بیشتری آن را مشاهده کنند.

۵- سایت را مدیریت کرده و تراکنش‌های خود با مشتریان را پیگیری و

دنبال کنید.

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 درحالیست 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 دنبال جلب رضایت مشتری باشید.

مشتری مداری و تولید مداری

معمولاً دو فضا وجود دارد، فضای تولید مداری، فضای مشتری مداری. هر وقت تقاضا زیاد و عرضه کم می‌باشد فضا، فضای تولید مداری است و

طبیعی است که در این فضا، مشتری جایگاه خاصی ندارد و در اولویت قرار نمی‌گیرد. در این گونه کسب و کارها عموماً به طرح‌هایی مانند رضایت مشتری، سنجش آن و افزایش آن، بهای خاصی نمی‌دهند. اما در شرایطی که تقاضا بسیار کمتر از عرضه می‌باشد، فضای مشتری مداری حاکم است، بنابراین در این فضا، مشتری و رضایتش و افزایش رضایتش درجه اول اهمیت را به خود اختصاص می‌دهند. بی‌شک کسب و کارها در این حالت باید سنجش رضایت مشتری و بهبود آن را اولویت اول استراتژی خودشان قرار دهند همان طوری که در دنیای مدرن امروز کاملاً این را ملاحظه می‌کنیم.

یکی از کسب و کارهای بسیار خوب و پژوهشی در زمینه تحقیقات رضایت مشتریان می‌تواند در آینده‌ای نه چندان دور، کسب و کارهای خانگی فعال در عرصه فروش اینترنتی دارو باشد. به این معنا که تحقیقات بسیار وسیعی را در سطح رضایت مشتریان انجام داده و دو دیدگاه را در تجارت نوین و مدیریت نوین بررسی کنند.

دیدگاه اول دیدگاه سنتی و دیدگاه دوم دیدگاه مدرن، در دیدگاه سنتی اولویت و استراتژی اول سازمان‌ها تاکید بر جذب مشتریان جدید بوده در حالی که در دیدگاه مدرن، حفظ و پایداری و ماندگاری و وفادار نمودن مشتریان کنونی است بعد از این عمل به توسعه بازارهای خود و جذب مشتریان جدید فکر شود.

❖ دیدگاه سنتی

تاکید بر جذب مشتریان جدید

❖ دیدگاه نوین

تاکید بر حفظ مشتریان کنونی و ایجاد رابطه‌ای پایدار و همیشگی

در دیدگاه نوین و شیوه‌های امروزی در بحث مشتری، احساس مشتری بسیار مهم می‌باشد. به عبارت دیگر تنها نیاز نیست تنها درخواست نیست، تنها قدرت اقتصادی نیست، احساس مشتری مهمترین پارامتر است که امروز در دنیای مدرن و مدیریت مدرن به آن توجه می‌کنند و آن را بررسی می‌کنند و روی آن پژوهش‌های بسیاری می‌کنند. فراموش نکنیم، احساس مشتری امروزه مهمترین پارامتر در ارتباط میان یک کسب و کار و مشتریان است. «آنچه مهم است احساس مشتری پس از خرید است» به خصوص این که در فروش اینترنتی دارو اعتماد مشتری نقش بسیار مهمی را بازی می‌کند. احساس مشتری پس از نخستین خرید یکی از حالات زیر است:

- بسیار ناخشنود
- ناراضی
- بی تفاوت
- راضی
- بسیار خشنود و شیفته

در این میان مشتریان راضی، خشنود و یا شیفته، که اصولاً به مشتریان کنجکاو معروف هستند. این مشتریان را می‌خواهیم مورد بررسی قرار دهیم. این مشتریان در ابتدا علاقمند هستند کسب و کارهای دیگر یعنی رقبای ما را که محصولات شبیه ما و یا خدمات شبیه ما را تولید می‌کنند یا ارائه می‌دهند را امتحان کنند، طبیعی است، به خاطر اینکه هنوز شیفته نشدند. اما نکته مهم این است که بشر خصلتی دارد تحت عنوان تعالی‌یابی. کلیه روانشناسان بزرگ بر این خصلت بشر مهر تایید گذاشتند یعنی بشر همواره تعالی را جستجو می‌کند.

«مشتریان راضی به احتمال زیاد برای تکرار خرید مراجعه می‌نمایند. مشتریان راضی به راحتی ممکن است توسط رقبا ربوده شوند اگر رقبا به یک مشتری راضی، خدمات یا محصولی مشابه یا کمی برتر ارائه دهند، احتمال گرایش مشتری به خرید از رقبا بسیار زیاد خواهد بود.»

بنابراین مشتریان راضی دوست داشتند رقبا را امتحان کنند و از طرفی این مشتریان کنجکاو بودند، بشر حس تعالی را همواره با خود دارد یعنی دنبال این است که به اوج برسد بنابراین آنقدر این کنجکاو را ادامه می‌دهد تا به شیفتگی برسد.

ما به مشتریان شیفته یا خشنود اصطلاحاً مشتریان کور می‌گوییم. یعنی تبلیغات رقبا بر این مشتریان اثر ندارد. و اینها جزو مشتریان پایدار و ماندگار

ما خواهند بود، اینگونه مشتریان ارزش بسیار زیادی دارند و منافع عظیمی را برای سازمان به همراه خواهند آورد.

پس یکی از استراتژی‌های مهم مدیریت مدرن امروز، ماندگارسازی، و وفادارسازی، یا به عبارتی شیفته کردن مشتریان کنونی می‌باشد.

«مشتریان خشنود یا شیفته بی‌تردید خرید خود را تکرار خواهند نمود و به مشتریان ماندگار تبدیل خواهند شد.»

مخاطرات و آفت‌های این شغل و نحوه پیشگیری آنها

- ۱- عدم شناخت کامل و اعتماد به فروش اینترنتی دارو توسط عموم مردم
- ۲- شناخت ناکافی عموم مردم از شاغلین در این حوزه
- ۳- عدم آشنایی و یا آشنایی کم مخاطبان با فعالیت اقتصادی به صورت مجازی
- ۴- راضی نشدن خود بیماران و خانواده‌های آنان در استفاده از خدمات فروش اینترنتی دارو

برای پیشگیری از این مخاطرات می‌توان فعالیت‌های زیر را در نظر داشت:

- ۱- 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 حساسیت دارو و عدم 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 بصورت 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 زیرا عمده‌ترین مشکل شما عدم اعتماد مشتریان به فروش اینترنتی دارو است.

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 به طور مستقیم درباره حرفه خود سخنرانی نکنید.

چنانچه مطالب برای مخاطبان جالب توجه باشد، مطمئناً مشتری شما را انتخاب خواهد کرد.

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

۳- می‌توان با استفاده از بازاریاب ارتباط حضوری با مریض‌ها را ایجاد کرده و آنها را به صورت رو در رو با خرید اینترنتی دارو و مزیت‌های این روش آشنا کنید.

توصیه‌هایی برای بهبود و توسعه شغلی

📍 ارتباط با نهادهای مختلف جهت گسترش فعالیت

📍 همکاری تنگاتنگ با کسانی که این امکان را فراهم می‌کنند تا شما بعد

از اینکه سفارشی دریافت کردید از آنها داری درخواستی مشتری خود را

تهیه کنید و از این رهگذر نیازی به انبار کردن داروها نداشته باشید.

📍 تبلیغات مناسب جهت شناساندن بهتر فروش اینترنتی دارو

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

✦ درباره خدمات مجازی و همچنین فروش اینترنتی دارو مطالعه کنید.

✦ سعی کنید مهارت‌های خود را در زمینه فروش اینترنتی دارو افزایش دهید.

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

✦ استفاده از بازاریاب حرفه‌ای برای ایجاد بازارهای تازه.

سازمان‌ها و مراکزی که با این شغل مرتبط هستند

◆ مرکز امور اصناف و بازرگانان

◆ وزارت بازرگانی

◆ وزارت بهداشت درمان و آموزش پزشکی

◆ مرکز توسعه تجارت الکترونیکی وزارت بازرگانی

◆ اداره کار و امور اجتماعی

◆ موسسات مالی و اعتباری

معرفی مشاغل مرتبط و مکمل

- ✦ تولید کنندگان داروهای مختلف
- ✦ عرضه کنندگان و عمده فروشان داروهای مختلف
- ✦ شرکت‌های مختلف با زمینه‌های کاری مرتبط با دارو
- ✦ مراکز پخش دارو
- ✦ صاحبان سایت‌های مرتبط با فروش اینترنتی دارو
- ✦ فروشندگان لوازم بهداشتی
- ✦ فروشندگان گیاهان دارویی
- ✦ فروشندگان تجهیزات ساده پزشکی

معرفی منابع آموزشی و تخصصی مورد نیاز

- ۱- تجارت از طریق اینترنت، جیل الزوورث، الس الزوورث، مترجم: محمد ابراهیم گوهریان، لیدا نوری، نشر امیرکبیر، ۱۳۸۵.
- ۲- چگونه یک سایت اینترنت بسازیم؟ رضا ریاضی، نشر ناقوس، ۱۳۸۵.
- ۳- ایجاد سایت در اینترنت، تیم ورسلی، مترجم: فرزانه کریمی و محمد رحیم، نشر قدبانی، ۱۳۸۳.
- ۴- اصول مهندسی اینترنت، احسان ملکیان، نشر نص، ۱۳۸۴.
- ۵- تجارت الکترونیک، مایکل کانینگهام، عبدالمجید عبدالباقی، احمدرضا اخوان، نشر ارکان، ۱۳۸۳.
- ۶- تجارت الکترونیک، امیر علیخانزاده، نصرا... خانی، نشر ارکان، ۱۳۸۵.
- ۷- تجارت الکترونیک، سهیل سرمد سعیدی، وحیدرضا میرابی، نشر پرسمان، ۱۳۸۳.
- ۸- تجارت الکترونیکی، رامین مولاناپور، نشر سهادانش، ۱۳۸۷.

سایت‌ها:

<http://attary.com>

<http://attarishop.com>