چگونه يك فروشگاه اينترنتي داشته باشيم؟

28/2/1393

يك فروشگاه اينترنتي مانند هر فروشگاه ديگري شامل چهار فرآيند است:

1. تأمين محصولات قابل عرضه
2. انتخاب محصول از سوي مشتري
3. پرداخت قيمت محصول
4. تحويل محصول به خريدار

اينترنت چند خدمت به كار فروشگاهي مي‌كند، خدمت‌هايي به دو مورد از فعاليت‌هاي فوق:

1. افزايش گستره مشتريان؛ همه كره زمين!
2. سادگي مشاهده محصولات و امكان انتخاب راحت‌تر بدون خارج شدن از منزل
3. امكان پرداخت به صورت آن‌لاين و بدون دردسر همراه داشتن پول و كارت اعتباري

اما آسيب‌هايي و مشكلاتي هم دارد:

1. قابل لمس نبودن كالا و دقيقاً حسّ نشدن اندازه و كيفيت محصول
2. سختي تحويل كالا به مشتري و دوري راه‌ها و افزايش هزينه انتقال
3. ديده نشدن فروشگاه به دليل وسعت اينترنت
4. در دسترس مشتري نبودن كالا به محض پرداخت وجه

راهكارها اما چه هستند، براي مواجهه با مشكلات:

1. ارائه اطلاعات توصيفي از كالا، دقيق و قابل اعتماد
2. اعتماد مشتري به فروشنده در اين‌كه كالاي با كيفيت عرضه مي‌نمايد
3. استفاده از بسته‌بندي مناسب كه آسيب به كالا وارد نشود در انتقال
4. استفاده از شبكه پستي قابل اعتماد (پيشتاز يا تيپاكس)
5. سرعت در بسته‌بندي و ارسال كالا
6. تبليغ گسترده اينترنتي و غير اينترنتي در معرفي فروشگاه

اما در نهايت بايد چه مراحلي طي شود تا بتوان يك فروشگاه اينترنتي داشت؟ چه گام‌هايي؟ فارغ از اين‌كه بعضي فعاليت‌ها مشترك بين فروشگاه واقعي و فروشگاه مجازي هستند:

1. ابتدا بايد منابع اوليه مناسبي انتخاب كرد. شركتي كه محصول مناسب را توليد كند. كيفيت كار به نحوي باشد كه مشتري اگر خريد كرد، باز هم به سراغ فروشگاه بيايد و به ديگران نيز پيشنهاد دهد.
2. بايد نرم‌افزار اينترنتي فروشگاه را تهيه كرد. يك نرم‌افزار مثلاً با قيمت 300 هزار تومان كه بتواند كالاها را معرفي نموده، به مشتري نشان دهد و امكان پرداخت اينترنتي را فراهم كند.
3. يك نرم‌افزار حسابداري و مالي نياز است كه تمام خريد و فروش‌ها در آن ثبت شود، براي گرفتن بيلان و تراز مالي و محاسبه دخل و خرج.
4. قطعاً اگر كالاها متنوّع باشند و بايد به تعداد در انبار نگهداري شوند، نياز به يك نرم‌افزار انبارداري هم خواهد بود.
5. معمولاً نرم‌افزار اينترنتي فروشگاه خروجي‌هاي برچسب براي الصاق به بسته‌هاي پستي را مي‌دهد. اگر اين‌طور نباشد، يك نرم‌افزار هم لازم است براي توليد برچسب‌هاي نشاني گيرنده.
6. اگر نرم‌افزار انبارداري و حسابداري هم داخل بخش مديريت فروشگاه اينترنتي وجود داشته باشد، بهترين گزينه است. يعني نرم‌افزاري تهيه شود كه همه اين كارها را با هم به انجام رساند.
7. نرم‌افزار روي هاست نصب مي‌‌شود.
8. محصولات در سايت ثبت مي‌گردند.
9. تبليغات انجام مي‏شود و مشتري‌ها به سايت هجوم مي‌آورند.
10. اگر محصول نظر آن‌ها را جلب نمايد و سفارش دهند، اكنون كار اصلي فروشگاه آغاز شده است.
11. بايد فوري برچسب‌ها پرينت گرفته شده، كالاها بر حسب سفارش بسته‌بندي شده و برچسب روي آن‌ها الحاق شود.
12. بسته بايد طوري باشد كه كالا آسيب نبيند.
13. يك قرارداد با دفتر پستي محل بسته مي‌شود كه بدون نياز به تمبر بتوان خيلي سريع بر اساس يك كد اشتراك همه بسته‌ها را ارسال نمود.
14. اگر خريدار شماره تلفن ارائه كرده، خوب است تماس تلفني گرفته شود و از رسيدن بسته اطلاع حاصل شود. يا پس از ارسال با تلفن به وي اطلاع داده شود. يا با پيامك.
15. اگر احتمال داده مي‌شود بعضي كالاها امكان تغيير رنگ و كيفيت و نوشته دارند، مي‌توان تدبير كرد كه پس از سفارش، بلافاصله به شركت سازنده سفارش داده شود كه مثلاً فلان نوشته را روي محصول قرار دهد، يا رنگ و اندازه را فلان طور گرداند. با خريدار هم تماس گرفته شود كه چند روز بايد صبر كند. سپس محصول ارسال گردد.
16. تيم بسته‌بندي در صورتي كه حجم سفارشات بالا رفت بايد بتوانند از عهده برآيند و كار به تأخير نيافتد.
17. حتماً يك فضاي مناسب براي كار تيم بسته‌بندي و مسئولين حسابداري و انبارداري و تهيه مواد و كالاها و ساير عوامل مورد نياز است. فضايي كه بالارفتن ناگهاني حجم فعاليت‌ها را جوابگو باشد.
18. در بعضي موارد خريدار كالا را براي فرد ديگري مي‌خرد. خوب است امكاني در سايت باشد كه نام مخاطب را انتخاب نموده، كالا به نام او كادو شود و به نشاني وي ارسال گردد و نوشته شود: از طرف فلاني!
19. سايت‌هاي زياد فروشگاهي در ايران راه‌اندازي شده‌اند. ولي هيچكدام به اندازه ديجي‌كالا (http://www.digikala.com) موفق نبوده‌اند. مهم‌ترين دليل آن كيفيت بالاي محصولات ارائه شده است. چنانچه يك‌بار خريد نماييد و كيفيت را مشاهده كنيد، اعتمادي پيدا مي‌كنيد كه هميشه از آن بخريد. ديگر اين‌كه بسيار سريع و دقيق بوده و در كمترين زمان كالا را به دست مشتري مي‌رساند. ديگر اين‌كه سايت ظاهر قابل اعتمادي دارد، كيفيت نمايش محصولات به نحوي‌ست كه اعتمادساز است. مضاف به اين‌كه بخش مفصلي در معرفي محصولات دارد و فيلم‌هايي در معرفي آن‌ها گذاشته. اين اطلاعات سبب مي‌شود مشتري اعتماد نمايد به توانايي آن مجموعه در گزينش بهترين محصول. قيمت‌ها هم واقعي‌ست و زيادتر از بازار نيست.

ياعلي