

چگونه یک فروشگاه اینترنتی داشته باشیم؟

یک فروشگاه اینترنتی مانند هر فروشگاه دیگری شامل چهار فرآیند است:

۱. تأمین محصولات قابل عرضه
۲. انتخاب محصول از سوی مشتری
۳. پرداخت قیمت محصول
۴. تحویل محصول به خریدار

اینترنت چند خدمت به کار فروشگاه می‌کند، خدمات‌هایی به دو مورد از فعالیت‌های فوق:

۱. افزایش گستره مشتریان؛ همه کره زمین!
۲. سادگی مشاهده محصولات و امکان انتخاب راحت‌تر بدون خارج شدن از منزل
۳. امکان پرداخت به صورت آنلاین و بدون دردسر همراه داشتن پول و کارت اعتباری

اما آسیب‌هایی و مشکلاتی هم دارد:

۱. قابل لمس نبودن کالا و دقیقاً حسّ نشدن اندازه و کیفیت محصول
۲. سختی تحویل کالا به مشتری و دوری راه‌ها و افزایش هزینه انتقال
۳. دیده نشدن فروشگاه به دلیل وسعت اینترنت
۴. در دسترس مشتری نبودن کالا به محض پرداخت وجه

راهکارها اما چه هستند، برای مواجهه با مشکلات:

۱. ارائه اطلاعات توصیفی از کالا، دقیق و قابل اعتماد
۲. اعتماد مشتری به فروشنده در این‌که کالای با کیفیت عرضه می‌نماید
۳. استفاده از بسته‌بندی مناسب که آسیب به کالا وارد نشود در انتقال
۴. استفاده از شبکه پستی قابل اعتماد (پشتاز یا تیپاکس)
۵. سرعت در بسته‌بندی و ارسال کالا
۶. تبلیغ گسترده اینترنتی و غیر اینترنتی در معرفی فروشگاه

اما در نهایت باید چه مراحل طی شود تا بتوان یک فروشگاه اینترنتی داشت؟ چه گام‌هایی؟ فارغ از این‌که بعضی فعالیت‌ها مشترک بین فروشگاه واقعی و فروشگاه مجازی هستند:

۱. ابتدا باید منابع اولیه مناسبی انتخاب کرد. شرکتی که محصول مناسب را تولید کند. کیفیت کار به نحوی باشد که مشتری اگر خرید کرد، باز هم به سراغ فروشگاه بیاید و به دیگران نیز پیشنهاد دهد.
۲. باید نرم‌افزار اینترنتی فروشگاه را تهیه کرد. یک نرم‌افزار مثلاً با قیمت ۳۰۰ هزار تومان که بتواند کالاها را معرفی نموده، به مشتری نشان دهد و امکان پرداخت اینترنتی را فراهم کند.

۳. یک نرم افزار حسابداری و مالی نیاز است که تمام خرید و فروشها در آن ثبت شود، برای گرفتن بیلان و تراز مالی و محاسبه دخل و خرج.
۴. قطعاً اگر کالاها متنوع باشند و باید به تعداد در انبار نگهداری شوند، نیاز به یک نرم افزار انبارداری هم خواهد بود.
۵. معمولاً نرم افزار اینترنتی فروشگاه خروجی های برچسب برای الصاق به بسته های پستی را می دهد. اگر این طور نباشد، یک نرم افزار هم لازم است برای تولید برچسب های نشانی گیرنده.
۶. اگر نرم افزار انبارداری و حسابداری هم داخل بخش مدیریت فروشگاه اینترنتی وجود داشته باشد، بهترین گزینه است. یعنی نرم افزاری تهیه شود که همه این کارها را با هم به انجام رساند.
۷. نرم افزار روی هاست نصب می شود.
۸. محصولات در سایت ثبت می گردند.
۹. تبلیغات انجام می شود و مشتری ها به سایت هجوم می آورند.
۱۰. اگر محصول نظر آنها را جلب نماید و سفارش دهند، اکنون کار اصلی فروشگاه آغاز شده است.
۱۱. باید فوری برچسب ها پرینت گرفته شده، کالاها بر حسب سفارش بسته بندی شده و برچسب روی آنها الحاق شود.
۱۲. بسته باید طوری باشد که کالا آسیب نبیند.
۱۳. یک قرارداد با دفتر پستی محل بسته می شود که بدون نیاز به تمبر بتوان خیلی سریع بر اساس یک کد اشتراک همه بسته ها را ارسال نمود.
۱۴. اگر خریدار شماره تلفن ارائه کرده، خوب است تماس تلفنی گرفته شود و از رسیدن بسته اطلاع حاصل شود. یا پس از ارسال با تلفن به وی اطلاع داده شود. یا با پیامک.
۱۵. اگر احتمال داده می شود بعضی کالاها امکان تغییر رنگ و کیفیت و نوشته دارند، می توان تدبیر کرد که پس از سفارش، بلافاصله به شرکت سازنده سفارش داده شود که مثلاً فلان نوشته را روی محصول قرار دهد، یا رنگ و اندازه را فلان طور گرداند. با خریدار هم تماس گرفته شود که چند روز باید صبر کند. سپس محصول ارسال گردد.
۱۶. تیم بسته بندی در صورتی که حجم سفارشات بالا رفت باید بتوانند از عهده برآیند و کار به تأخیر نیافتد.
۱۷. حتماً یک فضای مناسب برای کار تیم بسته بندی و مسئولین حسابداری و انبارداری و تهیه مواد و کالاها و سایر عوامل مورد نیاز است. فضایی که بالا رفتن ناگهانی حجم فعالیت ها را جوابگو باشد.
۱۸. در بعضی موارد خریدار کالا را برای فرد دیگری می خرد. خوب است امکانی در سایت باشد که نام مخاطب را انتخاب نموده، کالا به نام او کادو شود و به نشانی وی ارسال گردد و نوشته شود: از طرف فلانی!
۱۹. سایت های زیاد فروشگاه های در ایران راه اندازی شده اند. ولی هیچکدام به اندازه دیجی کالا (<http://www.digikala.com>) موفق نبوده اند. مهم ترین دلیل آن کیفیت بالای محصولات ارائه شده است. چنانچه یکبار خرید نمایید و کیفیت را مشاهده کنید، اعتمادی پیدا می کنید که همیشه از آن بخرید. دیگر این که بسیار سریع و دقیق بوده و در کمترین زمان کالا را به دست مشتری می رساند. دیگر این که سایت ظاهر قابل اعتمادی دارد، کیفیت نمایش محصولات به نحوی است که اعتماد ساز است. مضاف به این که بخش مفصلی در معرفی محصولات دارد و فیلم هایی در معرفی آنها گذاشته. این اطلاعات سبب می شود مشتری اعتماد نماید به توانایی آن مجموعه در گزینش بهترین محصول. قیمت ها هم واقعی ست و زیاده تر از بازار نیست.