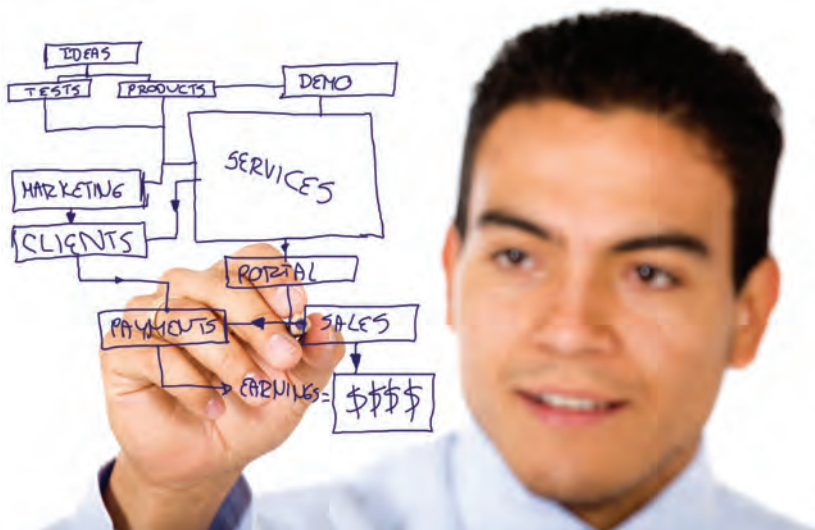


# آشنایی با بازاریابی اینترنتی



به تدریج گرافیک و در پی آن تبلیغات تصویری به سایت های مختلف افزوده شد. آخرین قدم در این زمینه تکامل تجارت آنلاین و به کارگیری اینترنت برای سرعت بخشیدن به فروش کالا و خدمات است.

## مدل های تجاری و اشکال مختلف آن

بازاریابی اینترنتی در چندین مدل مختلف وجود دارد و مدل های اصلی آن عبارتند از: business to-business که اصطلاحاً «B۲B» نام گرفته و Business-to-consumer که B۲C نامیده می شود. در مدل B۲B دو شرکت مختلف با یکدیگر به تجارت می پردازند، در حالی که مدل B۲B مستقیماً با مصرف کننده در ارتباط است.

بازاریابی اینترنتی با مدل B۲C آغاز شد و به تدریج مدل B۲B نیز که پیچیده تر از مدل اول بود، به وجود آمد. مدل سومی نیز وجود دارد که چندان رایج نیست و peer-to-peer یا اصطلاحاً P۲P نامیده می شود، در این مدل افراد اجناس مختلف را بین خود به اشتراک و معاوضه می گذارند.

سایت Kazaا یک نمونه از P۲P است که بر مبنای به اشتراک گذاردن انواع فایل ها از جمله فایل های موسیقی، فیلم، متن و غیره توسط کاربران راه اندازی شده است.

بازاریابی اینترنتی اشکال مختلفی دارد، یکی از آنها مشخص کردن محدوده قیمت است؛ مانند سایت priceline.com در این حالت، مشتریان محدود، قیمت و بودجه ای را که می خواهند صرف کنند، مشخص می نمایند و سپس از میان اجناس موجود در آن محدوده، کالایشان را انتخاب می کنند. شکل دیگر، جستجو به منظور یافتن ارزان ترین قیمت است، مانند سایت Hotwire.com.

در این سایت کاربران به دنبال کمترین قیمت برای کالای مورد نظر خود هستند. آخرین روش حراج آنلاینی است؛ مانند سایت Ebay.com، که خریداران بر روی اجناس موجود قیمت های پیشنهادی خود را می گذارند و در واقع نوعی مزایده آنلاین است.

## مزایا

از مزایای بازاریابی اینترنتی می توان به در دسترس بودن اطلاعات وسیع و نامحدود اشاره کرد، کاربران با اتصال به اینترنت و جستجوی کالای مورد نظرشان به راحتی قادرند در هر ساعتی از شبانه روز اطلاعات کاملی راجع به آن کالا دریافت نمایند و در صورت تمایل نسبت به خرید آن اقدام کنند. به علاوه فروش آنلاین برای مالکین شرکت ها به علت عدم نیاز به نیروی کاری، مقرون به صرفه تر نیز می باشد. به طور کلی، با استفاده از بازاریابی اینترنتی می توان بازار محدود و محلی را به بازاری گسترده و جهانی تبدیل کرد.

## محدودیت ها

محدودیت های بازاریابی اینترنتی هم برای مشتریان و هم برای فروشندگان مشکلاتی به وجود می آورد. پایین بودن سرعت اینترنت می تواند باعث مشکلات بسیاری شود، اگر حجم اطلاعات و تعداد صفحات وب سایت شرکتی بیش از اندازه زیاد باشد، کاربران برای دریافت

به طور کلی، واژه «بازاریابی اینترنتی» به استفاده از اینترنت برای انجام تبلیغات، فروش کالا و خدمات اطلاق می شود. این بازاریابی نوعاً بر اصل پرداخت به ازای هر کلیک استوار است و شامل آگهی های تبلیغاتی موجود در سایت ها، ایمیل هایی که برای معرفی محصولات ارسال می شود، آگهی های متحرک و جذاب گرافیکی، تبلیغ در موتورهای جستجو، تبلیغات در ویلاگ های مختلف و مقالات تبلیغاتی است. از مزایای بازاریابی اینترنتی می توان به در دسترس بودن اطلاعات وسیع و نامحدود اشاره کرد.

## تعریف

بازاریابی اینترنتی بخشی از تجارت الکترونیک است که مدیریت اطلاعات، روابط عمومی، خدمات مشتریان و بخش فروش را در بر دارد. به طور کلی، تجارت الکترونیک و بازاریابی اینترنتی از زمانی که دسترسی به اینترنت به صورت گسترده برای عموم مردم فراهم شد، رواج یافته است.

در حال حاضر بیش از یک سوم مصرف کنندگان خانگی در آمریکا و بسیاری از نقاط اروپا که به شبکه اینترنت دسترسی دارند، خریدهای خود را به صورت اینترنتی انجام می دهند. این روش برای شرکت هایی که مایلند فعالیت های از راه دور خود را گسترش دهند و اصطلاحاً آن را به «تجارت آنلاین» تبدیل نمایند، نیز ثمربخش است.

## تاریخچه

آغاز بازاریابی اینترنتی به اوایل دهه ۹۰ برمی گردد، در آن زمان وب سایت ها اطلاعات خود را به روشی بسیار ساده و تنها با استفاده از فایل های متنی ارائه می دادند،

و داند اطلاعات مورد نظر خود به تلاش زیادی نیاز خواهند داشت.

بازاریابی اینترنتی به خریداران امکان لمس، بو کردن، چشیدن و به طور کلی دیدن کالا از نزدیک را قبل از خرید نمی دهد. برخی از فروشندگان عرصه تجارت الکترونیک، برای هر چه کم رنگ تر جلوه دادن این قبیل مشکلات و جلب اطمینان مشتریان، سیاست های مختلفی را به کار می گیرند و تحت شرایطی امکان پس فرستادن کالا را در اختیار خریداران آنلاین قرار می دهند.

### اقدامات امنیتی

برای خریداران و فروشندگانی که از تجارت آنلاین استفاده می کنند، نگرانی های امنیتی مسئله بسیار مهمی است. بسیاری از مصرف کنندگان به دلیل این که به امنیت اطلاعات شخصی خود در این سایت ها اطمینان ندارند، در مورد خرید اینترنتی دچار تردید می شوند. اخیراً برخی از شرکت هایی که خدمات فروش آنلاین ارائه می دهند، از دادن هرگونه اطلاعات در مورد خریداران به شدت اجتناب می ورزند.

حتی شرکت هایی وجود دارند که در وب سایت خود به امنیت اطلاعات شخصی خریداران اشاره نموده و آن را صد در صد تضمین می کنند. در پاره ای موارد نیز این امکان در اختیار کاربر قرار داده می شود که پس از این که خریدش به پایان رسید، اطلاعات شخصی خود را از بانک اطلاعاتی شرکت مورد نظر حذف نماید.

به هر حال، بسیاری از خریداران آنلاین از این امر که ممکن است اطلاعات شخصی شان در اختیار دیگر شرکت ها قرار گیرد، کاملاً بی اطلاعند. در چنین حالتی هیچ راهی برای متوقف نمودن این انتقال اطلاعات وجود نخواهد داشت.

امروزه، شرکت هایی که فروش آنلاین انجام می دهند، اقدام به استفاده از روش های گوناگون می کنند. برای حفظ حریم اطلاعات شخصی مشتریان و برطرف نمودن نگرانی های آنها، پنهان سازی اطلاعات (Encryption) یکی از روش های اصلی است که در این زمینه به کار گرفته می شود. در این روش اطلاعات کاربران به کدهایی تبدیل می شود که دسترسی به اطلاعات آن ها تنها با تایید شرکت مورد نظر امکان خواهد داشت، به عبارت دیگر با قوی تر شدن این سیستم، درجه امنیت اطلاعات نیز بیشتر می شود.

### تاثیرات بر صنایع مختلف

بازاریابی اینترنتی تاثیر فراوانی بر بازار صنایع مختلف، از جمله موسیقی، بانکداری و خرید و فروش عتیقه داشته است. در صنعت موسیقی بسیاری از مصرف کنندگان و علاقمندان به جای خرید سی دی، از سایت های اینترنتی MP3 های مورد نظر خود را خریداری و دانلود می کنند. مدت ها، صحبت در مورد قانونی یا غیر قانونی بودن دانلود فایل های موسیقی، بحث روز دست اندر کاران این صنعت به شمار می رفت.

بازاریابی اینترنتی بر صنعت بانکداری نیز بی تاثیر نبوده است و روز به روز بر تعداد بانک هایی که خدمات آنلاین انجام می دهند، افزوده می گردد. این سیستم به دلیل عدم نیاز به مراجعه به شعب بانک ها، از طرف مشتریان مورد استقبال بسیار قرار گرفته است.

آمار نشان داده در حال حاضر بیش از ۵۰ میلیون نفر از ساکنان آمریکا عملیات بانکی خود را به صورت آنلاین انجام می دهند. البته پیشرفت تکنولوژی و بالا رفتن سرعت اتصال اینترنت در گسترش این سیستم های بانکی تاثیر چشمگیری داشته است. امروزه خدمات بانکی آنلاین یکی از پرسرعت ترین عملیاتی است که از طریق اینترنت انجام می شود. ۴۴ درصد از کل کاربران اینترنت، عملیات بانکی خود را به صورت آنلاین انجام می دهند.

با رواج حراج های اینترنتی، بازار خرده فروش های عتیقه نیز در معرض خطر قرار گرفته است. اشیای عتیقه این روزها در Ebay.com به فروش می رسند و قیمت آنها نیز دستخوش تغییرات بسیاری می گردد. خریداران و فروشندگان قبل از این که اقدام به خرید اشیای قیمتی نمایند، در سایت Ebay قیمت ها را چک می کنند و معمولاً قیمت های موجود در این سایت به عنوان قیمت استاندارد کالا در نظر گرفته می شود.

### اقدامات اخیر

در نوامبر سال ۲۰۰۴ دادگاهی به منظور رسیدگی به شکایت علیه نرم افزار Bonzi Buddy مبنی بر فریبنده بودن تبلیغ اینترنتی این نرم افزار تشکیل شد. ظاهراً پنجره های تبلیغاتی این

نرم افزار، کاملاً شبیه به پنجره های ویندوز مایکروسافت بود، این امر سبب گمراهی کاربران می شد به طوری که پس از کلیک بر روی این پنجره ها زمانی که متوجه اشتباه خود می شدند و سعی در بستن پنجره های تبلیغاتی داشتند، به وب سایت Bonzi ارجاع داده می شدند.

در تاریخ بیست و هفتم ماه مه سال ۲۰۰۵، شرکت Bonzi نهایتاً پذیرفت که شکل ظاهری پنجره های تبلیغاتی خود را تغییر دهد. در حال حاضر برای آگاهی دادن به کاربران اینترنتی در بالای پنجره های تبلیغاتی این نرم افزار «کلمه آگهی تبلیغاتی» به چشم می خورد.

اخیراً بحث هایی نیز در رابطه با مالیات فروش آنلاین از گوشه و کنار شنیده می شود، در حال حاضر در کشور آمریکا خریداران آنلاین در پایان هر سال مالیات اجتناسی را که از طریق اینترنت خریداری نموده اند، همراه با بقیه مالیات های خود پرداخت می کنند. هر چند به نظر می رسد تنها تعداد اندکی از کاربران این نوع مالیات را پرداخت می نمایند. به همین منظور به تازگی، در سیزده ایالت مختلف آمریکا شرکت ها را تشویق می کنند که به ازای هر کالایی که آنلاین به فروش می رسانند، مالیات آن را نیز در نظر بگیرند، اما هنوز اجباری در این مورد وجود ندارد. به هر حال اگر وضع به همین منوال ادامه پیدا کند، طولی نمی کشد که دولت آن ها را مجبور به پرداخت مالیات نماید. دولت آمریکا اعلام نموده است رقمی معادل ۱۵ میلیارد دلار مالیات پرداخت نشده مربوط به خریدهای آنلاین به اقتصاد این کشور لطمه وارد می کند.