گوگل قرارداد ۲۰۰۰ کارمند پاره‌وقت را فسخ کرد

کمپانی گوگل اعلام کرده به دلیل شیوع ویروس کرونا و کاهش درآمدها از طریق تبلیغات، قرارداد ۲۰۰۰ کارمند موقت و قراردادی خود را فسخ خواهد کرد. این اقدام در راستای گزارش مدیر ارشد مالی گوگل در ماه گذشته به منظور کاهش نرخ استخدام است. این کمپانی بیش از ۱۳۰ هزار نیروی کار قراردادی و بالغ بر ۱۲۳ هزار نیروی کار استخدامی دارد. / دیجیاتو

افزایش خواص ضدعفونی‌کننده‌ها با نانو ذرات نقره

محققان یکی از شرکت‌های فناور بر پایه نانو ذرات نقره، ضدعفونی‌کننده‌هایی را با ماندگاری بیشتر برای از بین بردن میکروارگانیسم‌ها تولید کرده‌اند. در ضدعفونی‌کننده‌های نانویی حتی با تبخیر محلول هنوز نانوذرات در محیط وجود دارد که می‌توانند در از بین بردن مواد بیماری‌زا موثر باشند. براساس آنچه سازمان جهانی بهداشت نیز اعلام کرده است، ضدعفونی‌کننده‌های دارای فرمولاسیون نانویی در مقابله با ویروس‌ها موثر هستند. / ستاد ویژه توسعه فناوری نانو

انبار یکی از فروشگاه‌های اینترنتی ایرانی

با در نظر گرفتن این ۶ نکته، کسب‌وکارتان را از رکود در روزگار کرونا نجات دهید

روزهای داغ کسب‌وکارهای اینترنتی

عسل اخویان طهرانی
دانش

عالم‌گیری بیماری کووید-۱۹ در چند ماه گذشته و ضربه‌های شدیدش به اقتصاد جهانی و کسب‌وکارها، بار دیگر ضرورت همگام‌شدن کسب‌وکارها با فناوری‌های روز و دیجیتالی‌شدن را یادآور شد. اگرچه شرایط به وجود آمده برای ماه‌های ابتدایی این همه‌گیری مانند قرنطینه شهرها در برخی کشورها و توصیه به ماندن افراد در خانه، دوران موقتی بود و این روزها خواه‌ناخواه شرایط تا حد زیادی به دوران پیش از کرونا بازگشته است، کووید-۱۹ بهانه‌ای بود که به ما یادآوری کند، شیوه کسب‌وکارهای سنتی توان کافی برای مقابله با شرایط ناخواسته را نخواهند داشت و با توجه به شرایط پیش‌بینی نشده‌ای که هر روز اقتصاد کشورها و کل دنیا را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد، بهتر است سیاست‌های باثبات‌تری را برای رونق کسب‌وکارمان به عهده بگیریم.

به عقیده کارشناسان حوزه کسب‌وکار، این روند حتی پس از کنترل کرونا نیز ادامه‌دار خواهد بود؛ به طوری که پیش‌بینی می‌شود تا پایان سال ۱۴۰۹/ ۲۰۳۰ تقریبا همه کسب‌وکارها خود را به نوعی با شرایط تجارت اینترنتی تطبیق دهند. البته همه این تغییرات به روند پیشرفت‌های فناوری نیز ربط دارد و شاید حتی خیلی سریع‌تر از چیزی که امروز فکر می‌کنیم موج تحول دیجیتالی شدن همه کسب‌وکارها را تحت تأثیر قرار دهد. مهم این است که به یاد داشته باشیم این روند با هر سرعتی هم که به پیش رود، رخ‌دادنش حتمی است؛ پس چه بهتر که از همین امروز به فکر همگام شدن با این جریان تحول باشیم و به نحوی دیجیتالی شدن را وارد کسب‌وکارمان کنیم تا در شرایط مشابه شیوع کووید-۱۹ کسب‌وکارمان کمتر آسیب ببیند. در ادامه شش گام مهم برای موفقیت در ورود به دنیای کسب‌وکارهای دیجیتال را بررسی می‌کنیم.

برگرفته از: Entrepreneur

مشخص کنید چه چیزی را عرضه خواهید کرد

شاید با خودتان بگویید هر کسب‌وکاری محصول مشخصی را تولید یا عرضه می‌کند، بنابراین در فضای مجازی نیز همان محصول را ارائه خواهد کرد. اما فروش به صورت اینترنتی ممکن است کمی با فروش فیزیکی متفاوت باشد. شاید اگر فروشنده محصولات باشید، این کار برایتان راحت‌تر باشد و هر محصولی را که در مغازه دارید بتوانید به صورت اینترنتی نیز ارائه کنید. اما در برخی موارد این داستان کمی متفاوت‌تر خواهد بود و شاید نتوانید هر آنچه در مغازه یا فروشگاهتان ارائه می‌کردید به صورت اینترنتی نیز بفروشید. بنابراین باید از پیش با در نظر گرفتن شرایط و امکانات موجود، سبد محصولات اینترنتی را مشخص کنید. حتی اگر همه محصولات نیز قابل عرضه اینترنتی باشند، بهتر است در ابتدای کار، مواردی که بیشتر مورد توجه و علاقه مشتریان هستند را ارائه کنید تا ریزه‌کاری‌های این مسیر جدید را بشناسید و سپس محدوده فعالیت‌تان را گسترده‌تر کنید.

یکی از محدودیت‌هایی که ممکن است در زمان فروش اینترنتی برخی محصولات با آن روبه‌رو شوید، امکان ارسال است. در این صورت نیز می‌توانید امکان تحویل حضوری را برای چنین مواردی فعال کنید تا به بهترین شکل بتوانید آن را به دست مشتریانتان برسانید. همچنین به مرور زمان با کمک بازخوردهایی که از سوی مشتریان‌تان دریافت می‌کنید، می‌توانید در خصوص ادامه مسیر تصمیم‌گیری کنید.

در صورتی که کسب‌وکارتان ارائه خدمات داشته باشد نیز راه‌هایی برای اینترنتی‌کردن آن وجود خواهد داشت. امکان صحبت تصویری، ارائه ویدئوهای آموزشی یا پاسخگویی تلفنی می‌تواند برخی از مسائل را برطرف کند. در مورد خدماتی که حتما باید به صورت حضوری انجام شود مانند آرایشگاه‌ها، در شرایطی که هیچ امکانی برای ارائه خدمات حضوری نباشد، ارائه بسته‌های مورد نیاز برای خودآرایی یا رنگ مو و... به مشتریان می‌تواند برخی نیازهای آنها را برطرف کرده و از سویی از واردآمدن خسارت کامل به کسب‌وکارتان نیز جلوگیری کند.

سازوکار برای بسته‌بندی، ارسال و تحویل کالا به مشتریان

اگر کسب‌وکار نوپایی دارید و هنوز حجم فروش بالایی ندارید، می‌توانید خودتان سفارش‌ها را به دست مشتریان برسانید. زیرا اگر بخواهید مجموعه دیگری را برای ارسال محصولات به کسب‌وکارتان وارد کنید بر اساس هزینه ارسال ممکن است بازدهی و سوددهی مناسبی نداشته باشید.

همچنین اگر بخواهید هزینه ارسال را از مشتریان دریافت کنید نیز باید تلاش کنید تا از روشی استفاده کنید که ویژگی‌هایی مثل کمترین هزینه ارسال، سریع‌ترین زمان تحویل و در عین حال کمترین آسیب به اجناس را داشته باشد تا همین امر به عنوان یکی از مزیت‌های رقابتی‌تان تبدیل شود. روند مشخص و دقیق برای زمان ارائه سفارش و همچنین امکان بازگشت کالا بر اساس رویه‌های از پیش تعیین شده به مشتری تجربه بهتری از خرید خواهد داد.

نحوه ارسال و زمان‌بندی دقیق برای ارسال در خصوص محصولات خوراکی مانند سفارش غذا، شیرینی یا کیک از اهمیت ویژه‌تری برخوردار است و در صورتی که به خوبی انجام شود، می‌تواند ضامن فروش کسب‌وکارتان باشد؛ حتی در شرایط بحرانی مانند آنچه در ماه‌های ابتدایی سال ۹۹ تجربه کردیم.

بستر الکترونیکی متناسب را انتخاب کنید

در این مرحله باید به فناوری‌ای توجه کنید که با کمک آن قرار است محصولتان را بفروشید. ممکن است برای کسب‌وکارتان وبگاه یا نرم‌افزار همراه طراحی کنید یا از فروشگاه‌های اینترنتی موجود بخواهید محصولتان را ارائه کنند. انتخاب روش، کاملا به شرایط شما و کسب‌وکارتان مربوط است و باید با بررسی عوامل گوناگون، بهترین انتخاب را داشته باشید. فارغ از نوع کسب‌وکارتان، بستری که برای ارائه خدمات اینترنتی و تجارت الکترونیک انتخاب می‌کنید باید بتواند مطمئن و انعطاف‌پذیر باشد و بر اساس نیازهای شما قابلیت اعمال تغییرات و کوچک و بزرگ‌شدن داشته باشد.

استفاده از بستر مناسب اگر در ابتدای کار کمی هزینه بیشتری برایتان داشته باشد در عوض کمک می‌کند جریان روان و منظمی برای تجارت اینترنتی‌تان داشته باشید و نیاز نباشد مواردی از قبیل موجودی انبار، سفارش‌های در حال آماده‌سازی و... را به صورت دستی یادداشت و بررسی کنید. بنابراین برای زمینه اصلی کارتان ارزش بیشتری قائل باشید.

وبگاه خودتان را طراحی کنید

مهم‌ترین نکته هنگام راه‌اندازی وبگاه کسب‌وکارها توجه به طراحی و برندسازی است. در صورتی که وبگاه، طراحی مناسب و قابل درکی برای مشتری نداشته باشد، نمی‌تواند عملکرد موفقی ارائه دهد. بنابراین تلاش کنید تا در عین زیبایی، طراحی ساده‌ای برای وبگاه‌تان در نظر بگیرید تا خریدار به محض ورود به آن به سادگی بتواند آنچه می‌خواهد را در میان انبوه اطلاعات موجود بیابد. علاوه بر این طراحی باید به گونه‌ای باشد که رنگ‌وبوی خاص کسب‌وکارتان را برای مشتریان ایجاد کند و حس راحتی و اطمینان به آنها بدهد.

بر اساس پیش‌بینی کارشناسان، مجموع ارزش تجارت الکترونیک جهان تا دو سال دیگر به رقمی بالغ بر ۸۴۵ میلیارد دلار خواهد رسید که نیمی از آن به خریدهای اینترنتی با گوشی‌های هوشمند مربوط خواهد بود. بنابراین هنگام طراحی وبگاه حتما توجه ویژه‌ای به نسخه قابل اجرا در تلفن همراه هوشمند نیز داشته باشید تا بتوانید با کیفیت مناسب و رضایت‌بخش امکان استفاده از وبگاه را برای گوشی‌های هوشمند نیز فراهم کرده و نیاز بخش عمده‌ای از مشتریانتان را برطرف کنید.

در هر دو نسخه وبگاه، فراهم‌سازی امکان تراکنش‌های مالی امن بسیار حائز اهمیت است تا مشتریان بتوانند با رضایت‌مندی کامل و بدون نگرانی تراکنش‌های مالی‌شان را انجام دهند.

در کنار همه ریزه‌کاری‌ها یکی از مهم‌ترین بخش‌های تجارت الکترونیک بخش پشتیبانی مشتریان است. سعی کنید برای این بخش بر اساس بزرگی کسب‌وکارتان به اندازه کافی سرمایه‌گذاری کنید که تا حد امکان در هر زمان از شبانه‌روز مشتریان بتوانند به صورت اینترنتی از بخش پشتیبانی برای رفع مشکلات احتمالی‌شان کمک بگیرند. امروزه استفاده از ربات‌های هوشمند برای پشتیبانی وبگاه‌ها نیز بسیار رایج شده است. این روش نیز می‌تواند بخش زیادی از سوالات مشتریان را پاسخگو باشد، با وجود این همچنان ارتباط کلامی انسان تجربه بهتری را برای مشتریان فراهم می‌کند.

اطلاعات مشتریان را در فضای امن جمع‌آوری کنید

جمع‌آوری اطلاعات شخصی مشتریان بخش جدا نشدنی از کسب‌وکارهای اینترنتی است. برخی از این اطلاعات برای انجام تراکنش‌های مالی صحیح مورد نیاز است و برخی از آنها اطلاعاتی است که می‌تواند به درک بهتر رفتار مشتری، سلایقش و آنچه می‌خواهد بخرد کمک کند. اما مساله مهم این است که مشتریان توقع دارند این اطلاعات به صورت خصوصی باقی بماند و شیوه استفاده شما از این اطلاعات برایشان روشن باشد. همچنین خیال‌شان راحت باشد که این اطلاعات از دسترس هکرهای اینترنتی نیز در امان باشد و در واقع با نشتی اطلاعات روبه‌رو نشوند. بنابراین سعی کنید نکات امنیتی مورد نیاز برای حفاظت از اطلاعات ورودی به وبگاه‌تان را رعایت کنید.

برای بازاریابی‌تان برنامه مشخص داشته باشید

راه تبلیغات و بازاریابی برای تجارت‌های اینترنتی و الکترونیک فقط به فضای اینترنت محدود نمی‌شود. برای مثال می‌توانید از روش‌های مرسوم تبلیغات مانند بنرهای خیابانی، چاپ تبلیغات کارتی، ارسال پیامک و برگه یا پیشنهادهای ویژه‌ای که همراه بسته‌های خرید مشتریان برایشان ارسال می‌کنید، استفاده کنید. البته در کنار همه این روش‌ها از روش‌های اینترنتی مانند ارسال ایمیل نیز غافل نشوید. شاید کمی دور از ذهن باشد اما ارسال ایمیل‌های تبلیغاتی همچنان از پر اثرترین روش‌های تبلیغاتی در سراسر دنیا به شمار می‌رود. استفاده از تبلیغات پاپ‌آپ در وبگاه‌های پر بازدید نیز یکی از روش‌های تبلیغاتی است که این روزها کارایی خوبی دارد.

علاوه بر تمام این روش‌ها این روزها شبکه‌های اجتماعی نیز به ابزار خوبی برای اطلاع‌رسانی و جریان‌سازی‌های تبلیغاتی تبدیل شده است. سعی کنید تمرکزتان بر برقراری ارتباط مؤثر با مشتریان باشد. به این ترتیب می‌توانید از بازخوردهایی که از روش‌های بازاریابی استفاده می‌کنید کارآمدترین روش‌ها را متناسب با جامعه مخاطبتان بیابید. البته در این زمینه از تجربیاتی که از بازاریابی کسب‌وکارتان پیش از دیجیتالی شدن داشته‌اید نیز می‌توانید کمک بگیرید. برای مثال اگر در آن زمان با شرح دادن ویژگی‌ها مخاطب‌تان را مجاب به خرید می‌کردید، اکنون می‌توانید ویدئوهایی برای شرح محصول تولید کنید تا از این محتوای تبلیغاتی بهره ببرید.

همگام شدن با فناوری‌های روز این امکان را برایتان فراهم می‌کند که با انعطاف بیشتری از بحران‌های شدیدی مانند کووید-۱۹ عبور کنید. به‌علاوه اکنون که با توسعه روز افزون فناوری‌ها هر روز شاهد تغییر ذائقه مشتریان نیز هستید، می‌توانید امکان خرید راحت‌تر و لذت‌بخش‌تری را برایشان فراهم کنید. در نتیجه حتی اگر این شرایط موقت نیز به پایان برسد، فعالیت‌های دو سویه شما در فضای مجازی و ارتباط مستقیم با مشتریان، تأثیر بسزایی بر افزایش فروش و توسعه کسب‌وکارتان خواهد داشت.

یکی از محدودیت‌هایی که ممکن است در زمان فروش اینترنتی برخی محصولات با آن روبه‌رو شوید، امکان ارسال است. در این صورت نیز می‌توانید امکان تحویل حضوری را برای چنین مواردی فعال کنید تا به بهترین شکل بتوانید آن را به دست مشتریانتان برسانید

استفاده از بستر دیجیتال مناسب اگر در ابتدای کار کمی هزینه بیشتری برایتان داشته باشد در عوض کمک می‌کند جریان روان و منظمی برای تجارت اینترنتی‌تان داشته باشید و نیاز نباشد مواردی از قبیل موجودی انبار، سفارش‌های در حال آماده‌سازی و... را به صورت دستی یادداشت و بررسی کنید

در مسیر موفقیت

۷ سیاست کلیدی برای عبور از بحران کرونا

نگین یشمی
دانش

در دنیای شرکت‌های نوپا (استارت‌آپ‌ها) هر اتفاقی می‌تواند فرصت یا تهدید تلقی شود. تغییراتی که به‌واسطه شیوع ویروس کرونا در اقتصاد و صنعت به‌وجود آمده موقعیت دشواری را برای بسیاری از جوامع رقم زده است. یکی از ویژگی‌های شرکت‌های نوپا این است که با استفاده از منابع محدود می‌توانند بهترین نتیجه را به دست آورند و شرایطی که شیوع کووید-۱۹ پیش آورده، می‌تواند فرصت مناسبی برای آنها باشد تا بازار بهتری را برای رشد بیابند. شرکت‌های نوپا تیم‌های بزرگی ندارند، چابکند و می‌توانند خیلی سریع ایده‌های مختلف را ارزیابی کنند. هزینه تغییرات در یک شرکت نوپا نسبت به یک سازمان باسابقه پایین‌تر است و بحران کرونا کمتر می‌تواند بر آنها اثر منفی بگذارد. در ادامه به هفت نکته که کسب‌وکارهای نوپا می‌توانند برای مقابله با شرایط و رشد بیشتر از آنها استفاده کنند، اشاره کرده‌ایم:

رویدادهای آنلاین

برگزاری رویدادهای آنلاین می‌تواند به رشد کسب‌وکارهای نوپا کمک کند. این رویدادها اگر از جنس وبینار یا لایوهای اینستاگرامی باشد، می‌تواند به انتقال تجربه و دانش کمک کند و فرصت بهتر دیده شدن کسب‌وکارها را فراهم کند. محدود شدن شرایط کاری و تفریحات کاربران باعث شده اقبال آنها به رویدادهای اینترنتی افزایش پیدا کند و موقعیت مناسبی برای برگزاری رویدادهای آنلاین فراهم شود.

تولید محتوا

محتواهایی مثل پادکست و مقالات کوتاه در این دوران بیش از گذشته مورد توجه کاربران اینترنت قرارگرفته است. آموزش‌های مختلف در بستر وب و موبایل در این شرایط بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرد. برای همین توجه به تولید محتوا می‌تواند به رشد بهتر کسب‌وکارهای نوپا کمک کند.

ارائه خدمات اجتماعی

ممکن است محصول شما بتواند با تغییرات اندک نقش اجتماعی پررنگی را ایفا کند برای همین می‌توان برای کمک به اجتماع، این خدمات را به‌طور رایگان و برای استفاده همگان ارائه کرد. این کار در راستای ایفای مسؤولیت اجتماعی یک کسب‌وکار نوپا قرار می‌گیرد.

آنلاین‌کردن خدمات

رفتار عمومی کاربران در دوران کرونا با شتاب عجیبی به سمت غیرحضوری‌بودن پیش رفته برای همین بهتر است خدمات شرکت‌های نوپا تا جای ممکن غیرحضوری و اینترنتی باشد. این مساله کمک می‌کند خدمات ارائه‌شده را کاربران بیشتری استفاده کنند و شمار مخاطبان کسب‌وکار شما افزایش یابد.

ارائه تعهدات ممکن

اقبال و هجوم کاربران به خدمات یک شرکت نوپا با این‌که بسیار جذاب است می‌تواند ترسناک هم باشد. اگر کسب‌وکاری نمی‌تواند به حجم زیادی از درخواست‌ها و تعهدات عمل کند نباید بازار خود را بدون آمادگی بیش از اندازه بزرگ کند. چون باعث نارضایتی کاربران در کوتاه‌مدت و آسیب دیدن چهره کسب‌وکار در طولانی‌مدت خواهد شد.

کمک به دیگران

شرکت‌های کوچک و بزرگی در سراسر جهان با بحران کرونا دست‌وپنجه نرم می‌کنند. در این زمان می‌توان با ارائه مشاوره یا کمک‌های مالی و حمایت‌های معنوی به آنها کمک کرد.

چرخش احتمالی

ممکن است شرکت نوپای شما در بازاری فعالیت کند که بسیار متأثر از ویروس کروناست و احتمالاً تا چند سال بحران کرونا آن را رها نخواهد کرد. برای همین شاید لازم باشد چرخشی در مدل کسب‌وکاری و محصولتان داشته باشید یا ویژگی‌هایی به آن اضافه کنید که کاربران بتوانند همچنان از آن استفاده کنند.