

مجازی بفروشیم

درباره فراز و نشیب های بازارهای فضای مجازی



کارشناس

بیشترین مخاطبان این بازارها جوانان و زنان بودند و کاربران در آن ها به راحتی و بدون هیچ محدودیتی می توانستند فعالیت کنند. در کنار این بازارها فرصت ها و شغل هایی جانبی مانند عکاسی، تولید محتوا، طراحی و غیره نیز ایجاد شد. ناگفته نماند در کنار خانه نشینی به علت همه گیری کرونا، این نکته را نباید نادیده گرفت که رشد نرم افزارها و شبکه های اجتماعی نیز همراه با این نیازها بود. به عبارتی، ساده کردن کاربری و تطبیق بستر شبکه ها با فضای کاری از دیگر عواملی بود که باعث رشد بازارهای مجازی شد.

گوشی را برمی داری و عکس ها را ورق می زنی. اگر به دلت نجسبید، صفحه را عوض می کنی. چرخی در فروشگاه بعدی می زنی. فاصله اش برای تو حتی یک قدم هم نیست. همه جا را با چند انگشت می چرخی! سؤال هایت را می پرسی. اگر خوش آمد، سفارش می دهی. اگر هم نه، گوشی را می بندی و سری به قابلمه خورش می زنی و چایت را می نوشی. امروز بازارت را رفته و دورت را زده ای! مدل های جدید را دیده ای در حالی که توی ترافیک نبوده ای و حتی یک هزارتومانی بابت کرایه راه نپرداخته ای. تازه، ناهارت هم حاضر و آماده است!

■ ثبات پس از شش سال

دکتر نورالهدی پورعباس به عنوان عضو هیئت رئیسه کانون زنان بازرگان خراسان رضوی درباره شکل گیری بازارهای مجازی و کسب و کارهای اینترنتی ای که عمدتاً زنان در آن ها فعال هستند می گوید: فعالیت زنان در بازارهای مجازی حدود شش سال است جدی شده و اکنون می توان گفت به ثبات رسیده و به بار نشسته است. می توان گفت بخشی از این رشد را مدیون شرایط کرونایی هستیم که افراد را خانه نشین کرد و بازارهای مجازی را رشد داد.

به نظر کارشناسان فضای مجازی، کرونا اگرچه خیلی چیزها به ویژه خیلی از کسب و کارها را به هم ریخت و ویران کرد، با امواج مختلف خود باعث رشد بازارها و بازارچه های اینترنتی شد و کسب و کارهای مجازی را رونق داد، کسب و کارهایی کلان و کسب و کارهای خردی که اگر تا دیروز جایی در بازار حقیقی نداشتند، در بازارهای مجازی برای خود جایی باز کردند و به نتایج خوبی رسیدند. جمعیت بسیاری از تولیدکنندگان، فروشندگان و خریداران این بازارها بانوان بودند.

■ جای ایده های کوچک

این بانوی بازرگان که بازارهای اینترنتی و حقیقی را بارها تجربه کرده است و راه اندازی بازارهای مختلفی را در کارنامه خود دارد، درباره چالش های بازارهای اینترنتی می افزاید: بازارگردی مجازی با تمام نو بودن و تازگی خود توانست جای بازارگردی حقیقی را بگیرد. دیدن مدل های مختلف، مقایسه قیمت ها، مشاهده نظرات و کامنت ها در کنار کاهش هزینه ها و سفرها این بازارها را رشد داد. از طرفی، فروشندگی و خریدار،

فوتوفن

۱ انتخاب کنید

اگر قرار است سمت یک کسب و کار جدید بروید مدل آن (اینترنتی / حضوری) را انتخاب کنید و تا به مشکلی برمی خورید، از این شاخه به آن شاخه نپرید.

۲ وبسایت طراحی کنید

این را که چگونه یک وبسایت طراحی کنید باید به اهل فن بسپارید اما به این نکته توجه کنید که انتخاب نام خیلی مهم است. نامی انتخاب کنید که مناسب فعالیت شما باشد و راحت خوانده و نوشته شود.

۳ جامعه مخاطب را مشخص کنید

برای کسب و کارتان به دنبال شکل دهی یک جامعه مخاطب پایدار باشید. با او ارتباط بگیرید. نظرهایش را جویا شوید و مخاطب را با کار خود درگیر کنید.

۴ مزیت رقابتی داشته باشید

همیشه از خود بپرسید چگونه می توانید بهتر باشید، مزیت شما در مقایسه با دیگران چیست و چه چیزی را می توانید بفروشید.

رقبا را فراموش نکنید

چگونه یک کسب و کار مجازی راه بیندازیم؟