

هر آنچه که در مورد راه اندازی فروشگاه اینترنتی باید بدانید

شروع کسب و کار اینترنتی با ایجاد فروشگاه اینترنتی

امروزه با گسترش اینترنت و فضای کسب و کار، تجارت‌های سنتی به مرور زمان جای خود را به نسخه‌های نوین‌تر تجارت یعنی تجارت الکترونیک می‌دهند و تجارتي که در آن نیاز بود برای خرید یک کالا به مغازه‌ها و فروشگاه‌ها مراجعه کنید، کم کم در حال منسوخ شدن است. امروزه کمپانی‌ها و تجار مختلف دریافته‌اند که اینترنت حرف اول و آخر را در فروش بیشتر و معرفی بهتر برند تجاری آنها می‌زند. بنابراین با گسترش اینترنت و به همراه آن گسترش فرهنگ خرید های مجازی، تعداد فروشگاه های اینترنتی در حال افزایش است.

در ایران نیز تاریخچه فروشگاه های اینترنتی به اوایل دهه‌ی ۸۰ باز می‌گردد. زمانی که حمید و سعید محمدی، فروشگاه اینترنتی دیجی‌کالا را تاسیس کردند. در سال های بعد و با گسترش اینترنت در کشور، فروشگاه‌های دیگری نیز کسب و کار خود را به اینترنت انتقال دادند. یکی از اساسی ترین مشکلات بر سر راه تاسیس فروشگاه اینترنتی در ایران در اوایل دوره‌ی روی کار آمدن این نوع فروشگاه‌ها، مسئله‌ی اعتماد مشتری به آنها بود. بسیاری از مردم ایران بر این عقیده بودند که فروشگاه‌های اینترنتی کلاهبردار هستند و خرید از آنها مساوی با خرید کالاهای بی‌کیفیت و ... است. اما خوشبختانه امروزه اعتماد مردم به فروشگاه های اینترنتی افزایش یافته است و بسیاری از افراد اغلب خریدهای خود را بصورت آنلاین انجام می‌دهند.

اما راه اندازی یک فروشگاه اینترنتی موفق چگونه است؟ چه ترفند هایی دارد؟ آیا اصلا شدنی است؟ چه هزینه‌ها و مراحل دارد؟ اینها سوالاتی هستند که ممکن است ذهن شما را به خود مشغول کرده باشد. پیش هرچیزی باید بنابر تجربه‌ی شخصی‌ام این نکته را به شما گوشزد کنم که بازار اینترنتی امروز، دیگر فضایی برای آزمون و خطا باقی نگذاشته است. رقبا سرسخت‌تر از آن چیزی هستند که شما فکر می‌کنید و

اگر با برنامه و پشتوانه قوی جلو نروید، قطعاً شکست خواهید خورد و هزینه و وقت شما هدر خواهد رفت. اما اگر در [راه اندازی فروشگاه اینترنتی](#) خود مصر هستید، تا پایان با من همراه باشید تا راهنمای قدم به قدم راه اندازی یک فروشگاه اینترنتی را با هم مرور کنیم.

قدم اول: محصولاتی که می‌خواهید بفروشید را مشخص کنید

قدم اول در راه اندازی یک فروشگاه اینترنتی هیچ فرقی با راه اندازی یک مغازه معمولی ندارد. در هر دو مورد ابتدا شما باید محصولاتی را که می‌خواهید بفروشید را مشخص کنید. یک بقال قبل از اینکه مغازه بقالی‌اش را تاسیس کند برای خودش مشخص می‌کند که مثلاً در این مغازه لبنیات، حبوبات، مواد غذایی و ... به فروش خواهد رسید. شما نیز باید در ابتدا برای خود معلوم کنید که قرار است چه جنسی را به فروش برسانید.

برای اینکه بدانید کدام محصول برای فروش مناسب‌تر است ابتدا علایق و توانایی‌های خود را مد نظر قرار دهید. مثلاً اگر شما در ساخت محصولات چوبی دستی بر آتش دارید، می‌توانید فروشگاه‌های چوبی آنلاین دست‌ساخته‌های چوبی خود تاسیس کنید. یا اگر مثلاً خیاط یا طراح لباس هستید، می‌توانید فروشگاه‌های فروش لباس‌های خود تاسیس کنید.

نکته‌ی دوم در انتخاب محصول مناسب برای فروش بعد از علایق و توانایی‌ها، این است که بررسی کنید کدام حوزه هنوز اشباع نشده است. گاهی ممکن است شما در حوزه‌ای قصد تاسیس فروشگاه آنلاین داشته باشید که رقبایی سرسخت و با سابقه‌ی طولانی در آن مشغول به کارند. خب در این حالت احتمال موفقیت شما بسیار اندک است. پس ابتدا بررسی کنید که کدام بخش از بازار فروش اینترنتی هنوز اشباع نشده است.

اگر حوزه‌ی مورد نظر شما اشباع شده است راه حل دیگری هم وجود دارد و آن اینکه با کسانی که در آن حوزه‌ی مورد نظر شما فعال هستند وارد شراکت شوید و فروش یا تامین بخشی از محصولات آنها را بر عهده بگیرید.

البته اگر باز هم اصرار بر فعالیت در آن حیطه را دارید، قطعاً باید ارزش افزوده‌ای به مشتریان ارائه کنید که از شما محصولی را خریداری کنند. در واقع باید چیزی بیشتر از میانگین رقیب‌هایتان ارائه کنید.

قدم دوم: مشتریان هدف را مشخص کنید

قدم دوم این است که مشتریان هدف را مشخص کنید. منظور از مشتری هدف این است که چه کسانی و از چه قشری اقدام به خرید محصولات شما خواهند کرد. مثلاً اگر شما فروشگاه اینترنتی لباس دارید، مشتریان هدف شما می‌توانند زنان و دختران یا حتی مردانی باشند که بخواهند به همسرشان کادو بدهند. برای مشخص کردن مشتریان هدف آنها را بر اساس معیارهای زیر طبقه بندی کنید.

- سن و جنسیت
- سطح درآمد
- میزان تحصیلات
- وضعیت اشتغال
- میزان تحصیلات
- میزان تحصیلات
- میزان تحصیلات

بگذارید برای روشن‌تر شدن این موضوع برای شما مثال بزنم. بیا فرض کنیم فروشگاه اینترنتی شما در حوزه فروش لباس و مد فعال است. خوب بیا به سوالات بالا پاسخ دهیم:

همچنین بخوانید: روابط عمومی آنلاین چیست؟
سن، جنسیت و محل اقامت: زنان و دختران بین ۱۶ تا ۴۰ سال

الگوهای رفتاری: آنها معمولاً هرچند وقت یکبار و چرا دست به خرید می‌زنند؟

انگیزه‌ها و اهداف اصلی: خوشپوشی، زیبایی، شاید Show-Off کردن

بزرگترین چالش آنها چیست و شما چگونه آن را مرتفع خواهید کرد: برای یک خریدار لباس همیشه کیفیت و قیمت در اولویت است و شما می‌توانید با تولید لباس‌های با کیفیت با قیمت مناسب نگرانی مشتری را از این بابت رفع کنید.

چرا آنها باید محصولات شما را بخرند؟: این سوالی است که شما خودتان باید به آن پاسخ دهید. برای پاسخ به این سوال وجه تمایز خود با رقبا را بررسی کنید.

قدم سوم: ایده‌تان را ارزیابی کنید

پیدا کردن جنس مناسب برای فروش و مشخص کردن مشتری هدف عالی است. اما شما باید مطمئن شوید که افراد در قبال محصولات شما پولی را خواهند پرداخت. اینکه افراد به شما بگویند محصولات عالی است یا افتضاح برای شما موفقیت یا شکست محسوب نمی‌شود. موفقیت وقتی حاصل می‌شود که افراد سر کیسه را شل کنند و در قبال محصولات شما پولی را پرداخت کنند. اگر از مشتری هدف و اجناس خود مطمئن هستید ولی هیچ کس از شما خرید نمی‌کند، باید به دنبال دلیل آن بگردید. دلایلی از جمله:

- آیا قیمت محصولات شما نسبت به رقبا بالاست؟
- آیا مشتریان هدف را اشتباه انتخاب کرده‌اید؟
- آیا بازار و درخواستی برای خرید محصولات شما وجود ندارد؟

خلاصه بگویم برای اینکه متوجه شوید چرا افراد از شما خرید نمی‌کنند خیلی ساده از خود بپرسید: «چه چیزی افراد را از خرید از فروشگاه من باز می‌دارد؟». قبل از تاسیس فروشگاه اینترنتی، بحث ارزیابی ایده بسیار حائز اهمیت است. برای ارزیابی ایده‌تان، می‌توانید از روش‌های زیر بهره ببرید:

- اجناستان را بصورت دستی بفروشید

اگر کارتتان را تازه آغاز کرده‌اید، حتماً نیازی نیست که متحمل هزینه شوید و فروشگاه اینترنتی تاسیس کنید. می‌توانید ابتدا بصورت مستقیم با مشتری ارتباط برقرار کرده و جنستان را به او بفروشید. مهم‌ترین حسن این کار این است که بجز کسب درآمد، مطمئن خواهید شد که برای محصولاتان مشتری وجود دارد و افراد حاضرند برای آن پول پرداخت کنند.

اما شاید از خود بپرسید که چگونه بصورت مستقیم، مشتری را پیدا و با او وارد معامله شوم؟ پاسخ واضح است. شبکه‌های اجتماعی. این روزها کمتر کسی پیدا می‌شود که حداقل از یکی از شبکه‌های اجتماعی

واتسآپ، تلگرام یا اینستاگرام استفاده نکنند. استفاده از این شبکه‌های اجتماعی هزینه‌ای ندارد و کار با آنها نیز آسان است. فقط کافی است به گروه‌های مجازی ملحق شوید یا در اینستاگرام برای محصولاتان صفحه‌ای ایجاد کنید.

بگذارید برای شما مثالی واقعی از پیدا کردن مشتری بصورت مستقیم و فروش جنس بزمن، یکی از دوستان من در ساخت کیف زنانه با نمدهای رنگی مهارت داشت. او برای محصولاتش در اینستاگرام صفحه‌ای ایجاد کرد و همچنین محصولات تولیدی‌اش را به جمعه بازارهای تهران هم می‌برد. او با این کار نه تنها توانست تمامی محصولات تولیدی‌اش را به فروش برساند، بلکه از طریق اینستاگرام توانست چندین سفارش جدید هم دریافت کند. پس تاثیر شبکه‌های اجتماعی برای ارزیابی ایده و بازار محصول را دسته‌کم نگیرید.

- اجناس تولیدی را در بازارهای مجازی عرضه کنید

همانند روش اول، این روش نیز بسیار کاربردی است. شما می‌توانید محصولات تولیدی‌تان را در بازارهای مجازی مانند ایسام، دیوار، شیپور یا... به فروش برسانید. سرویس‌های نامبرده شده این امکان را به شما می‌دهند که بصورت مستقیم با مشتری وارد مذاکره شوید و اطلاعات و عکس‌های محصول مورد نظر را برای آنها بفرستید.

اما در نظر بگیرید که این روش صرفاً یک راه برای ارزیابی ایده، محصول و شاید شناسایی بازار باشد. برای این که بتوانید بیشتر و بهتر بفروشید، حتماً نیازمند وبسایت فروشگاهی هستید.

قدم چهارم: یک سیستم مدیریت محتوای فروشگاهی انتخاب کنید

بعد از اینکه تمامی مراحل بالا را انجام دادید و تصمیم قطعی بر ساخت فروشگاه اینترنتی گرفتید، اولین قدم انتخاب یک سیستم مدیریت محتوا (CMS) است. سیستم مدیریت محتوا فروشگاهی همانطور که از اسمش برمی‌آید، امکانات لازم برای ساخت یک فروشگاه اینترنتی را در اختیار شما قرار می‌دهد.

از بهترین نوع فروشگاه‌سازها می‌توان ووکامرس را نام برد. این سیستم فروشگاه ساز که بر پایه وردپرس است بصورت کامل از زبان

فارسی پشتیبانی می‌کند و کار با آن نیز بسیار راحت است. به علاوه افزونه‌های زیادی نیز برای آن موجود است. برای اطلاعات بیشتر در این مورد این سیستم می‌توانید به آدرس ([www.enamad.ir](#)) مراجعه کنید.

البته فراموش نکنید که برای فروشگاهتان یک نام مناسب و لوگوی زیبا انتخاب کنید. زیرا فروشگاه شما با این دو عنصر شناخته می‌شود و هر چقدر که در نام‌گذاری فروشگاه و طراحی لوگو، بهتر عمل کنید، احتمال شناخته شدن سریع‌تر فروشگاه شما بالا می‌رود.

قدم پنجم: نیروی انسانی مورد نیاز استخدام کنید و اصول سئو را فرا بگیرید

بعد از ساخت فروشگاه، شما به نیروی انسانی مورد نیاز و البته متخصص نیاز دارید که اموری مانند پشتیبانی سایت، محصولات، مشتریان، تحویل و... را انجام دهند. تعداد نیروی انسانی را با توجه به بودجه و تعداد فیلدهای مورد نیاز و ضروری تعیین کنید. البته در لیست استخدام خود حتماً یک گرافیکست ماهر، بازاریاب شبکه‌های اجتماعی و تولیدکننده محتوا را هم مد نظر داشته باشید. زیرا این افراد برای هر کسبوکاری بسیار حائز اهمیت هستند و هرچه که آنها ماهرتر و متخصص‌تر باشند احتمال موفقیت شما نیز بیشتر می‌شود.

اما شاید لازم نباشد تاثیر سئو را در موفقیت هر کسبوکاری مجدداً یادآورم شوم. تمامی کسب و کارهای موفق دنیا، سئو را جزو اولیت‌های اصلی خود قرار می‌دهند و برای آن ردیف بودجه‌ای مشخص در نظر می‌گیرند. سئو یکی از ارکان اساسی برای موفقیت هر کسبو کار آنلاینی است. محصولات شما باید در موتورهای جستجو شناخته شوند و از طریق آن، مشتری با فروشگاه شما آشنا شود و اقدام به خرید کنید. رعایت اصول سئو باعث می‌شود رتبه‌ی شما در موتورهای جستجو بهتر شود و به تبع آن فروشگاه شما محبوب‌تر و البته پرفروش‌تر شود.

قدم ششم: نماد اعتماد

شاید یکی از سخت‌ترین مراحل که برای راه‌اندازی یک فروشگاه اینترنتی می‌بایست طی کنید، هفت‌خوان دریافت نماد اعتماد است. شما می‌توانید با مراجعه به سایت enamad.ir مراحل دریافت نماد را آغاز کنید تا هرچه سریع‌تر آن را دریافت کنید. پس از ثبت‌نام می‌بایست به صورت محضری تعهدنامه‌ای را امضا کنید و برای نماد ارسال کنید. اهمیت دریافت نماد آنجایی مشخص می‌شود که شما بخواهید درگاه

مستقیم بانکی دریافت کنید؛ یکی از ملزومات دریافت درگاه پرداخت بانکی، داشتن نماد اعتماد است. البته تاثیر آن در ذهن کاربران هم قابل انکار نیست؛ می‌تواند به مشتریان شما اطمینان بدهد که شما قلابی یا Fake نیستید، آدرس و شماره تلفن تایید شده دارید و می‌تواند به شما اعتماد کند.

قدم هفتم: چند درگاه پرداخت مطمئن تهیه کنید

بعد از اینکه مشتری با فروشگاه شما آشنا شد و اقدام به خرید کرد، نوبت به نحوه پرداخت می‌رسد. فروشگاه‌های مختلف روش‌های مختلفی را برای پرداخت وجه محصول، پیش روی مشتری قرار می‌دهند. از جمله پرداخت آنلاین، واریز به شماره حساب یا پرداخت نقدی در محل. این روزها با توجه به گسترش خدمات الکترونیک بانکی، اغلب افراد گزینه‌ی پرداخت آنلاین را ترجیح می‌دهند. پس شما باید به فکر تهیه‌ی چند درگاه پرداخت مطمئن و امن از چند بانک معتبر کشور باشید.

ضمناً راه دیگری برای دریافت درگاه پرداخت نیز وجود دارد و آن استفاده از درگاه‌های پرداخت شخص ثالث مانند پی پال، جهان پی، زرین پال و ... است. نحوه‌ی کار این سیستم‌ها به این گونه است که با ثبت نام در آنها، یک صفحه‌ی پرداخت اختصاصی در اختیار شما قرار می‌گیرد که مشتری می‌تواند پرداخت خود را از طریق این درگاه‌ها انجام دهد. البته استفاده از این درگاه‌ها رایگان نیست و آنها درصدی را از هر مبلغ واریزی به عنوان کارمزد بر می‌دارند.

البته در زمان نگارش این مقاله، برخی از این سیستم‌ها فیلتر شدند و هنوز مشخص نیست که آیا مجدداً فعالیتشان را از سر می‌گیرند یا خیر.

جمع ببندیم!

در بالا راهنمای قدم به قدم ساخت یک فروشگاه اینترنتی را برای شما بازگو کردم. اما فراموش نکنید ساخت یک فروشگاه اینترنتی موفق بسیار سخت‌تر از آن چیزی است که فکر می‌کنید. در واقع ساخت یک فروشگاه اینترنتی موفق مانند کنار هم قرار دادن قطعات یک پازل است. از انتخاب محصول مناسب تا ارزیابی ایده و تبلیغ و بازاریابی محصول، همه و همه فرآیندهایی سخت و شاید پر هزینه باشند. راهنمای گفته شده در بالا می‌تواند حکم یک نقشه‌ی گنج را برای شما داشته باشد. اما فراموش نکنید که هیچ نقشه‌ی گنجی بدون تلاش به گنج ختم نمی‌شود.

مطمئنا نکته‌های فوق صرفاً جهت آشنایی بیشتر شما با روند راه‌اندازی یک فروشگاه اینترنتی است. چالش‌های این مسیر بیش از هر چیز دیگری است اما نباید فراموش کرد که نتیجه آن نیز همانند تمامی کارهای دیگر لذت‌بخش خواهد بود.

پیشنهادات میکنیم مطالب زیر را در نیز در طراحی سایت مطالعه نمایید:

- [درآمد روزانه دیجی کالا چقدر است؟](#)
- [دلایل لزوم داشتن وب سایت با فروشگاه اینترنتی و تجارت الکترونیک](#)
- [مزایای طراحی سایت با وردپرس WordPress](#)
- [ضرورت پیروی از استانداردهای طراحی سایت](#)
- [برند سازی چیست \(برندینگ چیست\)؟](#)