

## ניהול מסחר אלקטרוני: הקדמה

לפני כ-15 שנים עת התחלתי את דרכי בעולם הסחר אלקטרוני, חבר יקר אמר לי בשביל מה לך להיכנס לתחום? מי יקנה דרך האינטרנט? אני לא מאמין שמישהו יסכים בדעה צלולה להשתמש בכרטיס אשראי שלו בכדי לרכוש מוצר דרך האינטרנט. "הלקוחות רוצים למשש את הסחורה, לדבר עם מישהו", הוא אמר אבל בעיניי קסם יותר הרעיון ההזוי באותם ימים, שמתי שהוא ניתן יהיה לבצע רכישות מרחוק. כבר אז ראיתי את הפוטנציאל העצום שקיים בסחר אלקטרוני. כלקוח ותיק של החנויות המוחשיות או הפיזיות, נראה לי הרבה יותר נחמד לרכוש דרך האינטרנט מבלי שמוכר יקפוץ עליי בחנות וישאל אם אפשר לעזור לי - עוד בטרם הספקתי להכניס חצי מפלג גופי לחנות.

ובכן, בדיעבד, אני שמח שלא הקשבתי לו.

בעשור האחרון עבר המסחר האלקטרוני שינויים דרמטיים, מסוג של NICE TO HAVE לצורך אמיתי, מכרטיס ביקור של העסק – לפורטל מסחרי שוקק חיים. בעתיד הקרוב מאוד, כאשר תוסדר הפלטפורמה הטכנולוגית הנדרשת יהפכו הסמארט-פונים לארנקים חכמים ולמערכות מתקדמות לזיהוי צרכי הלקוחות.

במהלך 15 השנים האחרונות מכרתי מוצרים רבים דרך האינטרנט וכך גם באמצעות לקוחותיי השונים לאורך השנים. פגשתי אלפי בעלי עסקים שאת כולם עניין למכור באינטרנט, אך לא היה להם מושג ירוק איך לעשות זאת מבלי לאבד את התקציב ואת המכנסיים.

בחרתי לכתוב עבורכם מדריך שלם שמתבסס על ניסיון אישי רב מאוד שנצבר במהלך השנים. הדגש במדריך זה הוא על ניסיון שלא יסולא מפז שנצבר בשטח, בטעויות הכרחיות, לצד משימות אופרטיביות שאם תמלאו אותן תוכלו לגבש לעצמכם אסטרטגיה לסחר אלקטרוני ותוכלו לגשת לנושא עם יותר כלים.

עקבו אחר ההסברים ובמיוחד אחר המשימות. בצעו אותן אחת אחרי השנייה, זה המדריך שלכם איך למכור באינטרנט.

בתחילת הסחר אלקטרוני בארץ היקף המכירות הוערך ב-20 מיליון דולר בשנה. היום מוערך בכ-4 מיליארד שקלים. היקף הסחר המקוון בעולם הוא אסטרונומי, על פי הערכות רק בארה"ב מדובר מעל 200 מיליארד דולר בשנה, איפה החלק שלכם בתמונה?

הנה שאלות מרכזיות של בעלי אתרים שרוצים למכור באינטרנט:

- איך מביאים יותר גולשים לאתר?
- איך מוכרים באינטרנט? איך ממירים את הגולשים לקונים? איך משדרגים את הלקוחות.

- כמה כסף עליי להשקיע על מנת לקדם את האתר?
- כמה שעות עבודה עלי להשקיע?
- איך מתחילים? מהם הצעדים?

ובכן חברים, המטרה של הספר היא לעזור לכם לענות על השאלות הללו.

כמה דברים בסיסים שאי אפשר בלעדיהם:

על מנת לפעול ביעילות עלינו להיות ממוקדים. פתחתי את המילה מיקוד לראשי תיבות שלדעתי מתמצות את כל העניין.

- מטרה - מה אנחנו רוצים להשיג
- יעדים- מהן המדרגות שיביאו אותנו למטרה
- קהל-מיהו קהל היעד האמיתי שלנו שרוכש/ ירכוש את המוצרים
- ודרך- מהם הצעדים התוכניות, המשימות וערוצי השיווק להגיע אל הלקוחות.

וכמובן נחשוף את הסוד הגדול: מוצר כמענה לצורך!

מוצר כמענה לצורך:

הלקוחות שלנו יודעים הכי טוב מה הם רוצים.

**עסקה/ שירות מתבצע כאשר מתקיימים שלושה תנאים:**

1. לקוח רוצה
2. לקוח צריך
3. לקוח יכול לשלם.

לכן אם ניתן ללקוח מענה לצורך במחיר המקובל על הלקוח ויש באפשרותו לשלם, סיכויים טובים שתתבצע רכישה.



הספר נכתב עבורכם בשפה קלילה ביותר, הסברים תיאורטיים בשילוב משימות פרקטיות עבורכם שנצברו במהלך כל השנים הללו. התחום דינאמי, משתנה ומתעדכן בקצב מהיר,

קוראי הספר יקבלו עדכונים שוטפים עם חדשות מעניינות בתחום שעשויות לעזור ולסייע לכם להשיג את מה שאתם רוצים:

ובשורה התחתונה, למכור יותר! הרי זה מה שכולנו רוצים.

שלכם

גיא טל

תוכן עניינים:

1. מהו מסחר אלקטרוני?
2. אסטרטגיה במסחר אלקטרוני.
3. שיטות מכירה.
4. ניהול זירת מכירה.
5. בחירת המוצרים לדף הבית.
6. תכנון מבצעים ומכירות מיוחדות.
7. מסחר אלקטרוני לחו"ל.
8. זירות מסחר בין לאומיות eBay וכיוב'.
9. פרסום.
10. השוואת מחירים.
11. שיווק האתר וגיוס לקוחות.
12. שילוב החנות עם עסק פיזי.
13. לוגיסטיקה.
14. סוגיות משפטיות.
15. היבטים תפעוליים.
16. בעלי תפקידים/ כוח אדם.
17. תשלומים ואמצעי אבטחה.
18. דרישות טכנולוגיות מהאתר. מנוע חיפוש, תיאור מוצרים.
19. ניהול האתר, משימות ותוכנית עבודה.
20. משימות נדרשות.
21. קופונים ושוברים.