

المعرض الإلكتروني للمنتجات

هناك مشكلة!!

إيقاع الحياة صار سريعاً جداً، والوقت صار لا يكفي للقيام بكل ما نريده. ولكن بالمقابل الرغبة في التبضع والتسوق لم تمت في هذه الظروف. والجميل أن الإنترنت صارت في متناول الكثيرين، في بيوتهم، في المكتب وقريباً عن طريق الموبايل والكمبيوتر المحمول. المشكلة تكمن في صعوبة التسوق!! وذلك لضيق الوقت، الزحام، كثرة المحال التي تباع عندها، مشكلة المواصلات، خيبة الأمل من الأسعار غير المتوقعة والجهد الجسماني الذي يجب بذله للتجول في البضاعة المعروضة من أجل اختيار المناسب منها. المعرض الإلكتروني للمنتجات يستخدم الإنترنت كمنصة للتقليل من كل المشاكل سابقة الذكر. وبهذه الطريقة ييسر على الزبائن التسوق ويزيد من المبيعات للمنتج.

كيف؟؟

المعرض الإلكتروني عبارة عن قالب مفتوح يستخدمه المنتج لعرض منتجاته عن طريق الإنترنت. يقوم المنتج بتصوير منتجاته عن طريق كاميرا رقمية -صارت زهيدة الثمن- ثم يتكئب معلوماته عن المنتج، وهذه المعلومات ذات قيمة كبيرة للمشتري مثل الوصف، المواصفات، السعر وأي ملاحظات أخرى كقابلية البيع بالتقسيط، أو فترة الضمان وما إلى ذلك من المعلومات المفيدة. يتم الإدخال بسهولة شديدة، والأمر لا يحتاج إلى معرفة بتصميم صفحات الإنترنت، فقط معرفة باستخدام الكمبيوتر والانترنت تكفي. يقوم المنتج بعد الفراغ من إدخال معلومات منتجاته يدعو الزبائن إلى زيارة معرضه الإلكتروني بنشر عنوان الموقع على الصحف أو وسائل الإعلان الأخرى.

ماذا يجد زائر المعرض الإلكتروني؟؟

يجد الزائر قائمة بأصناف المنتجات، مثلاً أجهزة كهربائية، ثلاجات، كتب، اسطوانات مضغوطة، ... إلخ. يختار الزائر المجموعة التي يرد التجول في منتجاتها فيعطيه الكمبيوتر قائمة بالمنتجات ومختصر من مواصفاتها. يختار الزائر المنتج الذي يروق له ليجد تفاصيله كاملة من مواصفات، وصف، صورة وحتى سعر البيع!. ويمكن للزائر استعراض الجديد من المنتجات فقط أو البحث عن منتج محدد بخيارات بحث كثيرة. كل ذلك وبسهولة كبيرة.

ماذا يستفيد الزائر من المعرض؟؟

1. يستفيد من سهولة التجول في المنتجات المختلفة، واتخاذ القرار بسهولة لأنه يعرف الكثير عن مواصفات المنتج كما أنه يعرف السعر!.
2. يستفيد من البحث عن منتج يريد شراءه.
3. يمكن أن يشرك معه آخرون في اختياره لمنتج محدد، فقط يحتاج إلى إرسال عنوان الموقع لمن يريد استشارتهم.
4. تسهل حياة الناس إذا انتشر المعرض بين قطاعات مختلفة من المنتجين مثلاً أثاث، كتب، سيارات، قطع سكنية، دلالات وغير ذلك.

ماذا يستفيد المنتج من المعرض؟؟

1. زيادة المبيعات من خلال زيادة الزوار للمعرض ومعاينة المنتجات المختلفة.
2. المعرض بمثابة إعلان ترويجي دائم للمنتج. يمكن تحديث معلوماته بسهولة كما أن الإعلان عنه لا يأخذ مساحة كبيرة في الصحف.
3. النموذج يغني عن طباعة كتيبات لترويج المنتجات.
4. يمكن أن يساعد النموذج كثيراً في تجريب سياسات البيع المختلفة كالتقسيط أو تخفيض الأسعار.
5. يمكن تطوير النموذج فيما بعد لتقديم خدمات البيع الإلكتروني E-Payment عند توفر خدمات بطاقات الائتمان، مما سينعكس أثره على المبيعات.
6. يمكن استخدام الموقع فيما بعد لاستطلاع الجمهور عن رأيهم في المنتج المحدد.
7. الفوائد الأخرى كثيرة، وهي باب للاجتهد مفتوح.

ماذا عن تكلفة التشغيل؟؟

لكي ينطلق النموذج تتكون التكلفة من الآتي:

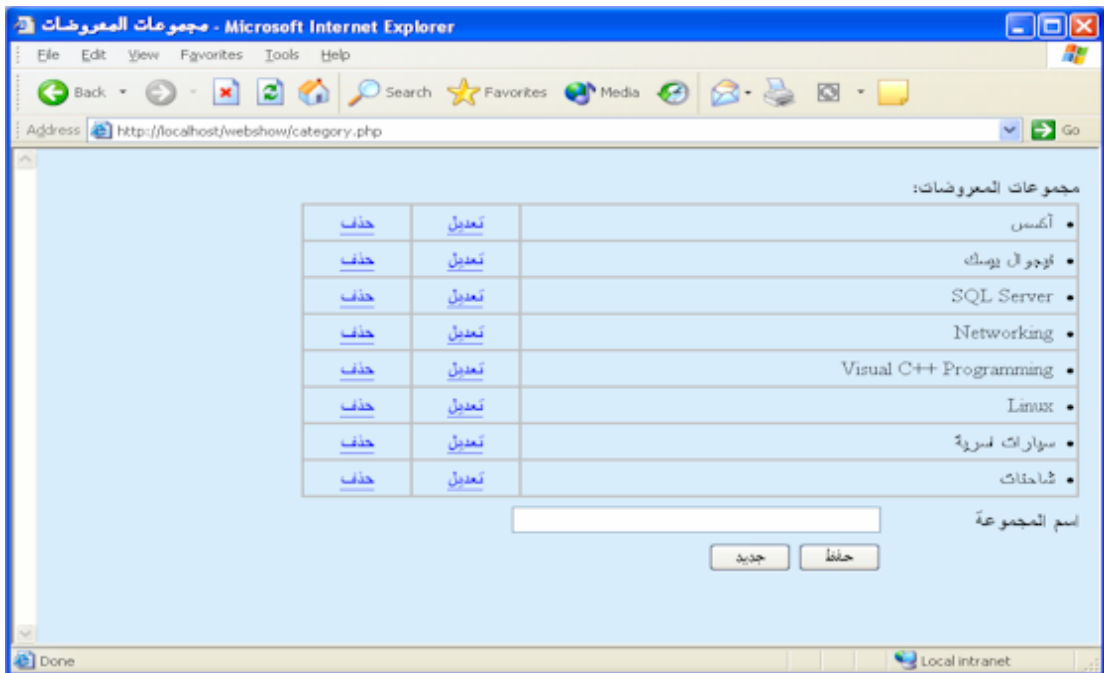
1. إيجار سنوي على الإنترنت (عبارة عن اسم نطاق Domain Name مثل Microsoft.com ومساحة تخزينية مثلاً 30 MB) وتتراوح تكلفته بين ٢٥٠٠٠ إلى ٤٠٠٠٠ دينار في العام.

٢. كاميرا رقمية تتراوح قيمتها بين ٢٥٠٠٠ و ٤٠٠٠٠ دينار، وهي اختيارية وتستخدم في أخذ صور حية من المعرض. ويمكن تأجير من يصور المنتجات إذا لم تكن هناك رغبة في اقتناء الكاميرا.
٣. المعرض الإلكتروني بقيمة ٣٥٠٠٠٠ دينار مع ضمان لمدة ثلاثة أشهر.
٤. مستخدم كمبيوتر لتصوير المنتجات وإدخال معلوماتها أو تحديثها.

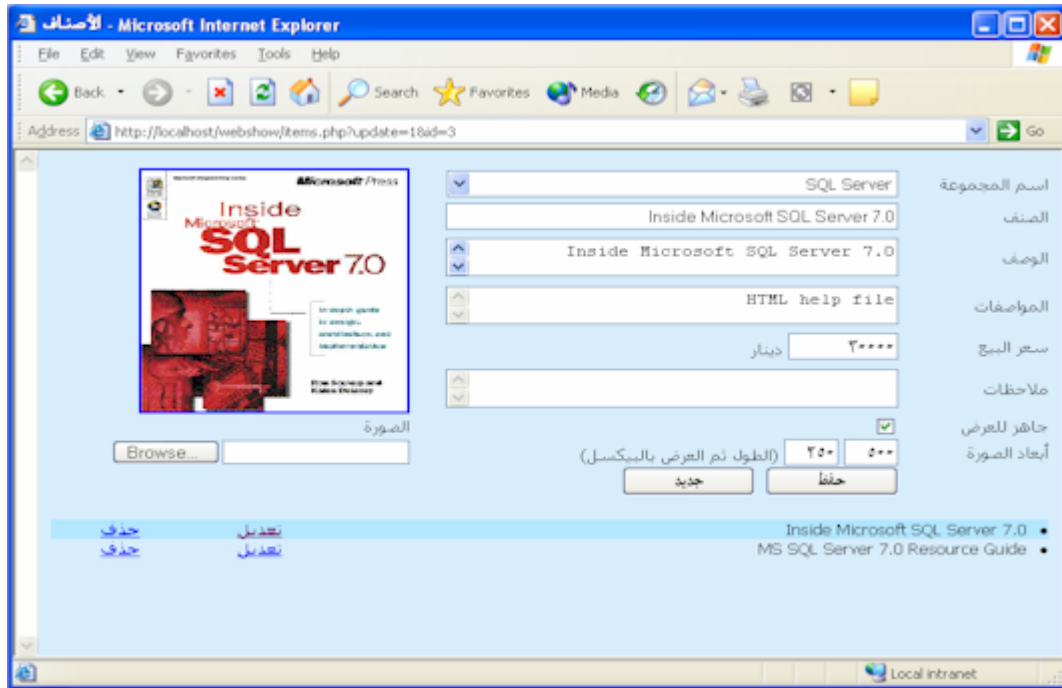
لقطات من النموذج



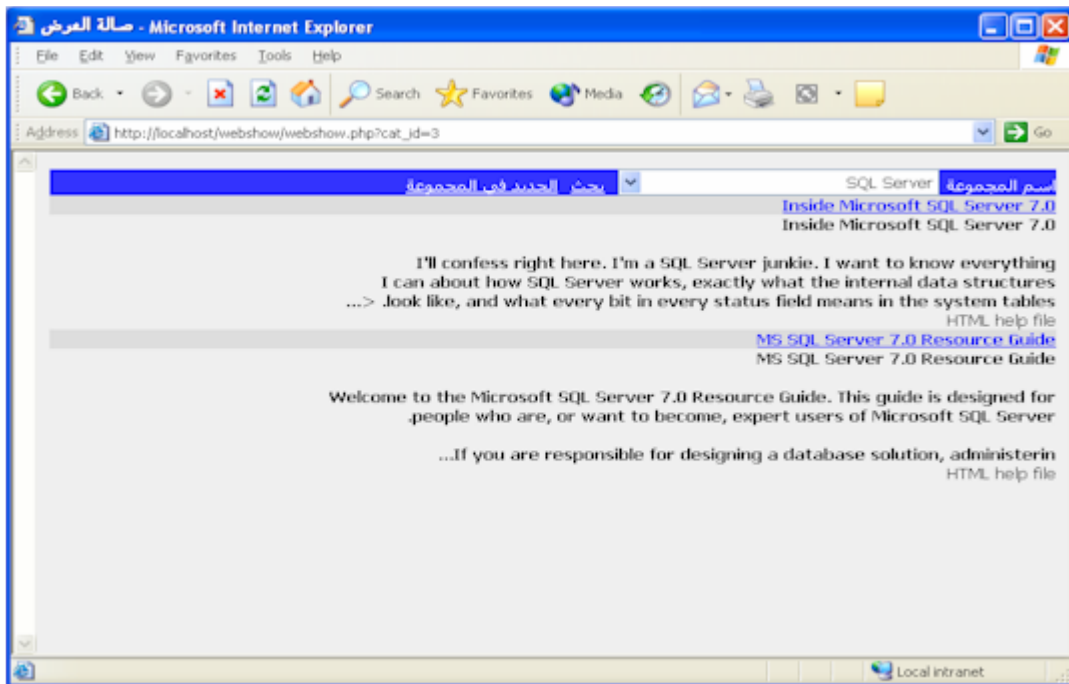
لوحة التحكم



إدخال مجموعات الأصناف



إدخال معلومات الأصناف



شكل المعرض الإلكتروني