

مایکل آلد ریچ کار آفرین انگلیسی در سال ۱۹۷۹ اولین کسی بود که ایده و پیشنهاد در مورد ایجاد یک فروشگاه آنلاین اینترنتی را داد و در سال ۱۹۸۰ توانست این ایده را به اجرا در آورد و اولین فروشگاه آنلاین اینترنتی را تاسیس نماید. سیستم مایکل آلد ریچ این طور بود که سیستم خرید از طریق تبلیغات تلویزیونی داخلی را به مرحله معامله و خرید توسط کامپیوتر با تلفن به صورت آنلاین تغییر داد و اصلاح کرد.

در مارچ سال ۱۹۸۰ مایکل آلد ریچ به دفتر انقلابی لایچ ردیفون رفت و در این دیدار تصمیم گرفته شد که به مشتریان، مصرف کنندگان، آژانس ها و توزیع کنندگان و تامین کنندگان و سرویس های شرکت های مختلف این اجازه را می دهد که به صورت آنلاین با شرکت های بزرگ وصل شوند و معاملات کسب و کار به صورت کاملا الکترونیکی در زمان مشخص اتفاق بیفتد در خلال سال ۱۹۸۰ او از طریق استفاده از ویدئوکس سیستم های خرید اینترنتی زیادی را ساخت و نصب کرد این سیستم ها که به نام های world wide web و microsoft و ibmpc و ... بود به صورت خیلی عمده و گسترده به عنوان شرکت های بزرگ در انگلستان شروع به کار کرد.

اولین مرورگر گسترده جهانی در سال ۱۹۹۰ توسط tim berners-lee طراحی شد و برای استفاده تجاری در سال ۱۹۹۱ شروع به کار کرد بعد از آن به دنبال این کار نو آوری در تکنولوژی در سال ۱۹۹۴ به وجود آمد مثل باز کردن مغازه های آنلاین پیتزا هات، نت اسکپی و ...

آمار بین المللی تجارت:

آمار در سال ۲۰۱۲ نشان می دهد آسیا و اقیانوسیه فروش بین المللی خود را تا بیش از ۳۰ درصد افزایش دادند که در آمد آن بیش از ۴۳۳ میلیارد دلار بود.

مشتریان: مشتریان آنلاین باید حتما به اینترنت دسترسی داشته باشند و سیستم پرداخت معتبر به منظور کامل کردن معاملات در خرید داشته باشند. عموما بالا بودن سطح دانش و درآمد شخص کاملا با خرید اینترنتی مطلوب و پر ثمر مطابقت دارد. در دسامبر سال ۲۰۱۱ تحقیقات روی معاملات آن سال مورد بررسی قرار گرفت و نتیجه این بررسی نشان داد که ۱۵۰۰ عدد مغازه اینترنتی و ۸۷ درصد خرید برای کریمس از طریق خرید اینترنتی انجام شده است.



انتخاب محصول: مصرف کنندگان محصول خود را با علاقه در وب سایت مشاهده می کنند یا با استفاده از موتور جستجوی آنلاین به طور مستقیم یا با جستجو کردن در میان فروشندگان محصول خود را انتخاب می کنند.

پرداخت:

معمولا فروشگاه های آنلاین از کارت اعتباری یا pay pal برای پرداخت استفاده می کنند و راه های مختلف پرداخت آنلاین از طریق :

(۱) موبایل (۲) نقد (۳) دبییت کارت (۴) کارت اعتباری (۵) کارت هدیه (۶) به وسیله میل صورت حساب پرداخت می شود.

بعضی از فروشگاه های آنلاین کارت اعتباری بین المللی قبول نمی کنند و بعضی ها هم صورتحساب خرید و آدرس فرستنده را نیاز دارند و این اجازه را در هر جای دنیا به مشتری می دهند که کالا را به هر جا می خواهند بفرستند.

ارسال محصول: زمانی که پرداخت انجام شد کالاها به بخش ارسال فرستاده می شود که راه های مختلفی دارد:

(۱) حمل: محصول به آدرس مشخص مشتری فرستاده می شود که از طریق سیستم پست و یا پیک (اگر خرده باشد) یا مثل fedex-dhl-ups- tnt ارسال می شود.

(۲) Drop shipping: در این مرحله سفارش برای سازنده یا توزیع کننده فرستاده می شود بعد آن به صورت مستقیم برای مصرف کننده می فرستند که در زمان ، پول و فضا صرفه جویی می شود.

(۳) سیستم ساده چرخه خرید این است که به طور مستقیم در مغازه یا فروشگاه انتخاب و خریداری می شود این روش اغلب طرفدار بیشتری دارد در مواقعی که فروشگاه آنلاین در نزدیکی شما باشد.

مصرف کنندگان معمولا جذب فروشگاه های آنلاین می شوند نه فقط به خاطر راحتی بلکه بیشتر به خاطر این طراحی شده که انتخاب گسترده، قیمت رقابتی، اطلاعات بسیار خوب و مفید از محصول را به مشتری ارائه می دهد و تاجران و بازرگانان به مشتری خرید از فروشگاه های آنلاین را توصیه می کنند. نه به خاطر هزینه پایین بلکه به دلیل بازار گسترده ی خرید که ارزش و قابلیت پایدار و مستحکمی دارد.

اطلاعات داده ها : طراحان فروشگاه های آنلاین همیشه نگران تاثیرات اطلاعات داخل فروشگاه ها هستند. اطلاعات محصولات در فضایی از وب گذاشته می شود و در نتیجه اطلاعات فروشگاه های مجازی با قیمت خرده فروشی مقایسه می شود. دو تا از معیارهای اصلی اطلاعات تازگی و پیچیدگی آن است ، پیچیدگی بر می گردد به تعداد عوامل و ویژگی های مختلف در سایت که اغلب نتیجه افزایش اطلاعات است و تازگی شامل جنبه های غیر منتظره، جدید و نا آشنای سایت است.

یک فروشگاه اینترنتی خوب و موفق فقط یک فروشگاه یا وب سایت زیبا نیست بلکه مشتریان انتظاراتی دارند که فروشگاه باید دارای تکنولوژی برجسته و پایدار باشد علاوه بر آن انتشار

اطلاعات یعنی ساختن یک رابطه بین مشتری و درآمد زایی بازرگانان اغلب تلاش می کنند تکنولوژی فروش آنلاین بدون دانستن دانشی از آن و بدون داشتن مدل خاصی از فروش داشته باشند بازرگانان وب سایتی را راه اندازی می کنند که از فرهنگ و نام یک برند بدون انتظار و چشم داشتی از طرف مصرف کننده حمایت می کند. طراحی وب سایت کار بسیار حیاتی است و دانستن خواسته ها و احتیاجات مشتری بسیار ضروری و مهم است.



مزایای فروش آنلاین: معمولا فروش آنلاین ۲۴ ساعت در دسترس است چون اکثر مصرف کنندگان هم در محل کار و هم در منزل به اینترنت دسترسی دارند و مکان هایی مثل کافی نت، مدرسه ها دسترسی خوبی به اینترنت دارند ولی در مقایسه با فروشگاه های خرده فروشان نیاز به گردش و مسافرت دارد و باید در زمان ساعت کاری خرید اتفاق بیفتد.

اطلاعات و دیدگاه ها: فروشگاه های آنلاین باید محصولات خود را برای فروش با متن، عکس و فایل های چند رسانه ای تعریف و توصیف کنند.

قیمت ها و انتخاب :

یکی دیگر از مزایای فروشگاه های آنلاین توانایی سرعت بالای جستجو برای انتخاب محصول با فروشندگان مختلف است و با قیمت های متفاوت است و هم چنین اگر سفارش زیاد باشد خرده فروشان پیشنهاد حمل کالا را به صورت مجانی می دهند و یکی دیگر از مزایای خرده فروشان توانایی گزینش سریع تامین کنندگان و فروشندگان بدون صرف وقت از تجربیات و مزیت فروشگاه های آنلاین می باشد.

معایب فروشگاه های آنلاین: تقلب و نگرانی های امنیتی است که کمبود توانایی های بازرسی کالاها قبل از خرید باعث می شود مشتریان با ریسک بالایی از تقلب در معامله مواجه شوند از این روبرازگانان هم ریسک به سرقت رفتن کارت های اعتباری یا تقلب در فروشگاه های آنلاین را دارد و به بازرگانان گفته می شود که اطلاعات کارت اعتباری را برای کس دیگری استفاده نکنند و اطلاعات را در اختیار شخص غریبه قرار ندهند و سرقت هویت برای مصرف کنندگان بسیار نگران کننده است.

یک سری راه کار هایی که مصرف کننده یا خریدار باید قبل از خرید کردن از سایت به آن دقت کند:

(۱) سایت را کاملا بشناسد یعنی یک سایت شناخته شده را انتخاب کند و یا تلاش کند یک مصرف کننده مستقل و با تجربه و مطمئن شود.

(۲) قبل از خرید کاملا سایت را ارزیابی کند مسائلی مثل حرفه ای بودن سایت، دوستانه بودن سایت.

امروزه اکثر خریدها از طریق فروشگاه های آنلاین انجام می شود و ۹۰ درصد کالاها تحت تاثیر شبکه های اجتماعی به فروش می رسد، براساس تخمینی که زده شد هر روز بیش از دو میلیون خریدار از فروشگاه های آنلاین فقط بدلیجات و زیورآلات خریداری می کنند یکی از بهترین مزایای این فروشگاه های آنلاین توانایی خواندن و بررسی در مورد محصولات است که توسط یک متخصص نوشته شده است مثلا شرکت Nielsen company در مارچ سال ۲۰۱۰ طی یک نظرسنجی گفت بیش از ۲۷۰۰۰ عضو دارد که در ۵۵ بازار از آسیا، اقیانوسیه تا اروپا و خاورمیانه و آمریکای شمالی و جنوبی دارد و تاثیر شبکه های اجتماعی را نشان می دهد.

فروشگاه های آنلاین شکلی از تجارت الکترونیک که این اجازه را به خریداران یا مصرف کنندگان می دهد که به طور مستقیم کالا یا سرویس که می خواهد را خریداری کند و از طریق استفاده از اینترنت، مرورگر و وب سایت می تواند خرید کند.

