

کسب و کار خانگی،
کسب و کار اینترنتی

الكاسب حبيب الله
كاسب دوست خداست.

پیامبر گرامی اسلام (ع)

اگر به محیط و اطرافتان بنگرید، ملاحظه می‌کنید که به مرور زمان کسب و کارهای تازه‌ای ایجاد می‌شوند و فعالیت بعضی کسب و کارها نیز قطع می‌شود. کالاهای و خدماتی که شما می‌خرید یا دریافت می‌کنید از سوی کسب و کارها عرضه می‌شوند. شما به عنوان یک دانش‌آموز که درس کارآفرینی را می‌خوانید، باید از این کسب و کارها و ماهیت فعالیتشان آگاه باشید.

هدف راه‌اندازی کسب و کار چیست ؟

یک کسب و کار هنگامی راه‌اندازی می‌شود که شخصی به این نتیجه برسد که می‌تواند از طریق تولید کالا یا خدمات و فروختن آن به مردم، سود کسب کرده، به جامعه خود خدمت کند.

تمام کسب و کارهای موجود، اهداف مشابهی دارند. یکی از اهداف مهم صاحب هر کسب و کار آن است که از طریق کسب و کارش به خواسته‌هایش جامعه عمل بپوشاند تا موفق باشد. به عنوان مثال، یکی از اهداف شما دانش‌آموزان از مطالعه این کتاب آن است که چگونگی راه‌اندازی کسب و کار شخصی را یاد بگیرید و بتوانید برای خود کسب و کاری را راه‌اندازی کنید.

مهم‌ترین هدف کسب و کار، کسب سود برای حفظ موجودیت و ابقای خویش است. اگر کسب و کار یا شرکتی سود نکند، ورشکست خواهد شد و فعالیتش پایان خواهد یافت. کسب و کارها علاوه بر هدف یاد شده، اهداف دیگری نیز دارند:

- ۱- بعضی از کسب و کارها می‌خواهند در بازار سهم بیشتری داشته باشند.
- ۲- بعضی از کسب و کارها نیز می‌خواهند محصولاتی تولید کنند که بالاترین کیفیت ممکن را داشته باشند.
- ۳- ممکن است هدف بعضی از کسب و کارها کسب سود نباشد و به دنبال فعالیتهای خیرخواهانه باشند. مؤسسات خیریه جزء این دسته از کسب و کارها به حساب می‌آیند. البته مؤسسات خیریه نیز به درآمد کافی برای پوشش دادن هزینه‌هایشان نیاز دارند. چون این‌گونه مؤسسات معمولاً درآمد مستقلی ندارند، برای ادامه فعالیت باید حمایت‌های مالی بخشهای مختلف جامعه و دولت را جلب کنند، و گرنه توان لازم برای ادامه فعالیت را نخواهند داشت.

شناخت انواع کسب و کار

در این قسمت با انواع مختلف کسب و کار آشنا می‌شویم. تقسیم‌بندی‌های مختلفی از انواع کسب و کار وجود دارد. در اینجا برحسب تعداد افراد شاغل در کسب و کارها، آنها را تقسیم‌بندی می‌کنیم:

۱- **کسب و کار کوچک:** به کسب و کاری گفته می‌شود که تعداد افراد شاغل در آن کمتر از ۵۰ نفر باشند. به عنوان مثال، مغازهٔ شما جزء کسب و کارهای کوچک به حساب می‌آید. کسب و کارهای خانگی، اینترنتی و خانوادگی^۱ نیز جزء کسب و کارهای کوچک به حساب می‌آیند.

۲- **کسب و کار متوسط:** به کسب و کاری گفته می‌شود که تعداد افرادی که در آن کار می‌کنند، بین ۵۰ تا ۵۰۰ نفر باشند. به عنوان مثال، فروشگاههای زنجیره‌ای جزء کسب و کارهای متوسط به حساب می‌آیند.

۳- **کسب و کار بزرگ:** به کسب و کاری گفته می‌شود که تعداد افراد شاغل در آن بیشتر از ۵۰۰ نفر باشند. به عنوان نمونه، شرکتهای بزرگی مثل ایران خودرو، سایپا و بانکها از کسب و کارهای بزرگ به حساب می‌آیند. با وجود این، سهم کسب و کارهای کوچک جهان در بازار اشتغال، بیشتر از سهم کسب و کارهای بزرگ است. شرکتهای بزرگ فقط ۵ درصد اشتغال جهان را تأمین می‌کنند.

با توجه به اهمیت و نقش دو نوع کسب و کار دیگر در دنیای امروز در اینجا با این دو نوع - یعنی کسب و کار خانگی و کسب و کار اینترنتی - که در سالهای اخیر رشد و پیشرفت قابل توجهی داشته‌اند، آشنا می‌شوید و چگونگی راه‌اندازی آنها را نیز یاد می‌گیرید.

کسب و کار خانگی^۲

تعریف

به هر نوع فعالیت اقتصادی در محل سکونت شخصی که با استفاده از وسایل و امکانات منزل راه‌اندازی شود، کسب و کار خانگی می‌گویند.

اهمیت کسب و کار خانگی

دربارهٔ اهمیت کسب و کارهای خانگی، بحثهای فراوانی وجود دارد. امروزه کسب و کار خانگی از بخشهای حیاتی و ضروری فعالیتهای اقتصادی کشورهای پیشرفته محسوب می‌شود. کسب و کارهای خانگی از نظر ایجاد شغل، نوآوری در عرضهٔ محصولات یا خدمات، موجب تنوع و دگرگونی زیادی در اجتماع و اقتصاد هر کشور می‌شوند. همچنین برای جوانان، کسب و کارهای خانگی نقطهٔ شروع مناسبی برای راه‌اندازی کسب و کار شخصی است، زیرا راه‌اندازی آن در مقایسه با دیگر انواع کسب و کار، ساده و آسان است. به عنوان نمونه، شما می‌توانید با یک دستگاه رایانه و یک خط تلفن، یک کسب و کار اینترنتی راه‌بیندازید و کارها و خدمات مختلفی را به مردم عرضه و از این راه برای خود درآمد کسب کنید.

همان‌گونه که در ادامهٔ این مطالب اشاره خواهد شد، امروزه کسب و کار خانگی در مقایسه با کسب و کارهای دیگر، به دلیل تنوع در عرضهٔ محصول و خدمات یا تنوع در زمان و مکان عرضهٔ خدمات و محصول، طرفداران زیادی پیدا کرده است و بسیاری از دولتها سعی می‌کنند راه‌اندازی آن را در میان اقشار مختلف مردم رواج دهند.

سابقهٔ کسب و کارهای خانگی

کسب و کارهای خانگی در ایران سابقهٔ دیرینه دارند. بسیاری از صنایع دستی که امروزه هم وجود دارند، در

۱. کسب و کار خانوادگی یک نوع کسب و کار است که صاحبان آن با هم خویشاوند و فامیل باشند.

منازل و محل سکونت افراد تولید می‌شده‌اند. به طور کلی، کسب و کار خانگی پدیده‌ی جدیدی نیست، بلکه در نتیجه‌ی تغییرات و تحولاتی که در فعالیتهای اقتصادی - اجتماعی امروز به وجود آمده، به آن توجه بیشتری شده است. کسب و کارهای خانگی در جوامع سنتی و کشاورزی بیشتر متداول بوده‌اند، اما پس از انقلاب صنعتی، به دلیل مرزی که بین کار و خانه کشیده شد، اهمیت آن کاهش یافت. در عصر حاضر، با توجه به اهمیت و ضرورت کسب و کارهای خانگی، انسجام تازه‌ای بین خانه و کار ایجاد شده است و این نوع کسب و کارها روز به روز گسترش و توسعه می‌یابند.

دلایل انتخاب کسب و کار خانگی

■ **بالا بردن کیفیت زندگی:** امروزه اکثر صاحبان کسب و کارهای خانگی بر این باورند که کار کردن در خانه، کیفیت زندگی آنان را بهبود می‌بخشد. کار کردن در خانه باعث می‌شود که وقت بیشتری به خانواده و خانه اختصاص یابد و به دیگر مسائل و موضوعات خانواده، از قبیل تربیت و پرورش فرزندان توجه بیشتری شود. به طور کلی امروزه کار و زندگی بیش از پیش در همدیگر ادغام شده‌اند.

■ **توسعه فن آوری:** امروزه با پیشرفتهای زیادی که در زمینه علوم رایانه و دیگر وسایل ارتباطی به وجود آمده، محیط خانه محل مناسب، راحت و کارآتری برای کسب و کار شده است.

مزایای کسب و کار خانگی نسبت به دیگر کسب و کارها

کسب و کار خانگی در مقایسه با دیگر کسب و کارها و شغلها، مزایا و برتری‌هایی دارد که در اینجا به آنها اشاره می‌شود:

۱- **آزادی و استقلال عمل بیشتر:** واضح و بدیهی است که اگر محل کار و زندگیتان یکی و متعلق به خودتان باشد، زیاد به دیگران وابسته و ملزم به رعایت مقررات دست و پاگیر اداری نمی‌شوید.

۲- **ساعات کاری انعطاف پذیر:** با داشتن کار در منزل، مجبور نیستید همه روزه در ساعات مشخصی به خاطر شغل خویش از منزل خارج شوید و عصر از محل کار برگردید؛ بلکه هر موقع فرصت پیدا کردید، می‌توانید به کار یا زندگیتان بپردازید.

۳- **ایجاد تعادل و موازنه بیشتر بین کار و زندگی:** اگر مجبور باشید ساعات بیشتری بیرون از خانه کار کنید یا مسافتی طولانی را برای رسیدن به محل کارتان طی کنید، وقت کمتری را به خانه و خانواده خود اختصاص خواهید داد. اما اگر در منزل برای خود کار کنید، هر چقدر هم ساعات کار شما زیاد باشد، از خانواده خود دور نیستند و می‌توانید به وظایف خانگیان نیز بپردازید.

۴- **پایین بودن هزینه راه اندازی:** راه اندازی کسب و کار در خانه، در مقایسه با مشاغل بیرون از خانه به هزینه و سرمایه کمتری نیاز دارد. به عنوان مثال، هزینه‌هایی چون پرداخت اجاره و کرایه رفت و آمد در کسب و کار خانگی وجود ندارد.

۵- **پایین بودن میزان ریسک:** با توجه به این که شما برای راه اندازی کسب و کار در منزل به سرمایه زیادی نیاز ندارید، اگر در کسب و کار خود موفق نشوید، ضرر و زیان زیادی نمی‌بینید.

۶- **امکان کار کردن پاره وقت:** اگر شما شغل ثابتی بیرون از خانه داشته باشید، می‌توانید با حفظ آن شغل نیز برای خود کسب و کاری راه بیندازید و از وقفه‌های اضافیتان در منزل برای پیشبرد اهداف کسب و کارتان استفاده

کنید.

۷- راحت تر بودن تربیت بچه‌ها: با کار در منزل می‌توانید وقت بیشتری را به تربیت فرزندان اختصاص دهید و دیگر مجبور نباشید آنان را به مهد کودک بسپارید.

۸- داشتن فرصت و زمان بیشتر: واضح و روشن است که در صورت اشتغال به کار در منزل، از نظر زمانی مجال بیشتری خواهید داشت و هزینه‌های زمانی رفت و آمد و ترافیک را نخواهید پرداخت.

۹- تناسب با ویژگیهای جسمی افراد معلول و کم توان: برای افراد معلول، رفت و آمد بین محل کار و منزل مشکل است. اگر این افراد بتوانند در خانه برای خود کسب و کار ایجاد کنند، بسیار راحت و آسوده خواهند بود.

۱۰- احتمال موفقیت بیشتر: تحقیقات نشان می‌دهند که در آمریکا حدود ۸۵ درصد از کسب و کارهای تازه ایجاد شده، در پنج سال اول با ورشکستگی مواجه می‌شوند، در حالی که این میزان در کسب و کارهای خانگی، بین ۲۰ تا ۲۵ درصد است.

۱۱- تناسب با اقسام مختلف: از آنجا که سطح تحصیلات زنان در مقایسه با گذشته بالا رفته، و در عصر حاضر فعالیت اقتصادی این قشر نیز اهمیت و ضرورت فراوانی پیدا کرده است. به نظر می‌رسد کار در منزل، راه‌حل مناسبی برای اشتغال زنان باشد. امروزه بیش از دوسوم کسب و کارهای خانگی ایالات متحده در اختیار زنان است.

۱۲- احساس راحتی بیشتر: شاید کار کردن برای خود در منزل، آرزوی هر فردی باشد. بسیاری از ما اگر کارمان را در خانه انجام دهیم، احساس راحتی و آرامش بیشتری خواهیم کرد.

۱۳- عدم نیاز به مجوز: کسب و کارهای خانگی در حال حاضر نیاز به اخذ مجوز ندارند و مالیات نیز به آنها تعلق نمی‌گیرد.

برای راه‌اندازی کسب و کار در منزل، موارد زیر را در نظر بگیرید:

■ **درباره ایده کسب و کارتان تحقیق کنید:** بررسی کنید که تا چه حد ایده‌تان تازه و بدیع است. همچنین امکان عملی بودن آن را نیز با توجه به شرایط و امکاناتتان بررسی کنید.

■ **درباره بازار محصول یا خدماتتان نیز اطلاعات کسب کنید.** دقیقاً آگاه باشید محصول یا خدماتی که عرضه خواهید کرد، در مقایسه با محصول یا خدماتی که دیگران عرضه می‌کنند، چه برتری یا مزیتی خواهد داشت و چرا مشتریان، تولیدات یا خدمات شما را خواهند خرید.

■ **محل کار خود را تعیین کنید:** درباره محل دقیق انجام فعالیتهای مربوط به کسب و کارتان، بررسی کنید. نوع کسب و کار شما با تعیین محل آن رابطه مستقیمی دارد. اگر می‌توانید در منزلتان محل جداگانه‌ای را به کار خود اختصاص دهید، به راحتی می‌توانید اسباب و لوازم کارتان را در قسمت مورد نظر بگذارید. به این ترتیب، تمرکز شما در کار بیشتر خواهد شد. در غیر این صورت، می‌توانید از فضای موجود منزلتان، مثلاً از آشپزخانه استفاده کنید. سعی کنید صدای وسایل صوتی و تصویری منزلتان آن قدر بلند نباشد که باعث اختلال در کسب و کار شما شود.

■ **مشارکت دیگر اعضای خانواده را جلب کنید:** کارها و امور مربوط به کسب و کارتان را با دیگر اعضای خانواده

در میان بگذارید. راه اندازی کسب و کار در منزل، بدان معنی است که شما وقت زیادی را با خانواده خود خواهید گذراند. همچنین اعضای خانواده نیز بیشتر اوقات با شما خواهند بود. بنابراین، قبل از شروع کسب و کارتان حتماً توافق دیگر اعضای خانواده را نیز جلب کنید و مانع ایجاد مشکل برای خانواده خود شوید.

■ **اسم خوبی برای کسب و کارتان انتخاب کنید:** اولین بازاریابی شما اسم شرکت شما خواهد بود. پس آن را به خوبی انتخاب کنید و به خاطر داشته باشید که اسم خوب، معمولاً مخاطبان را سریعتر و راحتتر جذب می‌کند.

■ **اسباب و تجهیزات مناسبی برای کسب و کارتان تهیه کنید:** فن‌آوری پیشرفته به کارآفرینی که در منزل فعالیت می‌کند، این امکان را می‌دهد که با شرکتهای دیگر به خوبی رقابت کند. اگر کسب و کار شما طوری است که نیاز به برقراری ارتباط تلفنی و اینترنتی دارید، سعی کنید خط تلفن جداگانه، کامپیوتر، چاپگر و دستگاه دورنگار برای محل کار خود تهیه کنید.

■ **پوشش مناسب و درخور برای کسب و کارتان فراهم کنید:** اگر نوع کسب و کار شما طوری است که مراجعه کننده دارید، حتماً پوششی متناسب و درخور آن داشته باشید. نوع پوشش شما و تناسب آن با کسب و کارتان، نشانگر میزان علاقه مندی و توجه شما به آن است. از رودرو شدن با مشتریان در پوشش خانگی پرهیز کنید.

■ **یک صندوق پستی به کسب و کارتان اختصاص دهید:** برای دور ماندن از مزاحمت و داشتن امنیت لازم در محل سکونت خود، در مکاتبات پستی از درج آدرس به جای صندوق پستی پرهیز کنید.

■ **با دوستان و همسایگانان رک و صادق باشید:** به خاطر اینکه شما اغلب در منزلتانید، ممکن است دوستان و خویشان و همسایگانان گمان کنند شما در خانه کار خاصی ندارید. شاید در منزل کارکردن برای آنان چندان مهم نباشد و اکثر اوقات، وقت شما را بگیرند. سعی کنید به آنان بقبولانید که شما در منزل بیکار نیستید و در ساعات معینی مشغول کسب و کارید.

■ **حساب بانکی برای کسب و کارتان باز کنید:** همیشه سعی کنید حسابهای مربوط به کسب و کارتان از هزینه‌ها و مخارج زندگیتان جدا باشد. این موضوع باعث می‌شود که حسابهای سود و زیان کسب و کارتان از شفافیت لازم برخوردار باشد.

■ **ارتباطات بیشتری با افراد و گروههای مختلف برقرار کنید:** برای دسترسی راحت مشتریان به شما، برای خود کارتی چاپ کنید که معرف کسب و کار و فعالیت‌هایتان شما باشد. علاوه بر آن، داشتن ارتباط زیاد با افراد مختلف، در بازاریابی محصولات و خدمات شما نیز بسیار مفید است. برای این کار می‌توانید فهرستی از تمام دوستان و آشنایان تهیه کرده، با همه آنان در فرصتهای مختلف درباره کسب و کار خود صحبت کنید. این افراد نیز می‌توانند کسب و کار شما را به دیگران معرفی کنند.

■ **از داشتن کسب و کار در منزل خجالت و واهمه‌ای نداشته باشید، بلکه به آن افتخار کنید:** شاید در دهه‌های

پیشین، کار کردن در منزل، به ویژه برای آقایان، چندان وجهه خوبی نداشت، اما امروزه با پیشرفتهایی که در وسایل ارتباطی به وجود آمده، کسب و کار خانگی نزد همگان محترم است و شما می‌توانید به آن ببالید.

کسب و کار اینترنتی چیست؟

کسب و کار اینترنتی به فروش محصولات یا خدمات در اینترنت گفته می‌شود. این نوع کسب و کار به سرعت در اقتصاد امروز رشد و پیشرفت کرده است. خرید و فروش اینترنتی به کوچک‌ترین کسب و کارها نیز این امکان و فرصت را می‌دهد که به مخاطبان خود در سطح جهانی با حداقل هزینه دسترسی پیدا کنند. امروزه بیش از ۲ میلیارد نفر در سطح دنیا از اینترنت استفاده می‌کنند. غالب این افراد دست کم هر روز یک خرید از اینترنت داشته‌اند.

آیا کسب و کار اینترنتی برای فعالیت شما مناسب است؟

این موضوع به احتمال زیاد به ماهیت کسب و کار شما بستگی دارد. اگر شما یک کتابفروشی کوچک دارید، آیا می‌توانید به صورت روی خط^۱، فروش گسترده‌ای داشته باشید؟ مسلماً نه! امروزه سایت‌های معروفی مثل Yahoo, Amazon, و غیره، سهم بیشتری را در بازار فروش اینترنتی به خود اختصاص داده‌اند. اسم، شهرت و اعتباری که این سایت‌ها کسب کرده‌اند، امکان رقابت فروشگاه‌های کوچک‌تر را با آنان از بین برده است. به عنوان مثال، سایت Amazon بیش از سه میلیون عنوان کتاب را از طریق اینترنت به فروش می‌رساند. در هر صورت، اگر شما یک کتابفروشی کوچک دارید، روش‌های مختلفی وجود دارد تا از طریق اینترنت مشتریان جدیدی برای خود دست و پا کنید.

یک سایت اینترنتی، تنها برای فروش محصول یا خدمات به کار نمی‌رود، بلکه می‌تواند نقشه‌ها و کارکردهای مختلفی داشته باشد. اگر محصول خاص و منحصر به فردی دارید که در دیگر نقاط دنیا وجود ندارد، می‌توانید با معرفی آن محصول در سایت خود، دیگران را از وجود آن مطلع کنید و از این طریق به اهداف خود دست یابید. زیبایی اینترنت در این است که مخاطبان آن در سرتاسر دنیا پراکنده‌اند و این امر می‌تواند به معنای وجود مشتریان بالقوه برای شما باشد. این نوع بازار، هیچ موقع بسته نمی‌شود. مشتریان شما می‌توانند به صورت ۲۴ ساعته به اطلاعات کسب و کارتان دسترسی پیدا کنند. شما نیز می‌توانید هرچند بار و با هر فاصله‌ای که بخواهید، اطلاعات مورد نظرتان را دربارهٔ فعالیتها و فروشگاهتان در صفحات اینترنت جای دهید. مهم‌تر از این، شما می‌توانید کاتالوگی از محصولات و خدماتتان را همراه تصویر و حتی فیلم در صفحات اینترنت قرار دهید. در این صورت، مشتریان بالقوه شما می‌توانند آنها را مشاهده کنند و حتی در هر ساعت از شبانه‌روز، سفارش خرید دهند.

راه اندازی سایت اینترنتی

ثبت اسم اینترنتی

هر سایت اینترنتی اسم منحصر به خود را دارد. مانند yahoo.com یا google.com به اینها اسم مُین^۲ می‌گویند.

این اسم منحصر به فرد است که سایت شما را از دیگر سایت‌های اینترنتی متمایز می‌سازد. ثبت اسم اینترنتی و فرستادن آن، باعث می‌شود که دیگران بتوانند از طریق این اسم اینترنتی به شما دسترسی پیدا کنند. بنابراین، وقتی که شما سایت اینترنتی‌تان را راه‌اندازی کنید، کاربران اینترنت می‌توانند مثلاً با تایپ آدرس «com. اسم شرکت شما. www» در جست‌وجوگر صفحه اینترنت، شما را بیابند. شرکت‌های مختلفی هستند که در زمینه انتخاب نام و ثبت آن در اینترنت از شما حمایت و پشتیبانی کنند. به عنوان مثال، شرکت‌هایی چون `world wide domain.com`، `rigister.com`، `network solutions` و `domain it.commr` می‌توانند در این زمینه اطلاعات و راهنمایی‌های خوبی در اختیار شما بگذارند. اما به خاطر داشته باشید که اسامی معروف و متداول مورد نظرتان، احتمالاً قبل از شما ثبت شده‌اند (تا امروز بیش از ۴۰ میلیون سایت اینترنتی با اسم‌های مختلف به ثبت رسیده‌اند). بنابراین، لازم است در این زمینه تحقیق کرده، اسمی را انتخاب کنید که کسی پیش از شما آن را انتخاب نکرده باشد.

علاوه بر پسوند `com` که معرف سایت‌هایی است که زمینه فعالیتشان تجاری است، پسوندهای دیگری نیز در اینترنت وجود دارند. به عنوان مثال، پسوند `org`. به معنی فعالیت در عرصه غیرانتفاعی است و پسوندهای `gov` و `edu` به ترتیب به مؤسسات آموزشی و دولتی اختصاص داده شده‌اند. با توجه به فعالیتتان، شما نیز می‌توانید پسوندهای مختلفی را انتخاب کنید.

طراحی سایت اینترنتی

ممکن است شرکت شما تصمیم بگیرد یک طراح حرفه‌ای سایت استخدام کند یا موارد مورد نیاز خود را به شرکت‌هایی که در زمینه طراحی سایت کار می‌کنند، سفارش دهد یا خودتان سایت خودتان را طراحی کنید.

استخدام یک طراح حرفه‌ای سایت

قبل از استخدام یک طراح حرفه‌ای سایت، خیلی مهم است که تکلیف خودتان را روشن کنید که هدفتان از ایجاد سایت چیست؟ آیا در آن بروشوری آن لاین از محصولات یا خدماتی که عرضه خواهید کرد، خواهید گذاشت؟ بودجه‌ای که برای سایت اختصاص می‌دهید چقدر است؟ مسئول حفظ و بهبود مستمر سایت شما چه کسی خواهد بود؟ چه کسی محتوا، مطالب و مضامین هنری و ذوقی آن را تدارک خواهد دید؟ حقوق معنوی (کپی رایت) این محتوا متعلق به چه کسی خواهد بود؟ آیا طراح سایت، هم مسئولیت طراحی و هم مسئولیت بازاریابی سایت شما را برعهده خواهد گرفت؟ اگر برای این پرسش‌ها پاسخی پیدا کردید، به فکر استخدام طراح سایت باشید. بد نیست که به دیگر سایت‌های اینترنتی سر بزنید و درباره چگونگی ایجاد، قالب‌ها و محتوای آنها اطلاعات کسب کرده، از الگوهای آنها در طراحی سایت خود استفاده کنید. می‌توانید درباره چگونگی طراحی این سایت‌ها از طراح حرفه‌ای سایت سؤال کنید و او را بیازمایید.

بعد از آنکه یک طراح حرفه‌ای برای سایت خود تعیین کردید، با او به صورت مکتوب قرارداد ببندید تا مسئولیت‌های او و برنامه زمانی ایجاد سایت و همچنین هزینه‌های آن برای کل پروژه مشخص شود. این قرارداد، همچنین باید بهبود مستمر سایت و توافقات ضروری را در این زمینه پوشش دهد.

خودتان طراحی سایتتان را برعهده بگیرید

با وجود مزیتها و منافعی که استخدام طراح حرفه‌ای سایت دارد، خیلی از صاحبان کسب و کارها ترجیح می‌دهند خودشان طراحی سایت را برعهده بگیرند. اگر خودتان (یا یکی از کارکنان‌تان) علاقه زیادی به

کامپیوتر و طراحی سایت دارید، می‌توانید مسئولیت این کار را برعهده بگیرید. نرم افزارهایی چون Macro media و Dream weaver , Microsoft Front Page به شما این امکان را می‌دهد که بدون آشنایی با برنامه نویسی html بتوانید سایت طراحی کنید. کار کردن با چنین نرم افزارهایی برای کسانی که با زبان انگلیسی به حد کافی آشنا باشند، راحت‌تر است. ذکر این نکته ضروری است که با وجود افزایش چنین نرم افزارهای ساده‌ای در سالهای اخیر، هیچ کدام نمی‌توانند به جای طراح حرفه‌ای سایت بنشینند. طراح حرفه‌ای سایت، قابلیت‌هایی چون فرمهای پاسخگویی خودکار طراحی می‌کند که فرصت و بستری برای تجارت الکترونیکی فراهم می‌آورد که خودتان به تنهایی نمی‌توانید آن را ایجاد کنید.

موارد زیر را در طراحی موفقیت آمیز سایت در نظر بگیرید:

■ **سایت تان به سادگی در دسترس باشد:** حتی اگر سایت شما فوق العاده زیبا و جذاب طراحی شده باشد اما به راحتی و به سادگی نتوان به صفحات آن دسترسی پیدا کرد، بازدیدکنندگان زیادی نخواهید داشت. بنابراین، طراحی سایت تان باید طوری باشد که از هر کامپیوتری بتوان به آن دسترسی یافت؛ یعنی برای ورود به سایت، نیاز به کامپیوتر برخوردار از سرعت بالا نباشد.

■ **مطالب و محتوای سایت تان را سودمند کنید:** فقط به دنبال فروش محصولات یا خدمات خود در اینترنت نباشید. اگر می‌خواهید بازدیدکنندگان یا خریداران محصول یا خدماتتان دوباره به سایت شما مراجعه کنند؛ علاوه بر این که کاتالوگ از فهرست محصولات یا خدماتتان ارائه می‌دهید، مطالب و محتوای سودمند و مفیدی نیز در ارتباط با فعالیت‌هایتان عرضه کنید. به عنوان مثال، اگر وسایل اسکی می‌فروشید، مقالاتی مرتبط با ورزش اسکی و دیگر مطالبی را که فکر می‌کنید علاقه‌مندان به ورزش اسکی به آنها نیاز دارند در صفحه اینترنت خودتان بیاورید.

■ **امکان ارتباط دو طرفه را با مخاطبان فراهم آورید:** مشتریانان از طریق فرم‌های روی خط^۱ و پست‌های الکترونیکی به شما بازخورد دهند. از مشتریانان بپرسید که آنها چه می‌خواهند؟ آیا چیزی را که در جست‌وجوی آن بوده‌اند، پیدا کرده‌اند یا نه؟ به انتقادهای و پیشنهادها مشتریانان به خوبی توجه کنید و آنها را در نظر بگیرید. آنان به شما خواهند گفت که کدام یک از کارها و برنامه‌هایتان مناسب یا نامناسب‌اند. لیستی از آدرسهای پست الکترونیکی مشتریانان و افراد دیگر تهیه کنید. می‌توانید کاتالوگ محصولات و خدمات جدیدتان را از طریق آدرس الکترونیکی برای این افراد بفرستید.