با ایران توشه
یک قدم جلوتر
باش!

ایران توشه
توشه ای برای موفقیت



ایران توشه، مرجع دانلود فایل های کمک آموزشی دانش آموزان و کنکوری ها

همه چیز
برای موفقیت
تو!

- دانلود رایگان آزمون های آزمایشی قلمچی، خیلی سبز، گاج و ...
- دانلود رایگان گام به گام تمامی دروس
- دانلود رایگان نمونه سوالات امتحانی (نوبت اول و دوم) و امتحانات نهایی
- دانلود رایگان جزوه های کمک آموزشی و شب امتحانی

کافیست هر فایلی که نیاز دارید را در گوگل به این صورت جستجو کنید:

فایل مورد نیاز + ایران توشه

مثال:

دانلود گام به گام دوازدهم تجربی ایران توشه



irantooshe.ir

t.me/irantooshe

گام به گام تجارت الکترونیک و امنیت
شبکه دوازدهم
پودمان اول

عنوان فصل: ایجاد کار و کسب الکترونیکی

از صفحه‌ی ۱ تا صفحه‌ی ۵۲ کتاب

در این فایل پاسخ فعالیت‌ها، کارهای کلاسی، تمرین‌ها و پرسش‌های فصل ایجاد کار و کسب الکترونیکی آمده است.

مباحث فصل: ایده‌پردازی و اسکمپر، نیازسنجی، بوم مدل کار و کسب، تجارت الکترونیک، پرسونا و نقشه سفر مشتری، MVP، دامنه و میزبان

تهیه‌شده در ایران‌توشه، توشه‌ای برای موفقیت

irantooshe.ir

فهرست پرسش‌ها

۱	صفحه ۳ · فعالیت — تحلیل داستان ماهر و مبینا	۹
۲	صفحه ۳ · گام ۱ پروژه — داستان یک کار و کسب اطرافیان	۱۰
۳	صفحه ۳ · فعالیت کارگاهی — انتخاب روش ایده‌یابی و حل مسئله	۱۰
۴	صفحه ۵ · فعالیت کارگاهی — تکمیل جدول ۲ (روش جایگزینی)	۱۱
۵	صفحه ۶ · گام ۲ پروژه — تنظیم جدول ۲ برای ایده‌ی خود	۱۲
۶	صفحه ۷ · فعالیت کارگاهی — تکمیل جدول ۴ (روش ترکیب)	۱۲
۷	صفحه ۷ · گام ۳ پروژه — تنظیم جدول ۴ برای ایده‌ی خود	۱۳
۸	صفحه ۸ · فعالیت کارگاهی — تکمیل جدول ۶ (روش سازگاری یا اقتباس)	۱۳
۹	صفحه ۸ · گام ۴ پروژه — تنظیم جدول ۶ برای ایده‌ی خود	۱۴
۱۰	صفحه ۹ · فعالیت کارگاهی — تکمیل جدول ۸ (روش اصلاح)	۱۵
۱۱	صفحه ۹ · گام ۵ پروژه — تنظیم جدول ۸ و دو برابر کردن تولید	۱۶
۱۲	صفحه ۱۰ · فعالیت کارگاهی — تکمیل جدول ۱۰ (به‌کار بستن در کاربرد دیگر)	۱۷
۱۳	صفحه ۱۰ · گام ۶ پروژه — تنظیم جدول ۱۰ برای ایده‌ی خود	۱۷
۱۴	صفحه ۱۱ · گام ۷ پروژه — تنظیم و تکمیل جدول ۱۲ (روش حذف‌کردن)	۱۸

ایران توشه
توشه‌ای برای موفقیت

۱۵ صفحه ۱۱ · فعالیت کارگاهی — افزودن پرسش و پاسخ به جدول ۱۲ ..... ۱۹

۱۶ صفحه ۱۲ · کنجکاوی — روش مومِ و تکنیک تریز ۱۹

۱۷ صفحه ۱۲ · فعالیت گروهی — بحث درباره توان جامعه در شکل‌دهی خواسته‌ها ۲۰

۱۸ صفحه ۱۲ · فعالیت کارگاهی — تکمیل جدول ۱۴ (روش معکوس‌کردن یا بازآرایی) ۲۰

۱۹ صفحه ۱۲ · گام ۸ پروژه — تنظیم جدول ۱۴ برای ایده‌ی خود ۲۱

۲۰ صفحه ۱۳ · فعالیت کارگاهی — تکمیل جدول نیاز، خواسته و تقاضا ۲۱

۲۱ صفحه ۱۳ · گام ۹ پروژه — جدول ۱۵ برای ایده‌ی خود ۲۲

۲۲ صفحه ۱۳ · فعالیت گروهی — ایجاد نیاز جدید در جامعه ۲۲

۲۳ صفحه ۱۵ · فعالیت کارگاهی — تکمیل جدول امتیازبندی ایده‌ها (جدول ۱۶) ۲۲

۲۴ صفحه ۱۵ · گام ۱۰ پروژه — ارزیابی و امتیازدهی ایده‌های خود ۲۴

۲۵ صفحه ۱۷ · فعالیت کارگاهی — تکمیل جدول ۱۷ (انواع مشتری) ۲۴

۲۶ صفحه ۱۷ · گام ۱۱ پروژه — مشتریان و مصرف‌کنندگان ایده‌ی خود ۲۵

۲۷ صفحه ۱۷ · فعالیت کارگاهی — تکمیل جدول ۱۸ (دسته‌بندی مشتریان از دیدگاه فروش) ۲۵

۲۸ صفحه ۱۸ · فعالیت کارگاهی — تکمیل جدول ۱۹ (ارزش پیشنهادی) ۲۶

۲۹ صفحه ۱۸ · گام ۱۲ پروژه — دسته‌بندی مشتریان ایده‌ی خود از دیدگاه فروش ۲۷

۳۰ صفحه ۱۹ · فعالیت کارگاهی — تکمیل جدول ۲۰ (کانال‌های توزیع) ۲۷

ایران توشه
توشه‌ای برای موفقیت

۳۱ صفحه ۱۹ · گام ۱۳ پروژه — جدول ارزش پیشنهادی ایده‌ی خود ۲۸

۳۲ صفحه ۲۰ · گام ۱۴ پروژه — کانال‌های توزیع ایده‌ی خود ۲۹

۳۳ صفحه ۲۰ · فعالیت کارگاهی — بازاریابی و ارتباط با مشتری (جدول ۲۱) ۳۰

۳۴ صفحه ۲۱ · گام ۱۵ پروژه — روش‌های ارتباط با مشتریان ایده‌ی خود ۳۰

۳۵ صفحه ۲۱ · فعالیت کارگاهی — تکمیل جدول ۲۲ (جریان‌های درآمدی) ۳۱

۳۶ صفحه ۲۱ · گام ۱۶ پروژه — جریان‌های درآمدی ایده‌ی خود ۳۲

۳۷ صفحه ۲۲ · فعالیت کارگاهی — تکمیل جدول ۲۳ (منابع کلیدی) ۳۲

۳۸ صفحه ۲۲ · فعالیت کارگاهی — تکمیل جدول ۲۴ (فعالیت‌های کلیدی) ۳۳

۳۹ صفحه ۲۲ · گام ۱۷ پروژه — منابع کلیدی ایده‌ی خود ۳۳

۴۰ صفحه ۲۳ · فعالیت کارگاهی — تکمیل جدول ۲۵ (انگیزه‌های شریک‌یابی) ۳۴

۴۱ صفحه ۲۳ · گام ۱۸ پروژه — فعالیت‌های کلیدی ایده‌ی خود ۳۴

۴۲ صفحه ۲۳ · گام ۱۹ پروژه — انگیزه‌های شریک‌یابی ایده‌ی خود ۳۵

۴۳ صفحه ۲۴ · فعالیت کارگاهی — تکمیل جدول ۲۶ (انواع برآورد هزینه) ۳۵

۴۴ صفحه ۲۴ · گام ۲۰ پروژه — نوع برآورد هزینه و هزینه‌های ایده‌ی خود ۳۵

۴۵ صفحه ۲۵ · فعالیت گروهی — گفت‌وگو درباره‌ی بوم مدل کار و کسب (شکل ۲) ۳۶

۴۶ صفحه ۲۵ · گام ۲۱ پروژه — بوم مدل کار و کسب ایده‌ی خود ۳۶

ایران توشه
توشه‌ای برای موفقیت

۴۷ صفحه ۲۵ · گام ۲۲ پروژه — راهبرد کار و کسب ایده‌ی خود ۳۷
۴۸ صفحه ۲۶ · فعالیت کارگاهی — مثال تارنما برای وجه‌های مکعب تجارت الکترونیک (جدول ۲۷) ۳۷
۴۹ صفحه ۲۷ · گام ۲۳ پروژه — نوع کار و کسب در مکعب تجارت الکترونیک ۳۸
۵۰ صفحه ۲۸ · فعالیت کارگاهی — تکمیل جدول ۲۸ (مدل‌های تجارت الکترونیک) ۳۸
۵۱ صفحه ۲۸ · کنجکاوی — مدل تجارت الکترونیک مبینا و ماهر ۳۹
۵۲ صفحه ۲۸ · پژوهش — مدل‌های دیگر تجارت الکترونیک، تجارت اجتماعی و سیار ۴۰
۵۳ صفحه ۲۹ · فعالیت کارگاهی — تکمیل جدول ۲۹ (حوزه‌های تجارت الکترونیک) ۴۰
۵۴ صفحه ۳۰ · فعالیت کارگاهی — مزایای تجارت الکترونیک از دیدگاه فروشندگان ۴۱
۵۵ صفحه ۳۰ · گام ۲۴ پروژه — مزایای کار و کسب الکترونیکی ایده‌ی شما برای فروشنده ۴۲
۵۶ صفحه ۳۱ · فعالیت کارگاهی — مزایای تجارت الکترونیک از دیدگاه خریداران ۴۲
۵۷ صفحه ۳۱ · گام ۲۵ پروژه — مزایای کار و کسب الکترونیکی ایده‌ی شما برای خریدار ۴۳
۵۸ صفحه ۳۱ · فعالیت گروهی — تجربه‌ی خرید اینترنتی و پرداخت ۴۳
۵۹ صفحه ۳۲ · کنجکاوی — ایمن‌ترین سیستم پرداخت ۴۴
۶۰ صفحه ۳۲ · فعالیت منزل — فرایند پرداخت الکترونیکی و مراحل آن ۴۴
۶۱ صفحه ۳۲ · فعالیت کارگاهی — تکمیل فهرست معایب تجارت الکترونیکی ۴۵
۶۲ صفحه ۳۳ · کنجکاوی — کلاهبرداری در تجارت الکترونیک و راهکارهای حمایتی ۴۵

ایران توشه
توشه‌ای برای موفقیت

۶۳ صفحه ۳۳ · فعالیت گروهی — انتخاب زیرساخت کار و کسب ۴۶
۶۴ صفحه ۳۴ · فعالیت کارگاهی — مزیت رقابتی کار و کسب مبینا و ماهر (شکل ۵) ۴۶
۶۵ صفحه ۳۴ · گام ۲۶ پروژه — مزیت رقابتی کار و کسب ایده‌ی شما ۴۷
۶۶ صفحه ۳۵ · فعالیت کارگاهی — تکمیل جدول ۳۰ (مراحل تدوین پرسونا) ۴۷
۶۷ صفحه ۳۶ · گام ۲۷ پروژه — طراحی دو پرسونا برای ایده‌ی شما ۴۸
۶۸ صفحه ۳۶ · پژوهش — روش‌های دیگر تعیین پرسونا ۴۹
۶۹ صفحه ۳۸ · فعالیت کارگاهی — تکمیل نقشه‌ی سفر مشتری مبینا و ماهر ۵۰
۷۰ صفحه ۳۸ · گام ۲۸ پروژه — نقشه‌ی سفر مشتری ایده‌ی شما ۵۱
۷۱ صفحه ۳۹ · فعالیت گروهی — برداشت از تصاویر MVP و ویژگی‌های آن ۵۱
۷۲ صفحه ۴۰ · فعالیت کارگاهی — تکمیل جدول ۳۱ (هدف و مزیت‌های MVP) ۵۲
۷۳ صفحه ۴۰ · گام ۲۹ پروژه — حداقل محصول پذیرفتنی ایده‌ی شما ۵۲
۷۴ صفحه ۴۰ · کنجکاوی — تشخیص نیاز مشتری و هدف از ساخت تارنما ۵۳
۷۵ صفحه ۴۱ · فعالیت کارگاهی — تکمیل جدول ۳۲ (روش‌های مقدماتی تحلیل رقبا) ۵۳
۷۶ صفحه ۴۱ · گام ۳۰ پروژه — هدف تارنما و نیاز مشتری ایده‌ی شما ۵۴
۷۷ صفحه ۴۱ · گام ۳۱ پروژه — شناسایی رقبا و بررسی صفحات ایندکس‌شده ۵۵
۷۸ صفحه ۴۲ · فعالیت کارگاهی — فهرست امکانات ضروری اصلی و فرعی کار و کسب مبینا و ماهر ۵۵

ایران توشه
توشه‌ای برای موفقیت

۷۹ صفحه ۴۲ · گام ۳۲ پروژه — فهرست امکانات ایده‌ی شما ۵۶
۸۰ صفحه ۴۳ · فعالیت منزل — ایجاد رایانامه و حساب کاربری گوگل ۵۶
۸۱ صفحه ۴۳ · گام ۳۳ پروژه — ساخت نسخه‌های A و B کار و کسب ۵۷
۸۲ صفحه ۴۴ · گام ۳۴ پروژه — مقایسه‌ی عملکرد نسخه‌های A و B ایده‌ی شما ۵۷
۸۳ صفحه ۴۶ · کنجکاوی — رفتار مشترک در انتخاب نام دامنه ۵۸
۸۴ صفحه ۴۶ · فعالیت کارگاهی — تکمیل جدول نام دامنه (SubDomain و SLD، TLD) ۵۸
۸۵ صفحه ۴۷ · فعالیت کارگاهی — تکمیل شکل ساختار TLD ۵۸
۸۶ صفحه ۴۷ · فعالیت گروهی — TLD پیشنهادی برای فروش صنایع‌دستی و خشکبار ۵۹
۸۷ صفحه ۴۷ · فعالیت کارگاهی — بررسی ثبت‌نشدن نام دامنه و نام‌های ممنوعه‌ی ir. ۵۹
۸۸ صفحه ۴۸ · فعالیت گروهی — قواعد دیگر نام دامنه‌ی مناسب ۶۰
۸۹ صفحه ۴۸ · گام ۳۵ پروژه — ثبت نام دامنه برای کار و کسب خود ۶۰
۹۰ صفحه ۴۹ · کنجکاوی — استفاده از رایانه‌ی شخصی به‌عنوان میزبان ۶۱
۹۱ صفحه ۵۰ · فعالیت کارگاهی — تکمیل جدول ۳۵ (مزایا و معایب انواع میزبان‌های وب) ۶۱
۹۲ صفحه ۵۰ · گام ۳۶ پروژه — انتخاب میزبان مناسب کار و کسب ۶۲
۹۳ صفحه ۵۱ · پژوهش — ویژگی‌های محیط یکی از کنترل پنل‌ها ۶۲

ایران توشه
توشه‌ای برای موفقیت

۱ صفحه ۳ فعالیت

برداشت و تحلیل شما از هر یک از کلماتی که در متن پررنگ شده چیست؟ مسئله اصلی که ماهر و خانواده‌اش با آن روبه‌رو هستند، چیست؟ راه‌حل‌های موجود برای مشکلات آنان چیست؟ بهترین راه‌حل کدام است؟ راه‌حل‌های خود را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

- **کار و کسب:** فعالیتی اقتصادی برای تولید و عرضه کالا یا خدمت به مشتری به‌منظور کسب درآمد و سود؛ در داستان، تولید و فروش میوه، میوه‌ی خشک‌شده و صنایع‌دستی.
- **مشتری:** فرد یا گروهی که نیاز دارد و برای دریافت محصول یا خدمت پول می‌پردازد؛ در داستان، گردشگران و خریداران محصولات.
- **قیمت مناسب:** قیمتی که هم برای تولیدکننده سودآور باشد و هم مشتری آن را منصفانه بداند.
- **بسته‌بندی:** آماده‌سازی و نگهداری محصول در بسته‌ی مناسب برای حفظ کیفیت، جذابیت و سهولت حمل و فروش.
- **مشتری علاقه‌مند:** مشتری بالقوه‌ای که به محصول تمایل دارد و با معرفی درست به مشتری واقعی تبدیل می‌شود.
- **توانایی‌ها:** مهارت‌های رشته‌ی شبکه و نرم‌افزار رایانه (طراحی گرافیک، چندرسانه‌ای، ساخت وب‌سایت) که می‌توان برای حل مسئله به کار برد.

مسئله‌ی اصلی: نبودِ کانال فروش مطمئن و گسترده برای محصولات خانوادهٔ ماهر (میوه، میوه‌ی خشک و صنایع‌دستی). فروش فقط به گردشگران و از راه پرس‌وجوی محلی انجام می‌شود، مشتری هدف شناخته‌شده نیست و بخشی از محصول فروش نمی‌رود.

راه‌حل‌های موجود:

- فروش حضوری در بازار محلی یا کنار جادّه‌ی گردشگری
- فروش به عمده‌فروشان و واسطه‌ها
- تبدیل محصول فروش‌نرفته به محصول فرآوری‌شده (خشک‌کردن، مربا، لواشک)
- ایجاد کار و کسب الکترونیکی: وب‌سایت یا فروشگاه اینترنتی، صفحه‌ی شبکه‌های اجتماعی و بازار اینترنتی

بهترین راه‌حل: راه‌اندازی کار و کسب الکترونیکی (فروشگاه اینترنتی و معرفی محصول در فضای مجازی) همراه با بسته‌بندی جذاب؛ زیرا مشتریان را از محدودیت جغرافیایی خارج می‌کند، هزینه‌ی کمی دارد، ۲۴ ساعته در دسترس است و از مهارت‌های ماهر و مبینا (برنامه‌نویسی، گرافیک، چندرسانه‌ای) استفاده می‌کند.

ارزیابی راه‌حل‌ها: هر راه‌حل را با معیارهایی مانند هزینه‌ی راه‌اندازی، زمان لازم، میزان دسترسی به مشتری، سودآوری، ریسک و تناسب با توانایی‌های خانواده می‌سنجیم و با دادن امتیاز (مثلاً ۱ تا ۵) به هر معیار، راه‌حل با بیشترین امتیاز را برمی‌گزینیم.

ایران توشه
توشه‌ای برای موفقیت

۲ صفحه ۳ گام ۱ پروژه

در بین اقوام و دوستان خود جست‌وجو کنید. اگر شخصی در کار و کسب خود دچار مسئله یا مشکل است، داستان وی را با شناسایی مشکلات و تشخیص نکات اصلی بیان کنید. بهترین راه‌حل کدام است؟ راه‌حل‌های خود را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

پاسخ نمونه: آقای احمدی (از آشنایان) یک مغازه‌ی فروش لوازم‌التحریر محلی دارد. درآمد او به‌دلیل رقابت با فروشگاه‌های اینترنتی و بزرگ کاهش یافته است.

مشکلات و نکات اصلی:

- مشتریان فقط محدود به محله هستند و امکان معرفی خدمات به جاهای دیگر وجود ندارد.
- موجودی کالا و قیمت‌ها به‌روز و در دسترس عموم نیست.
- تبلیغات ندارد و مشتریان جدید جذب نمی‌شود.

راه‌حل‌ها: ۱) تخفیف و کاهش قیمت؛ ۲) افزایش ساعت کار؛ ۳) راه‌اندازی صفحه‌ی اینترنتی و فروش آنلاین با پیک؛ ۴) تنوع‌بخشی به کالاها.

بهترین راه‌حل: راه‌اندازی فروشگاه اینترنتی ساده (وب‌سایت یا شبکه‌ی اجتماعی) با ارسال پیکی به محله‌های اطراف.

ارزیابی: هر راه‌حل را بر اساس هزینه، زمان اجرا، افزایش مشتری و ریسک امتیازدهی می‌کنیم؛ راه‌حل سوم بیشترین امتیاز را می‌گیرد.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۳ صفحه ۳ فعالیت کارگاهی

یک روش را برای ایده‌یابی و حل مسئله انتخاب و داستان خود را با آن تحلیل و بررسی کنید.

ایران توشه
توشه‌ای برای موفقیت

روش انتخابی: **اسکمپر (SCAMPER)**؛ داستان: فروش محصولات خانوادهٔ ماهر.

- **جایگزینی:** فروش حضوری ← فروش اینترنتی؛ بسته‌بندی ساده ← بسته‌بندی با طرح سنتی.
- **ترکیب:** میوه‌ی خشک + صنایع‌دستی در یک بسته‌ی هدیه.
- **سازگارکردن:** الگوی فروشگاه‌های اینترنتی موفق را برای محصول محلی به‌کار بردن.
- **تقویت/اصلاح:** بزرگ‌تر کردن بازار از روستا به کل کشور؛ برجسته‌کردن «ارگانیک بودن».
- **کاربرد دیگر:** میوه‌ی فروش‌نرفته را به مربا و لواشک تبدیل کردن.
- **حذف:** حذف واسطه‌ها و فروش مستقیم به مشتری.
- **معکوس/بازآرایی:** به‌جای رفتن مشتری به روستا، ارسال محصول به در منزل او.

مبینا و ماهر جدول ۲ را تنظیم می‌کنند. جدول را تکمیل کنید.

جدول ۲ـ روش جایگزینی: پرسش‌های کلیدی روش جایگزین کردن / پاسخ‌ها

جدول ۲ـ روش جایگزینی

پرسش‌های کلیدی روش جایگزین کردن	پاسخ‌ها
کدام مواد اولیه، ذخایر و منابع (میوه‌های باغ پدر و صنایع‌دستی مادر) را می‌توان با چیز دیگری جایگزین کرد تا محصول بهتر شود؟	استفاده از پارچه با رنگ ثابت گیاهی؛ استفاده از عسل به‌جای شکر در تولید لواشک
از چه محصول یا فرایند ساخت دیگری می‌توان استفاده کرد؟	تهیه مربا به‌جای خشک‌کردن میوه
آیا می‌توان همین محصول (میوه و صنایع‌دستی) را برای یک کاربرد دیگر به خدمت گرفت یا آن را به‌جای یک محصول دیگر استفاده کرد؟	استفاده از میوه‌ی خشک به‌عنوان سوغات و هدیه؛ استفاده از پارچه‌های سنتی به‌عنوان بسته‌بندی هدیه
از چه فرایند فروش دیگری می‌توان استفاده کرد؟	فروش اینترنتی و ارسال با پست، فروش در شبکه‌های اجتماعی، فروش در نمایشگاه‌ها
اگر نگرش و حس گردشگران روستا و مشتریان را نسبت به این محصول تغییر بدهیم، چه اتفاقی می‌افتد؟	با معرفی محصول به‌عنوان «ارگانیک، محلی و سالم» تقاضا و قیمت افزایش می‌یابد
مبینا در تولید محتواهای آموزشی چندرسانه‌ای از چه نرم‌افزارها یا شیوه‌های دیگری می‌تواند استفاده کند؟	استفاده از نرم‌افزارهای ساخت پویانمایی و ویرایش ویدئو، نرم‌افزارهای ارائه و ابزارهای آنلاین ساخت محتوای تعاملی

ایران توشه
توشه ای برای موفقیت

این فایل توسط سایت ایران‌توشه تهیه شده است.

irantooshe.ir

۵ صفحه ۶ گام ۲ پروژه

در مورد داستان و ایده‌ی خودتان جدول ۲ را تنظیم کنید. بررسی کنید می‌توانید در داستان خود یکی از عناصر از قبیل شیء، فکر، روش، سیستم، واحد، راهبرد، هدف، بسته‌بندی، شخص و... را جایگزین عنصر دیگری کنید؟

جدول ۲ برای ایده‌ی فروشگاه لوازم‌التحریر

پرسش کلیدی	پاسخ
کدام ماده یا منبع را می‌توان جایگزین کرد؟	کاغذ و دفتر معمولی ← دفتر و کاغذ بازیافتی با طرح‌های ویژه
از چه فرایند دیگری می‌توان استفاده کرد؟	به‌جای مراجعه‌ی حضوری، سفارش از راه سایت یا پیام‌رسان
چه روش فروش دیگری ممکن است؟	فروش اینترنتی و ارسال پیکی
نگرش مشتری را چگونه تغییر دهیم؟	معرفی مغازه به‌عنوان «مرکز تأمین کامل لوازم مدرسه» با تخفیف بسته‌ای
چه شخص یا واحدی را می‌توان جایگزین کرد؟	به‌جای فروشنده‌ی حضوری، چت‌بات پاسخ‌گو برای راهنمایی مشتری

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۶ صفحه ۷ فعالیت کارگاهی

مبینا و ماهر جدول ۴ را تنظیم می‌کنند. جدول را تکمیل کنید.

ایران توشه
توشه ای برای موفقیت

جدول ۴ـ روش ترکیب: پرسش‌های کلیدی روش ترکیب / پاسخ‌ها

جدول ۴ـ روش ترکیب

پرسش‌های کلیدی روش ترکیب	پاسخ‌ها
اگر یک محصول (میوه تازه، میوه‌های خشک‌شده، خشکبار و...) را با محصول دیگر (صنایع‌دستی) ترکیب کنیم، چه چیز جدیدی ساخته می‌شود؟	بقچه‌ی سوزن‌دوزی حاوی آجیل و میوه‌ی خشک (بسته‌ی هدیه‌ی سنتی)
چه چیزهایی را می‌توانیم با هم ترکیب کنیم تا کاربردهای یک محصول (صنایع‌دستی مادر) به بیشترین حدش برسد؟	سفره‌ی سوزن‌دوزی که هم رومیزی است و هم بسته‌بندی هدیه؛ کیف سوزن‌دوزی‌شده‌ی چندمنظوره
چطور می‌توانیم استعداد و مهارت مبینا در گرافیک رایانه‌ای و بسته‌بندی محصولات را با هم ارتباط دهیم؟	طراحی برچسب و بسته‌بندی جذاب با نقوش سنتی برای محصولات و ساخت کاتالوگ دیجیتال
...	ترکیب فروش اینترنتی با ارسال به‌همراه کارت معرفی روستا

۷ صفحه ۷ گام ۳ پروژه

در مورد داستان و ایده‌ی خود جدول ۴ را تنظیم کنید. در مورد کالا یا خدماتی که کار و کسب شما ارائه می‌کند، تدبیری اتخاذ کنید که ضمن افزایش کیفیت، هزینه‌ها کاهش یابد.

جدول ۴ برای ایده‌ی فروشگاه لوازم‌التحریر

پرسش کلیدی	پاسخ
چه چیزی را با چه چیزی ترکیب کنیم؟	فروش لوازم‌التحریر + چاپ و کپی + فروش اینترنتی
چطور کاربرد محصول به بیشترین حد برسد؟	بسته‌های «لوازم کامل کلاس اول تا ششم» با یک قیمت
چطور مهارت‌ها را به هم ارتباط دهیم؟	استفاده از مهارت سایت‌سازی برای فروشگاه آنلاین

تدبیر: فروش عمده‌ی بسته‌های ترکیبی و ثبت سفارش اینترنتی، باعث کاهش هزینه‌ی نگهداری انبار و ساعت کار، و افزایش کیفیت خدمات و تعداد مشتری می‌شود.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۸ صفحه ۸ فعالیت کارگاهی

مبینا و ماهر جدول ۶ را تنظیم می‌کنند. جدول را تکمیل کنید.

جدول ۶ـ روش سازگاری یا اقتباس

پرسش‌های کلیدی روش سازگاری یا اقتباس	پاسخ‌ها
چطور می‌شود این محصول صنایع‌دستی را طوری تغییر داد که یک استفاده‌ی متفاوت داشته باشد یا هدف متفاوتی را برآورده کند؟	تبدیل سفره‌ی سوزن‌دوزی به کیف، قاب‌عکس یا جلد دفتر
این محصول به چه محصولات دیگری شباهت دارد؟	به رومیزی‌ها، کیف‌های پارچه‌ای و هدیه‌های دست‌ساز مشابه در بازار
از چه چیزی یا چه کسی، چه کارخانه یا مؤسسه‌ی تولیدی خشکبار می‌توان برای ایجاد تغییر در این محصول اقتباس کرد؟	اقتباس شیوه‌ی بسته‌بندی شرکت‌های موفق خشکبار (بسته‌های کوچک، مجزا و ویترینی)
چه محصولات و ایده‌های دیگری هستند که می‌توانند الهام‌بخش مبینا و ماهر باشند؟	فروشگاه‌های اینترنتی صنایع‌دستی، بسته‌های هدیه‌ی نوروزی
مبینا در تولید واسط گرافیکی کاربری نرم‌افزارهای آموزشی دبستان از چه شکل‌هایی در طبیعت می‌تواند الهام بگیرد؟	حیوانات، گل‌ها، درختان، ابر و خورشید با رنگ‌های شاد و شکل‌های گرد
...	استفاده از نقوش سنتی که در پارچه به‌کار برده شده در بسته‌بندی آجیل و میوه‌ی خشک

ایران توشه
توشه‌ای برای موفقیت

۹ صفحه ۸ گام ۴ پروژه

در مورد داستان و ایده‌ی خود جدول ۶ را تنظیم کنید. کارکرد و نقش محصول یا خدمات تولیدی کار و کسب خود را با الهام از نقش‌های دیگر شرح دهید.

جدول ۶ برای ایده‌ی فروشگاه لوازم‌التحریر

پرسش کلیدی	پاسخ
چه تغییری به محصول بدهیم تا استفاده‌ی متفاوتی داشته باشد؟	بسته‌ی «کیف آماده‌ی مدرسه» به‌جای فروش جداگانه‌ی اقلام
به چه محصولاتی شباهت دارد؟	بسته‌های آماده‌ی فروشگاه‌های اینترنتی بزرگ
از چه کسی یا مؤسسه‌ای اقتباس کنیم؟	فروشگاه‌های اینترنتی موفق لوازم‌التحریر

شرح نقش: مغازه به‌صورت فروشگاه اینترنتی محله‌ای (الهام از نقش فروشگاه‌های اینترنتی بزرگ) عمل می‌کند؛ مشتری سفارش می‌دهد و کالا را در منزل دریافت می‌کند.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۱۰ صفحه ۹ فعالیت کارگاهی

مبینا و ماهر جدول ۸ را تنظیم می‌کنند. جدول را تکمیل کنید.

جدول ۸ـ روش اصلاح: پرسش‌های کلیدی روش اصلاح / پاسخ‌ها

جدول ۸ـ روش اصلاح

پرسش‌های کلیدی روش اصلاح	پاسخ‌ها
چطور می‌توانیم شکل و قیافه‌ی محصول (میوه‌ها، خشکبار، صنایع‌دستی) را بهتر کنیم یا کاری کنیم که حس خوبی به مشتری بدهد؟	استفاده از بسته‌بندی شفاف و زیبا با طرح‌های سنتی و برچسب معرفی روستا
اضافه‌کردن چه چیزی (نمک، فلفل، ادویه، شکر، سبزیجات محلی، عسل...) به این محصول آن را بهتر می‌کند؟	شیرین‌تر کردن شکلات‌های میوه‌ای؛ شورتر کردن لواشک‌ها؛ افزودن عسل یا ادویه‌ی محلی
چه ویژگی‌ای هست که اگر روی آن تأکید شود و برجسته‌تر شود، ارزش کیف سوزن‌دوزی را بالاتر می‌برد؟	دست‌دوز بودن و اصالت نقوش سنتی؛ تأکید بر «ساخت روستا و دست‌ساز بودن»
بزرگ‌تر کردن یا کوچک‌تر کردن اندازه‌ی سفره‌ی سوزن‌دوزی مفید است؟	بله؛ اندازه‌ی کوچک برای هدیه و سوغات، اندازه‌ی بزرگ برای میهمانی
تقویت‌کردن و بهتر کردن چه جزئی از یک محصول می‌تواند به خلق شدن محصول جدید بینجامد؟	تقویت جنس پارچه و دوام آن، که به محصول جدیدی مثل کیف مسافرتی منجر می‌شود
آیا بسته‌بندی سفره‌ی خشکبار خانواده مشتری بیشتری دارد؟	بله؛ بسته‌ی خانوادگی با قیمت مناسب برای میهمانی‌ها مشتری بیشتری دارد

ایران توشه
توشه ای برای موفقیت

۱۱ صفحه ۹ گام ۵ پروژه

در مورد داستان و ایده‌ی خود جدول ۸ را تنظیم کنید. اگر در شرایطی لازم باشد که کالای تولیدی خود را از نظر مقیاس (حجمی یا وزنی یا طولی و... برحسب نوع کالا یا خدمات شما) دو برابر وضع فعلی تولید و عرضه کنید، چه‌کار خواهید کرد؟

جدول ۸ برای ایده‌ی فروشگاه لوازم‌التحریر

پرسش کلیدی	پاسخ
چطور شکل و قیافه‌ی محصول را بهتر کنیم؟	بسته‌بندی زیبا و سفارشی کردن لوازم با اسم مشتری
افزودن چه چیزی محصول را بهتر می‌کند؟	اضافه کردن هدیه‌ی کوچک به هر بسته
کدام ویژگی را برجسته کنیم؟	تحویل سریع و قیمت مناسب

دو برابر کردن مقیاس: افزایش موجودی انبار، استخدام یا همکاری پیک بیشتر، سفارش عمده برای کاهش قیمت تمام‌شده، استفاده از ظرفیت سرور و وب‌سایت قوی‌تر برای تحمل ترافیک دو برابر، و افزایش تبلیغات.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

ایران توشه
توشه ای برای موفقیت

۱۲ صفحه ۱۰ فعالیت کارگاهی

مبینا و ماهر جدول ۱۰ را تنظیم می‌کنند. جدول را تکمیل کنید.

جدول ۱۰ـ روش به‌کار بستن در کاربرد دیگر: پرسش‌های کلیدی / پاسخ‌ها

جدول ۱۰ـ روش به‌کار بستن در کاربرد دیگر

پرسش‌های کلیدی	پاسخ‌ها
این محصول علاوه بر گردشگران، به درد چه افراد دیگری (بازار هدف) می‌تواند بخورد؟	ساکنان شهرها، مغازه‌داران و فروشگاه‌های هدیه، مسافران و خارجی‌ها از راه فروش اینترنتی
در یک شرایط دیگر یا در یک محیط متفاوت، عملکرد این محصول چه شکلی پیدا می‌کند؟	به‌عنوان هدیه‌ی سازمانی، سوغات عید و مناسبت‌ها
امکانش هست که ضایعات این محصول (میوه‌ها یا پارچه‌های کاربردی مادر) بازیافت شده و چیز جدیدی از آن ساخته شود؟	تولید سنجاق‌سینه‌ی سنتی از تکه‌پارچه‌های اضافی؛ تبدیل میوه‌های له‌شده به مربا
آیا می‌توانیم از همین محصول در یک حوزه‌ی دیگر استفاده کنیم؟ مثلاً در یک شاخه‌ی دیگری از کار و کسب؟	استفاده از طرح‌های گرافیکی مبینا برای طرح جلد بسته‌بندی

۱۳ صفحه ۱۰ گام ۶ پروژه

در مورد داستان و ایده‌ی خود جدول ۱۰ را تنظیم کنید. چه تغییری در کالاها یا خدماتی که کار و کسب شما تولید یا ارائه می‌کند، می‌توان ایجاد کرد که به محصول یا خدمات شما کاربرد تازه‌ای اضافه شود؟

جدول ۱۰ برای ایده‌ی فروشگاه لوازم‌التحریر

پرسش کلیدی	پاسخ
بازار هدف دیگر چه کسانی هستند؟	شرکت‌ها و ادارات برای سفارش عمده‌ی لوازم اداری
در محیط متفاوت چه کاربردی دارد؟	فروش لوازم‌التحریر هنری به هنرجویان و هنرمندان
ضایعات را چطور بازیافت کنیم؟	فروش کاغذ باطله و ساخت دفترچه‌ی دست‌ساز از برگه‌های اضافی

کاربرد تازه: علاوه بر فروش لوازم، افزودن خدمت «بسته‌بندی هدیه و چاپ سفارشی».

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

ایران توشه
توشه‌ای برای آینده

۱۴ صفحه ۱۱ گام ۷ پروژه

در مورد داستان و ایده‌ی خود جدول ۱۲ را تنظیم و تکمیل کنید.

جدول ۱۲ـ روش حذف‌کردن

جدول ۱۲ـ روش حذف‌کردن (نمونه برای ایده‌ی فروش اینترنتی لوازم‌التحریر)

پرسش‌های کلیدی	پاسخ‌ها
چگونه می‌توان یک محصول (خشکبار) را بهتر یا ساده‌تر کرد؟	آجیل بدون پوسته و هسته؛ فروش لوازم به‌صورت بسته‌ی آماده
کدام اجزا، قانون‌ها یا ویژگی‌ها قابل‌حذف هستند؟	مراحل اضافی ثبت سفارش، فرم‌های طولانی ثبت‌نام
چه چیزی را می‌توان کمتر کرد یا تأثیرش را به حداقل رساند؟	هزینه‌ی اجاره‌ی مغازه، زمان انتظار مشتری
چطور می‌توان این محصول را کوچک‌تر، سریع‌تر، سبک‌تر یا جالب‌تر کرد؟	بسته‌های کوچک‌تر و سبک‌تر برای ارسال پستی ارزان‌تر
اگر یک بخش از این محصول (پیراهن سوزن‌دوزی) را جدا کنیم چه اتفاقی می‌افتد؟ چه چیزی به‌جای آن می‌توان گذاشت؟	با حذف آستین‌های پرکار، هزینه کم و زمان دوخت کوتاه می‌شود؛ می‌توان نقوش ساده‌تر گذاشت
اگر حجم فیلم‌های چندرسانه‌ای آموزشی تولید محتوای مبینا را کم کنیم چه اتفاقی می‌افتد؟	بارگیری سریع‌تر می‌شود و کاربران بیشتری با اینترنت کند هم می‌توانند استفاده کنند؛ البته باید کیفیت حفظ شود

ایران توشه
توشه ای برای موفقیت

۱۵ صفحه ۱۱ فعالیت کارگاهی

با افزودن پرسش‌ها و پاسخ‌های متنوع، جدول ۱۲ را تکمیل کنید.

افزودن پرسش‌ها به جدول ۱۲

پرسش	پاسخ
اگر مجبور باشیم با نصف منابع کار کنیم، چه می‌کنیم؟	فقط محصولات پرفروش را نگه می‌داریم و تبلیغات را به فضای مجازی رایگان محدود می‌کنیم
کدام مرحله‌ی فروش را می‌توان حذف کرد؟	حذف واسطه و فروش مستقیم به مشتری
کدام ویژگی بسته‌بندی ضروری نیست؟	جعبه‌ی گران‌قیمت؛ بسته‌بندی ساده و دوستدار محیط زیست کافی است
کدام بخش وب‌سایت را می‌توان ساده کرد؟	حذف بخش‌های کم‌استفاده و ساده‌کردن صفحه‌ی پرداخت

۱۶ صفحه ۱۲ کنجکاوی

اگر مبینا و ماهر با استفاده از روش موم و تکنیک تریز بخواهند مسئله را تعریف کنند مراحل کار چگونه است؟

روش **موم** (MOM) و تکنیک **تریز** (TRIZ) روش‌هایی برای تعریف و حل خلاقانه‌ی مسئله‌اند. مراحل کلی کار:

1. مسئله را به‌طور دقیق بیان می‌کنند (فروش محدود محصول و نبود بازار)
2. تناقض‌ها و محدودیت‌ها را مشخص می‌کنند (مثلاً: می‌خواهند فروش زیاد شود اما سرمایه و دسترسی کم است)
3. با کمک اصول خلاقانه‌ی تریز (تفکیک، ترکیب، پویایی، معکوس کردن و ...) راه‌حل‌های ممکن را فهرست می‌کنند
4. راه‌حل‌ها را ارزیابی و بهترین را انتخاب و اجرا می‌کنند

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

ایران توشه
توشه ای برای موفقیت

۱۷ صفحه ۱۲ فعالیت گروهی

در مورد اینکه آیا جامعه توان شکل دادن به خواسته‌های افراد را دارد با دوستان خود بحث و گفت‌وگو کنید.

بله، جامعه (از راه فرهنگ، خانواده، رسانه‌ها، تبلیغات، الگوهای رفتاری و همنشینان) می‌تواند خواسته‌های افراد را شکل دهد. مثلاً مد لباس، نوع خوراک، مدل گوشی یا استفاده از خرید اینترنتی تا حد زیادی از جامعه الگو می‌گیرد. در مقابل، افراد نیز با نیازهای واقعی، سلیقه و ارزش‌های شخصی خود می‌توانند در برابر این تأثیر مقاومت کنند. بنابراین جامعه بر خواسته‌ها اثر دارد، اما نیازهای اصلی انسان ثابت‌اند و جامعه تنها شیوه‌ی ارضای آن‌ها را تغییر می‌دهد.

۱۸ صفحه ۱۲ فعالیت کارگاهی

جدول ۱۴ را با پرسش‌ها و پاسخ‌های بیشتری کامل کنید.

جدول ۱۴ـ روش معکوس‌کردن یا بازآرایی: پرسش‌های کلیدی / پاسخ‌ها

جدول ۱۴ـ روش معکوس‌کردن یا بازآرایی

پرسش‌های کلیدی	پاسخ‌ها
اگر به‌جای اینکه گردشگران برای خرید به روستا بیایند، ماهر محصولات را به‌دست آنان برساند چه اتفاقی می‌افتد؟	مشتریان بیشتری در سراسر کشور خرید می‌کنند؛ در صورت صرفه‌ی اقتصادی برای مشتری، رضایت بیشتری به‌همراه خواهد داشت
چه اتفاقی می‌افتد اگر سعی کنیم دقیقاً برعکس کاری که می‌خواهیم را انجام بدهیم؟	به‌جای جذب مشتری با تخفیف، مشتری را با کیفیت و اصالت محصول جذب کنیم؛ شناخت مسئله بهتر می‌شود
جایگزین‌کردن کدام یک از اجزای سازنده باعث می‌شود ترتیب انجام کارها تغییر کند؟	اگر پرداخت را پیش از ارسال انجام دهیم و بسته‌بندی را پس از سفارش، ترتیب تولید و فروش عوض می‌شود
اگر می‌خواستیم سیستم یک محصول را از اول بچینیم، چطور این کار را انجام می‌دادیم؟	ابتدا سفارش مشتری را می‌گیریم و بعد تولید می‌کنیم (تولید بر پایه‌ی سفارش)
اگر یک فرایند را برعکس کنیم چه می‌شود؟ اگر ترتیب وقایع را عوض کنیم چطور؟	اگر ابتدا مشتری را شناسایی و بعد محصول را طراحی کنیم، محصول متناسب با نیاز واقعی ساخته می‌شود

ایران نوشته
نوشته ای برای موفقیت

۱۹ صفحه ۱۲ گام ۸ پروژه

در مورد داستان و ایده‌ی خود جدول ۱۴ را تنظیم کنید. اگر بخشی از مشکل، محصول یا خدمت شما به‌طور معکوس عمل می‌کرد یا به ترتیب متفاوتی صورت می‌گرفت، چه می‌کردید؟

جدول ۱۴ برای ایده‌ی فروشگاه لوازم‌التحریر

پرسش کلیدی	پاسخ
اگر به‌جای آمدن مشتری به مغازه، کالا را به در منزل او ببریم؟	فروش پیکی و اینترنتی؛ مشتریان بیشتر و راضی‌تر
اگر ترتیب را عوض کنیم (اول سفارش، بعد خرید از عمده‌فروش)؟	موجودی راکد و هزینه‌ی انبار کم می‌شود
اگر فرایند فروش را برعکس کنیم؟	مشتری فهرست لوازم کلاس را بفرستد و ما بسته‌ی آماده تحویل دهیم

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۲۰ صفحه ۱۳ فعالیت کارگاهی

جدول مربوط به نیازها، خواسته‌ها و تقاضای داستان مبینا و ماهر را تکمیل کنید.

جدول ۱۵ـ نیاز، خواسته، تقاضا: معیار تولید محصول یا خدمت / گردشگران و مشتریان روستای علی‌آباد

جدول ۱۵ـ نیاز، خواسته، تقاضا

معیار تولید محصول یا خدمت	گردشگران و مشتریان روستای علی‌آباد
نیاز	غذا، محل اسکان، تفریحات، استراحت، دسترسی به امکانات رفاهی و بهداشتی
خواسته	شیر تازه، خشکبار، صنایع‌دستی سنتی، لواشک و میوه‌ی محلی
تقاضا	بسته آجیل سفری ۵۰۰ گرمی، سفره‌ی سوزن‌دوزی سنتی با قیمت مشخص، بسته‌ی لواشک خانگی

ایران توشه
توشه‌ای برای موفقیت

۲۱ صفحه ۱۳ گام ۹ پروژه

جدول ۱۵ را برای نیازها، خواسته‌ها و تقاضای مشتریان ایده‌ی کار و کسب خود ایجاد کنید.

جدول ۱۵ برای ایده‌ی فروشگاه اینترنتی لوازم‌التحریر

معیار	مشتریان (دانش‌آموزان و والدین)
نیاز	داشتن دفتر، مداد و ابزار آموزشی برای تحصیل
خواسته	دفتر با طرح‌های شاد، کیف و لوازم خاص و باکیفیت
تقاضا	خرید بسته‌ی کامل لوازم کلاس پنجم با قیمت ۵۰۰ هزار تومان و تحویل در منزل

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۲۲ صفحه ۱۳ فعالیت گروهی

در مورد چگونگی ایجاد نیاز جدید در جامعه با دیگر هنرجویان هم‌فکری کنید. یک نیاز جدید برای جامعه‌ی هدف کار و کسب خود تعریف کنید.

نیازهای جدید معمولاً با پیشرفت فناوری، تغییر شیوه‌ی زندگی، آموزش و فرهنگ‌سازی، تبلیغات و مشکلات تازه‌ی اجتماعی پدید می‌آیند (مانند نیاز به اینترنت یا خرید آنلاین).

نیاز جدید برای جامعه‌ی هدف ایده‌ی ما: دانش‌آموزان و والدین نیاز دارند لوازم مدرسه را بدون رفتن به بازار شلوغ و به‌صورت یک‌جا و سریع تهیه کنند؛ بنابراین نیاز به «سبد خرید آنلاین آماده‌ی مدرسه» شکل می‌گیرد.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

ایران توشه
توشه ای برای موفقیت

۲۳ صفحه ۱۵ فعالیت کارگاهی

جدول امتیازبندی ایده‌های مبینا و ماهر را کامل کنید.

با توجه به امتیازات جدول ۱۶ دلایل برتری ایده‌ی برگزیده‌ی مبینا و ماهر را تشریح کنید.

امتیازها از ۱ (بسیار کم) تا ۵ (بسیار زیاد) است. برای سرمایه و هزینه‌ی مورد نیاز امتیازها برعکس است (سرمایه‌ی کمتر = امتیاز بیشتر).

جدول ۱۶ـ ارزیابی ایده‌ها

ایده	وجود مشتری	بازار هدف	رقابت‌پذیری	منابع موجود	ارزش برای مشتری	سرمایه	هزینه	مجموع
فروش اینترنتی خشکبار	4	5	5	4	5	3	3	29
فروش اینترنتی صنایع‌دستی	5	2	4	4	3	4	4	26
فروش اینترنتی محتوای الکترونیکی	5	4	3	3	3	2	4	24
ایجاد مجتمع تفریحی ـ شهربازی	3	3	3	4	3	1	1	18
خدمات الکترونیکی گردشگری (نمونه)	4	4	4	3	4	4	4	27

دلیل برتری ایده‌ی برگزیده: فروش اینترنتی خشکبار بیشترین امتیاز (۲۹) را دارد؛ زیرا مشتری مشخص و فراوان دارد، بازار هدف گسترده است، نسبت به محصولات مشابه رقابت‌پذیر است (محصول محلی و طبیعی)، منابع آن (باغ پدر و فرآوری مادر) در دسترس است، برای مشتری ارزش (طعم و سلامت) ایجاد می‌کند و سرمایه و هزینه‌ی راه‌اندازی آن کم است. در مقابل، مجتمع تفریحی سرمایه‌ی بسیار زیاد و امتیاز کل کمی دارد.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

ایران توشه
توشه ای برای موفقیت

۲۴ صفحه ۱۵ گام ۱۰ پروژه

ایده‌هایی را که برای راه‌اندازی یک کار و کسب به ذهنتان رسیده است، در جدول ۱۶ ارزیابی و امتیازبندی کنید. در مورد ایده‌هایی که برای کار و کسب خود انتخاب می‌کنید؛ دلایل برتری ایده‌ی برگزیده را تشریح و بررسی کنید.

جدول ۱۶ برای ایده‌های نمونه

ایده	وجود مشتری	بازار هدف	رقابت‌پذیری	منابع موجود	ارزش برای مشتری	سرمایه	هزینه	مجموع
فروشگاه اینترنتی لوازم‌التحریر	5	4	3	4	4	4	4	28
آموزش آنلاین برنامه‌نویسی	4	4	4	5	5	4	4	30
طراحی سایت برای کسب‌وکارهای محلی	4	3	4	5	4	5	4	29

ایده‌ی برگزیده: آموزش آنلاین برنامه‌نویسی با امتیاز ۳۰؛ زیرا مشتری فراوان دارد، با مهارت و تجهیزات موجود هنرجو قابل اجراست، ارزش بالا برای مشتری ایجاد می‌کند و سرمایه‌ی کم می‌خواهد.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

ایران توشه
توشه ای برای موفقیت

۲۵ صفحه ۱۷ فعالیت کارگاهی

جدول ۱۷ را در مورد مشتریان روستای مبینا و ماهر تکمیل کنید.

جدول ۱۷ـ انواع مشتری: مفهوم / تعریف / محصول / مشتریان روستای مبینا و ماهر

جدول ۱۷ـ انواع مشتری

مفهوم	تعریف	محصول	مشتریان روستای مبینا و ماهر
مشتری (Customer)	کسی است که از مغازه، فروشگاه، بنگاه یا شرکت، محصول، کالا یا خدماتی را خریداری می‌کند. خریدار کالا یا خدمت را می‌خرد و شاید استفاده هم بکند.	لواشک	گردشگران بزرگسال (پدر و مادر)
مصرف‌کننده‌ی نهایی (Consumer)	مصرف‌کننده کالا یا خدمت را استفاده می‌کند و شاید هم بخرد.	لواشک	کودکان (هدف تبلیغات بازاریابی مبینا و ماهر)

۲۶ صفحه ۱۷ **گام ۱۱ پروژه**

مشتریان و مصرف‌کنندگان کار و کسب خودتان را در جدول ۱۷ مشخص کنید.

جدول ۱۷ برای فروشگاه اینترنتی لوازم‌التحریر

مفهوم	محصول	مشتریان
مشتری (Customer)	دفتر و لوازم‌التحریر	والدین دانش‌آموزان
مصرف‌کننده‌ی نهایی (Consumer)	دفتر و لوازم‌التحریر	دانش‌آموزان

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

ایران توشه
توشه ای برای موفقیت

۲۷ صفحه ۱۷ **فعالیت کارگاهی**

جدول ۱۸ را در مورد انواع مشتریان روستای مبینا و ماهر تکمیل کنید.

جدول ۱۸ـ دسته‌بندی مشتریان از دیدگاه فروش: انواع مشتری / تعریف / مثال

جدول ۱۸ـ دسته‌بندی مشتریان از دیدگاه فروش

انواع مشتری	مثال
مشتری احتمالی	هر گردشگری که به روستا سفر می‌کند؛ بازدیدکنندگان تارنما
مشتری جدید	گردشگری که برای نخستین بار از فروشگاه اینترنتی روستا بسته‌ی آجیل سفارش داده و هنوز با روش سفارش و پرداخت آشنا نشده است
مشتری آنی	گردشگری که در روستا لواشک و آجیل را می‌بیند و همان لحظه می‌خرد؛ بازدیدکننده‌ای که با دیدن تخفیف ویژه‌ی سایت فوراً خرید می‌کند
مشتری دائمی	مشتری که به‌طور مداوم از طریق تارنما قرار است خرید کند
مشتری وفادار	مشتری که همیشه خشکبار خود را از فروشگاه روستا می‌خرد و آن را به دوستان و آشنایانش معرفی می‌کند

۲۸ صفحه ۱۸ **فعالیت کارگاهی**

جدول ۱۹ را در مورد پارامترهای توسعه‌ی ارزش پیشنهادی در داستان مبینا و ماهر تکمیل کنید.

جدول ۱۹ـ ارزش پیشنهادی: عنصر ارزش پیشنهادی / راهکار خلق ارزش / مثال

جدول ۱۹ـ ارزش پیشنهادی

عنصر ارزش پیشنهادی	راهکار خلق ارزش	مثال
تازگی	پاسخ به مجموعه‌ی جدیدی از نیازها	خشکبار ارگانیک
سفارشی‌سازی	سازگاری محصول یا خدمت با نیاز مشتری	آجیل بدون قند
عملکرد	بهبود عملکرد محصول یا خدمت	فرآوری بهتر برای ماندگاری و طعم بیشتر میوه‌ی خشک
طراحی	طراحی ویژه‌ی محصول	بسته‌بندی خشکبار با پارچه‌ی سنتی
نشان تجاری	استفاده از نشان تجاری یا برند	ثبت نشان «محصولات روستای علی‌آباد»

ایران توشه
توشه‌ای برای موفقیت

قیمت	ارائه‌ی پیشنهاد قیمت ویژه	تخفیف برای خرید عمده و بسته‌های خانوادگی
کاهش هزینه	کمک به مشتری برای کاهش هزینه	حذف واسطه و خرید مستقیم از تولیدکننده
کاهش خطر	کاهش خطر خرید مشتری	ضمانت بازگشت وجه در صورت نارضایتی از کیفیت
قابلیت دسترسی	دسترسی راحت مشتری به محصول	سفارش‌گیری اینترنتی

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۲۹ صفحه ۱۸ گام ۱۲ پروژه

مشتریان کار و کسب خود را از دیدگاه فروش دسته‌بندی کنید.

جدول ۱۸ برای فروشگاه اینترنتی لوازم‌التحریر

نوع مشتری	مثال
مشتری احتمالی	بازدیدکنندگان سایت و دنبال‌کنندگان صفحه‌ی اینستاگرام فروشگاه
مشتری جدید	والدینی که برای اولین بار سفارش ثبت کرده‌اند
مشتری آنی	کسی که شب قبل از شروع مدرسه با دیدن حراج فوراً سفارش می‌دهد
مشتری دائمی	خانواده‌ای که هر ماه لوازم مصرفی را از فروشگاه می‌خرد
مشتری وفادار	مشتری که فروشگاه را به همکلاسی‌ها و همسایه‌ها معرفی می‌کند

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

ایران توشه
توشه ای برای موفقیت

۳۰ صفحه ۱۹ فعالیت کارگاهی

کانال‌های توزیع کار و کسب مبینا و ماهر را در جدول ۲۰ تکمیل کنید.

جدول ۲۰ـ کانال‌های توزیع: انواع کانال‌ها / وظایف کانال‌ها (آگاهی، ارزیابی، خرید، تحویل، خدمات پس از فروش)

جدول ۲۰ـ کانال‌های توزیع

نوع کانال	آگاهی	ارزیابی	خرید	تحویل	خدمات پس از فروش
شخصی ـ مستقیم: فروش حضوری	تبلیغات کاغذی، تبلیغات اینترنتی	مقایسه‌ی محصول	حضوری، اینترنتی، تلفنی	حضوری، پست	پشتیبانی حضوری و تلفنی، تعویض یا بازگشت کالا
شخصی ـ مستقیم: فروش اینترنتی	تبلیغات اینترنتی، شبکه‌های اجتماعی	مقایسه‌ی محصول و دیدن نظر دیگر مشتریان	اینترنتی	پست و پیک	پیام‌رسان، رایانامه و پشتیبانی تلفنی
شریکی ـ غیرمستقیم: خرده‌فروشی	تبلیغات فروشگاه شریک	بررسی حضوری محصول در فروشگاه	حضوری	تحویل در فروشگاه	پشتیبانی فروشگاه شریک
شریکی ـ غیرمستقیم: عمده‌فروشی	تبلیغات برای عمده‌فروش	مقایسه‌ی نمونه و قیمت	سفارش حضوری یا تلفنی	حمل بار	خدمات پس از فروش عمده‌فروش
شریکی ـ غیرمستقیم: فروشگاه‌های شریک	معرفی در فروشگاه‌های شریک	مشاهده‌ی نمونه	فروشگاه شریک	تحویل در فروشگاه	پشتیبانی فروشگاه شریک

ایران توشه
توشه ای برای موفقیت

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۳۱ صفحه ۱۹ گام ۱۳ پروژه

جدول ارزش پیشنهادی کار و کسب خود را ایجاد و تکمیل کنید.

جدول ۱۹ برای فروشگاه اینترنتی لوازم‌التحریر

عنصر ارزش پیشنهادی	مثال
تازگی	بسته‌های آماده‌ی «کیف آماده‌ی مدرسه» به تفکیک پایه

سفارشی‌سازی	چاپ نام دانش‌آموز روی دفتر و لوازم
عملکرد	لوازم بادوام و باکیفیت‌تر از بازار
طراحی	طرح‌های شاد و متناسب با سن
نشان تجاری	برند و آرم اختصاصی فروشگاه
قیمت	تخفیف برای خرید بسته‌ای
کاهش هزینه	حذف رفت‌وآمد و پیدا کردن اقلام یک‌به‌یک
کاهش خطر	امکان تعویض کالا تا ۷ روز
قابلیت دسترسی	سفارش آنلاین ۲۴ ساعته و تحویل درب منزل

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۳۲ صفحه ۲۰ **گام ۱۴ پروژه**

در جدول ۲۰ کانال‌های توزیع کار و کسب خود را تعیین و تکمیل کنید.

جدول ۲۰ برای فروشگاه اینترنتی لوازم‌التحریر

کانال	آگاهی	ارزیابی	خرید	تحویل	خدمات پس از فروش
فروش اینترنتی (مستقیم)	شبکه‌های اجتماعی و تبلیغات اینترنتی	مقایسه‌ی قیمت و نظرات	درگاه پرداخت اینترنتی	پیک و پست	پشتیبانی آنلاین و تعویض کالا
فروش حضوری (مستقیم)	تابلو و بروشور	دیدن کالا	پرداخت نقدی/ کارتی	تحویل در مغازه	تعویض کالا
فروشگاه‌های شریک (غیرمستقیم)	معرفی در مدارس	بررسی در فروشگاه شریک	حضوری	تحویل در همان فروشگاه	پیگیری از طریق فروشگاه اصلی

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

ایران توشه
توشه ای برای موفقیت

۳۳ صفحه ۲۰ فعالیت کارگاهی

بازاریابی مبینا و ماهر و ارتباط با مشتری برای ترویج و تبلیغات فروش باید به چه صورتی باشد؟ (جدول ۲۱ـ انواع ارتباط با مشتری)

پاسخ کتاب: رایانامه، پیامک‌های تبلیغاتی، تیم پشتیبانی و ... . تکمیل بر اساس هدف‌های سه‌گانه‌ی ارتباط با مشتری:

جدول ۲۱ـ انواع ارتباط با مشتری

هدف	روش‌های ارتباط برای مبینا و ماهر
جذب مشتری (متقاعدکردن مشتری)	معرفی محصولات در شبکه‌های اجتماعی، تبلیغ اینترنتی، ارسال نمونه‌ی رایگان به گردشگران، رایانامه و پیامک تبلیغاتی
حفظ مشتری (ارتباط مداوم)	باشگاه مشتریان، تیم پشتیبانی، ارسال پیامک تبریک مناسبت‌ها و یادآوری سفارش
افزایش میزان فروش (افزایش درآمد به‌ازای هر مشتری)	پیشنهاد بسته‌های ترکیبی، تخفیف خرید بعدی، نمایش محصولات مرتبط هنگام خرید

انواع ارتباط

نوع ارتباط	مثال برای مبینا و ماهر
کمک شخصی	پاسخ‌گویی ماهر به مشتری هنگام خرید
کمک شخصی اختصاصی	پدر مبینا و ماهر برای مشتریان خرید عمده، راهنمایی اختصاصی ارائه می‌کند
سلف‌سرویس	ثبت سفارش بدون واسطه از طریق وب‌سایت
خدمات خودکار	پروفایل شخصی مشتری و پیشنهاد محصول براساس خرید قبلی
جوامع (باشگاه مشتریان)	گروه مشتریان در شبکه‌ی مجازی برای تبادل نظر
خلق مشترک	نظرخواهی و امتیازدهی مشتریان برای راهنمایی مشتریان جدید

۳۴ صفحه ۲۱ گام ۱۵ پروژه

روش‌های ارتباط با مشتریان در کار و کسب خودتان را تشریح کنید.

- **جذب مشتری:** تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی و معرفی به مدارس.
- **حفظ مشتری:** پیامک و رایانامه‌ی مناسبتی، باشگاه مشتریان و تخفیف وفاداری.
- **افزایش فروش:** پیشنهاد بسته‌های ترکیبی و محصولات مرتبط.

- **نوع ارتباط:** کمک شخصی (چت و تلفن)، سلف‌سرویس (سفارش آنلاین)، جامعه‌ی مشتریان و خلق مشترک (ثبت نظر و امتیاز).

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۳۵ صفحه ۲۱ فعالیت کارگاهی

با توجه به روش‌های درآمدزایی جدول ۲۲، جریان‌های درآمدی کار و کسب مبینا و ماهر را تکمیل کنید.

جدول ۲۲ـ جریان‌های درآمدی کار و کسب: روش / تعریف / مثال

جدول ۲۲ـ جریان‌های درآمدی

روش	مثال
حق استفاده	اجاره‌ی اتاق‌های خالی خانه به گردشگران
فروش دارایی‌ها	فروش میوه، خشکبار، لواشک و صنایع‌دستی (محصولات فیزیکی) به‌صورت حضوری و اینترنتی
حق عضویت	حق عضویت کتابخانه‌ی روستا؛ عضویت در باشگاه مشتریان ویژه
انجام تبلیغات (کارمزد تبلیغ)	درج تبلیغ مراکز اقامتی و گردشگری در تارنمای فروشگاه روستا
دستمزد کارگزاری	دریافت کارمزد برای واسطه‌گری فروش محصولات دیگر روستاییان از طریق فروشگاه اینترنتی

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

ایران توشه
توشه‌ای برای موفقیت
این فایل توسط سایت ایران‌توشه تهیه شده است.
irantooshe.ir

۳۶ صفحه ۲۱ گام ۱۶ پروژه

جدول ۲۲ را برای جریان درآمدی ممکن از کار و کسب خودتان تکمیل کنید.

جدول ۲۲ برای فروشگاه اینترنتی لوازم‌التحریر

روش	مثال
حق استفاده	اجاره‌ی ابزار چاپ و کپی به مشتریان
فروش دارایی‌ها	فروش دفتر، مداد، کیف و لوازم‌التحریر
حق عضویت	اشتراک ماهانه‌ی «سبد لوازم مصرفی» با تخفیف
انجام تبلیغات	درج تبلیغ ناشران و کلاس‌های آموزشی در سایت
دستمزد کارگزاری	کارمزد فروش لوازم سایر تولیدکنندگان کوچک در سایت

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۳۷ صفحه ۲۲ فعالیت کارگاهی

منابع کلیدی کار و کسب مبینا و ماهر را در جدول ۲۳ تکمیل کنید.

جدول ۲۳ـ منابع اصلی: منابع کلیدی / توضیح / مثال

جدول ۲۳ـ منابع اصلی

منابع کلیدی	مثال
فیزیکی	باغ میوه‌ی پدر، اتاق‌های خالی خانه جهت اجاره به گردشگران، پارچه‌هایی که مادر می‌بافد
مالی	پس‌انداز خانواده، فروش محصولات و در صورت نیاز وام خرد روستایی برای راه‌اندازی فروشگاه اینترنتی
اجتماعی	اعتماد گردشگران و مردم روستا، همکاری روستاییان، ارتباط با آژانس‌های گردشگری و باشگاه مشتریان
معنوی	نشان تجاری محصولات روستای علی‌آباد، طرح‌های گرافیکی بسته‌بندی مبینا
انسانی	مهارت تولید چندرسانه‌ای مبینا، مهارت شبکه و برنامه‌نویسی ماهر، دانش فرآوری میوه و صنایع‌دستی مادر، دانش کشاورزی پدر

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

ایران توشه
توشه‌ای برای موفقیت

۳۸ صفحه ۲۲ فعالیت کارگاهی

به نظر شما فعالیت‌های کلیدی که در کار و کسب مبینا و ماهر انجام می‌شود، چیست؟ جدول ۲۴ را تکمیل کنید.

جدول ۲۴ـ فعالیت‌های کلیدی

انواع فعالیت کلیدی	کار و کسب ماهر و مبینا
تولید و خدمات	تولید خشکبار ارگانیک، صنایع‌دستی ویژه، بسته‌بندی و ارسال سفارش‌ها
حل مسئله	مشاوره‌ی درسی یا تولید نرم‌افزار چندرسانه‌ای به‌وسیله‌ی مبینا؛ راه‌حل برای نیاز خاص مشتری مانند آجیل بدون قند
شبکه	ساخت و به‌روزرسانی فروشگاه اینترنتی، مدیریت شبکه‌های اجتماعی و باشگاه مشتریان، ارتباط با شرکا

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۳۹ صفحه ۲۲ گام ۱۷ پروژه

در جدول ۲۳، منابع کلیدی کار و کسب خودتان را تکمیل کنید.

جدول ۲۳ برای فروشگاه اینترنتی لوازم‌التحریر

منبع	مثال
فیزیکی	مغازه و انبار، رایانه، چاپگر، خودرو یا موتور پیک
مالی	سرمایه‌ی اولیه‌ی خانواده و درآمد فروش
اجتماعی	اعتماد والدین و معلمان محله، همکاری مدارس
معنوی	نام و آرم فروشگاه، طرح‌های اختصاصی دفتر
انسانی	دانش سایت‌سازی و شبکه‌ی هنرجو، تجربه‌ی فروش

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

ایران توشه
توشه‌ای برای موفقیت

۴۰ صفحه ۲۳ فعالیت کارگاهی

انگیزه‌های شریک‌یابی کار و کسب مبینا و ماهر را در جدول ۲۵ تکمیل کنید.

جدول ۲۵ـ انگیزه‌های شریک‌یابی

انگیزه‌ی شریک‌یابی	مثال کار و کسب ماهر و مبینا
کاهش خطر	ایجاد نوآوری با وجود رقبای زیاد؛ همکاری با سایر خانواده‌های روستا برای عرضه‌ی مشترک محصولات
کاهش هزینه‌ی تولید	تولید انبوه با مشارکت کارخانه‌ی تولید خشکبار در یزدان‌شهر
کسب منابع و فعالیت‌های خاص	همکاری با شرکت میزبانی وب برای تأمین زیرساخت؛ دریافت مجوز بهداشتی و دسترسی به مشتریان از طریق آژانس‌های گردشگری

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۴۱ صفحه ۲۳ گام ۱۸ پروژه

فعالیت‌های کلیدی کار و کسب خودتان را در جدول ۲۴ شناسایی و تکمیل کنید.

جدول ۲۴ برای فروشگاه اینترنتی لوازم‌التحریر

نوع فعالیت	شرح
تولید و خدمات	تأمین کالا، بسته‌بندی و ارسال سفارش
حل مسئله	پیشنهاد فهرست لوازم کامل هر پایه و پاسخ به درخواست‌های ویژه
شبکه	مدیریت سایت و شبکه‌های اجتماعی، ارتباط با مدارس و تأمین‌کنندگان

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

ایران توشه
توشه‌ای برای موفقیت

۴۲ صفحه ۲۳ گام ۱۹ پروژه

انگیزه‌های شریک‌یابی کار و کسب خودتان را با شناسایی شرکا در جدول ۲۵ تدوین و تکمیل کنید.

جدول ۲۵ برای فروشگاه اینترنتی لوازم‌التحریر

انگیزه	شریک و مثال
کاهش خطر	همکاری با فروشگاه‌های محلی برای تبادل کالا
کاهش هزینه	خرید عمده با مشارکت چند فروشگاه از کارخانه‌ی تولید
کسب منابع و فعالیت‌های خاص	شرکت پیک و شرکت درگاه پرداخت برای ارسال و پرداخت

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۴۳ صفحه ۲۴ فعالیت کارگاهی

با توجه به دو نوع برآورد هزینه، جدول ۲۶ را برای کار و کسب مبینا و ماهر تکمیل کنید.

جدول ۲۶ـ انواع برآورد هزینه

نوع برآورد هزینه	کار و کسب ماهر و مبینا
هزینه‌محور	خشکبار بدون بسته‌بندی سنتی، آجیل درجه ۲؛ فروش با قیمت کمتر و بسته‌بندی ساده
ارزش‌محور	تحویل فوری بسته‌های سفارشی برای مهمانی؛ بسته‌ی هدیه‌ی آجیل در بقچه‌ی سوزن‌دوزی
هزینه‌ی ثابت	هزینه‌ی ثبت دامنه، خرید میزبان، نرم‌افزار، تبلیغات، حقوق کارکنان، اجاره‌ی انبار
هزینه‌ی متغیر	هزینه‌ی حمل‌ونقل سفارش‌ها، مواد اولیه (میوه و آجیل)، بسته‌بندی، کارمزد درگاه پرداخت

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

ایران توشه
توشه ای برای موفقیت

۴۴ صفحه ۲۴ گام ۲۰ پروژه

نوع برآورد هزینه کار و کسب خودتان را در جدول ۲۶ مشخص کنید. هزینه‌های ثابت و متغیر کار و کسب شما چیست؟

نوع برآورد: ارزش‌محور؛ تمرکز بر تحویل سریع و بسته‌های آماده‌ی باکیفیت.

هزینه‌های ثابت: ثبت دامنه، میزبانی وب، اجاره‌ی مغازه/انبار، حقوق کارکنان و تبلیغات ماهانه.

هزینه‌های متغیر: خرید کالا از تأمین‌کننده، بسته‌بندی، حمل و پیک، کارمزد درگاه پرداخت.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۴۵ صفحه ۲۵ فعالیت گروهی

در مورد بوم مدل کار و کسب پیشنهادی خود با پاسخ‌دهی به سؤالات شکل ۲ با هنرآموز خود و هنرجویان دیگر گفت‌وگو کنید.

بوم مدل کار و کسب ماهر و مبینا (فروشگاه اینترنتی محصولات روستا)

بخش	پاسخ
مشتریان	گردشگران، خانواده‌ها و علاقه‌مندان به محصول ارگانیک و صنایع‌دستی
ارزش پیشنهادی	خشکبار ارگانیک، بسته‌بندی سنتی، خرید اینترنتی و تحویل در منزل، قیمت مناسب
کانال‌ها	فروشگاه اینترنتی، شبکه‌های اجتماعی، فروش حضوری در روستا
ارتباط با مشتریان	باشگاه مشتریان، پشتیبانی، پیامک و رایانامه
جریان درآمدی	فروش محصولات، حق عضویت، کارمزد واسطه‌گری
منابع کلیدی	باغ، مهارت‌های چندرسانه‌ای، شبکه و صنایع‌دستی، نشان تجاری
فعالیت‌های کلیدی	تولید و بسته‌بندی، مدیریت سایت، حل مسئله‌ی مشتری
شرکای کلیدی	کارخانه‌ی خشکبار، شرکت پست و پیک، آژانس‌های گردشگری
جریان هزینه	ثبت دامنه، میزبانی، مواد اولیه، حمل‌ونقل و تبلیغات

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

ایران توشه
توشه ای برای موفقیت

۴۶ صفحه ۲۵ گام ۲۱ پروژه

بوم مدل کار و کسب پیشنهادی خود را تکمیل و در کارگاه رایانه در محل مناسبی نصب کنید.

بوم مدل کار و کسب فروشگاه اینترنتی لوازم‌التحریر

بخش	پاسخ
مشتریان	والدین و دانش‌آموزان، معلمان، ادارات
ارزش پیشنهادی	بسته‌های آماده‌ی هر پایه، چاپ سفارشی، تحویل در منزل، قیمت مناسب
کانال‌ها	وب‌سایت، اینستاگرام، فروشگاه حضوری
ارتباط با مشتریان	پشتیبانی آنلاین، باشگاه مشتریان، پیامک

جریان درآمدی	فروش کالا، حق اشتراک، تبلیغات، کارمزد
منابع کلیدی	انبار، رایانه، دانش سایت‌سازی، نام فروشگاه
فعالیت‌های کلیدی	تأمین کالا، بسته‌بندی، مدیریت سایت
شرکای کلیدی	تأمین‌کنندگان، شرکت پیک، درگاه پرداخت
جریان هزینه	خرید کالا، میزبانی، ارسال، تبلیغات

(پس از تکمیل، بوم روی کاغذ بزرگ یا وایت‌برد رسم و در کارگاه نصب می‌شود.)

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۴۷ صفحه ۲۵ گام ۲۲ پروژه

راهبرد پیش‌بینی‌شده در کار و کسب خودتان را تعریف کنید.

راهبرد: راه‌اندازی فروشگاه اینترنتی لوازم‌التحریر تا مشتریان حضوری محله به مشتری دائمی و وفادار فروشگاه اینترنتی تبدیل شوند و با تکرار خرید، آن را به دیگران توصیه کنند.

مزیت رقابتی: قیمت مناسب به‌دلیل حذف واسطه، تحویل سریع در محله و بسته‌های آماده‌ی هر پایه.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۴۸ صفحه ۲۶ فعالیت کارگاهی

برای هر یک از وجه‌های مکعب در جدول ۲۷ در صورت امکان یک تارنما مثال بزنید.

جدول ۲۷ـ ابعاد تجارت الکترونیک: عامل تحویل یا واسطه / محصول / فرایند / مثال تارنما / خدمت

ایران توشه
توشه‌ای برای موفقیت

جدول ۲۷ـ ابعاد تجارت الکترونیک

عامل تحویل	محصول	فرایند	مثال
فیزیکی	فیزیکی	فیزیکی	تجارت سنتی ـ فروش میوه‌های خشک در خانه‌ی روستایی
فیزیکی	فیزیکی	دیجیتالی	خرید کتاب و تحویل به‌وسیله‌ی پست (مانند تارنمای دیجی‌کالا یا طاقچه)
فیزیکی	دیجیتالی	فیزیکی	خرید لوح فشرده‌ی نرم‌افزار یا آموزش از فروشگاه حضوری
فیزیکی	دیجیتالی	دیجیتالی	سفارش اینترنتی دوره‌ی آموزشی و دریافت آن روی لوح فشرده یا حافظه از طریق پست

دیجیتالی	فیزیکی	فیزیکی	سفارش تلفنی/حضوری کالا و تحویل با پیک اینترنتی
دیجیتالی	فیزیکی	دیجیتالی	خرید و پرداخت اینترنتی کالا و تحویل با پیک اینترنتی (مانند اسنپ‌مارکت)
دیجیتالی	دیجیتالی	فیزیکی	خرید حضوری و پرداخت نقدی یک محتوای دیجیتال که با رمز بارگیری می‌شود
دیجیتالی	دیجیتالی	دیجیتالی	تجارت الکترونیک خالص ـ فروش و بارگیری محتوای آموزشی الکترونیکی دبستان از طریق تارنما

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۴۹ صفحه ۲۷ گام ۲۳ پروژه

مشخص کنید نوع کار و کسب پیشنهادی شما در کدام یک از وجه‌های مکعب تجارت الکترونیک است؟ به کدام نوع دیگر می‌تواند تبدیل شود؟

فروشگاه اینترنتی لوازم‌التحریر: محصول **فیزیکی**، فرایند (سفارش و پرداخت) **دیجیتالی**، عامل تحویل (پست/پیک) **فیزیکی**؛ یعنی «تجارت الکترونیک جزئی».

این کار و کسب می‌تواند با افزودن محصولات دیجیتال (کتاب الکترونیکی، برگه‌ی تمرین و محتوای آموزشی) و تحویل اینترنتی، به «تجارت الکترونیک خالص» (هر سه وجه دیجیتالی) تبدیل شود.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۵۰ صفحه ۲۸ فعالیت کارگاهی

پس از مشاهده‌ی فیلم نمونه‌ای برای هر یک از سلول‌های جدول ۲۸ بنویسید.

ایران توشه
توشه ای برای موفقیت

جدول ۲۸ـ مدل‌های تجارت الکترونیک

شرکت‌کننده	(Customer) مشتری	(Business) بنگاه	(Government) دولت
مشتری (Customer)	C2C: فروش کالای دست‌دوم یک فرد به فرد دیگر در سامانه‌ی نیازمندی‌ها (دیوار)	C2B: فریلنسر که طرح یا خدمت خود را به شرکت می‌فروشد	C2G: پرداخت مالیات، عوارض یا جریمه توسط شهروند از طریق سامانه‌ی دولتی
بنگاه (Business)	B2C: فروشگاه اینترنتی که کالا را به مشتری می‌فروشد (دیجی‌کالا)	B2B: خرید مواد اولیه‌ی یک شرکت از شرکت تأمین‌کننده	B2G: ثبت‌نام شرکت در مناقصه‌ی الکترونیکی دولت و پرداخت مالیات شرکت
دولت (Government)	G2C: ارائه‌ی خدمات ثبت احوال و نتیجه‌ی استعلام‌ها به شهروندان	G2B: صدور مجوز و ثبت شرکت برای کسب‌وکارها از راه سامانه	G2G: تبادل اطلاعات میان وزارتخانه‌ها و سازمان‌های دولتی

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۵۱ صفحه ۲۸ کنجکاوی

در صورتی که مبینا ایده‌ای را برای تولید یک فیلم آموزشی به مؤسسه‌ی فرهنگی یا تارنمایی که این امکان را فراهم می‌آورد، ارائه دهد مدل تجارت الکترونیک چیست؟

در صورتی که مبینا و ماهر با کارخانه‌ی تولید خشکبار در یزدان‌شهر دادوستد کالا، محصول یا خدمت داشته باشند، نوع تجارت الکترونیک چگونه است؟

- مبینا (فرد/مشتری) ایده را به مؤسسه یا تارنمای فرهنگی (بنگاه) ارائه می‌دهد: مدل **C2B**.
- مبینا و ماهر (بنگاه) با کارخانه‌ی تولید خشکبار (بنگاه) دادوستد می‌کنند: مدل **B2B**.

ایران توشه
توشه ای برای موفقیت

۵۲ صفحه ۲۸ پژوهش

تحقیق کنید که مدل‌های دیگر تجارت الکترونیک چیست؟ تجارت اجتماعی و تجارت سیار چیست؟

مدل‌های دیگر: B2E (بنگاه به کارمند؛ مانند خدمات رفاهی و آموزش الکترونیکی کارکنان)، P2P (همتا به همتا؛ مانند اشتراک فایل و وام‌دهی جمعی)، B2B2C (بنگاه از طریق بنگاه واسط به مشتری) و E-Government (دولت الکترونیک).

تجارت اجتماعی (S-Commerce): خرید و فروش کالا و خدمات با استفاده از شبکه‌های اجتماعی و تعامل کاربران (نظر، امتیاز، اشتراک‌گذاری و توصیه‌ی دوستان)؛ مانند فروش در اینستاگرام.

تجارت سیار (M-Commerce): انجام خرید، فروش و پرداخت از طریق دستگاه‌های همراه (تلفن همراه و رایانه‌ی لوحی) و برنامه‌های کاربردی؛ مانند خرید بلیت با اپلیکیشن و پرداخت با تلفن همراه.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۵۳ صفحه ۲۹ فعالیت کارگاهی

با جست‌وجو در اینترنت تارنماهایی که خدمات تجارت الکترونیکی ویژه را ارائه می‌دهند، متناسب با نوع آن در جدول ۲۹ وارد کنید.

جدول ۲۹ـ حوزه‌های تجارت الکترونیک: حوزه / نوع خدمت اصلی / آدرس تارنما

جدول ۲۹ـ حوزه‌های تجارت الکترونیک

حوزه‌ی تجارت الکترونیک	نوع خدمت اصلی	آدرس تارنما
بانکداری الکترونیکی (E-Banking)	انتقال وجه، پرداخت قبض، خرید شارژ و مشاهده‌ی موجودی به‌صورت برخط	ebanking.bmi.ir (بانک ملی ایران)
آموزش الکترونیکی (E-Learning)	آموزش مجازی و برگزاری کلاس و دوره‌ی آنلاین	faradars.org ـ shad.ir
گردشگری الکترونیکی (E-Tourism)	رزرو بلیت، هتل و تور از راه اینترنت	alibaba.ir
شهرداری الکترونیکی (E-Municipality)	پرداخت الکترونیکی عوارض، خدمات شهری و دریافت پروانه‌ی ساختمان	tehran.ir
سلامت الکترونیکی (E-Health)	سامانه‌ی پرونده‌ی الکترونیک سلامت (سپاس)	behdasht.gov.ir/Page/Sepas

ایران توشه
توشه‌ای برای موفقیت

بیمه الکترونیکی (E-Insurance)	درخواست، پیشنهاد، مذاکره و صدور قرارداد بیمه‌نامه به‌صورت برخط (طرح فروش الکترونیکی بیمه‌ی سفر)	safar.iraninsurance.ir
گمرک الکترونیکی (E-Customs)	انجام تشریفات گمرکی صادرات کالا	epl.irica.ir
دولت الکترونیکی (E-Government)	ارائه‌ی خدمات دولتی به‌صورت یکپارچه و برخط	iran.gov.ir
خریدوفروش الکترونیکی (E-Business)	فروش اینترنتی کالا و خدمات	digikala.com
کتابخانه‌ی الکترونیکی (E-Library)	دسترسی برخط به کتاب و منابع علمی	nlai.ir (کتابخانه‌ی ملی) ـ taaghche.com

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۵۴ صفحه ۳۰ **فعالیت کارگاهی**

فهرست مزایای تجارت الکترونیک از دیدگاه فروشندگان را تکمیل کنید.

- مدیریت فروشگاه و تعیین راهکارهای آتی، سازمان‌دهی ساده‌تری دارد.
- اضافه‌کردن سرویس‌های جدید نظیر پشتیبانی خدمات، پاسخ‌دهی به سؤالات مشتریان و غیره آسان است.
- نرخ سود در مقابل هزینه‌ی مصرفی **بالاتر (بیشتر)** است.
- رقابت برای جذب مشتری سبب ارتقای کیفیت محصولات و خدمات **و کاهش قیمت‌ها** می‌شود.
- هزینه‌ی راه‌اندازی فروشگاه الکترونیکی بسیار **کمتر** از فروشگاه‌های فیزیکی است.
- فروشگاه‌ها قادر خواهند بود مشتریان خود را براساس سلیقه، علاقه و انتخاب‌های ایشان شناسایی کرده، آن‌ها را در انتخاب کالای مورد نظر خود راهنمایی کنند.
- مشتریان منحصر به یک منطقه یا کشور خاص نیستند و محیط فروشگاه با مرزهای جغرافیایی **محدود نمی‌شود**.
- ارتباط با مشتریان، تولیدکنندگان و دیگر افراد می‌تواند با استفاده از **رایانامه، پیام‌رسان‌ها، شبکه‌های اجتماعی و پیامک، سریع و کم‌هزینه** برقرار شود.

۵۵ صفحه ۳۰ گام ۲۴ پروژه

کار و کسب الکترونیکی شما کدام یک از مزایای تجارت الکترونیکی از منظر فروشنده را ایجاد خواهد کرد؟ برای تحقق هر یک از این مزیت‌ها چه راهی پیشنهاد می‌کنید؟

مزایا برای فروشنده (فروشگاه اینترنتی لوازم‌التحریر)

مزیت	راه تحقق
کاهش هزینه‌ی راه‌اندازی	استفاده از میزبانی ارزان و قالب‌های آماده‌ی فروشگاه‌ساز، بدون اجاره‌ی مغازه‌ی بزرگ
گسترش بازار به همه‌ی شهر و کشور	ارسال پستی و ثبت سایت در موتورهای جست‌وجو
ارتباط ساده با مشتری	پشتیبانی با پیام‌رسان و رایانامه
شناخت سلیقه‌ی مشتری	ثبت سوابق خرید و پیشنهاد محصول مرتبط
اضافه‌کردن سرویس‌های جدید	افزودن بخش چاپ سفارشی و پرسش و پاسخ

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۵۶ صفحه ۳۱ فعالیت کارگاهی

فهرست مزایای تجارت الکترونیکی از دیدگاه خریداران را تکمیل کنید.

- دفترچه‌ی راهنما و فهرست کالاها به سهولت قابل‌دسترسی و مشاهده است. مشتری قادر است براساس ویژگی‌های متعدد مانند نام، نوع، رنگ، وزن، قیمت و... کالای مورد نظر خود را جست‌وجو کند. توضیح کالاها می‌تواند به همراه تصاویر متعدد و تصاویر سه‌بعدی باشد.
- امکان نظردهی در مورد کیفیت کالاها و خدمات به‌وسیله‌ی بقیه‌ی خریداران وجود دارد و مشتری از نظرات آنان آگاه می‌شود.
- خرید از فروشگاه می‌تواند به‌صورت **۲۴** ساعته و **در تمام** روزهای هفته انجام گیرد.
- بعضی از محصولات مانند **کتاب الکترونیکی، نرم‌افزار، موسیقی، فیلم و بلیت** در همان زمان خرید قابل دریافت از تارنمای فروشگاه هستند.
- هزینه‌ی کالاها معمولاً از فروشگاه‌های فیزیکی **کمتر است (به‌دلیل حذف واسطه‌ها و هزینه‌های فروشگاه فیزیکی)**.
- مقایسه‌ی انواع گوناگون یک کالای خاص در فروشگاه‌های مختلف می‌تواند به‌راحتی **و در کمترین زمان انجام شود**.

ایران توشه
توشه‌ای برای موفقیت

۵۷ صفحه ۳۱ گام ۲۵ پروژه

مزیت‌هایی را که کار و کسب الکترونیکی شما از دیدگاه خریدار ایجاد خواهد کرد، بیان کنید. برای تحقق هر یک از این مزیت‌ها چه راهی پیشنهاد می‌کنید؟

مزایا برای خریدار

مزیت	راه تحقق
خرید ۲۴ ساعته	سایت همیشه فعال با میزبان پایدار
مقایسه و جست‌وجوی آسان	دسته‌بندی کالاها و فیلتر قیمت و برند
قیمت کمتر	حذف واسطه و فروش مستقیم
اطلاع از نظر خریداران	بخش ثبت نظر و امتیاز
تحویل درب منزل	همکاری با شرکت پیک و پست

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۵۸ صفحه ۳۱ فعالیت گروهی

آیا تاکنون خرید اینترنتی داشته‌اید؟ چه روش‌های پرداختی را تجربه کرده‌اید؟ هنگام پرداخت چه مسائلی توجه شما را به خود جلب کرده است؟ در صورت عدم موفقیت شما در هر مرحله از پرداخت، چه اتفاقی افتاده است؟

پاسخ نمونه: بله، خرید اینترنتی داشته‌ام (لوازم الکترونیکی و کتاب). روش‌های پرداخت: پرداخت با کارت بانکی از طریق درگاه بانکی (با رمز دوم پویا)، کیف پول الکترونیکی و پرداخت در محل.

مسائل مهم هنگام پرداخت: امن بودن آدرس درگاه (شروع با https و نماد قفل)، نماد اعتماد الکترونیکی فروشگاه، رمز پویای یک‌بارمصرف، محدودیت زمانی صفحه‌ی پرداخت و نمایش درست مبلغ.

در صورت ناموفق بودن پرداخت: گاهی مبلغ از حساب کسر می‌شود اما سفارش ثبت نمی‌شود؛ در این حالت مبلغ معمولاً ظرف چند ساعت تا چند روز کاری به حساب برگردانده می‌شود و باید شماره‌ی پیگیری را نگه داشت و با پشتیبانی فروشگاه یا بانک تماس گرفت.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۵۹ صفحه ۳۲ کنجکاوی

بررسی کنید کدام یک از سیستم‌های پرداخت متداول ایمن‌تر است؟ چرا؟

در میان سیستم‌های پرداخت (کارت اعتباری، کارت نقدی یا بدهی، کارت هوشمند، چک الکترونیکی و کیف پول الکترونیکی)، **کارت هوشمند** و **کیف پول الکترونیکی** ایمن‌تر هستند.

- کارت هوشمند دارای تراشه‌ی رمزنگاری‌شده است که کپی‌کردن اطلاعات آن دشوار است.
- در کیف پول الکترونیکی اطلاعات کارت بانکی به فروشنده داده نمی‌شود و مبلغ محدود است، پس خطر سوءاستفاده کم است.
- کارت نقدی (بدهی) در برابر کارت اعتباری، مستقیماً از موجودی کم می‌کند و در ایران با رمز دوم پویا (یک‌بارمصرف) ایمن‌تر می‌شود.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۶۰ صفحه ۳۲ فعالیت منزل

در مورد فرایند پرداخت الکترونیکی و مراحل آن تحقیق کنید.

فرایند پرداخت الکترونیکی با کارت بانکی (شکل ۴) که در آن چهار گروه بانک، مشتری، فروشنده و قانون‌گذار شرکت دارند:

1. مشتری کالا را در تارنمای فروشنده انتخاب می‌کند و پرداخت را می‌زند.
2. تارنمای فروشنده مشتری را به درگاه پرداخت بانکی (صفحه‌ی امن) هدایت می‌کند.
3. مشتری شماره‌ی کارت، رمز دوم پویا، کد CVV2 و تاریخ انقضا را وارد می‌کند.
4. اطلاعات از راه اینترنت و شبکه‌های بانکی (شتاب) به بانک مشتری ارسال می‌شود.
5. بانک مشتری هویت و موجودی را بررسی و مبلغ را کسر می‌کند.
6. مبلغ به حساب فروشنده در بانک او واریز می‌شود.
7. نتیجه (رسید دیجیتال) به مشتری و فروشنده اعلام می‌شود.
8. فروشنده کالا را ارسال می‌کند.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

ایران توشه
توشه‌ای برای موفقیت

۶۱ صفحه ۳۲ فعالیت کارگاهی

فهرست معایب تجارت الکترونیکی را تکمیل کنید.

معایب برای فروشندگان و صاحبان فروشگاه‌های اینترنتی: نیاز به تخصیص هزینه‌ی بیشتر برای زیرساخت‌های تجارت الکترونیک، مسائل امنیتی، مسائل پرداختی و مالی، **رقابت شدید و مقایسه‌پذیری قیمت‌ها، نیاز به نیروی متخصص، خطر جرائم اینترنتی و کلاهبرداری، پیچیدگی‌های قانونی و مالیاتی.**

معایب برای مشتریان: نیاز به اینترنت، نبود تعامل شخصی، هزینه‌های پنهان، **نبود امکان دیدن و لمس واقعی کالا، تأخیر در تحویل، دشواری مرجوع‌کردن کالا و نگرانی از امنیت اطلاعات شخصی و کارت بانکی.**

۶۲ صفحه ۳۳ کنجکاوی

چه کلاهبرداری‌هایی در تجارت الکترونیک ممکن است اتفاق بیفتد؟ چه راهکارهای حمایتی برای مقابله با این کلاهبرداری‌ها می‌توان در نظر گرفت؟

کلاهبرداری‌های ممکن:

- فروشگاه‌های جعلی که پول می‌گیرند و کالا نمی‌فرستند
- صفحه‌های جعلی پرداخت (فیشینگ) برای سرقت اطلاعات کارت
- ارسال کالای تقلبی یا غیر مشابه با تصویر
- سرقت هویت و اطلاعات شخصی
- پیام‌ها و لینک‌های فریبنده‌ی برنده شدن در قرعه‌کشی

راهکارهای حمایتی:

- دریافت نماد اعتماد الکترونیکی و مجوز برای فروشگاه‌ها و بررسی آن توسط خریدار
- استفاده از درگاه بانکی امن و رمز دوم پویا
- قانون تجارت الکترونیک و حمایت از مصرف‌کننده و پیگیری قضایی/پلیس فتا
- امکان مرجوعی کالا و پرداخت در محل
- آموزش مردم و مرور نظرات خریداران قبل از خرید

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

ایران توشه
توشه‌ای برای موفقیت

۶۳ صفحه ۳۳ فعالیت گروهی

کدام زیرساخت را برای کار و کسب خود انتخاب می‌کنید؟ در مورد مزایا و ویژگی‌های آن با هنرآموز و دوستان خود گفت‌وگو کنید.

پاسخ نمونه: برای فروشگاه اینترنتی ابتدا «میزبانی وب اشتراکی» (یا فروشگاه‌ساز آماده) را انتخاب می‌کنم؛ زیرا ارزان است، راه‌اندازی و مدیریت آن ساده است و به دانش فنی و سرمایه‌ی زیاد نیاز ندارد. با رشد فروش می‌توان به سرور مجازی (VPS) یا سرور اختصاصی ارتقا داد.

- **مزایا:** هزینه‌ی کم، پشتیبانی میزبان، قابلیت ارتقا.
- **ویژگی‌های لازم:** پایداری و آپتایم بالا، سرعت، گواهی امنیتی SSL، پشتیبان‌گیری منظم و پشتیبانی ۲۴ ساعته.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۶۴ صفحه ۳۴ فعالیت کارگاهی

با توجه به شکل مزیت رقابتی کار و کسب مبینا و ماهر را نسبت به رقبا مشخص کنید.

در شکل ۵ سه مجموعه دیده می‌شود: «پیشنهاد مبینا و ماهر» (میوه‌ی تازه، خشکبار ارگانیک و صنایع‌دستی، محل اسکان، فروش اینترنتی محتوای الکترونیکی)، «پیشنهاد رقبا» (خشکبار با مواد افزودنی و نگهدارنده، شیر و سرشیر تازه، صنایع‌دستی) و «چیزی که مشتری نیاز دارد» (تفریح و سرگرمی و ...).

مزیت رقابتی در بخش مشترک پیشنهاد مبینا و ماهر با نیاز مشتری است که رقبا ندارند: **خشکبار ارگانیک بدون افزودنی و نگهدارنده، بسته‌بندی سنتی همراه با صنایع‌دستی، و فروش اینترنتی (همراه با محتوای الکترونیکی)**. رقبا خشکبار را با مواد افزودنی عرضه می‌کنند، اما مبینا و ماهر مالک منابع اولیه‌ی سالم هستند.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

ایران توشه
توشه ای برای موفقیت

۶۵ صفحه ۳۴ گام ۲۶ پروژه

مانند شکل ۵ پیشنهاد ویژه‌ی خودتان به مشتری، پیشنهاد رقبایتان و مزیت رقابتی کار و کسب خود را ترسیم کنید.

شکل ۵ برای فروشگاه اینترنتی لوازم‌التحریر

بخش	محتوا
پیشنهاد ما	بسته‌های آماده‌ی هر پایه، چاپ سفارشی، تحویل در منزل
پیشنهاد رقبا	فروش تک‌تک اقلام، بدون چاپ سفارشی، تحویل با تأخیر
چیزی که مشتری نیاز دارد	خرید سریع، قیمت مناسب، کیفیت و تنوع
مزیت رقابتی (اشتراک پیشنهاد ما با نیاز مشتری)	بسته‌ی آماده و تحویل سریع با قیمت مناسب

(در کتاب با سه دایره‌ی هم‌پوشان رسم می‌شود و ناحیه‌ی مشترک دایره‌ی ما و نیاز مشتری، مزیت رقابتی است.)

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۶۶ صفحه ۳۵ فعالیت کارگاهی

مراحل تدوین پرسونا برای کار و کسب مبینا و ماهر را در جدول ۳۰ تکمیل کنید.

جدول ۳۰ـ مراحل تدوین پرسونا: مرحله / توضیح / پرسونا ۱ / پرسونا ۲

جدول ۳۰ـ مراحل تدوین پرسونا

مرحله	پرسونا ۱	پرسونا ۲
۱) انتخاب یک نام برای پرسونا	خانم سرمدی	آقای رادمنش
۲) تعریف سابقه‌ی حرفه‌ای و شخصیت	کارمند بهزیستی، علاقه‌مند به ورزش، باغبانی و خیاطی ـ بی‌علاقه به بازی‌های رایانه‌ای	مهندس ساختمان در شرکت خصوصی، علاقه‌مند به کوه‌نوردی و مطالعه ـ بی‌علاقه به تماشای تلویزیون
۳) تعریف اطلاعات جمعیتی (سن، جنسیت، تحصیلات، قومیت، وضعیت خانوادگی)	۳۹ ساله ـ ترک‌زبان ـ کارشناس روان‌شناسی بالینی ـ متأهل و دارای دو فرزند	۴۵ ساله ـ مرد ـ فارسی‌زبان ـ کارشناسی ارشد عمران ـ متأهل و دارای یک فرزند

ایران توشه
توشه‌ای برای موفقیت

۴) تعیین اهداف	ارتقای وضعیت سلامت خانواده	تهیه‌ی هدیه و سوغات باکیفیت برای دوستان و همکاران
۵) تعیین نیاز و خواسته	تنقلات و خشکبار سالم و بدون مواد افزودنی نیاز دارم؛ می‌خواهم بدون دردسر، به‌آسانی و به‌سرعت خرید کنم.	به هدیه‌ی سنتی و زیبا نیاز دارم؛ می‌خواهم بسته‌ی آماده و زیبا با ارسال سریع داشته باشم.
۶) تعیین دغدغه‌ها	در صورت راضی نبودن از محصول، آیا پس از خرید اینترنتی می‌توانم کالا را مرجوع کنم؟	آیا کالا سالم و بدون آسیب به دستم می‌رسد؟ آیا اطلاعات کارتم امن است؟
۷) رفتار خرید در گذشته	مشتری دائمی؛ در هر سفر به روستا ـ خرید فیزیکی	مشتری آنی؛ یک‌بار هنگام سفر خرید کرده و خواهان تخفیف است
۸) محیط پیرامونی (فیزیکی، اجتماعی، فناورانه)	استفاده از تلفن همراه و رایانه‌ی قابل‌حمل در خانه و محل کار؛ حضور در شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام	استفاده از تلفن همراه و رایانه در محل کار؛ حضور در تلگرام و واتس‌اپ
۹) بیان نقل‌قول کلیدی	من یک خرید برنامه‌ریزی‌شده می‌خواهم که برایم ساده و سودمند باشد و آنقدر وقت من را نگیرد که از امور روزمره و شغلی‌ام باز بمانم.	اگر کیفیت و قیمت مناسب باشد، ترجیح می‌دهم هدیه‌هایم را آنلاین و سریع بخرم.
۱۰) اختصاص یک تصویر به پرسونا	عکس یا نقاشی یک خانم میانسال با ظاهر مناسب	عکس یا نقاشی یک آقای میانسال با ظاهر مناسب

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

ایران توشه
توشه ای برای موفقیت

۶۷ صفحه ۳۶ گام ۲۷ پروژه

برای کار و کسب خودتان دو پرسونا طراحی کنید.

دو پرسونا برای فروشگاه اینترنتی لوازم‌التحریر

مرحله	پرسونا ۱	پرسونا ۲
نام	خانم محمدی	آقای کریمی
سابقه و شخصیت	مادر شاغل، علاقه‌مند به سازمان‌دهی و خرید برنامه‌ریزی‌شده	معلم ابتدایی، علاقه‌مند به ابزارهای آموزشی خلاق

اطلاعات جمعیتی	۳۸ ساله، کارمند، متأهل و دارای دو فرزند دبستانی	۴۲ ساله، کارشناس آموزش ابتدایی، متأهل
هدف	آماده‌کردن فرزندانش برای مدرسه با کمترین زمان	تهیه‌ی ابزار آموزشی برای کلاس
نیاز و خواسته	بسته‌ی آماده‌ی لوازم با کیفیت و قیمت مناسب	لوازم متنوع و عمده با تخفیف
دغدغه	تأخیر در تحویل و ناسازگاری لوازم با خواسته‌ی معلم	کیفیت و امکان فاکتور رسمی
رفتار خرید	مشتری فصلی؛ سالی دو بار	مشتری عمده؛ ماهانه
محیط	گوشی همراه، اینستاگرام و پیام‌رسان	رایانه‌ی مدرسه و تلگرام
نقل‌قول	می‌خواهم خریدم زود و یک‌جا تمام شود.	به قیمت عمده و فاکتور نیاز دارم.
تصویر	عکس یک خانم	عکس یک آقا

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۶۸ صفحه ۳۶ پژوهش

در مورد روش‌های دیگر تعیین پرسونا تحقیق کنید.

- **گروه کانونی (Focus Group):** گفت‌وگوی هدایت‌شده با گروهی از مشتریان واقعی یا بالقوه.
- **تحلیل داده‌های وب‌سایت و فروش:** بررسی ابزارهایی مانند گوگل آنالیتیکس و سوابق خرید.
- **تحلیل شبکه‌های اجتماعی:** بررسی نظرات، علایق و رفتار کاربران در شبکه‌های اجتماعی.
- **تحلیل رقبا و مشتریان آن‌ها:** بررسی نظرات مشتریان کار و کسب‌های رقیب.
- **نقشه‌ی همدلی (Empathy Map):** ثبت آنچه مشتری می‌بیند، می‌شنود، می‌اندیشد و احساس می‌کند.
- **گفت‌وگو با تیم فروش و پشتیبانی:** استفاده از تجربه‌ی کارکنانی که با مشتری در تماس‌اند.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۶۹ صفحه ۳۸ فعالیت کارگاهی

نقشه‌ی سفر مشتری در کار و کسب مبینا و ماهر را تکمیل کنید.

نقشه‌ی سفر مشتری (پرسونا: خانم سرمدی)

مرحله	نقطه‌ی تماس	احساس / پرسش مشتری	اقدام کار و کسب
۱) آگاهی	آخرین سفر و خرید از روستا؛ آگاهی از ایجاد فروشگاه الکترونیکی	کنجکاوی؛ آیا می‌توانم اینترنتی هم بخرم؟	معرفی آدرس سایت و کارت تبلیغاتی هنگام خرید حضوری
۲) توجه	یافتن تارنمای فروش محصولات روستا (تبلیغات اینترنتی، صفحه‌ی اصلی)	اعتماد؛ آیا این سایت معتبر است؟	صفحه‌ی اصلی جذاب با نماد اعتماد
۳) ارزیابی	مشاهده‌ی انواع محصولات (منوی محصولات)	مقایسه‌ی قیمت و کیفیت	توضیح و تصویر کامل و نظر دیگر مشتریان
۴) انتخاب	سفارش بقچه‌ی سنتی آجیل (راحتی سفارش)	تصمیم؛ آیا سفارش ساده است؟	سبد خرید ساده و فرایند کوتاه
۵) خرید	پرداخت هزینه‌ی سفارش	نگرانی از امنیت پرداخت	درگاه پرداخت بانکی معتبر
۶) انتظار	منتظر می‌شود (مدت‌زمان انتظار)	بی‌صبری و نگرانی	ارسال پیامک پیگیری سفارش
۷) دریافت	دریافت سفارش (تحویل سفارش، برخورد مأمور پست)	رضایت یا نارضایتی	بسته‌بندی محکم و تحویل به‌موقع
۸) استفاده	استفاده از محصول (کیفیت محصول)	رضایت از طعم و کیفیت	ارسال رایانامه‌ی نظرسنجی
۹) معرفی به دیگران	توصیه‌ی محصول به دوستان	غرور و رضایت	تخفیف معرفی دوست و باشگاه مشتریان

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

ایران توشه
توشه‌ای برای موفقیت

۷۰ صفحه ۳۸ گام ۲۸ پروژه

نقشه‌ی سفر مشتری را که در انتهای پودمان قرار دارد، از کتاب جدا کنید و برای کار و کسب الکترونیکی پیشنهادی خودتان آن را تکمیل کرده، در کلاس نصب کنید.

نقشه‌ی سفر مشتری (پرسونا: خانم محمدی) برای فروشگاه اینترنتی لوازم‌التحریر

مرحله	نقطه‌ی تماس	اقدام فروشگاه
آگاهی	آگهی در اینستاگرام و معرفی در مدرسه	تبلیغ هدفمند در آستانه‌ی بازگشایی مدارس
توجه	ورود به سایت	صفحه‌ی اصلی ساده و جذاب
ارزیابی	دیدن بسته‌ها و قیمت‌ها	مقایسه‌ی بسته‌ها به تفکیک پایه
انتخاب	افزودن بسته به سبد	پیشنهاد کالای مرتبط
خرید	پرداخت اینترنتی	درگاه امن و رسید فوری
دریافت	تحویل پیک	تحویل در زمان تعیین‌شده
استفاده	استفاده از لوازم در مدرسه	پیامک نظرسنجی و پشتیبانی
معرفی	توصیه به همکلاسی‌ها	کد تخفیف دوستان

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۷۱ صفحه ۳۹ فعالیت گروهی

تصاویر زیر را با دقت ببینید و در مورد آن با هنرآموز و دیگر هنرجویان گفت‌وگو کنید. برداشت شما از این تصاویر چیست؟ یک MVP چه خصوصیاتی باید داشته باشد؟

ایران توشه
توشه ای برای موفقیت

برداشت از تصاویر: تصاویر نشان می‌دهند که به‌جای ساخت محصول نهایی کامل در یک مرحله، بهتر است ابتدا یک نسخه‌ی ساده اما قابل‌استفاده ساخت که نیاز اصلی مشتری را برطرف کند، سپس با بازخورد مشتری آن را مرحله‌به‌مرحله کامل‌تر کرد؛ زیرا هر مرحله برای کاربر مفید است و خطر ساختن محصول ناخواسته کم می‌شود.

ویژگی‌های یک MVP:

- حداقل ویژگی‌های لازم و قابل‌عرضه به مشتری را دارد
- با زمان و هزینه‌ی کم ساخته می‌شود
- نیاز اصلی مشتری را حل می‌کند
- امکان دریافت بازخورد واقعی را فراهم می‌کند

- قابل‌توسعه و بهبود در مراحل بعد است

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۷۲ صفحه ۴۰ فعالیت کارگاهی

جدول ۳۱ را در مورد هدف‌هایی که از ساخت تارنمای حداقلی کار و کسب مبینا و ماهر می‌توانید متصور شوید کامل کنید.

جدول ۳۱ـ هدف و مزیت‌های MVP: هدف / مزیت

جدول ۳۱ـ هدف و مزیت‌های MVP

هدف	مزیت
ارائه‌ی هر چه سریع‌تر محصولات روستا به مشتریان	شروع زودتر فروش و کسب درآمد
توانایی سنجش قدرت تارنما با حداقل منابع	کاهش هزینه و ریسک شکست
نمایش توانایی‌های مبینا و ماهر در ساختن محصول مورد نیاز (لوگو و آگهی تلویزیونی تبلیغاتی، طرح گرافیکی)	جلب اعتماد مشتری و ارزش‌آفرینی از مهارت‌های تیم
کاهش اتلاف زمان برای طراحی بخش‌هایی که مورد توجه مشتری نیستند	تمرکز بر بخش‌های اصلی مورد توجه مشتری
ایجاد نمونه‌ی اولیه و توسعه‌ی ویژگی‌های تارنما در آینده	بهبود تدریجی بر پایه‌ی بازخورد مشتری
آزمون بازار و دریافت بازخورد مشتری	شناخت بهتر نیاز واقعی مشتری
دریافت مجوزهای لازم	اعتماد مشتری و قانونی‌بودن فعالیت (مانند نماد اعتماد الکترونیکی)

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

ایران توشه
توشه ای برای موفقیت

۷۳ صفحه ۴۰ گام ۲۹ پروژه

حداقل محصول پذیرفتنی در مورد الکترونیکی‌کردن کار و کسب شما چیست؟

MVP فروشگاه اینترنتی لوازم‌التحریر: یک وب‌سایت ساده با چند صفحه‌ی ضروری:

- صفحه‌ی اصلی با معرفی فروشگاه
- فهرست ۱۰ تا ۲۰ کالا یا بسته‌ی پرفروش با قیمت و تصویر
- سبد خرید و پرداخت اینترنتی

- صفحه‌ی تماس با ما و ثبت سفارش

سایر قابلیت‌ها مانند باشگاه مشتریان، چاپ سفارشی و پرسش و پاسخ پس از دریافت بازخورد مشتریان افزوده می‌شود.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

---

۷۴ صفحه ۴۰ کنجکاوی

پاسخ مبینا و ماهر به این دو سؤال چیست؟

چرا من به خرید الکترونیکی این محصول نیاز دارم؟

این گونه خرید الکترونیکی چگونه به من کمک می‌کند؟

چرا به خرید الکترونیکی این محصول نیاز دارم؟ مشتری (مثلاً گردشگری که به روستا سفر کرده) بعد از بازگشت به شهر نمی‌تواند برای خرید دوباره‌ی خشکبار ارگانیک و صنایع‌دستی به روستا برود؛ در شهر خودش هم محصول سالم و بدون افزودنی به‌راحتی پیدا نمی‌شود.

خرید الکترونیکی چگونه کمک می‌کند؟ در وقت و هزینه‌ی رفت‌وآمد صرفه‌جویی می‌شود، خرید در هر ساعت و هر روز ممکن است، محصولات و قیمت‌ها قابل‌مقایسه‌اند و سفارش به‌صورت درب منزل تحویل می‌شود.

بنابراین **هدف از ساخت تارنما:** فروش آسان و سریع محصولات سالم و محلی روستا به مشتریان همه‌ی نقاط کشور.

۷۵ صفحه ۴۱ فعالیت کارگاهی

جدول ۳۲ را در تحلیل رقبای کار و کسب الکترونیکی تکمیل کنید.

ایران توشه
توشه ای برای موفقیت

جدول ۳۲ـ روش‌های مقدماتی تحلیل رقبا: عنوان / توضیح / نحوه‌ی اجرا / مثال

جدول ۳۲ـ روش‌های مقدماتی تحلیل رقبا

عنوان	توضیح	نحوه‌ی اجرا	مثال
بررسی تعداد صفحات ایندکس‌شده‌ی تارنما	یکی از عوامل نشان‌دهنده‌ی سابقه و اعتبار تارنما	پس از عبارت site: آدرس تارنما را بنویسید و در گوگل جست‌وجو کنید.	site:example.com ← تعداد نتایج، تعداد صفحات ایندکس‌شده را نشان می‌دهد.
بررسی صفحه‌ی اصلی تارنمای رقبا	شناسایی فهرست و پیشنهادهایی که در صفحه‌ی اول به مشتریان شده است	عنوان صفحه‌ی آن‌ها را ببینید: از چند واژه تشکیل شده؟ آیا نام تارنما در آن هست؟ آیا فقط کلمه‌ی کلیدی است؟	عنوان صفحه‌ی تارنمای رقیب را (مثلاً «خرید اینترنتی خشکبار ارگانیک | نام فروشگاه») بررسی و ثبت می‌کنیم.
بررسی فعالیت رقبا در شبکه‌های اجتماعی	بررسی اعتبار تارنما از نظر تعداد تعامل‌ها در صفحات اجتماعی برند؛ هدف: تعیین راهبرد بازاریابی رقیب	ورود به صفحه‌ی اجتماعی رقیب و بررسی تعداد دنبال‌کنندگان، پسندها (لایک‌ها)، هشتگ‌ها، تناسب تعداد پسند با دنبال‌کننده و میزان دنبال‌کنندگان واقعی	بررسی صفحه‌ی اینستاگرام رقیب: ۲۰ هزار دنبال‌کننده ولی ۵۰ لایک نشان‌دهنده‌ی دنبال‌کنندگان غیرواقعی است.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

ایران توشه
توشه‌ای برای موفقیت

۷۶ صفحه ۴۱ گام ۳۰ پروژه

براساس پرسونای مشتریان کار و کسب خود به دو سؤال صفحه‌ی قبل پاسخ دهید.

چرا به خرید الکترونیکی لوازم‌التحریر نیاز دارم؟ مادر شاغل (خانم محمدی) زمان کافی برای گشتن در بازار شلوغ و تهیه‌ی اقلام فهرست مدرسه ندارد.

این خرید چگونه کمک می‌کند؟ فهرست مدرسه را یک‌جا و سریع سفارش می‌دهد، قیمت‌ها را مقایسه می‌کند و کالا را درب منزل تحویل می‌گیرد.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۷۷ صفحه ۴۱ گام ۳۱ پروژه

با جست‌وجوی عبارت اصلی هدف کار و کسب خودتان در گوگل، سه رقیب اصلی خود را شناسایی کنید. تعداد صفحات ایندکس‌شده‌ی تارنمای رقیب خود را بررسی کنید.

۱. عبارت «خرید اینترنتی لوازم‌التحریر» را در گوگل جست‌وجو می‌کنیم.

۲. سه تارنمای اول نتایج (فروشگاه‌های اینترنتی بزرگ لوازم‌التحریر) را به‌عنوان رقبای اصلی یادداشت می‌کنیم.

۳. برای هر رقیب عبارت آدرس-رقیب:site را در گوگل می‌نویسیم و تعداد نتایج (صفحات ایندکس‌شده) را در جدول ثبت می‌کنیم.

(نام و تعداد صفحات رقبا به نتایج واقعی جست‌وجو در زمان انجام فعالیت بستگی دارد.)

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۷۸ صفحه ۴۲ فعالیت کارگاهی

فهرستی از امکانات ضروری اصلی و فرعی کار و کسب مبینا و ماهر تهیه کنید.

امکانات تارنمای فروشگاه اینترنتی روستا (به ترتیب اولویت)

بخش	امکانات اصلی	امکانات فرعی
پیدا کردن خشکبار سالم	جست‌وجو و فهرست محصولات	فیلتر بر اساس نوع، قیمت و وزن
معرفی محصولات	تصویر و توضیح هر محصول	نمای سه‌بعدی، ویدئوی معرفی
خرید آجیل و صنایع‌دستی	سبد خرید و ثبت سفارش	پیشنهاد محصول مرتبط، بسته‌ی هدیه
پرداخت	پرداخت اینترنتی با درگاه بانکی	پرداخت در محل، کد تخفیف
مدیریت و تحویل سفارش	پیگیری سفارش و اعلام وضعیت	پیامک و رایانامه‌ی اطلاع‌رسانی
ارتباط با مشتری	صفحه‌ی تماس با ما	ثبت نظر و امتیاز، باشگاه مشتریان

ایران توشه
توشه‌ای برای موفقیت

۷۹ صفحه ۴۲ گام ۳۲ پروژه

فهرستی از امکانات ضروری اصلی و فرعی کار و کسب خود تهیه کنید.

امکانات تارنمای فروشگاه اینترنتی لوازم‌التحریر

بخش	امکانات اصلی	امکانات فرعی
معرفی کالا	فهرست کالا با قیمت و تصویر	دسته‌بندی بر اساس پایه‌ی تحصیلی و برند
خرید	سبد خرید و ثبت سفارش	بسته‌های آماده‌ی مدرسه و کد تخفیف
پرداخت	درگاه بانکی	پرداخت در محل
تحویل	ثبت نشانی و پیک	پیگیری آنلاین سفارش
ارتباط	تماس با ما و پشتیبانی	ثبت نظر و باشگاه مشتریان

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۸۰ صفحه ۴۳ فعالیت منزل

یک رایانامه و یک حساب کاربری گوگل برای خود ایجاد کنید.

1. مرورگر را باز کرده، نشانی accounts.google.com را وارد می‌کنیم.
2. گزینه‌ی «ایجاد حساب» (Create account) را می‌زنیم.
3. نام و نام خانوادگی را وارد می‌کنیم.
4. نام کاربری (نشانی Gmail) و رمز عبور قوی انتخاب می‌کنیم.
5. تاریخ تولد، جنسیت و در صورت نیاز شماره‌ی تلفن را وارد و شرایط استفاده را می‌پذیریم.
6. حساب ساخته می‌شود و با آن می‌توانیم از Gmail و ابزارهای گوگل (مانند Analytics و Search Console) استفاده کنیم.

(این کار عملی است و برای هر هنرجو نتیجه‌ی آن یک نشانی رایانامه‌ی شخصی خواهد بود.)

ایران توشه
توشه‌ای برای موفقیت

۸۱ صفحه ۴۳ گام ۳۳ پروژه

نسخه‌ی A و B کار و کسب الکترونیکی خود را ایجاد کنید. با ایجاد یک ویدئوی کوتاه پیام اصلی کار و کسب خود را معرفی و در یکی از نسخه‌ها بارگذاری کنید.

1. در یک سرویس رایگان وبلاگ‌دهی دو وبلاگ جداگانه می‌سازیم (نسخه‌ی A و نسخه‌ی B) و در پروفایل مدیر هر کدام رایانامه و اطلاعات تماس را قرار می‌دهیم.
2. در نسخه‌ی A کالاها را از گران‌ترین به ارزان‌ترین و در نسخه‌ی B را با چیدمان و دسته‌بندی متفاوت (مثلاً بر اساس پایه‌ی تحصیلی) معرفی می‌کنیم.
3. در هر دو نسخه تصاویر باکیفیت و مرتبط با کالا می‌گذاریم.
4. ویدئوی کوتاهی (۳۰ تا ۶۰ ثانیه) درباره‌ی پیام اصلی و مزیت رقابتی فروشگاه («بسته‌ی آماده‌ی مدرسه، تحویل درب منزل») می‌سازیم و در یکی از نسخه‌ها بارگذاری می‌کنیم.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۸۲ صفحه ۴۴ گام ۳۴ پروژه

عملکرد نسخه‌ی A و B از MVP کار و کسب خود را در یک بازه‌ی زمانی در نظر بگیرید و در جدول ۳۳ ثبت کنید. عملکرد نسخه‌ی A و نسخه‌ی B کار و کسب خود را مقایسه کنید. با بررسی و تجزیه و تحلیل عملکرد کدام نسخه را برای کار و کسب الکترونیکی خود مناسب می‌دانید؟

جدول ۳۳ـ مقایسه‌ی نسخه‌های A و B (داده‌های نمونه برای یک هفته)

نسخه	تعداد بازدیدکنندگان	تعداد سفارش‌دهندگان	تعداد رایانامه‌های ارسالی	تعداد تماس‌های تلفنی	تعداد سفارش‌های منجر به خرید	نتیجه‌گیری کلی
A	180	20	15	10	8	بازخورد کمتر
B	170	40	30	18	15	عملکرد نسخه‌ی B بهتر است

نتیجه‌گیری: با وجود بازدید تقریباً برابر، نسخه‌ی B تعداد سفارش، تماس و رایانامه‌ی بیشتری گرفته است؛ بنابراین چیدمان و دسته‌بندی نسخه‌ی B (بر اساس پایه‌ی تحصیلی) برای کار و کسب مناسب‌تر است و آن را انتخاب می‌کنیم.

ایران توشه
توسعه ای با روش موفقیت

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۸۳ صفحه ۴۶ کنجکاوی

با کمک هنرآموز خود نام تعدادی از تارنماهای موفق را بررسی کنید. چه رفتار مشترکی در انتخاب نام دامنه از صاحبان این تارنماها دیده می‌شود؟

نام دامنه‌ی تارنماهای موفق (مانند amazon.com، aparat.com، digikala.com) معمولاً:

- کوتاه و ساده است
- به‌راحتی تلفظ، تایپ و به خاطر سپرده می‌شود
- با نام برند یا حوزه‌ی کار و کسب ارتباط دارد
- شامل عدد و خط تیره‌ی زیاد نیست
- در پسوند رایج (com. یا ir.) ثبت شده است

۸۴ صفحه ۴۶ فعالیت کارگاهی

جدول زیر را تکمیل کنید.

نشانی تارنما / نام دامنه (Domain Name) / SubDomain / SLD / TLD

اجزای نشانی تارنما

نشانی تارنما	نام دامنه	TLD	SLD	SubDomain
www.roshd.ir	roshd.ir	ir	roshd	www
www.ibto.ir	ibto.ir	ir	ibto	www

نام دامنه = SLD + TLD؛ SubDomain قبل از آن می‌آید و پس از ثبت دامنه به هر تعداد قابل ایجاد است.

این فایل توسط سایت ایران‌توشه تهیه شده است.
irantooshe.ir

۸۵ صفحه ۴۷ فعالیت کارگاهی

جاهای خالی در شکل ۸ را تکمیل کنید.

چه پسوندهای جدید دیگری می‌شناسید؟

ساختار TLD

پسوند	تکمیل
ccTLD uk.	کشور بریتانیا
ccTLD cn.	کشور چین
gTLD net.	تارنماهای شبکه‌ای (خدمات شبکه و اینترنت)
gTLD edu.	تارنماهای آموزشی
ac	تارنماهای دانشگاهی و آکادمیک (مانند ac.ir)

پسوندهای جدید (New gTLD): app.، online.، store.، tech.، blog.، site.، club..

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۸۶ صفحه ۴۷ **فعالیت گروهی**

اگر مبینا و ماهر بخواهند تارنمایی با هدف فروش صنایع‌دستی و خشکبار داشته باشند، TLD پیشنهادی شما چیست؟

چون فعالیت آن‌ها در داخل ایران است، ir. مناسب‌ترین است (ثبت مستقیم از طریق پژوهشگاه دانش‌های بنیادی). در صورت رزرو بودن نام یا هدف‌گرفتن بازار جهانی، com. یا پسوند جدیدی مانند shop. پیشنهاد می‌شود.

ایران توشه
توشه ای برای موفقیت

۸۷ صفحه ۴۷ **فعالیت کارگاهی**

بررسی کنید نام دامنه‌ی مورد نظر شما از قبل ثبت‌نشده باشد.

با مراجعه به نشانی http://www.nic.ir/Contracts_and_Rules و باز کردن پیوند «نام‌های ممنوعه‌ی مربوط به ایران» بررسی کنید چه نام‌هایی را نمی‌توانید برای پسوند ir. ثبت کنید.

بررسی ثبت‌نشدن: نام دلخواه (مثلاً aliabad-khoshkbar.ir) را در یکی از تارنماهای whois.com، who.is یا whois.icann.org جست‌وجو می‌کنیم. اگر اطلاعات مالک نمایش داده شود دامنه ثبت شده است؛ اگر پیام «در دسترس / یافت نشد» بیاید قابل ثبت است. برای ir. می‌توان در سامانه‌ی ایرنیک نیز جست‌وجو کرد.

نام‌های ممنوعه برای ir.: به‌طور کلی نام‌هایی که مغایر اخلاق عمومی، ارزش‌های دینی و قوانین کشور باشند یا نام نهادهای رسمی و حاکمیتی را بدون مجوز به‌کار ببرند و واژه‌های توهین‌آمیز یا فریبنده، ثبت نمی‌شوند. فهرست دقیق را باید در پیوند ذکرشده دید.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۸۸ صفحه ۴۸ فعالیت گروهی

بررسی کنید برای داشتن یک نام دامنه‌ی مناسب چه قواعد دیگری را باید رعایت کرد.

- نام کوتاه (ترجیحاً کمتر از ۱۵ نویسه) و ساده باشد.
- استفاده از عدد و خط تیره حداقل باشد.
- تلفظ و املای آن مشکل نداشته باشد و با شنیدن بتوان آن را درست نوشت.
- با موضوع فعالیت یا نام برند ارتباط داشته باشد.
- نام دامنه‌ی مشابه و دارای اشتباه املایی دیگران نباشد و حقوق علائم تجاری رعایت شود.
- در صورت امکان همراه با TLD رایج و مرتبط انتخاب شود.
- بیش از ۶۳ نویسه نباشد، فاصله نداشته باشد و با خط تیره شروع یا تمام نشود.

۸۹ صفحه ۴۸ گام ۳۵ پروژه

یک نام دامنه برای کار و کسب الکترونیکی خودتان ثبت کنید.

1. نام پیشنهادی (مثلاً lavazem-yar.ir) را بر اساس قواعد نام‌گذاری انتخاب می‌کنیم.
2. با ابزارهای Whois یا سامانه‌ی ایرنیک ثبت‌نشدن آن را بررسی می‌کنیم.
3. در سامانه‌ی ایرنیک (nic.ir) ثبت‌نام و احراز هویت می‌کنیم.
4. نام دامنه را انتخاب و هزینه‌ی سالانه را پرداخت می‌کنیم.
5. پس از تأیید، دامنه به نام ما ثبت می‌شود.

(ثبت واقعی نیازمند احراز هویت و پرداخت هزینه است و برای هر هنرجو متفاوت خواهد بود.)

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

ایران توشه
توشه‌ای برای موفقیت

۹۰ صفحه ۴۹ کنجکاوی

آیا می‌توانید از رایانه‌ی شخصی خود به‌عنوان میزبان استفاده کنید؟

از نظر فنی بله، اما در عمل مناسب نیست؛ زیرا میزبان باید:

- شبانه‌روز روشن باشد و برق قطع نشود
- همیشه به اینترنت پرسرعت متصل باشد (اینترنت خانگی معمولاً پایدار و پرسرعت نیست)
- نشانی IP ثابت و عمومی داشته باشد
- از نظر امنیتی در برابر نفوذ محافظت شود و هم‌زمان کاربران زیادی را پشتیبانی کند
- منابع (پردازنده، حافظه و پهنای باند) کافی داشته باشد

بنابراین بهتر است از شرکت‌های میزبانی معتبر استفاده شود.

۹۱ صفحه ۵۰ فعالیت کارگاهی

جدول ۳۵ را تکمیل کنید.

جدول ۳۵ـ مزایا و معایب انواع میزبان‌های وب

جدول ۳۵ـ مزایا و معایب انواع میزبان‌های وب

مدل‌های میزبانی	مزایا	معایب
میزبان اختصاصی	تمام منابع سرویس‌دهنده در اختیار شماست؛ کنترل کامل؛ سرعت و امنیت بالا	هزینه‌ی زیاد؛ نیاز به توانایی فنی برای تنظیم سرویس‌دهنده
میزبان با سرور مجازی	سیستم‌عامل مستقل برای هر تارنما؛ استفاده‌ی حداقلی از منابع تضمین می‌شود؛ هزینه‌ی کمتر از اختصاصی	هزینه‌ی بیشتر از اشتراکی؛ نیاز به دانش مدیریت سیستم‌عامل؛ منابع محدود به سهم تعیین‌شده
میزبان اشتراکی	قیمت مناسب؛ محبوب‌ترین و متداول‌ترین نوع میزبان؛ مدیریت ساده با کنترل پنل	منابع میان چندین تارنما مشترک است؛ احتمال کندی با افزایش ترافیک سایر تارنماها؛ محدودیت در تنظیمات و امنیت
میزبان ابری	اختصاص منابع به‌صورت پویا و بر اساس نیاز؛ هزینه فقط برای منابع مصرف‌شده؛ عدم محدودیت در منابع محاسباتی	هزینه‌ی هر دوره متفاوت است و میزان بهای پرداختی از پیش مشخص نیست

ایران توشه
توشه‌ای برای موفقیت

۹۲ صفحه ۵۰ گام ۳۶ پروژه

یک میزبان مناسب برای کار و کسب خود انتخاب و تهیه کنید.

در ابتدای راه‌اندازی، **میزبان اشتراکی** با سیستم‌عامل **لینوکس** (برای سایت‌های PHP مانند فروشگاه‌ساز) و دارای کنترل پنل، گواهی SSL و پشتیبانی ۲۴ ساعته از یک شرکت میزبانی معتبر را انتخاب می‌کنیم؛ زیرا ارزان است و نیاز به مهارت مدیریت سیستم‌عامل ندارد. با رشد فروش می‌توان به سرور مجازی یا ابری ارتقا داد.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۹۳ صفحه ۵۱ پژوهش

در مورد ویژگی‌های محیط یکی از کنترل پنل‌های موجود تحقیق کنید.

کنترل پنل cPanel (لینوکسی) محیطی گرافیکی و تحت وب است که معمولاً از طریق نشانی دامنه:2083 باز می‌شود و بخش‌های آن به‌صورت آیکون و دسته‌بندی‌شده است:

- مدیریت پرونده‌ها (File Manager) و FTP برای بارگذاری فایل‌های تارنما
- مدیریت پایگاه داده (MySQL و phpMyAdmin)
- مدیریت رایانامه‌ی تارنما (ساخت حساب‌های ایمیل)
- مدیریت دامنه و ایجاد SubDomain
- نصب گواهی SSL و ابزارهای امنیتی
- پشتیبان‌گیری (Backup) و بازیابی
- مشاهده‌ی آمار بازدید، رویدادها و گزارش‌های سرویس‌دهنده
- نصب خودکار نرم‌افزارهای آماده مانند وردپرس

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

ایران توشه
توشه ای برای موفقیت