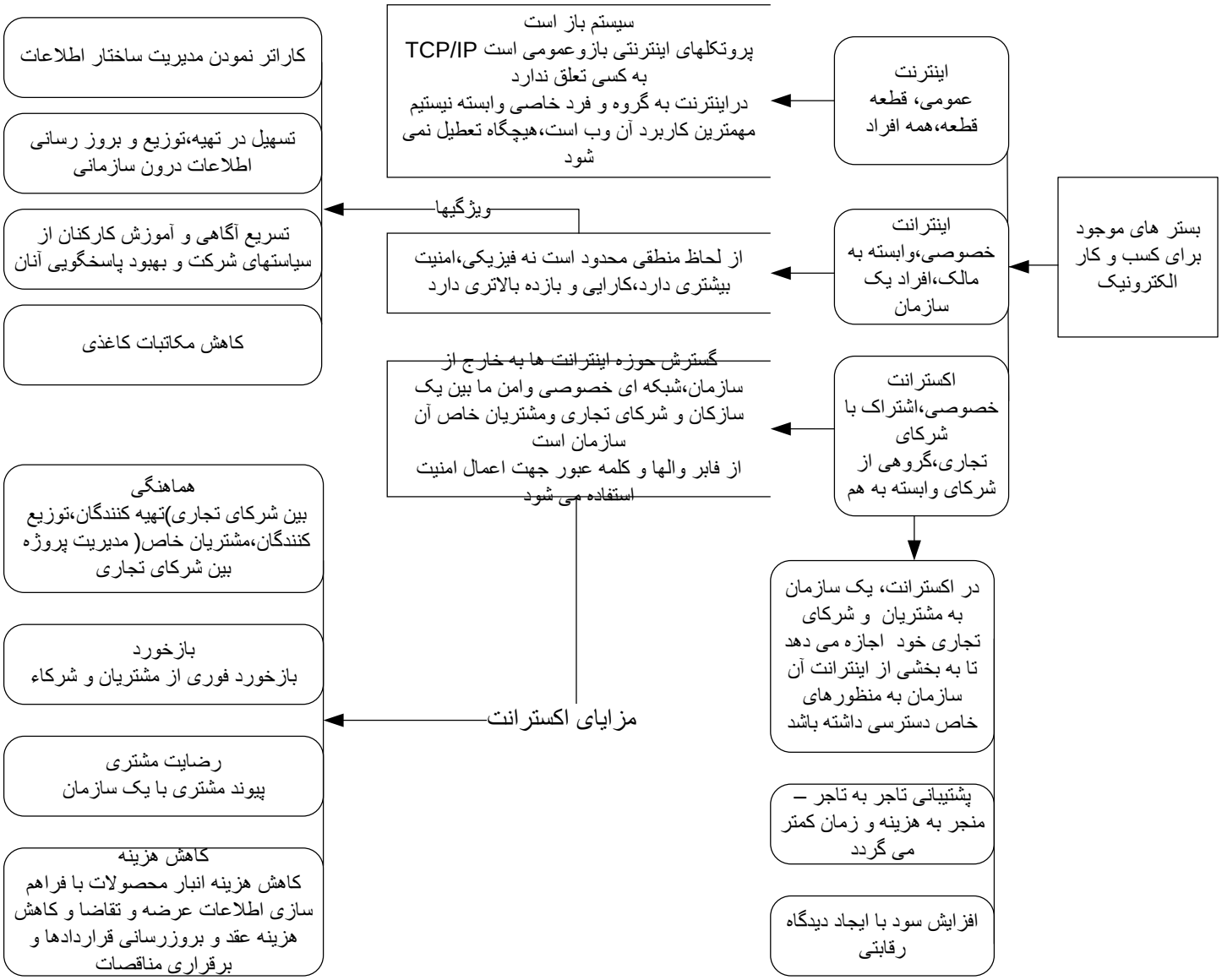
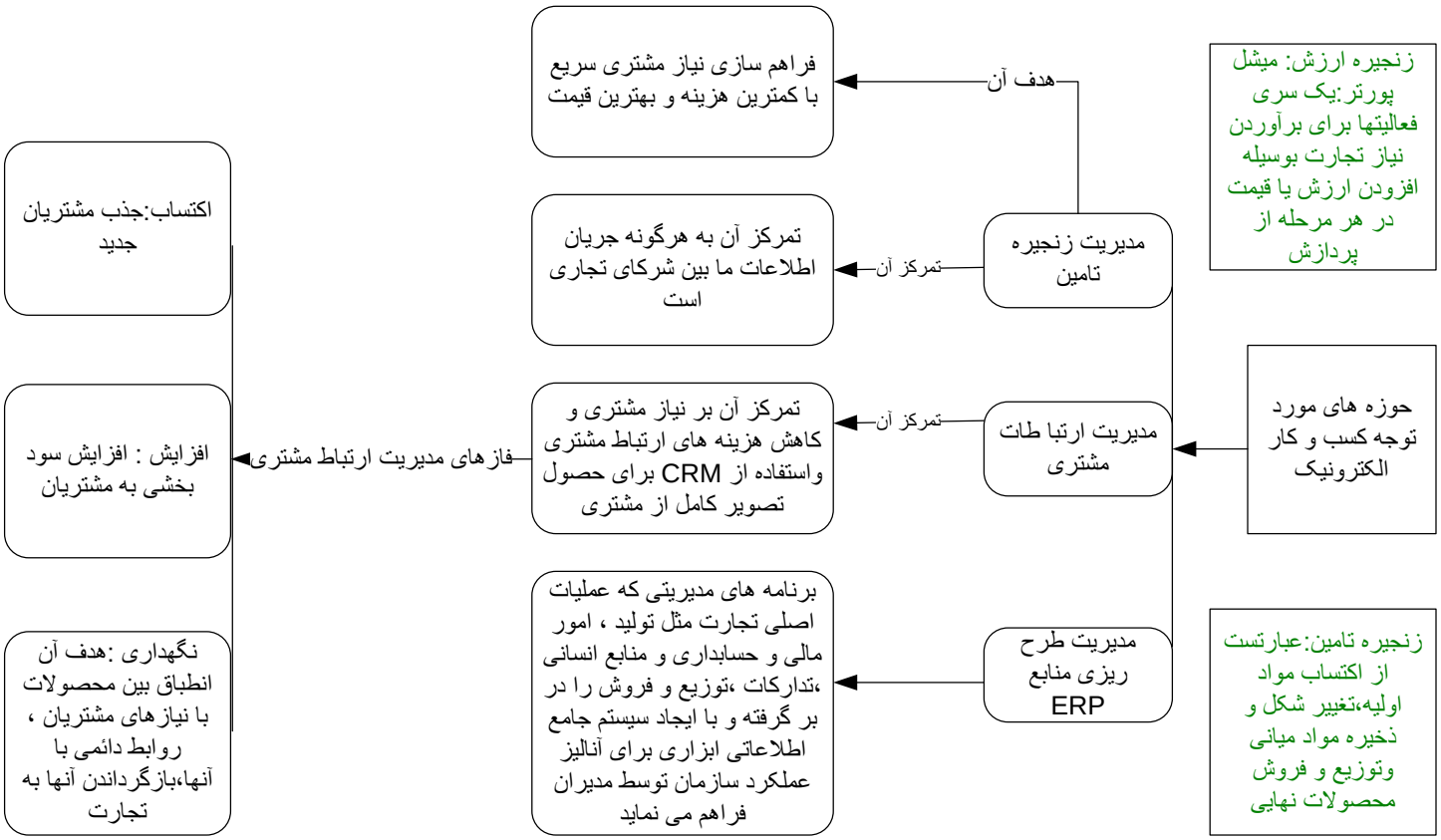

بستر های موجود برای کسب و کار الکترونیک
اینترنت عمومی، قطعه قطعه،همه افراد
سیستم باز است
پروتکلهای اینترنتی بازوعمومی است TCP/IP
به کسی تعلق ندارد
دراینترنت به گروه و فرد خاصی وابسته نیستیم
مهمترین کاربرد آن وب است،هیچگاه تعطیل نمی شود
اینترانت خصوصی،وابسته به مالک،افراد یک سازمان
از لحاظ منطقی محدود است نه فیزیکی،امنیت بیشتری دارد،کارایی و بازده بالاتری دارد
ویژگیها
کاراتر نمودن مدیریت ساختار اطلاعات
تسهیل در تهیه،توزیع و بروز رسانی اطلاعات درون سازمانی
تسریع آگاهی و آموزش کارکنان از سیاستهای شرکت و بهبود پاسخگویی آنان
کاهش مکاتبات کاغذی
اکسترانت خصوصی،اشتراک با شرکای تجاری،گروهی از شرکای وابسته به هم
گسترش حوزه اینترانت ها به خارج از سازمان،شبکه ای خصوصی وامن ما بین یک سازکان و شرکای تجاری ومشتریان خاص آن سازمان است
از فابر والها و کلمه عبور جهت اعمال امنیت استفاده می شود
در اکسترانت، یک سازمان به مشتریان و شرکای تجاری خود اجازه می دهد تا به بخشی از اینترانت آن سازمان به منظورهای خاص دسترسی داشته باشد
پشتیبانی تاجر به تاجر – منجر به هزینه و زمان کمتر می گردد
افزایش سود با ایجاد دیدگاه رقابتی
مزایای اکسترانت
هماهنگی
بین شرکای تجاری)تهیه کنندگان،توزیع کنندگان،مشتریان خاص(مدیریت پروژه بین شرکای تجاری
بازخورد
بازخورد فوری از مشتریان و شرکاء
رضایت مشتری
پیوند مشتری با یک سازمان
کاهش هزینه
کاهش هزینه انبار محصولات با فراهم سازی اطلاعات عرضه و تقاضا و کاهش هزینه عقد و بروزرسانی قراردادها و برقراری مناقصات


زنجیره ارزش: میشل پورتر:یک سری فعالیتها برای برآوردن نیاز تجارت بوسیله افزودن ارزش یا قیمت در هر مرحله از پردازش
حوزه های مورد توجه کسب و کار الکترونیک
زنجیره تامین:عبارتست از اکتساب مواد اولیه،تغییر شکل و ذخیره مواد میانی وتوزیع و فروش محصولات نهایی
مدیریت زنجیره تامین
هدف آن
فراهم سازی نیاز مشتری سریع با کمترین هزینه و بهترین قیمت
تمرکز آن
تمرکز آن به هرگونه جریان اطلاعات ما بین شرکای تجاری است
مدیریت ارتبا طات مشتری
تمرکز آن
تمرکز آن بر نیاز مشتری و کاهش هزینه های ارتباط مشتری واستفاده از CRM برای حصول تصویر کامل از مشتری
مدیریت طرح ریزی منابع ERP
برنامه های مدیریتی که عملیات اصلی تجارت مثل تولید ، امور مالی و حسابداری و منابع انسانی ،تدارکات ،توزیع و فروش را در بر گرفته و با ایجاد سیستم جامع اطلاعاتی ابزاری برای آنالیز عملکرد سازمان توسط مدیران فراهم می نماید
فازهای مدیریت ارتباط مشتری
اکتساب:جذب مشتریان جدید
افزایش : افزایش سود بخشی به مشتریان
نگهداری :هدف آن انطباق بین محصولات با نیازهای مشتریان ، روابط دائمی با آنها،بازگرداندن آنها به تجارت