

С появлением возможности безналичной электронной оплаты товаров и услуг и использования глобальной сети для проведения транзакций по всему миру, появилось такое уникальное явление как «электронная коммерция». Многие Web-каталоги, существовавшие на тот момент в рекламных и информационных целях, были дополнены возможностью немедленного приобретения товара.

Сегодня в глобальной сети существует множество интернет-магазинов, которые предлагают любые товары: от записных книжек до ювелирных изделий. Это действительно удобно.

Виртуальные магазины можно разделить на две группы. В первую войдут реально существующие торговые предприятия, которые для увеличения продаж создают собственный сайт, где можно ознакомиться с предлагаемым ими ассортиментом. Ко второй группе относятся интернет-магазины, торгующие только онлайн. У таких компаний торговых помещений нет.

Мы с вами поговорим о виртуальном магазине первого типа. Точнее, даже не о магазине, а о базе данных, предоставляющей возмож-

ность заказчику познакомиться с товарами не одной фирмы, а сети профессиональных фирм, и сделать заказ через Интернет в любую точку России.

База данных презентационной продукции [www.base.iapp-spb.org](http://www.base.iapp-spb.org) — представляет собой сетевой ресурс, на котором могут быть расположены фотографии и информация обо всех бизнес-сувенирах, выпускаемых в России. И, соответственно, о фирмах, ими торгующих. То есть информация о продукции дается от имени торгующей фирмы.

Фирма может разместить любое количество товаров на сайте (читай — строк в базе данных). Каждый товар представлен двумя фото (маленького и большого размера), названием, артикулом, ценой и подробной информацией о поставщике с возможностью мгновенного перехода на сайт поставщика (рис.1). (Параметр «поставщик»

является гиперссылкой, открывающей карточку поставщика. А отсюда — мгновенный переход на сайт).

Сортировка товаров в базе предусмотрена по мере увеличения его (товара) цены, которая является параметром, открытым для всеобщего обозрения. Это значит, что любой поставщик, представляющий свою продукцию в базе, в любой момент может оказаться со своим товаром на первом месте, сни-

зив ценовой параметр хотя бы на одну десятую долю по сравнению с остальными.

Интереснейшей услугой, которую предоставляет База данных презентационной продукции [www.base.iapp-spb.org](http://www.base.iapp-spb.org), является формирование «запроса» (рис.2) и использование его для свободной, честной конкуренции поставщиков за привлеченного базой заказчика.

сав общие и личные письма (все это в одном окне), нажимает кнопку «Сохранить».

И, если в запрос добавить (удалить) более ничего не хочется, нажимает кнопку «Отправить».

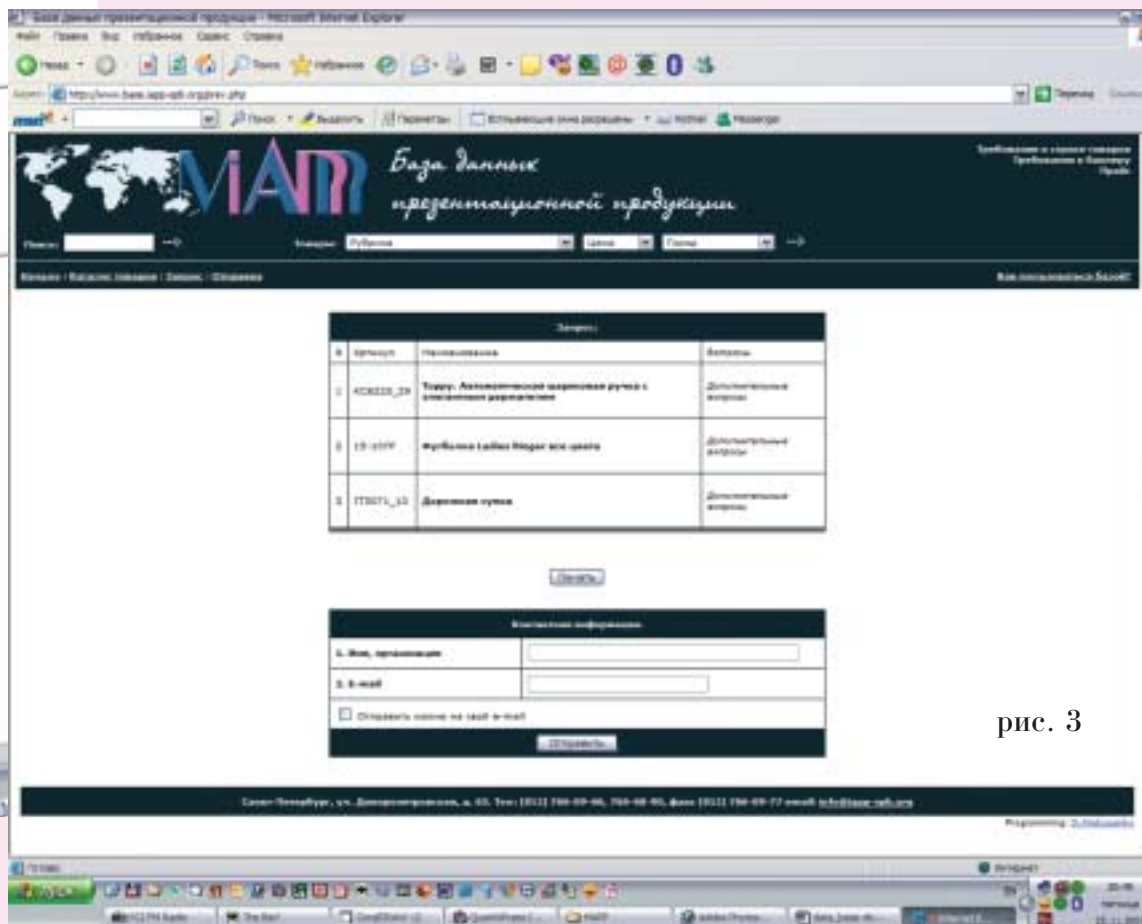
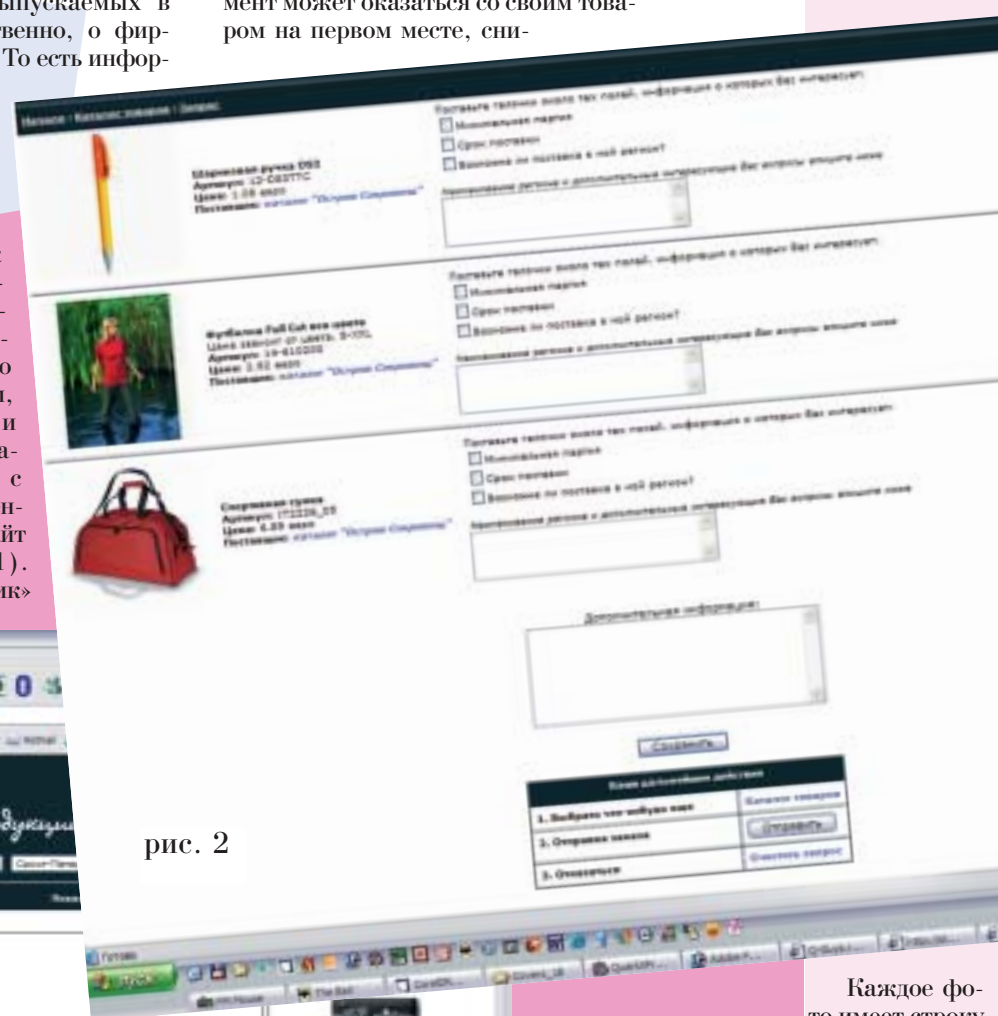
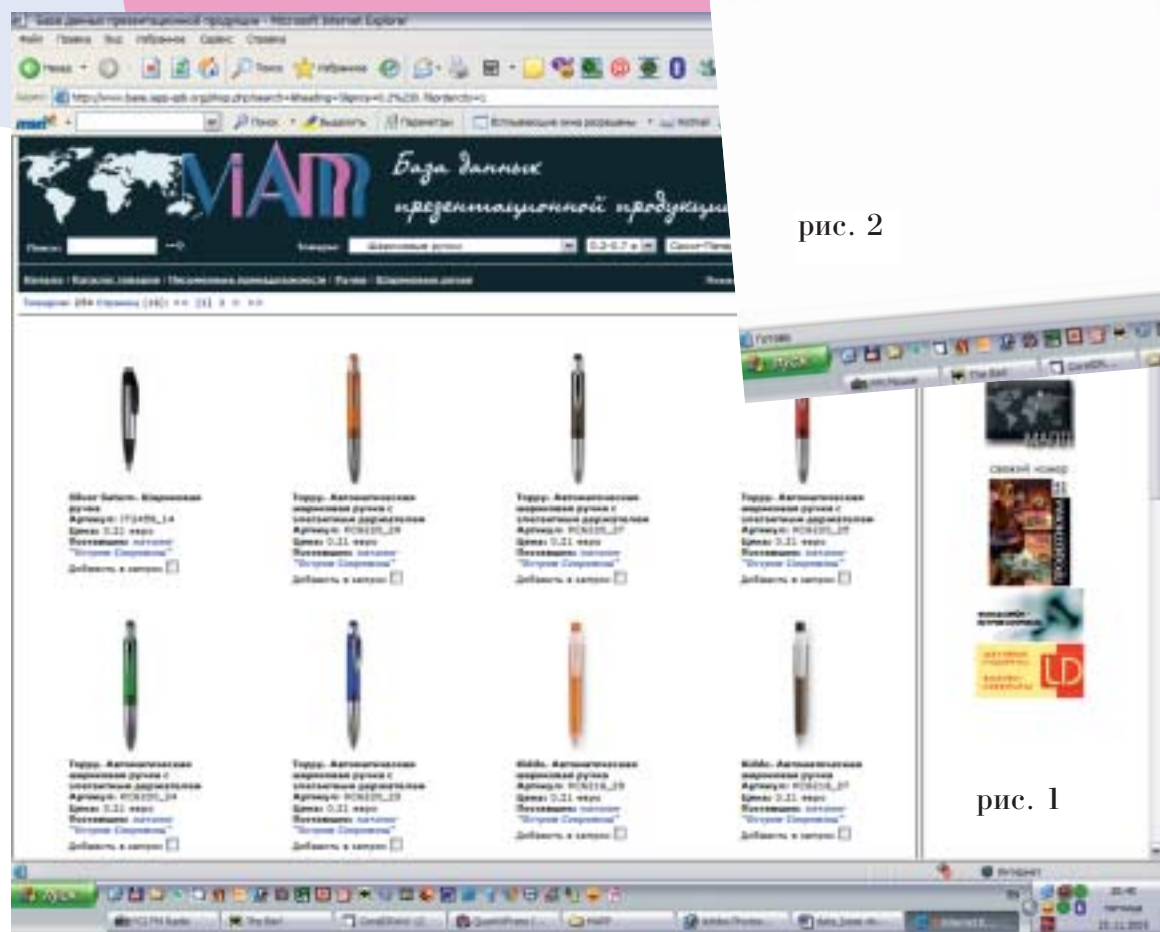
При этом он (заказчик) получает возможность просмотреть на экране таблицу, соответствующую сформированному заказу, отправить заказ на свой e-mail и распечатать его на принтере (рис.3). До этого момента в запросе-заказе еще возможны всяческие изменения. После нажатия кнопки «Отправить»

заказ его. А если удовлетворит другой поставщик — пиши «пропало».

Поэтому в работе с клиентом — потенциальным заказчиком, все зависит от мастерства, умения и профессионализма представителя фирмы-поставщика, разместившего свои товары в Базе данных.

Ну, и еще несколько слов на прощание.

В Базе данных есть еще две интересные услуги — размещение новостей и баннеров фирмы-поставщика на первой странице Базы данных. При этом новости фирмы попадают



Каждое фото имеет строку параметра «Добавить в запрос». И если в это окошко поставить галочку, то товар добавится в формирующийся общий запрос обо всех товарах. Сколько галочек по всем рубрикам и всем поискам по базе будет поставлено — столько товаров в запросе заказчик и получит.

При этом поставщики у всех товаров могут оказаться разные — как повезет.

В запросе предусмотрена возможность написать по каждому товару (читай — каждому поставщику) свое личное письмо. А также общее письмо — в поле «Дополнительная информация». Заказчик, сформировав полностью запрос, и напи-

никакие корректировки в запросе невозможны, так как каждому поставщику, попавшему в запрос, отправится личное письмо от заказчика плюс дополнительная информация.

Здесь-то и начинается самое интересное. Ни один поставщик не знает, кому и сколько аналогичных писем-запросов разослано. Однако он видит свой запрос со списком клиента (потенциально возможного заказчика). И поставщик вступает в свободную и честную конкуренцию с невидимыми виртуальными аналогичными ему поставщиками. Если он (поставщик) удовлетворит потребности пришедшего к нему клиента —

в бесплатную еженедельную российскую рассылку среди специалистов рекламно-сувенирного бизнеса. А баннер позволяет мгновенно посетить сайт представленной фирмы.

**Попробуйте свои силы в сетевой конкуренции. Представьте свои товары в Базе данных презентационной продукции [www.base.iapp-spb.org](http://www.base.iapp-spb.org)**

Подробная информация о размещении по телефонам (812) 766-09-66, 766-68-90  
 Контактное лицо — Георгий.  
 До встречи на страницах нашего журнала  
 Редактор журнала  
 Александра Сойту