

هوشمندسازی کسب و کار یا کسب و کار هوشمند

به نام آنکه جان را فکرت آموخت

بزرگواران سلام . من محسن حسنی ، مشاور و مدرس هوشمندسازی کسب و کار هستم از مجموعه هوشمندسازی ، جایی که سعی میکنیم تا با هوشمندسازی کسب و کارهای مختلف ، رشد اقتصادی بهتری رو برای کشورمون به وجود بیاریم. و شما در حال گوش دادن به اولین فایل از سری فایل های رادیو هوشمندی هستید.

در اولین قسمت از رادیو هوشمندی ، در مورد تفاوت هوشمندسازی کسب و کار و کسب و کارهای هوشمند برای شما صحبت میکنم. اگر ما تفاوت این ها رو در ابتدای راه هوشمندسازی بدونیم ، میتونیم خیلی بهتر ، از ابزارها و راه کارهای هوشمند در بالا بردن بهره وری کسب و کارمون استفاده کنیم.

کسب و کار هوشمند به معنی ایجاد کسب و کاریه که کاملا براساس روش های هوشمند روز دنیا انجام بشه. مثل اسنپ ، زودفود و دیجی کالا.

اینها کسب و کارهایی هستند که برای ارتباط با مشتری نیاز به ارتباط فیزیکی ندارند. و مشتری هم به راحتی با ابزارهای هوشمند با این کسب و کارها ارتباط برقرار میکنه. چون می تونه در وقتش و هزینه هاش صرفه جویی زیادی داشته باشه.

اما هوشمندسازی کسب و کار ، برای تقویت کسب و کارهای سنتی انجام میشه. به صورتی که شکل کلی کسب و کار به همون حالت سنتی خودش باقی می مونه و فقط برای انجام بعضی از اموراتش ، از ابزار هوشمند استفاده می کنه. مثل فروشگاه های زنجیره ای رفاه و شهروند که شکل سنتی فروشگاه فیزیکی خودشون رو حفظ کردن ولی با استفاده از ابزار هوشمند ، می تونن اطلاعات مشتری ها و خریدهاشون رو جمع کنند و با تحلیل سیستمی این اطلاعات ، تصمیم های بهتری برای فروش بیشتر بگیرند.

اینکه چه کسب و کاری باید به چه شکلی هوشمند بشه ، کاملا بستگی به نوع کسب و کار ، نوع محصول و خدماتش و همینطور بستگی به نظر و نیاز مشتریاش داره.

مثلا من برای خریدهای عمده ترجیح میدم با دختر کوچیکم به فروشگاه های زنجیره ای بریم. چون هم خرید انجام میدم و هم دخترم رو به گردش در فروشگاه و بازی با چرخ های خرید میبرم.

<http://mHasanii.ir>

اما برای سفر درون شهری ، ترجیح میدم که در سریع ترین زمان و با دقت بالا و همینطور هزینه کمتر از نرم افزارهایی مثل اسنپ استفاده کنم.

پس مدیر هر کسب و کاری باید ببیند که مشتریاش چطور راضیترند و اینکه چطوری هزینه های کمتری رو برای ارایه محصول یا خدماتش به دوش مشتری میذاره.

ایده اسنپ (تاکسی اینترنتی) از نیاز مشتری ها به صرفه جویی در وقت و هزینه استفاده کرده و با حذف دفتر فیزیکی از مسیر ارتباط مشتری با راننده ، تونسته وقت و هزینه مشتری رو در سفر درون شهری کم کنه.

یا اینکه فروشگاه رفاه تونسته با ایجاد یه محیط فیزیکی خیلی خوب ، مشتریاش رو جذب کنه.

در نهایت برای اینکه تصمیم درستی برای هوشمندسازی کسب و کارمون بگیریم ، لازمه که اولاً تفاوت هوشمندسازی کسب و کار با کسب و کار هوشمند رو بدونیم و بعدهم ابزار و راه کارهای هوشمند رو بشناسیم.

ممنونم که در این بخش از رادیو هوشمندی بامن همراه بودید. تا بخش بعدی رادیو هوشمندی خدا نگدار شما همراهان عزیز.