

ඩිජිටල්කරණය සඳහා වන අලෙවිකරණ පරිච්ඡේද

වරලත් ගණකාධිකරණය - ව්‍යාපාර අදියර II
BL8 - ඩිජිටල් ව්‍යාපාරික උපායමාර්ග (DBS)
Pack 04

සුසන්න විරකෝන්
B.Sc. (MIS), MBA (IMS), PHD (Business Psychology)



BL8/DB/SM/01



Chartered Accountancy

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

JMC ජයසේකර කළමනාකරණ මධ්‍යස්ථානය **Estd. 1972**
JAYASEKERA MANAGEMENT CENTRE (PVT) LTD



BL8

Digital Business Strategy

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

Chapter 09

ඩිජිටල්කරණය සඳහා වන අලෙවිකරණ පරිචයන්

1.විද්‍යුත් - අලෙවිකරණය එදිරිව සාම්ප්‍රදායික අලෙවිකරණය

- 1.1 අලෙවිකරණ උපාය මාර්ග ගැටළු
- අලෙවිකරණය යනු ඔබේ කර්මාන්තයට වඩා ඔබේ භාණ්ඩය හෝ සේවාව තෝරා ගත යුත්තේ ඇයිද යන්න පරිච්ඡේදනයට ඉගැන්වීමේ ක්‍රියාවලිය වන අතර එය ඒත්තු ගැන්වෙන සන්නිවේදනයේ ආකාරයකි.
- මාර්ගගත අලෙවිකරණය / විද්‍යුත් -අලෙවිකරණය යනු සමාගමේ වෙළඳ නාමයක්, නිෂ්පාදන හෝ සේවාවන් පිළිබඳ පණිවුඩයක් එහි අනාගත ගනුදෙනුකරුවන්ට පතුරුවා හැරීම සඳහා වෙබ් පාදක නාලිකා උපයෝජනය කිරීමයි.

1.විද්‍යුත් - අලෙවිකරණය එදිරිව සාම්ප්‍රදායික අලෙවිකරණය(2)

- 1.1 අලෙවිකරණ උපාය මාර්ග ගැටළු
- අලෙවිකරණ උපායමාර්ගය යනු සංවිධානයේ අලෙවිකරණ අරමුණු සාක්ෂාත් කර ගැනීම සඳහා සකස් කරන ලද පුළුල් සැලැස්මකි.
- සාම්ප්‍රදායික අලෙවිකරණ මිශ්‍රය, නිෂ්පාදනය, මිල, බෙදාහැරීම හා ප්‍රවර්ධනය (P4) යන ප්‍රධාන කොටස් වලින් සමන්විත වේ.
- සම්ප්‍රදායික අලෙවිකරණ මිශ්‍ර නිෂ්පාදනයන් අලෙවිකරණය සඳහා ප්‍රමාණවත් වේ.

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

1.විද්‍යුත් - අලෙවිකරණය එදිරිව සාම්ප්‍රදායික අලෙවිකරණය(3)

- 1.1 අලෙවිකරණ උපාය මාර්ග ගැටළු
- අලෙවිකරණ මිශ්‍රය:
- ✓ නිෂ්පාදනය (Product): කිසියම් පිරිසකගේ අවශ්‍යතා සපුරාලීම සඳහා ගොඩනඟන ලද හෝ නිපදවන ලද අයිතමයකි.
- ✓ මිල (Price): මූලික වශයෙන් පාරිභෝගිකයෙකු එය භුක්ති විඳීමට ගෙවන මුදලයි.
- ✓ ස්ථානය(Place). භාණ්ඩයක් භාවිතා කිරීමට, ප්‍රවේශ වීමට හෝ මිලදී ගැනීමට පාරිභෝගිකයාට හැකි ඕනෑම ස්ථානයක්. බෙදාහැරීමේ මධ්‍යස්ථාන, ප්‍රවාහන, ගබඩා, ඉන්වෙන්ටරි තීරණ සහ ඡන්ද බලය මෙයට ඇතුළත් වේ.

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

1.විද්‍යුත් - අලෙවිකරණය එදිරිව සාම්ප්‍රදායික අලෙවිකරණය(4)

• 1.1 අලෙවිකරණ උපාය මාර්ග ගැටළු

. අලෙවිකරණ මිශ්‍රය:

✓ ප්‍රවර්ධනය (Promotion): අලෙවිකරණ සන්නිවේදනයන් ය.

Product	Price	Promotion	Place
<ul style="list-style-type: none"> • Product variety • Quality • Design • Features • Brand Name • Packaging • Sizes • Services • Warranties • Returns 	<ul style="list-style-type: none"> • List price • Discounts • Allowances • Payment period • Credit terms 	<ul style="list-style-type: none"> • Sales promotion • Advertising • Sales force • Public relations • Direct marketing 	<ul style="list-style-type: none"> • Channels • Coverage • Assortments • Locations • Inventory • Transport

Source: Adapted from Kotler et al. (2009).

1.විද්‍යුත් - අලෙවිකරණය එදිරිව සාම්ප්‍රදායික අලෙවිකරණය(4)

• 1.1 අලෙවිකරණ උපාය මාර්ග ගැටළු

අලෙවිකරණ උපයන්ති පහත අසමතරවීම් ම දක්නට ලැබේ.

- ✓ නිෂ්පාදිත: නිෂ්පාදිතයට අවශ්‍ය වර්ධනයන් සැකසීම සහ විකුණුම් ඉල්ලුමල පාලනය කිරීම සහ නිෂ්පාදිතයේ ජීවකාලය දිරිස කිරීම.
- ✓ මිල:ඒකක පිරිවැය ඉහළ යාමත් සමග විකුණුම් ඉල්ලුම පහළ යාම නිසා මිල පරිමාව පහළ යාම වැඩිවිය හැක.
- ✓ ස්ථානය: පාරිභෝගිකයන් රඳවා ගැනීමට සඳහා ප්‍රමාණවත් බෙදාහැරීම් පවත්වාගන්නේ කෙසේද යන්න සලකා බැලීමට වේ
- ✓ ප්‍රවර්ධනය: ප්‍රචාරනය හා ප්‍රවර්ධනය සඳහා වන පිරිවැය අධික වීම එය අසාර්ථක වීම ආ බලපෑම් සිදු කල හැක.

1.විද්‍යුත් - අලෙවිකරණය එදිරිව සාම්ප්‍රදායික අලෙවිකරණය(5)

- **1.1 අලෙවිකරණ උපාය මාර්ග ගැටළු**
- සේවා අලෙවිකරණය දියුණු වන විට, මුල් 4Ps අලෙවිකරණය සඳහා සලකා බැලිය යුතු සියලු ගැටළු ආවරණය නොකරන බව හඳුනා ගන්නා ලදී.
- එම නිසා, සේවා සඳහා, අලෙවිකරණ මිශ්‍රණය 7 Ps දක්වා පුළුල් කරන ලද්දේ මුල් හතරට තවත් Ps තුනක් එකතු කිරීමෙනි:
 - පුද්ගලයන් (Persons)
 - ක්‍රියාවලිය (Process)
 - භෞතික සාක්ෂි(Physical Evidences)

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

1.විද්‍යුත් - අලෙවිකරණය එදිරිව සාම්ප්‍රදායික අලෙවිකරණය(5)

- **1.1 අලෙවිකරණ උපාය මාර්ග ගැටළු**
- **මිනිස්සු** ∴ ගනුදෙනුකරුවන් සමඟ විකිණුම් සඳහා සෘජු ව මැදිහත් වන අය (විකුණුම්, පාරිභෝගික සේවය, හෝ බෙදාහරින පුද්ගලයින් වැනි) මෙන්ම කාර්ය මණ්ඩල බඳවා ගැනීම සහ පුහුණුව ඇතුළුව සේවකයින්.
- **ක්‍රියාවලිය.** භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් සේවකයින් විසින් හසුරුවනු ලබන ආකාරය සහ පාරිභෝගිකයින්ට ලබා දෙන ආකාරය කෙරෙහි බලපෑමක් ඇති කරන ආයතනය තුළ ඇති ඕනෑම දෙයක්.
- **භෞතික සාක්ෂි.** නිෂ්පාදනයක් හෝ සේවාවක් සිදුවන භෞතික පරිසරය හා සම්බන්ධ ඕනෑම දෙයක්.

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

1. විද්‍යුත් - අලෙවිකරණය එදිරිව සාම්ප්‍රදායික අලෙවිකරණය(6)

1.2 සේවා සඳහා නිෂ්පාදන, මිල, ස්ථානය සහ ප්‍රවර්ධනය.

සේවා සඳහා අලෙවිකරණ මිශ්‍රය:

- ✓ නිෂ්පාදනය (Product): පාරිභෝගිකයාට සපයනු ලබන **සේවාවන්** වේ (එහි සේවා ලක්ෂණද අන්තර්ගතය.) සපයනු ලබන සේවාව අනුව වෙනස් වේ
- ✓ මිල (Price): සේවාවේ ගුණත්වය, සේවාව ලබා දෙන ආකාරය, ලබාදෙන අනෙකුත් සේවා බලපායි
- ✓ ස්ථානය (Place). සේවාවන් සපයනු ලබන්නේ කුමන ස්ථානයෙන්ද යන්නයි. සෑම විටම එකම ස්ථානය නොවිය හැකිය
- ✓ ප්‍රවර්ධනය (Promotion): ඉතා දුෂ්කරය. (වෙළඳපරිශ්‍රය තුළ ප්‍රදර්ශනය කළ නොහැකි විමසී, අස්පාෂ්‍ය තත්වයේ පැවතීම).

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

2. විද්‍යුත් -අලෙවිකරණ සංරචක

• 2.1 විද්‍යුත්-වාණිජ්‍යය සහ විද්‍යුත්-අලෙවිකරණය

- අන්තර්ජාලය සහ විද්‍යුත්-වාණිජ්‍යය මගින් සාම්ප්‍රදායික ව්‍යාපාරික ආකෘතීන්ට අභියෝග කිරීමට සහ විකුණුම්කරුවන් සහ ගනුදෙනුකරුවන් අතර සම්බන්ධතාවය වෙනස් කිරීමට සංවිධානයට ඉඩ ලබා දේ.
- අලෙවිකරණ උපාය මාර්ග සාම්ප්‍රදායික ව්‍යාපාර ආකෘතියක් තුළ පවතින ව්‍යාපාර උපාය මාර්ගයන්ට සහය දක්වයි. එලෙසම අලෙවිකරණ උපායමාර්ගය විද්‍යුත් වාණිජ්‍යයටද සහයෝගය දැක්විය යුතුය.
- කෙසේ වෙතත්, විද්‍යුත් වාණිජ්‍යයේ අන්තර් ක්‍රියාකාරී ස්වභාවය නිසා විද්‍යුත් අලෙවිකරණය සාම්ප්‍රදායික අලෙවිකරණයෙන් වෙනස් වේ.

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

2. විද්‍යුත් -අලෙවිකරණ සංරචක(2)

- 2.2 සාම්ප්‍රදායික වෙළඳ නාමකරණයට එරෙහිව විද්‍යුත් -අලෙවිකරණය
- සනත්ම(Brand) - නමක්, සංකේතයක්, පදයක්, සලකුණක් වේ. එය ගනුදෙනුකරුවන්ට යම් නිෂ්පාදිතය න්තරගකාරි නිෂ්පාදිතයන්ගෙන් වෙන්කර හඳුනා ගැනීමට උපකාරී වේ. (Pride and Ferrell 2014)
- පුද්ගලිකත්වය සහ ආරක්ෂාව පිළිබඳ බොහෝ විට සැලකිලිමත් වන E-වාණිජ්‍යය තුළ වෙළඳ නාමය විශේෂයෙන් වැදගත් වේ.

Google



JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

2. විද්‍යුත් -අලෙවිකරණ සංරචක(3)

- 2.2 සාම්ප්‍රදායික වෙළඳ නාමකරණයට එරෙහිව විද්‍යුත් -අලෙවිකරණය
- දායක අනන්‍යතාවය :එය නිෂ්පාදිතයක හැඩය, පෙනුමල දැනීමල ඩිජිටල් අවකාශයකදී මෙන්ම සම්ප්‍රධායික අවකාශයේ දී තිරණය කරනා නිසාවෙනි. එසේම එය වෙළඳනාමය සමග දායක අනන්‍යතාවය ගැලවීම සඳහා හා වෙබ් අඩවිය සංවිධානය සමග ගැලපීමටද ප්‍රයෝජනවත් වේ.මෙමගින් පාරිභෝගිකයාට නිෂ්පාදිතය හෝ සේවාව සමග පහසුවෙන් හා ඉක්මනින් විද්‍යුත් වෙළඳ පොල තුලදී තෝරා ගැනීමට හැක.

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

3. විද්‍යුත් -අලෙවිකරණයේ උපාංග

- 3.1 විද්‍යුත් ව්‍යාපාර තාක්ෂණය තුළින් ගනුදෙනුකරුවන් ලබා ගැනීම
 - සෙවුම් යන්ත්‍ර ප්‍රශස්තකරණය: දක්ෂ වෙබ් අඩවි නිර්මාණය මගින් සෙවුම් ප්‍රතිපල අතර සැපයුම්කරුවෙකු ඉහළ මට්ටමකට ගෙන යා හැකිය.
 - ජ්‍යෙෂ්ඨ සමූහය සහ සංසද: මෙම කණ්ඩායම විශේෂ අදහස් ලබා දීම සිදු කරන අතර අවිධිමත් පරිසරයකදී ඔවුන්ගේ සම වයසේ මිතුරන් හා ගනුදෙනුකරුවන් සමඟ සන්නිවේදනය කිරීමට පහසුකම් සැපයේ.
 - Ex:XDA-Developers, Stack Overflow, Quora, GamesSpot (forum)
 - .best.of.internet., alt.hackers (newsgroups)

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

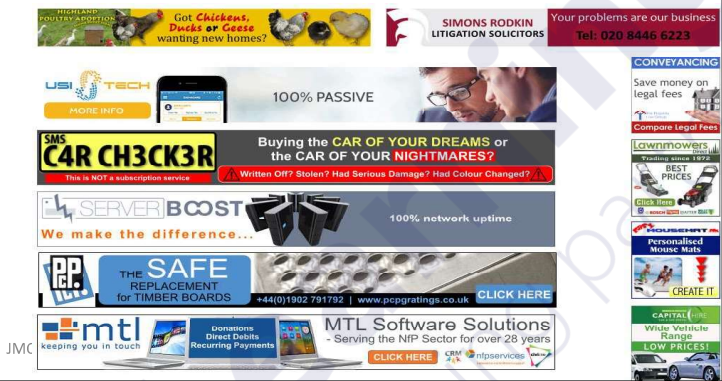
3. විද්‍යුත් -අලෙවිකරණයේ උපාංග(2)

- 3.1 විද්‍යුත් ව්‍යාපාර තාක්ෂණය තුළින් ගනුදෙනුකරුවන් ලබා ගැනීම
 - ප්‍රවෘත්ති පත්‍ර: ආයතනයකට විද්‍යුත් තැපෑලෙන්, සමාගම පිළිබඳ ප්‍රවෘත්ති, නව නිෂ්පාදන හෝ සේවාවන් සහ වෙබ් අඩවියේ පළ කර ඇති ඕනෑම නව තොරතුරු යැවීමට ඉඩ ලබා දීම
 - වෙබ් අඩවි සම්බන්ධක ගොඩනැඟීම සහ හවුල් ව්‍යාපාර: අනුබද්ධිත ජාලය පදනම් වී ඇත්තේ විකුණුම් සඳහා කොමිස් ගෙවීම මත ය.
 - වෛරස් අලෙවිකරණය: නිෂ්පාදනය හෝ සේවාව පිළිබඳ අවුල් ජාලයක් නිර්මාණය කිරීම. වයිරල් අලෙවිකරණය රඳා පවතින්නේ කට වචනයෙන් හෝ සබැඳි අර්ථයෙන් ය, සබැඳි යෙදුම අන් අය සමඟ බෙදා ගැනීමට මිනිසුන් පෙළඹවීම.

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

3. විද්‍යුත් -අලෙවිකරණයේ උපාංග(3)

- 3.1 විද්‍යුත් ව්‍යාපාර තාක්ෂණය තුළින් ගනුදෙනුකරුවන් ලබා ගැනීම
- බැනර් ප්‍රචාරණය: පුවත්පත් සහ සභරාවල දක්නට ලැබෙන වෙළඳ දැන්වී වලට සමානය.



3. විද්‍යුත් -අලෙවිකරණයේ උපාංග(4)

- 3.2 විද්‍යුත්-ව්‍යාපාරික තාක්ෂණය තුළින් ගනුදෙනුකරුවන් කළමනාකරණය කිරීම
 - බොහෝ මාර්ගගත ව්‍යාපාර සඳහා තීරණාත්මක ඉලක්කයක් වන්නේ ‘ඇලෙන සුළු ගනුදෙනුකරුවන්’ (නැවත නැවත ව්‍යාපාර එන පාරිභෝගිකයා) ආකර්ෂණය කර ගැනීමට උත්සාහ කිරීම.
 - සුපිරිඡාලය - දත්ත සමුදායන් සඳහා ආරක්ෂිත උමං මාර්ග(tunnel) සපයන අතර එමගින් පරිශීලකයන්ට දත්ත ගබඩා වෙත ප්‍රවේශ වීමට විශේෂ වට්ටම් පරීක්ෂා කිරීමට, බෙදා හැරීමේ තත්වය, පර්යේෂණ නිෂ්පාදන සොයා බැලීමට ඇණවුම් ස්ථානගත කිරීමට සහ ඉටු කිරීමට සහ ආරක්ෂිත අන්තර්ජාල සම්බන්ධතාවයක් හරහා සහයෝගයෙන් කටයුතු කිරීමට ඉඩ දෙයි.

3. විද්‍යුත් -අලෙවිකරණයේ උපාංග(5)

- 3.2 විද්‍යුත්-ව්‍යාපාරික තාක්ෂණය තුළින් ගනුදෙනුකරුවන් කළමනාකරණය කිරීම
- මාර්ගගත ප්‍රජාව (online Community)- සබැඳි ප්‍රජාවක් යනු අන්තර්ගතන් දායක කර ගැනීමට සහ අන්තර් ක්‍රියා කිරීමට සාමාජිකයන් එකිනෙකා දිරිමත් කරන බහු මාර්ග සබැඳි පරිසරයකි. මේවා සමාජ මාධ්‍යවල හෝ සමාගමේ පද්ධති මත සත්කාරකත්වය දැක්විය හැකිය.

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

3. විද්‍යුත් -අලෙවිකරණයේ උපාංග(6)

- 3.2 විද්‍යුත්-ව්‍යාපාරික තාක්ෂණය තුළින් ගනුදෙනුකරුවන් කළමනාකරණය කිරීම

මංගල කණ්ඩායම් වර්ග

වෘත්තීය පාර්ශවයන්: මෙම පාර්ශවයන් අන්තර් ජාලය කරකා වෘත්තීය අත්දැකීම් හුවමාරු කරයි.

පොදුගලික පාර්ශවයන්: මෙම පාර්ශව සිය පොදුගලික කරුණු හුවමාරු කරයි.

පරමාර්ථ පාර්ශවයන් : මෙම පාර්ශවයන් විශ් අරමුණක් කටයුතු කරයි. වෙනුවෙන්

සුභදා පාර්ශවයන් : මෙම පාර්ශවයන් තමන්ගේ විනෝදාංශයන් කැමැත්තන් පිළිබඳ පොරතුරු හුවමාරු කරයි.

භූගෝලීය පාර්ශවයන් : මෙම පාර්ශවයන් විශ් භූගෝලීය ප්‍රදේශයකට සීමා වෙයි.

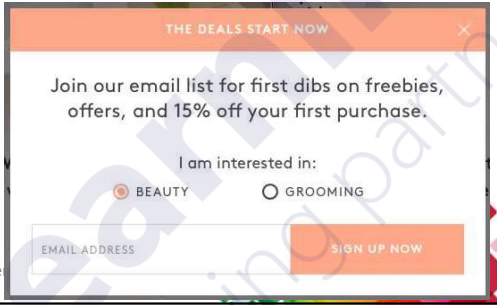
JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

3. විද්‍යුත් -අලෙවිකරණයේ උපාංග(7)

• 3.2 විද්‍යුත්-ව්‍යාපාරික තාක්ෂණය තුළින් ගනුදෙනුකරුවන් කළමනාකරණය කිරීම

• විද්‍යුත් පණිවිඩ : මේවා ප්‍රචාරක විද්‍යුත් පණිවිඩ වන අතර අවශ්‍ය තොරතුරු ඉල්ලුම් කරන ලද පුද්ගලයන්ට පමණක් යොමු කරයි.

• Ex: Opt -in Emails :විශේෂ ඉල්ලීම් කරන පුද්ගලයින්ට පමණක් යවනු ලබන email වේ. ප්‍රවර්ධනය සඳහා යොදා ගනී



JMC Jayasekera Management Ce

3. විද්‍යුත් -අලෙවිකරණයේ උපාංග(8)

• 3.2 විද්‍යුත්-ව්‍යාපාරික තාක්ෂණය තුළින් ගනුදෙනුකරුවන් කළමනාකරණය කිරීම

• දත්ත හැරීම : සංඛ්‍යානමය ක්‍රමවේදයන් හරහා දත්ත නැමියාවන් හෝ සම්බන්ධතා හඳුනා ගත හැක.

• පුරෝකථන දත්ත හැරීම - මේ හරහා බොහෝ විට සිදුවන්නේ අනාගතය පිළිබඳ පුරෝකථනයන් සිදු කිරීමයි.

• විස්තරාත්මක දත්ත හැරීම - දත්ත අතර ඇති සම්බන්ධතා හඳුනාගැනීමයි.

• කුකිස්: වෙබ් අඩවියකට තනි අමුත්තන්ගේ සැරිසැරීම සහ / හෝ මිලදී ගැනීමේ ඉතිහාසය සහ මනාපයන් මතක තබා ගැනීමට ඉඩ දෙන තාක්ෂණයකි.

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

4.විද්‍යුත් සිල්ලර නිෂ්පාදිත හා සේවා වෙළඳාම :E -Tailing

• 4.1 විද්‍යුත් සිල්ලර වෙළඳාම සඳහා වන අවශ්‍යතා

- ආයතනයක් තුළ විද්‍යුත් අලෙවිකරණය කිරීම සම්පූර්ණයෙන් භාවිතා කිරීම සඳහා ව්‍යාපාරික ආකෘතිය නිර්මාණය කර ගනුදෙනුකරුවන්ගේ අන්තර් ක්‍රියාකාරිත්වය කළමනාකරනය කල යුතුය.
- විද්‍යුත් සිල්ලර වෙළඳාම සඳහා ආයතනයක් සපුරාගත යුතු අවශ්‍යතා කීපයක් පවතී
 - ශක්තිමත් වෙළඳ නාමකරණය: මකරණය (දායාමය වශයෙන් පොළඹවන / නිෂ්පාදන හෝ සේවා නාමය / වෙබ් අඩවියේ නම / සෙවුම් යන්ත්‍රයේ ඉහළ ප්‍රතිපල).

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

4.විද්‍යුත් සිල්ලර නිෂ්පාදිත හා සේවා වෙළඳාම :E –Tailing(2)

• 4.1 විද්‍යුත් සිල්ලර වෙළඳාම සඳහා වන අවශ්‍යතා

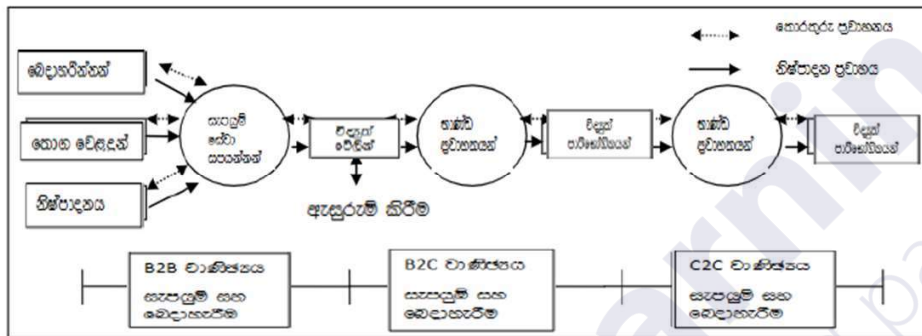
- ශක්තිමත් වෙබ් අඩවිය: වෙබ් අඩවි බුද්ධිමත් හා සැරිසැරීමට පහසු විය යුතුය.
- කාර්යක්ෂම බෙදා හැරීමේ මාර්ග (බෙදා හැරීම / භාරදීම):
- මාර්ගගත අලෙවිකරණය
- ශක්තිමත් පාරිභෝගික දත්ත විශ්ලේෂණ (විස්තරාත්මක / පුරෝකථන විශ්ලේෂණය

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

4. විද්‍යුත් සිල්ලර නිෂ්පාදිත හා සේවා වෙළඳාම :E –Tailing(3)

• 4.2 විද්‍යුත් වෙළෙන් ආකෘතිය

e-tailing සැපයුම් චුම්බකේ හවුල්කරුවන් අතර සම්බන්ධතාවය



Source: Barutcu, S. (2007) The Role of Internet-Based Supply Chain Management on E-Tailing Industry and E-Customer Satisfaction Level From Cargo Carriers, 5th International Logistics and Supply Chain Congress, p. 235

5. පාරිභෝගික හා ආයතනික දෘෂ්ඨිකෝණයෙන් විද්‍යුත් සිල්ලර අලවිකරණයේ වාසි හා සීමාවන්

5.1 E-tailing කිරීමේ වාසි-සංවිධානය සඳහා

- අඩු කාර්ය මණ්ඩල පිරිවැය (වැටුප් / වැටුප් / රක්ෂණය).
- යන්ත්‍ර ඉගෙනීම වැඩි කිරීමෙන් වෙබ් අඩවිය හරහා සෘජු ගනුදෙනුකරුවන්ගේ ප්‍රශ්නවලට පිළිතුරු සැපයිය හැකිය.
- කර්මාන්තශාලා, ගබඩාව සහ බෙදාහැරීමේ මධ්‍යස්ථානවල රොබෝ තාක්ෂණය සහ ස්වයංක්‍රීයකරණය වැඩි කිරීම
- ධනාත්මක සාප්පු සචාර අත්දැකීමක් ලබා දීම මගින් පාරිභෝගිකයාට හොඳ පරිශීලක අද්දැකීමක් ලබා දීමට හැකි වීම

5. පාරිභෝගික හා ආයතනික දෘෂ්ඨිකෝණයෙන් විද්‍යුත් සිල්ලර අලවිකරණයේ වාසි හා සීමාවන්(2)

- ධනාත්මක සාප්පු සචාරි අත්දැකීමක් ලබා දීම මගින් පාරිභෝගිකයාට හොඳ පරිශීලක අද්දැකීමක් ලබා දීමට හැකි වීම.

.මෙයට ,

- ✓ ආගන්තුකයෙකු ලෙස සාප්පු යෑමට ඇති හැකියාව (guest Account)
- ✓ මිලකරණ ව්‍යුහය (වට්ටම් ලබා ගත හැකිය)
- ✓ අමතර පිරිවැය (මිලදී ගැනීමේ පිරිවැය පමණක වීම)
- ✓ සාප්පු යාම සහ ඇසුරුම් කිරීමේ විකල්පය.
- ✓ ප්‍රතිලාභ, වගකීම් සහ මුදල් ආපසු ගෙවීම් පිළිබඳ විස්තර.
- ✓ පහසු ගෙවීම් ක්‍රම සහ ක්ෂණික ගෙවීම්.

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

5. පාරිභෝගික හා ආයතනික දෘෂ්ඨිකෝණයෙන් විද්‍යුත් සිල්ලර අලවිකරණයේ වාසි හා සීමාවන්(3)

- පාරිභෝගික මිලදී ගැනීම් සහ දත්ත සමාලෝචනය කිරීමට සහ අන්තර්ජාලය හරහා හැරූ වෙනත් විශාල දත්ත සමඟ ඒකාබද්ධව එය විශ්ලේෂණය කිරීමේ හැකියාව.
- නිෂ්පාදන ලබා ගත හැකි බව සහතික කිරීම සඳහා කොටස් පාලනය සඳහා වෙගවත් පිරිවැටුමක්.

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

5. පාරිභෝගික හා ආයතනික දෘෂ්ඨිකෝණයෙන් විද්‍යුත් සිල්ලර අලවිකරණයේ වාසි හා සීමාවන්(4)

- 5.2 විද්‍යුත් සිල්ලර වෙළඳාම තුළ පවතින අවාසි සහ සීමාවන්
- පාරිභෝගිකයින් නොඉවසිලිමත් හා ක්ෂණික මිලදී ගැනීමේ රටාවකි.
- දුර්වල වෙබ් අඩවිය හෝ වෙබ් දිශානතිය (ගුණාත්මකභාවය / පෙනුම / පිරිසැලසුම)

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

5. පාරිභෝගික හා ආයතනික දෘෂ්ඨිකෝණයෙන් විද්‍යුත් සිල්ලර අලවිකරණයේ වාසි හා සීමාවන්(5)

- 5.3 විද්‍යුත් සිල්ලර වෙළඳාම තුළ පවතින වාසි:පරිබෝගිකයට
- ගනුදෙනුකරුවෙකුට එක් වරක් ලොග් විය හැකි අතර සාමාන්‍යයෙන් දීර්ඝ කාලයක් තිස්සේ ලොග් වී ඇති බව සඳහන් කළ හැකිය(Cookies වල මුරපද හා විස්තර ගබඩා කර තබා ගැනීම).
- ආගන්තුක පිවිසුමකින් මිලදී ගැනීමට පාරිභෝගිකයාට ඉඩ දෙන (ස්ථිර ගිණුමක් අවශ්‍ය නොවේ).
- ගෙවීම් තොරතුරු පරිශීලකයාට පහසු වන පරිදි ආරක්ෂිතව ගබඩා කළ හැකිය
- පාරිභෝගික පදනම් කරගත් මිලදී ගැනීමේ ඉතිහාසය සහ නිෂ්පාදන උනන්දුව (කුපන් පත්, ගනුදෙනු, වට්ටම්) ගබඩා කරන්න

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

5. පාරිභෝගික හා ආයතනික දෘෂ්ටිකෝණයෙන් විද්‍යුත් සිල්ලර අලෙවිකරණයේ වාසි හා සීමාවන්(5)

- **5.3 විද්‍යුත් සිල්ලර වෙළඳාම තුළ පවතින සීමාවන් :පරිබෝගිකයට**
- සංවිධානය හැක් කර ඇත්නම් පාරිභෝගික ආරක්ෂාව සහ දත්ත අඩපණ කළ හැකිය.
- දත්ත ආරක්ෂණ රෙගුලාසි සහ දත්ත රහස්‍යතා සීමාවන් නිසා විවිධ භූගෝලීය කලාපවල මිලදී ගැනීම බොහෝ විට දුෂ්කර ය.
- ගනුදෙනුව සම්පූර්ණ කිරීම සඳහා පාරිභෝගිකයාට ජංගම දුරකථනයක් හෝ අදාළ උපාංගයක් අවශ්‍ය වේ

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

6. විද්‍යුත් -අලෙවිකරණ සන්නිවේදනය

6.1 විද්‍යුත්-අලෙවිකරණයේ ලක්ෂණ: හය ආකෘතියයි (6 I's Model)

මෙම ආකෘතිය මගින් අන්තර් ජාලය හරහා පරිබෝගිකයට වටිනාකමක් ලබා දෙන්නේ කෙසේද යන්න විමසා බලයි .

අන්තර්ක්‍රියාකාරීත්වය: පාරිභෝගිකයා සම්බන්ධතා ආරම්භ කිරීමට නැඹුරු වේ. සමාගමකට ප්‍රතිචාර එක්රැස් කර ගබඩා කළ හැකි අතර අනාගත අන්තර්ක්‍රියා සකස් කිරීම සඳහා මේවා භාවිතා කළ හැකිය (තල්ලු සහ අදින්න).

බුද්ධිය: භාණ්ඩය හා සේවාව පිළිබඳ පාරිභෝගික හැඟීම් පිළිබඳ අලෙවිකරණ තොරතුරු රැස් කිරීම සඳහා අන්තර්ජාලය අඩු වියදම් ක්‍රම ලෙස භාවිතා කළ හැකිය.(වෙබ් විශ්ලේෂණය මගින්)

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

6. විද්‍යුත් -අලෙවිකරණ සන්නිවේදනය(2)

6.1 විද්‍යුත්-අලෙවිකරණයේ ලක්ෂණ: හය ආකෘතියයි (6 I's Model)

- පුද්ගලීකරණය: සන්නිවේදන ක්‍රම පුද්ගලයාට ගැලපෙන පරිදි සකස් කළ හැකිය. මේ සඳහා වෙබ් විශ්ලේෂණය වැදගත් වේ .Email
- අනුකලනය: විද්‍යුත් -අලෙවිකරණය අනෙක් අලෙවිකරණ නාලිකා සමඟ ඒකාබද්ධ කළ හැකිය.
- කර්මාන්ත ව්‍යුහය: අලෙවිකරණය මගින් කර්මාන්තවල සමස්ත ව්‍යුහයටම වෙනස්කම් ඇති කළ හැකිය (විසුරුවා හැරීම / නැවත සකස් කිරීම / නැවත සැලසුම් කිරීම)
- ස්ථානයෙහි ස්වාධීනත්වය: ජාත්‍යන්තර වෙළඳපොලවලට විකිණීමට හැකිය (දේශීය විකුණුම් බලකාය / පාරිභෝගික සේවා කණ්ඩායම නොමැතිව)

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

6. විද්‍යුත් -අලෙවිකරණ සන්නිවේදනය(3)

6.2 කඩාකප්පල්කාරී තාක්ෂණයන්

- කඩාකප්පල්කාරී යන්තෙන් අදහස් කරන්නේ සම්ප්‍රදායික ව්‍යාපාර ක්‍රමයන්ට අභියෝග ඇති කරනු ලබන තාක්ෂණයන්ය .
- කඩාකප්පල්කාරී නවෝත්පාදන:
 - කඩාකප්පල්කාරී නවෝත්පාදනය යනු සම්ප්‍රදායික ව්‍යාපාර ක්‍රමයට අභියෝග කරනු ලබන නවෝත්පාදනය.
 - Video streaming
 - Smartphones

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

7. සෙවුම් යන්ත්‍ර ප්‍රශස්තකරණය(SEO)

- 7.1 පාරිභෝගිකයන් තම වෙබ් පිටුවට පැමිණීම වැඩි කරන ආකාරය.
 - සෙවුම් යන්ත්‍ර ප්‍රශස්තකරණය:
 - පුවත් කණ්ඩායම් සහ සංසද:
 - පුවත් පත්‍රිකා:
 - සම්බන්ධක ගොඩනැගීම සහ හවුල් ව්‍යාපාර:
 - වෙරස් අලෙවිකරණය/viral marketing:
 - බැනර් ප්‍රචාරණය: හවුල්කාර වෙබ් අඩවියේ දැන්වීම්

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

7. සෙවුම් යන්ත්‍ර ප්‍රශස්තකරණය(SEO)(3)

7.2 සෙවුම් යන්ත්‍රවල ප්‍රතිඵල උත්තේජනය කිරීම

- සෙවුම් යන්ත්‍ර ප්‍රශස්තිකරණය (SEO)
 - සෙවුම් යන්ත්‍ර ප්‍රශස්තිකරණය (SEO) යනු ගූගල් වැනි සෙවුම් යන්ත්‍රවල පිටු ඉහළ ශ්‍රේණිගත කිරීමේ කලාව හා විද්‍යාවයි. මිනිසුන් අන්තර්ජාලය හරහා අන්තර්ගතය සොයා ගන්නා ප්‍රධාන ක්‍රමයක් වන්නේ සෙවීම වන හෙයින්, සෙවුම් යන්ත්‍රවල ඉහළ ශ්‍රේණිගත කිරීම වෙබ් අඩවියකට ගමනාගමනය වැඩි කිරීමට හේතු වේ.

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

7. සෙවුම් යන්ත්‍ර ප්‍රශස්තකරණය(SEO)(4)

7.2 සෙවුම් යන්ත්‍රවල ප්‍රතිඵල උත්තේජනය කිරීම

- SERP (සෙවුම් ප්‍රතිඵල පිටු)

- සෙවුම් යන්ත්‍ර ප්‍රතිඵල පිටු යනු පරිශීලකයින්ට සෙවුම් යන්ත්‍රයක් භාවිතා කර අන්තර්ජාලය හරහා යමක් සෙවීමේදී සපයන වෙබ් පිටුවකි.

- පිටු ශ්‍රේණිගත කිරීම

- පිටු ශ්‍රේණිය යනු සෙවුම් යන්ත්‍රය විසින් යොදන සබැඳි විශ්ලේෂණ ඇල්ගොරිතමයකි.

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

8. පාරිභෝගික සම්බන්ධතා කළමනාකරණය.

- 8.1 පාරිභෝගික සම්බන්ධතා අලෙවිකරණය:

- අලෙවිකරණ/ගනුදෙනු අලෙවිකරණය ප්‍රයත්නයන්ගේ විශාල කොටසක් නව ගනුදෙනුකරුවන් දිනා ගැනීම සහ වෙළඳ කොටස වැඩිකිරීම කෙරෙහි යොමු කිරීම දැකිය හැකිය .
- සරලව අර්ථදක්වන්නේ නම් මෙහි සම්පූර්ණයෙන්ම අවධානය යොමු කරන්නේ විකුණුම් කිරීම සඳහා ය.
- නමුත් බොහෝ සමාගම් සඳහා ඔවුන්ගේ ආදායමෙන් විශාලතම කොටස ලැබෙන්නේ දැනට සිටින ගනුදෙනුකරුවන් විසින් සිදු කරන නැවත නැවත මිලදී ගැනීමෙනි .

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

8. පාරිභෝගික සම්බන්ධතා කළමනාකරණය(1).

• 8.1 පාරිභෝගික සම්බන්ධතා අලෙවිකරණය:

- පාරිභෝගික සම්බන්ධතා අලෙවිකරණය හුදෙක් ගනුදෙනුකරුවන් ආකර්ශණය කර ගැනීම වෙනුවට රඳවා තබා ගැනීම සඳහා අලෙවිකරණ සම්පත් භාවිතා කිරීමයි. එනම් පවත්නා ගනුදෙනුකරුවන් අතර පක්ෂපාතිත්වය ඇති කිරීමයි.
- ගනුදෙනුකරුවන් රඳවාතබා ගැනීම පිළිබඳ මෙම අවදානය පාරිභෝගික සම්බන්ධතා කළමනාකරණය. කෙරෙහි වැඩි අවධානයක් යොමු කිරීමට හේතු වී තිබේ.
- පාරිභෝගික සම්බන්ධතා කළමනාකරණය (Customer Relationship Management) යනු පාරිභෝගිකා සහ සංවිධාන අතර දිගුකාලීන අන්තර්ගත වශයෙන් වටිනා සබඳතා ඇති කිරීම හා හා සංවර්ධනය කිරීමයි.

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

8. පාරිභෝගික සම්බන්ධතා කළමනාකරණය(2).

• 8.2 පාරිභෝගික සම්බන්ධතා කළමනාකරණයේ අවශ්‍යතාවය

- පාරිභෝගික සම්බන්ධතා කළමනාකරණය (CRM) අලෙවිකරණයේ වැදගත් කරුණකි
 - පක්ෂපාතිත්වය - නිෂ්පාදනයක් නැවත මිලදී ගැනීම සඳහා පාරිභෝගිකයා වෙතත් සැපයුම්කරුවන් භාවිතා කිරීම වලක්වා ගැනීම සිදු කල යුතුය.
 - පිරිවැය : නව ගනුදෙනුකරුවන් ආකර්ෂණය කර ගැනීමට වඩා පවත්නා ගනුදෙනුකරුවන් කෙරෙහි අවදානය යොමු කිරීම ලාබදායි වේ.
 - ආදායම් හා ලාභ : පවතින වෙළඳ පල තුළ පවතින ගනුදෙනු කරුවන් අනාගත අදායම් හා ඉපයුම් සඳහා බොහෝ දුරට ඉඩ ඇති ප්‍රභවයයි
 - නිෂ්පාදිත පරාසය පුළුල් කිරීම: සමගම විකුණන නිෂ්පාදන පරාසය පුළුල් කිරීමේ උපාය මාර්ග.

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

8. පාරිභෝගික සම්බන්ධතා කළමනාකරණය(3).

- 8.2 පාරිභෝගික සම්බන්ධතා කළමනාකරණයේ අවශ්‍යතාවය
- භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවන් පාරිභෝගිකයින්ට විකිණීමේදී පාරිභෝගියා තෘප්තිමත් විය යුතු අතර, ඔවුන්ගෙවන මුදලට වටිනාකමක් ලැබෙන බව හැඟිය යුතුය. (පාරිභෝගික තෘප්තිය තහවුරු වීම).
- . එය ගනුදෙනුකරුවන් සමඟ වඩා ශක්තිමත් සම්බන්ධතාවයන් ගොඩනගා ගැනීම කෙරෙහි හා ගනුදෙනුකරුවන්ගේ පක්ෂපාතීත්වය ඉහළ නැංවීම කෙරෙහි වැදගත් වේ

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

8. පාරිභෝගික සම්බන්ධතා කළමනාකරණය(4).

- 8.2 පාරිභෝගික සම්බන්ධතා කළමනාකරණයේ අවශ්‍යතාවය
- පාරිභෝගික සම්බන්ධතා කළමනාකරණයේදී පහත අංග කෙරෙහි අවදානය යොමු කරයි
 - ✓ ගනුදෙනුකරුව හොඳින් හඳුනාගැනීම.
 - ✓ සමාගම ඔවුන් අගය කරන බව පාරිභෝගිකයාට අවබෝධ කරදීම.
 - ✓ සමාගම කෙරෙහි පාරිභෝගික උනන්දුව හා පක්ෂපාතීත්වය වර්ධනය කිරීම

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

8. පාරිභෝගික සම්බන්ධතා කළමනාකරණය(5).

• 8.3 පාරිභෝගිකයා සහ පාරිභෝගිකයා අතර වෙනස(පරිශීලකයා)

- ගනුදෙනුකරුවන් යනු සංවිධානයේ නිෂ්පාදන සහ සේවාවන් මිලදී ගන්නා පුද්ගලයන්ය. ඔවුන් සමඟ ඵලදායී ලෙස සන්නිවේදනය කිරීමට, ආයතනයක්
 - ✓ ඔවුන් කවුද
 - ✓ නිෂ්පාදන හෝ සේවාවන් සඳහා අවශ්‍ය දේ
 - ✓ ඔවුන්ගේ පාරිභෝගිකයා සිටින තැන
 - ✓ ඔවුන් සමඟ සන්නිවේදනය කිරීමේ වඩාත්ම පිරිවැය eඵලදායී ක්‍රම දැනගත යුතුය.
- පාරිභෝගිකයා යනු එය භාවිතා කරන පුද්ගලයා හෝ පාරිභෝගිකයා නම්. ඔවුන් සෑම විටම එකම පුද්ගලයන් නොවේ.

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

8. පාරිභෝගික සම්බන්ධතා කළමනාකරණය(6).

• 8.3 පාරිභෝගිකයා සහ පාරිභෝගිකයා අතර වෙනස(පරිශීලකයා)

- පාරිභෝගිකයන්ට මූලික අවධානයක් යොමු කිරීම මගින් සමාගම් විසින් පාරිභෝගිකයන්ගේ අවශ්‍යතා සපුරාලන නිෂ්පාදන හා සේවාවන් සංවර්ධනය කිරීමට වැඩි ඉඩක් ඇත.
- පාරිභෝගිකයාට අවශ්‍ය දේ නිරන්තරයෙන් අවබෝධ කර ගැනීම සහ ලබා දීම දිගු කාලීන ලාභදායීතාවයට මග පාදයි.
- වෙළඳපල නැඹුරු සමාගම්වලට එක් වරක් ගැනුම්කරුවන් නැවත ගනුදෙනුකරුවන් බවට පත් කර ගත හැකි අතර ඉහළ මිලක් ගෙවීමට වැඩි කැමැත්තක් දක්වන බොහෝ විශ්වාසවන්ත ගනුදෙනුකරුවන් සංවර්ධනය කිරීමේ අවසාන ඉලක්කය ඇත.

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

Thank You

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd



JMC vLearning
"your virtual learning partner"