

مقدمة

خلال النصف الأخير من التسعينات، بدأت الأعمال المعتمدة على الإنترنت بالتشكل وبسرعة خيالية في سوق الولايات المتحدة (وبشكل أقل حتى تلك اللحظة في بقية العالم). وقد قطفت تلك الثمرة المتدلية من قبل الجيل الأول من رجال أعمال الإنترنت وحالياً هناك عدة شركات كبيرة متخصصة كرسست نفسها لكل فئة عمل كبيرة يمكن أن تخطر في البال بما فيها السفر، المال، الأمومة، المنتجات الرياضية، الحيوانات الأليفة وحتى المواعدة. إنه لمن النادر الآن أن يخرج طالب جامعي جالس في غرفة سكنه بفكرة بسيطة لموقع على الشبكة يمكن أن يستدرج على الفور حركة مرور شبكية كبيرة. وإنه لمن الأندر حتى، أن تسمع بموقع يمكن أن يكسب أي مال بدون طلب الاستثمارات أولاً وبمجال ملايين الدولارات في هذه الأيام فإن الكثير من الأموال والفرق المعقدة من محترفي خبراء الإنترنت هامون بشكل عام لتمكين رجال الأعمال في الوصول إلى أعلى وأعلى الشجرة لفرص الإنترنت، وأن يلتقط الثمرة التي يزداد الوصول إليها صعوبة. في الحقيقة ولفترة من الزمن بدا وكأن الأغصان العليا كانت أبعد من أن تصل إليها أيدي من سيصبحون رجال الأعمال. إضافة إلى ذلك فإن العديد ممن يدعون (قاتلي الفئآت) «وهم أفضل المواقع» كانت قد بنيت على عقار في أرض الأحلام إذا ما بنيتها فسوف تأتي الفرصة. وفعلاً فقد أتت، لكن

الدولارات لم تكن دائماً تتبعها. الكثير من هذه الشركات طورت مواقعها عن طريق بيع إعلانات شريطية للمعلنين بثلاثين دولاراً لكل ألف. بعضهم جنى مالياً جيداً، هذا إلى أن تعلم المستهلكون كيف يروضون شرائط الإعلانات وأصبح المعلنون وبشكل متزايد أقل رغبة في دفع المال لعرض أشرطة الإعلانات لأناس لم ينقروا عليها للوصول إلى مواقع المعلنين.

لكنه وفي صحوة هؤلاء المتبنين الأوائل لهذه الطرق ظهر مجال جديد هي الفرص وهي مواقع الجيل الثاني. هذه المواقع ونماذج الأعمال والتي يمكن أن توجد فقط في العالم اليوم فقد خلقت كنتيجة للتغيرات التي جلبتها مواقع الجيل الأول. أحد هذه النماذج البيع بالوساطة، والذي يغلف الشبكة ويغير القوانين للجميع. البيع بالوساطة يضخ دماء حياة جديدة للشبكة بشكل بسيط: أي شخص يملك موقعاً على الشبكة يمكنه كسب العمولات عن طريق توجيه الزوار إلى مواقع أخرى تباع في الحقيقة شيئاً ما. الفكرة سهلة التحقيق ولا تحتاج إلى شهادة في علوم الكمبيوتر والأفضل من ذلك كله أنها تعمل، لأن زوار الموقع غالباً ما سينقرون على منتج معين مختار بعناية أكثر مما سينقرون على شريط إعلاني عشوائي. إضافة إلى ذلك فإن العمولات والتي تتراوح ما بين 2 - 5٪ من سعر الشراء يمكن أن تشكل غالباً عوائد أقوى من تلك التي يمكن تحقيقها عن طريق نموذج الكلفة لكل ألف انطباع والتي يستخدمها معظم الناس لبيع الإعلانات الشريطية.

هذا الكتاب مكتوب لثلاث مجموعات من الناس:

الأولى - أي شخص مهتم بالتعلم عن هذه الطريقة الجديدة المثيرة - لاستعمال الحصالة - أو تحويل الزوار الحاليين إلى عائدات دون الحاجة إلى أن يورط الإنسان نفسه بأعمال بيع مساحات الإعلان الصعبة أو بيع وشحن المنتجات الفعلية بنفسك.

الثانية - هذا الكتاب سيكون ذا قيمة بالنسبة للأفراد والشركات التي

تفكر ببناء موقع جديد أو توسيع موقعها في مجالات جديدة. وسوف نوضح كيف يمكن لفرص البيع بالوساطة أن تقود فعلياً القرارات المتعلقة بما يمكن أن يدور الموقع حوله ومن يجب أن يكون جمهوره المفترض.

والثالثة - عن طريق الإشارة إلى ما هو هام للوساطات فإن هذا الكتاب سيكون ذا قيمة كبيرة للتجار المهتمين بتطوير برنامج وساطة يهتمهم.

قبل حوالي ثلاث سنوات تقريباً وحتى اليوم أكملت مخطوطاً حول «زيادة النقرات والبيع أكثر على موقعك» (وايلي 1996).

في ذلك الكتاب فقد قمت ببعض التنبؤات حول المستقبل على الشبكة والتي شعرت ربما أن فيها بعض المخاطرة في ذلك الوقت، (لأولئك الذين يذكرون منكم) عندما كان البعض ما زالوا يصفون الشبكة بأنها لعبة عالية الرفاهية للنخبة التقنية أو أنها مجرد نزوة عابرة. عندما بدأنا الأبحاث وكتابة هذا الكتاب عدت إلى «زيادة النقرات» لمراجعة بعض التنبؤات مع تقديري لصحتها وكما تقول الحكمة السائدة بأن التنبؤات الباردة التي تثبت صحتها تعتبر عندما تحقق الحقيقة كأشياء واضحة للجميع. لم يكن هذا أكثر صحة من السرعة والانتشار الدراماتيكي للشبكة في كل ناحية من نواحي الحياة (على الأقل في الولايات المتحدة، ومع كثير من الأمم التي تتبع نفس النهج بسرعة). قليل من الرافضين غيروا نكهة رفضهم من إنها لن تحدث إلى «حسناً لقد حدثت ولكن أين ستنتهي». لكن الغالبية سوف يقولون لك «وأعتقد أنهم يعتقدون حقاً» بأنهم «كانوا يعرفون ذلك من البداية» وبأن الشبكة سوف تكون شيئاً مهماً بالتأكيد.

تعرفون ذلك منذ البداية؟ حقاً؟

اليوم يبدو تقريباً بأن كل شخص زرع عصاً في الأرض منذ ثلاث سنوات (أو اشترى سهماً في عصا غيره) يملك الآن شيئاً قيماً (ربما كثيراً) كما تذكروا به يومياً نشرات الأخبار الاقتصادية التي تعلن عروضاً عامة أولية،

أو استحواذات بعدة ملايين الدولارات، أو عن البليونيرات العشرين الجدد.

هنا سوف نعيد تذكر بعض التنبؤات التي قمنا بها في كتاب «زيادة النقرات» (على الأخص تلك التي تحققت أو تلك التي قريباً ما سوف تتحقق بلا شك) ليس فقط لأنها تتعلق بنقاش هذا الكتاب حول البيع بالوساطة ولكن لأننا نريد أن نؤثر عليك من خلال تنبؤات موضحة ونأمل بأن يجعلك ذلك أكثر رغبة في تقبل أي إدعاءات جنونية نقوم بها تتعلق بالثلاث أو الخمس سنوات القادمة من التجربة البشرية في هذا العالم المتشابك. وتذكر بأن هذا قد يبدو واضحاً لك الآن بأن هذه الأمور قد تحققت:

كل شركة سوف تحتاج لأن تكون ممثلة على الشبكة، واضح؟ قبل ثلاث سنوات لم يكن كثير من مالِك الشركات يعرف حتى ما هي الشبكة. وكثير ممن كانوا يعرفون اعتقدوا بأن النبوءة كانت محاولة للحصول على أموالهم: «موقع على الشبكة؟ لماذا أحتاج لموقع على الشبكة؟» (إن سماع ذلك الآن يجعلك تتشجع أليس كذلك؟).

اليوم بالطبع، فإن أي شخص، والذي هو عبارة عن أي شخص على الشبكة وبما أن الكثير من الناس غير مؤهلين لأن يكونوا «أي شخص» حسب معايير «قوربز ويزنس ويك» مثل جليسات الأطفال المراهقات على سبيل المثال والذين يمكنون آباء الحي من حجز ليالي مجالسة الأطفال عبر الشبكة. آه بالطبع ما زال هناك بعض محلات تصليح الأحذية ودكاكين بيع الأطعمة المعلبة في فلادلفيا بدون حضور على الشبكة لكنهم يصبحون وبشكل متزايد أقل تمثيلاً للأعمال الصغيرة وعالم المالك - المشغل. سرعان ما سيصبحون كلهم على الشبكة حتى لو قدموا معلومات أقل مما يمكن أن يقدمه دليل الصفحات الصفراء الأساسي مثل الموقع وساعات العمل.

بالنتيجة، فإن نايكي NIKE سوف تبيع عبر الشبكة بشكل مباشر: هذه الكلمات اعتبرت هرطقة قبل ثلاث سنوات. «إن شركاء قناة التوزيع لن

يتسامحوا مع البيع المباشر»، هكذا ادعى الخبراء. خطأ. فقد اتضح بأن زبائن نايكي لن يتسامحوا مع عدم قدرتهم على الشراء بشكل مباشر. صحيح أن نايكي كانت بطيئة وربما حذرة بشكل مناسب للانتقال إلى البيع المباشر عبر الشبكة فقد ثارت جدالات مماثلة ضمن الشركات في كل صناعة بالنتيجة على أية حال فإن الكتابة كانت على الجدران في معظم الشركات، «يوماً ما سوف نبيع بشكل مباشر ولكننا لن نفعل ذلك حتى يقوم به منافسوننا» وبقي الجميع ينتظرون لأن يقوم الشخص الآخر بذلك أولاً وأحياناً بشكل تجريبي عن طريق تقديم عروض على الشبكة لأشياء نادرة الوجود أو لأشياء بأسعار أعلى مما يمكن الحصول عليه من قنوات البيع العادية. هذا التقدم البطيء والحذر أبقى الأبواب مشرعة والمجاهل غير مكتشفة ممكنين الشركات الجديدة (أو تلك التي لا تملك قنوات بيع تقليدية حقيقية) لأن يكون لها موطن قدم بينهما بقيت كومباك Compaq وآي بي إم IBM وإتش بي HP وآخرون تشاهد وتنظر إلى بعضها فيما قامت شركة الكمبيوتر الصانعة ديل DELL بالاقترحام وأكلت حصصهم من السوق على الغداء عن طريق بيع ما قيمته ملايين الدولارات من الحواسيب الشخصية في اليوم عبر موقعها على الشبكة. فقط عندما بدأ هذا بإيلاهم بما فيه الكفاية بدأ العديد من المصنعين ذوي الأسماء الكبيرة بالبيع المباشر على الرغم من صرخات البكاء المر القادمة من شركائهم في قنوات التوزيع.

المواقع سوف تصبح معقدة أكثر ومكلفة أكثر في البناء والصيانة:

بعض الناس عرف ذلك قبل ثلاث سنوات لأنهم قاموا بالفعل بعمل مواقع كبيرة والتي كان لها شهية شرهة لمحتويات يومية أو أسوأ من ذلك كانت المواقع التي تديرها برامج معقدة والتي تخدم محتويات متغيرة على الفور. على أية حال فإن أشخاصاً آخرين ما زالوا يبالغون بشرح قدرة الشبكة على خفض التكاليف عن طريق جعل وظائف بعض الناس شيئاً من الماضي. بالمجمل فإن الشبكة يمكنها المساعدة في خفض التكاليف كما في حالة

تخفيض مكالمات دعم الزبائن ومساعدة الزبائن بخدمة أنفسهم. على أية حال، فإن المواقع الجيدة غالباً ما تحتاج إلى زيادة في الموظفين وكما هو حال أي موقع يمكنه فعل أشياء مثيرة للاهتمام (مثل توليد الأموال) فإنه ليس رخيصاً.

بالنسبة لي، فإن هذه النبوءات الثلاث صبت لعنة الهلاك على ذلك النسيج الديمقراطي من المواقع الصغيرة والمؤمنة بالمدينة الفاضلة لكنني توقعت أيضاً بأنه يمكن أن يكون هناك دائماً فرصة للمواقع الصغيرة، لتباهي وتتفوق على منافساتها الكبيرة والصلبة العود. وبغض النظر عن نبوءة صحيحة أخرى - أهمية قيام تحالفات الأعمال بين المواقع - فإنني لم أتخيل أبداً الانقلاب 460 درجة الذي حصل.

نعم، كل هذه النبوءات تحققت، لكنها أفرزت ناتجاً مختلفاً بشكل دراماتيكي: إنه من الممكن الآن للمواقع الصغيرة والمتواضعة أن تتفوق على المواقع الكبيرة عن طريق التشارك مع المئات من الشركات الكبيرة التي تبيع بشكل مباشر بتشغيل المواقع الضخمة والمكلفة.

نحن نتحدث بالتحديد عن البيع بالوساطة. إذا فاتتك الموجة الأولى على الشبكة فتابع جيداً. إن الموجة الثانية ستضرب بقوة والفرص ستأتي. والأفضل من هذا كله فإن أيّاً كان كبيراً أو صغيراً، محمولاً أم لا، تقنياً أم لا، أي شخص يود المشاركة يمكنه أن يشارك. لقد كتبنا هذا الكتاب لنقول لك كيف يمكنك عمل ذلك.