

		Тип предпринимательства ²		Стоимость, \$ ³		
Задачи в рамках ВКМК ¹	Розничная торговля	Оптовая торговля	Промышленные товары	Сфера услуг	Создание	Расходы
Маркетинг и маркетинговые исследования						
Оценка "внешней среды"	Использование возможностей "серфинга" (перемещения) по сети с целью поиска информации о конкурентах (страницы конкурентов), текущих финансовых показателей, оценки экономического положения региона, политических и юридических факторов и т.п. Оптимальность использования определяется присутствием в сети информации о соответствующем факторе исследования				0 – 15	30 – 300 ⁴
Оценка "спроса"	Оценка по данным поисковых систем "запросов" на поиск информации о соответствующем товаре ⁵			Оценка по данным поисковых систем "запросов" на поиск информации о соответствующей услуге ⁵	0	10 – 70
Опрос потенциальных клиентов		Реализуется через системы регистрации посетителей сайта, стимулирование строится на основе "конкурсов", "скидок" и других мотивов			5 – 30	10 – 20
Операции снабжения (закупки)						
Поиск товаров и подрядчиков	"Пассивная система поиска", реализуемая посредством формирования страниц с условиями закупок и активной формой системы отзывов. "Активная система поиска" через e-mail объявления в конференциях USENET и "прямой почтовой рассылкой". Автоматическая система регистрации поставщика в рамках СУБД. (http://www.samson.dux.ru/ozm.htm)				300 – 500	330 – 400
Тендер	Регулярная система отображения результатов закупок с целью активизации деятельности поставщиков и сбора информации о конъюнктуре предложения на рынке с указанием причин выбора поставщика. Подготовка "списка e-mail рассылки" и извещение об очередном тендере. Автоматическая система регистрации в рамках СУБД				300 – 500	330 – 400
Сбытовые операции						
Поиск клиентов	"Активная система поиска" клиентов ("агрессивные поиск-продажа") посредством рассылки e-mail корреспонденции (включая USENET конференции) и ответов на них. "Пассивная система поиска" клиентов реализуется через создание развернутого предложения покупки товаров или услуг, выполненная в виде HTML буклета (аналогично позиции "реклама")				70 – 2000	20 – 400
Поддержка "личных продаж"		Создание развернутых "виртуальных представительских буклетов" с оперативной (текущей) информацией о ценах, наличии товаров на складе, информацией о товарах и услугах (видео, аудио, фото, техническое описание). Подтверждение личности агента (менеджера) по продажам, его компетентности, уровня принятия решения			1000 – 10000	300 – 700
Реализация документооборота	Построение систем типа "Intranet" (закрытая и открытая формы), реализующая процедуры документооборота между удаленными системами (магазинами, складами и т.п.)				6000 – 10000	400 – 1000
Система скидок	Оперативная информация о скидках: HTML страница плюс активная e-mail рассылка				10 – 300	100 – 200
Продажа товаров (услуг)		Виртуальный магазин, поддержанный электронной платежной системой. (http://www.supermarket.spb.ru/)			500 – 2000	300 – 500
Диверсификация (GD)	В рамках "горизонтальной диверсификации" создание "региональных виртуальных офисов", позволяющих производить "тестовый маркетинг" в регионе, оценивать конъюнктуру, находить потенциальных партнеров, дилеров				2000 – 4000	100 – 200
Внешние коммуникации (реклама и т.п.)						
Реклама	Информация о товарах, акцент на ценах (прейскурант – основное содержание) и месте продажи			Информация об уровне оказания услуги, упор на персонал компании, существующих "известных" клиентов и "факторы выбора"	300 – 1000	0 – 100
Пропаганда			Новые товары, пропаганда производства и технологий, их уровня		500 – 1200	0 – 200
PR			"Общественные акции", ориентированные на аудиторию сети Интернет (потребительский сегмент в рамках этой аудитории): конкурсы, обзоры, дайджесты событий и т.п. Создание "отраслевых серверов" ⁶		300 – 500	500 – 900
Коммуникативный аспект инвестиционной политики						
Привлечение инвестиций			"Пассивный поиск" инвесторов, через размещение инвестиционных бизнес-планов в сети в формате HTML с графическими приложениями		300 – 1200	15 – 20
Сервисная политика в отношении клиентов						
Послепродажное обслуживание	Создание страниц с информацией: ответы на часто задаваемые вопросы, "дополнительные возможности товаров", приглашение к "повторной покупке", e-mail рассылка "забота о клиенте" и т.п.				10 – 100	30 – 200

По мнению автора публикации, реализация данной функции для данного типа предпринимательства неэффективна.