



Бизнесът в интернет

нещо повече от е-търговия

**184 млн. души сърфират в глобалната мрежа...
можете ли да печелите от тях?**

Финансовата 2000 е първата година, в която много dot.com компании отчитат приходи, по-големи от оперативните разходи. И това въпреки срива на акциите им на фондовите борси. Всъщност печелят тези, които не използват интернет пространството за виртуална търговия, а тези, които са намерили нови, но не по-малко интересни и доходоносни решения за електронен бизнес.

От какво може да се печели онлайн, ако не от добрата стара търговия? Бизнесмоделите в мрежата зависят от две основни неща: рекламата и услугите.

И за двете е необходим сериозен трафик. А мрежата определено не може да се оплаче от липса на посетители. Всъщност според данните на Jupiter Media Metrix (*jmm.com*), световен лидер в изследването на новата икономика, над 184 млн. души сърфират в интернет. Добра възможност да потърсите нови клиенти сред тях. Но преди очичките ви да светнат в долари като на чичо Скруч, добре е да си спомните, че успехът онлайн се гради на "досадната" максима от старата икономика - приходите. Екстремата при dot.com компаниите се крие именно в примамливите опции за бързи такива! Защото големият брой посетители на даден сайт са и неговите потенциални клиенти. Ако компанията е решила да печели от реклама, тогава следенето на трафика е повече от задължително. Ето и няколко идеи за печалби онлайн:

Порталите

Много често тези сайтове се наричат "вратите на интернет". Потребителите си избират един любим сайт и от него проверяват времето, курса на валутата, търсят информация, намират идеи. Първите страници на тези

портали се виждат от милиони души на ден и са добро място за поставяне на реклама. Дори и в реалния свят търговците, имащи магазини или реклами на главната улица, разчитат на големия брой разхождащи се посетители.

Порталите в основата си са или сайтове на големи интернет доставчици или на предприемачи, разработили търсачки. Най-големият сайтдоставчик е Америка Онлайн (AOL), който неотдавна се сля с медиа гиганта Тайм Уорнър. Той определено е лидер по посещаемост с 64 млн. потребители на месец. Най-големият и вече печеливш сайт е Yahoo!, който в основата си е търсеща машина. Порталните сайтове се издържат основно от реклами, а доставчиците и от абонаментните такси за достъп. Разпределението на приходите от реклама не е равномерно. По данни на Интернет адвертайзинг бюро (*iab.net*) около 75% от приходите за реклама се пада на първите 10 най-посещавани портали. Трудността за новопоявилите се портали е в създаването на навик в посетителите да използват точно тяхната "врата" за вход в интернет.

Българските портални сайтове са сравнително нови и състезанието за посетители е в пълна сила. *Dir.bg* е един от най-големите български портали. Той е създаден на типа сайт търсачка. Одитира се от Артур Андерсън и е единственият на Балканите, който се е подложил на проверка. Проверява се сигурността на данните, трафика и ефективността на рекламите. По данни на Артур Андерсън сайтът се посещава от 90% от интернет потребителите у нас. *Bol.bg* пък е портал доставчик на интернет услуги. Наскоро фирмата разработи сайт *portal.bg* и се стреми да насочи трафик към него. Засега обаче у нас онлайн рекламодателите са доста към. Така че, ако решите да си правите портал, трябва да заложите на твърди спонсори или на услуги, които да ви носят печалба. По нови са вертикалните портали - те са насочени към

групи с общи интереси. Най-известните са *women.com* - най-големият портал, насочен към интересите на жените, а ако се интересувате от добра храна и рецепти, посетете *food.com*. За българските любители на качествено вино е елегантният *wine.bg*.

Е - търговете

Идеята на класическите търгове се разви в доходоносен бизнес в интернет. Всеки, който има достъп до мрежата, може да стане участник в търга и да наддава за определена стока или да предложи продукт на търг. Най-успешният сайт, организатор на търгове, е *eBay.com*. Той има и един от най-успешните бизнесмоделни и често заема челни позиции в класациите на най-печелившите сайтове. Обикновено комисионната за посредника е 15%. И това е основният източник на доходи за собствениците му. През 2000 г. се появи сайта *half.com*, чиято основна стратегия е да организира търгове. Само за една година след появата му посетителите му вече са 8 млн. Предприемчиви българи също се включиха в играта с търговете. На адрес *okazion.bg* можете да видите предложенията в аукциона. Услугата засега е безплатна и за продавача, и за купувача. Очевидно собствениците остават един гратисен период за утвърждаване на виртуалната услуга.

Е - развлечения

Една трета от потребителите на интернет признават, че влизат в мрежата, за да играят на игри. Много търсени са игрите от типа човек срещу човек или отбор срещу отбор. Най-успешният нов сайт за 2000 г. е *Grab.com* - сайт за игри на лотарийен принцип, като залаганията са безплатни за участниците. Вече е спечелен и първият милион в долари от участник в играта. По данни на Jupiter Media Metrix броят на посетителите на сайта за декември 2000 г. е 14 млн. души. Сайтът се издържа от желаещи да рекламират чрез различни банери или изпращане директен email на участниците.

Българският принос в разработването на игри за интернет е на фирма Netage Solutions. Фирмата е разработила за Froggor.net портал за игри, достъпен чрез устройства, поддържащи WAP протокол, напр. мобилни телефони. Играта RJ Trivia е първата в света, в която могат да участват повече от един играч и е достъпна едновременно от безжични устройства и PC.

Е - обучение

Един от любимите сайтове на жителите на Америка е *learn2.com*. Сайтът предлага платени курсове в широки области от информационните технологии и още финанси, здраве, различни курсове по чужди езици, бизнес умения. За да привикнат потребителите да ползват сайта, е създадена много забавна част с безплатни курсове и съвети за уменията, нужни в ежедневния живот. Можете да научите как да си завържете вратовръзката, как да си изберете туристическа агенция или как се яде суши. Издържа се от платените курсове, продажбата на книги, CD, реклами. Онлайн курсове има и в България. Българската



стопанска камера предлага курсове по графичен дизайн. На адрес www.bia-bg.com/edu-centre можете да видите програмата на обучението. Стратегията на много от *dot.com* компаниите включва постепенното преминаване от безплатни към платени услуги. Една от последните миграции в тази област е на *brainbench.com*. Сайтът е познат на българските компютърни специалисти. От две години предлага без-

платни тестове в 275 различни области. Ако решите да тествате уменията си, услугата е безплатна. Някои наши софтуерни фирми предлагат на кандидатите за работа да направят тест в съответната област, за да има еднозначно мерило за уменията им. Сайтът се издържа от такси, които се плащат от работодателите, за да имат достъп до базата данни на успешно преминалите тестове. 96% от компаниите в списъка на Fortune 100 са наемали сертифицирани Brainbench специалисти. Желаетелите да тестват своите знания са повече от 2,7 млн. Сигурно това е била пределната цифра за безплатните услуги, защото от март за проверка на знанията си ще се плащат по 19,95 щ. д. за всеки тест.

Е - трудови борси

Виртуалните агенции за подбор на персонала са сайтове с впечатляващ трафик. А той, както стана ясно, е един от основните критерии за набиране на реклама онлайн. Посетителите на тези сайтове са между 7 и 10 млн. месечно. Интересна е концепцията на *Salary.com*. Това е най-бързо развиващият се сайт в областта на трудова заетост. Сайтът предлага изчерпателна информация за заплатите, бонусите и тенденциите за около 1000 различни длъжности. Предлага и инструмент за търсене, наречен Salary Wizard, чрез който можете да потърсите информация за цената на труда във вашата област или да намерите свободни работни места. Българският *jobtiger.bg* е сравнително нов сайтпосредник при намиране на работа или служител. Финансиран е с американски капитал. Има интерес към новата услуга, съдейки по броя на обявите, публикувани ежедневно в сайта. До месец май услугата ще бъде безплатна и за двете страни, след тази дата работодателите ще трябва да заплащат за публикуване на обявите.

Е - проучвания

И изследването на самата мрежа носи пари. Jupiter Media Metrix е световен лидер в следенето на трафика, измерванията, изготвяне на бизнесстратегии за интернет. От публикувания в сайта доклад се вижда, че брутна печалба за 2000-та година е 45 млн. щ. д., а за 1999 г. - 10 млн.

Таня Миткова
интернет дизайнер

е-Бизнес **91111**.com