

ជំពូកទី 1 សំណ្ងារ និងចម្លើយ E-commerce

I/ តំនិតពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិកខ្ពស់

១/ សំណ្ងារ៖ ដីឡាតាំង e-commerce?

A: E-commerce រួមមានការទិញ និងលក់ទំនិញ និងសេវាកម្មជាន់អេឡិចត្រូនិច
ប្រព័ន្ធដឹកជញ្ជូនដីជាតិ និងបណ្តាញកំពុងផែងទេរ។

២/ សំណ្ងារ៖ តើ e-commerce ខុសពី e-business យ៉ាងដូចមេច?

A: E-business ពាក់ព័ន្ធនឹងប្រពិបត្តិការឌីជីថល និងដំណើរការនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនមួយខណៈពេល
e-commerce រួមបញ្ចប់ប្រពិបត្តិការពាណិជ្ជកម្មផ្តល់ការតំបន់របស់អង្គភាព។

៣/ សំណ្ងារ៖ ជាក់ឈ្មោះគំរូពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិកបីប្រភេទទេ?

A: Business-to-Consumer (B2C), Business-to-Business (B2B) និង
អ្នកប្រើប្រាស់ទៅអ្នកប្រើប្រាស់ (C2C)។

៤/ សំណ្ងារ៖ តើការទិញតាមអីនិងដីជាតិមានអត្ថប្រយោជន៍អ្នកខ្សោះ?

ចម្លើយ៖ ការងាយស្រួល និងជិះសារក្រុងទេរ។

៥/ សំណ្ងារ៖ ហេតុអ្នកបានជាការយោត្តាយពីសង្គមត្រូវបានលើកឡើងចាត់ហេតុដែលសម្រាប់ការទិញ
ទំនិញតាមអីនិងដីជាតិ?

ចម្លើយ៖ វាបង្ហាញពីសុវត្ថិភាព និងកាត់បន្ទយអន្តរកម្មការយោងដូចជាការងាយស្រួល
ពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក ជាពិសេសពាក់ព័ន្ធក្នុងអំឡុងពេលព្រឹត្តិការណ៍ដូចជាចាត់ដឹកនាំក្នុងក្រុវិដ-១៩។

II/ បច្ចេកវិទ្យា E-Commerce និងលក្ខណៈពិសេស

៦/ សំណ្ងារ៖ រយបញ្ជីលក្ខណៈពិសេសបីនេះបច្ចេកវិទ្យា e-commerce ។

ចម្រើយ៖ ភាពសម្បរទេប (គ្រប់ទីកន្លែង គ្រប់ពេលវេលា) ការឈាយនៅដីលំសកលលោក និងការកំណត់ផ្ទាល់ខ្លួន។

៧/ សំណើរោះ តើ Web 2.0 ជាអ្នី?

ចម្រើយ៖ គេហទំនាក់រដែលធ្វាក់លើអ្នកប្រើប្រាស់ដែលមានបច្ចេកវិទ្យាប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមអន្តរកម្ម ដូចជា YouTube ជាដីម។

និងគិតិកិច្ច ដោយសងគមពីរដែលបានឱ្យជាប្រព័ន្ធដែលបានបង្កើតដោយអ្នកប្រើប្រាស់។

៤/ សំណុរោះ តើពាណិជ្ជកម្មនៃទីច្បាស់និភាគតែបន្ថយភាពមិនសូសង្ហាក់គ្នានេះព័ត៌មានដោយរបៀបណា
បើប្រែបង្រៀននឹងប្រព័ន្ធ

ពេជ្ជកម្ម?

វាគ្មេងលំឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់នូវការពាយស្រួលភ្លើងការចូលទៅកាន់តំបន់លម្អិតដែលបានរាយការពិនិត្យ និងកំណែ

ការប្រើបង្ហបា

៤/ សំណូរ៖ តើអ្និដាត្វនាទីនេស្ថិជារសកលភ្លាសពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រួនិក?

ចម្រើយ៖ ពួកគេបើកដំណើរការប្រពិបត្តិការដោយគ្មានថ្វីនៅទូទៅដំឡើងដែល

(ខ. HTTPS សម្រាប់ការទូទាត់សុវត្ថិភាព)។

10/ សំណុរៈ តើ "ដង់សីតែពីមាន" ផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ដល់អ្នកទិញទៅនិញតាមអីនឹងដិតយ៉ាងដូចមេច?

A: វាអនុញ្ញាតឱ្យចូលប្រើព័ត៌មានដលិតផលដី ការពិនិត្យ និងទិន្នន័យព័ត៌មានមួយកំនែង។

III/ អេឡិចត្រូន E-Commerce និងបច្ចាប្រយោជន៍

11/ សំណុរៈ ដាក់ឈ្មោះនៅក្នុងកម្មអេឡិចត្រូនិកសកលចំនួនពីរដែលបានលើកទ្វឹងនៅក្នុងដំពូក។

A: Amazon និង Alibaba ។

12/ សំណុរោះ តើចិនិត្យប្រភេទណាដែលអាចលក់បាននៅលី [Alibaba.com](#)?

A: ទំនិញរបស់ ដូចជាបករណ៍ខស្សាបកម្ម ដលិតផលថ្រក្យាសម្រេស់ និងគ្រឿងអេឡិចត្រូនិច។

13/ សំណុរោះ តើ Amazon កំណត់បទពិសោធន៍អូត្រង់នឹងបញ្ចាល់ខ្លួនដោយរហ័ល្មាត់?

ចម្រើយ៖ តាមរយៈការណែនាំដោយផ្តុកលើប្រភពគ្រឹករក និងជំរឿកការដោយ AI

សំណ្ងមពរ៍

១៤/ សំណូរ៖ តើអីជាចំណុចសំខាន់បេស់ Khmer24?

ចម្រើយ៖ រាជធានីភ្នែកមូលដ្ឋានសម្រាប់ការទិញ/លក់ទំនិញក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។

15/ សំណុរោះ ហេតុអ្នកចានជាអ្នកផ្តល់ជូនដែលបានសំឡែងដោយអ្នកផ្តល់ជូន?

ចម្រើយ៖ ដើម្បីឈានទៅដល់ទីផ្សារកាន់តែទូលំទូលាយ និងស្របតាមនិធាករអ្នកប្រើប្រាស់។

IV/ ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម និងកជនភាព

១៦/ សំណុទ្ធរោះ ហេតុអ្និតានជាបណ្តាញសង្គមប្រមូលទិន្នន័យអ្នកប្រើប្រាស់?

ចម្រើយ៖ ដើម្បីកំណត់គោលដៅជ្រាយពាណិជ្ជកម្ម និងសេវាកម្មធ្វាល់ខ្ពស់ បង្កើនប្រាក់ចំណូលរាជីវកម្ម។

17/ សំណុរៈ តើហានិភ័យដែលរាយក្រប់ជាមួយនឹងពាណិជ្ជកម្មនេះត្រូវបានដោះស្រាយឡើងទៅតាមរយៈរបៀបណា?

ចម្រើយ៖ ការណែនាំបច្ចុប្បន្ន ការតាមដានអាកប្បេរិយាបស់អ្នកប្រើប្រាស់ និងការចែករំលែកជាល័ខនដោយគ្រប់គ្រងការអនុញ្ញាត

ព័ត៌មាន។

18/ សំណុរៈ តើអ្នកប្រើប្រាស់អាជការពារភាពឯកជនលើកដែលមិនធ្វើឱ្យដោយរបៀបណា?

ចម្លើយេះ ដោយប្រើពាក្យសម្ងាត់ខ្លាំង ពិនិត្យមេនីការកំណត់ឯកជនភាព និងធ្វើសវាងការចែករំលែកលើស។

19/ សំណុរៈ ហេតុអ្នីបានជា Facebook មានសារសំខាន់សម្រាប់ e-commerce នៅកម្ពុជា?

ចម្លើយេះ រាមានអ្នកប្រើប្រាស់កម្ពុជាចំនួន 6.8 លាននាក់ (គិតត្រឹមឆ្នាំ 2018) ដែលធ្វើឱ្យភ្លាយជាផីជ្រាវដំខាន់

នៅទិន្នន័យ។

20/ សំណុរៈ តើអ្នីជា e-commerce សិង្ហម?

ចម្លើយេះ លក់ដំឡិកជុលដោយផ្ទាល់តាមរយៈប្រព័ន្ធដូចជាសង្គម (ឧ. Facebook ផ្សាយ)។

ដំណឹកទី 2 គឺអ្នកដើរកម្ពុជាអេឡិចត្រូនិក សំណុរៈ និងចម្លើយេះ

សំណុរៈ 1 តើអ្នីជាកូរអាជីវកម្ម?

A1: សំណុរៈ នៃសកម្មភាពដែលបានគ្រាងទុកដែលបានរចនាថ្មីនេះមិនមែនបានប្រាក់ចំណោញនៅក្នុងទីផ្សារ។

សំណុរៈ 2 តើដែនការអាជីវកម្មមានគោលបំណងអ្នី?

ចម្លើយេះ ដើម្បីពិនិត្យនាម៉ាតិគូរអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន។

សំណុរៈ 3 តើអ្នីទៅជាចំណុចសំខាន់ទាំងប្រាំបីនៃគូរអាជីវកម្ម?

កែវ:

1. សំណើតម្លៃ

2. តំរូចំណុល
3. ទិន្នន័យ
4. បរិយាកសប្រកួតប្រជែង
5. គុណសម្រាតិប្រកួតប្រជែង
6. យុទ្ធសាស្ត្រទិន្នន័យ
7. ការអភិវឌ្ឍន៍អង្គភាព
8. ក្រុមគ្រប់គ្រង

សំណុរទី 4 តើអ្វីទៅជាសំណើពេលម៉ោ (បូ USP)?

A: វាល្អួយសំណុរថា "ហេតុអ្និតានជានរណាម្នាក់គ្រឿងឲ្យធ្វើអ្នក?" វាបាតម៉ោទៅមួយគត់
ក្រុមហ៊ុនដូលប៉ូនអតិថិជនរបស់ខ្លួន។

សំណុរទី 5 តើអ្វីជាទិន្នន័យ?

A: តំបន់នៃពេលម៉ោពាណិជ្ជកម្មជាក់ស្អែង បុសភាពុទល់ដែលក្រុមហ៊ុនមានបំណង
ដំណើរការ។

សំណុរទី 6 តើសំណុរ W-គន្លឹះដឹងដែលត្រូវស្រាវែលពេលណ៍ណែនាំណែនាំទិន្នន័យ?

កំឡាំង:

- * តើអ្នកណាគ្រឿងឲ្យជាបិតជលរបស់ខ្លួន?
- * តើពួកគេគ្រឿងឲ្យអ្នី?
- * តើពួកគេគ្រឿងឲ្យនៅពេលណាម្នាក់?
- * ហេតុអ្និតានជាពួកគេគ្រឿងឲ្យរាយ?
- * តើគេទិន្នន័យនៅឯណាម? (ពីការវិភាគអតិថិជន)

សំណូរទី 7 ។ តើការវិភាគបរិយាកាសប្រកួតប្រដែងរួមបញ្ចូលអើខ្លះ?

A: រួមបញ្ចូលទាំងការកំណត់អត្ថសញ្ញាណដៃគុប្រកួតប្រដែងដោយធ្វាល់ និងដោយប្រយោល ចំនួន
របស់ពួកគេ ទាំងប៉ារិយាកាស

ការចែករាប់លក ប្រាក់ចំណោញ និងតម្លៃ។

សំណូរទី 8 យោងតាមស្ថាយ តើអ្នកដែលសំខាន់ជាងការខិតខំប្រើប្រាស់
ប្រើប្រាស់ លទ្ធផល។ ស្ថាយនេះថែងចា "ការប្រើប្រាស់ប្រងមិនដែលមានតម្លៃទេ មានតែលទ្ធផលប៉ុណ្ណោះ
ដែលសំខាន់ កំពើ

ប្រើប្រាស់ប្រើការ ឆ្លាតដៃ [លី]។

សំណូរទី 9 តើអ្នកជាអត្ថប្រយោជន៍នៃការកំណត់គោលដៅទីផ្សារទិន្នន័យ និងក្នុងប្រជាធិបតេយ្យ? (ទីផ្សារឡាតាំងក្នុងប្រជាធិបតេយ្យ)

A: គុណសម្រាតិរួមមានថ្មីដើមស្ថុកជិតសុវត្ថិភាពដែលមានតម្លៃទេ ទីផ្សារទាំង

ការចែករាយ និងសក្តានុពលសម្រាប់ប្រាក់ចំណោលសមូហភាពដើម្បីប្រើប្រាស់ប្រជាធិបតេយ្យ និងក្នុងប្រជាធិបតេយ្យ។

សំណូរ ១០. តើគោលគំនិតសំខាន់ៗទាំងប្រាំទាំងនេះនឹងការទទួលបានគុណសម្រាតិក្នុងការប្រកួត
ប្រដែង?

កំណត់

1. Asymmetries

2. អត្ថប្រយោជន៍នៃការធ្វើសំណើន៍

3. អត្ថប្រយោជន៍ប្រកួតប្រដែងមិនយុត្តិធម៌

4. អានុភាព/ទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍

5. អ្នកធ្វើតែជាការនៃពេលវេលា

សំណូរទី ១១ ហេតុអ្នកបានជាយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារមានសារ៖សំខាន់ សូម្បីតែគំនិតរាជីរកម្មដើរណាមីនុបំជុំតែ?

ចម្លើយេះ ដោយសារតែកតាំងអាណីវកម្មដែលបានរៀបចំឡើងបានដោយ ប្រសិនបើពួកគេមិនត្រូវបានធ្វើឡើងឡើងទេ។

អតិថិជនសាច្រាសាស្ត្រ

សំណុទ្ទឹម 12 តើ 6 Ps នៃយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារតើជាអ្នក?

កំណែ:

1. ធមិតិជន

2. ទីកន្លែង

3. ពេលវេលា

4. ការធ្វើរឿង

5. មនុស្ស

6. ដំណើរការ

សំណុទ្ទឹម ១៣ ហេតុអ្នករអភិវឌ្ឍន៍អង្គភាពមានសារ៖សំខាន់៖

ចម្លើយេះ វាបានរៀបចំឡើងដោយការចំណាត់ថ្នាក់ (ដូចជាសាយកដ្ឋានមុខងារ)។

ប្រព័ន្ធនេះ និងការងារជាប្រព័ន្ធ ដើម្បីអនុវត្តដែនការអាណីវកម្មប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។

សំណុទ្ទឹម ១៤ តើក្រុមអ្នកគ្រប់គ្រងខ្លាំងមានលក្ខណៈសម្រាតិភី៖

A: វាអាចធ្វើឱ្យគ្មានអាណីវកម្មដំណើរការ ដូលប់ភាពធ្វើជាក់ដូលប់អ្នកវិនិយោគខាងក្រោម មាន

ចំណែកដើម្បីធ្វើជាក់លាក់ និងមានបទពិសោធន៍ក្នុងការអនុវត្តដែនការអាណីវកម្ម។

សំណុទ្ទឹម ១៥ តើសម្រាប់អ្នកគ្រប់គ្រងខ្លាំងមានដូលប់ជោនអំពីថែប្រាយល្អ?

ចម្លើយេះ "ថែប្រាយល្អគឺជាថែប្រាយដែលធ្វើឱ្យបុគ្គលិករបស់គាត់រស់នៅបានល្អ!"

សំណុទ្ទឹម ១៦ តើគ្មានអាណីវកម្មតាមអេឡិចត្រូនិកអាចត្រូវបានចាត់ច្នាក់ដោយរបៀបណា?

ចម្រើយ៖ ពួកគេរាជត្រវាំបានចាត់ថ្នាក់តាមវិស័យពាណិជ្ជកម្មនៃត្រីធម្មតានឹង (ខ. B2B, B2C) បុណ្យដោយ
ផ្តូរក្នុង

បច្ចេកវិទ្យាដែលបានប្រើ (ឧទាហរណ៍ m-commerce) ។

សំណូរទី១៧ ដាក់លេខា៖គ្រប់កម្ម B2B ទូទៅចំនួនបន្ទុ។

๕๐

* អ្នកចែកចាយអី

* លទ្ធផលនៃពិធីប្រតិបត្តិ

* ជ្រាវសំបុរ

* សម្រេចនូវខស្សាបកម្ម

សំណើរ ១៨. តើខ្សែសង្កាត់តម្លៃខ្សែបាកមួយគឺជាតី?

A: សំណុនៈសកម្មភាពដែលអនុវត្តដោយអ្នកដឹងតិចដៃ អ្នកដឹងលើពី អ្នកដឹងពីរបាយ។

និងអ្នកលក់រាយដើម្បីបំប្លែងតាតុចូលឆ្លោះទៅជាទុកដាក់លើកដល់ និងសេវាកម្មចុងក្រាយ។

សំណ្ងារទី ១៩ តើអីនូវដឹងការប៉ះពាល់ដល់ខ្សែសង្កាត់តម្លៃខស្សាបាកមួយៗដូចមេច?

A: វាកាត់បន្ទយថ្លែងដើមនៃពីរមាន និងថ្លែងប្រតិបត្តិការធ្វើនៅទៀត ដែលនាំឱ្យកាន់ពេជ្ជ

ប្រសិទ្ធភាពប្រតិបត្តិការ ការចំណាយទាប ពីម៉ោង និងពីម៉ោងនៃមស្រាប់អភិវឌ្ឍន៍។

Q20 តើខ្សែសង្កាត់ពេលវេលាបានដឹងជាដឹក?

A: សកម្មភាពជាក់លាក់ដែលក្រុមហ៊ុនទៅមួយចូលរួមដើម្បីបង្កើតផលិតផលចុងក្រាយពីនៅ

ធាតុចូល។ ដំបាននឹមួយៗនៅក្នុងខ្សែសង្កាក់បន្ថែមតិច។

សំណ្ងានទី ២១ ។ តើអ្នកទៅជាតិពីពួកនេះអីណាតុកលើខ្សែដាក់តម្លៃរបស់ក្រុមហ៊ុន?

A: វាបង្កើនប្រសិទ្ធភាពប្រតិបត្តិការ អនុញ្ញាតឱ្យមានភាពខសត្តា នៃជលិតជល និងអនុញ្ញាតឱ្យមាន

ការសម្រេចបន្ទាន់ដាក់លាក់នៃជំហាននៅក្នុងខ្សែសង្គ្រាក់។

សំណូរទី២២។ តើសកម្មភាពចម្លោងទាំងប្រាំនៅក្នុងខ្សែសង្គ្រាក់តាមរបស់ក្រុមហ៊ុនតីជាមី?

កំណែ

1. Inbound Logistics

2. ប្រព័ន្ធបច្ចុប្បន្ន

3. កសិករក្រោចប្រទេស

4. ទីផ្សារ និងការលក់

5. សេវាកម្ម

សំណូរទី២៣។ តើអ្នកធ្វើដោយនៅក្នុងខ្សែសង្គ្រាក់តាមរបស់ក្រុមហ៊ុន?

A: ហេដ្ឋារចេនាសម្ព័ន្ធីដែល ការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស ការអភិវឌ្ឍន៍បច្ចេកវិទ្យា និង

លទ្ធផល។

សំណូរទី 24 ។ តើអ្នកយុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្ម?

ចម្លើយ៖ ដែលការសម្រាប់ការសម្រេចបន្ទាន់នូវប្រាក់ចំណោញយោះទៅដឹងដឹងប្រសើរលើដឹមទុនដែល
បានវិនិយោគ (ប្រាក់ចំណោញ)។

សំណូរទី២៥ តើយុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្មទូទៅទាំងប្រាំដែលបានលើកឡើងមានអ្នកខ្សោះ?

កំណែ

1. ភាពខ្សោតនៃដំបូងដឹល/សេវាកម្ម

2. ការប្រកួតប្រដឹងតាម

3. វិសាលភាព

4. ការធ្វើតមារម្មណ៍

5. ភាពស្ថិតិស្ថាបនបរស់អភិវឌ្ឍន៍

ជំពូកទី 3 - សំណុរៈ និងចម្លើយទីផ្សារ E-Commerce

សំណុរទី 1: តើ 6 P នៃយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារគឺជាមួយ?

A: 6 P គឺជាជានិតិតិដល ទីកន្លែង តម្លៃ ការង្រៀច្ចាយ មនុស្ស និងជំណើរការ។

សំណុរទី 2: របៀបធ្វើគោលបំណងតម្លៃទៅទៅចំនួនបី។

ចម្លើយ៖ ទាំងបីពីបញ្ជីនេះ៖ ប្រាក់ចំណោះអតិបរមា ការបង្កើនប្រាក់ចំណុល អតិបរមា

បិទាណា ហើយប្រាក់ចំណោះអតិបរមា អ្នកដឹកនាំគុណភាព ការស្ថារតម្លៃថ្មី ការសំភាពមានជីវិត បុ

ស្ថានភាព។

Q3: តើអ្នកជាការខុសត្រាវារីដែលតម្លៃ 'free' និង 'freemium'?

ចម្លើយ៖ 'តតគិតថ្មី' ត្រូវបានប្រើដើម្បីកសាងការយល់ដឹងអំពីទីផ្សារ។ 'Freemium' គឺជាកន្លែងដែលអភិវឌ្ឍន៍ទទួលបាន

សេវាមូលដ្ឋានតតគិតថ្មី បើនេះគ្រប់ថ្មីបុព្ទិភាគ (លក្ខណៈពិសេសពេញលេញ) កំណែ។

សំណុរទី 4: តើអ្នកកំណត់ច្រើនថ្មីដែលតម្លៃសាស្ត្រកំណត់តម្លៃ?

ចម្លើយ៖ ការបង្កើតកំណត់ច្រើននឹងការបង្កើតកំណត់ច្រើននៃជាមិតិដល និងការលក់ជាសំខាន់

ជាមិតិដលដូចត្រាទៅថ្មីទីផ្សារដើរដូច្នេះ។

សំណុរទី 5: ជាក់លេខា: យុទ្ធសាស្ត្រង្វេច្ចាយចំនួនប្រាំដែលបានរៀបរាប់នៅក្នុងជំពូក។

ចម្លើយ៖ ទាំងប្រាំពីបញ្ជីនេះ៖ វីដីអូបន្ទាល់ និងលក់ ការបញ្ចានតម្លៃ គួរឱ្យបង្កើតកំណត់តម្លៃ សមាជិកភាព បង់ជាមួយ

[X] ធនាគារសម្រាប់ការបញ្ចុះតម្លៃ, ទិញ 2 ថ្ងៃ 1, ការប្រកួតប្រជើង, Like & share សម្រាប់ការបញ្ចុះតម្លៃ, រដ្ឋវកាល

ការលក់ ការសាកល្បងតតិតថ្មី បង្ហាញសមិទ្ធផលរបស់អ្នក ទីបន្ទាល់។

សំណុទីខ៖ យោងតាមគោលគំនិត "Jab, jab, jab, right hook" តើអ្នកដាច់ទាហរណ៍នៃការផ្តល់ឱ្យលក់អ្នកដោយសេវាពេលក្រាយ?

A : ឧទាហរណ៍រូមមាន: ការសាកល្បងតតិតថ្មីតទួរនេះ លក់នៅពេលក្រាយ។ ធនិតិដលតួចតតិតថ្មី លក់ដំមួយ;

តតិតថ្មី "ខ្សី" & "ហេតុអ្នក" ព័ត៌មាន លក់ "រហូតប៊ា"; បុសេវាកម្មតតិតថ្មី លក់ដិតិដល។

Q7: តើអ្នកដាការណុសត្រាសំខាន់រវាងអតិថិជន អ្នកប្រើប្រាស់ អតិថិជន និងអ្នកគំទ្រ?

កែវ:

* អតិថិជន: ទិញដិតិដល (រយៈពេលខ្លឹម ភាពស្មោះត្រង់ពិចពួច)។

* អ្នកប្រើប្រាស់: ប្រើប្រាស់ដិតិដល (រយៈពេលមធ្យម ភាពស្មោះត្រង់មធ្យម)។

* អតិថិជន: ទទួលបានសេវាកម្មប្រកបដោយវិធានីរោះ (រយៈពេលវិង ភាពស្មោះត្រង់ឡើង)។

* អ្នកគំទ្រ: ធ្វើតាមអ្នកដោយស្មោះស្អែក (រយៈពេលវិង ភាពស្មោះត្រង់ឡើង)។

សំណុទី 8: តើអ្នកដាចំរួ "Bit and Hook" សម្រាប់បំប្លែងអតិថិជន?

ចម្លើយ៖ គំរូនេះពាក់ព័ន្ធនឹង 1) ផ្តល់ជូនការសាកល្បងតតិតថ្មីមួយបើយមួយទៀត 2) ធ្វើឱ្យពួកគេទិញដំបូង។

ធនិតិដលចោរ និង 3) ប្រមូលព័ត៌មានទំនាក់ទំនងរបស់ពួកគេដើម្បីលក់ឱ្យកាន់តែថ្មី

ធនិតិដលនៅពេលក្រាយ (តាមរយៈការលក់បន្ទុ និងការលក់ផ្លូវ)។

សំណុទី 9: ដោយប្រើឧទាហរណ៍ដែលបានផ្តល់ឱ្យ បែងចែករវាងតម្រូវការ ចង់បាន និងតម្រូវការ។

កែវ:

- * ព្រមទាំង ព្រមទាំង មូលដ្ឋាន (ខ. រាបរ)។
 - * ចង់បាន៖ ចំណងចំណុលចិត្តជាក់លាក់សម្រាប់អីមួយដែលបំពេញព្រមទាំង មានចំណង សាច់រាល់ បីប្រើ)។
 - * គ្មាន៖ ចង់បានដែលតាំងត្រដោយសមត្ថភាព និងការសម្រេចចិត្តទិញ (ខ. មានតែ a បីប្រើស្តិតនៅក្នុងចិត្ត) ។

សំណើរទី 10: យោងទៅកាមហានាស្តក្រមរបស់ Maslow តើតម្រវករ 5 កម្រិតរបស់មនុស្សមានអ្វីខ្លះ?

A: 1) សីវិន្ទោ, 2) សុវត្ថិភាព, 3) សេចក្តីស្រឡាញ / ជាកម្មសិទ្ធិ, 4) ការគោរព, 5) ការធ្វើឱ្យខ្លួនដង
ពិតប្រាកដ។

សំណ្ងារទី 11: ដំឡុកណែនាំចាម្ចកអាចចលក់អ្នតានដោយអំពារនារទៅកាន់ "7 អំពើបាបមរណ៍"។

ពេជ្ជកគ់ជាមី?

កែវ: តណ្ហា លោក: លោក: ស្ថិតុបុត សេចក្តីថ្លាច សេចក្តីថ្លាច អំពើបាបទី 8 ការកំយន្តាច
កំគ្រែបានបន្លែមដឹងដឹរ) ។

សំណូរទី 12: តើវិធីការប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្តាយសង្គមមួយណាដែលត្រូវបានដ្ឋានជាប្រភេទដែលម្រោងជាមួយនឹងអំពើចាប់នៃ "មោទនភាព" នៅក្នុង

ពិភពខ្មែរ

ចម្រើយ៖ Instagram ၅

សំណើរដឹត 13: តើអ្នកធានបានច្របនៃដំណឹងការសម្រចចិត្តរបស់អ្នកប្រើប្រាស់?

A : 1) ការយល់ដឹង/តម្លៃការទួលស្ថាប់, 2) ការស្វែងរក, 3) ការវាយតម្លៃនៃជម្រើស, 4)

ការទិញ, 5) អាកប្បកិរិយាភ្លាយការទិញ / ភាពស្វោះត្រង់។

សំណើរឹង 14: យោងតាមក្រាបីក "គ្រប់គ្រង់និងពាយជាអីវិត" ប្រសិនបើអ្នកមាន

ការចាប់អារម្មណ៍ 100,000 តើចំនួនបានស្ថាននៃអគ្គិភ័យស្អាត៖ត្រង់ដែលអ្នកអាចទទួលបាន?

A: អតិថិជនស្មោះត្រង់ 12 នាក់ (ផែកលើគ្មេះ: 100,000 ការចាប់អារម្មណ៍ -> 1,000 ប្រកប

អ្នកទស្សនា -> 50 ការទិញ -> អតិថិជនស្មោះត្រង់ 12 នាក់) ។

សំណើរទឹក 15: ហេតុផ្លូវបានជាការកសាងទំនួកចិត្តលើអីនធីណាតមានសារ: សំខាន់សម្រាប់ពាណិជ្ជកម្មនៃ
ខ្លួចត្រួតនិក?

ចម្រើយ៖ មុនពេលអតិថិជនសម្រាប់ធ្វើប្រាក់ ពួកគេត្រូវការទំនុកចិត្ត។ ការខ្សោះការទុកចិត្តគឺ កុងសត្វចម្លងការបញ្ចប់ការលក់អនឡាត្រ។

សំណ្ងារទី 16: រាយនឹងសារស្ត្រប្រាំដើម្បីកសាងចំនួកចិត្តលើអ្នកដើរ។

ចម្រើយ៖ ទាំងត្រាំពីបញ្ជីនេះ៖ ប្រើវិធីដែលបានចាត់ ហើយដោលបានចាត់ ហើយ

សំណើរទឹក 17: តើបីស្តីទាំងប្រាំមួយមានអ្នកខ្លះនៅក្នុងដែនការទីផ្សារពហុនានេះលេ?

ចម្លើយ៖ 1) ទីផ្សារសង្គម 2) គេហទំព័រ 3) ទីផ្សារអនឡាត្រូបេបប្រព័ន្ធនឹង 4) ទូរស័ព្ទចលក់
ទីផ្សារ, 5) ទីផ្សារក្រោបណ្តាញ, 6) ទីតាំងរាជការ។

សំណូរ និងចម្លើយ៖ ការកសាងគេហទំនាក់របាយដីកម្មអេឡិចត្រូនិក Q&A

សំណ្ងានទី 1 តើអ្នកទៅជាដូរកសំខាន់នៃចក្ខុវិស៍យាតាពិធីកម្មអេឡិចត្រួនិក?

ចម្រើយ៖ សមាសធាតុសំខាន់រវិមាន សេចក្តីថ្លែងការណ៍បេសកកម្ម ការកំណត់ទស្សនិកជនគោលដៅ។

កំណត់ទីតាំងនិងផែលមានបំណង ធ្វើការវិភាគយុទ្ធសាស្ត្រ (ដៃចង្ការ SWOT)

រៀបចំផែនការទីផ្សារតាមអនុដិតិវិកាត និងបង្កើតការកំណត់ពេលវេលាដែលនឹងការអភិវឌ្ឍន៍ជាមួយនឹងបច្ចេកវិទ្យា

2. តើអ្នកជាតុករៀងដីវិកម្ម e-commerce ទូទៅ?

ចម្រើយ៖ គ្រប់គ្រងមានវិបតុល, e-tailer, អ្នកផ្តល់មាតិកា, យុទ្ធភនាលប្បតីបត្តិការ, អ្នកបង្កើតិជ្ជរ អ្នកផ្តល់សេវា និងអ្នកផ្តល់សហគមន៍។

3. តើអ្នកធ្វើចំណុលចម្លងសម្រាប់គេហទំនាក់ពាណិជ្ជកម្មនៅវិថីភ្នែក?

ចម្លើយ៖ គ្រប់ម្បងគីបំណុលពីការធ្វាយពាណិជ្ជកម្ម នៃជាតិ នៃប្រតិបត្តិការ។
ចំណាយពីការលក់ និងចំណុលពីសាខា។

4. តើទស្សនីកជនគោលដៅគ្រប់បានពិណិត្យនយោងដូចមេច?

A: ទស្សនិកជនគោលដៅត្រូវពេញចានពិពណ៌នាដោយប្រើប្រាសាស្ត្រ (អាយុ, ភេទ, ប្រាក់ចំណូល, ទីតាំង) គ្នាមាត្រប្រព័ន្ធសម្រាប់របស់នៅ គ្នានៃការប្រើប្រាស់ (ទម្ងន់ប៉ិទិញ) ឱ្យដឹងថល គ្នានៃការប្រើប្រាស់ (សកម្មភាពលើអីនិងធិណិត) លំនាំនៃការបង្កើតមាតិកា (ខ. ការសរស់របួក) និង លម្អិត

បុគ្គលម្នកទិញ។

5. តើវីជ្ជាគារគោលបំណងនៃការវិភាគ SWOT តួនាទីរបៀបចំនួនការពាណិជ្ជកម្មនៅទីចត្តិថ្លែង?

6. ເກີ່ມື້ຜັນ E-commerce Presence Map?

ចម្រើយ៖ រាជាណក្របខណ្ឌដែលរៀបចំពីប្រភេទផ្សេងៗនៃវត្ថុមាន (គេហទំនួរ អូមែល សង្គម

ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្តាយ ក្រសួងពេទ្យ) និងការប្រព័ន្ធប្រចាំថ្ងៃ ទូរសព្ទបណ្តុះបណ្តាល Facebook ឬ៖ ពុម្ពាល់) និង

សកម្មភាពដែលបានអនុវត្តលើពួកគេ (ស្ម័គរក ការលក់ ការសន្យានា ម៉ាកយើហោល។)

7. តើអ្នកធានាដំបានសំខាន់ៗទាំងប្រាំនៃរដ្ឋជីវិតនៃការអភិវឌ្ឍន៍ប្រព័ន្ធ (SDLC)?

ចម្លើយ៖ ដំបានទាំងប្រាំតី៖

1. ការវិភាគប្រព័ន្ធ/ការធ្វើដំណឹងការ

2. ការចនាប្រព័ន្ធ

3. ការកសាងប្រព័ន្ធ

4. ការធ្វើតែស្ថិក

5. ការអនុវត្ត

8. តើអ្នកធានាច្នោរវាងការចនាឯុទ្ធឌីខល និងការចនាយុទ្ធដូនការចនាប្រព័ន្ធ?

ចម្លើយ៖ ការចនាយុទ្ធឌីខលពិតិភាពនាមពីលំហូរពេញខែមីនា និងមុខងារដំណឹកការ (ខ.

ធនក្រាមលំហូរទិន្នន័យ) ។ ការចនាយុទ្ធឌីខលកំពុងក្រោមខែមីនា និងកម្មវិធីពិតិ

សមាសភាពដែលត្រូវការ (ខ. ម៉ាសីនមេជាកំលាត់ កម្មវិធី និងការគ្រប់បណ្តាល)។

9. តើអ្នកធានាច្នោរវាង hosting និង co-location?

ចម្លើយ៖ ការបង្កើរការបង់ប្រាក់ និងការបង់ប្រាក់ប្រចាំថ្ងៃ ដើម្បីគ្រប់គ្រង និងធានាយុវត្ថុរោគបទំព័រ

ការអាជីវការនៃពេលវេលាដំឡើង និងការបង់ប្រាក់ប្រចាំខែ និងការបង់ប្រាក់ប្រចាំឆ្នាំ។

ផ្នែកវិស័យបច្ចុប្បន្ន ឬការបង់ប្រាក់ប្រចាំឆ្នាំ និងការបង់ប្រាក់ប្រចាំឆ្នាំ និងការបង់ប្រាក់ប្រចាំឆ្នាំ។

10. តើតែស្ថិបីប្រភេទសំខាន់ៗមានអ្នកខ្លះ?

ចម្លើយ៖ បីប្រភេទគឺ ការធ្វើតេស្សជាកាតា (ការធ្វើតេស្សសមាសធាតុបុគ្គល) ការធ្វើតេស្សប្រព័ន្ធ (សាកលវិភាគប្រព័ន្ធយុមបញ្ហាល្អាតា) និងការធ្វើតេស្សការទទួលយក (ធានាទាប្រព័ន្ធដៃបគាលបំណងអាជីវកម្ម) ។

11. តើកត្តាសំខាន់ៗចំនួនបីក្នុងការបង្កើនប្រសិទ្ធភាពដំណើរការគេហទំនាក់តារីជី?

ចម្លើយ៖ កត្តាបីគឺការចេកចាយទំនាក់ (ឧ. បណ្តាញមាតិការ កម្រិតបញ្ហា) ទំនាក់ជំនាន់ (ឧ. ពេលវេលាភ្លើយតបរស់ម៉ាសីនមេ) និងមាតិកាតំនាក់ (ឧ. ធ្វើឱ្យ HTML និងក្រុបភាព) ។

12. តើអ្នកធានាបន្ទាន់ដោយស្ថាបុរាណស្ថាបុរាណកម្មគេហទំនាក់ពីរដាន់ និងពហុដាន់?

ចម្លើយ៖ ស្ថាបុរាណកម្មពីរដាន់ជាចម្លាត់ជាចម្លាត់ពេន្ទនឹងម៉ាសីនមេគេហទំនាក់ និងម៉ាសីនមេមួលដ្ឋានទិន្នន័យ។ ស្ថាបុរាណកម្មពហុដាន់បន្ទាន់មេដ្ឋានបំផុតប្រចាំថ្ងៃ (ម៉ាសីនមេកម្មវិធីសម្រាប់ក្រុវិជ្ជាអាជីវកម្ម) រាយការណ៍ web server និង backend ប្រព័ន្ធសាជីវកម្ម និងមួលដ្ឋានទិន្នន័យ។

13. តើកញ្ចប់កម្មវិធីម៉ាសីនមេបណ្តាញឈាមមុខគេហទំនាក់ពីរមានអ្នកខ្លះ?

ចម្លើយ៖ អ្នកដឹកនាំទាំងពីរគឺ Apache (ធ្វើការជាមួយ UNIX/Linux) និង Internet របស់ Microsoft ម៉ាសីនមេពេត់មាន (IIS) (រំដូកលើវិនិដ្ឋី) ។

14. តើអ្នកការបង្កើតទំនាក់ចាមវន្ទ ហើយតើរមានអត្ថប្រយោជន៍អ្នកខ្លះ?

ចម្លើយ៖ វាដាចំណើរការដែលមាតិកាតំនាក់របស់បណ្តាញត្រូវបានរក្សាទុក្សុងមួលដ្ឋានទិន្នន័យ និងបានប្រមូលដ្ឋានលើលើ

ការហេរោះហើយនៅពេលត្រូវបានស្រើសំ។ គុណសម្រាតិរបស់រាយមានការបញ្ចុះតម្លៃលើមីនុយ (តម្លៃក្នុងការផ្តាស់ប្តូរ

តម្លៃ) ធ្វើឱ្យការរំលែកចំកិច្ចរងាយស្រួល អនុញ្ញាតឱ្យមានការនឹសនឹងតម្លៃជាយមិនគិតឡើង និង

សម្របសម្រលការគ្រប់គ្រងមាតិកា

15. តើមុខងារស្ថូលដែលផ្តល់ជាយកម្មវិធី E-commerce Merchant Server Software មានមុខងារអ្វីខ្លះ?

ចម្រើយ៖ មុខងារស្ថូលតី ការទ្វាកអនឡាញ រទេសកំទំនិញអនឡាញ និងតណាង
ដំណើរការពាត់

16. តើការធ្វើមាត្រដោនគិជាស្ថី ហើយកើតុជាដឹចម្មង់ពីរក្សានការធ្វើមាត្រដោនដែករឹង?

ចម្រើយ៖ ការធ្វើមាត្រដ្ឋានគីជាសមត្ថភាពរបស់គេហទំនាក់នាក់ម្ខិកចម្លោះដើម្បីបំពេញតម្រូវការកើនឡើង។

វិធីចម្លងគី៖

* បញ្ជី: បន្ថែមចាមពលបន្ថែម (ឧ. សិកីយុលីនធានមុន RAM ត្រឹម) ទៅនឹងឧបករណ៍ដែលមានស្រាប់

ມ້າສູງໆ

* ផ្នែក៖ បន្ទីមម៉ាស៊ីនបន្ទីមទៀតដើម្បីចែករាល់លេកបន្ទីការងារ។

17. ពីអ្នករាជនគរោងការកំណត់ថ្មាល់ខ្លួន និងការប្រគល់មំណង?

ចម្រើយ៖ ការកំណត់ធ្វាល់ខ្លួនគឺជាសមត្ថភាពរបស់គេហទំនើរមួយក្នុងការព្យាយាតាលអ្នកប្រើប្រាស់ដោយផ្តើមលើលក្ខណៈធ្វាល់ខ្លួនរបស់ពួកគេ។

គុណភាព និងប្រវត្តិមុន (ខ. បង្ហាញពាក្យដែលបានមើលឡើងទេ)។ ការប្រើរាយបំណងគី

សមត្ថភាពរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ក្នុងការធ្វើសំបុរាណិតិដល បូសេវាកម្ម ឱ្យសមនឹងព្រោះការបស់ពួកគេ។

18. តើកម្មវិធីពាណិជ្ជកម្មតាមទូរស័ព្ទ (m-commerce) មានបីប្រភេទអ្វីខ្លះ?

ចម្លើយ៖ បីប្រភេទគី៖

1. គេហទំនាក់ទ័រស្តីផើដែលត្រូវបានធ្វើឱ្យប្រសើរសម្រាប់កម្មិតុករកតាមអនុវត្តិភាព។

2. Mobile Web App: ជាកម្មវិធីដែលមានលើកម្មវិធីរករកតាមអីនិងធិណិតដែលត្រូវបានចេញ
ឡើងសម្រាប់ខេត្តករណ៍ចល់ត បុន្ថែមិនមាននោះទេ។

ចាំបាច់ត្រូវដំឡើងពីហានកម្មវិធី។

3. កម្មវិធីផើម: កម្មវិធីដែលបានរចនាលើកដាក់លាក់