

شريحة العملاء المستهدفين

في هذا البند يجب الإجابة على سؤال: لمن نوجدُ القيمة؟ من أهم عملائنا؟

الأسواق الجماهيرية mass market

لا تميزُ نماذج الأعمال التجارية، التي تستهدف الأسواق الجماهيرية تستهدف الأسواق الجماهيرية، بين الشرائح المختلفة للعملاء

الأسواق المتخصصة (Niche market):

تركز نماذج الأعمال التجارية التي تستهدف الأسواق المتخصصة على شرائح محددة ومتخصصة من العملاء

التمييز (Segmented):

تميز بعض نماذج العمل التجاري بين شرائح السوق التي تختلف احتياجاتها ومشكلاتها بعض الشيء عن بعضها

التنوع (Diversified):

إنتاج أكثر من منتج للوصول إلى شرائح جديدة .

قنوات التوزيع

- عبر أي من القنوات ترغب شرائح عملائنا أن يتم الوصول إليهم؟ هل قنواتنا متكاملة؟ أي منها يعمل بشكل أفضل؟ أيها الأكثر فعالية بالنسبة إلى كلفتها؟
- إن التوصل إلى المزيج الصحيح من القنوات للاستجابة لرغبة العملاء بالطريقة التي يرونها مناسبة للوصول إليهم أمر غاية في الأهمية في سبيل دفع القيمة المقترحة إلى السوق.

أنواع قنوات التوزيع:

- قنوات مباشرة: مملوكة للشركة مثل فريق مبيعات تابع للمنشأة أو موقع إلكتروني. قد تكون مكلفة
- قنوات غير مباشرة: مثل محلات تجزئة مملوكة للمنشأة أو تدار بواسطتها.
- القنوات الشريكة: فهي قنوات غير مباشرة وتضم مجموعة كبيرة من الخيارات، مثل التوزيع بالجملة والتجزئة أو المواقع الإلكترونية المملوكة لشركاء. ومن عيوبها أنها تقلل الأرباح