

المحاضرة الخامسة: تابع لخطوات انجاز المشاريع الجزء 2

*شرائح العملاء:

- من تريد أن تخدم بمشروعك هذا سواء بمنتج أو بخدمة ؟
لا يجب أن تكون الشريحة بدون تحديد حتى و إن كانت شريحة جماهيرية يجب أن تتعرف عليها لتعرف كيف تعرض لهم سلعتك و هل يمكن الوصول لهم أو لا، و هل لديهم الدوافع لشراء سلعتك أو لا.
هل هم أفراد أو مؤسسات ؟ هل هم فئة متخصصة أو فئة جماهيرية ؟ بمعرفتك لشرائح العملاء ستتعرف إلى الأفراد أو المؤسسات التي ستجلب لك المال.
- **المخرجات:** ستكون قائمة من العملاء و إذا كان لديك مجموعة متنوعة في القائمة حاول أن تبدأ

بترتيبهم حسب الأولوية بحيث بمن ستبدأ ثم بعد ذلك بمن و هكذا..

- **القيم المقترحة:** وهي القيم التي بسببها سيتوجه العملاء إليك أي بمعنى هي الميزة التنافسية و عليه

يجب عليك أن تحدد هذه القيم هل خدماتك أو منتجاتك تحل مشكلة أو تساعد عملائك على إنجاز أعمالهم أو هل ستقدم منتج جديد كلياً ؟ هل سلعتك ستقدم السعر الممتاز أو التصميم الملائم و غيرها من القيم المقترحة.

- **القنوات:** القنوات هي حلقة الوصل بين العملاء و المنشأة أو المنتج أو الخدمة وأهميتها تكمن في أنها هي واجهة السلعة أو المنشأة وهي تساعدك أيضا في تقييم القيم المقترحة، فهناك قنوات مباشرة مثل فريق مبيعات والتعامل الشخصي مع العميل أو موقع الكتروني وغير مباشر مثل المتاجر المشتركة وغيرها.
القنوات ستجيبك على كيفية الوصول إلى العملاء ؟ ويجب أن تعرف أي من قنواتك سيعمل بشكل أفضل
وهل هي متكاملة أو تحتاج إلى بعض الإضافات.
- **العلاقة مع العملاء:** كيف سيتم التواصل مع العميل وكيف سيتواصل معك و يتفاعل معك؟ لكل

شريحة قناة خاصة بها فهناك شريحة ستتعامل معها عن طريق الخدمات الآلية وهناك شريحة ستتعامل معها عن طريق المساعدة الشخصية من قسم العملاء بالمنشأة سواء عن طريق الخدمة المباشرة أو البريد الإلكتروني.

وهناك أيضا قناة المشاركة في أداء العمل مثل ما تفعل شركة أمازون فإنها تدعو العملاء إلى كتابة مراجعة

للكتاب أو المنتج الذي يشترون.. وهناك الخدمة الذاتية وغيرها من القنوات ومن المهم أن تعرف كل شريحة وقنواتها الخاصة، فبمعرفة تلك هذه ستعرف كيف تكسب المزيد من العملاء وكيف تحافظ على العملاء الموجودين وأيضا ستنتشط المبيعات عندك.

● **مصادر الإيرادات:** عن طريق ماذا سيتدفق المال؟ كيف سيدفعون؟ وما القيمة التي سيكون

العملاء مستعدين للدفع مقابلها؟

● **الأنشطة الرئيسية:** هي الأنشطة الأساسية التي ستقوم بها المنشأة ونركز عليها لزيادة أدائها للأفضل

● **الموارد الرئيسية:** قيمك المقترحة ماذا تحتاج من موارد أساسية؟ وماذا تحتاج قنوات التوزيع وأيضا

العلاقات مع العملاء من موارد رئيسية؟ هناك موارد تحتاجها مثل المباني وشبكات التوزيع و عربات النقل وهذه هي الموارد المادية الملموسة. وهناك أيضا الموارد الفكرية مثل العلامات التجارية والموارد البشرية و أيضا الموارد المالية.

الموارد مرتبطة بالأنشطة الأساسية فبالتركيز لتعرف ما هي الموارد يجب معرفة ما في الأنشطة الرئيسية ومصادر الإيرادات.

إذن: نموذج العمل مرتبط بتماسك الحجارة بعضها ببعض لذلك يسمح للتعديل بين فترة و أخرى خلال بنائه أو حتى بعد اكتمال هذا البناء.

● **الشراكات الرئيسية:** تكوين شراكات كشركاء النجاح أصبح أمر أساسي في الكثير من نماذج

الأعمال لعدة أهداف، وقد يكون التعاون بين شركات ليست بينها منافسة أو تعاون وشراكات إستراتيجية بين منشآت متنافسة أو شراكات مع بعضها البعض لإطلاق مشروع جديد وغيرها من الشراكات التي تهدف إلى تقليل المخاطر أو للتحسين أو للحصول على موارد معينة من خلال هذه الشراكات.

• **هيكل التكاليف:** هناك هياكل مدفوعة بالكلفة فيرتكز نموذجها على تقليل التكاليف لتحقيق أدنى

سعر وأخرى بالقيمة ترتكز على خلق قيمة وليس أدنى سعر مثل الفنادق الفخمة والخدمات الحصرية. كما أن هناك تكاليف ثابتة وتكاليف متغيرة، لذلك يجب أن تفهم هيكل التكلفة لديك ليكتمل النموذج وبعدها انظر من بعيد لتري نموذجك ولتدرسه جيدا وتعديل عليه إلى أن تصل إلى النموذج الممتاز و المبتكر. **2/ السوق والعملاء:** ويجب أن تعرف:

-تقدير حجم السوق: من خلال عدد الأشخاص المهتمين والقادرين على الدفع لمنتجك؟ وأيضا الحصة السوقية التي يمكن الحصول عليها.

-الوصول إلى العميل (قناة التوزيع): كيف يمكن أن نوصل الخدمة أو المنتج إلى العميل بأقل تكلفة وأقصى سرعة؟ وهو عامل مهم جدا في تحديد الحصة السوقية. قناة التوزيع يمكن أن تعتبر كميزة نسبية مثلا: هل سأبيع مباشرة معناه يجب تطوير قنوات التوزيع الخاصة بي مثلا: هل البيع سيكون من خلال محل أو من الشبكة اونلاين.

-هيكل السوق: المشروع الذي سأعمل فيه سيكون فيه منافسة لهذا يجب أن اعرف حجم التنافس في السوق؟ فمن الصعب الدخول إلى سوق متخصص وفيه منافسين أقويا، كما يجب أن اعرف أيضا إذا كان هذا السوق ينمو بسرعة. - كيفية تحديد سعر منتجك أو خدمتك:

(أ) **السعر بناءا على التكلفة:** حساب التكلفة وإدارة الهامش ويستعمل عادة عندما تكون السلعة في السوق مشابهة لما أنتجه، أي السلع الشبيهة متوفرة في السوق والتكنولوجيا المستعملة فيها متوفرة وسهلة.

(ب) **السعر بناءا على القيمة:** العميل مستعد ليدفع كم؟ حتى يحصل على القيمة، فالعميل هنا مستعد لدفع سعر أعلى بكثير من التكلفة، فمثلا تسعر المحتويات التعليمية في العادة على أساس القيمة وليس على أساس التكلفة.

(ج) **التسعير المنافس:** أي على أساس المنافسين، إذا كان هناك منافسين يمكن البيع بأعلى من سعر المنافس أو أقل أو بنفس السعر.

(د) **مرونة الطلب:** يجب طرح السؤال التالي لو كان هناك تغير في سعر المنتج الذي أقدمه، ما هو حجم التغير في الطلب على المنتج من قبل العملاء(مرونة السلعة) .

-من هو عميلك.

-قيمتك المقترحة.

3/تمويل المشروع:

أ) مصادر التمويل المتاحة: المصادر التقليدية

✓ الأموال الشخصية.

✓ الصناديق المتخصصة للاستثمار.

✓ البنوك.

✓ التمويل الجماهيري من منصة الكترونية مثلا.

✓ الصناديق وهيئات الدعم الحكومية.

✓ حاضنات الأعمال ومسرعات الأعمال.

ب) مراكز التسهيل: هي مؤسسات عمومية ذات طابع إداري، تتمتع بالشخصية

المعنوية والاستقلال

المالي؛ تقوم بالعديد من المهام أهمها:

✓ دراسة الملفات والإشراف على متابعتها وتجسيد اهتمام أصحاب المشاريع

وتجاوز العراقيل أثناء مرحلة التأسيس.

✓ مرافقة أصحاب المشاريع في ميداني التكوين والتسيير ونشر المعلومات المتعلقة

بفرص الاستثمار.

✓ دعم تطوير القدرات التنافسية ونشر التكنولوجيا الجديدة وتقديم الاستشارات في

مجال تسيير الموارد

البشرية والتسويق والتكنولوجيا والابتكار، ويدير مركز التسهيل مجلس توجيه ومراقبة

ويسيره مدير.