



معاونت تحقیقات و فناوری
مدیریت توسعه فناوری سلامت



شناسائی محصولات و بازار اینترنتی

نام دوره: شناسائی محصولات و بازار اینترنتی

مدرس دوره: نازیلا سپهرکیا (کارشناس ارشد نانوفیزیک، نانومحاسبات)

برگزارکننده دوره: مدیریت امور فناوری - معاونت تحقیقات و فناوری



آمارها نشان می دهند که بالای **۸۰٪** کسب و کارهای اینترنتی جدید در همان سال اول با شکست مواجه می شوند و از هر **۳۸** ایده کسب و کار شاید فقط یک فرصت واقعی وجود داشته باشد. علت این است که هر چند که ایده خوب شما نیازی را از مردم رفع می کند ولی این به تنهایی کافی نیست. عواملی مانند این که آیا کسی حاضر است در قبال رفع نیازش پولی پرداخت کند؟ آیا تعداد مشتری برای سودآور بودن کسب و کارتان کافی است؟ چه تعداد رقیب وجود دارند؟ آیا پول و امکانات کافی برای عملی کردن ایده را دارید؟ عوامل بسیار دیگر را باید بررسی نمائید تا معلوم شود آیا **ایده کسب و کاری** که یافته اید واقعا یک **فرصت** هم هست یا خیر؟ بنابر این قبل از شروع کسب و کار اینترنتی خود باید مطمئن شوید که یک فرصت مناسب را شناسایی کرده اید. عواملی که باید قبل از شروع کسب و کار اینترنتی بررسی کنید عبارتند از:

- ✓ انتخاب بازار هد
- ✓ میزان تقاضا
- ✓ تعداد و قدرت رقبا
- ✓ امکانات و توانایی خود برای ارائه محصول با کیفیت و قابل رقابت
- ✓ نحوه تعامل و دسترسی به بازار



بازار چیست ؟

“بازار مشتمل بر تمام مشتریان بالقوه ای است که دارای نیاز و خواسته مشترک هستند و برای تامین نیاز و خواسته خود به تبادل موجودی متمایل دارند و توانایی انجام این کار را نیز دارند.”

بازار اینترنتی چیست؟

بهترین تعریف ساده ایی که از بازار اینترنتی میتوان ارائه نمود، عبارت است:

“اجتماعی از افراد که علاقمندی های خود را در یک موضوع یا فعالیت با دیگران در اینترنت به اشتراک می گذارند.”

عواملی که در یک کسب و کار اینترنتی مشتری را به مغازه شما می رسانند.

جای حجره و فروشگاه در اینجا سایت وجود دارد و جای معبر و خیابان ها را لینک و موتورهای جستجو گرفته اند.



بازار خود را مشخص کنید.

برای اینکار باید به سوالات زیر پاسخ صحیح پیدا کنید که مبتنی بر واقعیت‌های جامعه و بازار روز باشد .
عجله نکنید هر پاسخ نادرست میتواند مقدمه شروع یک شکست نا امید کننده باشد ؛ پس با خود رو راست باشید.
دقت بفرمائید ما نمی توانیم همزمان وارد همه بازارها شویم چرا که توان مالی - زمان و تجهیزات ما محدود است.
از این رو در ابتدا فقط می توانیم بر روی عده محدودی از افراد برای ارائه راه حل خود تمرکز کنیم.
به این گروه از مشتریان می گویند **بازار هد**، در واقع کل بازار را با شاخص هایی به بازارهای کوچک تقسیم می کنیم.

به عنوان مثال ؛ **سطح قیمت** می تواند یک شاخص باشد.
سن یا شغل یا منطقه جغرافیا یا هر چیز دیگری که باعث تمایز یک مشتری از مشتریان دیگر می شود نیز می تواند یک شاخص باشد.

در این مرحله مهم پیدا کردن شاخص های درست است تا بر اساس آن بتوان **بازار هد**، را تعیین نمود.

شما می توانید از چندین شاخص هم زمان استفاده کنید.
به این فکر کنید که چگونه می توانید بین مشتریان فرق بگذارید؟
و این فرق چه تاثیری در رفتار آن ها برای خرید دارد ؟
ایده کسب و کار شما برای کدام یک از این گروه ها مناسب تر است؟
چگونه با این گروه از مشتریان می توانید ارتباط بر قرار کنید؟ چگونه می توانید به آنها محصول خود را ارائه دهید؟
چقدر تقاضا برای محصول خود پیش بینی می کنید؟



بطور کلی فرصت ها از ۴ اصل زیر می بدست می آیند:

۱- نیاز مردم

۲- راه حل ما

۳- توانمندی ما

۴- سودآور بودن بازار

ترکیب نیاز و راه حل ایده کسب و کار اینترنتی یا **فرصت بالقوه** را شکل می دهد.

اگر توان اجرای **ایده کسب و کار اینترنتی** را در عمل داشته باشیم و این ایده در دراز مدت سودآور باشد آنگاه یک فرصت واقعی را کشف کردیم.

توانمندی ما در کسب و کارهای اینترنتی به دانش - مهارت و ارتباطات ما بر می گردد. هر چقدر تخصص بیشتری در حوزه کسب و کارمان داشته باشیم هر چقدر مهارت های کارآفرینی و مدیریتی بیشتری داشته باشیم و هر چقدر ارتباطات گسترده تر و قوی تری داشته باشیم در اجرای عملیاتی کسب و کار اینترنتی توانمندتریم.

به عبارتی سودآور بودن، به بازار هد، و نحوه اجرای ما بستگی دارد.



انتخاب بازاری درست است که شرایط ذیل را دارد:

- ۱- گروهی از مردم که رفتاری مشابه در خرید دارند.
- ۲- راه حل ما حداکثر انطباق با نیاز این گروه را دارد.
- ۳- این گروه تقاضای کافی برای خرید راه حل ما داشته باشند.
- ۴- تقاضای مشتریان رو به افزایش باشد.
- ۵- دسترسی به مشتری و تبادل سوال (نیاز مشتری) و راه حل (خدمات کسب و کار ما) آسان باشد



قبل از نوشتن یک طرح کسب و کار موفق باید به سوالات زیر پاسخ شفاف بدهید

آیا واقعا می خواهید کارآفرین اینترنتی باشید؟

کسب و کار اینترنتی شما در کدام حوزه فعالیت می کند؟

چه مشکلی را می خواهید حل کنید؟

چه کسانی این مشکل را دارند؟

اندازه **بازار** هد، چه قدر است؟

رقبای اصلی خود را نام ببرید؟



۱) چه ارزشی به مشتریان خود پیشنهاد می کنیم؟

ارزش از دو طریق حاصل می شود:

۱- کاهش مشکلات مشتری

۲- افزایش منافع مشتری

۲) تفاوت و برتری ما در حل مشکل نسبت به سایر روشهای موجود چیست؟

قطعا راه حل هایی وجود دارد که مشتری در حال حاضر برای رفع مشکل خود از آنها بهره می گیرد. بنابراین باید راه حال ما مزیت هایی نسبت به رقبا داشته باشد تا مشتری قانع شود خرید از ما به نفع او است.

۳) راه حل ما به چه شکل هایی قابل عرضه است؟

ارزش و راه حل را نمی توان به دست مشتری رساند مگر در قالب محصول!

۴) مشتریان برای کدام یک از محصولات ما حاضر به پرداخت هزینه هستند؟

نکته مهم در مدل درآمدی ساختن سبدي از محصولات مورد نیاز مشتری است. محصولاتی که باعث حداکثر شدن تعامل با مشتری و سودآوری برای کسب و کار می شوند.



تعریف محصول :

هر آنچه که تحویل مشتری داده می شود محصول نام دارد.

می خواهیم بدانیم آیا نیاز مشتری با استفاده از محصول یا مشکل رفع می شود؟
آیا مشتری منافع محصول را درک می کند؟
آیا مشتری برای استفاده و بکار گیری محصول مشکلی ندارد؟
آیا مشتری از ویژگی ها و عملکرد محصول راضی است؟
آیا مشتری برای استفاده از محصول پول پرداخت می کند؟
آیا مشتری
معمولا در این مرحله تغییرات بسیار زیاد است.
تازه متوجه می شویم که مشتری واقعا چه می خواهد!
چرا به محصول نمونه نیاز داریم؟
چون لازمه تعامل با مشتری داشتن یک محصول نمونه است.
قطعا ساختن یک نیازمند صرف هزینه - زمان و تجهیزات است.



چگونه محصول نمونه خود را با کمترین هزینه و زمان مکان بسازیم؟

ساختن ماکت به جای اصل

ساختن تیزر تبلیغاتی جهت معرفی در محصولات الکترونیکی

.....

چگونه ماکت محصول را بسازیم؟

برای طراحی و ساخت محصول نمونه باید به ۵ پرسش زیر پاسخ دهیم:

۱- این محصول قرار است کدام مشکل را حل کند؟ یا چه منافی ایجاد کند؟

۲- محصول برای این که بتواند مشکل را حل کند چه باید داشته باشد؟ عملکردی داشته باشد؟ (**Function**)

۳- محصول باید چه ویژگی هایی داشته باشد؟ (**Feature**)

باشد؟

۴- محصول باید چه شکلی داشته باشد؟ (**Form**)

۵- عملکرد و ویژگی و شکل محصول را چگونه می توان با حداقل زمان و هزینه به مشتری نشان داد؟