

استهداف الفقراء Target The Poor

إحدى أنماط الأعمال الواردة في كتاب Business Model Navigator

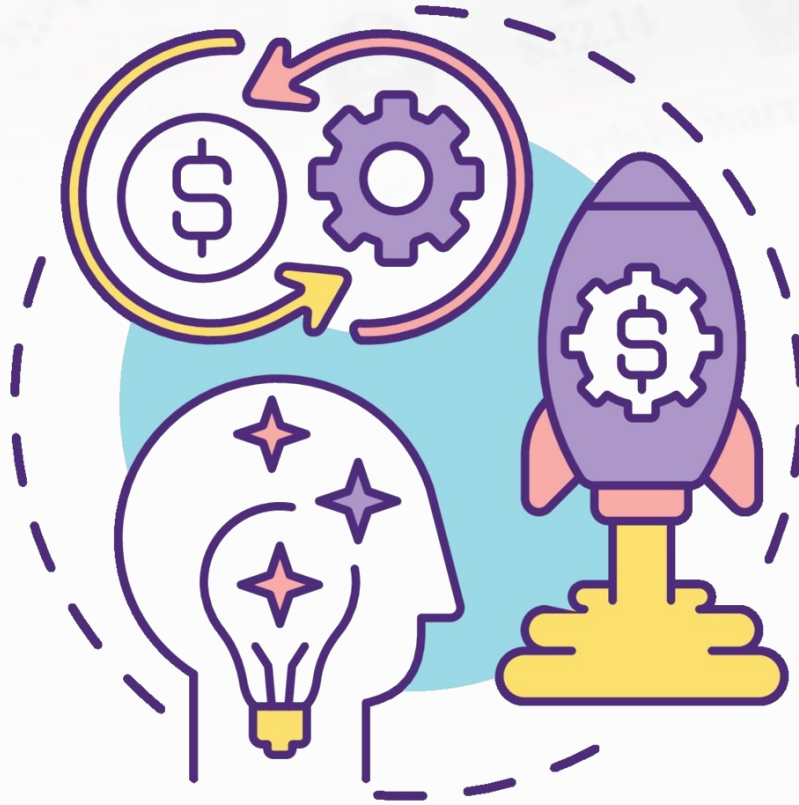
www.abinsight.net

info@abinsight.net

منقول
عبر
afaqb.co

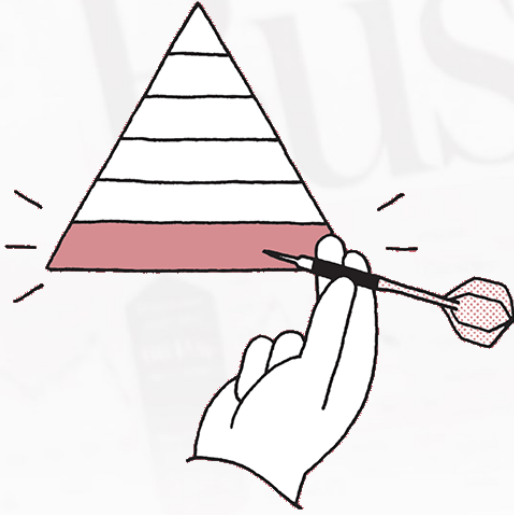


نموذج العمل القوي هو حجر الأساس لنجاح الشركات. ولكن في كثير من الأحيان نفشل في التكيف، ونتشبث بنماذج عفا عليها الزمن ولم تعد تحقق النتائج التي نحتاج إليها. لقد اكتشف مؤلفو الكتاب الشهير Business Model Navigator أن 60 نمط لنموذج العمل فقط هي المسؤولة عن 90% من أنجح الشركات في العالم.



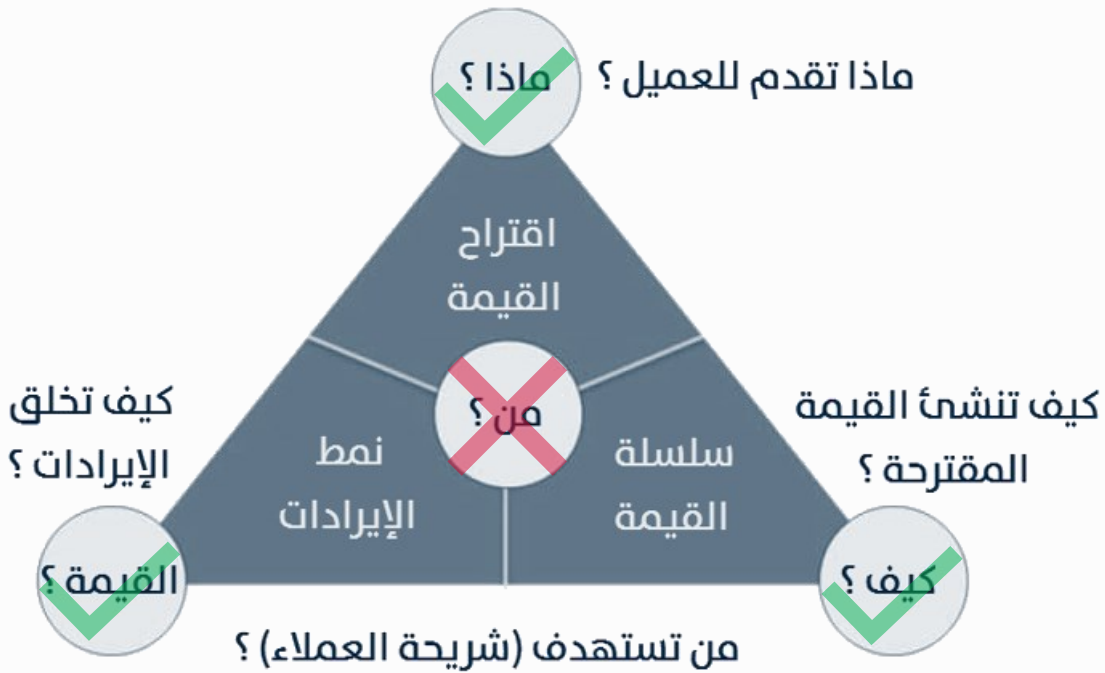
سنسلط الضوء في سلسلة Business Model Patterns على هذه الأنماط الـ 60، وسنتناول في مقالنا اليوم النمط الخمسين، وهو نمط استهداف الفقراء Target The Poor.

النمط رقم 50: استهداف الفقراء Target The Poor



لا يستهدف عرض المنتج أو الخدمة العميل المتميز، بل يستهدف العميل الموجود في قاعدة الهرم. يستفيد العملاء ذوي القوة الشرائية المنخفضة من المنتجات بأسعار معقولة. تحقق الشركة أرباحاً صغيرة مع بيع كل منتج، ولكنها تستفيد من أرقام المبيعات الأعلى التي تأتي عادةً مع حجم قاعدة العملاء.

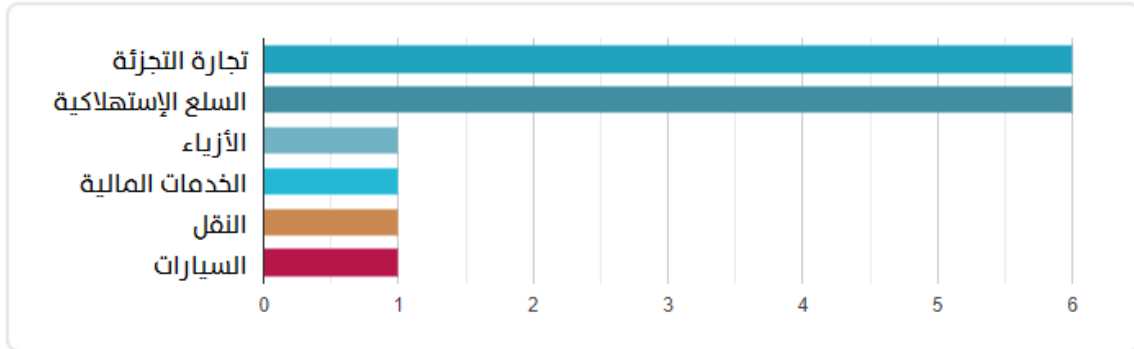
مجموعات الأسئلة التي ينطلق منها



مثلث نموذج العمل لنمط استهداف الفقراء Target The Poor

إحصائيات وأمثلة

من أجل الحصول على نظرة ثاقبة حول كيفية تطبيق هذا النمط عبر القطاعات المختلفة. جمعنا بيانات من عشر شركات تستخدم هذا النمط.



تجربة A101¹

مع كل من عروضها الغذائية وغير الغذائية، تحاول A101 أن تكون رائدة في الأسعار، حيث تقدم أقل الأسعار لكل من المنتجات الأساسية (العلامة التجارية الخاصة) وكذلك العلامات التجارية المعروفة، بالإضافة إلى عروض التخفيضات الدورية التي تنفذها، مستهدفة بذلك قاعدة الهرم والشريحة الأقل دخلاً في المجتمع التركي.

تجربة Procter & Gamble²

تتبنى شركة بروكتر آند جامبل نهج قاعدة الهرم في استهداف العملاء ذوي الدخل المنخفض في البلدان النامية. ومن الأمثلة على ذلك عبوات الشامبو ذات الاستخدام الواحد، والتي تباع مقابل بضعة سنتات، والتي يشتريها العملاء عند الطلب من المتاجر المحلية.

¹ أكبر سلسلة متاجر سوبر ماركت في تركيا مع أكثر من 12000 فرع. تأسست في 2008. ركزت A101 على هدف واحد منذ إنشائها: تزويد عملائها بمنتجات عالية الجودة بأسعار معقولة. لذلك تفتح متاجر جديدة كل يوم وتحاول تقديم الخدمات التي يستحقها المواطنون إلى أكثر المناطق النائية في البلاد.

² شركة أمريكية تعد أكبر شركة لصناعة المواد الاستهلاكية في العالم. لمدة طويلة، ركزت الشركة على صناعة الصابون. في الوقت الحاضر، تصنع بروكتر وغامبل المنتجات المتنوعة وتطور منتجات جديدة باستمرار.

تجربة Renault³

منذ عام 2004، تنتج رينو وشركتها التابعة داسيا نموذجاً يسمى



”لوجان“، وهي مركبة عائلية صغيرة تستهدف الجزء السفلي من الهرم. حتى الآن، باعت ملايين الوحدات الفردية في دول ومناطق مثل إيران

والهند وأمريكا الجنوبية وأوروبا الشرقية. تم **RENAULT** تصميم لوجان منذ البداية لتكون سيارة بأسعار معقولة، ولها العديد من الميزات المبسطة للحفاظ على انخفاض التكاليف. إنها من بين أكثر السيارات بأسعار معقولة المتوفرة في السوق اليوم.

تجربة McDonald's⁴



أسعار ماكدونالدز التنافسية تجعل منتجاتها في متناول الجميع. إن الدرجة العالية من التوحيد القياسي وشعبية العلامة التجارية الدولية تسمح للشركة بتقديم منتجاتها بسعر رخيص وبجودة ثابتة.

³ Groupe Renault هي شركة تصنيع سيارات فرنسية متعددة الجنسيات تأسست عام 1899. تنتج الشركة مجموعة من السيارات والشاحنات الصغيرة، وفي الماضي قامت بتصنيع الشاحنات والجرارات والخزانات والحافلات/الحافلات ومركبات السكك الحديدية.

⁴ ماكدونالدز هي شركة أمريكية للوجبات السريعة، تأسست عام 1940 كمطعم يديره ريتشارد وموريس ماكدونالد، في سان برناردينو، كاليفورنيا، الولايات المتحدة. لقد أعادوا صياغة أعمالهم كمنصة همبرغر، ثم حولوا الشركة لاحقاً إلى امتياز، مع تقديم شعار Golden Arches في عام 1953 في موقع في فينيكس، أريزونا.

تجربة Hindustan Unilever⁵

في التسعينيات، قدمت الشركة Wheel، وهو منظف غسيل تم تطويره خصيصاً للسوق الهندية، ويحتوي على نسبة أقل من الزيت إلى الماء لجعله مناسباً لغسل المنسوجات يدوياً في الأنهار، كما هو متبع في كثير من الأحيان في الهند. تم توزيع المنتج من خلال المتاجر المحلية وكذلك مندوبي المبيعات من الباب إلى الباب.



Hindustan Unilever
Limited

تجربة Homebuy⁶

تستهدف HomeBuy الأشخاص الذين لن يتمكنوا من الحصول على رأس المال لشراء منزل بمفردهم. ومن خلال وضع الشروط بحيث لا يتمكن سوى المواطنين ذوي الدخل المنخفض من الاستفادة من البرنامج، تضمن الحكومة أن تذهب إعاناتها إلى الأشخاص المناسبين.

⁵ هندوستان يونيليفر المحدودة (HUL) هي شركة هندية للسلع الاستهلاكية مقرها في مومباي، ماهاراشترا. وهي شركة تابعة لشركة يونيليفر، وهي شركة بريطانية هولندية. تشمل منتجات HUL الأطعمة والمشروبات وعوامل التنظيف ومنتجات العناية الشخصية وأجهزة تنقية المياه. تأسست HUL في عام 1933 تحت اسم Lever Brothers، وفي عام 1956، أصبحت تُعرف باسم هندوستان ليفر المحدودة، نتيجة للاندماج بين شركة Lever Brothers وشركة Hindustan Vanaspati Mfg المحدودة وشركة United Traders Ltd.

⁶ تسهل حكومة المملكة المتحدة الملكية المشتركة بشكل رئيسي من خلال وكالة المنازل والمجتمعات. اعتباراً من عام 2009، كان هذا تحت شعار HomeBuy. ويهدف هذا إلى مساعدة الأسر التي تكسب ما يصل إلى 60.000 جنيه استرليني سنوياً. New Build HomeBuy هو المكان الذي يشتري فيه المشترون 25% على الأقل من منزل تم بناؤه حديثاً ويدفعون الإيجار على المبلغ المتبقي.

ملحق: مجموعات الأسئلة الأربعة التي ينطلق منها نموذج العمل

- من عملائنا وما هي وشرائح العملاء التي نخدمها بشكل أساسي؟
- ما أنواع العلاقات التي يتوقعها عملائنا وكيف نحافظ عليها؟
- من هم أهم عملائنا؟
- من هم أصحاب المصلحة المهمون الآخرون الذين يجب مراعاتهم؟
- ما هي قنوات التوزيع التي نستخدمها لخدمة عملائنا؟
- من الذي يؤثر على عملائنا (قادة الرأي وأصحاب المصلحة والمستخدمين)؟
- هل تتعامل الأقسام المختلفة مع شرائح العملاء نفسها بشكل مختلف؟
- من وراء عملائنا؟ هل سيبقى نفس الأشخاص هنا للسنوات العشر القادمة؟ (غالباً ما يتم إهمال الأشخاص وراء العملاء، خاصةً في التعاملات بين الشركات).
- ما هي الموارد الرئيسية وراء عروضنا وعروض القيمة (مثل المادية والعمل والموارد المالية والملكية الفكرية)؟
- ما الكفاءات والأنشطة الرئيسية التي نحتاجها؟
- هل تستفيد سلسلة قيمنا من كفاءاتنا الأساسية بشكل كامل؟
- من هم شركاؤنا الأكثر أهمية؟ ما علاقتهم بأعمالنا وماذا يجلبون لنا؟
- من هم أهم موردينا وشركائنا وما الذي يساهمون به؟
- ما مشاكل العملاء التي نحلها وما الاحتياجات التي نلبيها؟
- ما هي المنتجات والخدمات التي نضعها لتحقيق ذلك؟
- ما هي قيمة العميل المدركة؟ عادة لا يختلف هذا عن المواصفات الفنية للمنتج أو الخدمة.
- ما القيمة أو الفائدة التي نخلقها للعملاء؟ كيف نتواصل معهم؟
- كيف تختلف عروضنا عن تلك التي يقدمها منافسوننا؟ ما البدائل المتاحة للعملاء؟
- هل يلبي نموذج أعمالنا الحالي احتياجات عملائنا بالكامل؟
- لماذا سيدفع العميل مقابل منتجاتنا أو خدماتنا؟
- ما هي مصادر دخلنا الرئيسية؟
- كيف يتم توليد الدخل؟ ما الذي يرغب العملاء في الدفع مقابله؟
- ما هي تكاليفنا الرئيسية وأهم محركات التكلفة؟
- ما هي المخاطر المالية الرئيسية في نموذج الإيرادات الحالي؟

من؟
(العملاء)

كيف؟
سلسلة
القيمة

ماذا؟
القيمة
المقترحة

القيمة
(آلية الربح)



[Contact US](#)

نسعى في Business Insight إلى تحقيق جسر من الثقة والمعرفة يصل بين المستثمرين الراغبين بإقامة مشاريع ريادية جريئة وبين رواد الأعمال أصحاب الكفاءة لتنفيذ تلك المشاريع، ومن جهة أخرى دراسة فرص السوق للشركات الصاعدة لتوسيع مجالات استثمارها بشكل صحيح والعمل على تطويرها لتكون قادرة كشركة على الانتشار والتطور والمنافسة...

نقدم في Business Insight خدمات:

- تخطيط الأعمال وإعداد التقارير
- دراسة الجدوى الاقتصادية
- التحليل المالي
- الأعمال المحاسبية والتدقيق المالي
- التقييم المالي للشركات والمحافظ الاستثمارية
- تصميم وتطوير المشاريع
- ابتكار سلسلة القيمة والميزة التنافسية
- إعداد وكتابة مقترحات المشاريع
- مأسسة الأعمال
- إعداد السياسات التنظيمية
- ضمان الجودة
- بناء وتنظيم الاتفاقيات
- إعداد الأبحاث والتقارير
- استشارات الأعمال



إذا وجدت هذا المقال مفيداً، يمكنك مشاركته على وسائل التواصل الاجتماعي مع حفظ حقوق النشر

إن كان لديك رأي، ملاحظتك محل تقدير كبير! قم بالتعليق هنا أو اتصل بنا



www.abinsight.net

info@abinsight.net

+90 552 645 91 10