

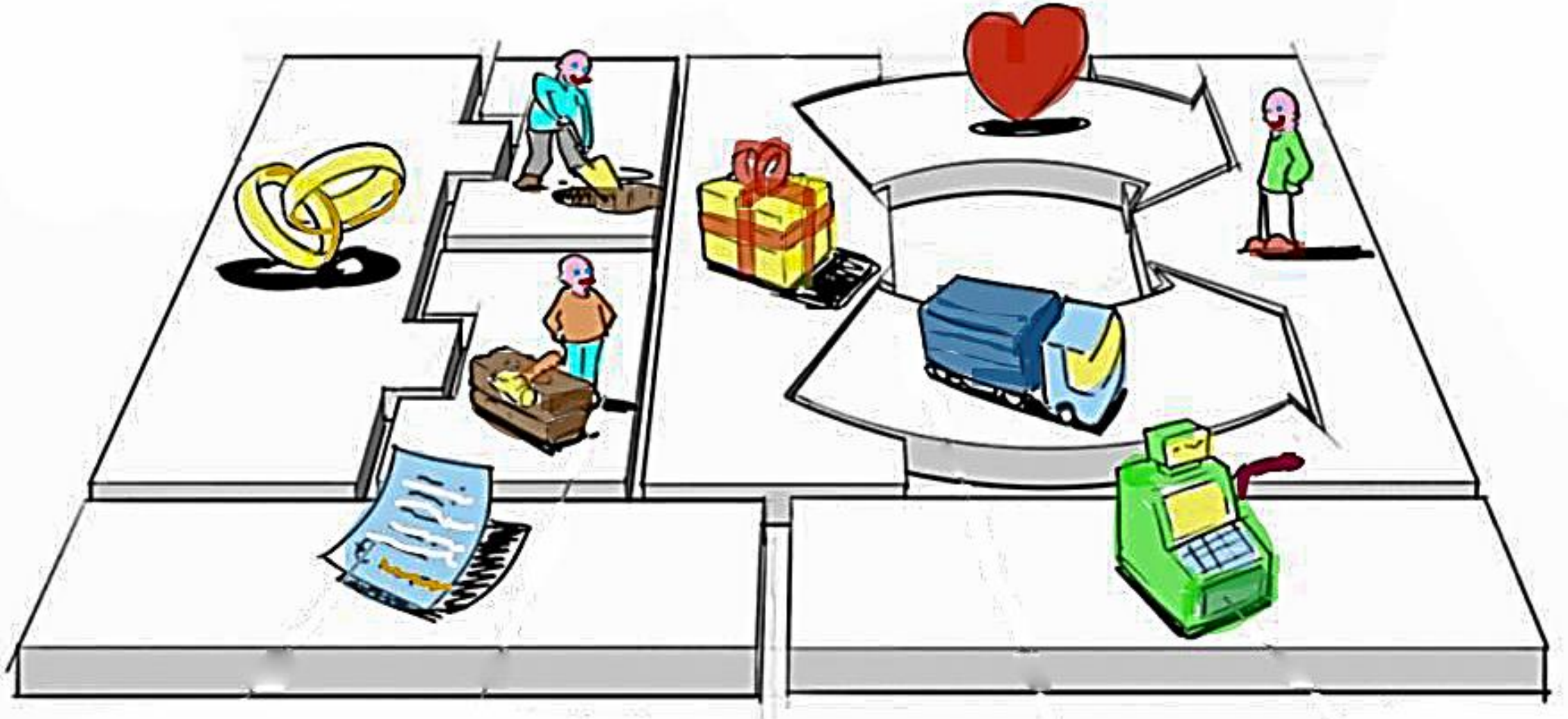
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية

السنة أولى ماستر تسويق الخدمات

نموذج العمل التجاري

الأستاذ: هشام بورمة





طريقة بصرية تخطيطية يمكن استخدامها أثناء مرحلة التخطيط
للمشروع من أجل تدارك الوقوع بالأخطاء قدر الإمكان.



الجمهور

المشروع

الامكانيات

المال

الجانب
التسويقي

الجانب
التقني

1

شرائح
العملاء
الجمهور الذي
سنقدم له
الخدمة



4

العلاقات
مع العملاء
التي نبنيها
ونحافظ عليها



3

قنوات
التواصل
لتوزيع او بيع
المنتج.



2

القيمة
المقترحة
القيمة المضافة
في المشروع



5

مصدر الإيرادات
الأرباح التي يحققها
المشروع



7

الأنشطة الرئيسية
التي نقوم بها



6

الموارد
الرئيسية
للقيام بالمشروع



8

الشراكات
الرئيسية
التي نحتاجها
لتنفيذ المشروع



9



هيكل التكاليف
تكاليف المشروع



التقسيم الجغرافي



التقسيم الديمغرافي

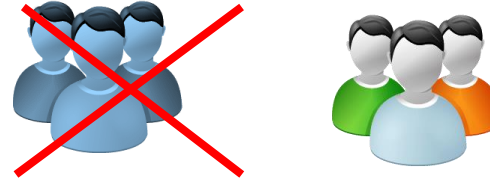


التقسيم النفسي



التقسيم السلوكي

حدد الشرائح المعنية وتجاهل الباقي



- لمن نوجه القيمة الخاصة للمؤسسة؟
- من هم أهم عملائنا؟

شرائح العملاء



لا يمكن لمشروع البقاء
والاستمرارية دون عملاء مربحين
شرائح عملاء مربحة؟



ليس بالضرورة
مقابل مادي مباشر



يمكن تقديم خدمة
مجانية تعطينا إيرادات
آنية او مستقبلية





السعر: قيمة مماثلة بسعر أقل.



الحدثة: تلبية مجموعة جديدة من الاحتياجات
(لا توجد عروض سابقة)

الملائمة وسهولة الاستخدام



سهولة الوصول: إتاحة خدمة لم
يكن من السهل الوصول لها



الأداء: رفع سوق المنتجات



الحد من المخاطر: استغلال خوف
العملاء من حدوث التكيف



التكيف: تكيف منتجات حسب فئة
العملاء

التصميم: الجانب الظاهري

**القيمة
المقترحة**



**دراسة احتياجات
شرائح العملاء وتبليتها**

لخلق القيمة

- القيمة التي نقدمها للعميل؟
- المشكلات التي تواجه العميل ونساعد في حلها؟
- المتطلبات نسعى لتبليتها؟

**تحديد المنتج (الخدمة) قبل دراسة الفئات
المستهدفة، لا يضمن انه فيه من يحتاجه؟**

Pain
دراسة الألم
ثم ايجاد علاج
يزيله أو يقلل
منه

Gain
البحث عن
مكاسب إضافية
يسعون لها
والحصول عليها
وتوفيرها لهم

من طرق الدراسة



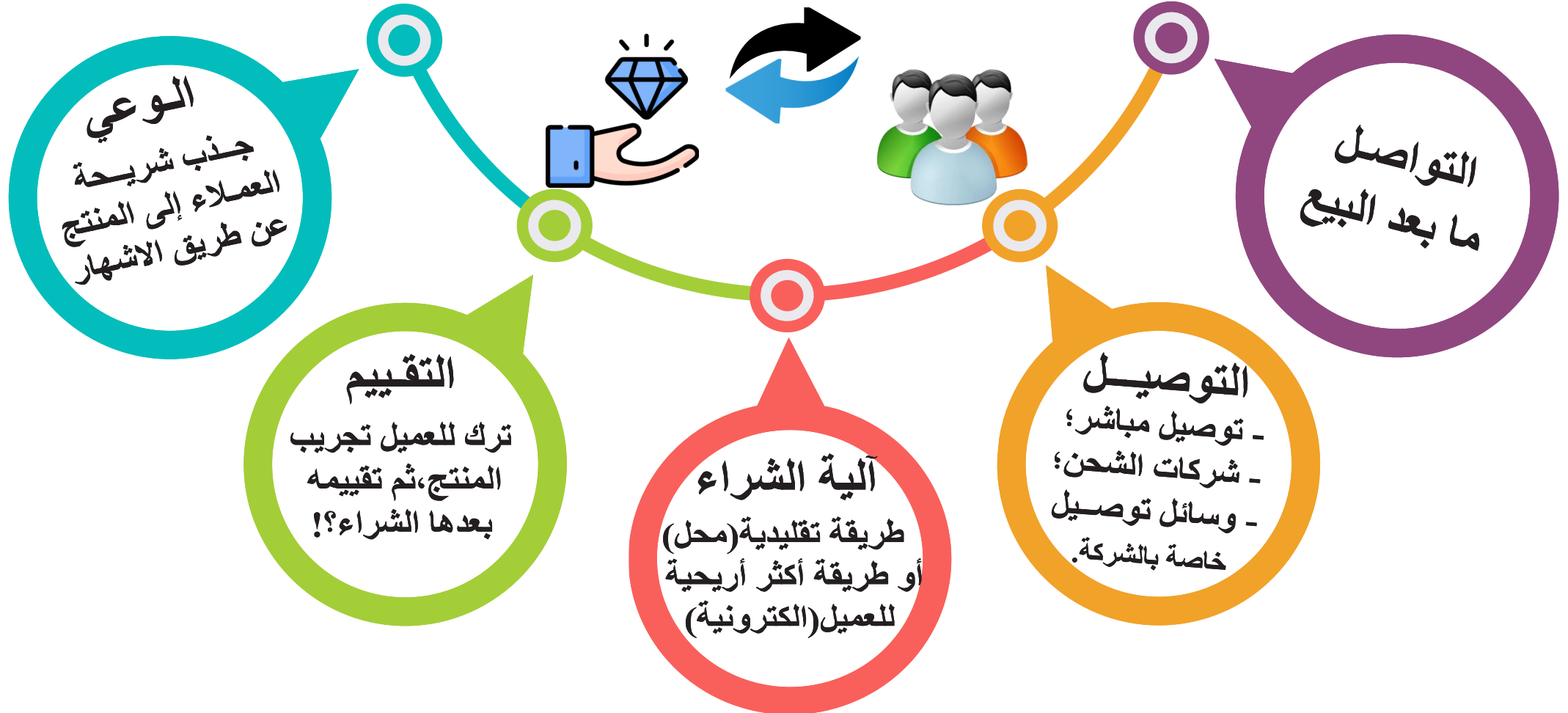
Jobs
البحث عن وظائف
يقومون بها بشكل
دوري وايجاد طرق
لتسهيلا

ماهي القنوات الأكثر
فعالية مقارنة بالكلفة؟

هل القنوات كافية
ومتكاملة؟

ماهي القنوات التي
يفضلها العملاء؟

قنوات التواصل



المساعدة الشخصية

تخصيص شخص أو موظف يجيب على أسئلة العملاء عبر الهاتف أو وسائط الكترونية أو موظف يبيع مباشرة للعميل.



المساعدة الشخصية الخاصة

خدمة جيدة لعميل جيد (دائم). تخصيص موظف للتعامل الدوري مع العميل الدائم، يعرفه ويعرف كل احتياجاته.

الخدمة الذاتية

توفير الوسائل للعملاء لخدمة أنفسهم بأنفسهم.

المواقع.. طريقة الاسئلة الأكثر تكرار



الخدمات الأساسية

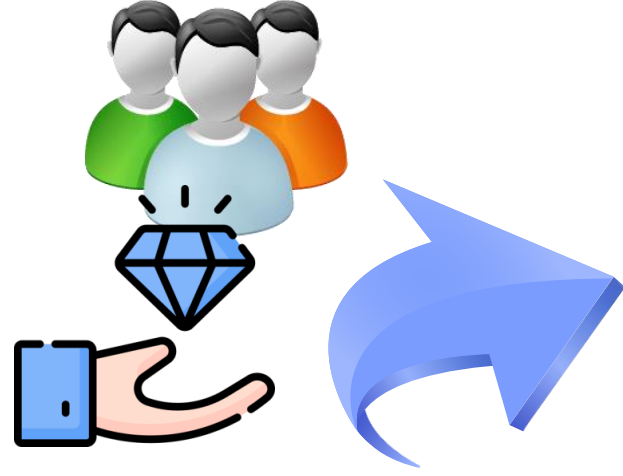
تصميم برنامج أو إنشاء موقع يقدم خدمة للعميل حسب احتياجاته.

المشاركة في أداء العمل

تحفيز العملاء على تصميم وابتكار المنتجات. دفع العميل الى التفاعل.



العلاقات مع العملاء



هناك عدة طرق
لتوليد مصادر الإيرادات

- القيمة التي ترغب كل شريحة
من العملاء دفعها؟
- كيف تتم عملية الدفع؟
- طريقة الدفع المفضلة؟
- إذا كانت هناك عدة مصادر،
ماهي نسبة كل مصدر؟

بيع الأصول

بيع حق ملكية منتج مادي

مصدر
الإيرادات



الإعلانات

إيراد مقابل خدمة أو اعلان
عن خدمة لطرف آخر

أجور استخدام

أجر مقابل استخدام
العميل لخدمة معينة

رسوم الإشتراك

اشتراكات دورية

الإعارة أو التأجير

مقابل إجراء انتفاع العميل
بأصل معين

رسوم الوساطة

عمولة أو أجر مقابل
الوساطة (السمسة)

انتاج



حل مشكلات



MOUSTACHIR

المنصة / الشبكة



الأشطة الرئيسية

ماذا تفعل
بالضبط؟



التركيز على
الرئيسية

ما هي؟

التطوير
التوزيع

التسويق

إدارة

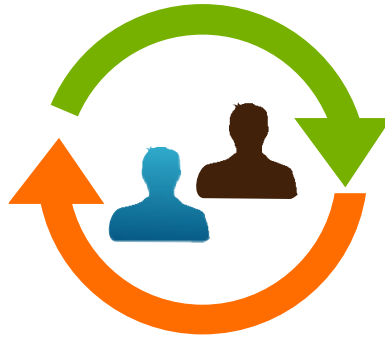
التمويل

التخزين

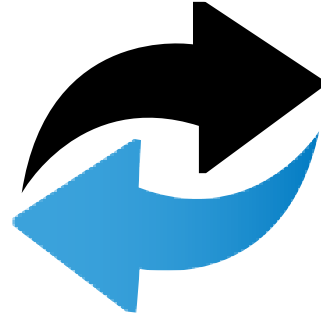
...



الأنشطة اللازمة
لتحصيل الإيرادات



الأنشطة اللازمة لتحسين
العلاقات مع العملاء



الأنشطة اللازمة لتطوير
قنوات التواصل



الأنشطة اللازمة
لبناء المنتجات

لماذا هذه الشركات؟

التحسين

قضية تحمل وتقاسم التكاليف

اقتصاديات الحجم

شراء مواد أكثر لتخفيض التكاليف

الحد من المخاطر

التعاون وتقليل المخاطرة

الحصول على موارد

وانشطة معينة

التحالف

شركات بين منشآت ليس لديها تنافس مع بعضها



لشركات الرئيسية

الأنواع



التعاون

بين منشآت متنافسة



مشاريع مشتركة

منشآت تسعى لتأسيس مشاريع مشتركة جديدة



ضمان الامدادات

التعاون بين المشترين والموردين



ليس شركاء تقاسم الأرباح والخسائر

شركاء لهم دور فعال في سريان نشاط

المؤسسة





تقليل التكاليف
على حساب المنتج

ما هي أهم التكاليف التي ستدفع؟

غير مرتبطة
بحجم الإنتاج

تكاليف
ثابتة

**هيكل
التكاليف**

يمكن تقسيم هيكل التكاليف إلى:

يمكن تقسيم هيكل التكاليف إلى:

مدفوعة
بالكلفة



أفضل قيمة
دون مراعاة السعر

مرتبطة بحجم
الإنتاج

تكاليف
متغيرة



مدفوعة
بالقيمة

