



المرحلة الاولى : اكتشاف العميل

14 قاعدة لتطبيق نظرية تطوير العملاء

نموذج تطوير العملاء

مقدمة

لم طرق الحديثة لإنشاء الشركات الصغيرة والمتوسطة، والتي تبدأ باكتشاف العملاء وتدعيم العلاقة معهم، ثم بناء الشركة من الداخل وتحديد ثقافتها وأقسامها وهيكلها الإداري.

- اكتشاف العملاء
- التحقق من العملاء
- انشاء قاعدة العملاء
- اشاء الشركة

- لا يوجد حقائق داخل المكتب عليك الخروج والبحث عنها
- اجعل تطوير المنتج والعملاء عمليتان مقتربتان
- القتل جزأ لا يتجزأ من عملية البحث
- التحولات والتراجعات ليست خطأ في بداية الشركة
- لا تضع نموذج العمل قبل ان تتواصل مع العملاء والتعرف على احتياجاتهم
- صمم تجارب واختبارات لتقيس فرصيتك عن العملاء والسوق دائما
- حدد علاقة منتج الشركة الناشئة بالسوق
- مقاييس الشركات الناشئة تختلف عن مقاييس الشركات التي تعمل بالفعل
- يجب ان تكن منظومية اتخاذ القرار غير معقدة لسرعة اتخاذ القرار
- الموضوع كله يتعلق بالشغف
- المسميات الوظيفية للعاملين في الشركات الصغيرة تختلف عن المؤسسات الكبيرة
- حافظ على كل السبولة التي تمتلكها وتكسيها حتي تحتاجها ثم اصرفها عند الحاجة
- تواصل مع العاملين لديك وشاركهم اكتشافاتك عن العملاء
- نجاح عملية تطوير العملاء يتحقق عندما يحدث شراء مستمر بعمدلات ثابتة

المرحلة الثانية : التحقق من العميل

تعريف

- تقوم الشركة باختيار العناصر الرئيسة لنموذج العمل
- الغرض منها معرفة مدى قوة المنتج في السوق والقدرة على تحقيق الارباح

الاستعداد للبيع

- جرب بيع المنتج
- قم بتحسين خطة البيع

بيع للعملاء الأوائل

- اختر شركاء قنوات البيع
- تطوير مكانة المنتج في السوق

مراحل التحقق من العميل

- اختبار نطاق مكانة المنتج في السوق مع نوعية السوق
- تطوير مكانة الشركة في السوق
- التأكد من مكانة المنتج في السوق من خلال خبراء السوق

التراجع او الاستمرار

- هل الخدمة تستحق ان نستثمر فيها العريد من المال والجهد لصبح شركة ؟

المرحلة الثالثة : انشاء قاعدة عملاء

استراتيجيات التسويق

- هي الخطوة التي من خلالها يبدأ الافئاق على عملية التسويق بشكل أكبر
- الاسواق الحالية
- الاسواق الجديدة

4 خطوات لعمل استراتيجية انشاء قاعدة العملاء

- اهداف سنة
- مكانة المنتج والشركة في السوق
- اطلاق المنتج
- خلق الطلب

المرحلة الرابعة : بناء الشركة من الداخل

نقل الشركة من مرحلة البداية إلى المرحلة الأكمال

- تبدأ ملامح تحول المشروع الي شركة
- كتابة الرؤية ومراجعة نظام الادارة

4 خطوات

- الوصول الي كل العملاء المستهدفين
- القيام بعمليات بيع متكررة والقيام بكتابة اهداف تفصيلية لكل قسم في الشركة
- شبكة تواصل وتنسيق جديدين اقسام الشركة المختلفة

خاتمة

تعلمت في هذا الكورس التعرف على من هم عملائك التعرف على مشاكل العملاء واحتياجاتهم مراحل البحث مراحل التنفيذ

تعريف

هي الخطوة التي تترجم رؤية المؤسس لفرصيات نموذج العمل التجاري

- لديه مشكلة
- مدرك ان لديه مشكلة
- يبحث عن منتج لحل المشكلة
- لديه تصور عن الحل
- لديه ميزانية

شروط يجب ان تتوافر في العملاء الأوائل

- النوع الاول : يقوم باختيار وتحديد مشاكل العملاء
- النوع الثاني : يعمل على قياس مدى رضا العملاء

انواع الابحاث الميدانية لاكتشاف العملاء

تحديد الفرصيات

اختير المشكلة

تجري اختبارات حول المشكلة التي يعاني منها العملاء

انتاج كميات قليلة بعد التعديل

تجري اختبارات حول الحل الذي وفرته للمشكلة

اختير الحل

تأكد من ملائمة وصحة المنتج للسوق

التحول او الاستمرار

تأكد من ملائمة وصحة المنتج للسوق

هل المنتج يحل المشكلة ؟

اذا كانت الاجابة ب نعم ، هل لدينا نموذج عمل قابل للتطبيق وبيع ؟

تعلمنا بما فيه الكفاية للبيع

تجري اختبارات حول المشكلة التي يعاني منها العملاء

انتاج كميات قليلة بعد التعديل

تجري اختبارات حول الحل الذي وفرته للمشكلة

تأكد من ملائمة وصحة المنتج للسوق

تأكد من ملائمة وصحة المنتج للسوق

تأكد من ملائمة وصحة المنتج للسوق

تأكد من ملائمة وصحة المنتج للسوق

تأكد من ملائمة وصحة المنتج للسوق

تأكد من ملائمة وصحة المنتج للسوق

تأكد من ملائمة وصحة المنتج للسوق

تأكد من ملائمة وصحة المنتج للسوق