تحديد القيمة المقترحة للزبون. ما الذي يبحث عنه الزبون.

مقدمة

يُعتبر تحديد القيمة المقترحة للزبون عنصرًا حيويًا في نجاح المؤسسات الناشئة، حيث يمثل الوعد الذي تقدمه المؤسسة لعملائها حول الفوائد التي سيحصلون عليها عند استخدام منتجها أو خدمتها. ومع زيادة المنافسة في الأسواق، أصبح تطوير قيمة مقترحة قوية أمرًا ضروريًا لجذب العملاء وتعزيز النمو المستدام.

تعريف القيمة المقترحة

عرّف Osterwalder & Pigneur (2014) القيمة المقترحة بأنها مجموعة الفوائد التي تقدمها الشركة لعملائها لتلبية احتياجاتهم وحل مشكلاتهم.

فيما يراها Kotler (2017) على أنها السبب الرئيسي الذي يجعل الزبائن يفضلون منتجًا معينًا على غيره.

القيمة المقترحة هي أن تُقدِّم شيئًا يحتاجه العميل بشكل مميز يختلف عما يقدّمه الآخرون، بحيث يشعر العميل بأن منتجك أو خدمتك هي الحل الأفضل لمشكلته أو لحاجته.

الفرق بين القيمة المقترحة والقيمة المدركة

القيمة المقترحة: ما تعد به الشركة زبائنها.

القيمة المدركة: كيف يرى الزبون هذه القيمة بناءً على تجربته الفعلية.

إذا لم تتطابق القيمة المقترحة مع القيمة المدركة، قد يؤدي ذلك إلى فقدان ثقة الزبون بالمؤسسة.

خصائص القيمة المقترحة الفعالة

وضوح الفائدة: يجب أن يكون الزبون قادرًا على فهم كيف تفيده الخدمة أو المنتج.

التفرد: يجب أن تتميز القيمة المقترحة عن المنافسين.

الارتباط باحتياجات الزبون: ينبغي أن تتماشى مع مشاكله الحقيقية.

قابلة للقياس: يمكن تقييمها من خلال الأداء أو الفوائد المكتسبة.

مستدامة: يمكن تحسينها بمرور الوقت لضمان بقاء الزبائن

خصائص القيمة المقترحة Netflix

وضوح الفائدة: مشاهدة الأفلام والمسلسلات المفضلة بدون إعلانات، وقتما تشاء، وبجودة عالية

Netflixتوضّح فائدتها مباشرةً: توفير راحة (لا إعلانات)، مرونة (مشاهدة في أي وقت)، وجودة (محتويات حصرية).

التفرد: Netflix تمتلك محتوى حصريًا مثل " "Stranger Thingsو" "The Crownلا يوجد على منصات أخرى، مما يجعلها مختلفة عن Disney+أو Amazon Prime.

الارتباط باحتياجات الزبون: Netflixتُقدّم توصيات مخصصة بناءً على سلوك المشاهدة، مما يُشعر المستخدم بأن المنصة تفهم ذوقه.

قابلة للقياس: عدد المشتركين: 230 مليون مشترك (2023). معدل الاحتفاظ: 93% من المشتركين يُجددون اشتراكهم. Netflix تُعلن عن نجاح مسلسلاتها بعدد ساعات المشاهدة (مثال: 1.65 مليار ساعة لموسم "Stranger Things 4").

مستدامة: تطوير محتوى جديد شهريًا (مثل أفلام وأجزاء جديدة من المسلسلات). استثمار 17 مليار دولار سنويًا في الإنتاج، Netflix توسعت إلى ألعاب إلكترونية ومنصات تفاعلية لضمان البقاء في المنافسة.

أهمية تحديد القيمة المقترحة في المؤسسات الناشئة

تعزيز التنافسية: المؤسسات الناشئة غالبًا ما تواجه منافسة قوية، لذا فإن تحديد قيمة واضحة يساعدها في جذب الزبائن.

بناء علاقات طويلة الأمد مع الزبائن: القيمة المقترحة القوية تساهم في زيادة ولاء الزبائن.

جذب المستثمرين: الشركات التي تمتلك قيمة مقترحة واضحة تكون أكثر جاذبية للمستثمرين.

تحسين تجربة الزبون: فهم احتياجات الزبون يساعد في تطوير منتجات أو خدمات تحقق رضا العملاء.

ما الذي يبحث عنه الزبون؟

وفقًا لـ ((Osterwalder & Pigneur, 2010، يبحث الزبون عن:

تحقيق قيمة مقابل المال: يرغب في منتج يحقق توازنًا بين الجودة والسعر.

الراحة وسهولة الاستخدام: يفضل المنتجات أو الخدمات التي تقلل من الجهد المبذول.

التجربة الفريدة: يبحث الزبون عن شيء مختلف يميزه عن الآخرين.

المصداقية والأمان: خصوصًا في المنتجات الرقمية والخدمات المالية.

نماذج لتحديد القيمة المقترحة

نموذج Canvasللقيمة المقترحة:

تحليل احتياجات الزبائن.

ربط المشكلات بالحلول التي تقدمها المؤسسة.

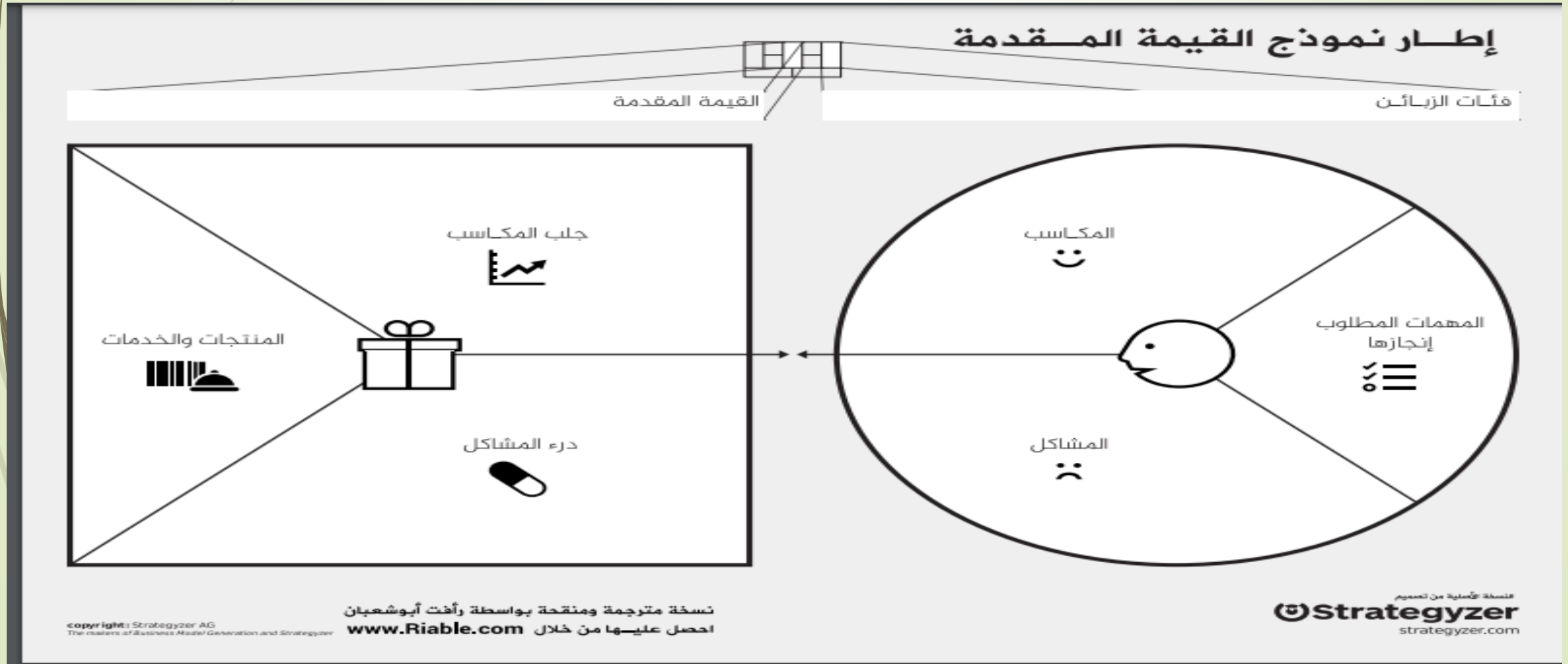
تحليل SWOTتحديد نقاط القوة، الضعف، الفرص، والتهديدات للمؤسسة وتأثيرها على القيمة المقترحة.

هرم ماسلو للحاجات:ربط المنتجات بحاجات الزبون وفقًا لتسلسل أولوياته.

نموذج Canvasللقيمة المقترحة (Value Proposition Canvas)

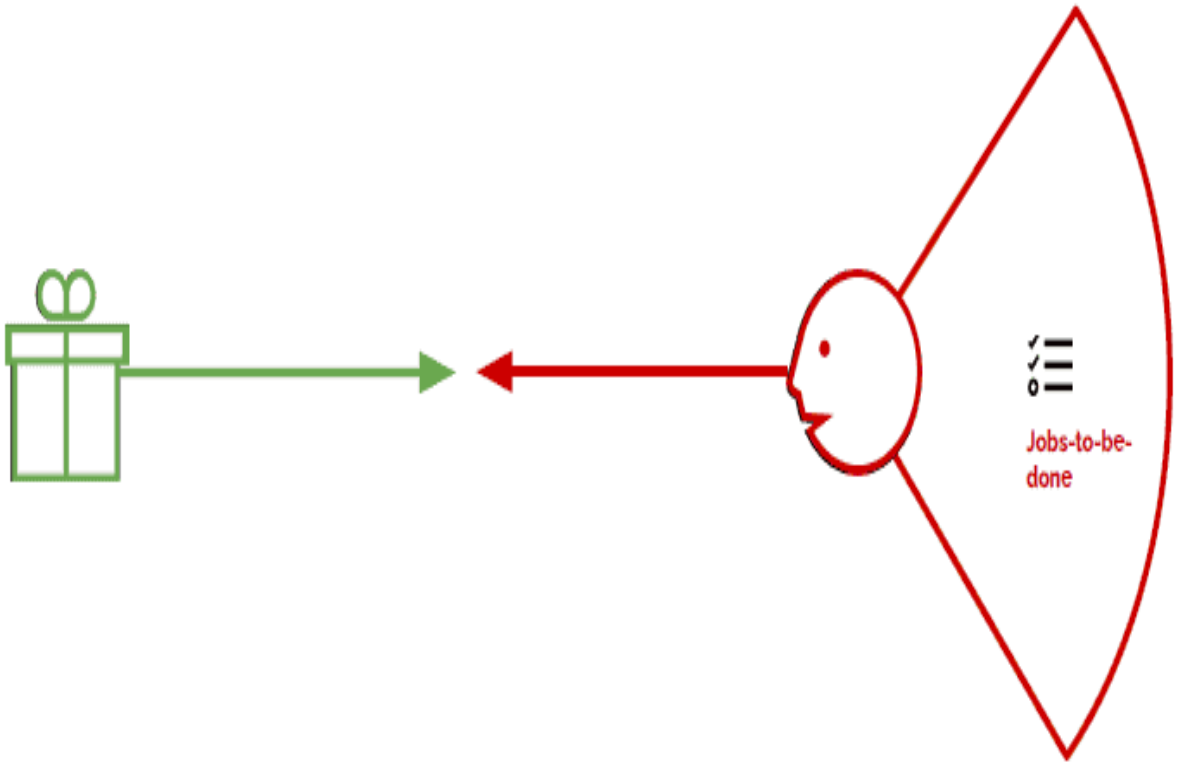
يعد نموذج القيمة المقترحة Osterwalder & Pigneur, 2010أداة بصرية تُستخدم لتحليل العلاقة بين ما تقدمه المؤسسة (منتجاتها وخدماتها) وما يحتاجه الزبون. يساعد هذا النموذج في تصميم منتجات وخدمات تتماشى مع احتياجات الزبائن وتخلق لهم قيمة فعلية.

تحديد القيمة المقترحة



عناصر نموذج Canvas للقيمة المقترحة:

أ. قسم العميل Customer Profile

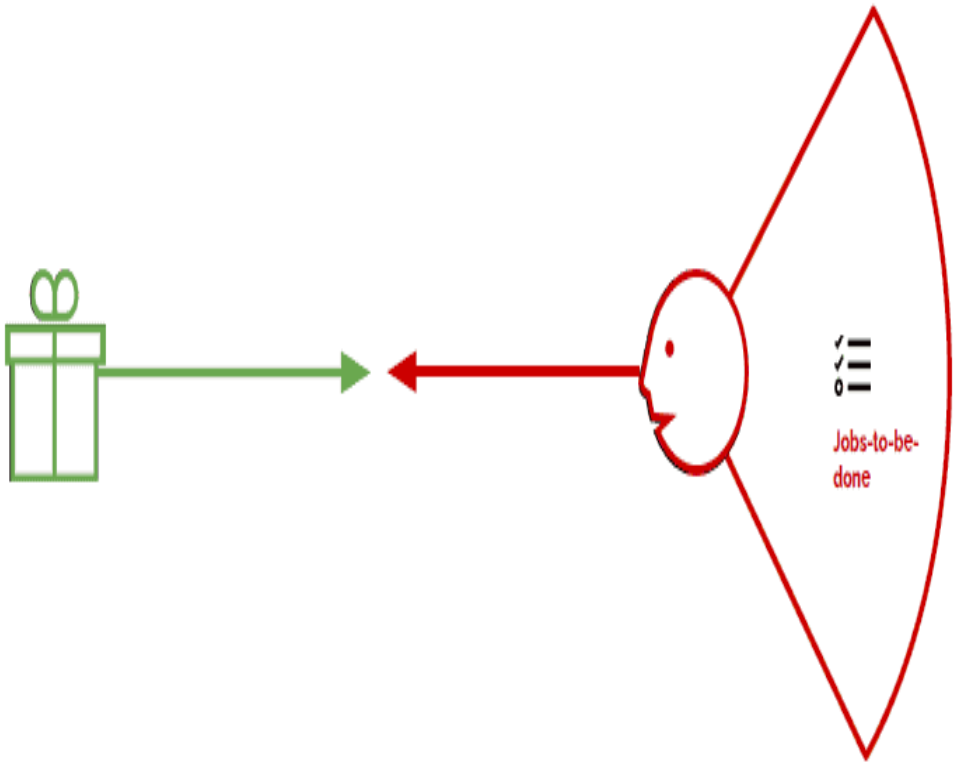


المهام المطلوب إنجازها: في هذا الجزء، نركز على فهم ما يحاول العميل فعله، وما هي احتياجاته ومشاكله. يجب أن نأخذ في الاعتبار جميع المهام التي يرغب العميل في تنفيذها، سواء كانت حلولًا لمشاكل معينة أو تحقيق رغبات معينة. كما من المهم أن نعرف كم مرة يقوم بهذه المهام ومدى أهميتها بالنسبة له. ويمكنك التفكير في الأسئلة التالية لفهم ذلك:

عناصر نموذج Canvas للقيمة المقترحة:

أ. قسم العميل Customer Profile

إليك مثالًا حول خدمة تعليمية للأطفال يوضح كيف يمكن تطبيق مفهوم "المهام المطلوب إنجازها" من نموذج :Value Proposition Canvas



1. **المهام العملية التي يحاول العميل (الطفل/ولي الأمر) إنجازها:**

مساعدة الأطفال على تطوير مهاراتهم الأساسية، مثل القراءة، الكتابة، أو الرياضيات.

مساعدة أولياء الأمور في توفير مصادر تعليمية مفيدة

2. **المهام الاجتماعية التي يسعى العميل لتحقيقها:**

تعزيز مكانة ولي الأمر كراعٍ مهتم بتعليم أطفاله.

بناء بيئة تعليمية تفاعلية تُشجع الأطفال على التواصل مع أقرانهم.

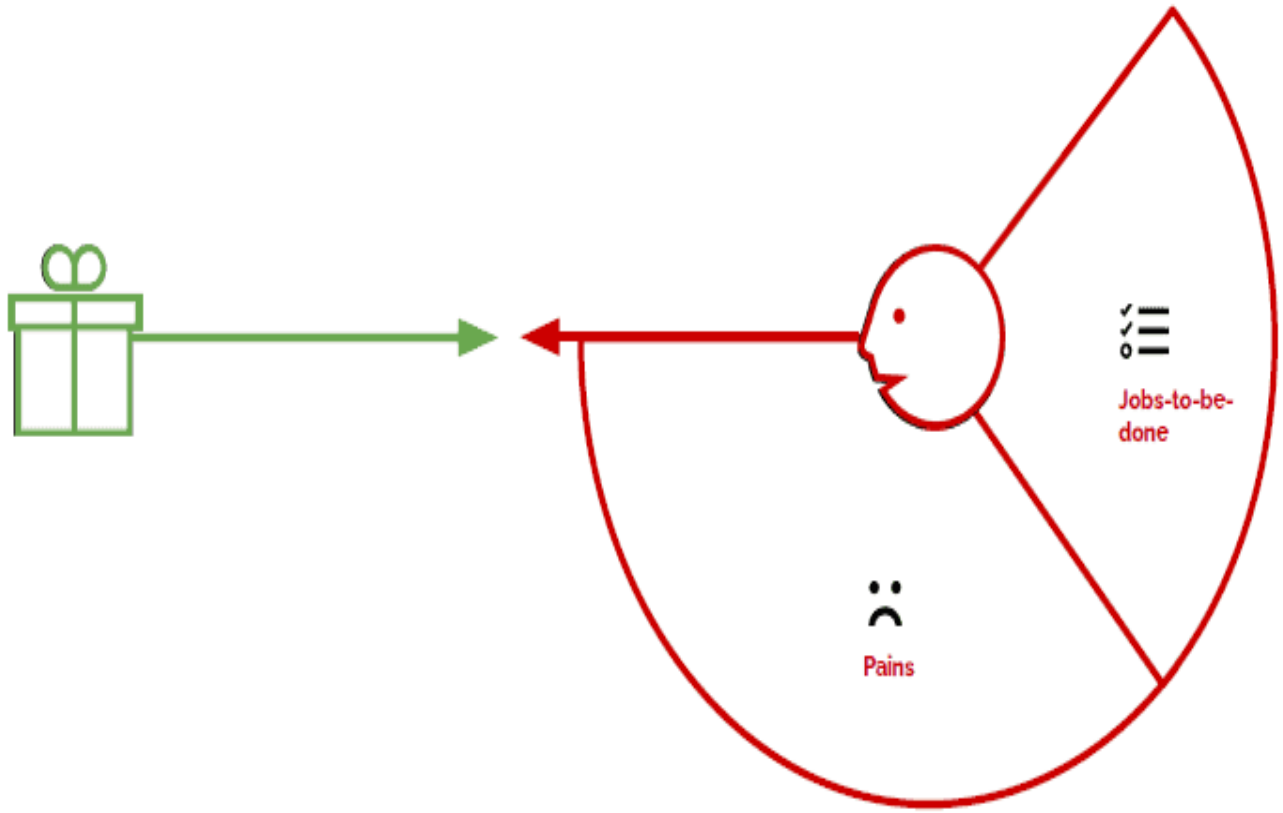
3. **المهام العاطفية التي يريد العميل الوصول إليها:**

تقليل القلق لدى أولياء الأمور بشأن مستقبل أطفالهم الدراسي.

تقديم إحساس بالفخر والإنجاز عند رؤية التقدم الذي يحققه الطفل.

عناصر نموذج Canvas للقيمة المقترحة:

أ. قسم العميل Customer Profile



المشاكل: هذه الخطوة تشمل جميع الجوانب التي تسبب الإزعاج للعملاء أثناء تنفيذهم لأعمالهم، مثل التجارب السلبية، المشاعر المحبطة، التحديات، المخاطر، التكلفة المالية، الأخطاء، والعواقب المترتبة على ذلك. لتوضيح هذه النقاط، يمكن تصنيف المشكلات حسب شدتها (شديدة أو خفيفة) مع ذكر مدى تكرار حدوثها.

عناصر نموذج Canvas للقيمة المقترحة:

أ. قسم العميل Customer Profile

إليك مثالًا حول خدمة تعليمية للأطفال يوضح كيف يمكن تطبيق مفهوم "المشاكل" من نموذج :Value Proposition Canvas

1. ما الذي يكلّف العميل وقتًا أو مالاً أو جهدًا كبيرًا؟

ارتفاع تكلفة بعض الخدمات التعليمية الرقمية.

2. ما الذي يجعل العميل يشعر بالإحباط؟

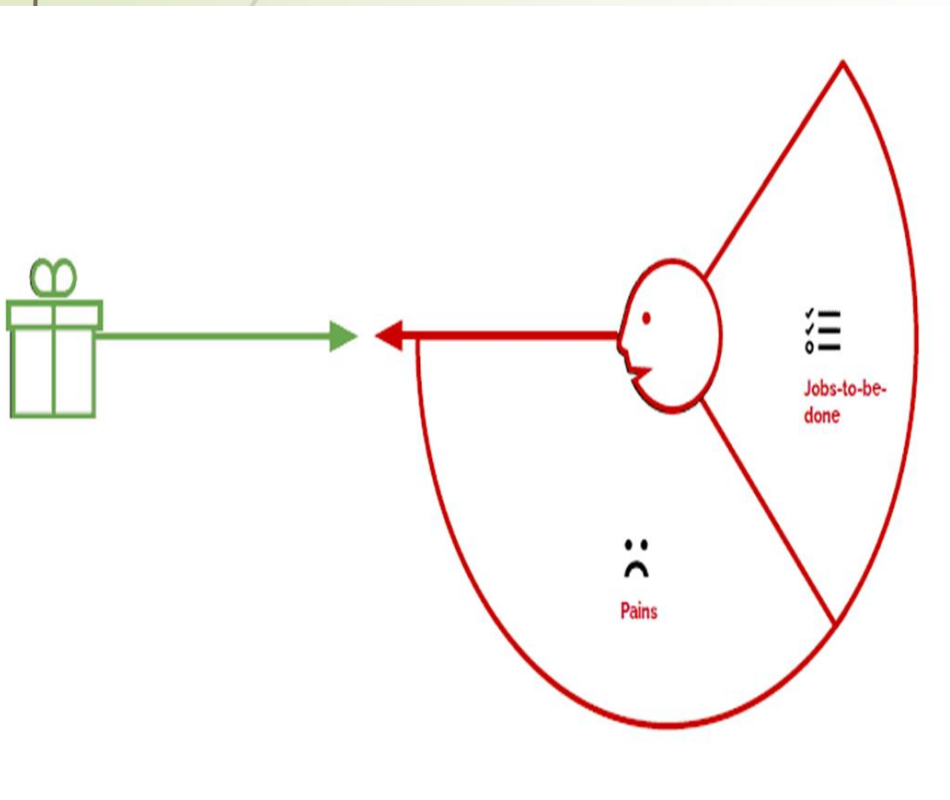
تكرار التجارب غير المفيدة مثل تطبيقات تعليمية دون جودة عالية أو تفاعل كافٍ للطفل.

3. ما هي التحديات الرئيسية؟

صعوبة إيجاد توازن بين المحتوى التعليمي الممتع والمفيد.

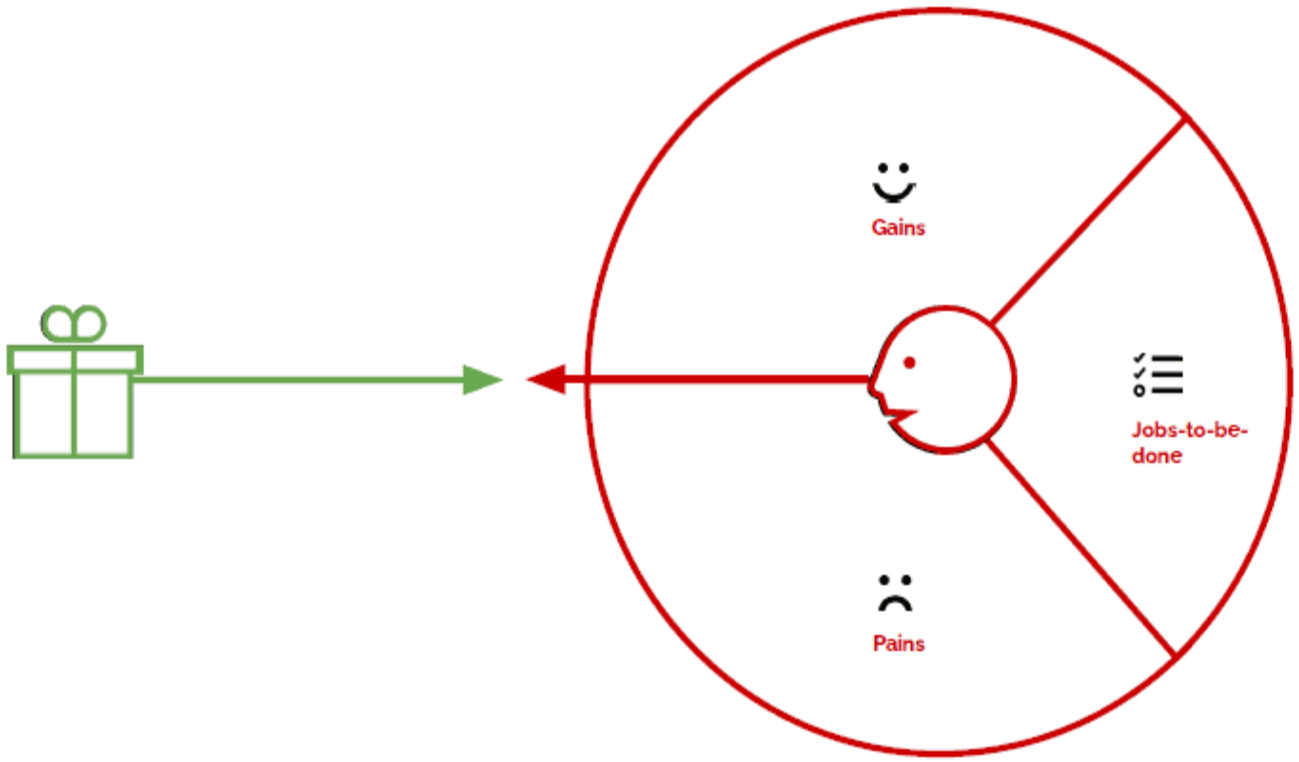
4. لماذا الحلول الحالية ليست كافية؟

التطبيقات الحالية تفتقر إلى محتوى مخصص حسب الفئة العمرية.



عناصر نموذج Canvas للقيمة المقترحة:

أ. قسم العميل Customer Profile

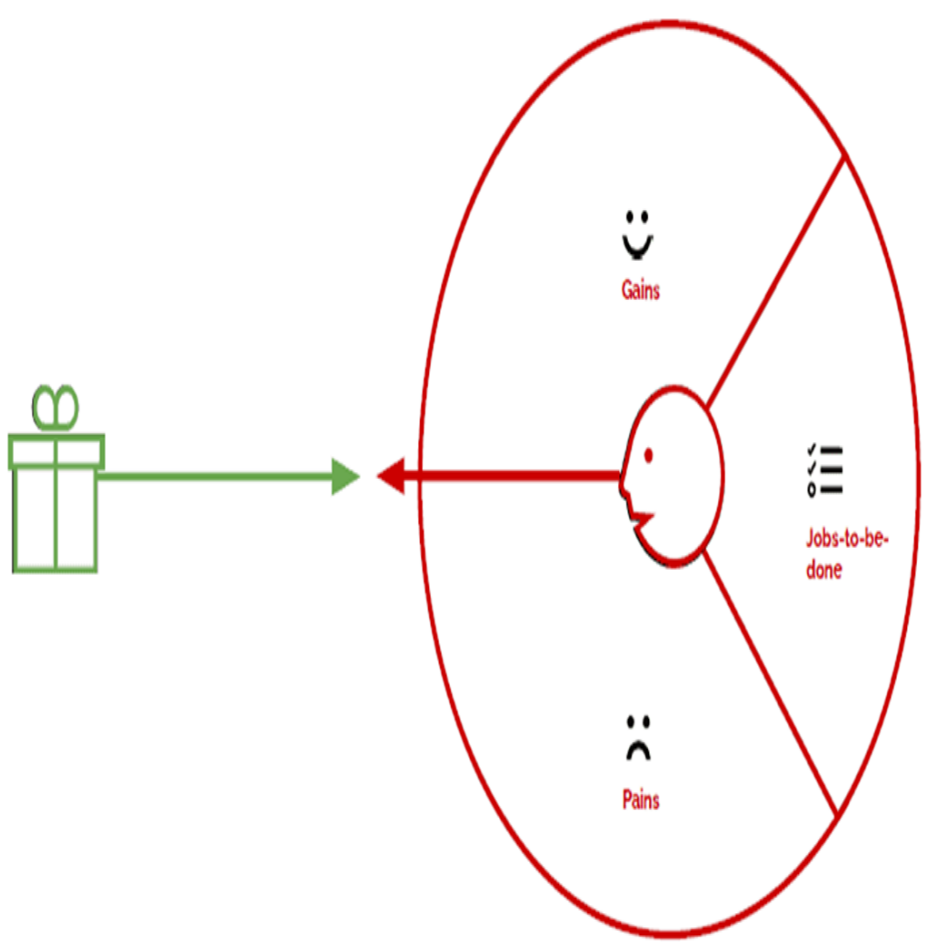


المكاسب: عند تحليل "المكاسب" التي يبحث عنها العملاء، نركز على جميع الفوائد التي يتوقعها العميل أو يتمناها، أو حتى الأشياء التي قد تفاجئه بشكل إيجابي. هذه المكاسب قد تكون وظيفية (تسهيل الأمور)، عاطفية (تحفيز إيجابي)، اجتماعية (تحسين المكانة)، أو مالية (توفير التكاليف).

عناصر نموذج Canvas للقيمة المقترحة:

أ. قسم العميل Customer Profile

إليك مثالًا حول خدمة تعليمية للأطفال يوضح كيف يمكن تطبيق مفهوم "المكاسب" من نموذج :Value Proposition Canvas



1. ما أنواع التوفير التي ستسعد العميل؟

توفير الوقت، المال، أو الجهد.

2,ما النتائج التي يتطلع العميل إلى تحقيقها؟

مثل جودة عالية، أرباح، تحسين الأداء أو توفير كبير.

3,ما الحلول الحالية التي تُسعد العميل؟

مثل الميزات الممتازة، الأداء الفائق، أو الجودة المتفوقة.

4,كيف يقيس العميل النجاح أو الفشل؟

مثل التكلفة، الأداء، الجودة، أو حتى الأثر الاجتماعي (الإعجابات على وسائل التواصل الاجتماعي).

عناصر نموذج Canvas للقيمة المقترحة:

ب. قسم المنتج/الخدمة Value Map

1-المنتجات والخدمات Products & Services	2-إزالة الألم Pain Relievers
ما الذي تقدمه الشركة لحل مشاكل العملاء وتلبية احتياجاتهم؟ مثال: تقدم المؤسسات الناشئة مثل "كريم" نظام دفع إلكتروني مدمج داخل التطبيق يتيح للمستخدمين الدفع ببطاقة مصرفية أو نقدًا عند الوصول.	كيف يساهم المنتج في تقليل المشاكل التي يواجهها العميل؟ مثال: توفر خدمات الدفع الإلكتروني ميزات مثل المصادقة الثنائية لحماية بيانات المستخدمين من الاختراقات.

3-تحقيق المكاسب Gain Creators
كيف يساعد المنتج في خلق قيمة إضافية للعميل؟ مثال: تقدم بعض المؤسسات خصومات على عمليات الدفع الإلكتروني، مما يشجع العملاء على استخدام هذه الوسيلة بدلاً من النقد..

أمثلة على القيمة المقترحة في المؤسسات الناشئة

Airbnb: تقديم تجربة إقامة محلية بأسعار أقل من الفنادق التقليدية.

Uber: تسهيل عملية التنقل من خلال تطبيق سهل الاستخدام.

"**كريم**": تقديم خدمات تنقل محلية بأسعار مناسبة وموثوقية عالية..

خطوات تطوير قيمة مقترحة قوية

تحليل السوق.

تحديد المشكلات الرئيسية للزبائن.

تصميم حلول فعالة وفريدة.

اختبار القيمة المقترحة وتعديلها وفقًا لتعليقات الزبائن.

مثال توضيحي

قسم الزبون: المكاسب

تصف المكاسب حالة يتم فيها تخفيف الألم و إنجاز المهمات.

-**يلبي الحد الأدنى من احتياجات الزبائن:** الخدمة توصل الطعام من المطاعم إلى العميل. هذه الوظيفة الأساسية التي يتوقعها أي شخص عند استخدام تطبيق توصيل الطعام.

يلبي توقعات الجودة والفاعلية: التطبيق يتيح للعميل تتبع الطلب في الوقت الحقيقي، ويقدم ضمانًا للتوصيل في وقت محدد، ويضمن وصول الطعام في حالة جيدة وساخن.

يتجاوز التوقعات ويقدم مكاسب إضافية: بالإضافة إلى التوصيل، التطبيق يقدم برنامج ولاء يمنح نقاطًا لكل طلب، يمكن استبدالها بوجبات مجانية أو تخفيضات، كما يقدم خيارات صحية مفصلة للأشخاص الذين يتبعون أنظمة غذائية خاصة.

يقدم مكاسب جديدة غير تقليدية لم يكن الزبون يتوقعها: التطبيق يتعاون مع الطهاة المحليين لتقديم تجارب طعام حصرية، مثل وجبات معدة خصيصًا لا تتوفر إلا عبر التطبيق، أو عروض لتناول العشاء مع الطهاة المعروفين، أو دروس طهي افتراضية تقدمها الشخصيات الشهيرة في عالم الطهي.

قسم الزبون: مشاكل الزبون

في عملية تطوير الأعمال والمنتجات، من الضروري تحديد وفهم المشاكل التي يواجهها العملاء لضمان أن الحلول المقدمة تعالج تلك المشاكل بشكل فعال، هناك ثلاث فئات رئيسية يمكن أن تندرج تحتها مشاكل العملاء

مشاكل وظيفية: هي المشاكل المتعلقة بالمهام الأساسية أو الوظائف التي يحتاج العميل لتنفيذها. هذه المشاكل مرتبطة بالأداء أو الإنتاجية في استخدام المنتج أو الخدمة.

قد يجد الزبون صعوبة في العثورعلى مجموعة متنوعة من خيارات الطعام

العقبات: هي الحواجز التي تحول دون استخدام الزبون للخدمة بشكل مريح أو تلك التي تؤدي إلى تجربة سلبية.

قد يواجه الزبون تأخيرات متكررة في التوصيل، أو يتلقى طلبات غير صحيحة، أو قد تكون رسوم التوصيل مرتفعة بشكل مبالغ فيه.

المخاطر: هي المشاكل المحتملة التي قد تنجم عن استخدام الخدمة والتي قد تكون لها عواقب سلبية على الزبون.

قد تشمل المخاطرتلقي طعام في حالة سيئة، أو المخاوف الصحية المرتبطة بالتعامل مع الطعام، أو حتى المخاوف الخاصة بالخصوصية وأمان البيانات عند استخدام التطبيق.

قسم الزبون: مهمات الزبون

المهمات هي مختلف الأنشطة والوظائف التي يحاول الزبون إنجازها من خلال استخدام منتج أو خدمة ما.

مهمات وظيفية: هي الأنشطة الأساسية التي يحتاج الزبون إلى إكمالها

قد يكون الزبون بحاجة إلى القيام بمهمة العثورعلى المطاعم المتاحة في منطقته وتحديد اختيارالوجبات.

مهمات اجتماعية: هذه تتعلق بكيفية تأثير المنتج أو الخدمة على الوضع الاجتماعي للزبون.

قد يرغب الزبون في طلب طعام من مطعم معروف وراقٍ ليبهرضيوفه خلال حفلة عشاء، مما يعززمكانته الاجتماعية كشخص يقدرالطعام الجيد والتجارب الر اقية.

الوصول إلى حالة نفسية أوعاطفية معينة: تتعلق بالمشاعر والحالة العاطفية التي يرغب الزبون في الوصول إليها.

قد يرغب الزبون في الشعوربالراحة بعد يوم عمل طويل، وخدمة توصيل الطعام تمكنه من الاسترخاء والاستمتاع بوجبته دون الحاجة للطهي.

مهمة داعمة: تشمل الأنشطة الإضافية التي قد تكمل التجربة أوتدعم الوظائف الرئيسية.

التأكد من أن الطعام الذي تطلبه خالٍ من المكونات التي تسبب الحساسية.

قسم القيمة: المنتجات والخدمات

الهدف هو توضيح كيف يمكن لهذه المنتجات أو الخدمات أن تلبي الاحتياجات الأساسية والمهمة للزبون بأفضل شكل ممكن.

تعمل خدمة توصيل الطعام على تقديم تجربة توصيل طعام متميزة تغطي الاحتياجات المختلفة للزبائن.

- الخدمة تضمن وصول الطعام في غضون 30 دقيقة كحد أقصى للحفاظ على الجودة والفاعلية.
- يتم تعبئة الطعام بطريقة محكمة لتقليل خطر التسرب أو الفساد، وتتبع الطلبات في الوقت الحقيقي للتقليل من العقبات والمخاطر.
- التطبيق يتميز بواجهة مستخدم واضحة ويقدم خيارات متعددة من المطاعم والأصناف، مما يساعد في حل المشاكل الوظيفية المحتمل

قسم القيمة: درء المشاكل

يتم التركيز على كيف يمكن للمنتج أو الخدمة أن تخفف أو تحل المشكلات والتحديات التي يواجهها الزبائن

درء المشاكل: ضمان أن جميع الطلبات تُراجَع وتُعَد بدقة للحد من الأخطاء في الطلبات.

الحد من الخسائر: تقديم ضمانات للزبائن في حالة التأخير أو الطلب الخاطئ، مثل خصم أو وجبة مجانية في المستقبل.

جعل الزبائن يشعرون بتحسن: تقديم خدمة عملاء متميزة للتعامل مع أي استفسارات أو شكاوى بطريقة ودية وفعالة.

القضاء على العقبات: تسهيل عملية الطلب من خلال تصميم تطبيق بواجهة مستخدم سهلة وإتاحة خيارات دفع متعددة.

القضاء على المخاطر: التأكد من أن جميع السائقين يتبعون أفضل ممارسات التوصيل الصحي لتجنب التلوث أو الضرر للطعام.

إنهاء الصعوبات الاجتماعية: توفير خيارات طعام متنوعة تناسب جميع الأذواق والتفضيلات الغذائية للزبائن، مما يمكنهم من استضافة العائلة والأصدقاء بسهولة

قسم القيمة: جلب المكاسب

يتعلق بما يمكن للخدمة أن تقدمه من فوائد إضافية قد لا يكون الزبون قد فكر بها أو توقعها، لكنها تعود عليه بالنفع والراحة.

زيادة المدخرات: تقدم خدمة توصيل الطعام برامج ولاء تمنح الزبائن نقاطًا على كل طلب، والتي يمكن استبدالها بوجبات مجانية أو خصومات. هذا يساعد الزبائن على توفير المال على المدى الطويل.

جعل عملهم / حياتهم أسهل: يوفر التطبيق واجهة استخدام بسيطة وإمكانية الطلب المسبق للوجبات، مما يقلل من الجهد والوقت اللازم لتناول الطعام أو التخطيط له.

خلق فائدة اجتماعية: يمكن للزبون استخدام الخدمة لإرسال وجبات كهدايا إلى الأصدقاء والعائلة، مما يعزز التواصل الاجتماعي ويقدم طريقة للتعبير عن الامتنان أو الاهتمام.

تحقيق أمنية أو رغبة: تقدم الخدمة تجارب تذوق حصرية أو عروض خاصة من مطاعم لم يجربها الزبون من قبل، مما يلبي رغبة الزبائن في تجربة أطعمة جديدة وفريدة.