

نموذج فجوة السوق كيف تتعرف على الأفكار المثمرة

إن هدف كل مشروع جديد هو اكتشاف فجوة في السوق والقيام بسدها، ولكن ما أفضل وسيلة للقيام بذلك؟، إن نموذج فجوة السوق يساعد على رسم السوق بأسلوب واضح ثلاثي الأبعاد. ، لذلك ارسم ثلاثة محاور تقيس تطور السوق الذي تستهدفه، وكذلك عملاؤك ، ومنتجاتك المستقبلية. لنقل أنك تريد إصدار مجلة جديدة :

✓ المحور (س) هو فعالية التكلفة ... ما مقدار الأرباح التي يجنيها منتجك؟

✓ المحور (ص) هو البريق ... ما مقدار معرفة الجمهور بمنتجاتك؟

✓ المحور (ع) هو الوعي ما مستوى صدق منتجاتك ؟

ضع منتجات منافسيك على في هذا الرسم البياني، فإذا كان هناك كثير من المنافسين في هذا المجال ، فينبغي أن تدخل السوق في حالة واحدة فقط، وهي أن يكون منتجك نجما في سماء مجاله، فمثلا استطاعت مجلة Grazia أن تقتحم مجال المجلات النسائية المزدهم بالفعل، وذلك من خلال الدمج بين أخبار الموضة المعقدة والموضوعات الخاصة بالشائعات عن حياة أشهر مشاهير المجتمع. لذلك ابحث عن سوق ذي طبيعة خاصة – مجال أغفله الجميع ولم يطرقة احد. إتبه: إذا كان المجال خاليا تماما، فينبغي أن تبحث ما إذا كان هناك طلب على منتجك في هذا المجال أم لا.

إن تحديد المجال المناسب لإطلاق منتج لك مثل التنقيب عن النفط تماما - المكان الخالي ليس جيدا.

من كتاب القرار ، خمسون نموذجا للتفكير الاستراتيجي ، لـ ما يكل كروجرس و رومان

تشابليز