



۴ مدل برای داشتن کسب و کار بی نظیر

گاهی اوقات بهترین راه یادگیری، استفاده از مثال است. در این مقاله چهار مدل کسب و کار را مثال می‌زنم که سودآوری‌شان در طولانی‌مدت ثابت شده است. همان‌طور که مدل‌ها را بررسی می‌کنید به این نکته فکر کنید که چگونه می‌توانید قسمتهایی از استراتژی‌های آن را در کسب و کارتان به کار بگیرید.

۱. یک بار بسازید، بارها بفروشید

اگر یک بار بسازید و یک بار هم بفروشید، بدترین نوع مدل کسب و کار را خواهید داشت. از طرف دیگر، داشتن یک مدل که یک بار ساخته شود و بارها بفروشد، بهترین مدل کسب و کار خواهد بود.

شرکت‌های نرم‌افزاری مانند مایکروسافت و اوراکل با استفاده از این مدل توانسته‌اند در جایگاه تولیدکنندگان موفق عصر دیجیتال قرار گیرند. نرم‌افزارها یک بار نوشته می‌شوند و بارها و بارها فروخته می‌شوند. تولیدکنندگان نرم‌افزار در مقایسه با

تولیدکنندگان محصولات فیزیکی از مزیت تولید نسخه‌های متفاوت برخوردارند. این نسخه‌های نرم‌افزاری باعث تداوم فروش شرکت‌های نرم‌افزاری و ادامه فعالیت خط تولید نرم‌افزارها می‌شوند.

یک سرمایه‌گذاری با هزینه‌های ثابت زیاد نیز یکی دیگر از راه‌های استراتژی (یکبار ساختن و بارها فروختن) است. زمین‌بازی‌های گلف، دیزنی‌لند، کشتی‌های گردشگری، هتل‌ها همگی از فروش تدریجی به مشتریان برای رسیدن به دارایی‌های اولیه خود استفاده می‌کنند.

۲. مزیت رقابتی واقعی در دستان تولیدکنندگان کم‌هزینه

گاهی اوقات مالکان کسب‌وکارها تولیدکنندگان کم‌هزینه را با تولیدکنندگان با حاشیه سود کمتر اشتباه می‌گیرند. توانایی تولید محصولات مشابه رقبا با هزینه کمتر می‌تواند؛ مانند سلاحی محرمانه در دستان شما عمل کند.

به دلیل قیمت‌های مناسب محصولات در آمازون نسبت به سایر فروشگاه‌های اینترنتی، سهم بزرگی از بازار به این وبگاه اختصاص یافته است.

۳. تجمل‌گرایی

با افزایش استانداردهای جهانی سطح زندگی، تقاضا برای کالاها و خدمات باکیفیت‌تر و شیک‌تر افزایش چشمگیری داشته است. بیشتر شرکت‌های موفق، از یک استراتژی در مدل کسب‌وکار خود استفاده می‌کنند. آنها بهترین تقاضاهای موجود در بازار را در نظر می‌گیرند و در کنار قیمت، مطلوبیت و جذابیت آن را به میزان قابل‌توجهی افزایش می‌دهند.

در بازاری که در آن کیف‌ها فقط ۵۰ دلار قیمت دارند، کیف‌های مارک کوچ، به قیمت‌های چند صد دلاری فروخته می‌شود.

خودروسازان تلاش می‌کنند با استفاده از فناوری‌های جدیدی مانند صندلی‌های ماساژور، قابلیت پارک خودکار، سیستم‌های مکان‌یابی روزبه‌روز بر ارتقای تولیدات بیفزایند.

مدل‌های کسب‌وکار تجملی، همیشه با کمی ریسک همراه خواهند بود، زیرا شما فقط بخش محدودی از بازار را برای کسب‌وکار خود انتخاب می‌کنید. البته ممکن است شانس بیاورید و بازار کالاهای مصرفی خیلی رشد نکند. به‌هرحال ممکن است بتوانید حجم فروش را در بازار به دلیل افزایش قیمت‌ها گسترش دهید.

۴. خلق محبوب‌ترین نام‌های تجاری

یکی از سودآورترین مدل‌های کسب‌وکار در تاریخ خلق یک برند محبوب و متمایز است. یک برند محبوب در واقع مانند شیپور عمل می‌کند و این امکان را به شرکت می‌دهد تا بتواند محصولات خود را به مقدار قابل‌توجهی و باقیمت‌های بسیار خوب به فروش برساند.

اپل یک برند محبوب برای نسل کنونی است. شرکت‌های نایک و آرمور می‌توانند تحت لوگوی خود گستره‌ای از محصولات ورزشی از جمله کفش و لباس را تولید کنند و آن را دو برابر قیمت محصولات معمولی بفروشند.

اکثر بازارها توسط رقبای ثابت و حرفه‌ای شناسایی شده و به بهره‌برداری رسیده‌اند؛ بنابراین سعی کنید از رقابت مستقیم با آن‌ها بپرهیزید. اگر می‌خواهید در طولانی‌مدت موفق باشید، باید نوآوری کنید، اما انجام دادن آن همیشه راحت نیست. پس می‌توانید از این روش‌ها الهام بگیرید.

["message_box text_color="light]

منبع: کتاب «مدل‌های کسب‌وکار»

نویسنده: جیم میول هازن



ناشر: آوند دانش
ترجمہ: الناز رفیعی پور، احسان منصور
[message_box/]