

# نموذج عمل المنتج الرئيسي مجاني

## اسم نموذج العمل

نموذج عمل المنتج الرئيسي مجاني  
Freemium Model

## وصف نموذج العمل

هو استراتيجية عمل تقدمها الشركات لجذب العملاء، حيث تقدم الشركة خدمات أو منتجات مجانية محدودة النطاق، وتعرض خدمات وميزات إضافية بأسعار مدفوعة. يتيح هذا النموذج للعملاء تجربة المنتج أو الخدمة قبل الشراء الفعلي، مما يعزز الثقة ويزيد من احتمالية الشراء النهائي. ويعتمد هذا النموذج على فكرة أن العملاء يشتررون المنتج أو الخدمة الأكثر قيمة بالنسبة لهم بعد تجربتهم للخدمات المجانية.

## المراجع

- Kolli, G. (2017). 50 Business Model Examples.Montreal

## مثال لنموذج العمل

نون اكاديمي

## المقر

المملكة العربية السعودية  
القطاع: التعليم، الخدمات  
سنة التأسيس: 2013

## خصائص النموذج

- يتميز بوجود تعليم لأختبارات القدرات و التحصيلي ولجميع المواد الدراسية



## نبذة عن الشركة

موقع التدريس الخصوصي والجماعي الرائد بالوطن العربي، حيث تقدم شروحات دراسية رئيسية مع عروض مميزة للطلاب. للإطلاع على الموقع الرسمي: أنقر هنا

# نموذج عمل المنتج الرئيسي مجاني

## الشراكات الرئيسية

- المستخدمون الذين يستخدمون الإصدار المجاني من المنتج أو الخدمة
- الدفع للعملاء المشتركين في الإصدار المتميز للمنتج أو الخدمة
- شركاء الإعلان الذين يدفعون للإعلان على المنصة
- موفرو التكنولوجيا الذين يقدمون البرامج والأجهزة لدعم تقديم المنتجات / الخدمات

## الأنشطة الرئيسية

- تطوير وصيانة منتج أو خدمة فريميوم
- تسويق وترويج منتج أو خدمة فريميوم لجذب المستخدمين والعملاء الذين يدفعون الثمن
- تقديم دعم العملاء وحل أي مشاكل
- إدارة المدفوعات والمعاملات بين عملاء الدفع والشركة الخدمة

## الموارد الرئيسية

- موظفين مهرة لإدارة تسليم المنتجات / الخدمات وتقديم دعم العملاء
- موارد التكنولوجيا لدعم تقديم المنتج / الخدمة
- شركاء الإعلان
- أدوات تحليل البيانات

## القيم المقترحة

- الوصول إلى ميزات المنتج / الخدمة الأساسية مجاناً
- الميزات والفوائد الإضافية المتاحة من خلال الإصدار المتميز للعملاء الذين يدفعون
- توفير التكلفة للمستخدمين الذين لا يحتاجون إلى الميزات المتميزة
- دعم عملاء عالي الجودة

## العلاقات مع العملاء

- تقديم دعم العملاء من خلال قنوات مختلفة مثل البريد الإلكتروني والهاتف والدرشة
- الاستجابة لملاحظات العملاء وتحسين تقديم المنتج / الخدمة بناءً على احتياجات العملاء
- تقديم حوافز لتشجيع تكرار الأعمال والإحالات

## القنوات

- يمكن الوصول إلى منتج أو خدمة مجاني من خلال موقع ويب أو تطبيق جوال
- حملات تسويقية وإعلانية رقمية لجذب مستخدمين جدد وعملاء مدفوعين
- برامج الإحالة لتشجيع التسويق الشفهي

## شرائح العملاء

- المستخدمون الذين يبحثون عن ميزات المنتج / الخدمة الأساسية مجاناً
- العملاء الذين يريدون تجربة المنتج أو الخدمة قبل شرائها

# توضيح

## مصادر الإيرادات

- الإيرادات المتأتية من الدفع للعملاء الذين يشتركون في الإصدار المتميز من المنتج أو الخدمة
- عائدات الإعلانات من شركاء الإعلان الذين يدفعون للإعلان على المنصة
- رسوم الخدمات المتميزة، مثل دعم العملاء المحسن أو تقديم الخدمة ذات الأولوية

## هيكل التكاليف

- تطوير وصيانة منتج أو خدمة فريميوم
- مصاريف التسويق والإعلان
- رواتب ومزايا الموظفين
- تكاليف البنية التحتية، مثل الاستضافة والأمان
- معالجة الدفع ونفقات المعاملات