

بوم کسب و کار شرکت درایوا

بخش بندی مشتریان:

خریدارانی که:

- از آسانی لذت میبرند.
- زمان برایشان اهمیت زیادی دارد.
- عاشق رانندگی هستند.
- پیاده روی با خریدهای زیاد را دوست ندارند.

- شرکتها یا برندهایی که میخواهند محصولاتشان تبلیغ شود.

چارچوب تعامل با مشتری:

- صندوق انتقادات و پیشنهادات
- ایمیل
- وبسایت
- پشتیبانی تلفنی
- شبکه های اجتماعی
- سیستم ارزیابی کیفیت برندها

کانال های ارتباط با مشتری:

- ارتباط مستقیم در شعب سطح شهرها

ارزش پیشنهادی:

- پوشش منطقه ای مناسب شعب
- تنوع بالای محصولات
- کیفیت مطلوب محصولات
- امکان مرجوع کردن کالا
- صرف زمان کمتر
- عدم نیاز به حمل کالا
- ارائه تخفیفات دائمی

فعالیت های کلیدی:

- فروش و ارائه ۲۴ ساعته محصولات
- سیستم پشتیبانی ۲۴ ساعته
- تأسیس رستوران و کافی شاپ
- تبلیغات

منابع کلیدی:

- نیروی انسانی
- فضای کافی جهت تأسیس فروشگاه و انبار
- سرمایه
- سیستم اتوماسیونی و رباتیک
- شرکت های مختلف تولید کننده
- مجوزهای لازم

شرکای کلیدی:

- تولید کنندگان
- سهامداران
- سرویس دهندگان و توسعه دهندگان اینترنتی
- رسانه های تبلیغاتی

مدل درآمد:

- سود حاصل از فروش محصولات
- حق فروش دریافتی از برندهای سرمایه گذار
- کمیسیون تاکسی ها
- تبلیغات

ساختار هزینه:

- خرید یا اجاره زمین جهت تأسیس فروشگاه و انبار
- تأمین تجهیزات لازم و اتوماسیون
- دکوراسیون داخلی و مسیر حرکت خودروها
- هزینه های عمومی مانند مالیات، آب، برق و...
- واحد تحقیق و توسعه
- حقوق کارکنان
- بازاریابی