

## ➤ بخش بندی مشتریان

بخش اصلی مشتریان،نوجوانان ۱۳ تا ۱۸ ساله و والدین آنها هستند. این بخش شامل نوجوانانی است که شروع به کسب درآمد از طریق مشاغل پاره وقت، کمک هزینه یا سایر روش ها می کنند و به دنبال راهی برای یادگیری نحوه مدیریت امور مالی خود هستند. والدین این نوجوانان نیز یک بخش مشتری هدف هستند، زیرا آنها نگران سواد مالی و عادات خرج کردن فرزندان خود هستند و به دنبال راهی برای راهنمایی و نظارت بر آنها به شیوه ای عملی و موثر هستند.

## ➤ ارتباط با مشتری

پشتیبانی درون برنامه ای: ارائه پشتیبانی درون برنامه ای از طریق ایمیل، به کاربران این امکان را می دهد که به راحتی در مورد برنامه کمک بگیرند. پورتال والدین: ارائه یک پورتال والدین در برنامه، جایی که والدین می توانند عادات خرج کردن فرزند خود را مشاهده کنند، محدودیت هایی را تعیین کنند و اعلان ها را دریافت کنند. بازخورد مشتری: جمع آوری بازخورد مشتری و استفاده از آن برای بهبود مستمر ویژگی ها و عملکرد برنامه.

## ➤ کانال ها

رسانه های اجتماعی:پلتفرم های رسانه های اجتماعی محبوب مانند اینستاگرام برای دستیابی به مخاطبان هدف خود یعنی نوجوانان از طریق بلاگرها و اینفلوئنسر ها مدارس و مراکز اجتماعی:همکاری با مدارس و مراکز اجتماعی همکاری با هدف میزبانی از کارگاه های سواد مالی و معرفی آن به والدین و نوجوانان.

## ➤ ارزش پیشنهادی

نوجوانان اغلب فاقد تجربه در مدیریت مالی هستند و والدین برای نظارت و هدایت موثر عادات خرج کردن فرزندان خود تلاش می کنند. کش فلو این مشکل را با ارائه یک محیط کاربر پسند حل می کند که به نوجوانان کمک می کند مهارت های مدیریت مالی را بیاموزند و همزمان والدین بر مخارج فرزند خویش نظارت دارند. این راه حل به مسئله رایج بی سوادی مالی در میان نوجوانان می پردازد و در عین حال ارتباط سالم و باز بین نوجوانان و والدین در مورد پول را تقویت می کند.

## ➤ فعالیت های کلیدی

ادغام ویژگی های رسانه های اجتماعی برای اینکه نوجوانان را قادر سازد تا در مورد مدیریت مسئولانه پول با یکدیگر ارتباط برقرار کنند و از یکدیگر بیاموزند. توسعه یک برنامه پاداش برای تشویق نوجوانان با هدف تمرین مدیریت مسئولانه پول. گسترش عملکرد پلتفرم شامل ویژگی های بودجه بندی، پس انداز و سرمایه گذاری. همکاری با کارشناسان آموزش مالی برای ایجاد محتوای جذاب و آموزنده برای کاربران جذب و حفظ کاربر از طریق کمپین های بازاریابی، تبلیغات و مشارکت با موسسات آموزشی. توسعه و بهبود مستمر پلتفرم بر اساس بازخورد کاربران و روندهای صنعت.

## ➤ منابع کلیدی

داده ها و تجزیه و تحلیل کاربر: از جمله داده های رفتار کاربر، الگوهای هزینه و سایر بینش هایی که می تواند توسعه محصول و استراتژی های بازاریابی را آگاه کند. تخصص مالی: شامل دانش مقررات مالی، بودجه بندی، پس انداز و استراتژی های سرمایه گذاری. منابع بازاریابی و تبلیغات: از جمله رسانه های اجتماعی، بازاریابی ایمیلی و سایر کانال ها برای دسترسی و جذب کاربران.

## ➤ شرکای کلیدی

موسسات آموزشی: برای مشارکت و ادغام با مدارس و دانشگاه ها، ارائه منابع آموزشی و برنامه های سواد مالی به دانش آموزان. پلتفرم های رسانه های اجتماعی: برای مشارکت با پلتفرم های رسانه های اجتماعی محبوب، که کاربران را قادر می سازد اطلاعات و منابع مالی را با دوستان و دنبال کنندگان به اشتراک بگذارند.

اینفلوئنسر ها و سازندگان محتوا: برای مشارکت با اینفلوئنسر ها و سازندگان محتوا محبوب، کمک به تبلیغ پلتفرم و ویژگی های آن برای مخاطبان گسترده تر. شرکت های تجزیه و تحلیل داده ها و بینش ها: برای مشارکت با شرکت های تجزیه و تحلیل داده ها و بینش ها، ارائه بینش ها و توصیه های مالی شخصی سازی شده به کاربران.

## ➤ ساختار هزینه

هزینه های فناوری و زیرساخت: از جمله توسعه وب سایت و برنامه، میزبانی، نگهداری و اقدامات امنیتی.

هزینه های بازاریابی و تبلیغات: برای جذب و حفظ کاربر، از جمله SEO، رسانه های اجتماعی.

هزینه های خدمات حرفه ای: مانند استخدام کارشناسان یا مشاوران آموزش مالی برای ایجاد محتوای جذاب یا مشاوره در مورد توسعه محصول.

## ➤ جریان های درآمدی

تجزیه و تحلیل داده ها: فروش داده های جمع آوری شده و ناشناس به موسسات مالی، ارائه بینش در مورد عادات خرج کردن نوجوانان. مشارکت برندها:همکاری با برندها برای ارائه تخفیف ها و تبلیغات انحصاری به کاربران. مربیگری مالی: ارائه خدمات مربیگری مالی شخصی برای نوجوانان و والدین. برنامه ارجاع: ارائه مشوق هایی برای کاربران برای ارجاع دوستان و خانواده به برنامه، مانند تخفیف در اشتراک.