محدوده‌ی ارزش ذی نفعان: کاربران یا مشتریان

|  |  |
| --- | --- |
| توضیح | زمینه |
| دیگر نیاز به هزینه رفت و آمد و صرف وقت برای خرید لباس نیست. | کاهش هزینه[[1]](#footnote-1) |
| در بازارهای آنلاین که بازار به شد رقابتی است و همچنین عرضه کنندگان کالا دیگر هزینه‌هایی از قبیل اجاره مغازه و ... را نمی‌پردازند، قیمت محصولات ارزان‌تر است. |
| کاهش زمان خرید برای مشتری | توانمندسازی[[2]](#footnote-2) |
| ایجاد خرید ایمن و حفظ سلامتی مشتری در شرایط کرونا |
| تنوع بالای محصولات جهت بررسی و خرید |
| از نظر اجتماعی خرید اینترنتی یک خرید سبز (سازگار با محیط زیست) است و باعث ایجاد تمایز برای این نوع خریداران از نظر اجتماعی می‌شود. | متمایزکننده[[3]](#footnote-3) |

1. Cost reducer [↑](#footnote-ref-1)
2. Enablement [↑](#footnote-ref-2)
3. Differentiator [↑](#footnote-ref-3)