محدوده‌ی ارزش ذی نفعان: پیک موتوری

|  |  |
| --- | --- |
| توضیح | زمینه |
| از طریق کاهش زمان جست و جو برای مشتری | کاهش هزینه[[1]](#footnote-1) |
| مورد هدف قرار دادن بازار جدیدی که ممکن بود در گذشته نسبت به آن آگاهی نداشته باشند. | توانمندسازی[[2]](#footnote-2) |
| امکان همکاری با کارفرماهای مختلف و مقید نشدن به یک کارفرمای خاص |
| ایجاد تمایز بین پیک و سایر رقبا از طریق استفاده از تکنولوژی‌های به روز | متمایزکننده[[3]](#footnote-3) |

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