

کمینه نیاز مندی ها:

هدف اصلی ما بازاری است که کودکانی که در مناطق آلوده به دنیا می آیند به وجود می آورند. درواقع در ایران رسمی به نام سیسمونی گرفتن وجود دارد که در آن برای کمک به والدین فرزند متولد شده هدایا و کالاهایی تدارک دیده می شود تا به وسیله آنها تربیت و رشد کودک بهبود یابد از جمله کالا هایی که وجود دارد تخت و بالش و تشک بچه و پستونک و ... اگر به کمی بزرگ نمایی والدین به نقش آلودگی هوا و تأثیرات آن بر روی سلامت کودکان پی ببرند بازار برای شی به نام دستگاه تصفیه هوای هوشمند مخصوص کودک به وجود می آید. هر روز در شهر های آلوده ایران به طور متوسط ۱۰۰۰ کودک به دنیا می آیند که از هر ده تا از این ها یکی بزاعت مالی برای تهیه این دستگاه را دارا میباشد حال با کمی خلاقیت اگر بتوان از هر ده خانواده یکی را مجاب به خرید این دستگاه کرد یعنی ۱۰ جعبه در هر روز که رقم بسیار خوبی است. شایان ذکر است که بازار این دستگاه به مرور زمان و با بالا رفتن دانش عمومی و آلوده تر شدن هوا بیشتر میشود. و ممکن است اگر دیر بچنینیم این بازار را خارجی ها تصاحب کنند. این دستگاه نماد ایثار و از خود گذشتگی والدین برای فرزند نو رسیدشان است.

این دستگاه میزان رطوبت و دما و آلودگی هوای اطراف کودک را بهینه میکند و وضعیت و موفقیت خود در این کار را توسط iot به والدین خبر میدهد. و جلو ورود ویروس و باکتری را میگیرد.

دارا بودن این وسیله برای والدین شان و اعتبار اجتماعی می آورد به عنوان کسانی که حتی به هوای تنفس شده توسط کودکان هم توجه کرده اند.

زنجیره خوبی دارد زیرا هر مادری که همیشه به فکر فرزندش است با شنیدن اخبار مربوط به آلودگی به یاد سلامت کودکش که همیشه در خانه است می افتد و کافی است ما اعلام کنیم که هوای داخل خانه و خارج از خانه از لحاظ آلودگی تفاوتی زیادی ندارند و باید تدابیری اتخاذ شود.

به راحتی میتوان با آن احساسات عمومی را تحریک کرد زیرا سنسور های این جعبه وضعیت آلوده قبلی و وضعیت سالم کنونی را به والدین اعلام میکند و اخبار تکمیلی را به آنها گوشزد میکند که مثلاً شما از بیماری آسم در خانه تا جلوگیری کردید و فلان تومان صرفه جویی. اما در دیگر خانه ها این گونه نیست.

به لحاظ نوع نیاز میتوان گفت که استفاده از این وسیله عمومیت چندانی ندارد (اولین نکته بازاریابی منفی) اما ممکن است با خلاقیت ها تبلیغاتی بتوان آنرا جبران کرد.

ذاتاً دستگاه باارزشی است.

و میتوان برای آن داستان سازی کرد ینی مثلاً میدیم به دیرین دیرین به قسمت اینو تبلیغ کنه

پس مشاهده می شود که از لحاظ بازاریابی این کالا وضعیت خوبی دارد و کمبود آن به خوبی حس میشود.

کمترین نیاز مندی ها:

با توجه به مطالب بالا و تصویر ایجاد شده از کالا در مغز شما عزیزان به نظر میرسد نیاز مندی های زیر ضروری و قابل حصول باشد.

1- sensation

زیر فضایی از فضای فنی مساله که در آن مقدار ۱- آلودگی هوا ۲- مونواکسید کربن ۳- ذرات معلق در هوا ۴- دما و رطوبت توسط سنسور های موجود و ارزان و از قبل تهیه شده اندازه گیری شده و به طور عددی در هر زمانی به فضای حل ورود پیدا میکنند

2- filtration

زیر فضایی از فضای فنی مساله است که در آن میزان آلاینده های هوا توسط فیلتر های ۱- کربن فعال ۲- hepa یا همان فیلتر ماشین ۳- پرتو فرا بنفش ۴- شبکه تولید یون منفی ۵- رطوبت ساز کمتر و کمتر می شود و یا دما و رطوبت کنترل میشود.

3- artificial intelligence

قسمت تصمیم گیری جعبه که به گونه ای برنامه ریزی می شود و اعلانات خود را به گونه ای مخابره میکند که اهداف فوق الذکر به بهترین نحو حاصل شوند که از یک چیپ esp8266 iot استفاده می شود تا به وسیله آن به نت وصل بشود و قابلیت به روز رسانی و مخابره را داشته باشد. ممکن است از esp32 استفاده شود زیرا دارای بلوتوث است و سالم تر است

4- boxization

یکی از مهم ترین قسمت ها که این هم بخشی از فضای فنی حل مساله است که در آن جعبه تصفیه هوا به گونه ای طراحی می شود که اولاً به کودک آسیب نرسد و ثانیاً یک وسیله شکیل و زیبا با رنگ های متنوع باشد که از هر جایی جلب توجه میکند و دیگر اینکه با توجه به جنسیت کودک مخصوص شده است

5- marketing

با رفتن به سیستمی ها و قرار دادن یکی به دستگاه در هر سیستمی شروع میشود. درون دانشگاه تبلیغ می شود درون نمایشگاه ها و دیگر جاهای مربوط به کودک بنر نصب می شود درون سایت های مربوط به کودک و سیستمی تبلیغ می شود که امید داریم ادمن های این سایت ها خونگرم باشند و به ما سخت نگیرند

6- digital marketing

خلق یک وب سایت برای محصول

-- تمام