پروژه کوچک بازاریابی

محمد صابر شمسی

9925020

مرحله 1:

الف) در یک عطاری در خیابان ولیعصر، نرسیده به میدان ولیعصر

ب)برای اخذ مجوز این کسب‌وکار باید به اتحادیه اصناف عطاران مراجعه کنید.

موارد زیر شرایط لازم برای گرفتن مجوز است:

1. 18 سال برای حداقل سن فرد متقاضی
2. داشتن مدرک دانشگاهی مرتبط یا گواهی تخصصی
3. گذراندن دوره‌های آموزشی مرتبط
4. نداشتن بدهی به اداره مالیات
5. تهیه ابزار و تجهیزات مورد نیاز (ترازو، قفسه، دستگاه تهویه هوا)
6. دریافت گواهی بهداشت سلامت
7. رعایت همه نکات بهداشتی
8. اجاره یا خرید واحد صنفی به مساحت حداقل ۹ مترمربع [[1]](#footnote-1)

مرحله 2:

مدل کانو

1. نیاز: امروزه دیده می‌شود که بعضی از مردم در کنار طب مدرن از طب سنتی هم استفاده می‌کنند. آنها برای اینکه بیماری خود را درمان کنند به پزشکان طب سنتی مراجعه می‌کنند. پس‌نیاز دارند که داروهای سنتی یا به عبارتی گیاهان دارویی و داروهایی بر پایه گیاهان تهیه کنند. بیماران نیاز دارند که داروهای خود را از مکان معتبری خرید کنند.
2. خواسته: ما می‌توانیم با ایجاد یک کسب‌وکار نیاز مردم به خرید داروهای گیاهی را برطرف کنیم.
3. تقاضا: بعضی از مردم، همیشه توان مالی برای درمان توسط داروهای شیمیایی را ندارند. گیاهان دارویی بعضاً به نسبت داروهای شیمیایی برای یک بیماری قیمت کمتری دارند. این مورد باعث می‌شود که تقاضای مردم به داروهای گیاهی مناسب باشد.

مرحله 3:

الف) استراتژی‌های عام رقابتي پورتر

1. رهبری هزینه: عطار باید با یک سری از روش‌ها هزینه‌های خود را کنترل کند و بتواند با این روش در بازار رقابت کند. برای مثال عطار برای کسب‌وکار خود بتواند بعضی از مواد اولیه را خودش تهیه کند معمولاً باعث کاهش هزینه‌اش می‌شود. در کنار آن می‌تواند قیمت آن محصولات را برای مشتریان کاهش دهد.
2. تمایز: عطار باید محصولاتی را ارائه دهد که در برابر رقبا خود دارای تمایز باشد. به‌عنوان‌مثال از داروهای ساختی بر پایه گیاهان را به فروش برساند. سعی کند برای بیماری‌های مختلف داروی مناسب آن را داشته باشد. حتی اگر داروهای ساختگی نمی‌فروشد گیاهان دارویی را همراه با اطلاعات (زمان مصرف، طرز مصرف، مکان مناسب نگهداری و...) ارائه دهد.
3. تمرکز بر هزینه و تمرکز بر تمایز: عطار بتواند محصولاتی را برای بیماری‌های خاص ارزان‌تر ارائه دهد. به‌عنوان‌مثال ابزارهای لازم برای حجامت، بادکش و فصد ارائه دهد. در آن زمان مراکز درمانی طب سنتی هم مشتری محصولات او هستند. یا اینکه مجوز پرورش زالو داشته باشد و برای مراکز درمانی طب سنتی زالو پرورش دهد.

ب) پنج نيروي رقابتي پورتر

1. تهدید شرکت‌کنندگان جدید: به‌دست‌آوردن مواد اولیه یک عطاری و ایجاد یک عطاری سخت نیست. پس افراد زیادی وارد این بازار رقابتی می‌شوند. عطار باید برای رشد کسب‌وکار خود تلاش بیشتری کند تا جایگاه خوبی در این بازار کسب کند.
2. قدرت مشتری: قسمتی از محصولات عطاری، گیاهان دارویی است پس قدرت مشتری برای کاهش قیمت آن محصولات وجود دارد. زیرا قیمت ثابت و رسمی بر روی آنها درج نمی‌شود. همچنین عطاری‌های زیادی در سطح شهر وجود دارد و عطار باید قیمت را به‌گونه‌ای تعیین کند که مشتری را از دست ندهد.
3. قدرت تأمین‌کننده: بهتر است عطار محصولات را یا خود تهیه کند یا اینکه تعداد تأمین‌کنندگان خود را افزایش دهد. به‌عنوان‌مثال اگر یکی از تأمین‌کنندگان محصول را بخواهد به عطاری گران بفروشد؛ عطار آن محصول را از تأمین‌کنندة دیگر باقیمت کمتر خرید کند.
4. تهدید جایگزین‌ها: داروهای ساختگی بر پایه گیاهان دارویی، جایگزینی برای گیاهان دارویی هستند. عطار نباید فقط به فروش گیاهان دارویی اکتفا کند. او می‌تواند داروهای ساختگی را هم در عطاری به فروش برساند.
5. رقابت: در کنار عطاری‌های موجود در شهر، سایت‌هایی هستند که محصولات گیاهی را می‌فروشند. این در حالی است که تعداد عطاری‌ها در سطح شهر زیاد است.

مرحله 4:

چند مورد از عطاری‌های منطقه 6 استان تهران

1. عطاری بوعلی
2. عطاری طوبی
3. عطاری ترنج
4. عطاری دارالشفای
5. عطاری کیمیا
6. عطاری آذین
7. و...[[2]](#footnote-2)

مرحله 5:

عطار می‌تواند داروهای ساختگی بر پایه گیاهان را برای فروش در عطاری قرار دهد. او می‌تواند گیاهان را بسته‌بندی کند و اطلاعات (زمان مصرف، طرز مصرف، مکان مناسب نگهداری و...) را بر روی آن درج کند. این در حالی است که محصولات را با راهکارهایی، ارزان‌تر بفروشد.

مشتری در با کسب فایده بیشتر از محصولات و دادن هزینه کمتر، علاقه بیشتری به خرید از این عطاری پیدا می‌کند.

1. vitrinemarket.com [↑](#footnote-ref-1)
2. behtarino.com [↑](#footnote-ref-2)