

## بخش بندی مشتریان

مردم عادی در گروه ها سنی بین ۱۰\_۵۰ میتوانند در حالت کلی از محتوای ما استفاده کنند ولی اگر بخواهیم دقیق تر بیان کنیم این دسته از افراد احتمال بیشتری برای علاقه داشتن به محتوای ما داشته باشند و مشتری ما باشند: فعالان حوزه آموزش و روانشناسی (دانشگاه ها، موسسات آموزشی و کسب و کارها)، مادران و خانواده ها، دانش آموزان و دانشجویان

## چارچوب تعامل با مشتری در مدل کسب و کار

کالا یا خدمتی که ما عرضه میکنیم محتوای مشاوره ای در حوزه رشد و آموزش کودکان و بحث های توسعه فردی و کوچینگ است. ارزشی که مشتری ما بعد از استفاده از محصولات ما پیدا میکند را میتوان شناخت کودک و استعداد ها و توانایی های او و ارتباط موثر با کودک، شناخت فردی و توسعه فردی و... عنوان کرد. مشتریان ما جهت دریافت بسته های مشاوره مجبور به پرداخت هزینه هستند. مشتریان ما میتوانند بدون صرف زمان زیاد و پرداخت پول خیلی زیاد جهت شرکت در جلسات مشاوره با پرداخت هزینه اندک از محتوای مشاوره ای برخوردار می شود. مشتریان ما از شناخت بهتر دغدغه های کودک و توانایی ارتباط گیری بهتر با او و توسعه فردی و شناخت بهتر خودشان بهره مند میشوند

## کانال های ارتباط با مشتری

ارتباط با مشتری از طریق اینستاگرام صورت می گیرد و مشتری از طریق بازدید از صفحات اینستاگرام از محصول ما مطلع میشود و از طریق دایرکت و پیام توانایی سفارش دادن بوجود آمده و پس از سفارش به دست مشتری می رسد. مشتری از طریق کامنت و پیام شخصی و نظر سنجی می تواند بازخورد خود را به ما اعلام کند. [rokita\\_mentality](https://www.instagram.com/rokita_mentality)

## ارزش پیشنهادی برای مشتری

نقش ما در فرآیند خرید تولید محتوای مناسب کوچینگ و روانشناسی و توسعه فردی و تولید و ارائه آن به مشتری است در این فرآیند همه چیز اتوماتیک صورت نمی گیرد و کارها نیازمند تفکر و تلاش انسانی است. جهت ارائه کار به مشتری مسئولی جهت پاسخگویی به سوالات پیش آمده مشتری است که در فرآیند خرید به مشتری کمک می کند. مشتری در این فرآیند می تواند با ارائه نظرات مفید خود ارزش های کاری ما را بالا ببرد.

## فعالیت های کلیدی

در کارما تولید محتوای خوب و دقیق حرف اول را میزند ما باید بتوانیم در محتوا های تولیدی جذابیت را ایجاد کنیم و همچنین بتوانیم با محتوا های خود به هدفی که داریم برسیم که یعنی تاثیرپذیری محتواها باید زیاد باشد در کنار تولید محتوا ما باید برای کارمون تبلیغ انجام بدهیم تا افرادی که با کار ما آشنا نیستند آشنا شوند ما تلاش داریم تا با تولید محتوا بیننده و مشتری را در مورد زندگی طرز فکر و موضوعات انسانی به چالش بکشیم در هدف ایجاد زندگی بهتر و طرز فکری قوی تر و درست تر برای بیننده و مشتری ها.

## منابع کلیدی

مهمترین بحث در کار ما که ما را از رقیبان خود متمایز می کند محتوا هایی است که تولید می کنیم. در تولید محتوا ما به مواردی همچون کتابها منابع روانشناسی و کوچینگ و سخنرانی های افراد موفق و روانشناس و افرادی که توی حوزه توسعه فردی کار می کنند و... نیاز داریم تا اطلاعات اولیه را به دست بیاوریم و بعد کد به افراد نیازمندیم که طرز فکر های مختلف دارند و روشن های که هستند از نظر شخصیتی و طرز فکری آدم های قوی باشند و از سطح تحلیل خوبی برخوردار باشند تا با همکاری با آن ها بتوانیم با استفاده از اطلاعاتی که داریم محتوایی که نیازمند حال اکنون افراد جامعه در سنین مختلف است رو بسازیم.

## شرکای کلیدی در مدل کسب و کار

- ۱\_ سرویس های تبلیغاتی
- ۲\_ پلتفرم های مختلف مانند اینستاگرام
- ۳\_ پیج هایی که مخاطب هایش استارت اپ ما را گسترش دهند
- ۴\_ سازمان هایی که در حوزه آموزش و روان شناسی که قصد همکاری داشته باشند
- ۵\_ فعالان حوزه روانشناسی و آموزش و رشد و کوچینگ و... همه ی موارد ذکر شده در بالا میتوانند در پیشرفت ما تاثیرات مهمی بگذارند و حتی ادامه ی کار ما به بعضی از ان ها وابسته است!

## مدل درآمد

- درآمد کلی مجموعه ما را میتوان اینگونه عنوان کرد
- ۱\_ فروش پکیج های آموزشی متفاوت
  - ۲\_ قبول کردن تبلیغات
  - ۳\_ برگزاری دوره های بحث و گفت گو و.....
- مشتریان ما افرادی هستند که به صورت مستقیم از محتوا و محصولات ما استفاده می کنند . کارما به چه صورتی است که به خود افراد مربوط است یعنی کاملاً دغدغه های فردی یک انسان است و اگر افراد واقعاً برای خودشان و پیشرفت و توسعه فردیشان ارزش قائل باشند دنبال محتواهایی از جمله اهدافی که ما در پیش داریم هستند ما تمام تلاش خود را می کنیم تا در دوره های آموزشی و محتوا های تولیدیمان بتوانیم افراد را حتی یک قدم به زندگی ای بهتر و ذهنی آرام تر نزدیک کنیم.

## ساختار هزینه

بخش عظیم هزینه ما به بازاریابی (تبلیغات اینستاگرامی و...) اختصاص پیدا میکند که میشود گفت دائمی نیست و بعد از شناخته شدن کار به اندازه شروع نیاز بهش نداریم هزینه های جانبی را میتوان اینگونه بیان کرد : هزینه راه اندازی اولیه هزینه مشاورین و منابع تحقیقاتی و کتاب ها و... هزینه تجهیزات و تولید پکیج های آموزشی و... در صورت لزوم هزینه طراحی سایت