

עבודת סיום קורס

המוצר: תיקי וארנקי עור

שרות: מכירה

1. המצב העדכני

בתור חובב מוצרי עור וגם מוצרי נוחות איכותיים, בעל החנות פתח חנות לתיקי וארנקי עור. התיקים הם מכמה סוגים: ישנם תיקים עבור מגזר עסקי, תיקי כתף ותיקי יד קטנים יותר. כמו כן קיימת הפרדה מגדרית מבחינת העיצוב לגברים ולנשים. המוצר השני אלו הם ארנקי עור. גם כאן ישנם דגמים שמועדפים על גברים ואחרים המועדפים על נשים.

המוצרים מוצגים בחלונות הראווה ועל גבי סטנדים בתוך החנות. כוון שהגוון והמלאי הם גדולים על מנת למשוך לקוחות, יש תחושה של עומס הפוגם באסטטיות ונראות החנות.

בהיותו נותן שרות אדיב, בעל החנות משתדל לתת יחס אישי לכל לקוח. כוון שאין לו אפשרות להחזיק עובד נוסף, נוצרת בעיה כאשר נכנסים מספר לקוחות במקביל. חלק מסתדרים בעצמם או ממתנינים, אך יהיו כאלו שיתיאשו וילכו בלא לבצע רכישה.

החנות ממוקמת באזור תעשייה של עיר נתניה. ישנם לקוחות קבועים שמכירים את החנות ויודעים גם להמליץ עליה. הבעלים גם מפרסם בתדירות גבוהה בעיתונות המקומית ולאחרונה הקים אתר של החנות. הוא עשה קורס של שיווק דיגיטלי ובעזרתו בנה את האתר, תוך שימוש בהנחיות של תוכנה לבניית אתרים. אך בפועל זה לא קידם את המכירות.

2. הצורך בטרנספורמציה דיגיטלית

כוון שמדובר במוצר איכותי, שהבלאי שלו איטי יחסית, קיים צורך להגדיל את היקף המכירות. פיתוח שירות חכם יהווה יתרון תחרותי בעידן של כלכלה דיגיטלית.

על מנת לייצר יתרון עסקי יש:

- להגיע לקהל לקוחות נוסף, בערוצים החדשים, בהם הם נמצאים.
- לשפר את חווית הלקוח שלהם.

3. תהליך של סיעור מוחות

3.1 צורך בטרנספורמציה דיגיטלית

עובדות המלמדות על פוטנציאל לצמיחה

- מדובר בשוק נישה – המיועד לסוג לקוחות מסוים, המתעניינים במוצרי עור. כלומר חשיפה רחבה אך ממוקדת נושא, תמשוך יותר לקוחות ייעודיים.
- שוק מקומי – שניתן להפכו לבינלאומי. הוספת אופציה של להזמין מוצרים דרך האתר וכך לפתוח ארוץ כלל ארצי ואז גם בינלאומי ע"י הוספת דפי אינטרנט במספר שפות.
- שוק מפוצל – ניתן לפנות ללקוחות פרטיים וללקוחות עסקיים, כגון לעניין חברות ברכישת שי מפנק לעובדיהן, לרגל החגים.

יתרונות בולטים

- חשיפה רחבה לקהל יעד
- אפשרות של פילוח קהל יעד, וכך יצירת פניה העונה באופן מדויק על צורך ספציפי:
 - אנשי עסקים – גברים/נשים
 - סגנון ספורטיבי – לפעילות יומיומית
 - סגנון אלגנטי – לצורך יציאה לאירועים (בעיקר נשים)

ייחודיות המוצר, שניתן להדגישה

- התאמה לצרכים אישיים
- מוצר המעיד על סטאטוס גבוה
- מוצר שימושי ונוח

3.2 מהות הטרנספורמציה הדיגיטלית – היקף השינוי.

צמצום המיקום הפיזי עקב הרחבת שירות וירטואלי: יאפשר להחזיק רק מלאי מינימאלי, או אפילו לבצע משלוחים באמצעות ספקים בלבד. כלומר בעל החנות יהפוך לסוג של קבלן משנה, המתווך בין יצרן ללקוח. במידה והבעלים ירצה להשאיר את החנות פעילה עבור לקוחות שמעוניינים בהתרשמות אישית ישירה – עדיין יתאפשר להקטין את החנות ולהציג את מגוון המוצרים דרך האתר.

אופי העבודה ישתנה: מענה לפניית הלקוחות יהיה ניתן לרכז לשעות מסוימות וכך העבודה תהיה בשעות גמישות.

שיפור חווית הלקוח בזכות נגישות והיענות: כוון שאין מגבלה לכמות הפונים בו זמנית, דרך האתר - תהיה זמינות לתת שרות לקהל רחב אך ספציפי, המתעניין במוצרים.

