

پامیکست قسمت ۲

چک لیست انتخاب محصول برنده

چطور به محصول برنده را انتخاب کنیم؟

ارائه دهنده: اسحاق احمدی-بیزنس کوچ و مدیر عامل پامیکا

نحوه استفاده از این چک لیست

این چک لیست به شما کمک می کند که محصول خود را به صورت جامع و حرفه ای ارزیابی کنید. برای هر محصولی که در نظر دارید، این چک لیست را پر کنید و امتیاز نهایی را محاسبه کنید.

یادداشت:

نحوه امتیازدهی:

- ✓ بله / خوب = ۱ امتیاز
- ✗ خیر / بد = ۰ امتیاز
- ⚠ متوسط = ۰.۵ امتیاز

امتیاز نهایی:

- ۸۰٪ یا بیشتر: محصول عالی - شروع کنید!
- ۶۰٪-۸۰٪: محصول خوب - اما نیاز به بهبود دارد
- کمتر از ۶۰٪: محصول ضعیف - به دنبال محصول دیگری بروید

بخش ۱: اطلاعات محصول

یادداشت:

نام محصول

دسته بندی

قیمت فروش پیشنهادی

تاریخ ارزیابی

بخش ۲ :

هشت معیار اصلی انتخاب محصول

یادداشت:

۱. قیمت فروش (۲۰-۵۰ دلار برای مبتدی‌ها)

- قیمت فروش بین ۲۰ تا ۵۰ دلار است (برای مبتدی‌ها)
- قیمت فروش بالاتر از ۵۰ دلار است (برای برندسازی حرفه‌ای)
- حاشیه سود حداقل ۳۰٪ است
- قیمت رقابتی است و مشتری حاضر است بپردازد

امتیاز □□□□ از ۴

بخش ۲

هشت معیار اصلی انتخاب محصول

۲. سائز و وزن (کوچک و سبک)

یادداشت:

□ محصول کوچک است (حداکثر $30 \times 30 \times 30$ سانتی متر)

□ محصول سبک است (حداکثر ۲ کیلوگرم)

□ هزینه حمل و نقل پایین است

□ در انبار آمازون جای کمی می گیرد

امتیاز □□□□ از ۴

بخش ۲

هشت معیار اصلی انتخاب محصول

۳. تقاضا BSR (کمتر از ۱۰۰,۰۰۰)

یادداشت:

- ☐ BSR (Best Seller Rank) کمتر از ۱۰۰,۰۰۰ است
- ☐ حجم جستجوی ماهانه بالاست (حداقل ۵,۰۰۰)
- ☐ تقاضا در حال رشد است (نه در حال کاهش)
- ☐ محصول فصلی نیست (تقاضا در تمام سال وجود دارد)

امتیاز □□□□ از ۴

هشت معیار اصلی انتخاب محصول

۴. رقابت (تعداد رقبا و کیفیت آنها)

یادداشت:

- ☐ تعداد رقبا زیاد نیست (کمتر از ۱۰۰ فروشنده در صفحه اول)
- ☐ کیفیت رقبا پایین است (ریویوهای کم، عکس‌های بد، توضیحات ضعیف)
- ☐ فرصت تمایز وجود دارد (می‌توانید محصول بهتری ارائه دهید)
- ☐ رقبای بزرگ (برندهای معروف) در این دسته نیستند.

امتیاز □□□□ از ۴

هشت معیار اصلی انتخاب محصول

۵. رییوها (کتر از ۱۰۰ رییو برای رقبای اصلی)

یادداشت:

□ رقبای اصلی کتر از ۱۰۰ رییو دارند

□ رییوهای منفی زیاد است (فرصت برای بهبود)

□ مشتریان از کیفیت، بسته‌بندی، یا خدمات شکایت دارند

□ شما می‌توانید این مشکلات را حل کنید

امتیاز □□□□ از ۴

هشت معیار اصلی انتخاب محصول

۶. سادگی (محصول ساده و بدون پیچیدگی)

یادداشت:

☐ محصول ساده است (بدون قطعات الکترونیکی پیچیده)

☐ محصول شکستنی نیست

☐ نیاز به مجوز یا گواهینامه خاص ندارد

☐ تولید و کنترل کیفیت آن آسان است

امتیاز □□□□ از ۴

هشت معیار اصلی انتخاب محصول

۷. بهبودپذیری (می‌توانید محصول را بهتر کنید)

یادداشت:

☐ می‌توانید کیفیت را بهتر کنید

☐ می‌توانید طراحی را بهتر کنید

☐ می‌توانید بسته‌بندی را بهتر کنید

☐ می‌توانید ویژگی جدید اضافه کنید

امتیاز □□□□ از ۴

هشت معیار اصلی انتخاب محصول

۸. سودآوری (حاشیه سود خوب)

یادداشت:

- ☐ هزینه تولید پایین است
- ☐ حاشیه سود حداقل ۳۰٪ است
- ☐ هزینه‌های اضافی (حمل، گمرک، FBA) محاسبه شده است
- ☐ بعد از تمام هزینه‌ها، سود خالص خوب است

امتیاز □□□□ از ۴

بخش ۳

پنج المان محصول

۱. کیفیت

- ☐ مواد با کیفیت استفاده می شود
- ☐ ساخت محکم و بادوام است
- ☐ استانداردهای کیفیت رعایت می شود
- ☐ کنترل کیفیت دقیق انجام می شود

امتیاز □□□□ از ۴

یادداشت:

بخش ۳

پنج المان محصول

۲. طراحی

یادداشت:

- ☐ طراحی زیبا و جذاب است
- ☐ طراحی کاربردی و عملی است
- ☐ طراحی منحصر به فرد است (تمایز دارد)
- ☐ طراحی با نیاز مشتری هماهنگ است

امتیاز □□□□ از ۴

بخش ۳

پنج الامان محصول

۳. کاربرد

یادداشت:

- ☐ محصول مشکل واقعی مشتری را حل می کند
- ☐ استفاده از محصول آسان است
- ☐ محصول چند کاربرده است
- ☐ مشتری به محصول نیاز دارد (نه فقط می خواهد)

امتیاز □□□□ از ۴

بخش ۳

پنج المان محصول

۴. بسته بندی

یادداشت:

- ☐ بسته بندی زیبا و حرفه ای است
- ☐ بسته بندی محصول را محافظت می کند
- ☐ بسته بندی تجربه مشتری را بهتر می کند (unboxing experience)
- ☐ بسته بندی برند شما را نمایش می دهد

امتیاز □□□□ از ۴

بخش ۳

پنج المان محصول

۵. قیمت

یادداشت:

- ☐ قیمت متناسب با کیفیت است
- ☐ قیمت رقابتی است
- ☐ مشتری حاضر است این قیمت را بپردازد
- ☐ قیمت به شما حاشیه سود خوب می‌دهد

امتیاز □□□□ از ۴

بخش ۴ :

معیارهای برندسازی (برای فروشندگان باتجربه)

آیا این محصول برای برندسازی مناسب است؟

یادداشت:

- ☐ محصول می‌تواند قیمت بالاتر داشته باشد (۷۰، ۱۰۰، ۲۰۰ دلار)
- ☐ کیفیت بهتر از رقبا ارائه می‌دهید
- ☐ مشکل واقعی مشتری را حل می‌کند
- ☐ استراتژی بازاریابی خوب دارید
- ☐ تجربه مشتری عالی ارائه می‌دهید
- ☐ می‌توانید مشتری وفادار بسازید
- ☐ محصول قابل گسترش است (می‌توانید محصولات مرتبط اضافه کنید)
- ☐ بازار هدف مشخص و قابل دسترسی است

امتیاز □□□□□□□□ از ۸

بخش ۵ :

تحلیل رقابت

تحلیل رقبای اصلی (۳-۵ رقیب برتر)

رقیب ۱ :

یادداشت:

نام	_____
قیمت	_____
تعداد ریویو	_____
امتیاز ریویو	_____
نقاط قوت	_____
نقاط ضعف	_____

بخش ۵ :

تحلیل رقابت

تحلیل رقبای اصلی (۳-۵ رقیب برتر)

رقیب ۲ :

یادداشت:

نام	_____
قیمت	_____
تعداد ریویو	_____
امتیاز ریویو	_____
نقاط قوت	_____
نقاط ضعف	_____

بخش ۵ :

تحلیل رقابت

تحلیل رقبای اصلی (۳-۵ رقیب برتر)

رقیب ۳ :

یادداشت:

نام	_____
قیمت	_____
تعداد ریویو	_____
امتیاز ریویو	_____
نقاط قوت	_____
نقاط ضعف	_____

بخش ۵ :

تحلیل رقابت

چطور می‌توانید از رقبا بهتر باشید؟

- ☐ کیفیت بهتر
- ☐ طراحی بهتر
- ☐ بسته‌بندی بهتر
- ☐ قیمت بهتر
- ☐ خدمات بهتر
- ☐ ویژگی اضافی
- ☐ تجربه مشتری بهتر

یادداشت:

بخش ۶: تحلیل مالی و سودآوری

محاسبه هزینه‌ها و سود

یادداشت:

هزینه	مبلغ (دلار)
هزینه تولید (واحد)	
هزینه حمل و نقل (واحد)	
هزینه گمرک (واحد)	
هزینه FBA (واحد)	
هزینه بازرگانی (واحد)	
هزینه های دیگر (واحد)	
مجموع هزینه (واحد)	
قیمت فروش (واحد)	
سود خالص (واحد)	
حاشیه سود (در صد)	

بخش ۶ :

تحلیل مالی و سودآوری

آیا سودآوری خوب است؟

یادداشت:

- ☐ حاشیه سود حداقل ۳۰٪ است
- ☐ سود خالص حداقل ۱۰ دلار به ازای هر واحد است
- ☐ با فروش ۱۰۰ واحد در ماه، سود خوبی دارید
- ☐ هزینه‌های پنهان محاسبه شده است

امتیاز □□□□ از ۴

بخش ۷:

ارزیابی ریسک

ریسک‌های احتمالی

یادداشت:

- ☐ ریسک تقلید (آیا رقبا به راحتی می‌توانند کپی کنند؟)
- ☐ ریسک فصلی (آیا فقط در یک فصل فروش دارد؟)
- ☐ ریسک قانونی (آیا نیاز به مجوز یا گواهینامه دارد؟)
- ☐ ریسک کیفیت (آیا کنترل کیفیت سخت است؟)
- ☐ ریسک حمل‌ونقل (آیا شکستگی یا خطرناک است؟)
- ☐ ریسک بازار (آیا تقاضا در حال کاهش است؟)
- ☐ ریسک رقابت (آیا رقبای بزرگ وارد می‌شوند؟)
- ☐ ریسک مالی (آیا سرمایه اولیه زیاد است؟)

برای هر ریسک که دارید، یک استراتژی کاهش ریسک بنویسید:

بخش ۸ :

تصمیم نهایی

محاسبه امتیاز نهایی

تفسیر نتیجه

- ☐ ۸۰٪ یا بیشتر: محصول عالی - شروع کنید!
- ☐ ۶۰٪-۸۰٪: محصول خوب - اما نیاز به بهبود دارد
- ☐ کمتر از ۶۰٪: محصول ضعیف - به دنبال محصول دیگری بروید

تصمیم نهایی

- ☐ این محصول را انتخاب می‌کنم و شروع می‌کنم
- ☐ این محصول را بهبود می‌دهم و دوباره ارزیابی می‌کنم
- ☐ این محصول را رد می‌کنم و به دنبال محصول دیگری می‌روم

بخش	امتیاز شما	حداکثر امتیاز
هشت معیار اصلی		32
پنج العان محصول		20
معیارهای برندسازی		8
تحلیل مالی		4
مجموع		64
درصد		100%

بخش ۸ :

تصمیم نهایی

اقدامات بعدی

چه کارهایی باید انجام بدهم؟

۱. _____
۲. _____
۳. _____
۴. _____
۵. _____

بخش ۸ :

تصمیم نهایی

نکات طلایی

- ✓ همیشه تحقیق کنید - قبل از سرمایه گذاری، تحقیق کامل انجام بدهید
- ✓ نمونه بگیرید - قبل از سفارش بزرگ، نمونه بگیرید و تست کنید
- ✓ از مشتریان پیرسید - نظر مشتریان بالقوه را بگیرید
- ✓ رقبا را تحلیل کنید - از موفقیت ها و اشتباهات رقبا یاد بگیرید
- ✓ صبور باشید - انتخاب محصول زمان می برد، عجله نکنید
- ✓ علاقه داشته باشید - محصولی را انتخاب کنید که به آن علاقه دارید

پامیکست قسمت 2

چطور یک محصول برنده را انتخاب کنیم؟

ارائه دهنده: اسحاق احمدی

وبسایت: www.pamikascm.com

ایمیل: info@pamikascm.com

اینستاگرام پامیکا نکست: @pamikanext