

رقابت در بازار خراب و چالش دستفروشان شنبه بازار



مقدمه

رقابت در بازار خراب در دنیای امروز، بازارهای محلی را با چالش‌های متعددی روبرو نموده. یکی از مهم‌ترین آنها رقابت با دستفروشان، به خصوص در روزهای شلوغی مانند شنبه بازار است. این دستفروشان با ارائه اجناس با قیمت‌های پایین‌تر و انعطاف‌پذیری بیشتر، سهم قابل توجهی از بازار را به خود اختصاص می‌دهند و می‌توانند تهدیدی جدی برای کسب و کارهای رسمی محسوب شوند.

بازارهای ایران، چه سنتی و چه مدرن، در سال‌های اخیر با چالشی جدی روبرو شده‌اند: رقابت نفس‌گیر با دستفروشان! این دستفروشان با ارائه اجناس با قیمت‌های پایین‌تر و انعطاف‌پذیری بیشتر، سهم قابل توجهی از بازار را به خود اختصاص داده‌اند و می‌توانند تهدیدی جدی برای کسب و کارهای رسمی محسوب شوند.

در این مقاله، به بررسی چالش‌های رقابت با دستفروشان در بازارهای محلی و ارائه راهکارهای موثر برای غلبه بر آنها می‌پردازیم.

معرفی چالش‌های رقابت در بازارهای محلی

بازارهای محلی به عنوان محیطی پویا و پر از رقابت برای کسب و کارها شناخته می‌شوند. در این بازارها، متغیرهای مختلفی نظیر رفتار مصرف‌کننده، رقبای محلی، شرایط اقتصادی محلی و محدودیت‌های فضایی و قانونی وجود دارد که کسب و کارها باید با آنها روبرو شوند. برخی از چالش‌های اصلی رقابت در بازار خراب عبارتند از:

رقابت شدید: وجود رقبای مستقیم و غیرمستقیم که تلاش می‌کنند با ارائه محصولات و خدمات مشابه، بازار را به خود اختصاص دهند.

تغییرات سریع بازار: با توجه به نوسانات اقتصادی، تغییر در نیازها و ترجیحات مصرف‌کنندگان، بازارها به سرعت تغییر می‌کنند که این موضوع برنامه‌ریزی و استراتژی‌های کسب و کار را تحت فشار قرار می‌دهد.

پیچیدگی‌های فرهنگی و اجتماعی: فرهنگ و ارزش‌های محلی می‌توانند به یکی از عوامل موفقیت یا شکست کسب و کار تبدیل شوند. درک صحیح این پیچیدگی‌ها و ارتباط با جامعه محلی برای موفقیت کسب و کار بسیار حیاتی است.

محدودیت‌های منابع: مانند دسترسی به مواد اولیه، نیروی کار ماهر و منابع مالی که می‌تواند رشد کسب و کار را محدود کند.

تنوع و تغییرات قوانین: تغییرات در قوانین و مقررات محلی و ملی می‌تواند تأثیر زیادی بر فعالیت‌های کسب و کار داشته باشد و باید با آنها هماهنگی مناسبی داشت.

شناخت مزایای دستفروشان

برخی از این مزایا عبارتند از:

۱. هزینه‌های پایین: دستفروشان نیاز کمتری به هزینه‌های ثابت مانند اجاره مغازه، دکوراسیون و هزینه‌های سرمایه دارند. این امر اجازه می‌دهد تا آنها در قیمت‌گذاری خود انعطاف پذیرتر باشند و با قیمت‌های رقابتی‌تر به بازار وارد شوند.

۲. انعطاف‌پذیری و جابجایی سریع: دستفروشان اغلب از یک ساختار مدیریتی کم‌هزینه استفاده می‌کنند که به آنها اجازه می‌دهد به سرعت به تغییرات بازار و نیازهای مشتریان واکنش نشان دهند.

۳. فروش بالا با سود کم: با تمرکز بر قیمت‌گذاری مناسب و کاهش هزینه‌ها، دستفروشان می‌توانند فروش بالا و حجم بزرگی را ایجاد کنند، حتی اگر سودآوری ناچیزی داشته باشند. این استراتژی می‌تواند به آنها کمک کند تا بازار را از رقبای رسمی به خود اختصاص دهند.



چالش‌های رایج در رقابت در بازار خراب با دستفروشان ۱. اشتباهات رایج کسب و کارهای رسمی

ناتوانی در تطبیق قیمت‌گذاری با بازار

یکی از اشتباهات رایج کسب و کارهای رسمی، عدم توانایی در تطبیق قیمت‌گذاری با شرایط بازار است. دستفروشان به دلیل هزینه‌های کمتر و عدم پرداخت مالیات و اجاره‌های بالا، می‌توانند محصولات خود را با قیمت پایین‌تری عرضه کنند. این مسئله باعث می‌شود که مشتریان به سمت دستفروشان جذب شوند و کسب و کارهای رسمی نتوانند رقابت کنند. برای حل این مشکل، کسب و کارها باید به تحلیل دقیق بازار بپردازند و استراتژی‌های قیمت‌گذاری انعطاف‌پذیر و رقابتی را اتخاذ کنند.

نادیده گرفتن نیازهای مشتریان

یکی دیگر از اشتباهات رایج در رقابت در بازار خراب، نادیده گرفتن نیازها و خواسته‌های مشتریان است. دستفروشان به دلیل ارتباط نزدیک‌تر با مشتریان و دریافت بازخوردهای مستقیم، بهتر می‌توانند نیازهای آن‌ها را درک کرده و پاسخ دهند. کسب و کارهای رسمی باید به تحقیقات بازار بپردازند و به طور مداوم نیازهای مشتریان را بررسی کنند و خدمات و محصولات خود را مطابق با این نیازها تنظیم کنند.

عدم استفاده از فرصت‌های تبلیغاتی

بسیاری از کسب و کارهای رسمی از فرصت‌های تبلیغاتی موجود به درستی استفاده نمی‌کنند. دستفروشان با استفاده از روش‌های تبلیغاتی ساده و موثر مانند فریاد زدن و نمایش محصولات در مکان‌های پرتردد، به جذب مشتریان می‌پردازند. کسب و کارهای رسمی باید از ابزارهای تبلیغاتی متنوع مانند تبلیغات دیجیتال، شبکه‌های اجتماعی، و تبلیغات محلی استفاده کنند تا بتوانند در رقابت با دستفروشان موفق باشند.

۲. تاثیر اشتباهات بر سود و فروش

کاهش سودآوری به دلیل رقابت شدید

اشتباهات رایج در مدیریت کسب و کار می‌تواند منجر به کاهش سودآوری شود. رقابت شدید با دستفروشان و عدم تطبیق با نیازهای بازار باعث می‌شود که کسب و کارهای رسمی نتوانند به طور موثر به فروش برسند و سودآوری خود را حفظ کنند.

از دست دادن مشتریان به نفع دستفروشان

نادیده گرفتن نیازهای مشتریان و عدم استفاده از فرصت‌های تبلیغاتی می‌تواند منجر به از دست دادن مشتریان شود. مشتریانی که به دنبال قیمت‌های مناسب‌تر و خدمات بهتر هستند، به سمت دستفروشان جذب می‌شوند و این مسئله باعث کاهش مشتریان کسب و کارهای رسمی می‌شود.

کاهش توان رقابتی در بازار

در نهایت، اشتباهات رایج می‌تواند منجر به کاهش توان رقابتی کسب و کارهای رسمی در بازار شود. عدم تطبیق با شرایط بازار و عدم استفاده از فرصت‌های موجود باعث می‌شود که این کسب و کارها نتوانند در برابر دستفروشان رقابت کنند و سهم بازار خود را از دست بدهند.

راهکارهای موثر برای رقابت با دستفروشان

۱. استفاده از تاکتیک‌های دستفروشان برای فروشندگان رسمی

تبلیغ محصولات با صدای بلند

یکی از روش‌های معمول دستفروشان برای جلب توجه مشتریان، فریاد زدن و تبلیغ محصولات با صدای بلند است. فروشندگان رسمی نیز می‌توانند از این روش استفاده کنند، البته با حفظ استانداردهای حرفه‌ای و احترام به محیط. استفاده از میکروفون و بلندگو برای اعلام تخفیف‌ها و پیشنهادات ویژه در داخل فروشگاه یا در ورودی می‌تواند به جلب توجه مشتریان کمک کند.



نمایش محصولات در بیرون از فروشگاه

پهن کردن اجناس در بیرون از فروشگاه و در پیاده‌رو می‌تواند به جلب توجه عابران و جذب مشتریان بیشتر کمک کند. فروشندگان رسمی می‌توانند با ایجاد نمایشگاه‌های کوچک در مقابل فروشگاه خود و نمایش نمونه‌هایی از محصولات، مشتریان را به داخل فروشگاه جذب کنند. این روش به خصوص در فصول پرمشتری یا رویدادهای خاص می‌تواند موثر باشد.

ایجاد فضای تعامل با مشتریان

دستفروشان به دلیل ارتباط نزدیک با مشتریان و دریافت بازخوردهای مستقیم، می‌توانند به نیازهای آن‌ها بهتر پاسخ دهند. فروشندگان رسمی نیز می‌توانند با ایجاد فضایی دوستانه و تعاملی در فروشگاه، به مشتریان نزدیک‌تر شوند. این شامل ارائه مشاوره‌های شخصی، پرسیدن نظرات مشتریان درباره محصولات و خدمات، و توجه به نیازها و خواسته‌های آن‌ها می‌شود.

استفاده از تخفیف‌ها و پیشنهادات ویژه

یکی از دلایل جذابیت دستفروشان برای مشتریان، ارائه تخفیف‌ها و قیمت‌های پایین است. فروشندگان رسمی نیز می‌توانند با ارائه تخفیف‌های ویژه، بسته‌های ترکیبی و پیشنهادات خاص، مشتریان را جذب کنند. تبلیغ این تخفیف‌ها از طریق فریاد زدن یا استفاده از تابلوهای تبلیغاتی در بیرون فروشگاه می‌تواند موثر باشد.

بهبود نمایش و دسترسی به محصولات

دستفروشان معمولاً محصولات خود را به صورتی نمایش می‌دهند که مشتریان به راحتی به آن‌ها دسترسی داشته باشند. فروشندگان رسمی نیز باید به بهبود نمایش محصولات در فروشگاه توجه کنند. استفاده از قفسه‌های باز، نمایشگاه‌های جذاب و دسترسی آسان به محصولات می‌تواند تجربه خرید مشتریان را بهبود بخشد.



تاثیر منفی احتمالی تاکتیک‌های دستفروشان بر شخصیت برند

استفاده از تاکتیک‌های دستفروشان هرچند می‌تواند مزایای کوتاه‌مدتی مانند افزایش فروش و جلب توجه مشتریان به همراه داشته باشد، اما در بلندمدت ممکن است به شخصیت برند شما آسیب بزند. این روش‌ها ممکن است باعث شوند که برند شما به عنوان یک برند ارزان و غیرحرفه‌ای شناخته شود و پرستیژ و وجهه آن نزد مشتریان کاهش یابد. برای جلوگیری از این مشکلات، بهتر است این تاکتیک‌ها را با دقت و در شرایط مناسب استفاده کنید و همواره به حفظ ارزش و شخصیت برند خود توجه داشته باشید.

۲. استراتژی‌های موفق قیمت‌گذاری جهت رقابت در بازار خراب قیمت‌گذاری انعطاف‌پذیر و رقابتی

یکی از مهم‌ترین استراتژی‌ها برای رقابت با دستفروشان، قیمت‌گذاری انعطاف‌پذیر و رقابتی است. کسب و کارهای رسمی باید به تحلیل دقیق بازار بپردازند و قیمت‌های خود را به گونه‌ای تنظیم کنند که بتوانند در برابر قیمت‌های پایین دستفروشان رقابت کنند. استفاده از تخفیف‌ها و پیشنهادات ویژه می‌تواند به جذب مشتریان کمک کند.

ارائه تخفیف‌ها و پیشنهادات ویژه

قبل از این به اهمیت ارائه تخفیف‌ها و پیشنهادات ویژه به مشتریان اشاره شد. این کار می‌تواند یکی از روش‌های موثر برای رقابت با دستفروشان باشد. کسب و کارهای رسمی می‌توانند از تخفیف‌های فصلی، بسته‌های ترکیبی و پیشنهادات ویژه برای جذب مشتریان استفاده کنند.



۳. بهبود تجربه مشتری و خدمات پس از فروش بهبود تجربه مشتری

یکی از مزایای کسب و کارهای رسمی نسبت به دستفروشان، ارائه تجربه بهتر به مشتریان است. کسب و کارها باید به بهبود تجربه مشتریان در فروشگاه‌های خود بپردازند و خدماتی همچون محیط‌های تمیز و منظم، برخورد دوستانه و مشاوره حرفه‌ای ارائه دهند.

خدمات پس از فروش

ارائه خدمات پس از فروش می تواند به کسب و کارهای رسمی کمک کند تا مشتریان خود را حفظ کنند. خدماتی مانند گارانتی، تعمیرات و پشتیبانی می تواند به افزایش رضایت مشتریان و بازگشت آن ها به فروشگاه کمک کند.

۴. استفاده از فناوری و نوآوری

فروش آنلاین و تبلیغات دیجیتال

استفاده از فناوری و نوآوری یکی از راهکارهای موثر برای رقابت در بازار خراب با دستفروشان است. کسب و کارهای رسمی می توانند از فروش آنلاین و تبلیغات دیجیتال برای جذب مشتریان استفاده کنند. ایجاد فروشگاه های آنلاین و حضور در شبکه های اجتماعی می تواند به افزایش دیده شدن و جذب مشتریان کمک کند.



استفاده از نرم افزارهای مدیریت کسب و کار

استفاده از نرم افزارهای مدیریت کسب و کار می تواند به بهبود کارایی و کاهش هزینه ها کمک کند. نرم افزارهایی مانند سیستم های مدیریت موجودی، سیستم های حسابداری و نرم افزارهای CRM می توانند به کسب و کارهای رسمی در مدیریت بهتر منابع و افزایش سودآوری کمک کنند.

بهینه سازی زنجیره تامین و کاهش هزینه ها

بهینه‌سازی زنجیره تامین و کاهش هزینه‌ها می‌تواند به کسب و کارهای رسمی کمک کند تا بتوانند با دستفروشان رقابت کنند. کسب و کارها باید به بهبود فرآیندهای تامین، کاهش هزینه‌های حمل و نقل و افزایش کارایی در زنجیره تامین بپردازند.

نتیجه‌گیری

در این مقاله، به بررسی چالش‌های رقابت در بازار خراب با دستفروشان شنبه بازار و راهکارهای موثر برای افزایش سودآوری و رقابت‌پذیری کسب و کارهای رسمی پرداختیم. دستفروشان به دلیل هزینه‌های پایین‌تر و انعطاف‌پذیری بالا، مزایای قابل توجهی نسبت به کسب و کارهای رسمی دارند. اما با تحلیل دقیق بازار، ارائه محصولات و خدمات متمایز، بهینه‌سازی هزینه‌ها و استفاده از فناوری‌های نوین، می‌توان با این چالش‌ها مقابله کرد.

چالش‌های رایج کسب و کارهای رسمی مانند ناتوانی در تطبیق قیمت‌گذاری با بازار، نادیده گرفتن نیازهای مشتریان و عدم استفاده از فرصت‌های تبلیغاتی می‌تواند منجر به کاهش سودآوری و از دست دادن مشتریان به نفع دستفروشان شود. از طرف دیگر، استفاده از استراتژی‌های موفق قیمت‌گذاری، بهبود تجربه مشتری، و بهره‌گیری از فناوری‌های نوین می‌تواند به کسب و کارهای رسمی کمک کند تا در برابر دستفروشان موفق باشند و سهم بازار خود را افزایش دهند.

اگر شما به دنبال راهکارهای عملی و موثر برای رقابت با دستفروشان و افزایش سودآوری کسب و کار خود هستید، **موسسه مسیر کمال شیراز** آماده است تا با ارائه خدمات حرفه‌ای و تیمی مجرب، به شما کمک کند. در مسیر کمال، دوره‌های آموزشی مرتبط با بازاریابی و فروش، بیزنس کوچینگ، برند سازی و قیمت‌گذاری ارائه می‌شود تا شما در مسیر رشد و توسعه کسب و کارتان قرار بگیرید.

با استفاده از خدمات مشاوره تخصصی مسیر کمال، می‌توانید مشکلات کسب و کار خود را شناسایی کرده و راهکارهای بهبود را در کمترین زمان و هزینه ممکن اجرا نمایید. تیم مشاوران مسیر کمال با ارزیابی دقیق کسب و کار شما، گزارش عارضه‌یابی کاملی ارائه خواهند داد که نقاط ضعف و فرصت‌های بهبود را مشخص می‌کند. سپس با تدوین برنامه‌های بهبود کسب و کار، شما را در مسیر دستیابی به اهداف تجاری‌تان همراهی خواهیم کرد.

برای بهره‌مندی از خدمات مشاوره حرفه‌ای و افزایش رقابت‌پذیری کسب و کار خود، همین امروز با ما تماس بگیرید. تیم ما آماده است تا شما را در هر مرحله از توسعه کسب و کارتان همراهی کند و با ارائه راهکارهای نوین، به شما کمک کند تا در بازار رقابتی امروز موفق باشید.

جهت اطلاعات بیشتر و دریافت مشاوره اولیه رایگان، به وبسایت ما مراجعه کنید و یا با شماره‌های زیر تماس بگیرید. ما مشتاقانه منتظر همکاری با شما هستیم و اطمینان داریم که با استفاده از خدمات مسیر کمال، می‌توانید به اهداف تجاری خود دست یابید و موفقیت‌های بیشتری را تجربه کنید.

 <https://masirekamal.com>

 [@seyedmehdi_hoseyni](https://www.instagram.com/seyedmehdi_hoseyni)

 ۰۹۱۷۰۸۰۸۰۸۸

 [@Masirekamal_School](https://www.t.me/Masirekamal_School)

 [@masir.kamal](https://www.instagram.com/masir.kamal)

 ۰۷۱-۳۶۲۳۳۳۵۵

سناریو کمیک استریپ: «ماجرای جمشید غار غار و دستفروشان»

اسلاید ۱: مقدمه

تصویر: جمشید غار غار در مقابل مغازه‌اش با لبخند تلخ ایستاده و به دستفروشان نگاه می‌کند .

متن: « جمشید غار غار که روزی روزگاری خود از دستفروشان قهار بود، امروز در بازار شهر با چالش جالبی روبرو هست. این داستان رقابت او با دستفروشان است.»

اسلاید ۲: چالش قیمت‌گذاری

تصویر: جمشید در حال نگاه کردن به تابلو قیمت‌های دستفروشان با تعجب و نگرانی.

متن: «جمشید: چرا قیمت‌های آنها همیشه از من کمتر است؟!»

اسلاید ۳: تحلیل بازار

تصویر: جمشید در حال مطالعه گزارش بازار و تحقیق درباره مشتریان

متن: «جمشید: باید بفهمم مشتریان چه چیزی می‌خواهند و دستفروشان چگونه قیمت‌گذاری می‌کنند.»

اسلاید ۴: ارائه محصولات متمایز

تصویر: جمشید در حال نمایش یک محصول ویژه و مشتریانی که با تعجب و علاقه به آن نگاه می‌کنند

متن: «جمشید: باید محصولاتی داشته باشم که دستفروشان نمی‌توانند ارائه دهند!»

اسلاید ۵: بهینه‌سازی هزینه‌ها

تصویر: جمشید در حال بررسی فاکتورها و تلاش برای کاهش هزینه‌های ثابت مثل اجاره و دکور

متن: «جمشید: باید هزینه‌هایم را کم کنم تا بتوانم با آنها رقابت کنم.»

اسلاید ۶: خدمات مشتری

تصویر: جمشید در حال لبخند زدن به یک مشتری و دادن کارت وفاداری

متن: «جمشید: با خدمات ویژه و برنامه‌های وفاداری، مشتریان را به مغازه‌ام جذب می‌کنم.»

اسلاید ۷: انعطاف پذیری

تصویر: جمشید در حال جابجایی محصولات و تغییر دکور مغازه برای جذب بیشتر مشتریان
متن: «جمشید: باید مثل دستفروشان چابک باشم و سریع به نیازهای بازار واکنش نشان دهم.»

اسلاید ۸: تبلیغات و بازاریابی

تصویر: جمشید در حال تبلیغ در رسانه‌های اجتماعی و مشتریانی که از این تبلیغات مطلع می‌شوند.
متن: «جمشید: با استفاده از تبلیغات آنلاین، مشتریان بیشتری را به سمت مغازه‌ام می‌کشم.»

اسلاید ۹: نتیجه‌گیری

تصویر: جمشید با لبخند در مقابل مغازه‌ای پر از مشتری.

متن: «جمشید: حالا می‌توانم با دستفروشان رقابت کنم و مشتریانم را حفظ کنم!»

اسلاید ۱۰: دعوت به اقدام

تصویر: جمشید در حال صحبت با مخاطبان.

متن: «شما هم می‌توانید با این راهکارها موفق شوید! برای مشاوره بیشتر به ما پیام دهید!»

توضیح مختصر برای هر اسلاید

۱. مقدمه: معرفی شخصیت و مشکل اصلی.
۲. چالش قیمت‌گذاری: نشان دادن تفاوت قیمت‌ها بین جمشید و دستفروشان.
۳. تحلیل بازار: جمشید در حال تحقیق و تحلیل بازار.
۴. ارائه محصولات متمایز: نمایش محصولات ویژه جمشید.
۵. بهینه‌سازی هزینه‌ها: تلاش جمشید برای کاهش هزینه‌ها.
۶. خدمات مشتری: ارائه خدمات و برنامه‌های وفاداری به مشتریان.
۷. انعطاف‌پذیری: نشان دادن چابکی جمشید در پاسخ به نیازهای بازار.
۸. تبلیغات و بازاریابی: استفاده از تبلیغات آنلاین توسط جمشید.
۹. نتیجه‌گیری: موفقیت جمشید در جذب مشتریان و رقابت با دستفروشان.

۱۰. دعوت به اقدام: ترغیب مخاطبان به درخواست مشاوره و ارتباط با جمشید.

////////////////////

سناریو کمیک استریپ: «ماجراهای بهروز بانک، ناصر شاه، و جمشید غارغار در مقابل دستفروشان»

اسلاید ۱: مقدمه

تصویر: بهروز بانک، ناصر شاه، و جمشید غارغار در کنار هم در بازار ایستاده‌اند. متن: «روزی روزگاری، بهروز بانک، ناصر شاه و جمشید غارغار در بازار شهر با دستفروشان شنبه بازار روبرو بودند. این داستان رقابت آنها با دستفروشان است.»

اسلاید ۲: چالش قیمت‌گذاری

تصویر: بهروز بانک در حال نگاه کردن به تابلو قیمت‌های دستفروشان با تعجب و نگرانی. متن: «بهروز: چرا قیمت‌های آنها همیشه از من کمتر است؟!»

اسلاید ۳: تحلیل بازار

تصویر: ناصر شاه در حال مطالعه گزارش بازار و تحقیق درباره مشتریان. متن: «ناصر: باید بفهمم مشتریان چه چیزی می‌خواهند و دستفروشان چگونه قیمت‌گذاری می‌کنند.»

اسلاید ۴: ارائه محصولات متمایز

تصویر: جمشید غارغار در حال نمایش یک محصول ویژه و مشتریانی که با تعجب و علاقه به آن نگاه می‌کنند. متن: «جمشید: باید محصولاتی داشته باشم که دستفروشان نمی‌توانند ارائه دهند!»

اسلاید ۵: بهینه‌سازی هزینه‌ها

تصویر: بهروز بانک در حال بررسی فاکتورها و تلاش برای کاهش هزینه‌های ثابت مثل اجاره و دکور. متن: «بهروز: باید هزینه‌هایم را کم کنم تا بتوانم با آنها رقابت کنم.»

اسلاید ۶: خدمات مشتری

تصویر: ناصر شاه در حال لبخند زدن به یک مشتری و دادن کارت وفاداری. متن: «ناصر: با خدمات ویژه و برنامه‌های وفاداری، مشتریان را به مغازه‌ام جذب می‌کنم.»

اسلاید ۷: انعطاف‌پذیری

تصویر: جمشید غارغار در حال جابجایی محصولات و تغییر دکور مغازه برای جذب بیشتر مشتریان .متن « جمشید: باید مثل دستفروشان چابک باشم و سریع به نیازهای بازار واکنش نشان دهم».

اسلاید ۸: تبلیغات و بازاریابی

تصویر: بهروز بانک در حال تبلیغ در رسانه‌های اجتماعی و مشتریانی که از این تبلیغات مطلع می‌شوند .متن « بهروز: با استفاده از تبلیغات آنلاین، مشتریان بیشتری را به سمت مغازه‌ام می‌کشم».

اسلاید ۹: نتیجه‌گیری

تصویر: بهروز، ناصر، و جمشید با لبخند در مقابل مغازه‌های پر از مشتری .متن « بهروز: حالا می‌توانیم با دستفروشان رقابت کنیم و مشتریانمان را حفظ کنیم!»

اسلاید ۱۰: دعوت به اقدام

تصویر: بهروز، ناصر، و جمشید در حال صحبت با مخاطبان .متن « شما هم می‌توانید با این راهکارها موفق شوید! برای مشاوره بیشتر به ما پیام دهید!»

توضیحات برای هر شخصیت

۱. بهروز بانک: فردی که حساب و کتابش مثل بانک دقیق است و هیچ وقت حسابش خالی از پول نمی‌شود. او به دنبال بهینه‌سازی هزینه‌ها و تبلیغات آنلاین است.
۲. ناصر شاه: شاه بازار البسه که چندین لاین پخش لباس دارد و از دستفروشان جلو فروشگاهش کلافه شده است. او به دنبال ارائه خدمات متمایز و برنامه‌های وفاداری برای جذب مشتریان است.
۳. جمشید غارغار: صدای بلندی دارد و قبلاً دستفروش بوده است. او به دنبال تحلیل بازار و ارائه محصولات متمایز است.