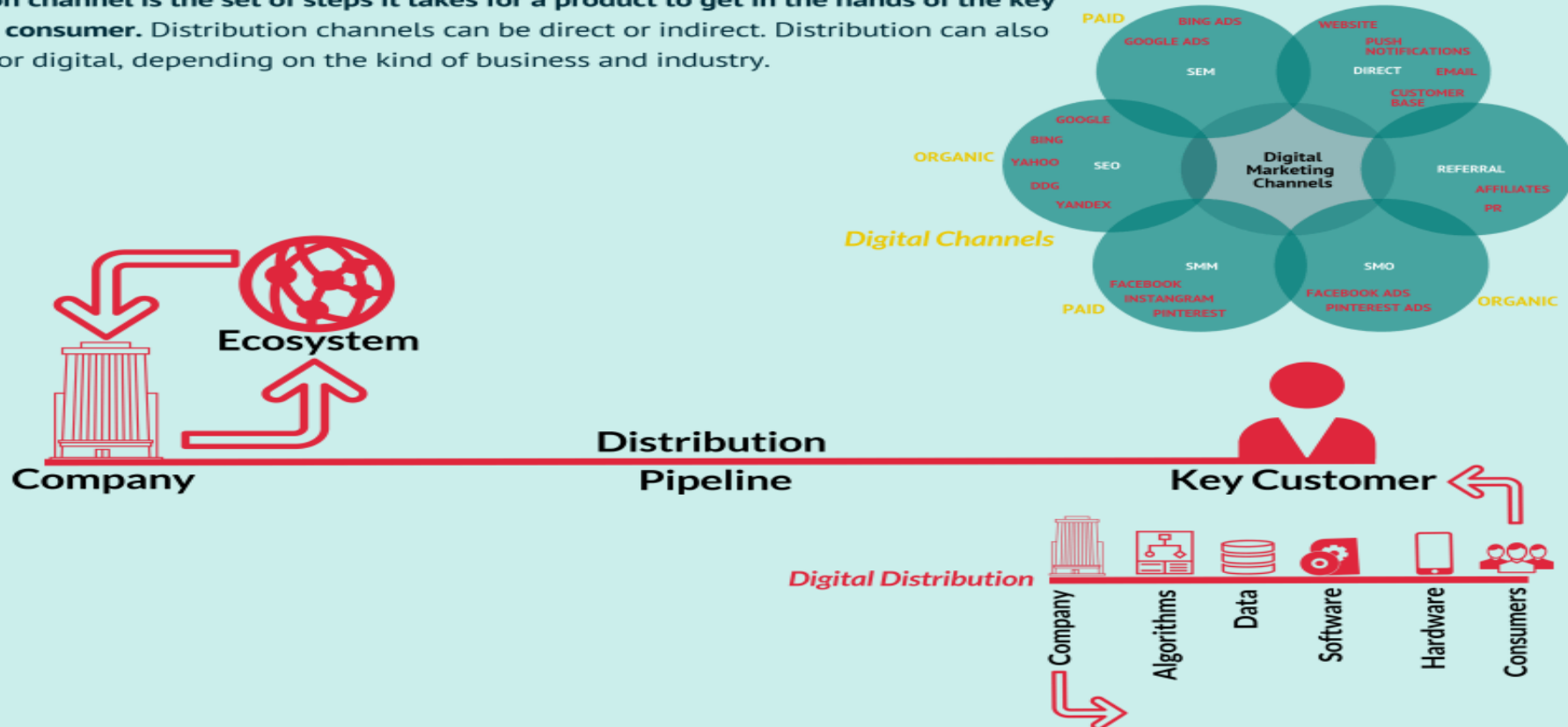


قنوات التوزيع: أنواع وأمثلة

Distribution Channels In A Nutshell

A distribution channel is the set of steps it takes for a product to get in the hands of the key customer or consumer. Distribution channels can be direct or indirect. Distribution can also be physical or digital, depending on the kind of business and industry.



قناة التوزيع

- قناة التوزيع هي مجموعة الخطوات التي يتطلبها وصول المنتج إلى العميل أو المستهلك الرئيسي. يمكن أن تكون قنوات التوزيع مباشرة أو غير مباشرة. يمكن أن يكون التوزيع أيضًا ماديًا أو رقميًا ، اعتمادًا على نوع الأعمال والصناعة

نموذج اعمال امازون

نوع التوزيع	وصف
هجين (مباشر للمستهلكين + استراتيجية نمو التسويق الرقمي)	في حالة أمازون ، تعد الشركة من أقوى العلامات التجارية التكنولوجية اليوم ، وهي تتبع استراتيجية هجينة ، حيث يذهب مئات الملايين من المستخدمين مباشرة إلى علامة أمازون التجارية من خلال موقعها الإلكتروني وتطبيقاتها. من ناحية أخرى ، تعتمد أمازون أيضًا على التوزيع الرقمي لتعزيز ظهورها. على سبيل المثال ، يعد بحث Google أيضًا مساهمًا كبيرًا في حركة المرور على Amazon والعديد من القنوات الرقمية الأخرى.

نموذج اعمال ابل

نوع التوزيع	وصف
هجين (مباشر للمستهلكين + مدعوم من قبل شركات الجوال)	تعتمد Apple على متاجرها وعلى شركات الاتصالات التابعة لجهات خارجية التي تعمل على تعزيز توزيع أجهزة Apple في جميع أنحاء العالم. على سبيل المثال ، عندما يتعلق الأمر بجهاز iPhone ، على سبيل المثال ، في عام ٢٠٢١ ، بلغ صافي مبيعات Apple عبر قنوات التوزيع المباشرة وغير المباشرة ٣٦٪ و ٦٤٪. تعد القناة المباشرة (المتاجر المملوكة لشركة Apple) أمراً بالغ الأهمية لضمان الوعي بالعلامة التجارية والتحكم في التوزيع ودعم العملاء وتوفير الخدمة. تعد القناة غير المباشرة ضرورية لتعزيز مبيعات الأجهزة باهظة الثمن مثل iPhone. على سبيل المثال ، يتم دعم جزء كبير من مبيعات iPhone من قبل مشغلي شبكات الهاتف ، الذين يستهلكون تكلفة الهاتف في الخطة ، وبالتالي تمكين المزيد من الناس من شراء هاتف ذكي باهظ الثمن ، مثل iPhone.

دراسة حالة: مزيج التوزيع المباشر وغير المباشر لشركة Apple

- دراسة حالة: مزيج التوزيع المباشر وغير المباشر لشركة Apple
- في حالات أخرى حتى الآن ، قنوات التوزيع إستراتيجية قد يكون أقصر. خذ على سبيل المثال نموذج أعمال Apple حيث تبيع الشركة جزءًا من منتجاتها عبر متاجر البيع بالتجزئة التابعة لها.
- هذا يخلق تجربة فريدة من نوعها ل أجهزة آبل للمستهلكين ويجعل سلسلة القيمة أقصر ولكنه يعزز أيضًا بشكل غير مباشر إستراتيجية، لجعل تلك المنتجات نفسها (عادة ما تكون باهظة الثمن) في متناول المستهلكين الجماهيريين.

مزيج التوزيع المباشر وغير المباشر لشركة Apple

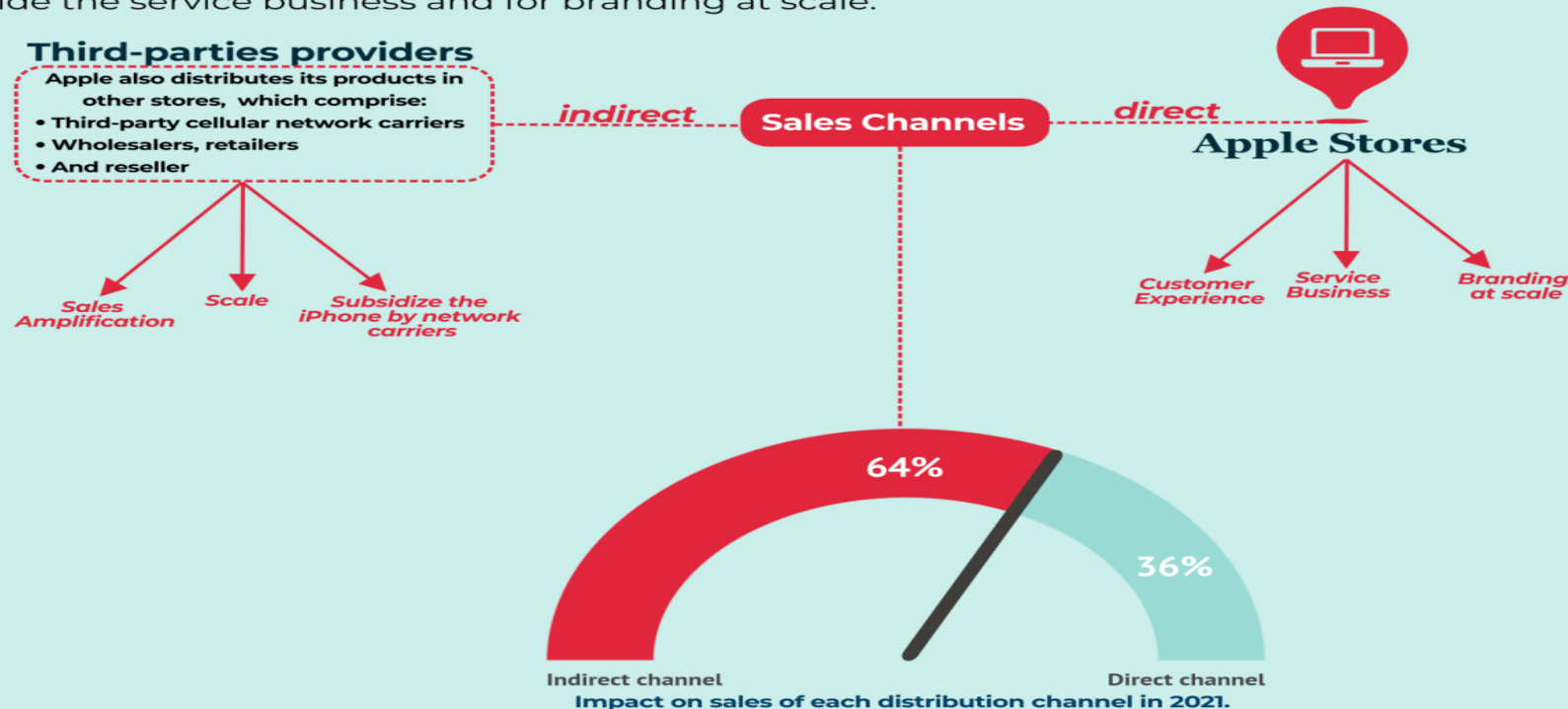
Apple Distribution Strategy Explained

In 2021, most of Apple's sales (64%) came from indirect channels (comprising third-party cellular networks, wholesalers/retailers and resellers). These channels are critical for sales amplification, scale and subsidies (to enable the iPhone to be purchased by a larger number of people). While the direct channel represented 36% the total revenues. Stores are critical for customer experience, to enable to provide the service business and for branding at scale.

Third-parties providers

Apple also distributes its products in other stores, which comprise:

- Third-party cellular network carriers
- Wholesalers, retailers
- And reseller



مزيج التوزيع المباشر وغير المباشر لشركة Apple

- في عام ٢٠٢١ ، جاءت معظم مبيعات Apple (64%) من قنوات غير مباشرة (تضم شبكات خلوية تابعة لجهات خارجية وتجار جملة / تجار تجزئة وبائعين). تعد هذه القنوات ضرورية لتضخيم المبيعات ، وتوسيع نطاقها ، والإعانات (لتمكين عدد أكبر من الناس من شراء iPhone). في حين مثلت القناة المباشرة ٣٦٪ من إجمالي الإيرادات. تعد المتاجر أمراً بالغ الأهمية لتجربة العملاء ، ولتمكينها من تقديم أعمال الخدمة ، وللعلامة التجارية على نطاق واسع.

نموذج اعمال فيسبوك (ميتا)

نوع التوزيع	وصف
مباشر للمستهلك (رقمي)	Facebook هو لاعب تقني يعتمد بشكل أساسي على التوزيع الرقمي المباشر. في الواقع ، على مر السنين ، تمكنت الشركة أولاً من الاحتفاظ بعلامة تجارية قوية لمنتجاتها الرئيسية (Facebook). بعد ذلك ، استحوذ Facebook على Instagram و WhatsApp و Oculus. تمكنت هذه العلامات التجارية القوية Facebook من الحصول على علاقة مباشرة مع المستخدمين. ومع ذلك ، تجدر الإشارة إلى أن Facebook (Meta) لا يمتلك النظام الأساسي الذي من خلاله يصل المستخدمون إلى العلامة التجارية (متجر Apple و Google Play). يمكن للمستخدمين تنزيل وتجربة منتجات العلامة التجارية المملوكة لشركة Apple و Google ، على التوالي). وبالتالي ، فإن قدرتها على توزيع المنتج تعتمد بشكل كبير على قدرة الشركة على الحفاظ على قوة علامتها التجارية.

نموذج اعمال جوجل

نوع التوزيع	وصف
التكامل الرأسي الرقمي	يعد (Google المعروف الآن باسم Alphabet) مثالاً رائعاً على التكامل الرأسي الرقمي. تتبع الشركة كل خطوة في سلسلة توريد البيانات ، بدءاً من تجميع البيانات وحتى إعادة تجميع البيانات وتبادلها داخل أسواق الإعلانات المملوكة لشركة Google. على جانب سطح المكتب ، تمتلك Google متصفح Chrome ومحرك بحث Google والأنظمة الأساسية للإعلان (AdSense وإعلانات Google وإعلانات YouTube للاستثمار البيانات. على الجانب المحمول ، تمتلك Google نظام التشغيل Android ومتجر Google Play ومنصة Google AdMob الإعلان. في هذا الجزء ، أنتجت Google أيضاً أجهزة الهواتف الذكية ، وهي تعمل الآن على تجديد قطاع أعمال الزجاج بالواقع المعزز.

نموذج اعمال تسلا

نوع التوزيع	وصف
مباشر للمستهلك (مادي)	تبيع Tesla سياراتها مباشرة من متاجرها عبر الإنترنت ، وتوزعها مباشرة على العملاء. تمتلك الشركة أيضًا متاجر Tesla المادية في جميع أنحاء العالم ، حيث يمكن للعملاء شراء السيارات منها مباشرة. بذلت الشركة جهدًا كبيرًا في بناء متاجرها الخاصة لتجاوز موزعي السيارات الكلاسيكية ، والتي كانت قاعدة أساسية لفترة طويلة.

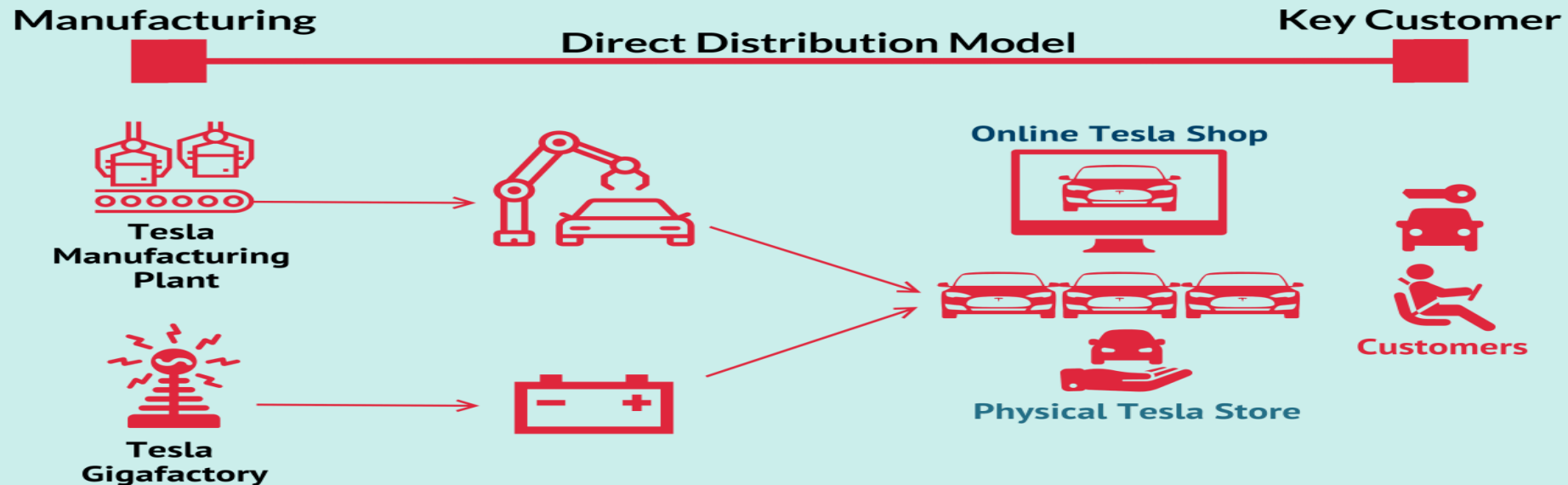
نموذج اعمال تسلا

نوع التوزيع	وصف
مباشر للمستهلك (مادي)	تبيع Tesla سياراتها مباشرة من متاجرها عبر الإنترنت ، وتوزعها مباشرة على العملاء. تمتلك الشركة أيضًا متاجر Tesla المادية في جميع أنحاء العالم ، حيث يمكن للعملاء شراء السيارات منها مباشرة. بذلت الشركة جهدًا كبيرًا في بناء متاجرها الخاصة لتجاوز موزعي السيارات الكلاسيكية ، والتي كانت قاعدة أساسية لفترة طويلة.

دراسة حالة: تسلا وجوجل ، من التكامل المادي إلى الرقمي

Tesla Business Model In A Nutshell

Tesla is vertically integrated. Therefore, the company runs and operates the Tesla's plants where cars are manufactured and the Gigafactory which produces the battery packs and stationary storage systems for its electric vehicles, which are sold via direct channels like the Tesla online store and the Tesla physical stores.



دراسة حالة: تسلا وجوجل ، من التكامل المادي إلى الرقمي

- تم دمج Tesla عموديًا. لذلك ، تدير الشركة وتدير مصانع Tesla حيث يتم تصنيع السيارات ومصنع Gig factory الذي ينتج حزم البطاريات وأنظمة التخزين الثابتة لسياراتها الكهربائية ، والتي تباع عبر القنوات المباشرة مثل متجر Tesla عبر الإنترنت ومتاجر Tesla المادية.