نمونه بوم مدل کسب و کار

تاریخ:

تکرار:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| بخش مشتریان**- برای چه کسانی ارزش آفرینی می کنیم؟****- مهمترین مشتریان ما چه کسانی هستند؟*** بازار انبوه
* بازار گوشه ای
* بخش بندی شده
* گوناگون
* پلتفرم چندوجهی
 | ارتباط با مشتریان**- هر بخش از مشتریان انتظار برقراری و حفظ چه نوع رابطه ای را از ما دارند؟****- کدامیک از این رابطه ها برقرار شده؟****- این روابط پگونه با بقیه مدل کسب و کار ما عجیم می شوند؟****- چقدر هزینه بر هستند؟**مثال : * دستیار شخصی
* دستیار شخصی اختصاصی
* سلف سوریس
* خدمات خودکار
* جوامع کاربری
* خلق باهم
 | ارزش پیشنهادی**- به مشتریانمان چه ارزشی ارائه می دهیم؟****- به حل کدامیک از مسایل مشتریانمان کمک می کنیم؟****- بسته های پیشنهادی ما (آمیخته محصولات و - خدمات) به هر بخش از مشتریان چیست؟****- کدام یک از نیازهای مشتریان ارضا م کنیم؟****ویژگی ها:*** **تازگی**
* **کارایی**
* **شخصی سازی**
* **انجام دادن کار**
* **طراحی**
* **برند / جایگاه**
* **قیمت**
* **کاهش هزینه**
* **کاهش ریسک**
* **دسترسی پذیری**
* **راحتی / کاربردپذیری**
 | فعالیت های اصلی**- ارزش پیشنهادی ما به چه فعالیت های اصلی نیاز دارد؟****- کانال توزیع ما چه؟****- ارتباط با مشتریان چه؟****- جریان درآمد جه؟****دسته ها:*** **تولید**
* **حل مساله**
* **پلتفرم / شبکه**
 | شرکای کلیدی**- شرکای کلیدی ما که هستند؟****- تامین کنندگان کلیدی ما که هستند؟****- چه منابع اصلی را از شرکایمان بدست می آوریم؟****- شرکایمان چه فعالیت های اصلی را انجام می دهند؟****انگیزه های شراکت:*** **بهینه سازی و صرفه اقتصادی**
* **کاهش ریسک و عدم قطعیت**
* **به دست آوردن منابع و فعالیت های خاص**
 |
| کانال توزیع**- بخش های مشتریان می خواهند که از طریق چه کانال هایی به آنان دسترسی پیدا کنیم؟****- هم اکنون چگونه به آنان دسترسی داریم؟****- کانال های ما چگونه یکپارچه شده اند؟****- برای چه کسانی ارزش آفرینی می کنیم؟****- کدام یک بهتر عمل می کند؟****- کدام یک به صرفه تر هستند؟****- ما چگونه آنها را با کار روزمره مشتریان هماهنگ می کنیم؟****فازهای کانال:*** **آگاهی**

چگونه آگاهی درباره محصولات و خدمات شرکت خود را بالا می بریم؟* **ارزیابی**

چگونه به مشتریان کمک می کنیم تا ارزش پیشنهادی سازمان ما را ارزیابی کنند؟* **خرید**

چگونه به مشتری امکان خرید محصولات و خدمات خاص را می دهیم؟* **تحویل**

چگونه ارزش پیشنهادی را به مشتریان می رسانیم؟* **پس از فروش**

چگونه برای مشتریان، خدمات پس از فروش فراهم می کنیم؟ | منابع اصلی**- ارزش پیشنهادی ما به چه منابع اصلی نیاز دارد؟****- کانال توزیع ما چطور؟****- ارتباط با مشتریان؟****- جریان درآمد؟****انواع منبع:*** **فیزیکی**
* **معنوی (پتنت های برند، حق نشر، داده ها)**
* **انسانی**
* **مالی**
 |
| جریان درآمد**- مشتریان ما برای چه ارزشی واقعا حاضرند پول بدهند؟****- آنها هم اکنون برای چه چیزی پول می دهند؟****- ترجیح می دهند که چگونه بپردازند؟****- هر جریان درآمد چگونه در درآمد کل مشارکت دارد؟**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **انواع:*** فروش دارایی
* فروش مصرف
* حق اشتراک
* قرض / اجاره / لیزینگ
* دادن حق امتیاز
 | **قیمت گذاری ثابت:*** قیمت مصرف کننده
* براساس ویژگی محصول
* براساس بخش مشتری
* براساس میزان خرید
 | **قیمت گذاری پویا:*** مذاکره (چانه زنی)
* مدیریت درآمد
* بازار بی درنگ
 |

 | ساختار هزینه**- مهمترین هزینه های مدل کسب و کار ما کدام ها هستند؟****- گرانترین منابع اصلی کدامند؟****- گرانترین فعالیت های صالی کدام ها هستند؟****کسب و کار شما بیشتر کدام است؟*** هزینه گرا (کوچکترین ساختار هزینه، ارزش پیشنهادی ارزان، بیشترین خودکارسازی، بیشترین برونسپاری)
* ارزش گرا (تمرکز روی خلق ارزش، ارزش پیشنهادی گرانبها)

**بعضی ویژگی ها:*** هزینه های ثابت (دستمزد، اجاره بها، خدمات عمومی)
* هزینه های متغیر
* صرفه اقتصادی ناشی از مقیاس بالا
* صرفه اقتصادی ناشی از دامنه کاری
 |