

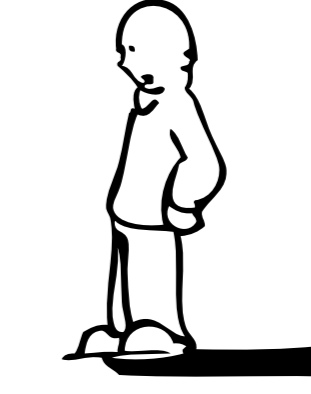
# بوم مدل کسب و کار

نام پروژه

تاریخ:

تکرار:

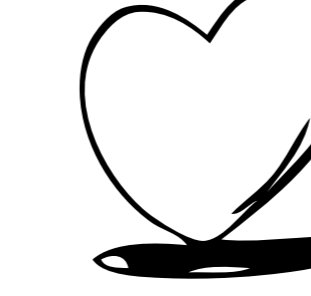
## بخش مشتریان



برای چه کسانی ارزش آفرینی می‌کنیم؟  
مهمترین مشتریان ما چه کسانی هستند؟

بازار نیوه  
بازار کوشه‌ای  
بازارهای شده  
کوتاکون  
پلتفرم چند وجهی

## ارتباط با مشتریان



هر بخش از مشتریان انتظار برقراری و حفظ چه نوع رابطه‌ای را از ما دارند؟  
کدام‌یک از این رابطه‌ها برقرار شده؟  
این روابط چگونه با بقیه مدل کسب و کار ما تعیین می‌شوند؟  
چقدر هزینه‌بر هستند؟

مثلا:  
دستیار شخصی  
دستیار شخصی اختصاصی  
سلف سرویس  
خدمات خودکار  
جوامع کاربری  
خلق نام

## ارزش پیشنهادی



به مشتریانمان چه ارزشی ارائه می‌دهیم؟  
به حل کدام‌یک از مسایل مشتریانمان کمک می‌کنیم؟  
بسته‌ی پیشنهادی ما (آمیخته‌ی محصولات و خدمات) به هر بخش از مشتریان چیست؟  
کدام یک از نیازهای مشتریان را ارضا می‌کنیم؟

ویژگی‌ها:  
تازگی  
کارایی  
شخصی‌سازی  
تخصص‌دین کتره  
طراحی  
برند / جایگاه  
قیمت  
کاهش هزینه  
کاهش ریسک  
دسترسی‌پذیری  
راحتی / کاربرپذیری

## فعالیت‌های اصلی



ارزش پیشنهادی ما به چه فعالیت‌های اصلی نیاز دارد؟  
کانال توزیع ما چه؟  
ارتباط با مشتریان چه؟  
جریان درآمدی چگونه؟

دسته‌ها:  
تولید  
حل مسئله  
بازرگ / شبکه

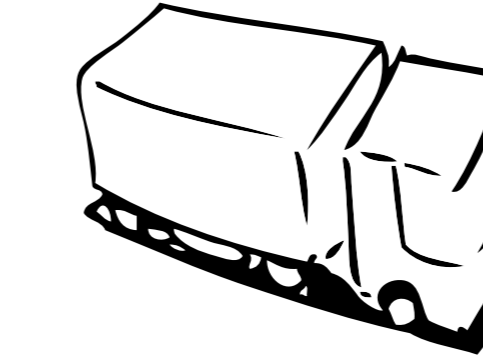
## شرکای کلیدی



شرکای کلیدی ما که هستند؟  
تامین‌کنندگان کلیدی ما که هستند؟  
چه منابع اصلی را از شرکایمان بدست می‌آوریم؟  
شرکایمان چه فعالیت‌های اصلی را انجام می‌دهند؟

انگیزه‌های شرکات:  
بهینه‌سازی و صرفه اقتصادی  
کاهش ریسک و عدم قطعیت  
بازدست آوردن منابع و فعالیت‌های خاص

## کانال توزیع



بخش‌های مشتریان می‌خواهند که از طریق چه کانال‌هایی به آن‌ها دسترسی پیدا کنیم؟

هم‌اکنون چگونه به آنها دسترسی داریم؟

کانال‌های ما چگونه یکپارچه شده‌اند؟

کدام یک بهتر عمل می‌کند؟

کدام یک به‌مرور بهتر هستند؟

ما چگونه آن‌ها را با کار روزمره مشتریان هماهنگ می‌کنیم؟

فازهای کانال:

1- آگاهی

2- توجه

3- علاقه

4- تمایل

5- خرید

6- وفاداری

7- تکرار خرید

8- مشارکت

9- حمایت

10- وفاداری

## منابع اصلی



ارزش پیشنهادی ما به چه منابع اصلی نیاز دارد؟  
کانال توزیع ما چگونه؟  
ارتباط با مشتریان؟  
جریان درآمدی؟

انواع منابع:  
فیزیکی  
معنوی (دانش، مهارت، برند، حق نشر، داده‌ها)  
انسانی  
مالی

## جریان درآمد

مشتریان ما واقعا برای چه ارزشی می‌پردازند؟  
آنها هم‌اکنون برای چه چیزی پول می‌دهند؟  
آنها هم‌اکنون چگونه بها را می‌پردازند؟  
ترجیح می‌دهند که چگونه بپردازند؟  
هر جریان درآمد چگونه در درآمد کل مشارکت دارد؟

انواع:  
فروش دارای  
فروش مصرف کننده  
حق اشتراک  
فروشی (کارانه/بازرگ)  
مدل‌های دیگر  
مدیریت درآمد  
بازار می‌درنگ

قیمت گذاری نامیده  
قیمت مصرف کننده  
بر اساس ویژگی محصول  
بر اساس بخش مشتری  
بر اساس میزان خرید

قیمت گذاری پویا  
مدل‌های دیگر (بازرگ)  
مدیریت درآمد  
بازار می‌درنگ

## ساختار هزینه‌ها

مهم‌ترین هزینه‌های مدل کسب و کار ما کدام هستند؟  
گرانترین منابع اصلی کدامند؟  
گرانترین فعالیت‌های اصلی کدامند؟

کسب و کار شما بیشتر کدام است:  
هرینه‌گر (کوچکترین ساختار هزینه ارزش پیشنهادی ارزش بیشتر خود کارسازی بیشتر بر روی سرمایه)  
ارزش گر (تمرکز روی خلق ارزش ارزش پیشنهادی گران‌بها)

معنی ویژگی‌ها:  
هرینه‌های ثابت (دستمزد اجاره‌بها خدمات عمومی)  
هرینه‌های متغیر  
صرفه اقتصادی ناشی از مقیاس بالا  
صرفه اقتصادی ناشی از دامنه کاری

