

تابلوی کسب و کار

زبانی مشترک برای توصیف، مصورسازی، ارزیابی و تغییر مدل های کسب و کار

Value
Proposition Design

طراحی ارزش پیشنهادی

چگونه محصولات و خدماتی خلق کنیم که
مشتری خواهان آن باشد.

الکساندر استروالدر، ایو پیگنیور،
گرگ برناردا، آلن اسمیت

مترجمان
بابک وطن دوست، حسام‌الدین ساروقی،
مینا نجفیان، اصغر عطایی

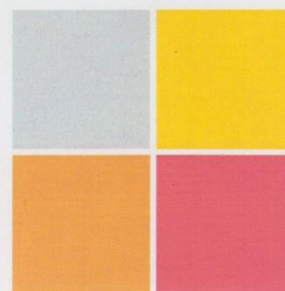


WILEY

مجموعه کتاب های کارآفرینی ناب

اجرای ناب

حرکت از طرح اولیه به محصول مطلوب مشتری

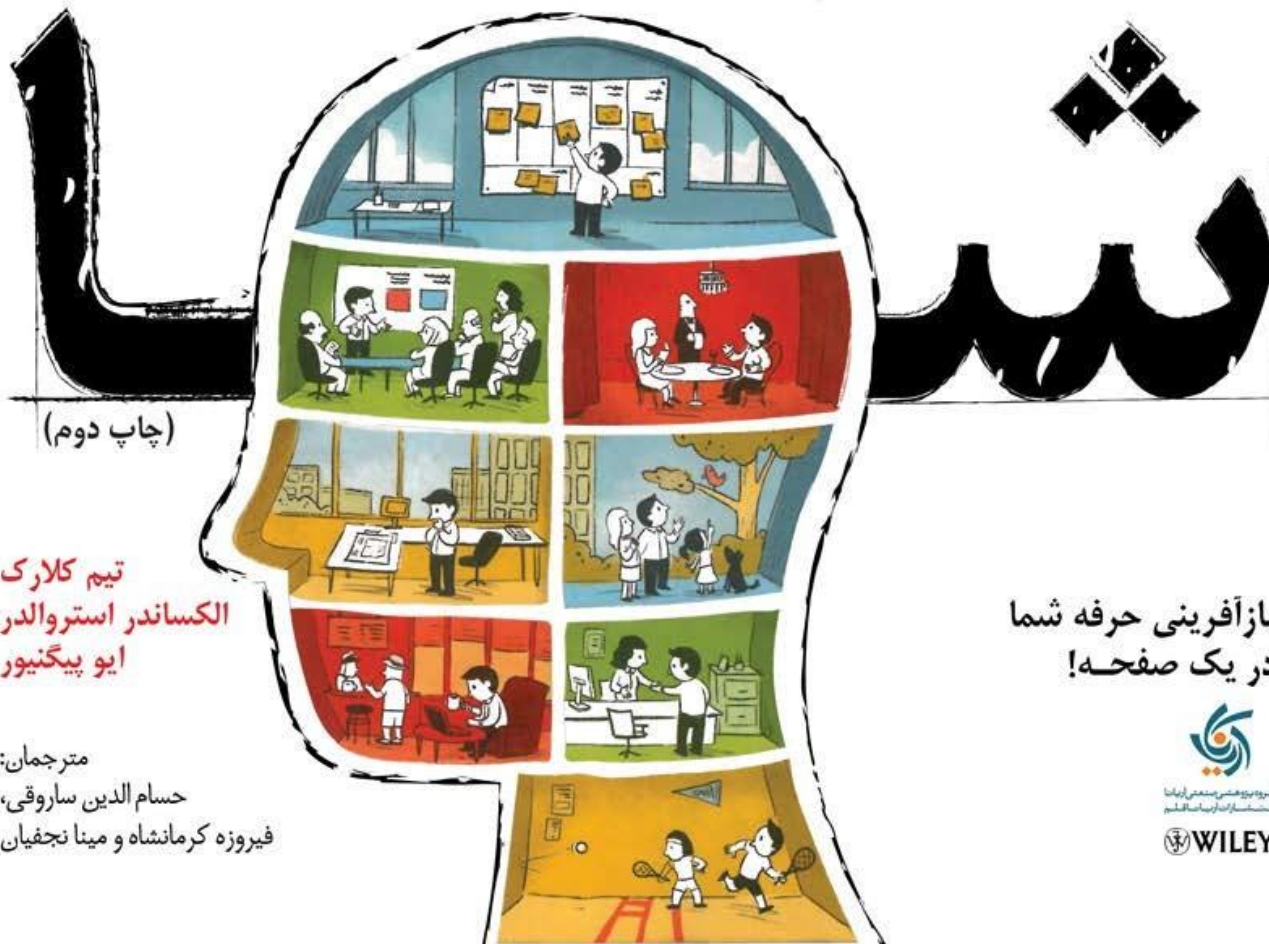


نویسنده: اش ماوریا

مترجمان: علیرضا کاظمی نیا

احمد ورد

Business Model You مدل کسب و کار



(چاپ دوم)

تیم کلارک
الکساندر استروالد
ایو پیگنیور

مترجمان:
حسام الدین ساروقی،
فیروزه کرمانشاه و مینا نجفیان

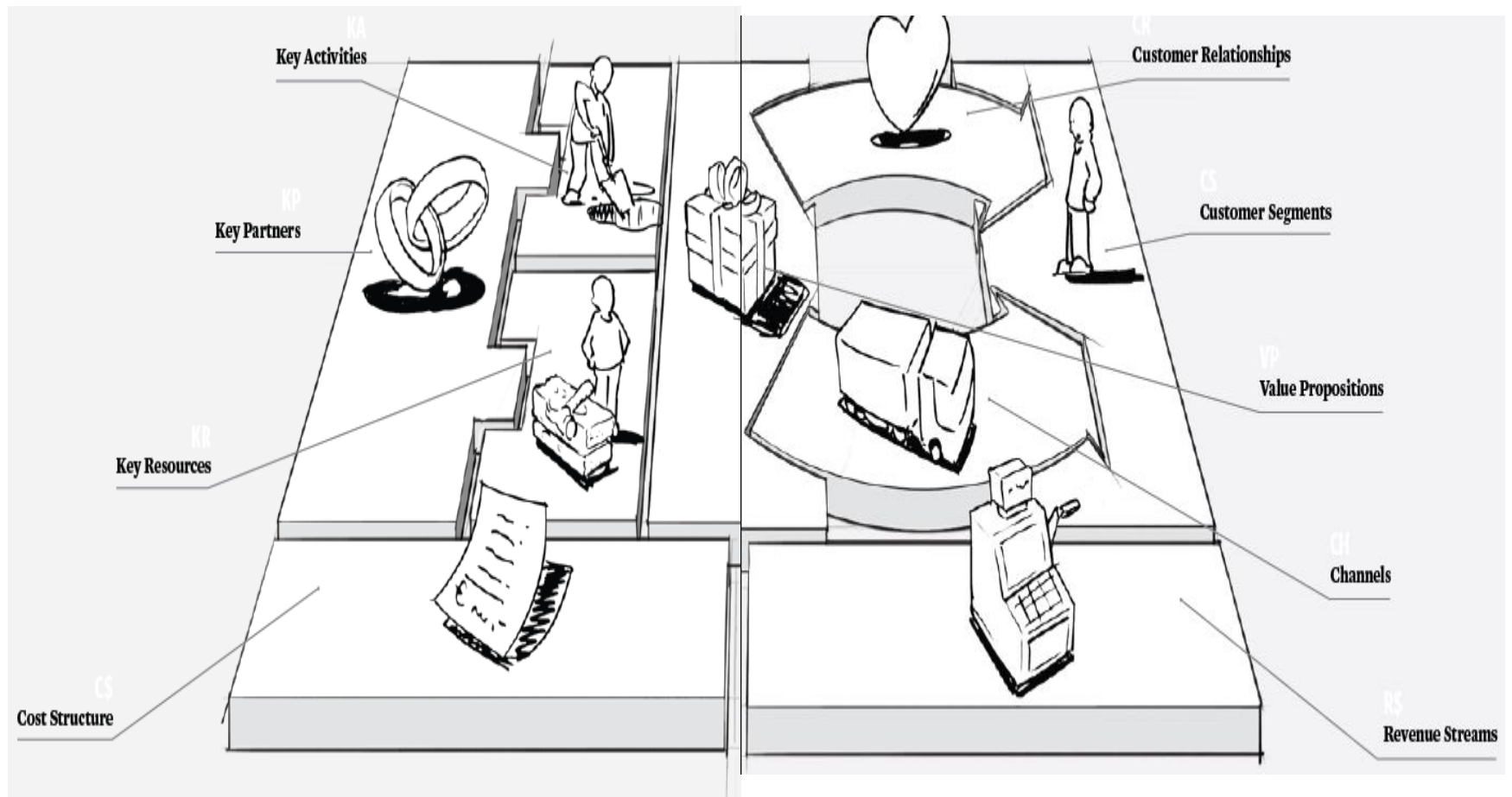
بازآفرینی حرفه شما
در یک صفحه!



*تعریف مدل کسب و کار

- منطق یک شرکت در چگونگی، **خلق**، **ارائه** و **کسب** ارزش را توصیف می کند.
- به زبان ساده، یک مدل کسب و کار؛ ساختار، اجزاء، نیازمندی ها، شکل گیری، پیکره، تا حدودی نحوه کارکرد کسب و کار ما را مشخص می کند.
- به شما کمک می کند بفهمید کسب و کارتتان واقعا چیست!
- از چه اجزایی تشکیل می شود، چگونه باید تامین مالی شود!
- روش کار شما در بازار چگونه خواهد بود. رقبا، مشتریان چه کسانی و محصولات شما چه چیزی هستند!

تابلوی کسب و کار



* نه جزء سازنده مدل کسب و کار

۱. بخش های مشتری: هر سازمان به یک یا چند بخش از مشتریان خدمت می کند.

۲. ارزش های پیشنهادی: حل مشکل مشتریان و برآوردن نیاز های او

۳. کانال ها: کانال های ارتباطی توزیع و فروش

۴. ارتباط با مشتری: ایجاد و حفظ ارتباط با مشتریان

۵. جریان های درآمدی: ارزش های پیشنهادی که به مشتریان داده می شوند تولید در آمد می کنند



۶. منابع کلیدی: دارایی ها

۷. فعالیت های کلیدی: فعالیت های مورد نیاز برای انجام کار

۸. مشارکت های کلیدی: برون سپاری فعالیتها یا کسب منابع از خارج سازمان

۹. ساختار هزینه:

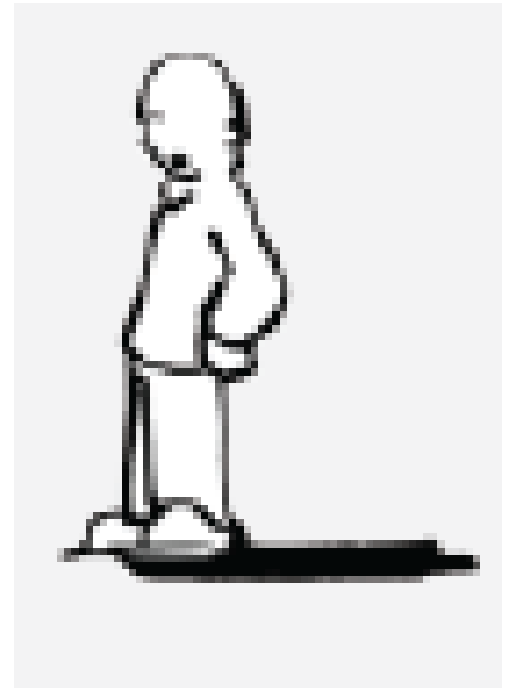
عناصری از کسب و کار که تولید هزینه می کنند



بخش های مشتریان

ما برای چه کسانی ارزش خلق می کنیم؟

مهمترین مشتریان ما چه کسانی هستند؟

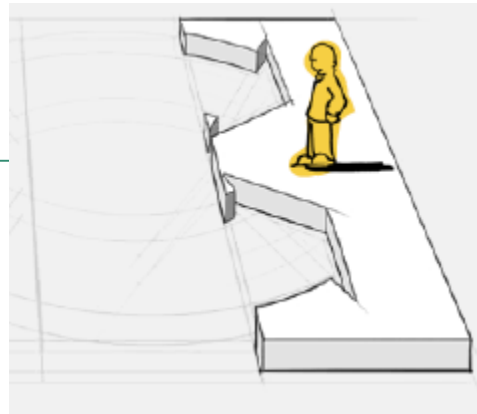


بخش های مشتری

* مشتریان قلب هر مدل کسب و کار را تشکیل می دهند.

* برآورده کردن بهتر نیازهای مشتریان مستلزم گروه بندی کردن آنها بر اساس ویژگیها، رفتارها و نیازهای مشترکشان است.

* به کدام گروه ها خدمت ارائه شود و از کدام گروه ها چشم پوشی شود؟



انواع بخش های مشتری

✓ بازار انبوه (Mass Market)

✓ بازار گوشه ای (Ntich Market)

✓ بخش بندی شده (Segmented Market)

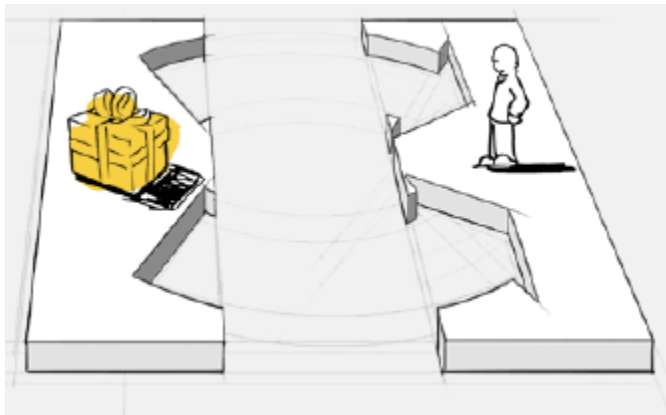
✓ متنوع (Diversified Market)

✓ بازارهای چند وجهی (multi dimensional platform)

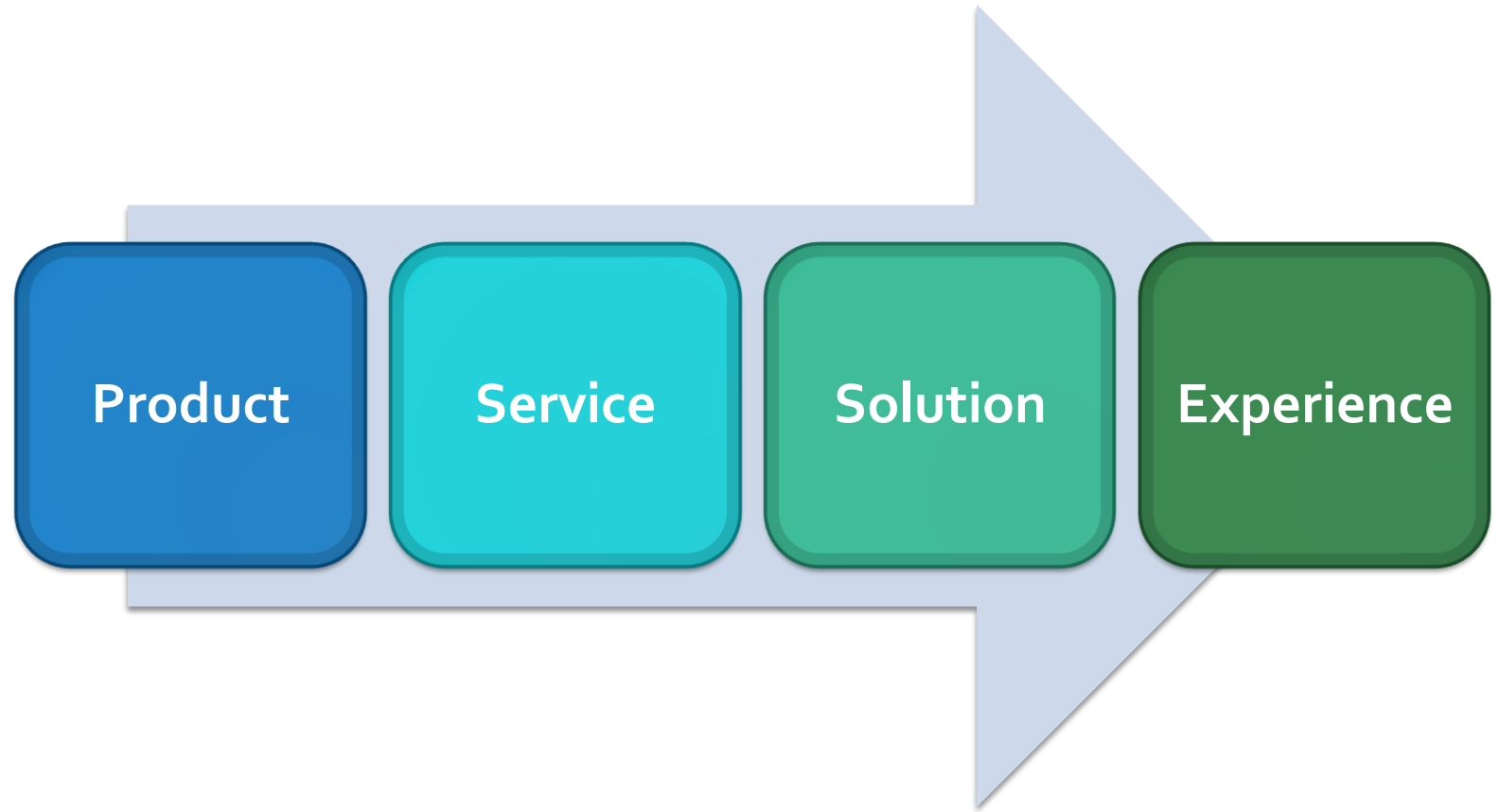


ارزش های پیشنهادی

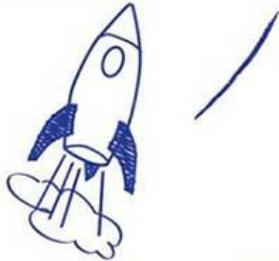
چه ارزش هایی را به مشتریان ارائه می کنیم؟
به حل کدامیک از مشکلات مشتریان خود کمک می کنیم؟
چه نیازهای از مشتریان را برآورده می کنیم؟
چه بسته ای از محصولات و خدمات را به هر بخش از مشتریان پیشنهاد می کنیم؟



سير تكامل ارزش



GAMIFICATION



ACHIEVEMENT



CHALLENGE

SKILL



USER
ENGAGEMENT

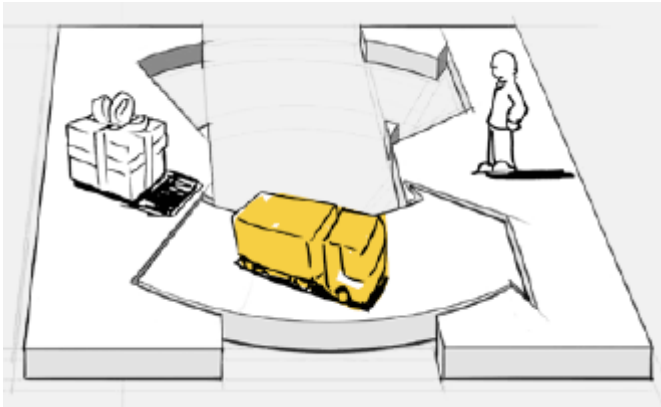
ارزش های پیشنهادی

ارزش ها ممکن است کمی (قیمت، سرعت خدمت رسانی) یا کیفی (طراحی، تجربه مشتری) باشند.

- تازگی
- عملکرد
- سفارشی سازی
- انجام کامل کار
- طراحی
- برند/ مقام و منزلت
- قیمت
- کاهش هزینه
- کاهش ریسک
- قابلیت دسترسی
- راحتی / قابلیت استفاده

کانال ها

کانال های ارتباطی، توزیع و فروش، واسط میان یک شرکت با مشتریان آن و نقطه تماس با آنها می باشد.



وظایف کانال ها:

- ارائه ارزش پیشنهادی به مشتریان
- کمک به مشتریان برای ارزیابی ارزش پیشنهادی
- فراهم کردن خدمات پس از فروش برای مشتریان
- افزایش آگاهی مشتریان در مورد محصول و خدمات شرکت
- فراهم آوردن امکان خرید محصولات و خدمات خاص مشتریان

ارتباط با مشتری

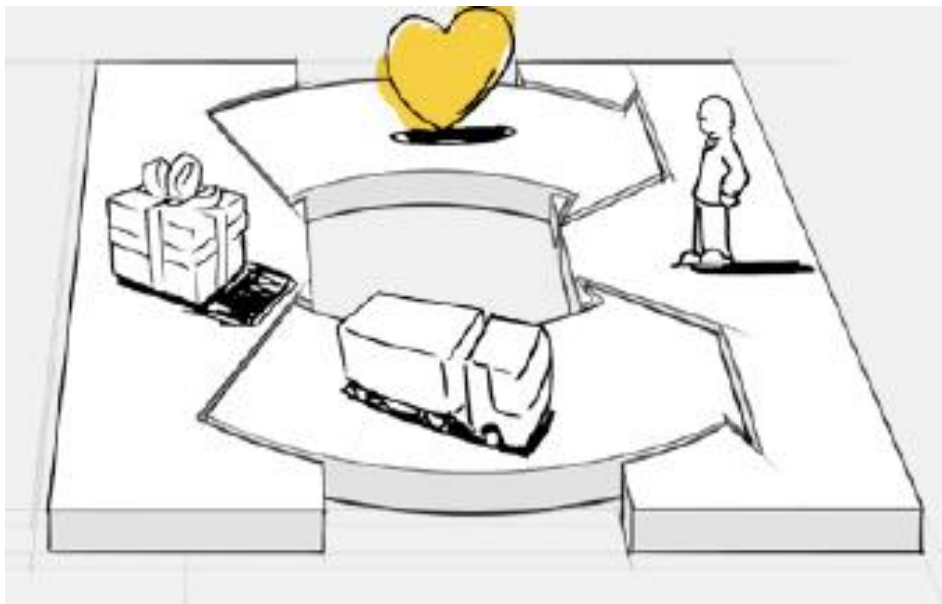
نوع رابطه با مشتریان در هر یک از مراحل ”جذب مشتری، حفظ مشتری، افزایش میزان فروش“ چگونه است؟

هریک از مشتریان ما انتظار برقراری و حفظ چه نوع ارتباطی را دارند؟

کدامیک از این روابط را می توانیم ایجاد کنیم؟ هزینه برقراری این روابط چقدر است؟

ایا این روش با بقیه بخش های مدل همخوانی دارد؟

ارتباط با مشتری



✓ کمک شخصی

✓ کمک شخصی اختصاصی

✓ خدمات خودکار (سلف سرویس)

✓ جوامع

✓ خلق مشترک

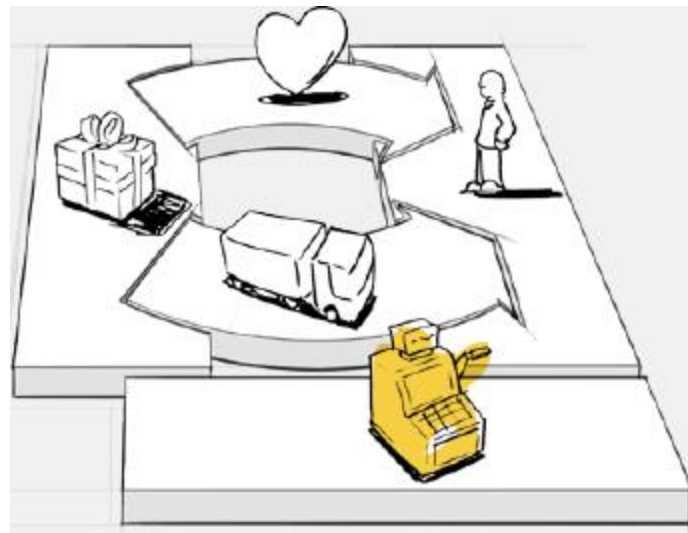
جریان های درآمدی

مشتریان قلب شرکت و جریان های درآمدی شریان های آن را تشکیل می دهند.

مشتریان ما واقعا برای چه ارزشی تمایل به پرداخت پول دارند؟

آنها ترجیح می دهند چگونه پول بپردازند؟

هر جریان درآمدی چه سهمی از کل درآمدها را به خود اختصاص می دهد؟



جریان های درآمدی

راه های گوناگونی برای ایجاد جریان درآمدی وجود دارد.

- فروش دارایی
- حق استفاده
- فروختن یا نفروختن خدمت
- حق عضویت
- پرداخت جریمه یا دیرکرد
- قرض دادن / اجاره دادن / لیزینگ
- اعطای حق امتیاز
- دستمزد کارگذاری
- انجام تبلیغات
- فروش اطلاعات
- سود ناشی از خواب پول در بانک
- روش های ترکیبی

دو نوع اصلی جریان های درآمدی

- درآمد تراکنشی: کسب و کارهایی که مشتری یکبار خرید در مدت زمانی طولانی دارد.
- درآمد تکرارپذیر: پرداخت های مکرر مشتریان در قبال ارائه یک ارزش: کیف و کفش و ...

منابع کلیدی

مهمترین دارایی های مورد تیاز برای عملکرد صحیح کسب و کار را گویند.
این منابع شرکت را قادر می سازد تا ارزش پیشنهادی خود را خلق و به مشتریان ارائه کند.
ارتباط با بخش مشتری را حفظ و کسب درآمد نماید.

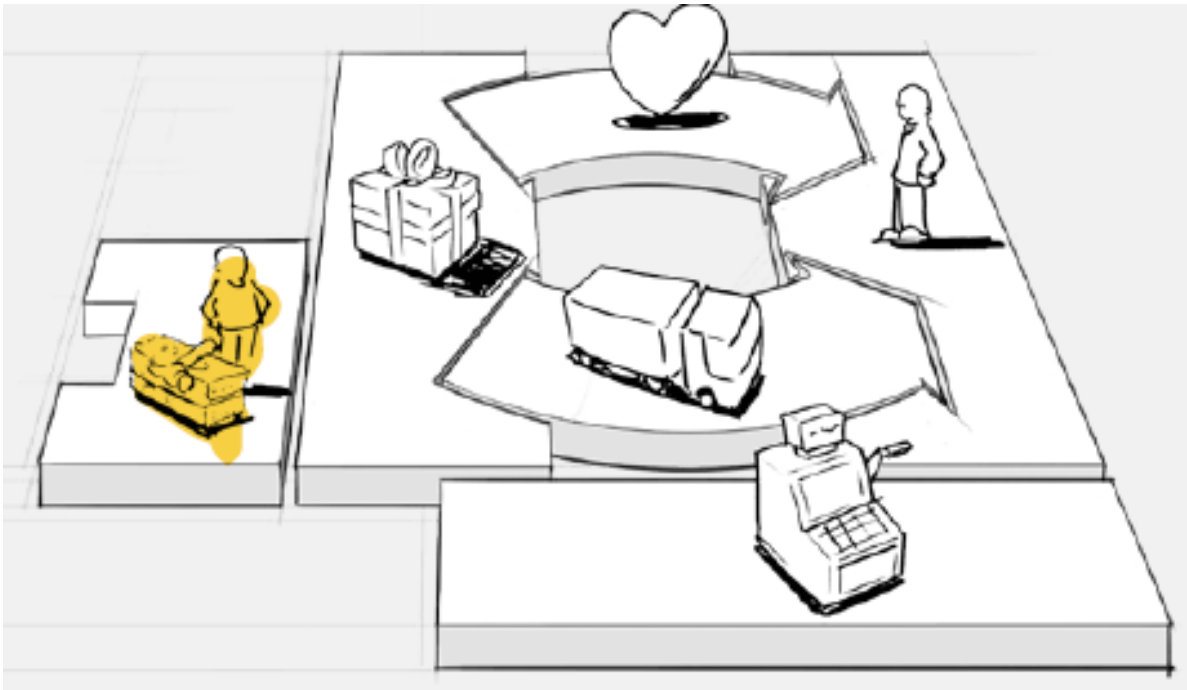
✓ ارزش های پیشنهادی ما به چه منابع کلیدی، نیاز دارد؟

✓ کانال های توزیع نیازمند چه منابعی هستند؟

✓ برای ارتباط با مشتری باید چه منابعی را در نظر بگیریم؟

✓ جریان های درآمدی با چه منابعی افزایش می یابند؟

منابع کلیدی



✓ فیزیکی

✓ معنوی

✓ انسانی

✓ مالی

فعالیت های کلیدی

مهمترین کارهای مورد نیاز برای عملکرد صحیح کسب و کار را تشریح می کند.

- تولید
- حل مسئله
- پلتفرم / شبکه



✓ ارزش های پیشنهادی ما به چه فعالیت کلیدی، نیاز دارد؟

✓ کانال های توزیع نیازمند چه فعالیت های کلیدی هستند؟

✓ برای ارتباط با مشتری باید چه فعالیت های کلیدی را در نظر بگیریم؟

✓ جریان های درآمدی با چه فعالیت های کلیدی افزایش می یابند؟

مشارکت های کلیدی

شبکه ای از تامین کنندگان و شرکا را توصیف می کند که باعث عملکرد صحیح کسب و کار می شوند.

سه انگیزه برای ایجاد شراکت وجود دارد:

❑ بهینه سازی و صرفه اقتصادی ناشی از

مقیاس

❑ کاهش ریسک و عدم قطعیت

❑ کسب منابع و فعالیت های خاص

✓ شرکای کلیدی ما چه کسانی هستند؟

✓ تامین کنندگان کلیدی ما چه کسانی هستند؟

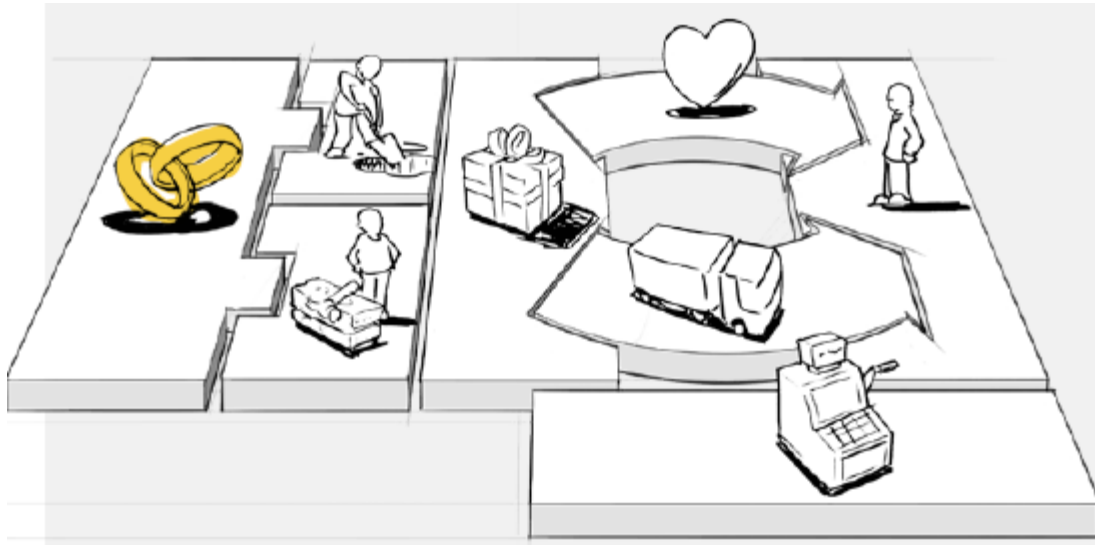
✓ کدامیک از منابع کلیدی را از طریق شرکا به دست آوریم؟

✓ کدامیک از فعالیت های کلیدی ما را شرکای ما می توانند انجام دهند؟

مشارکت های کلیدی

چهار نوع مختلف مشارکت عبارتند از:

- (۱) ائتلاف های استراتژیک بین شرکت هایی که رقیب هم نیستند.
- (۲) همکاری با رقبا، مشارکت استراتژیک بین رقبا
- (۳) سرمایه گذاری مشترک برای ایجاد کسب و کار های جدید
- (۴) روابط خریدار - تامین کننده برای حصول اطمینان از تامین ملزومات



ساختار هزینه ها

انواع کسب و کارها بر مبنای هزینه

انواع هزینه ها

\$ هزینه های ثابت

\$ هزینه های متغیر

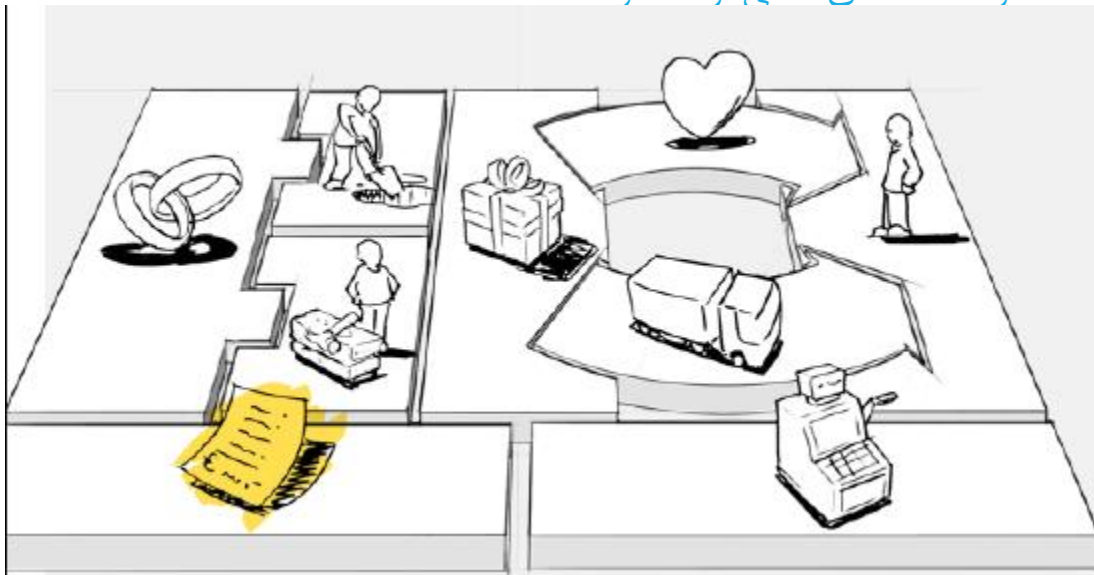
\$ صرفه اقتصادی ناشی از مقیاس

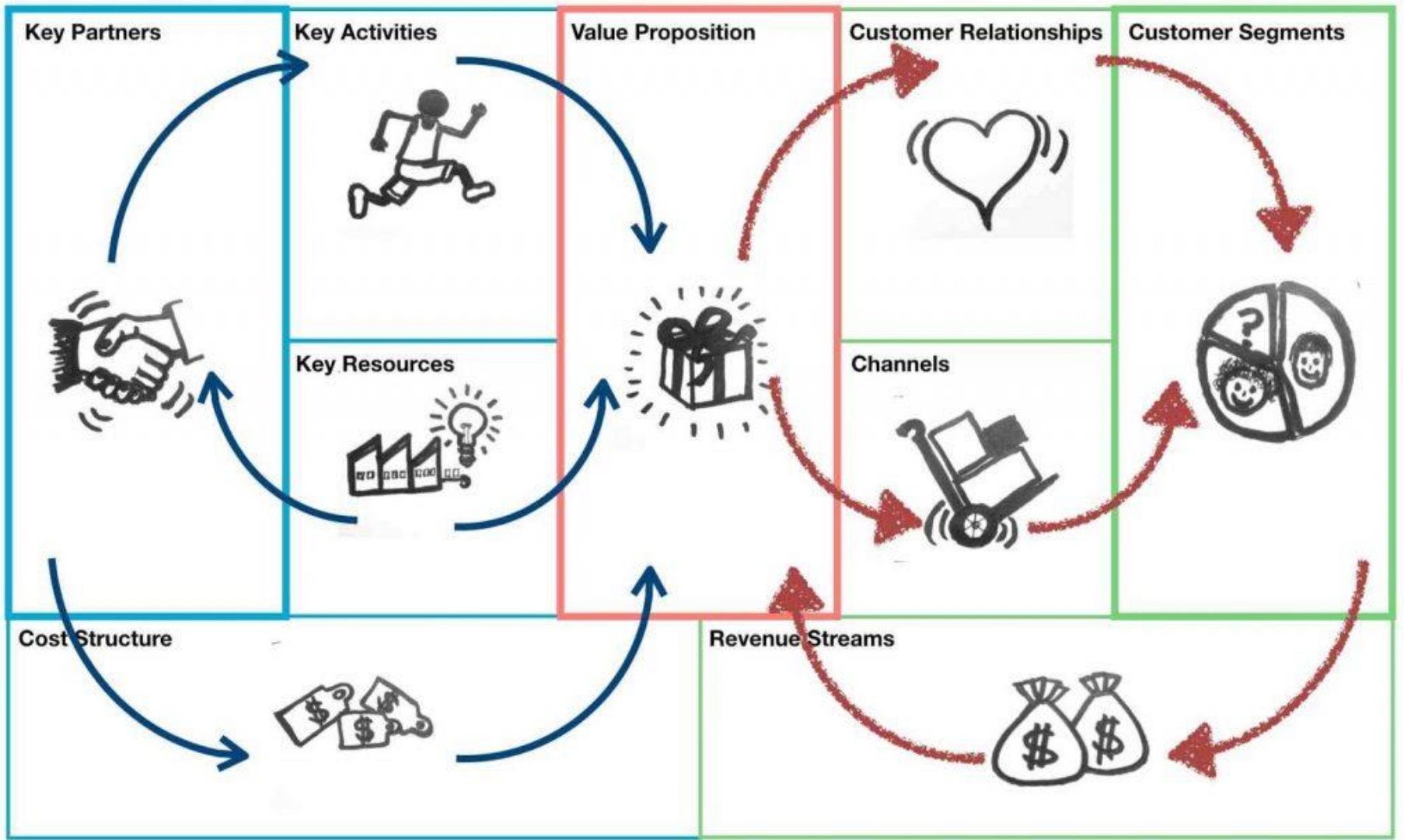
\$ صرفه اقتصادی ناشی از محدوده

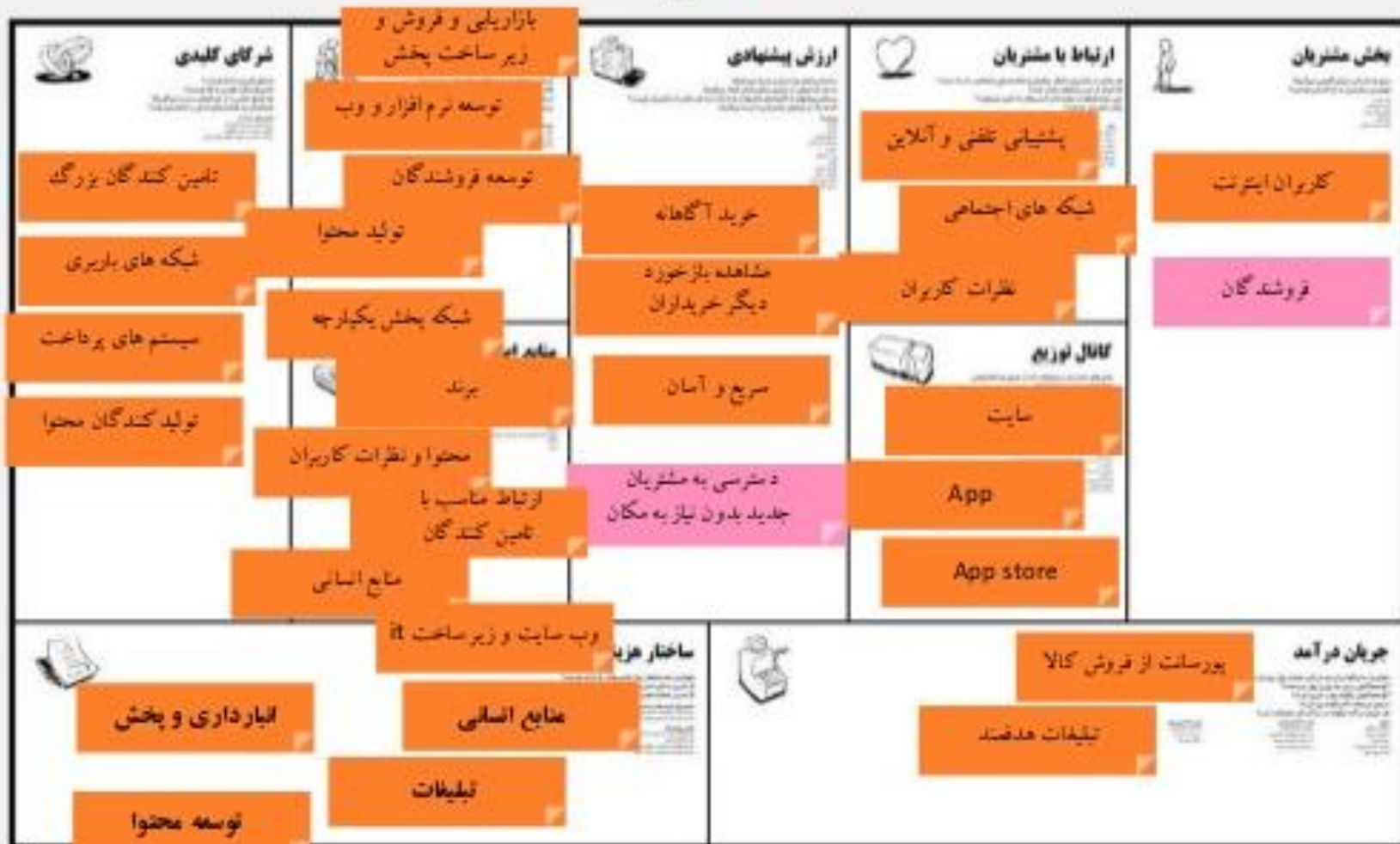
هزینه محور



ارزش محور





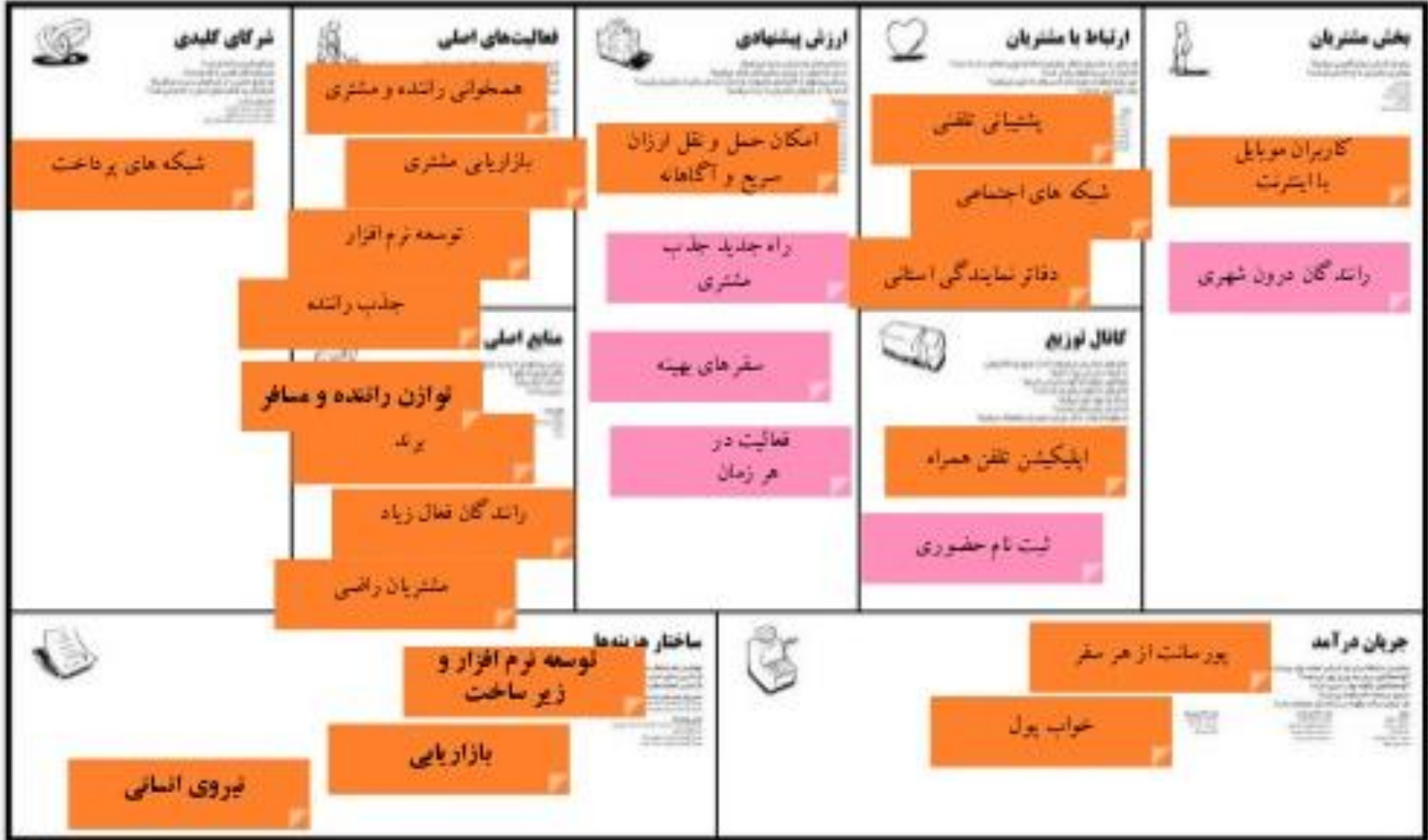


بوم مدل کسب و کار

نام پروژه



شماره





بوم مدل کسب و کار Amazon Retail

Amazon Retail



گروه های تجاری تخصصی





بوم مدل کسب و کار Alibaba

Alibaba Group



خریداران تأمین کنندگان تبلیع کنندگان

