بومی شده

بـوم مدل کسب‌وکار

دسته بندی مشتریان

برای چه کسانی ارزش آفرینی می کنید؟
مشتریان فعلی / احتمالی شما چه تعداد هستند؟
مهمترین مشتریان فعلی شما که هستند؟
چه سهمی از بازار در چه بازه زمانی ایی بدست آورده اید؟ / می توانید بدست آورید؟
به مشتریانتان چه وعده هایی می دهید / خواهید داد؟

نکات کمکی:
بازارهای بزرگ
بازارهای اختصاصی
دسته بندی شده
متنوع
بازارهای چندوجهی

ارتباط با مشتریان

نوع روابط مورد انتظار هر دسته از مشتریان در طول ارتباط با کسب و کار شما چیست؟
روابط حال حاضر شما با مشتریان چگونه است؟
جایگاه آنان در مدل کسب و کارتان کجاست؟
هزینه جذب یک مشتری جدید و حفظ ارتباط با او چقدر است؟

مثال‌ها:
همکاری نزدیک و شخصی
سلف سرویس
خدمات خودکار
گروه‌های مشتریان
همکاری در ساختن و ارائه ارزش

کانال های ارتباطی

دسترسی به گروه های مختلف مشتریان از طریق چه کانال های ارتباطی خواهد بود؟
در حال حاضر روش های دسترسی به مشتریان چه هستند؟
رابطه بین این روش ها و کانال های ارتباطی چگونه است؟
کدام روش بهتر نتیجه داده است؟
کدام روش از همه مقرون به صرفه تر است؟
این روش ها تا چه اندازه با نیاز و روال های مشتریان انطباق دارد؟

مراحل مختلف کانال‌ها:
۱. آگاهی: چگونه به مشتریان هدفتان درباره محصولات و خدمات شرکتتان اطلاع رسانی می کنید؟
۲. ارزیابی: چگونه به مشتریان هدف کمک می کنید تا آن ها ارزش پیشنهادی شرکت تان را امتحان و ارزیابی کنند؟
۳. خرید: از چه روش هایی مشتریان می توانند از شما خرید کنند؟
۴. ارائه: چگونه ارزش پیشنهادی تان را به مشتریانتان ارائه می کنید؟
۵. پس‌ازفروش: چگونه خدمات پس‌ازفروش به مشتریان ارائه می کنید؟

ارزش پیشنهادی

ارزش اصلی کسب و کار شما برای مشتری در چیست؟
ایده یا کسب و کار شما به حل چه مشکلی از مردم کمک می کند؟
برای هر بخش از مشتریان چه محصول یا سرویسی ارائه می شود؟
چه نیازی از مشتریان را برطرف می کنید؟
رقبای اصلی شما که هستند؟
نقطه تمایز و برتری شما نسبت به رقبایتان چیست؟
قیمت محصولات یا خدمات شما چگونه است؟
هدف و تمرکز اصلی کسب و کارتان چیست؟
اگر بتوان برای محصولات یا خدمات شما یک "شخصیت" قائل شد، آن شخصیت چه ویژگی هایی دارد؟

نمونه ویژگی‌ها:
جدید بودن
کارایی
شخصی سازی
کار راه انداز
طراحی
برند
قیمت
کاهش هزینه
کاهش ریسک
دسترس پذیری
راحتی/کاربردی

فعالیت های کلیدی

ارائه ارزش اصلی مورد نظر درکسب و کارتان نیازمند انجام چه فعالیت های است؟
فعالیت های کلیدی پخش محصولات کدام ها هستند؟
فعالیت های مرتبط با روابط با مشتریان؟
فعالیت های مرتبط با جریان های درآمدی؟

دسته بندی ها:
تولید محصولات
حل مسائل و مشکلات
بسترها/شبکه ها

منابع کلیدی

منابع کلیدی مورد نیاز کسب و کار شما برای ارائه آنچه ارزش اصلی کسب و کارتان است چیست؟
منابع کلیدی مورد نیاز کانال های پخش محصولات شما؟
منابع کلیدی مورد نیاز شما برای ارتباط با مشتریان؟
منابع کلیدی موردنیاز شمابرای‌ایجادراه های کسب‌درآمد؟
مزایا و امکاناتی که در اختیار دارید چه هستند؟
تعداد و مهارت‌های نیروی انسانی در اختیار شما؟

انواع منبع:
فیزیکی
فکری (مجوزهای انحصاری، حق ثبت اختراع، نشان تجاری)
نیروی انسانی
منابع مالی

شرکای کلیدی

همکاران و شرکای کلیدی شما چه کسانی هستند؟
تامین کنندگان اصلی شما چه کسانی هستند؟
چه منابع کلیدی ای را از شرکا و همکاران تجاری تان دریافت می کنید؟
فعالیت های مهم همکاران شما چیست؟

انگیزه های همکاری تجاری:
بهینه سازی و اقتصاد
کاهش ریسک و عدم قطعیت
به‌دست آوردن منابع و فعالیت‌های بخصوص

روال های کسب درآمد

برای کدامیک از ارزش های ارائه شده توسط کسب و کار شما، مشتری واقعا حاضر خواهد شد پول بپردازد؟ فکر می کنید چقدر؟
برای چه محصولات یا خدماتی از کسب و کار شما مشتریان در حال حاضر پول می پردازند؟ چه مقدار؟
بیشتر ترجیح می دهند چگونه پرداخت کنند؟
هر کدام از مسیرهای درآمدسازی چند درصد از کل درآمد بدست آمده را تشکیل می دهند؟

انواع: فروش دارایی ها
هزینه‌استفاده
هزینه‌اشتراک
اجاره/لیزینگ
هزینه استفاده نام تجاری/لایسنس
هزینه کارگزاری
تبلیغات

قیمت گذاری ثابت: قیمت‌لیستی
بر اساس تعداد ویژگی ها
بر اساس نوع مشتریان
بر اساس مقدار

قیمت گذاری پویا: مذاکره (چانه زنی)
مدیریت درآمد با نظر گرفتن رفتارمشتریان
لحظه‌ای و وابسته به بازار

ساختار هزینه ها

مهمترین هزینه های کسب و کارتان کدام ها هستند؟
گرانترین منابع کلیدی مورد نیاز کسب و کار شما کدامند؟
گرانترین فعالیت های کلیدی مورد نیاز کسب و کار شما کدامند؟
درصد سود ناخالص شما چقدر است؟
درصد سود خالص شما چقدر است؟ آیا از این میزان راضی هستید؟

برای نمونه:
هزینه های ثابت (حقوق، اجاره، قبوض)
هزینه های متغیر
هزینه هایی که با رشد کسب و کار تغییر می کنند
هزینه هایی که با ورود به حوزه های جدید تغییر می کنند

آیا مدل کسب و کار شما بیشتر:
- هزینه محور است؟ (ساختار هزینه صرفه جویانه، ارزش پیشنهادی ارزان قیمت، انجام هرچه بیشتر کارها به صورت اتوماتیک، برونسپاری شدید)
- ارزش محور است؟ (تمرکز بر روی ایجاد ارزش، ارزش پیشنهادی با قیمت های بالا)

DESIGNED BY: Business Model Foundry AG
The makers of Business Model Generation and Strategyzer

بومی‌شده توسط: خوشفکری
www.khoshfekri.com