بوم مدل کسب‌وکار

نام پروژه

تاریخ:

تکرار:

بخش مشتریان

برای چه کسانی ارزش‌آفرینی می‌کنیم؟
مهمترین مشتریان ما چه کسانی هستند؟

بازار انبوه
بازار گوشه‌ای
بخش‌بندی شده
گوناگون
پلتفرم چند وجهی

ارتباط با مشتریان

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

مثال:
دستیار شخصی
دستیار شخصی اختصاصی
سلف سرویس
خدمات خودکار
جوامع کاربری
خلق باهم

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 به‌صرفه‌تر هستند؟
ما چگونه آن‌ها را با کار روزمره مشتریان هماهنگ می‌کنیم؟

فازهای کانال:
۱. آگاهی
بگونه آگاهی درباره محصولات و خدمات شرکت خود را بالا می‌برم؟
۲. ارزیابی
بگونه به مشتریان کمک می‌کنیم تا ارزش پیشنهادی سازمان ما را ارزیابی کنند؟
۳. خرید
بگونه به مشتری امکان بدهد محصولات و خدمات خاص را می‌خواهم؟
۴. تحویل
بگونه ارزش پیشنهادی را به مشتریان می‌رسانم؟
۵. پس از فروش
بگونه برای مشتریان خدمات پس از فروش را فراهم می‌کنم؟

ارزش پیشنهادی

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

ویژگی‌ها:
تازگی
کارایی
شخصی‌سازی
انجام دادن کاره
طراحی
برند/ جایگاه
قیمت
کاهش هزینه
کاهش ریسک
دسترس‌پذیری
راحتی /کاربردپذیری

فعالیت‌های اصلی

ارزش پیشنهای ما به چه فعالیت‌های اصلی نیاز دارد؟
کانال توزیع ما چه؟
ارتباط با مشتریان چه؟
جریان درآمد چطور؟

دسته‌ها:
تولید
حل مساله
پلتفرم/ شبکه

منابع اصلی

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

انواع منبع:
فیزیکی
معنوی (ثبت‌های برند، حق نشر، داده‌ها)
انسانی
مالی

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 شراکت:
بهینه‌سازی و صرفه اقتصادی
کاهش ریسک و عدم قطعیت
به‌دست آوردن منابع و فعالیت‌های خاص

جریان درآمد

مشتریان ما واقعا برای چه ارزشی مایلند پول بپردازند؟
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 دارایی
فروش مصرف
حق اشتراک
قرض / اجاره/لیزینگ
دادن حق امتیاز

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

قیمت گذاری پویا:
مذاکره (چانه‌زنی)
مدیریت درآمد
بازار بی‌دردنگ

ساختار هزینه‌ها

مهم‌ترین هزینه‌های مدل کسب‌وکار ما کدام هستند؟
گرانترین منابع اصلی کدامند؟
گرانترین فعالیت‌های اصلی کدامند؟

کسب‌وکار شما بیشتر کدام است:
هزینه‌گرا (کم‌وکیفترین ساختار هزینه، ارزش پیشنهادی ارزان، بیشترین خودکارسازی، بیشترین برون‌سپاری)
ارزش گرا (تمرکز روی خلق ارزش، ارزش پیشنهادی گرانبها)

بعضی ویژگی‌ها:
هزینه‌های ثابت (دستمزد، اجاره‌بها، خدمات عمومی)
هزینه‌های متغییر
صرفه اقتصادی ناشی از مقیاس بالا
صرفه اقتصادی ناشی از دامنه کاری

www.businessmodelgeneration.com

برگردان پارسی از www.LeanStartup.ir

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 3.0 Unported License.
To view a copy of this license, visit http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/
or send a letter to Creative Commons, 444 Castro Street, Suite 900, Mountain View, California, 94041, USA.