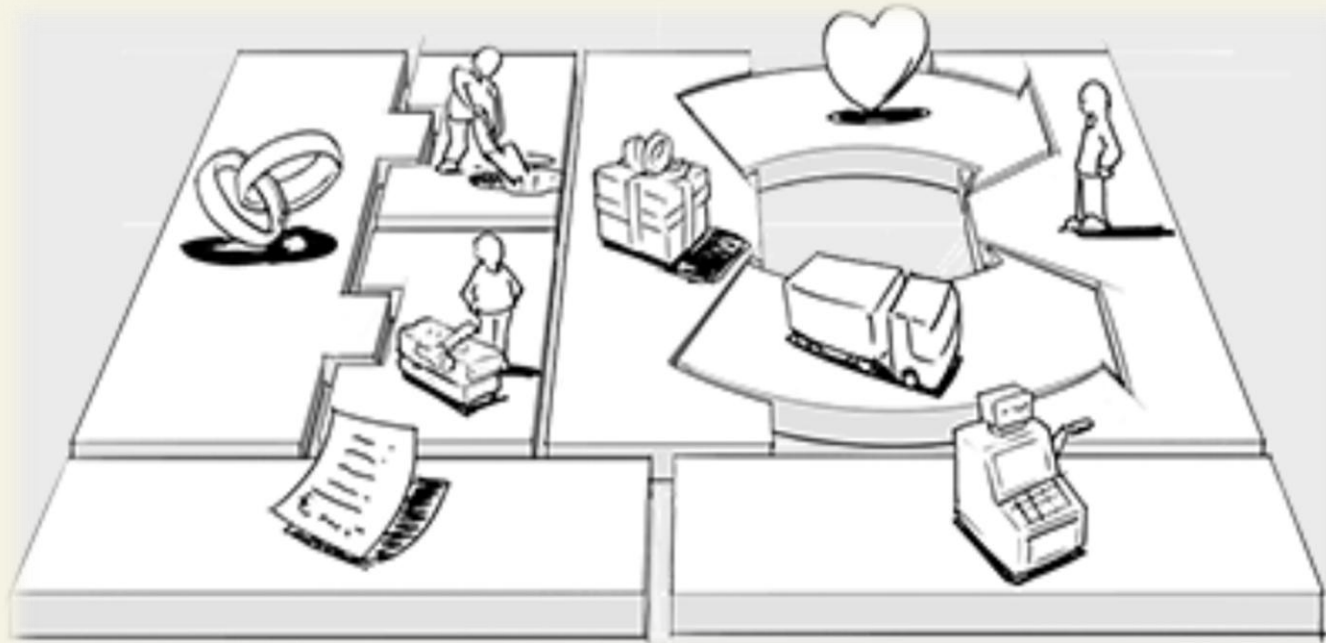


بوم کسب و کار



بوم مدل کسب و کار (Business Model Canvas):

ابزار مدیریتی و کارآفرینانه استراتژیک است که به شما اجازه می‌دهد مدل کسب و کار خود را توصیف و طراحی کرده یا آن را تغییر یا چرخش دهید.

ابزار مدیریتی و بصری است که عناصر مهم یک کسب و کار را به تصویر می‌کشد و محلی برای ایده‌پردازی در مورد کسب و کار مربوطه است. و افراد مختلف از تیم‌های مختلف می‌توانند در مورد آن نظر بدهند.



شما می‌توانید فرضیات خود را بر روی قسمت‌های مختلف این بوم بنویسید و آن‌ها را اعتبارسنجی نمایید.

این بوم ۹ جز دارد که شامل: بخش مشتریان، ارزش پیشنهادی، کانال‌ها، ارتباط با مشتریان، درآمدها، فعالیت‌های کلیدی، منابع کلیدی و هزینه‌ها می‌باشد. بوم مدل کسب‌وکار به شرکت‌ها کمک می‌کند تا بتوانند با ترسیم تعامل میان بخش‌های مختلف کسب‌وکار خود، فعالیت‌های خود را به شکلی هماهنگ به پیش

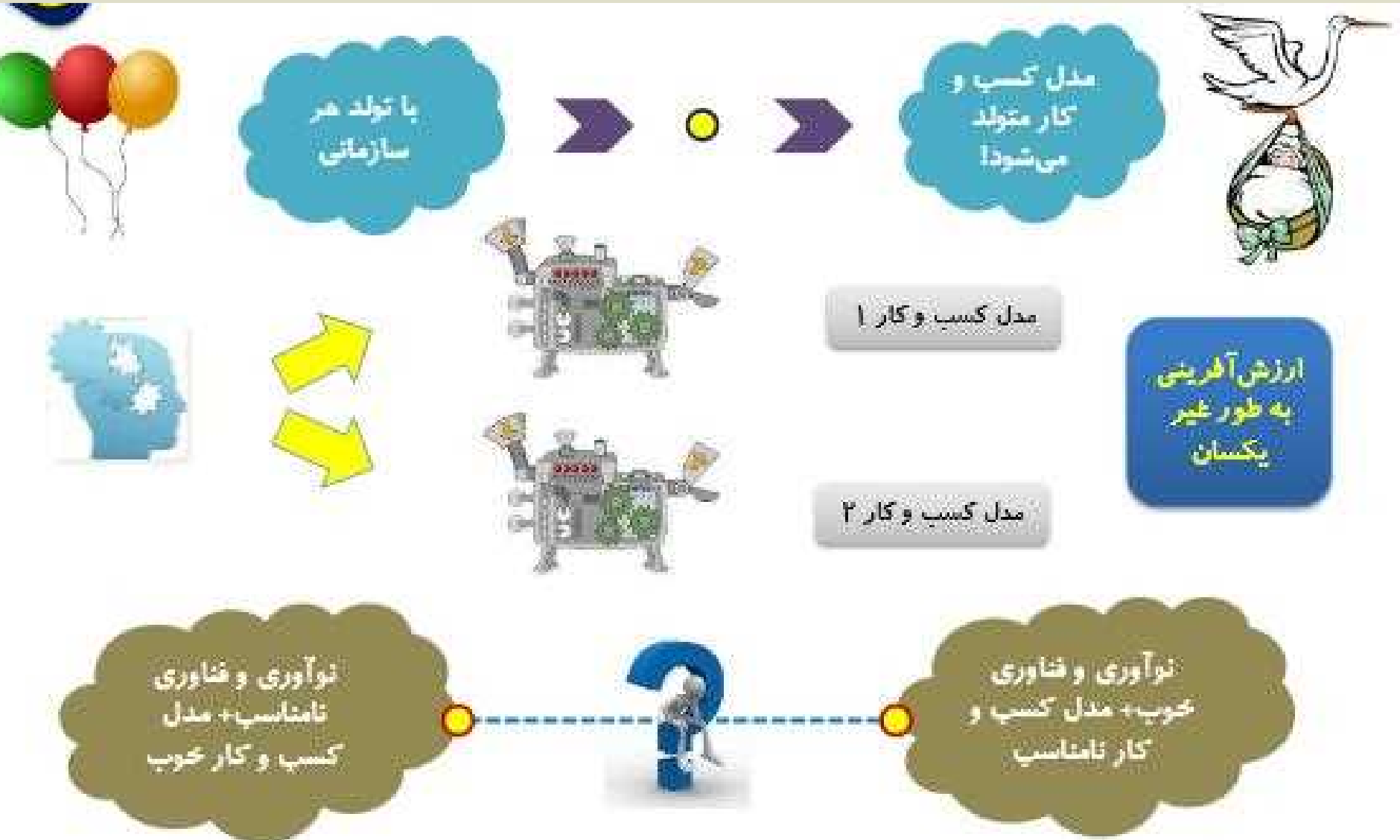
ببرند.



بوم مدل کسب و کار ابتدا توسط الکساندر اوستروالدر طراحی شد. طبق تعریف وی؛ مدل کسب و کار ابزاری مفهومی است که شامل مجموعه‌ای از عناصر و ارتباط آن‌ها بوده و منطق شرکت جهت درآمدزایی را نشان می‌دهد. این طرح پیشنهادی از توجه و استقبال قابل توجهی برخوردار شده است. به طوری که امروزه در اکثر شرکت‌های موفق جهان و رویدادهای استارت‌آپی از این بوم به عنوان تابلوی راهنمایی برای جهت‌دهی مسیر کسب و کار استفاده می‌کنند. از سال ۲۰۰۸ که این بوم طراحی شد.



اهمیت بوم مدل کسب و کار



اجزا بوم مدل کسب و کار



بوم مدل کسب و کار

بخش مشتریان



ارتباط با مشتریان



ارزش پیشنهادی



فعالیت‌های اصلی



شرکای کلیدی



کانال توزیع



منابع اصلی



جریان درآمد



ساختار هزینه‌ها



اجزای بوم مدل کسب و کار

۱. مشتریان هدف (بخش بندی مشتریان)
۲. ارزش های پیشنهادی (ارزش هایی که قرار هست به دست مشتری برسد)
۳. روابط با مشتریان (مدیریت ارتباط با مشتریان)
۴. فعالیت های کلیدی (فعالیت هایی که در راستایی تولید و خدمات و رساندن محصول یا خدمت به دست مشتری انجام می شوند)
۵. منابع کلیدی (تمام منابعی که برای اجرای فعالیت شرکت و تولید محصولات یا خدمات نیاز هست. اعم از انسانی، مالی، معنوی و ...)
۶. شرکای کلیدی (تمام کسانی که قرار هست از تهیه مواد اولیه تا دریافت بازخورد پس از مصرف مشتریان به گونه ای با استارتاپ ما همکاری کنند)
۷. کانال ها (کانال های توزیع محصولات و دریافت بازخورد)
۸. جریان های درآمدی (بررسی مدل های درآمدی استارتاپ)
۹. ساختار هزینه ها (هزینه های راه اندازی استارتاپ)





مشتریان و مخاطبان

گروه‌های از افراد و سازمان‌ها که قصد دست‌یابی خدمت و کمک به آنها را دارید (قلب مدل).

بخش‌بندی با توجه به نوع نیاز، نوع توزیع، نوع ارتباط و نوع سودآوری صورت می‌پذیرد.

چندوجهی تبلیغات

بخش‌بندی (تشابه) بانک

منطق (تفاوت) خرید/فروشی

بازار گمشده (خاص) نامی‌کنندگان قطعات

بازار انبوه (عام) لوازم الکترونیکی



ارزش پیشنهادی

بسته‌ای از محصولات و خدمات که به منظور رفع نیاز، حل مشکل و کمک به مشتریان، ارزش خلق می‌کند.

ارزش پیشنهادی می‌تواند پیشنهادی نوآورانه، جدید و بدیع باشد و یا نسبت به بازار کنونی تمایز ایجاد کند.



کانال‌های توزیع

نحوه توزیع ارزش‌های پیشنهادی به مشتریان بوده و آن گونه که ارزش ارائه می‌شود را توصیف می‌کند.

فازهای کانال شامل آگاهی، کمک به مشتری برای ارزیابی، امکان خرید، نحوه تحویل و خدمات پس از فروش می‌باشد.

فروشگاه نزدیک

فروشگاه نزدیک

فروشگاه نزدیک

از طریق وب

فروشگاه نزدیک

فروشگاه نزدیک

نقشه شناخت مشتری

مشتری چگونه فکر می کند و چه احساسی دارد؟

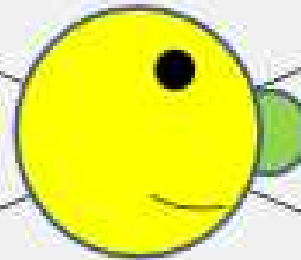
مسائل مهم، مشغله های ذهنی، دغدغه ها و آرزوها

مشتری چه می بیند؟

محیط
دوستان
محصولاتی که بازار ارائه می کند

مشتری چه می شنود؟

چیزهایی که دوستان می گویند
چیزهایی که رئیس می گویند
چیزهایی که افراد تاثیرگذار می گویند



مشتری چه می گویند و انجام می دهد؟

نگرش به حضور در اجتماع، نوع رفتار نسبت به دیگران، ظاهر

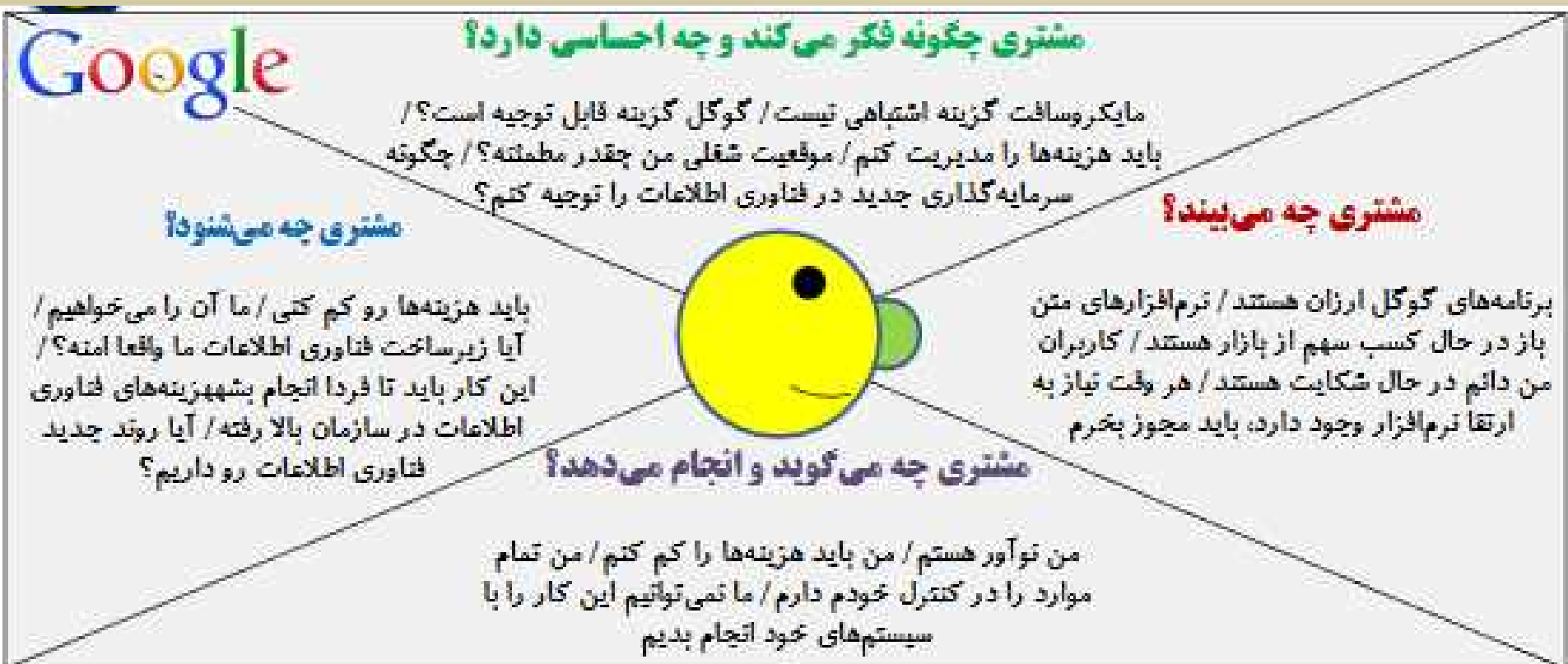
آلام و خلاها

ترس ها
محدومیت ها
موانع

آمال و آرزوها

نیازها و خواسته ها
معیارهای موفقیت
موانع

مطالعه موردی شناخت مشتری شرکت گوگل



آلام و خلاهای مشتری

حمله هکرها، عدم تاثیر بر کسب و کار، بازخورد منفی کاربران، زمان خرابی، بودجه ناکافی فناوری اطلاعات، تغییرات سریع در فناوری

آمال و آرزوهای مشتری

کاربران راضی / بازخورد مثبت مدیریت / همسویی کسب و کار و فناوری اطلاعات / نرم‌افزاری که به آموزش نیاز ندارد / عدم وجود هزینه‌های نگهداری

- نوع مشتری
- مستری بسیاری
- مجموع مشتریان
- بانسنگاه مشتریان
- خدمات خودکار
- پروفرامیل های در خطه
- خود فرامی
- ارتباط غیر مستقیم
- کلیک اختصاصی
- بانسنگاه اختصاصی
- کلیک تعاملی
- نوع تعامل انسانی

نحوه تعامل و انواع روابطی را توصیف می کند که بخش های مشتریان برقرار می شود.

ارتباط با مشتری می بایست با انگیزه های جذب و حفظ مشتری و افزایش فروش انجام شود.



درآمدی که بخش های مشتری به ازای ارزش به صورت تراکنشی یا تکرارپذیر حاصل می شود (شریان های مدل).

قیمت مبتنی بر فهرسته مذاکره، مزایده، بازار، محصول، مشتری، بازده و آئی گذاشته می شود.

- فروش درازمدت
- تکرارپذیر
- حق استفاده
- حق جنس
- حق عضویت
- حق عضویت و ارزش
- بانسنگاه و ارزش
- اجاره مسکن
- فروش اجاره مسکن
- حق امتیاز
- امضای حق امتیاز
- امضای کارگزاری
- دستبرد کردی
- واسطه کردی
- انجام تبلیغات
- مسابقات ورزشی

- پول نقد
- مالی
- انسانی
- نیمروی خبره
- معدنی
- دانش اختصاصی
- میزبانی
- استکانات تولیدی

خلق و ارائه ارزش، دسترسی به بازار، ارتباط با مشتری و کسب درآمد معلول منابع کلیدی هستند.

منابع کلیدی می تواند تحت تملک شرکت، اجاره شده و تأمین شده توسط شرکا باشد.





فعالیت‌های کلیدی

آنچه شرکت انجام می‌دهد و مهم‌ترین کارهایی که مورد نیاز برای عملکرد صحیح مدل کسب و کار است.

هر مدل کسب و کار نیاز به تعدادی فعالیت کلیدی دارد. فعالیت کلیدی بسته به نوع مدل، متفاوت است.

- مدیریت شبکه مشتری/مشکله
- خدمات مشاوره حل مسئله
- تولید طراحی/ساخت



مشارکت‌های کلیدی

مشارکت‌های کلیدی شبکه‌ای از تامین کنندگان و شرکا می‌باشند که شرکت به آنها نیاز دارد.

مشارکت‌ها شامل مواردی مانند ائتلاف با همکاران، همکاری با رهبا، سرمایه‌گذاری مشترک و... می‌شود.

- کاهش هزینه برومبیساری
- کاهش ریسک توزیع کننده
- کسب منابع انعطای مجوز
- کسب فعالیت خاص فناوری خاص

- صرفه از محدودیه
- صرفه از مقیاس
- هزینه‌های متغیر انعطای مجوز
- هزینه‌های ثابت هزینه دستمزد

شامل تمام هزینه‌هایی است که شرکت برای اجراسازی مدل کسب و کار متحمل می‌شود.

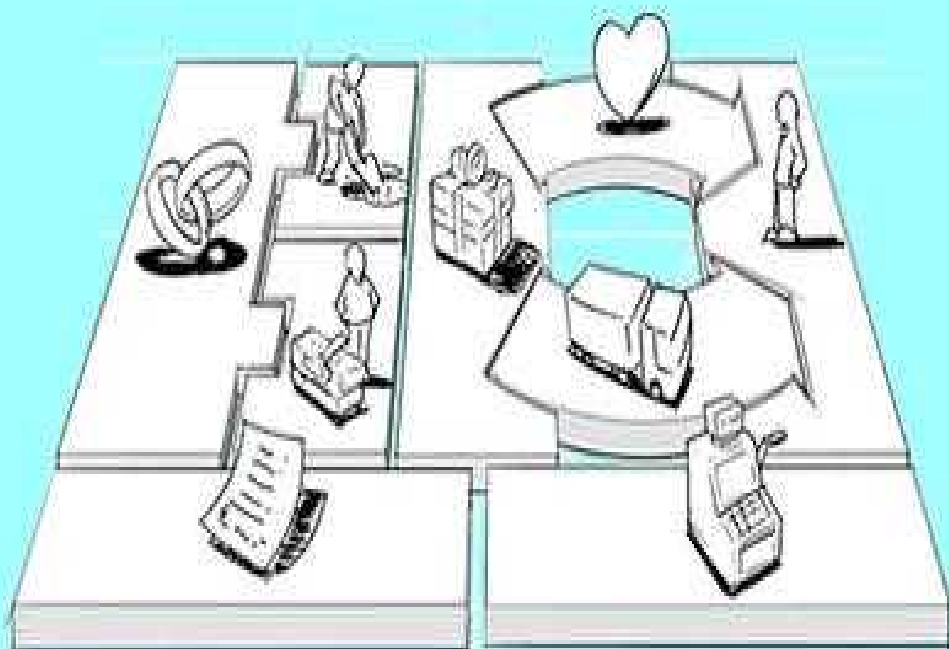
هزینه‌ها در هر مدل با توجه به دو سر طیف ارزش‌محور بودن - هزینه محور بودن تعیین می‌شود.



ساختار هزینه

تردلس شرکت تولیدکننده پوشاک (به خصوص تی شرت) در کشور آمریکا است. این شرکت در سال ۲۰۰۰ با همت دو شریک و سرمایه اولیه ۱۰۰۰ دلار بنیان نهاده شد.





بازار

Cafebazaar.ir



تحلیل و بررسی بوم مدل کسب و کار کافه بازار، مثالی برای استارت‌آپ‌ها



بخش مشتریان (Customer Segment)

کافه بازار چند بخش مشتری مجزا دارد:

- **مشتریان؛** افرادی هستند که ابزارهای هوشمند اندرویدی دارند،

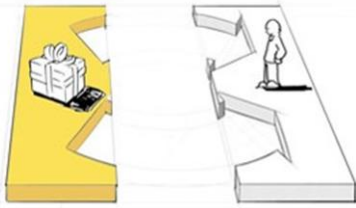
- **برنامه‌نویسان اندروید** که دنبال درآمدزایی هستند

- **صاحبان کسب‌وکارها** که علاقه دارند تبلیغات هدفمندی بر

روی محصولاتشان داشته باشند.



ارزش پیشنهادی (Value Proposition)



شما بعنوان یک دارنده گوشی اندرویدی چرا اصلاً کافه را، بر روی گوشیتان نصب می‌کنید...

بومی بودن این اپلیکیشن

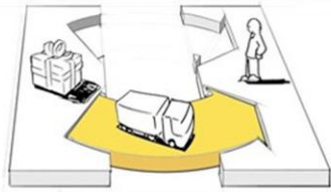
امکان دسترسی به ابزارها و اپ‌های ایرانی را فراهم می‌کند. پلتفرمی که کافه بازار فراهم کرده، دسترسی من به محتوای فارسی، اپ‌های فارسی، امکان پرداخت آنلاین، و... فراهم شده؛

مسئله را از دیدگاه برنامه نویسان در نظر بگیریم، چرا برنامه نویس‌ها علاقه دارن که اپ‌های خود را در بستر کافه بازار منتشر نمایند! ...

کافه بازار این امکان رو برایشان فراهم کرده که اپلیکیشن آن‌ها در معرض دید کاربران ایرانی قرار بگیرد و این مسئله باعث **درآمدزایی** آن‌ها بشود.



کانال‌ها (Channels)



کافه بازار ارزش پیشنهادی را از چه طریقی به مشتریان می‌رساند؟ شما بعنوان کاربر چطور می‌توانید به محتوای بومی و اپ‌های ایرانی دسترسی داشته باشید؟

اپلیکیشن کافه بازار،

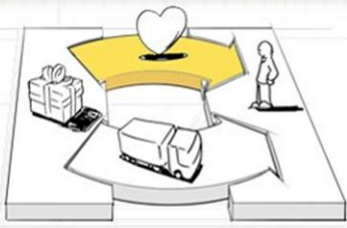
وبسایت کافه بازار.

API های برنامه نویسی

پنل وب کافه بازار ویژه برنامه نویسان.



ارتباط با مشتریان (Customer Relation)



کافه بازار چطور مشتریان را حفظ می کند و آن ها را افزایش می دهد و چه ایده هایی برای افزایش رضایت آنها دارد ...
بخش پشتیبانی قوی دارد

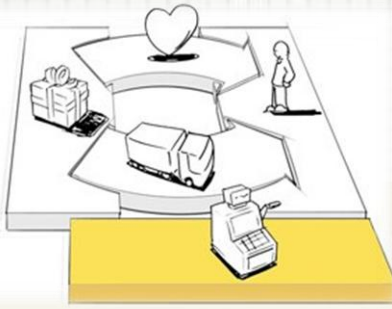
جشنواره ها و تخفیف هایی که ارائه می دهد،

واژه های بکار برده شده در این اپلیکیشن (استفاده از کلمات خودمانی)
بخش پشتیبانی برای برنامه نویس ها؛

برنامه ویژه بنام پنجشنبه بازار که در این برنامه از برنامه نویس هایی که با این مجموعه همکاری کردن دعوت به عمل می آید، کارگاه های آموزشی و سخنرانی های ویژه ای در راستای ارتقای سطح عملی آنها برگزار می شود و از برنامه های منتخب تقدیر می شود،



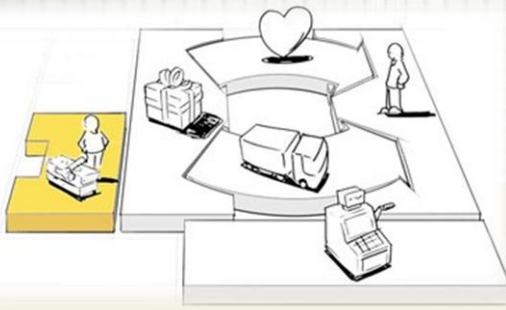
جریان درآمدی (Revenue Stream)



کافه بازار یک پلتفرم هست و مدل اصلی درآمدش این است که درصدی از فروش اپلیکیشن‌های موبایل را دریافت می‌کند! این مدل، مدل ۳۰ به ۷۰ است، یعنی به ازای هر فروش، ۳۰ درصد سهم کافه بازار و ۷۰ درصد سهم تولیدکننده است. مدل‌های درآمدی دیگری هم در کافه بازار هست، مثلاً سیستم تبلیغات عدد



منابع کلیدی (Key Resources)

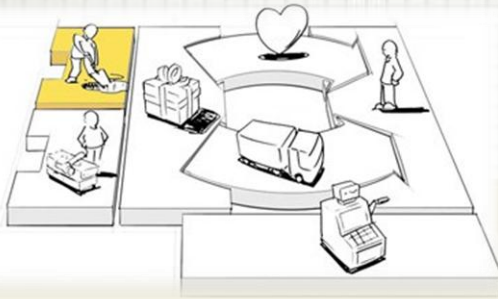


کافه بازار برای اینکه سرپا بماند، نیاز به چه منابعی دارد؟
مهم‌ترین منابع کافه بازار شامل:

نیروهای انسانی، برنامه نویسان، مدیران، بازاریابان، بخش پشتیبانی و ...
منبع بعدی پول، حقوق کارمندان، تبلیغات، انواع پروموشن‌ها و ...
مکان! دفتری، تا تیم کافه بازار در اون جمع بشوند و کار کنند!
تجهیزات، کامپیوتر، سرور، میز، صندلی،
یک سری حق امتیازها، مثل برند کافه بازار و ...
پلتفرم نرم‌افزاری و سیستم طراحی شده برای هماهنگی بین اعضا
و سایر منابعی که هر کسب‌وکار نیازمند آن است.



فعالیت‌های کلیدی (Key Activities)



حال این نکته را باهم بررسی کنیم که چه فعالیت‌های کلیدی برای راهبری کسب‌وکار کافه بازار نیاز است؟ این فعالیت‌ها را در نظر بگیرید:

استخدام کردن نیروهای انسانی متخصص و مدیریت آن‌ها

توسعه پلتفرم نرم‌افزاری وب و اپلیکیشن

بهینه‌سازی سرورها

مدیریت بازار و تبلیغات و تحلیل‌های رفتار مصرف‌کننده

فراهم کردن محیطی برای سهولت کار تیمی

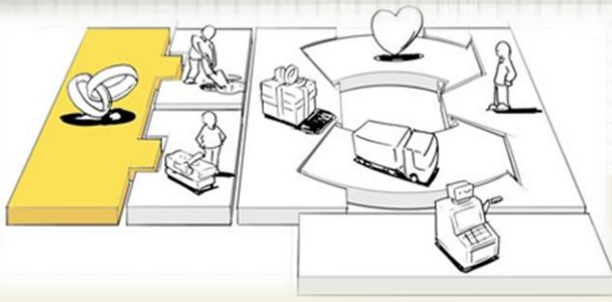
تهیه تجهیزات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری مناسب

بررسی مسایل حقوقی کسب‌وکار و جلوگیری از چالش‌ها

...



شرکای کلیدی (Key Partners)

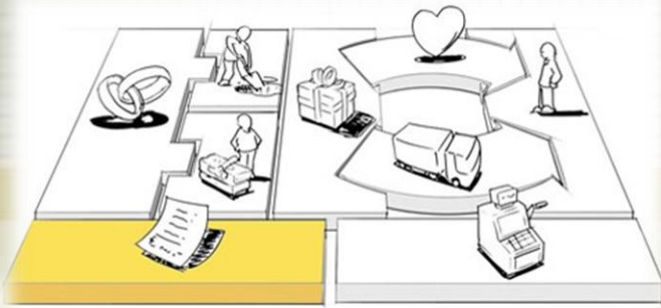


شریک کسی هست که یک سری از فعالیت‌های کلیدی شما را بهتر از شما انجام می‌دهد، یا اینکه برخی از منابع شما رو می‌تواند سریع‌تر تأمین کند! شاید رسانه‌هایی که در زمینه معرفی اپلیکیشن‌های موبایل با کافه بازار همکاری می‌کنند جزو شرکای کلیدی آن باشند، یا اینکه اگر یک شرکت سرمایه‌گذاری، سرمایه‌ای را برای کافه بازار تأمین کرده باشه، یکی از شرکای کلیدی‌اش باشد.

شاید یک شرکت پهنای باندش را تأمین کند و یا یک نهاد دولتی از آن در راستای حمایت از کارآفرینی حمایت ویژه‌ای بنماید. این‌ها همه می‌توانند جزو شرکای کلیدی کافه بازار قرار بگیرند.



ساختار هزینه (Cost Structure)



همه این مواردی که توضیح داده شد، نیازمند پول و هزینه است. کافه بازار دو دسته هزینه اصلی دارد:

یکسری هزینه‌های ثابت، مثلاً اجاره مکانی که تیم کافه بازار در اون مستقر هستند، یا حقوق کارمندان، این هزینه‌ها همیشه هستند چه کافه بازار یک کاربر داشته باشید، چه ۱۸ میلیون کاربر!

یکسری هزینه‌ها متغیر هستند، که بسته به بزرگ شدن سایز کافه بازار تغییر می‌کنند، مثلاً با رشد دانه‌ها هزینه پنهان‌های باند زیادتر می‌شود! این هزینه‌ها به میزان استفاده و تعداد مشتریان کافه بازار خیلی وابسته هست. در کل هزینه‌های یک کسب‌وکار هزینه‌های مشخص و معینی است: هزینه نیروی انسانی، اجاره، راه‌اندازی اولیه، خرید تجهیزات، هزینه توسعه پلتفرم و...

