



<p>شرکای کلیدی</p> <p>- شرکای کلیدی ما که هستند؟ - تامین کنندگان کلیدی ما که هستند؟ - چه منابع اصلی را از شرکایمان بدست می آوریم؟ - شرکایمان چه فعالیت های اصلی را انجام می دهند؟</p> <p>انگیزه های شراکت:</p> <ul style="list-style-type: none"> • بهینه سازی و صرفه اقتصادی • کاهش ریسک و عدم قطعیت • به دست آوردن منابع و فعالیت های خاص 	<p>فعالیت های اصلی</p> <p>- ارزش پیشنهادی ما به چه فعالیت های اصلی نیاز دارد؟ - کانال توزیع ما چه؟ - ارتباط با مشتریان چه؟ - جریان درآمد چه؟</p> <p>دسته ها:</p> <ul style="list-style-type: none"> • تولید • حل مساله • پلتفرم / شبکه 	<p>ارزش پیشنهادی</p> <p>- به مشتریانمان چه ارزشی ارائه می دهیم؟ - به حل کدامیک از مسائل مشتریانمان کمک می کنیم؟ - بسته های پیشنهادی ما (آمیخته محصولات و - خدمات) به هر بخش از مشتریان چیست؟ - کدام یک از نیازهای مشتریان را ارضا می کنیم؟</p> <p>ویژگی ها:</p> <ul style="list-style-type: none"> • تازگی • کارایی • شخصی سازی • انجام دادن کار • طراحی • برند / جایگاه • قیمت • کاهش هزینه • کاهش ریسک • دسترسی پذیری • راحتی / کاربردپذیری 	<p>ارتباط با مشتریان</p> <p>- هر بخش از مشتریان انتظار برقراری و حفظ چه نوع رابطه ای را از ما دارند؟ - کدامیک از این رابطه ها برقرار شده است؟ - این روابط چگونه با بقیه مدل کسب و کار ما عجین می شوند؟ - چقدر هزینه بر هستند؟</p> <p>مثال:</p> <ul style="list-style-type: none"> • دستیار شخصی • دستیار شخصی اختصاصی • سلف سوریس • خدمات خودکار • جوامع کاربری • خلق باهم 	<p>بخش مشتریان</p> <p>- برای چه کسانی ارزش آفرینی می کنیم؟ - مهمترین مشتریان ما چه کسانی هستند؟</p> <ul style="list-style-type: none"> • بازار انبوه • بازار گوشه ای • بخش بندی شده • گوناگون • پلتفرم چندوجهی
	<p>منابع اصلی</p> <p>- ارزش پیشنهادی ما به چه منابع اصلی نیاز دارد؟ - کانال توزیع ما چگونه؟ - ارتباط با مشتریان؟ - جریان درآمد؟</p> <p>انواع منبع:</p> <ul style="list-style-type: none"> • فیزیکی • معنوی (پتنت های برند، حق نشر، داده ها) • انسانی • مالی 		<p>کانال توزیع</p> <p>- بخش های مشتریان می خواهند که از طریق چه کانال هایی به آنان دسترسی پیدا کنیم؟ - هم اکنون چگونه به آنان دسترسی داریم؟ - کانال های ما چگونه یکپارچه شده اند؟ - برای چه کسانی ارزش آفرینی می کنیم؟ - کدام یک بهتر عمل می کند؟ - کدام یک به صرفه تر هستند؟ - ما چگونه آنها را با کار روزمره مشتریان هماهنگ می کنیم؟</p> <p>فازهای کانال:</p> <ul style="list-style-type: none"> • آگاهی • چگونه آگاهی درباره محصولات و خدمات شرکت خود را بالا می بریم؟ • ارزیابی • چگونه به مشتریان کمک می کنیم تا ارزش پیشنهادی سازمان ما را ارزیابی کنند؟ • خرید 	

			<p>چگونه به مشتری امکان خرید محصولات و خدمات خاص را می دهیم؟</p> <ul style="list-style-type: none"> • تحویل <p>چگونه ارزش پیشنهادی را به مشتریان می رسانیم؟</p> <ul style="list-style-type: none"> • پس از فروش <p>چگونه برای مشتریان، خدمات پس از فروش فراهم می کنیم؟</p>	
--	--	--	--	--

<p style="text-align: center;">ساختار هزینه</p> <p>- مهمترین هزینه های مدل کسب و کار ما کدام ها هستند؟</p> <p>- گرانترین منابع اصلی کدامند؟</p> <p>- گرانترین فعالیت های اصلی کدام ها هستند؟</p> <p>کسب و کار شما بیشتر کدام است؟</p> <ul style="list-style-type: none"> • هزینه گرا (کوچکترین ساختار هزینه، ارزش پیشنهادی ارزان، بیشترین خودکارسازی، بیشترین برونسپاری) • ارزش گرا (تمرکز روی خلق ارزش، ارزش پیشنهادی گرانبها) <p>بعضی ویژگی ها:</p> <ul style="list-style-type: none"> • هزینه های ثابت (دستمزد، اجاره بها، خدمات عمومی) • هزینه های متغیر • صرفه اقتصادی ناشی از مقیاس بالا • صرفه اقتصادی ناشی از دامنه کاری 	<p style="text-align: center;">جریان درآمد</p> <p>- مشتریان ما برای چه ارزشی واقعا حاضرند پول بدهند؟</p> <p>- آنها هم اکنون برای چه چیزی پول می دهند؟</p> <p>- ترجیح می دهند که چگونه بپردازند؟</p> <p>- هر جریان درآمد چگونه در درآمد کل مشارکت دارد؟</p> <p>انواع:</p> <ul style="list-style-type: none"> • فروش دارایی • فروش مصرف • حق اشتراک • قرض / اجاره / لیزینگ • دادن حق امتیاز <p style="text-align: center;">قیمت گذاری پویا:</p> <ul style="list-style-type: none"> • مذاکره (چانه زنی) • مدیریت درآمد • بازار بی درنگ <p style="text-align: center;">قیمت گذاری ثابت:</p> <ul style="list-style-type: none"> • قیمت مصرف کننده • براساس ویژگی محصول • براساس بخش مشتری • براساس میزان خرید
---	---