

بوم مدل کسب و کار (Business Model Canvas)

محمد نوری زاده
(دانشگاه فنی و حرفه‌ای نیشابور)



محمد نوری زاده

✓ استاد دانشگاه فنی و حرفه‌ای

✓ مشاور اسکای روم

✓ OKR Coach هدف‌سنج

✓ ۱۴ کتاب از جمله «استارت‌آپ صد دلاری»، «قوانین خلاقیت»

✓ دو دوره برگزیده «کتاب سال»

✓ پژوهش‌گر برتر سال ۱۳۸۹ – استاد نمونه سال ۱۳۹۰

✓ کارشناس «واحد مدیریت قراردادهای بانک جهانی در ایران»

✓ نماینده جهانی استارت‌آپ ویکند در ایران

✓ همکاری با باراناگیمز، رشدانا، فرآموز، امین‌دیتا





**دوست ندارم چیزی که فروش نرود را اختراع کنم.
فروش، دلیل کاربرد و کاربرد، نشانه موفقیت است.**

توماس ادیسون

نه عضو سازنده ی بوم مدل کسب و کار:

1. بخش بندی مشتری

2. ارزش پیشنهادی

3. کانال ها

4. ارتباط با مشتری

5. جریانهای درآمدی

6. منابع کلیدی

7. فعالیت های کلیدی

8. مشارکت های کلیدی

9. ساختار هزینه



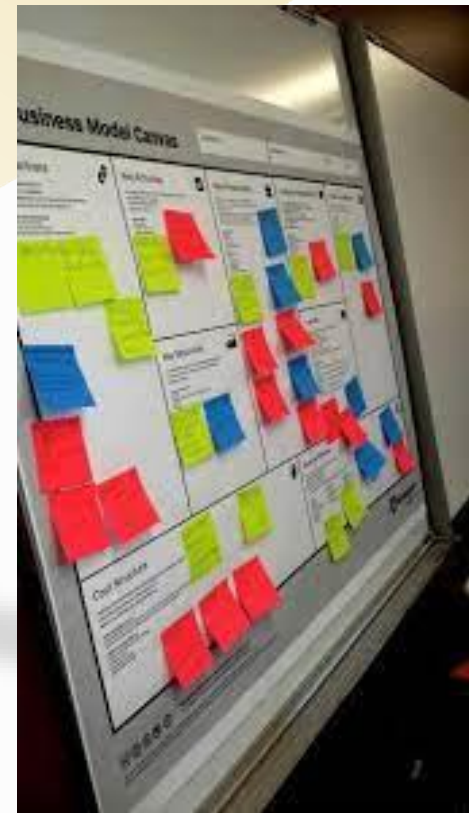
الکساندر اوستروالدر: بنیانگذار بوم مدل کسب و کار



مدل کسب و کار

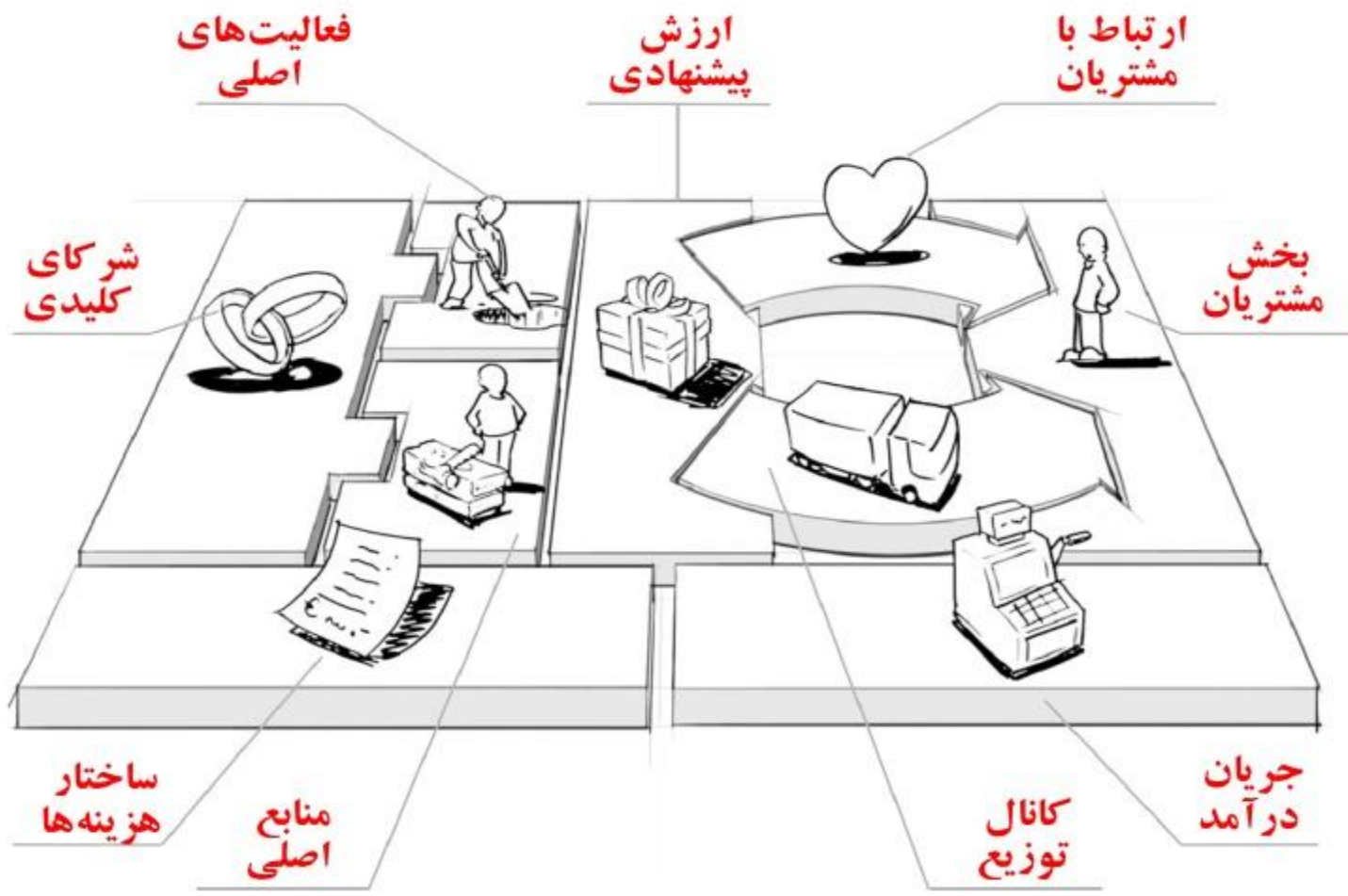
منطق یک شرکت در چگونگی خلق، ارائه و کسب ارزش را توصیف می کند.

(Alexander Osterwalder)

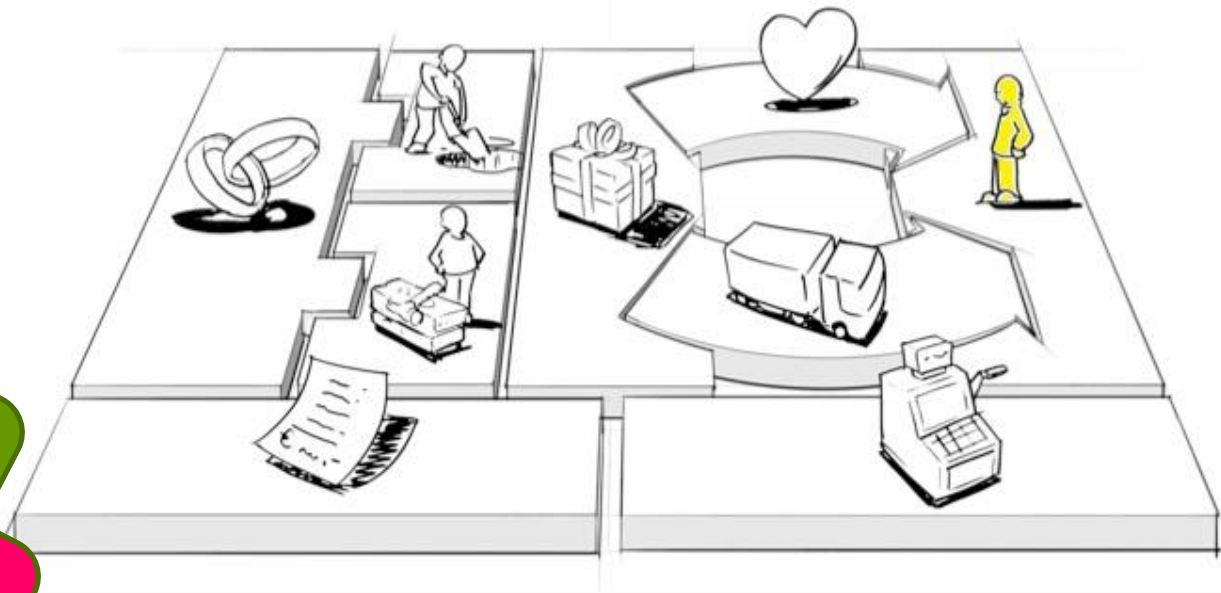




بوم مدل کسب و کار



1. Customer Segments

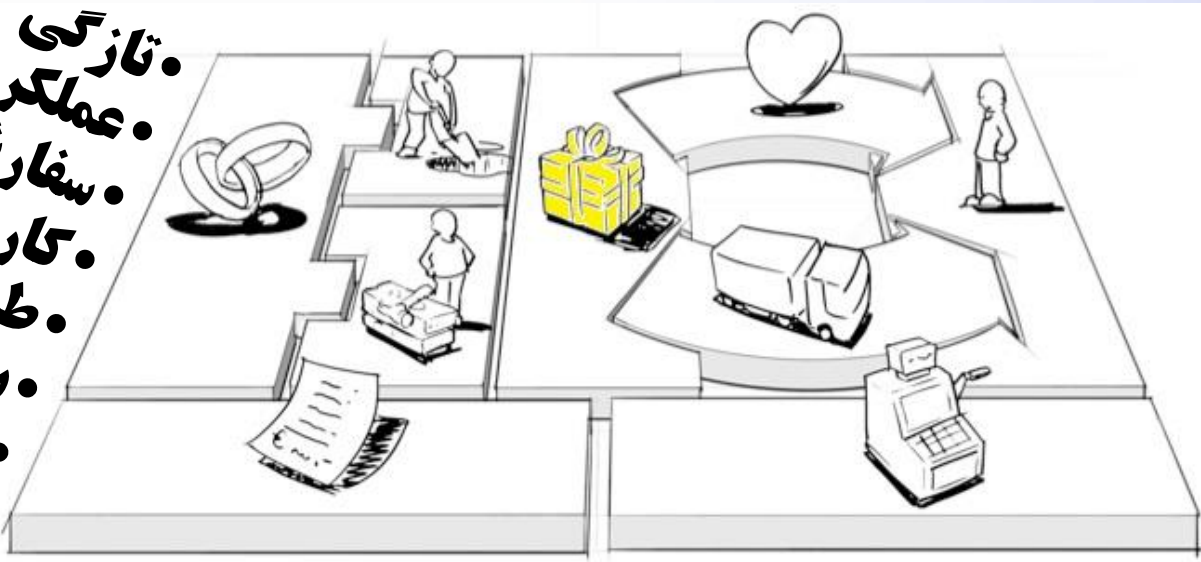


- برای چه کسانی ارزش ایجاد می کنیم؟
- مهم ترین مشتریان ما چه کسانی هستند؟
- مؤثر بر تمام بخش های دیگر
- مثال: تولید راکت بدمینتون (آماتور – حرفه ای)

مرحله اول: بخش بندی مشتریان

2. Value Proposition

- تازگی
- عملکرد
- سفارشی
- کار کامل
- طراحی (نما نام)
- برند
- قیمت
- هزینه
- کاهش ریسک
- دسترسی
- راحتی



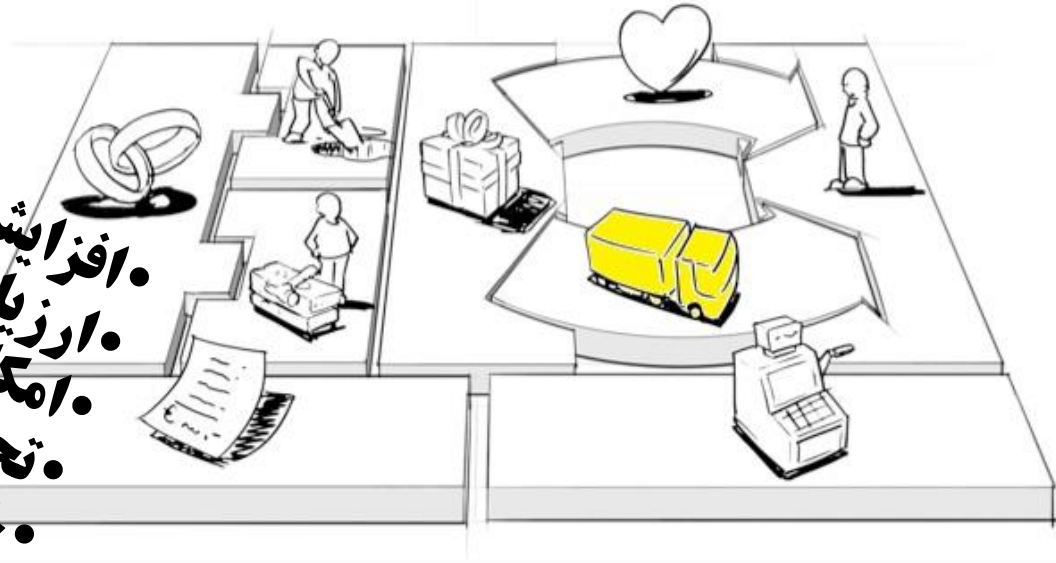
- چه ارزشی به مشتریان تحویل می دهیم؟
- به حل کدام یک از مسائل مشتریان کمک می کنیم؟
- به هر بخش از مشتریان، چه گروه محصولات یا خدماتی پیشنهاد می کنیم؟
- کدام نیاز مشتری را برآورده می سازیم؟

مرحله دوم: ارزش پیشنهادی

3. Channels



- افزایش آگاهی
- ارزیابی مشتری
- امکان خرید
- تحویل ارزش از فروش
- خدمات پس از فروش

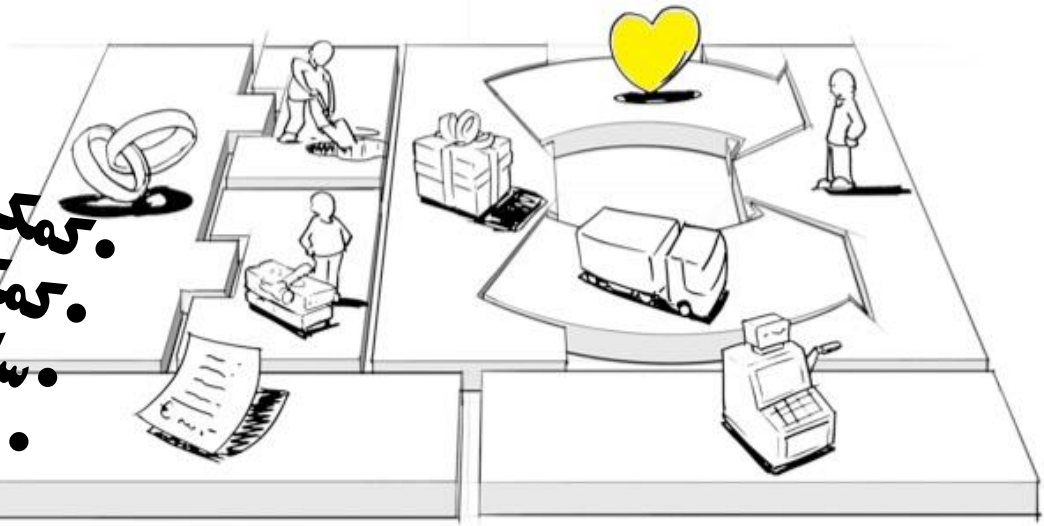


- مسیرهای دسترسی به بخش‌های مختلف مشتریان چیست؟
- راه‌های کنونی دسترسی کدام است؟
- چگونه می‌توان مسیرهای ارتباط را با هم تلفیق کرد؟
- کدام موارد کارآیی بهتری دارند؟
- کدام موارد مقرون به صرفه تر هستند؟
- چگونه می‌توان این مسیرها را با رویه‌های مشتریان تلفیق کرد؟

4. Customer Relationships

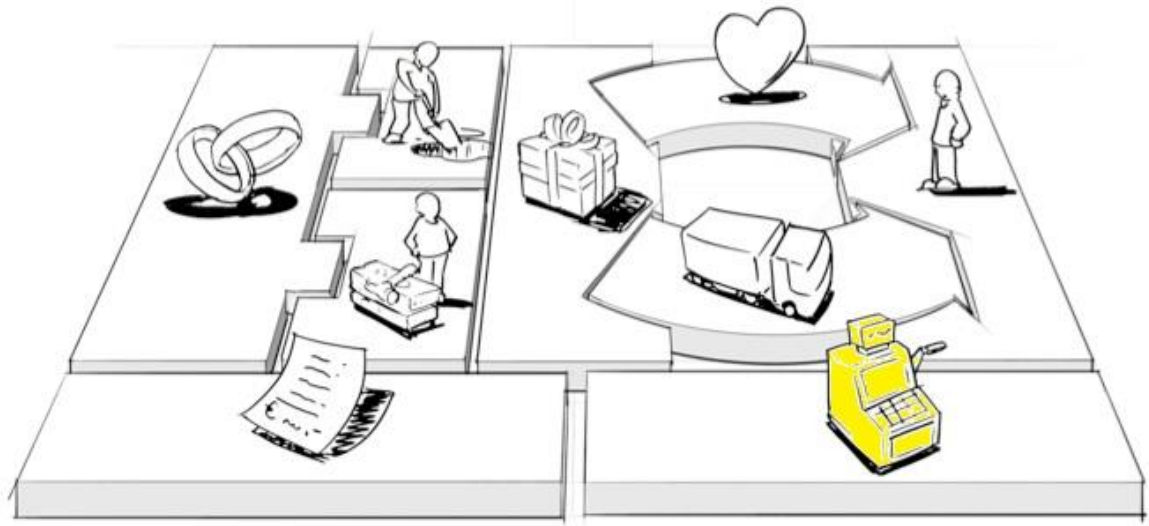


- کمک شخصی
- کمک اختصاصی
- سلف سرویس
- خدمات خودکار
- جوامع مشتری
- خلق مشتری



- هر یک از بخش بندی های مشتریان، انتظار برقراری و حفظ چه نوع ارتباطی دارند؟
 - چه نوع ارتباطی برقرار شده است؟
 - این روابط را چگونه می توان با سایر بخش های مدل کسب و کار تلفیق کرد؟
 - هزینه این ارتباطات چقدر است؟
- هدف:
- جذب مشتری
 - حفظ مشتری
 - افزایش فروش

5. Revenue Streams



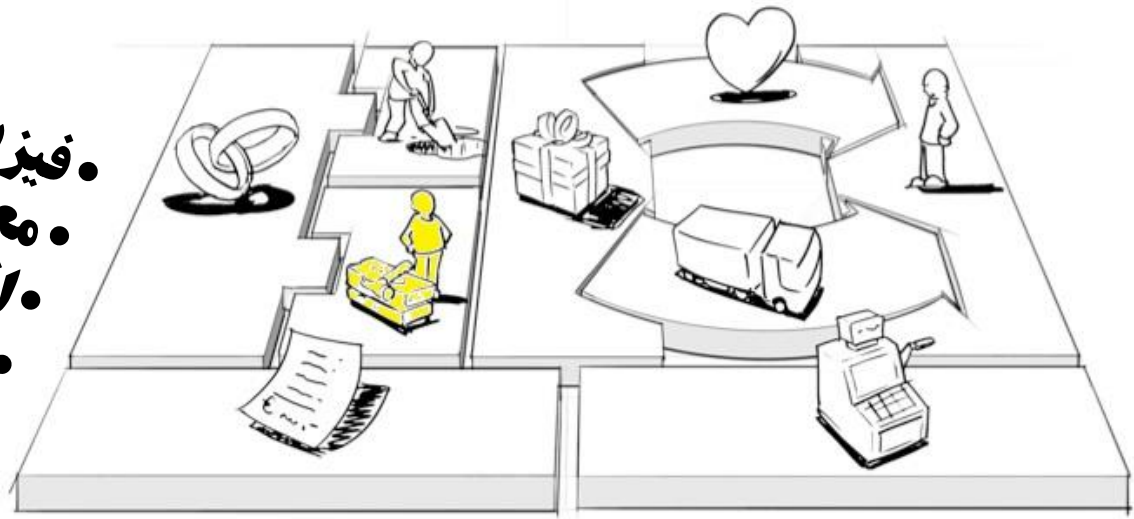
- مشتریان برای چه ارزشی مایل به پرداخت پول هستند؟
- در حال حاضر برای چه ارزشی پول خرج می کنند؟
- در حال حاضر چگونه مبلغ را پرداخت می کنند؟
- ترجیح می دهند چگونه آن را بپردازند؟
- هر یک از جریان های درآمدی چه سهمی در کل درآمد دارد؟

مرحله پنجم: جریان های درآمدی

6. Key Resources

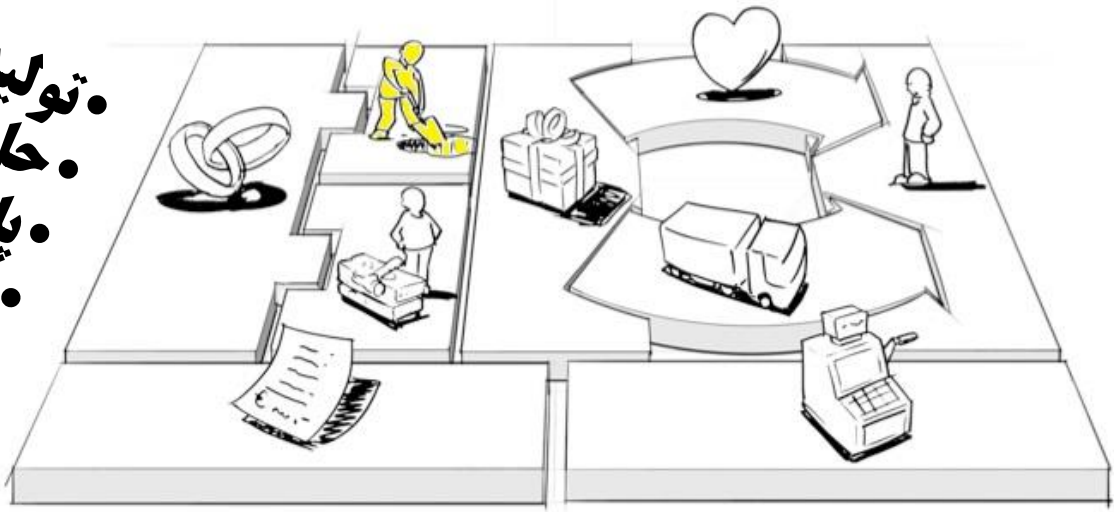


- فیزیکی
- معنوی
- انسانی
- مالی



- ارزش های پیشنهادی، به چه منابع کلیدی نیاز دارند؟
- مسیرهای توزیع، به چه منابع کلیدی نیاز دارند؟
- روابط مشتری، به چه منابع کلیدی نیاز دارند؟
- جریان های درآمدی به چه منابع کلیدی نیاز دارند؟

مرحله ششم: منابع کلیدی



• تولید
• حل مسأله
• پلتفرم / شبکه
• ...

- ارزش های پیشنهادی، به چه فعالیت های کلیدی نیاز دارند؟
- مسیرهای توزیع، به چه فعالیت های کلیدی نیاز دارند؟
- روابط مشتری، به چه فعالیت های کلیدی نیاز دارند؟
- جریان های درآمدی به چه فعالیت های کلیدی نیاز دارند؟

7. Key Activities

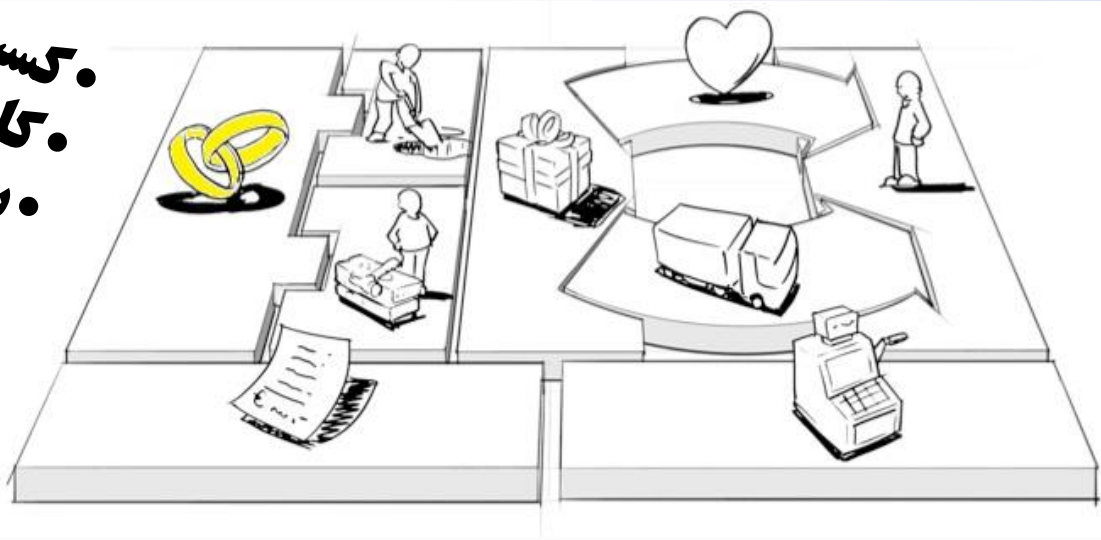
مرحله پنجم: فعالیت های کلیدی

8. Key Partnership



• کسب منابع
• کاهش ریسک
• بهینه سازی

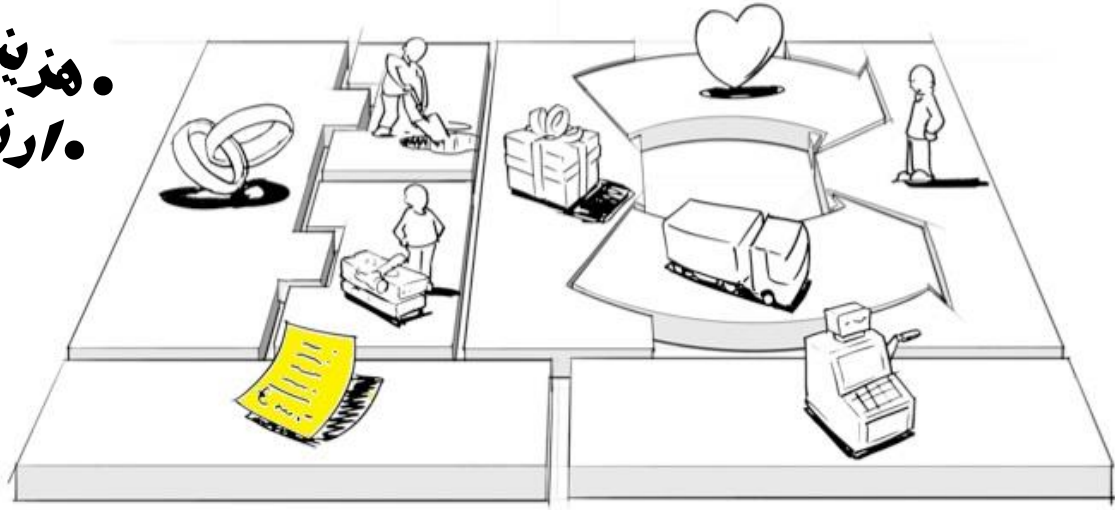
نظیر برون سپاری



- چه کسانی شرکای کلیدی هستند؟
- چه کسانی تأمین کننده مواد اولیه هستند؟
- چه منابع کلیدی را از شرکا به دست می آوریم؟
- چه فعالیت های کلیدی را شرکا انجام می دهند؟

مرحله ششم: شرکای کلیدی

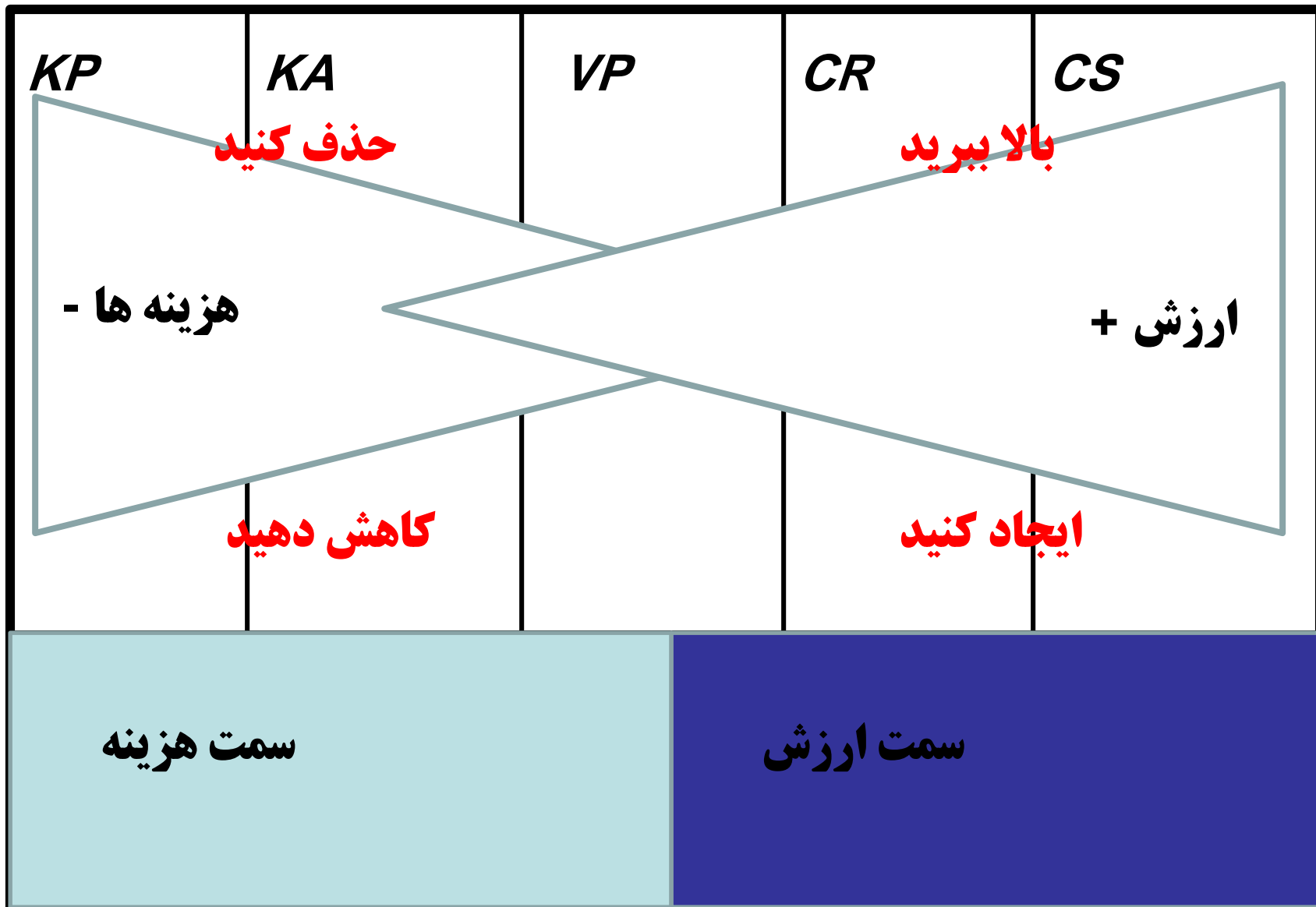
• هزینه محور
• ارزش محور
• قیمت گذاری



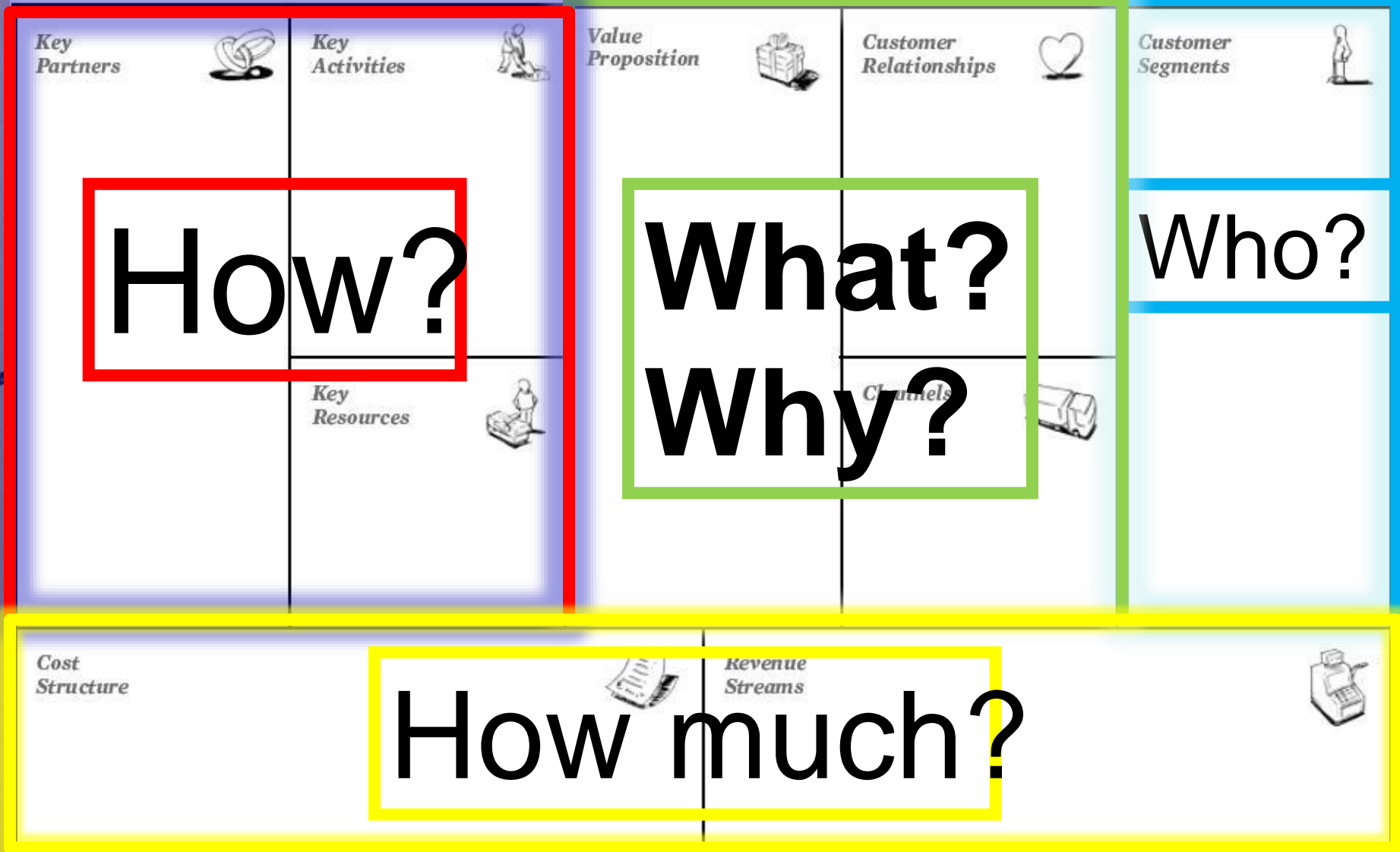
- مهم ترین هزینه های غیر قابل حذف (لاینفک) در مدل کسب و کار ما چیست؟
- چه منابع کلیدی، هزینه برتر هستند؟
- چه فعالیت های کلیدی، گران تر هستند؟

9. Cost Structure

نوآوری ارزشی - Business Model Canvas



Business Model Canvas





حتی کسب و کارهای موجود نیز باید برای عقب نماندن از بازار، مدل های کسب و کار داشته باشند.



بوم مدل کسب و کار

فعالیت های کلیدی

ارزش پیشنهادی

روابط مشتری

بخش بندی های مشتریان

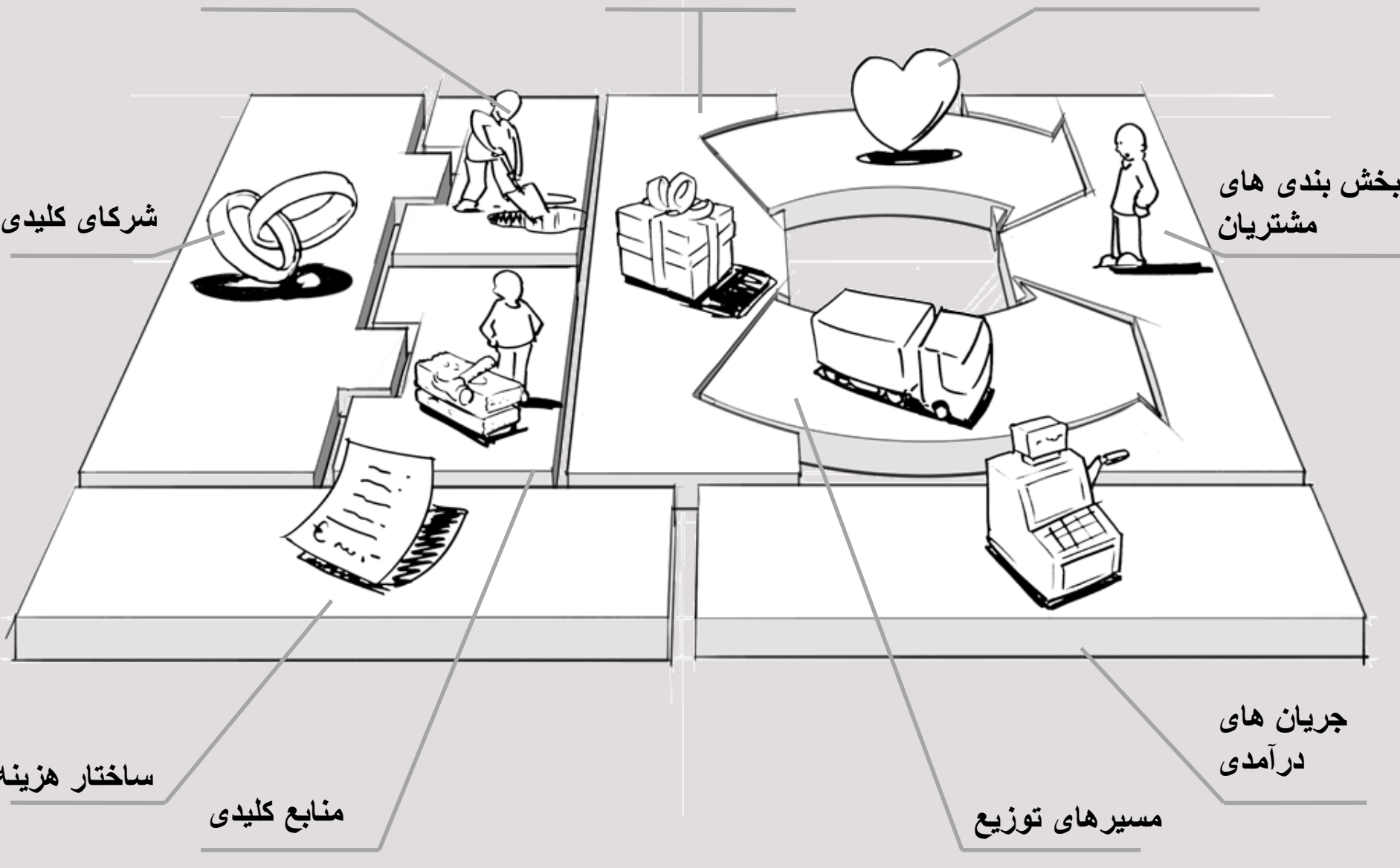
مسیرهای توزیع

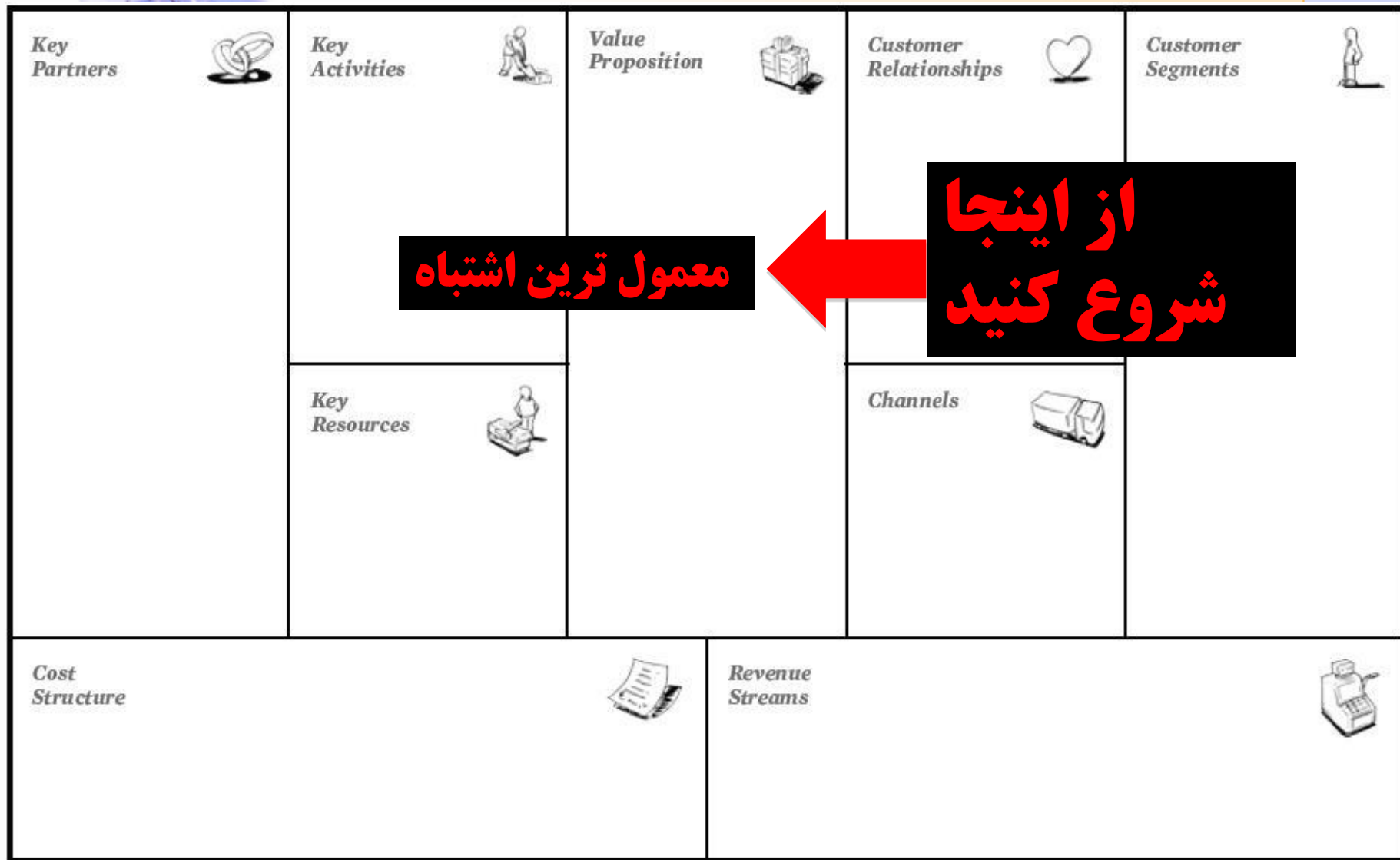
جریان های درآمدی

منابع کلیدی

ساختار هزینه

شرکای کلیدی





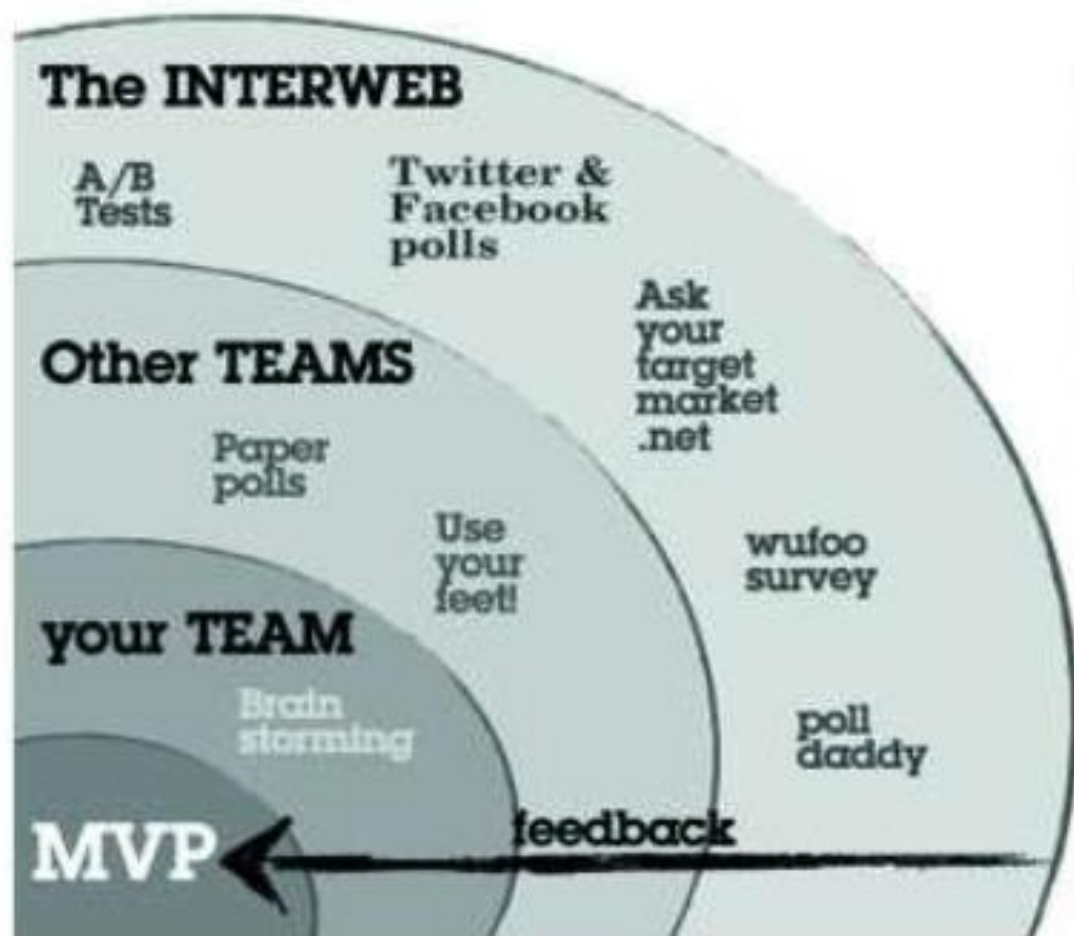


- شکل گیری ایده
- نظرسنجی از مردم (مشتریان احتمالی)
- محصول حداقلی یا MVP
- درخواست امتحان MVP از مردم
- بازنگری محصول طبق نظرات مردم
- نظرسنجی دوباره از مردم (امتحان دوباره)
- امکان اصلاح خیلی سریع اشتباهات در طول کار.
- امکان چرخش الگوهای مالی.

(Pivoting)

چرخش ایده

تایید ایده



چرا تایید و اعتبار سنجی
ایده اینقدر مهم است:
شما به تنهایی
توانایی در نظر گرفتن
تمامی جنبه های کار
رو ندارید!



معیارهای داوری



تأیید مشتری

با مشتری بالقوه یا مشتری هدف مصاحبه کرده اید؟
نظر و واکنش دیگران را در محصولاتان دخیل کرده اید؟
برای طرفداران و مشتریان بالقوه محصولاتان base ای (راه ارتباطی) ایجاد کرده اید؟



مدل تجاری

خودتان را از رقبا متمایز و متفاوت کرده اید؟
استراتژی جلب/انتخاب مشتری خودتان را تعریف کرده اید؟
الگوی درآمدی تان را روشن و واقع بینانه بیان کرده اید؟



اجرا

یک نمونه اولیه که کار کند ساخته اید؟
بعنوان یک تیم کارتان را خوب اجرا کرده اید؟

آیا...



برخی معیارهای داوری تیم ها

کارگاه‌های دیگر من ...

کارگاه اولویت بندی کارها با ماتریس آیزنهاور

دانش با کیفیت را جستجو کنید

فارموز

faramooz.net

کارگاه کاربردی (آنلاین) شش تفکر

Six Thinking Hats

کارگاه خلاقیت و حل مسئله با تکنیک 6 کلاه فکری

دکتر محمد نوری زاده

کارگاه کاربردی (آنلاین) نحوه شناسایی مشکل، یافتن ایده

Problem Identification Workshop

وجود مشکلات در فضای استارت‌آپی که فضایی در حال رشد است کاملاً طبیعی بوده و نباید به آن‌ها به دید فاجعه برای پیشرفت در حوزه‌های استارت‌آپی نگاه شود.

دکتر محمد نوری زاده
مدرج و مؤلف بیش از ده کتاب
یک جلسه سه ساعته
۱۱ مهرماه ۱۳۹۹، ساعت ۱۶:۳۰ تا ۱۹:۰۰

هدفگذاری شخصی با متد OKR

✓ لزوم هدفگذاری و برنامه شخصی
✓ آشنایی با متد OKRS با تمرین عملی
✓ معرفی چند رویکرد هدف گذاری

دکتر محمد نوری زاده

دوشنبه
۱۸ مرداد ۱۴۰۰
ساعت ۱۱:۰۰

0915 153 2392
www.shetab-center.com

کارگاه کاربردی (آنلاین) «مهم» مهمتره، یا «فوری»؟ اولویت بندی با ماتریس آیزنهاور

قرن نو، اندیش‌نو

دکتر محمد نوری زاده
مترجم، مؤلف، مدرس و عضو هیات علمی دانشکده فنی نیشابور

یک جلسه یک ساعته
۴ فروردین ۱۴۰۰، ساعت ۲۱ الی ۲۲

کارگاه کاربردی (آنلاین) تکنیک های طلایی حل مسئله

دکتر محمد نوری زاده
مترجم، مؤلف، مدرس و عضو هیات علمی دانشکده فنی نیشابور

یک جلسه سه ساعته
۹ خرداد ۱۴۰۰
ساعت ۱۶:۳۰ الی ۲۰
برگزاری بصورت آنلاین
ارائه گواهی حضور در کارگاه

۵۰ درصد حمایت ویژه پراک علم و فناوری خراسان رضوی از شرکت های عضو پارک

جزئیات بیشتر: www.Roshdanaa.com

استارت آپ ۱۰۰ دلاری

راه اندازی کسب و کارهای ارزان

کریس کیلپو

کتابی که
هر جوانی کاری
باید آن را بخواند



مترجم: محمد نوری زاده



کتابهای من ...

<http://rasabooks.ir>

از این جا این کتاب را تهیه کنید.

زیر چاپ:

- قوانین خلاقیت - تینا سیلیگ

- خرکاری نکنید «شگردهای کار هوشمندانه»

چی بخونیم؟





دانشگاه فنی و حرفه‌ای
دانشکده فنی و حرفه‌ای یثا بور

سپاس

محمد نوری زاده

۰۹۱۵۵۵۱۶۰۱۶

noorizad@gmail.com

@noorizad

