



تاریخ:

تکرار:

بخش مشتریان	ارتباط با مشتریان	ارزش پیشنهادی	فعالیت های اصلی	شرکای کلیدی		
<ul style="list-style-type: none"> - برای چه کسانی ارزش آفرینی می کنیم؟ - مهمترین مشتریان ما چه کسانی هستند؟ • بازار انبوه • بازار گوشه ای • بخش بندی شده • گوناگون • پلتفرم چندوجهی 	<ul style="list-style-type: none"> - هر بخش از مشتریان انتظار برقراری و حفظ چه نوع رابطه ای را از ما دارند؟ - کدامیک از این رابطه ها برقرار شده؟ - این روابط چگونه با بقیه مدل کسب و کار ما عجیب می شوند؟ - چقدر هزینه بر هستند؟ مثال: • دستیار شخصی • دستیار شخصی اختصاصی • سلف سوریس 	<ul style="list-style-type: none"> - به مشتریانمان چه ارزشی ارائه می دهیم؟ - به حل کدامیک از مسایل مشتریانمان کمک می کنیم؟ - بسته های پیشنهادی ما (آمیخته محصولات و - خدمات) به هر بخش از مشتریان چیست؟ - کدام یک از نیازهای مشتریان ارضا میکنیم؟ ویژگی ها: • تازگی • کارایی • شخصی سازی • انجام دادن کار • طراحی • برند / جایگاه • قیمت • کاهش هزینه • کاهش ریسک • دسترسی پذیری • راحتی / کاربردپذیری 	<ul style="list-style-type: none"> - ارزش پیشنهادی ما به چه منابع اصلی نیاز دارد؟ - کانال توزیع ما چگونه؟ - ارتباط با مشتریان؟ - جریان درآمد؟ انواع منبع: • فیزیکی • معنوی (پتنت های برند، حق نشر، داده ها) • انسانی • مالی 	<ul style="list-style-type: none"> - 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؟ فازهای کانال: • آگاهی: چگونه آگاهی درباره محصولات و خدمات شرکت خود را با ما بریم؟ • ارزیابی: چگونه به مشتریان کمک می کنیم تا ارزش پیشنهادی سازمان ما را ارزیابی کنند؟ • خرید: چگونه به مشتری امکان خرید محصولات و خدمات خاص را می دهیم؟ • تحویل: چگونه ارزش پیشنهادی را به مشتریان می رسانیم؟ • پس از فروش: چگونه برای مشتریان، خدمات پس از فروش فراهم می کنیم؟ 	<ul style="list-style-type: none"> - مهمترین هزینه های مدل کسب و کار ما کدام ها هستند؟ - گرانترین منابع اصلی کدامند؟ - گرانترین فعالیت های صالی کدام ها هستند؟ - کسب و کار شما بیشتر کدام است؟ • هزینه گرا (کوچکترین ساختار هزینه، ارزش پیشنهادی ارزان، بیشترین خودکارسازی، بیشترین برونسپاری) • ارزش گرا (تمرکز روی خلق ارزش، ارزش پیشنهادی گرانها) بعضی ویژگی ها: • هزینه های ثابت (دستمزد، اجاره بها، خدمات عمومی) • هزینه های متغیر • صرفه اقتصادی ناشی از مقیاس بالا • صرفه اقتصادی ناشی از دامنه کاری 	<ul style="list-style-type: none"> - مشتریان ما برای چه ارزشی واقعا حاضرند پول بدهند؟ - آنها هم اکنون برای چه چیزی پول می دهند؟ - ترجیح می دهند 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 • براساس ویژگی محصول • براساس بخش مشتری • براساس میزان خرید قیمت گذاری پویا: • مذاکره (چانه زنی) • مدیریت درآمد • بازار بی درنگ