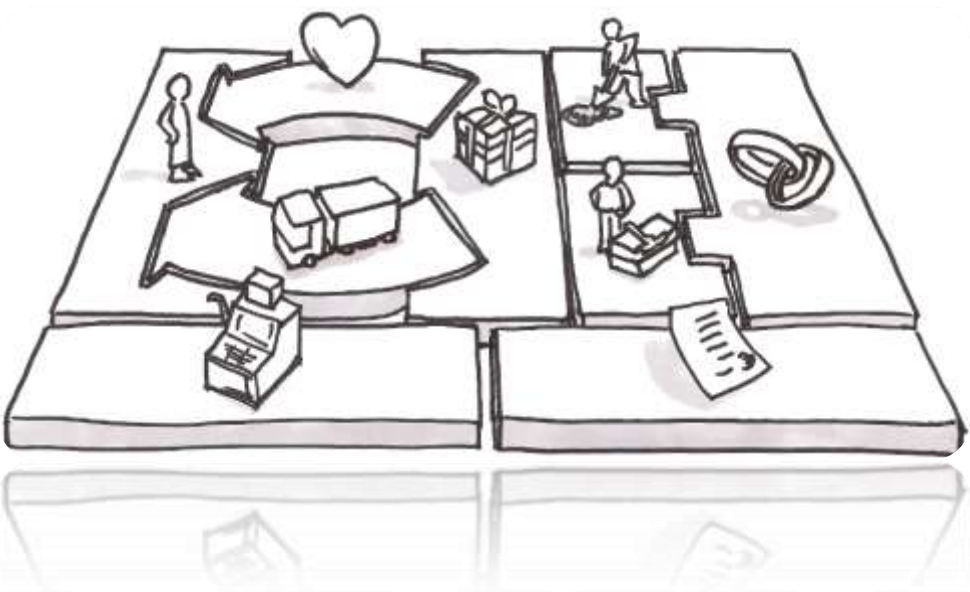




Business Model



Provided By:

Ali Jahedi

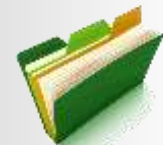
Dec 2014

Business Model✓

Business Model Canvas✓

✓طراحی مدل کسب و کار

✓چند مثال و تمرین



Contents



← who am I?



Provided By:

Ali Jahedi

Dec 2014



• نام و نام خانوادگی: **علی جاهدی**

کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار الکترونیک
کارشناسی ارشد کارآفرینی گرایش کسب و کار الکترونیکی

سوابق و تجارب:

- مدیر مرکز رشد فناوری اطلاعات و ارتباطات پارک علم و فناوری خراسان
- مدرس و سخنران در دانشگاه ها و مجامع علمی مختلف کشور
- مشاور ارشد کارآفرینی در ایجاد و توسعه استارتاپ ها
- مشاوره سرمایه گذاری و مدیریت در حوزه فناوری اطلاعات و بازاریابی اینترنتی در تعدادی از شرکتهای تولیدی، خدماتی و سازمانهای دولتی
- مشاور مدیریت و توسعه کسب و کار تعدادی از شرکتهای فعال در حوزه IT
- مدیر اسبق ITS سازمان فناوری اطلاعات شهرداری مشهد
- مدیر اسبق واحد فناوری اطلاعات چندین واحد صنعتی بزرگ

لینک رزومه:



<http://ir.linkedin.com/in/alijahedi>

<http://about.me/jahedi>

2



استارت‌آپ چیست؟

Startup....?



Provided By:

Ali Jahedi

Dec 2014

استارت‌آپ تیم یا سازمانی است که بر پایه نوآوری استوار بوده و در شرایط عدم قطعیت، مداوماً در جستجوی مدل کسب و کاری گسترش‌پذیر، تکرارپذیر و سود ده است و به سرعت قصد رشد و گسترش دارد.



? **STARTUP**



ارکان راه اندازی یک استارتاپ:



Idea
(Product & Service)



Business Model



Team

4



ایده Idea



Provided By:

Ali Jahedi

Dec 2014



نقطه شروع **بیشتر** کسب و کارهای موفق
یک ایده خوب است

اما

نقطه پایان تعداد اندکی از ایده های خوب یک کسب و کار
موفق است!!



اهمیت نحوه اجرای یک ایده،

بسیار بیشتر از خود ایده است!



3



تیم Team



Provided By:

Ali Jahedi

Dec 2014



Team



✓ نیازمندیهای تیم (جایگاه های سازمانی)

✓ همشکل، یکسان یا مکمل؟

✓ چه کسانی با چه ویژگی ها و مهارت ها و دانش ها و استعدادهایی؟

✓ درون گرا یا برون گرا؟ فکری، احساسی، شهودی، لمسی، ...؟

✓ اولویت بندی

✓ استخدام یا واگذاری به پیمانکار؟

✓ تمام وقت یا نیمه وقت (Part Time)؟

✓ نحوه شناسایی و مصاحبه و تست

✓ جذب همکار (به جای استخدام نیرو!)

✓ حفظ همکاران



چگونه این ایده خوب را با آن تیم اجرا نمایم؟





Business Model



5



مدل کسب و کار Business Model



Provided By:

Ali Jahedi

Dec 2014



[sources: Henry Chesbrough, photo: xerox.com]

Xerox 914 → 1958 → \$500 million by 1965





ترکیب یک نوآوری معمولی با یک مدل تجاری عالی



ترکیب یک نوآوری عالی با یک مدل تجاری معمولی



مدل کسب و کار پلی است بین فضای نوآوری و فناوری و فضای اقتصادی و کسب و کار

Business Model...

A business model describes the rationale of how an organization creates, delivers, and captures value.

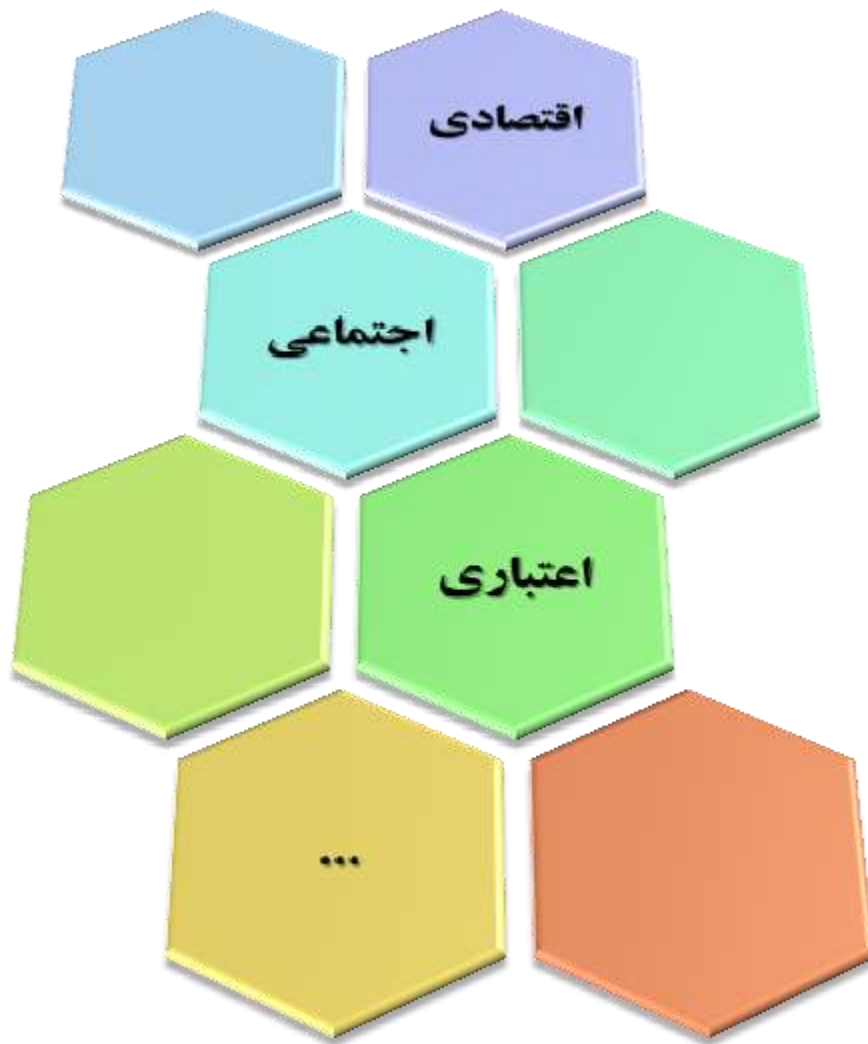
(Alexander Osterwalder)



مدل کسب و کار...

مدل کسب و کار، منطق یک شرکت در چگونگی خلق،
نشر و به دست آوردن ارزش را توصیف می کند.





ارزش (Value)



مدل کسب و کار...

روش کسب درآمد توسط سازمان

... روش بقای کسب و کار



آیا همه سازمانها مدل کسب و کار دارند؟



حتی سازمانهای داوطلبانه و غیر انتفاعی...؟

Idea



نوآوری در محصول/خدمت

OR



موفقیت



نوآوری در مدل کسب و کار

مدل کسب و کار به چه سوالاتی پاسخ می دهد؟



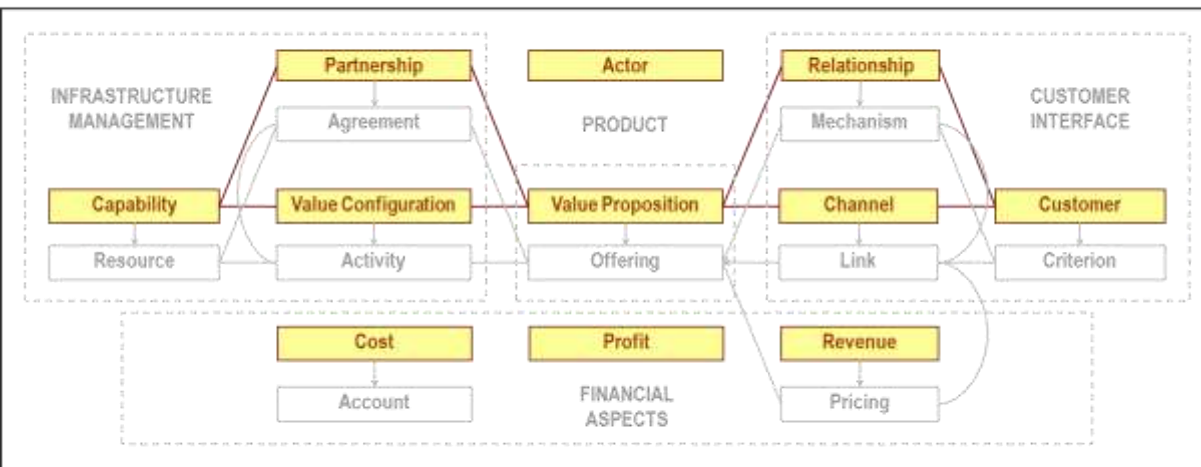
How?

What?

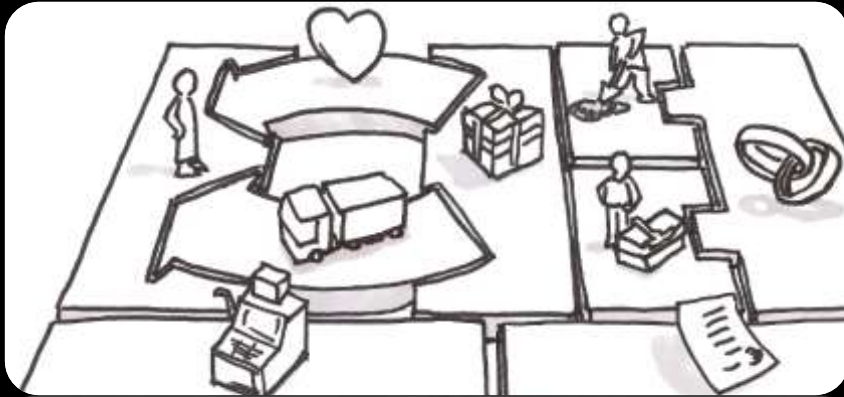
Who?



How much?



6



بوم مدل کسب و کار Business Model Canvas

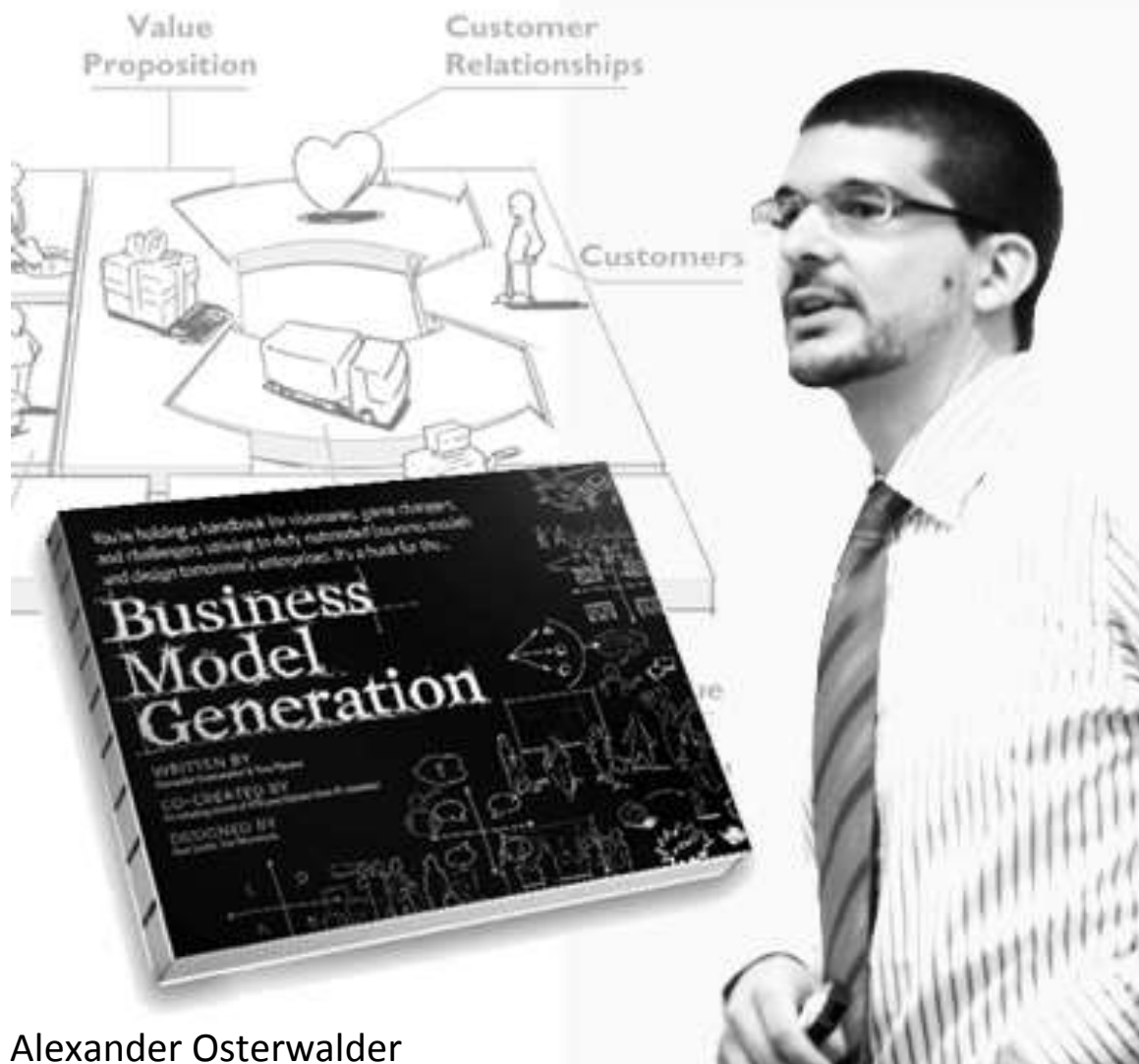


Provided By:

Ali Jahedi

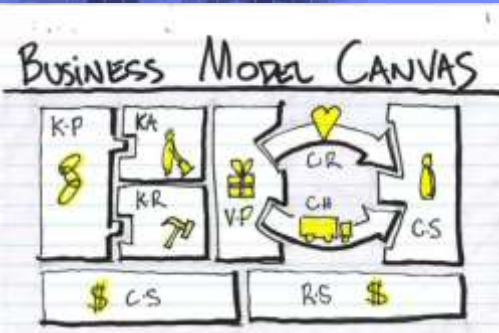
Dec 2014

Business Model Canvas



Alexander Osterwalder

مخاطبین



آشنایی با وجوه اساسی در مدیریت کسب و کار

راه اندازی کسب و کارهای نوپا و نوآورانه

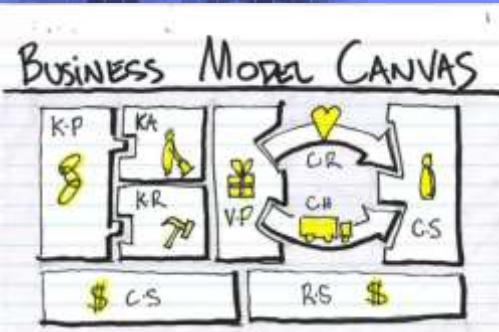
مدیریت بهتر کسب و کار فعلی

نوآوری و توسعه کسب و کار فعلی

توصیف کسب و کار فعلی برای شرکا، سرمایه گذاران و ...



کارکردها و ویژگی ها



همه چی در یک نگاه و در یک صفحه

فهم نحوه عملکرد کسب و کارها را ساده می نماید.

زبانی تصویری برای ارتباط است

امکان به روز نگاه داشتن را تسهیل می نماید

یک روش فرآیندی با تکنیکهای مختلف است.





مجموعه دسته یا برند مورد نظرتان را جستجو کنید ...

سبد خرید

Digikala TV پیشنهاد دیجی کالا

ورزش و سرگرمی

فرهنگ و هنر

لوازم شخصی

لوازم خانگی

کالای دیجیتال

تا 40% تخفیف

فروش ویژه
SPECIAL SALE

سلفی خیره کننده بگیرید

فقط تا پایان سه شنبه، ۵ خرداد

خرید

محصولات سرو و پختبرایی

فروش ویژه تبلت و لپتاپ

سلفی خیره کننده بگیرید

اپلیکیشن موبایل دیجی کالا

عطر و ادوکلن های کودکان

ضمین بهترین قیمت

تحويل اکسپرس

ضمانت اصل بودن کالا

پرداخت در محل

۷ روز ضمانت بازگشت

Huawei Ascend G6

Acer Aspire E1-510

Jabra Classic

Marshall OTG USB Flash

Pars Khazar Fan

Marshall
ME 0.3 USB 2.0
OTG Flash Drive

پیشنهاد تنگنایه انگیز

15 هزار تومان 24

فصلت باقی ماندن به پیشنهاد

جدیدترین ویدیوها

نگاه اولپه ی دیجی کالا به ال جی
G4
بازدید: 578دیجی کالا: بررسی، انتخاب و
خرید آنلاین - نسخه ی ۱
بازدید: 5352معرفی نکته یادداشت استدلر
Lumocolor Memo Board
بازدید: 4446

مشاهده ویدیوهای بیشتر

فروشگاهی بزرگ
در جیب شما
دانلود کنید

Business Model Canvas

9 Building Blocks



CS

1 Customer Segments

An organization serves one or several Customer Segments.



VP

2 Value Propositions

It seeks to solve customer problems and satisfy customer needs with value propositions.



CH

3 Channels

Value propositions are delivered to customers through communication, distribution, and sales Channels.



CR

4 Customer Relationships

Customer relationships are established and maintained with each Customer Segment.

9 Building Blocks



R\$

5 Revenue Streams

Revenue streams result from value propositions successfully offered to customers.



KR

6 Key Resources

Key resources are the assets required to offer and deliver the previously described elements ...



KA

7 Key Activities

... by performing a number of Key Activities.



KP

8 Key Partnerships

Some activities are outsourced and some resources are acquired outside the enterprise.

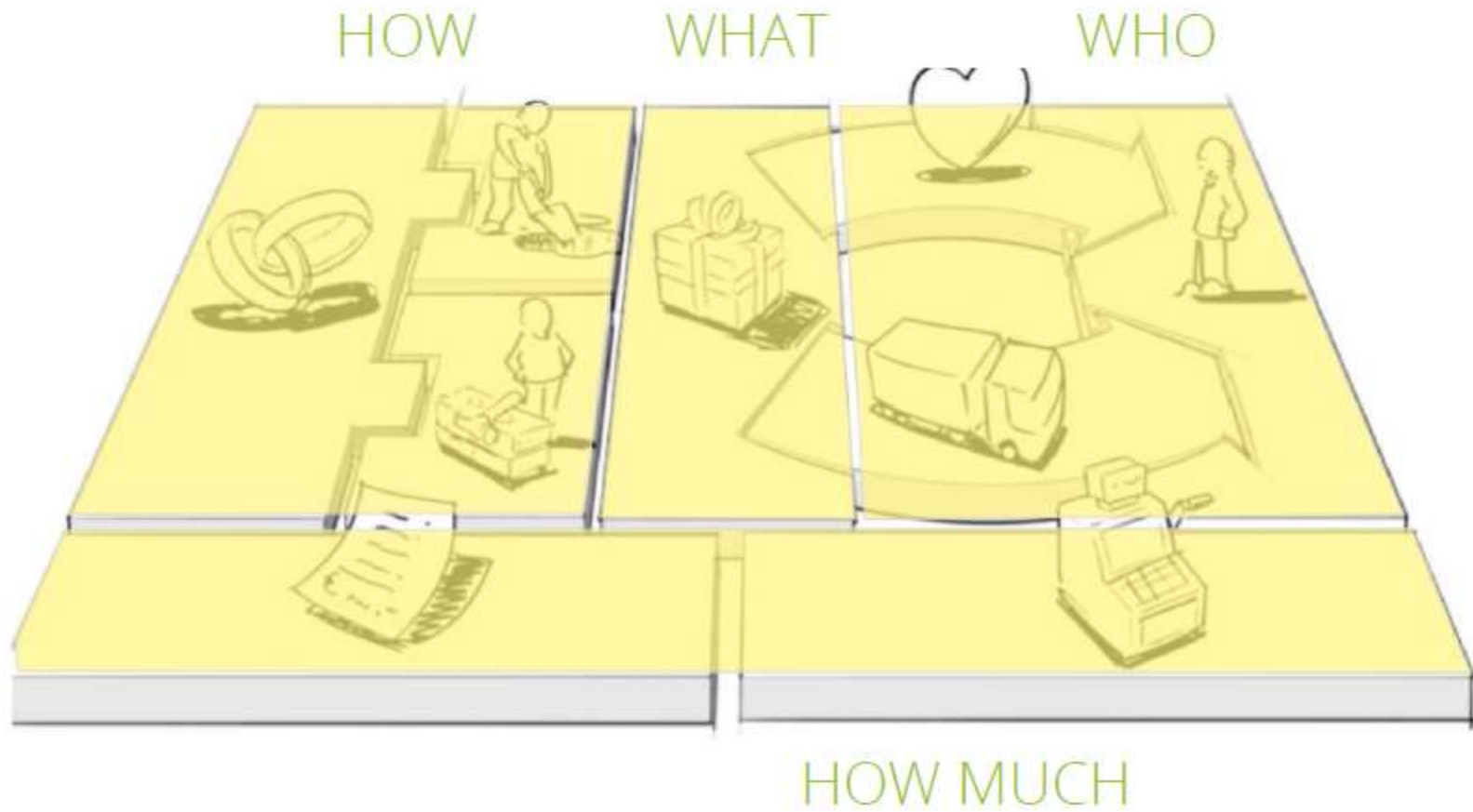


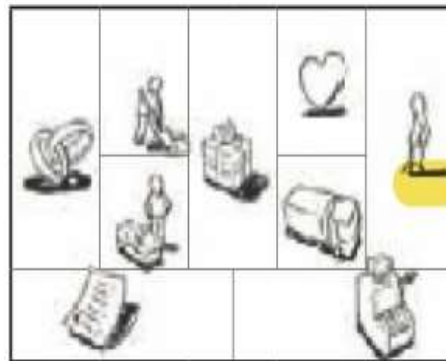
C\$

9 Cost Structure

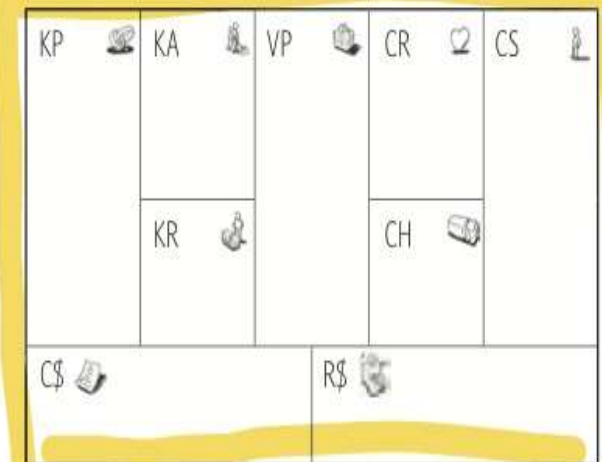
The business model elements result in the cost structure.

Business Model Building Blocks





The Business Model Canvas



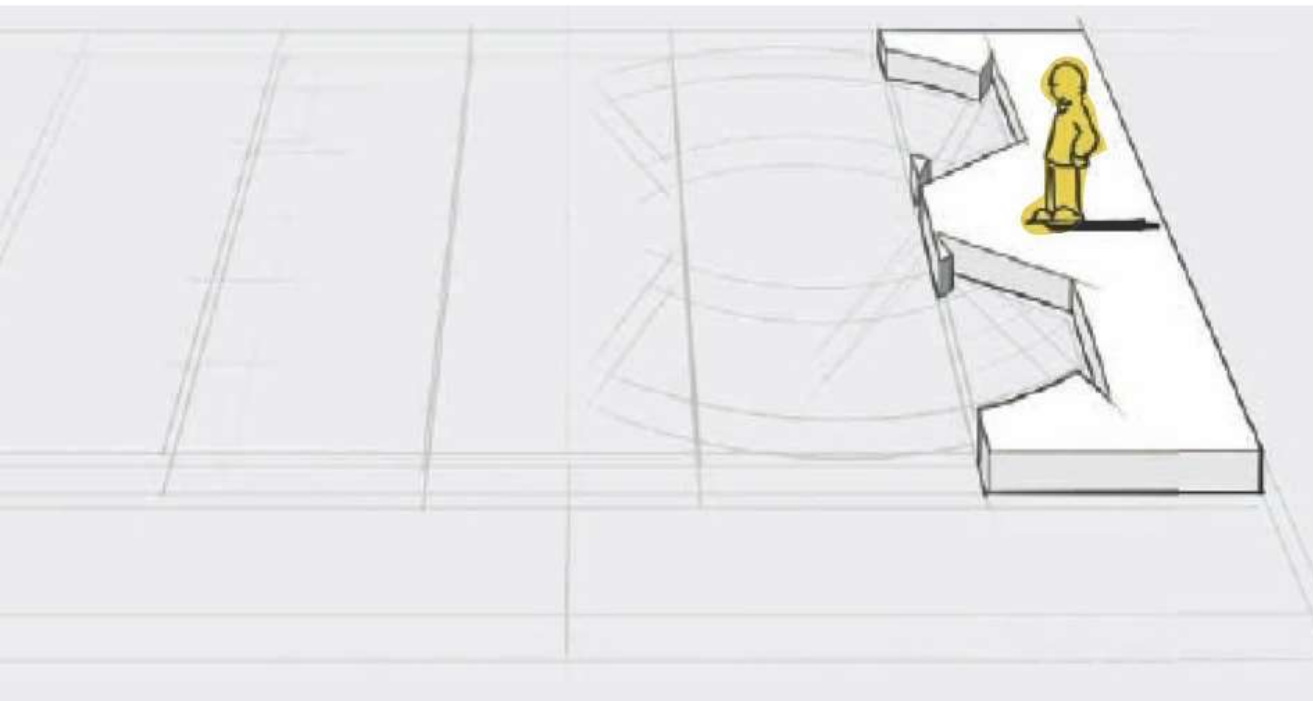
The Template For Business Model Canvas

The Business Model Canvas

Key Partners 	Key Activities 	Value Proposition 	Customer Relationships 	Customer Segments 
	Key Resources 		Channels 	
Cost Structure 		Revenue Streams 		

1

CUSTOMER SEGMENT CS



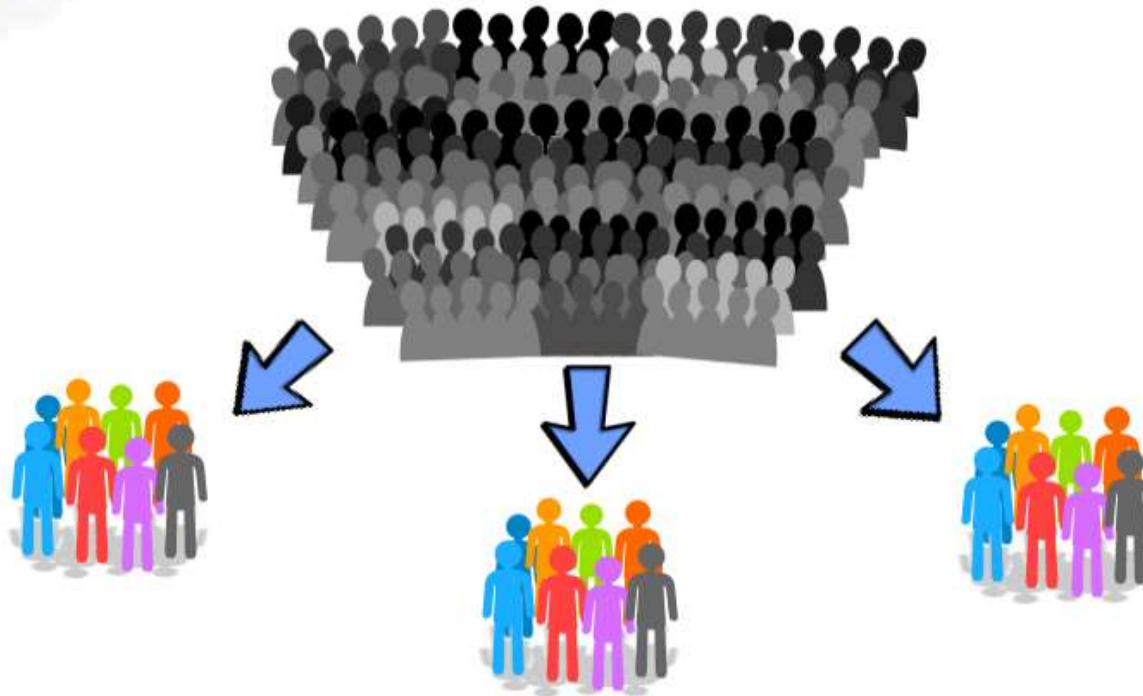
- Mass Market
- Segmented (Banking Customer over \$X)
- Niche Market
- Diversified (Amazon)
- Multisided (Youtube – Google)

بخش های مشتریان:

گروه های مختلفی از افراد یا سازمان هایی را تعریف می کند که شرکت قصد دستیابی و ارائه خدمت به آنها را دارد.



Segmentation



Market Segmentation:

Dividing a market into **smaller groups** of buyers with distinct needs, characteristics, or behaviors who might require

1

CUSTOMER SEGMENT
CS

سوالات نمونه :

- برای چه مشتریانی ارزش آفرینی میکنیم؟
- گروه های مختلف مشتریان هدف ما که ارزش های مورد نظرمان برایشان جذاب است چه کسانی هستند؟
- مشتری هر کدام از ارزش های ارائه شده مان چه گروه هایی هستند؟

گروه های مختلفی از افراد یا سازمان هایی را تعریف می کند که شرکت قصد دستیابی و ارائه خدمت به آنها را دارد.



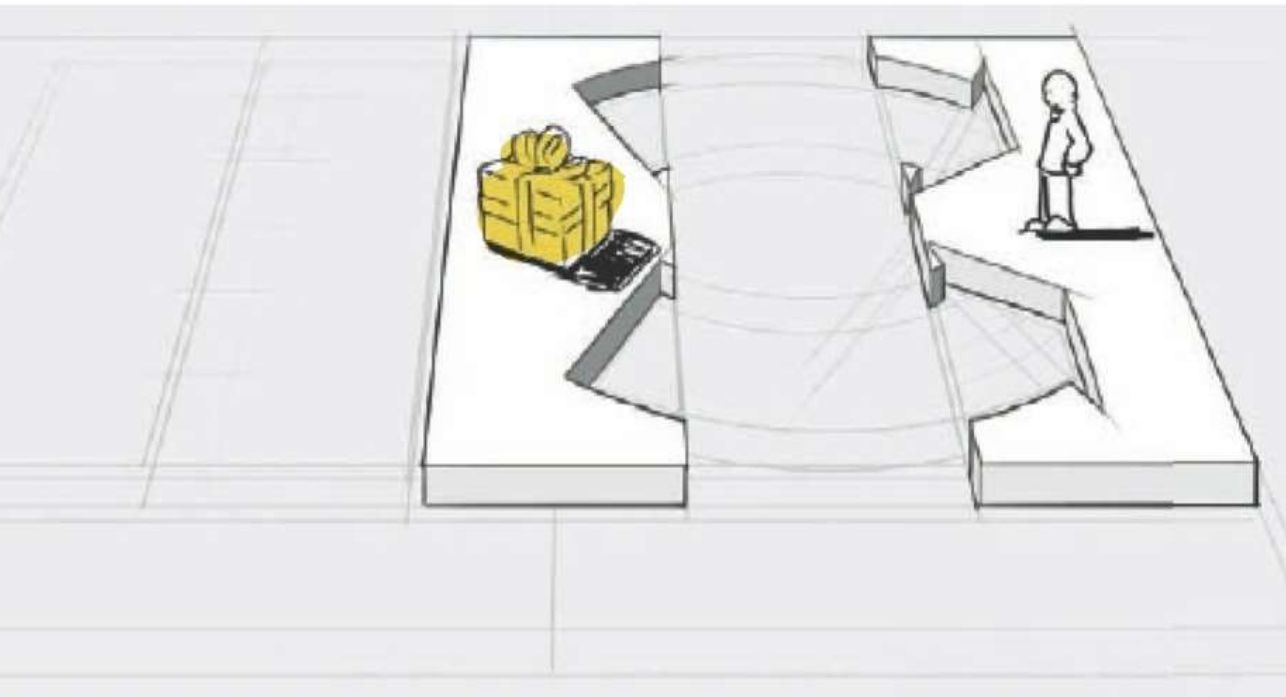
The Business Model Canvas

Key Partners 	Key Activities 	Value Proposition 	Customer Relationships 	Customer Segments 
	Key Resources 		Channels 	
Cost Structure 		Revenue Streams 		

Ali.Jahedi@gmail.com

2

Value Proposition VP



- Newest
- Price
- Design
- BRAND
- FAST/GETTING THE
JOB DONE
- Accessibility
- ...

$V=B/C$ Benefits: functional +emotional Cost: Monetary+time+Psyschic

ارزش پیشنهادی:

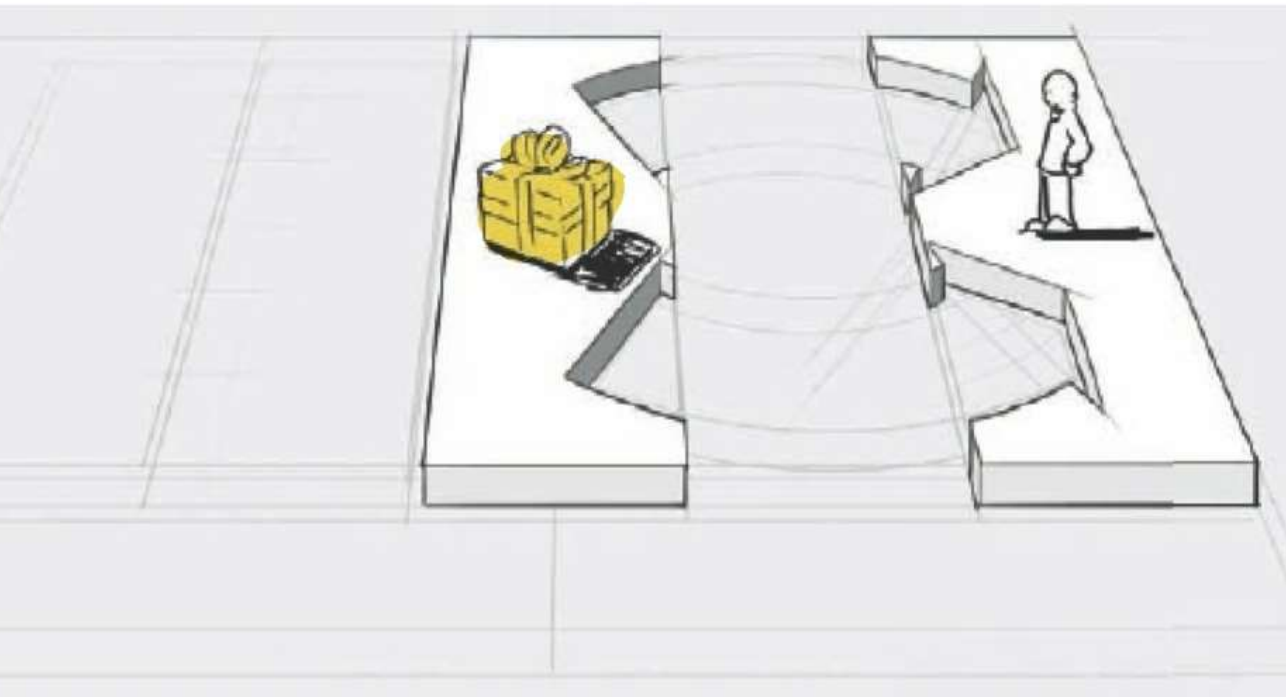
بسته ای از محصولات و/یا خدمات را معرفی می کند که برای یک بخش مشتری خاص ارزش خلق می نماید.

2

Value Proposition VP

سوالات نمونه :

- به مشتریانمان چه ارزشی را ارائه می نمایم؟
- به حل کدامیک از مسائل مشتریانمان کمک می نمایم؟
- کدامیک از نیازهای جدی مشتریانمان را پاسخ می دهیم؟
- بسته پیشنهادی ما به هر بخش از مشتریان مشخص شده چیست؟



چرا انتظار داریم مشتریان هدفگذاری شده از محصولات و خدمات ما به جای رقبا خرید نمایند؟
اگر ایده و کسب و کاری که می خواهید بسازید هرگز وجود خارجی پیدا نکند،
دنیا/مشتریان چه چیزی را از دست خواهد داد؟

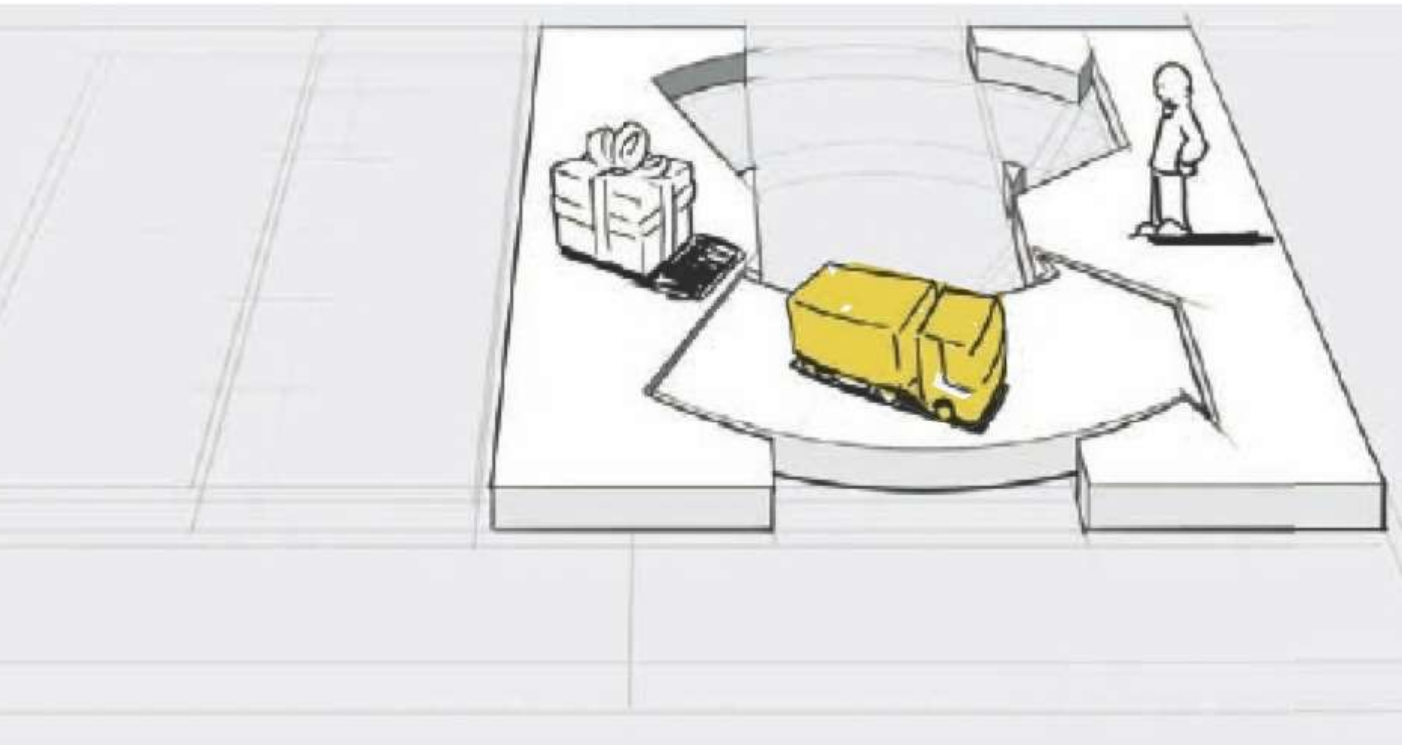


The Business Model Canvas

Key Partners 	Key Activities 	Value Proposition 	Customer Relationships 	Customer Segments  • خریداران لوازم دیجیتال دارای توانمندی و دسترسی به اینترنت فروشندهگان خرد کالاهای دیجیتال
	Key Resources 		Channels 	• کسب و کارهای فعال در حوزه اینترنت نیازمند به تبلیغات
Cost Structure 			Revenue Streams 	

Ali.Jahedi@gmail.com

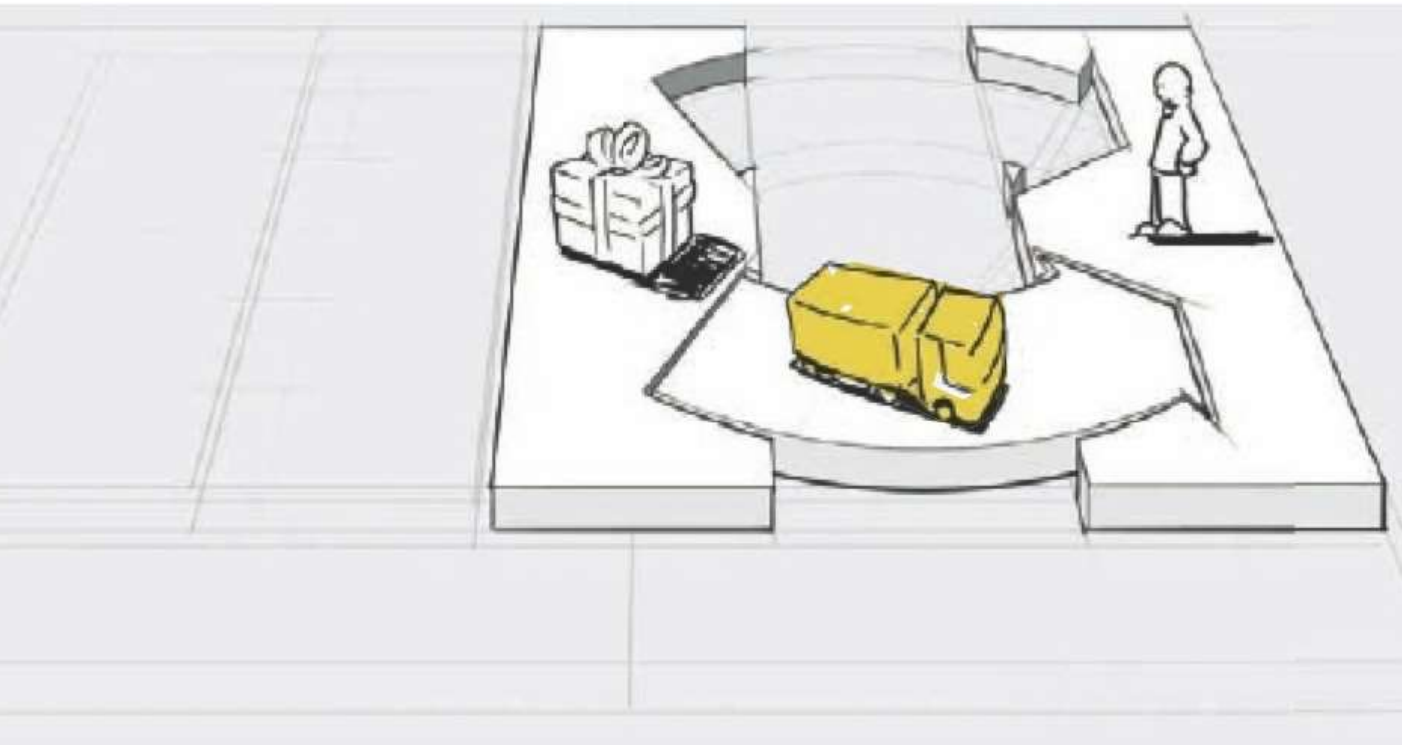
3

Channels
C

کانالها:

بیان کننده این است که شرکت به منظور ارائه ارزش پیشنهادی چگونه و از چه طریقی با مشتریان خود ارتباط برقرار می کند. (آگاهی رساندن-ارزیابی-فروش-تحويل-خدمات پس از فروش)

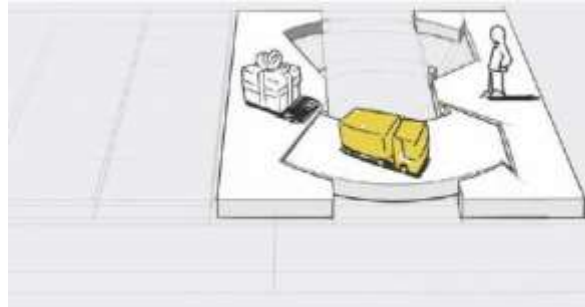
3

Channels
C

کانالها:

بیان کننده این است که شرکت به منظور ارائه ارزش پیشنهادی چگونه و از چه طریقی با مشتریان خود ارتباط برقرار می کند. (آگاهی رساندن-ارزیابی-فروش-تحويل-خدمات پس از فروش)

3

Channels
C

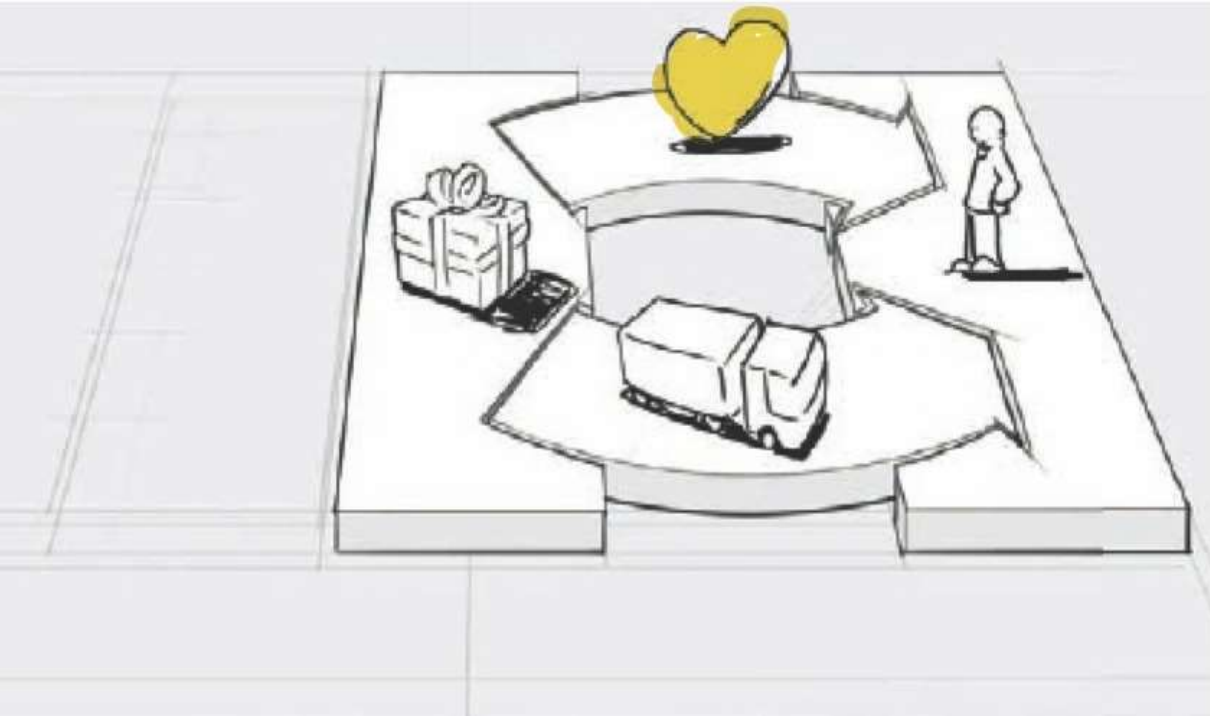
Channel Types			Channel Phases				
Own	Direct	Sales force	1. Awareness How do we raise aware- ness about our company's products and services?	2. Evaluation How do we help custom- ers evaluate our organiza- tion's Value Proposition?	3. Purchase How do we allow custom- ers to purchase specific products and services?	4. Delivery How do we deliver a Value Proposition to customers?	5. After sales How do we provide post-purchase customer support?
		Web sales					
Partner	Indirect	Own stores					
		Partner stores					
		Wholesaler					

The Business Model Canvas

Key Partners 	Key Activities 	Value Proposition  • ایجاد امکان بررسی و مقایسه مشخصات و بهای کالاهای مشابه • ایجاد امکان یک خرید مطمئن آنلاین با بهای مناسب • ارائه اطلاعات فنی و کاربردی به خریداران قبل از خرید • سرعت و امنیت در ارسال با امکان ردگیری (Trace) سفارش • ایجاد دسترسی به امتیاز و بازخورد و نظرات دیگران در استفاده از کالا	Customer Relationships 	Customer Segments  • خریداران لوازم دیجیتال دارای توانمندی و دسترسی به اینترنت و دارای وسواس مقایسه فروشندگان خرد کالاهای دیجیتال
	Key Resources 	Channels  • کسب و کارهای فعال در حوزه اینترنت نیازمند به تبلیغات • برندسازی و تبلیغات هدفمند • امکان دستیابی به طیف بیشتر مشتریان		
Cost Structure 	Revenue Streams 			

4

Customer Relationships CR



- Personal Assistance
- Self Service
- Automated Service (Book & Movie recommendation)
- Community
- Co-Creation (Create Content)
- ...

ارتباط با مشتری:

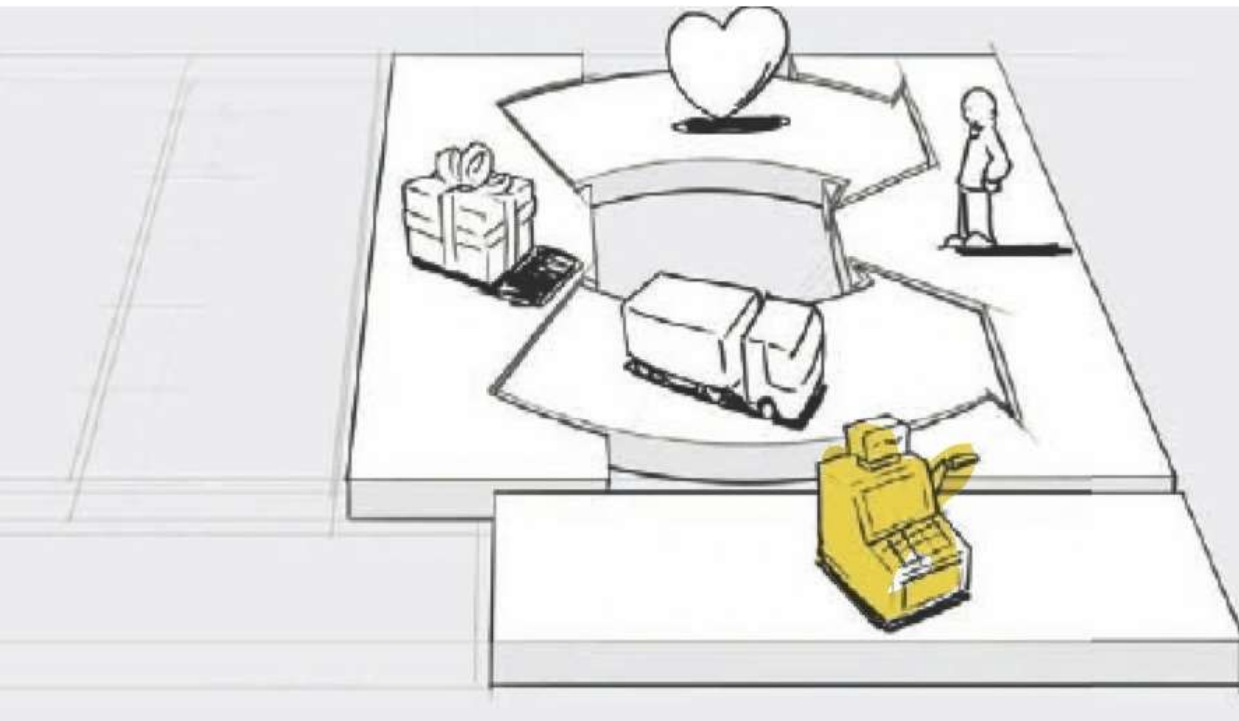
انواع روابطی را توصیف می کند که شرکت با بخش های خاصی از مشتریان برقرار می کند.

The Business Model Canvas

Key Partners 	Key Activities 	Value Proposition  • ایجاد امکان بررسی و مقایسه مشخصات و بهای کالاهای مشابه • ایجاد امکان یک خرید مطمئن آنلاین با بهای مناسب • ارائه اطلاعات فنی و کاربردی به خریداران قبل از خرید • سرعت و امنیت در ارسال با امکان ردگیری (Trace) سفارش • ایجاد دسترسی به امتیاز و بازخورد و نظرات دیگران در استفاده از کالا	Customer Relationships 	Customer Segments  • خریداران لوازم دیجیتال دارای توانمندی و دسترسی به اینترنت • فروشندگان خرد کالاهای دیجیتال
	Key Resources 	Channels  Digikala.com تبلیغات تعاملی در سایتهای پربازدید شبکه های اجتماعی • بلیورد و تلویزیون و ... • ارسال پستی • شبکه های تبلیغات • برندسازی و تبلیغات هدفمند • امکان دستیابی به طیف بیشتر مشتریان		• کسب و کارهای فعال در حوزه اینترنت نیازمند به تبلیغات
Cost Structure 	Revenue Streams 			

5

Revenue Streams RS



- Product Sale
- Usage Fee
- Subscription Fee
- Renting/Leasing
- Licensing
- Brokerage Fee
- Advertising

جریان های درآمدی:

نشان دهنده ی درآمدی است که شرکت از هریک از بخش های مشتری کسب می کند. (فروش دارایی،

حق عضویت، حق استفاده، تبلیغات، ...) (موردی یا مداوم)

The Business Model Canvas

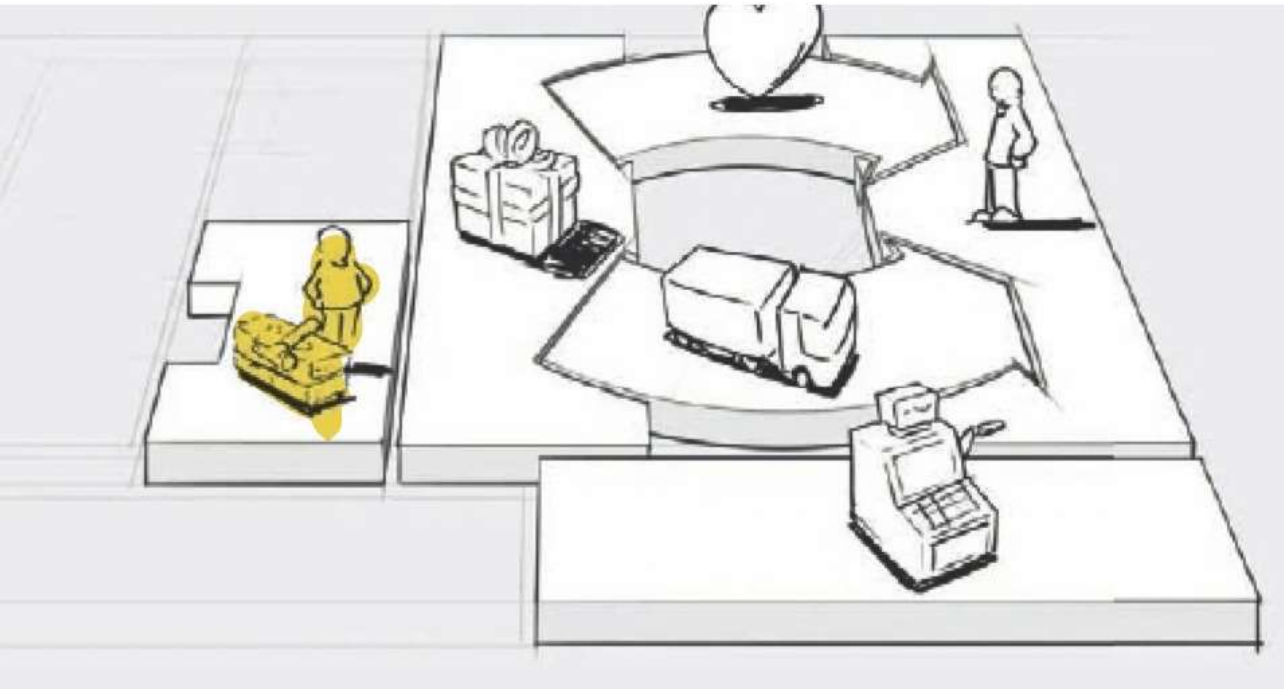
Key Partners 	Key Activities 	Value Proposition  •ایجاد امکان بررسی و مقایسه مشخصات و بهای کالاهای مشابه •ایجاد امکان یک خرید مطمئن آنلاین با بهای مناسب •ارائه اطلاعات فنی و کاربردی به خریداران قبل از خرید •سرعت و امنیت در ارسال با امکان ردگیری (Trace) سفارش •ایجاد دسترسی به امتیاز و بازخورد و نظرات دیگران در استفاده از کالا	Customer Relationships  CRM معرفی به دوستان دیجی بن کارت هدیه گارانتی ویژه دیجی کالا پیشنهاد شکفت انگیز سیستم «به من اطلاع بده!»	Customer Segments  •خریداران لوازم دیجیتال دارای توانمندی و دسترسی به اینترنت فروشنندگان خرد کالاهای دیجیتال
	Key Resources 	دسترسی به قیمتهای آنلاین کالاهای دیجیتال • برندسازی و تبلیغات هدفمند • امکان دستیابی به طیف بیشتر مشتریان	Channels  Digikala.com تبلیغات تعاملی در سایتهای پربازدید • بلیورد و تلویزیون و ... • ارسال پستی شبکه های تبلیغات	•کسب و کارهای فعال در حوزه اینترنت نیازمند به تبلیغات
Cost Structure 	Revenue Streams 			

Ali.Jahedi@gmail.com

6

Key Resources

KR



- Physical
- Intellectual (Brands – Customer Databases)
- Human
- Financial

منابع کلیدی:

مهم ترین دارایی های مورد نیاز برای عملکرد صحیح مدل کسب و کار را تشریح میکند. (فیزیکی،

معنوی، انسانی،...)

The Business Model Canvas

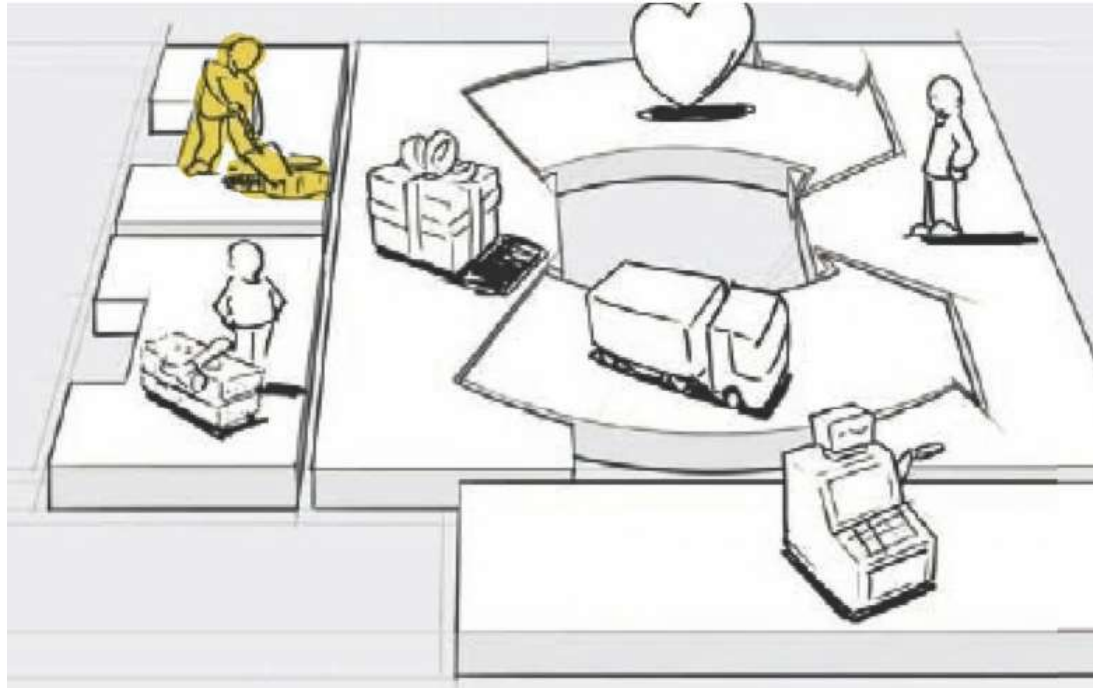
Key Partners 	Key Activities 	Value Proposition  •ایجاد امکان بررسی و مقایسه مشخصات و بهای کالاهای مشابه •ایجاد امکان یک خرید مطمئن آنلاین با بهای مناسب •ارائه اطلاعات فنی و کاربردی به خریداران قبل از خرید •سرعت و امنیت در ارسال با امکان ردگیری (Trace) سفارش •ایجاد دسترسی به امتیاز و بازخورد و نظرات دیگران در استفاده از کالا	Customer Relationships  CRM معرفی به دوستان دیجی بن کارت هدیه گارانتی ویژه دیجی کالا پیشنهاد شکفت انگیز سیستم «به من اطلاع بده!»	Customer Segments  •خریداران لوازم دیجیتال دارای توانمندی و دسترسی به اینترنت فروشنندگان خرد کالاهای دیجیتال
	Key Resources 	دسترسی به قیمتهای آنلاین کالاهای دیجیتال • برندسازی و تبلیغات هدفمند • امکان دستیابی به طیف بیشتر مشتریان	Channels  Digikala.com تبلیغات تعاملی در سایتهای پربازدید • بیلبرد و تلویزیون و ... • ارسال پستی •شبکه های تبلیغات	•کسب و کارهای فعال در حوزه اینترنت نیازمند به تبلیغات
Cost Structure 	Revenue Streams  •درصد از فروش کالا رایگان •درآمد از تبلیغات تعاملی			

7

Key Activities

KA

- Production
- Problem Solving
- Platform & Network



فعالیت‌های کلیدی:

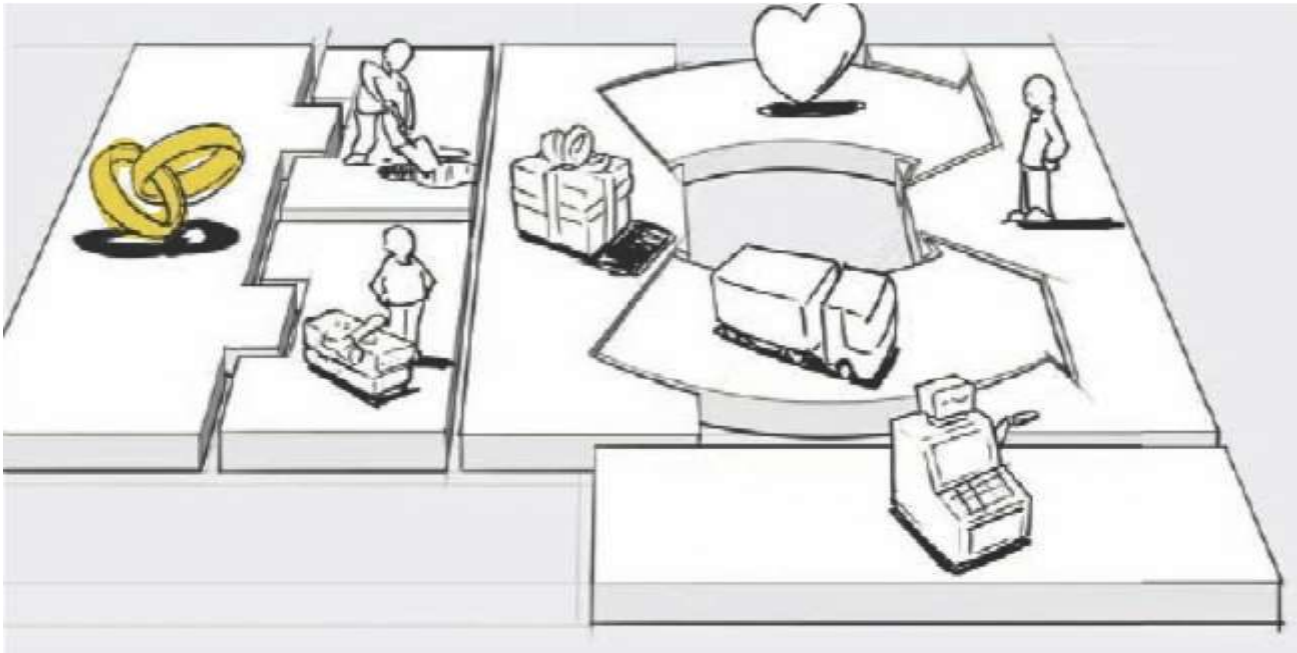
مهم ترین کارهای مورد نیاز برای خلق و ارائه ارزش مورد نظر و عملکرد صحیح مدل کسب و کار (تولید، حل مسئله، ...)

The Business Model Canvas

Key Partners 	Key Activities 	Value Proposition  • ایجاد امکان بررسی و مقایسه مشخصات و بهای کالاهای مشابه • ایجاد امکان یک خرید مطمئن آنلاین با بهای مناسب • ارائه اطلاعات فنی و کاربردی به خریداران قبل از خرید • سرعت و امنیت در ارسال با امکان ردگیری (Trace) سفارش • ایجاد دسترسی به امتیاز و بازخورد و نظرات دیگران در استفاده از کالا	Customer Relationships  CRM معرفی به دوستان دیجی بن کارت هدیه گارانتی ویژه دیجی کالا پیشنهاد شگفت انگیز سیستم «به من اطلاع بده!»	Customer Segments  • خریداران لوازم دیجیتال - دارای توانمندی و دسترسی به اینترنت و دارای وسواس مقایسه - فروشندهان خرد کالاهای دیجیتال • کسب و کارهای فعال در حوزه اینترنت نیازمند به تبلیغات
	Key Resources  منابع انسانی (خصوصاً فنی و گرافیک، بازار آرژ و سفارشات، بازرگانی) برند و دامنه Digikala.com نقدینگی مالی نماد اعتبار الکترونیکی انبار کالا	دسترسی به قیمتهای آنلاین کالاهای دیجیتال • برندسازی و تبلیغات هدفمند • امکان دستیابی به طیف بیشتر مشتریان	Channels  Digikala.com تبلیغات تعاملی در سایتهاى پربازدید شبکه های اجتماعی • بلیبورد و تلویزیون و ... • ارسال پستی شبکه های تبلیغات	
Cost Structure 	Revenue Streams  • درصد از فروش کالا - رایگان - درآمد از تبلیغات تعاملی			

8

Key Partnership KP



- Motivation
- Optimize Resources & Activities
- Reduction of Risk & Uncertainty
- Acquisition of particular resources and activities

مشارکت های کلیدی:

شبکه ای تامین کنندگان و شرکا را توصیف می کند که باعث عملکرد صحیح مدل کسب و کار می شود.

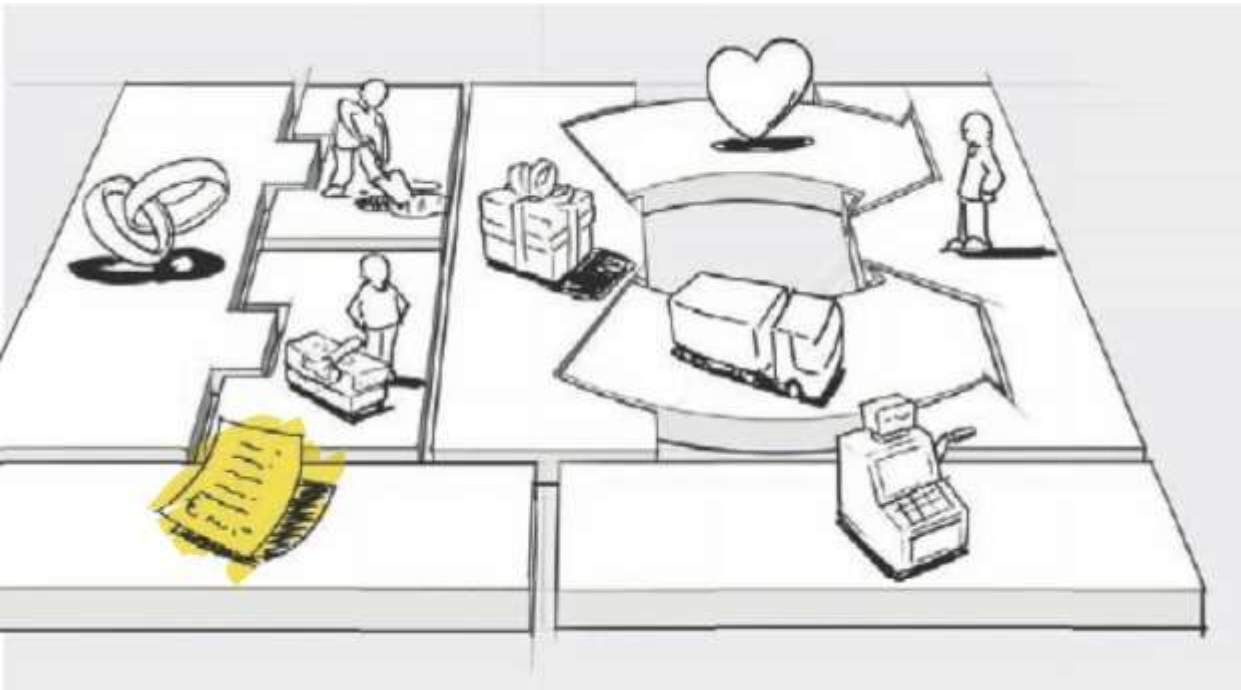
(همکاری با رقبا، سرمایه گذاری های مشترک، ائتلاف های استراتژیک،...)

The Business Model Canvas

Key Partners 	Key Activities  • مدیریت و نگهداری و ارتقا پلتفرم (سایت و App) • مدیریت انبار، سفارشات و ارسال کالا • تولید محتوای اطلاعات فنی کالاها (متن، تصویر و ویدئو) • مدیریت ارتباط با مشتریان • نظارت بر کیفیت خدمات	Value Proposition  • ایجاد امکان بررسی و مقایسه مشخصات و بهای کالاهای مشابه • ایجاد امکان یک خرید مطمئن آنلاین با بهای مناسب • ارائه اطلاعات فنی و کاربردی به خریداران قبل از خرید • سرعت و امنیت در ارسال با امکان ردگیری (Trace) سفارش • ایجاد امکان بررسی به امتیاز و بازخورد و نظرات دیگران در استفاده از کالا	Customer Relationships  CRM معرفی به دوستان دیجی بن کارت هدیه گارانتی ویژه دیجی کالا پیشنهاد شکفت انگیز سیستم «به من اطلاع بده!»	Customer Segments  • خریداران لوازم دیجیتال دارای توانمندی و دسترسی به اینترنت • فروشندگان خرد کالاهای دیجیتال
Key Resources  • منابع انسانی (خصوصاً فنی و گرافیک، انبار، ارسال و سفارشات، بازرگانی) • برند و دامنه Digikala.com • نقدینگی مالی • نماد اعتبار الکترونیکی انبار کالا	دسترسی به قیمتهای آنلاین کالاهای دیجیتال • برندسازی و تبلیغات هدفمند • امکان دستیابی به طیف بیشتر مشتریان	Channels  Digikala.com تبلیغات تعاملی در سایتهای پربازدید • بلیورد و تلویزیون و ... • ارسال پستی شبکه های تبلیغات	• کسب و کارهای فعال در حوزه اینترنت نیازمند به تبلیغات	
Cost Structure 	Revenue Streams  • درصد از فروش کالا • رایگان • درآمد از تبلیغات تعاملی			

9

Cost Structure CS



- Fixed Costs
- Variable Costs

ساختار هزینه:

تمام هزینه هایی را تشریح می کند که اجرای مدل کسب و کار با خود به همراه دارد.
(هزینه های ثابت، هزینه های متغیر،)

Key Partners  • پارک علم و فناوری پردیس • صندوق سرمایه گذاری سراوا • فروشندگان کلی کالاهای دیجیتال • نمایندگان رسمی برندهای معتبر بین المللی • Enamad.ir (مرکز توسعه تجارت الکترونیکی) • اداره پست • شرکت های تامین زیرساخت های الکترونیکی شبکه های تبلیغات	Key Activities  • مدیریت و نگهداری و ارتقا پلتفرم (سایت و App) • مدیریت انبار، سفارشات و ارسال کالا • تولید محتوای اطلاعات فنی کالاها (متن، تصویر و ویدئو) • مدیریت ارتباط با مشتریان • نظارت بر کیفیت خدمات Key Resources  • منابع انسانی (خصوصا فنی و گرافیک، بازاریابی و سفارشات، بازرگانی) • برند و دامنه Digikala.com • نقدینگی مالی • نماد اعتبار الکترونیکی انبار کالا	Value Proposition  • ایجاد امکان بررسی و مقایسه مشخصات و بهای کالاهای مشابه در یک مرجع جامع و متنوع • ایجاد امکان یک خرید مطمئن آنلاین با بهای مناسب • ارائه اطلاعات فنی و کاربردی به خریداران قبل از خرید • سرعت و امنیت در ارسال با امکان ردگیری (Trace) سفارش • ایجاد دسترسی به امتیاز و بازخورد و نظرات دیگران در استفاده از کالا • دسترسی به قیمتهای آنلاین کالاهای دیجیتال • برندسازی و تبلیغات هدفمند • امکان دستیابی به طیف بیشتر مشتریان	Customer Relationships  CRM معرفی به دوستان دیجی بن کارت هدیه گارانتی ویژه دیجی کالا پیشنهاد شگفت انگیز سیستم «به من اطلاع بده!» Channels  Digikala.com App موبایلی تبلیغات تعاملی در سایتهای پربازدید • بیلبورد و تلویزیون و ... • ارسال پستی شبکه های تبلیغات	Customer Segments  تابلوی طراحی مدل کسب و کار: • خریداران لوازم دیجیتال دارای توانمندی و دسترسی به اینترنت علاقه مند به مقایسه قبل از خرید فروشندگان خرد کالاهای دیجیتال کسب و کارهای فعال در حوزه اینترنت نیازمند به تبلیغات
Cost Structure 	Revenue Streams  • درصد از فروش کالا • رایگان درآمد از تبلیغات تعاملی			

Key Partners  • پارک علم و فناوری پردیس • صندوق سرمایه گذاری سراوا • فروشندگان کلی کالاهای دیجیتال • نمایندگان رسمی برندهای معتبر بین المللی • Enamad.ir (مرکز توسعه تجارت الکترونیکی) • اداره پست • شرکت های تامین زیرساخت های الکترونیکی شبکه های تبلیغات	Key Activities  • مدیریت و نگهداری و ارتقا پلتفرم (سایت و App) • مدیریت انبار، سفارشات و ارسال کالا • تولید محتوای اطلاعات فنی کالاها (متن، تصویر و ویدئو) • مدیریت ارتباط با مشتریان • نظارت بر کیفیت خدمات	Value Proposition  • ایجاد امکان بررسی و مقایسه مشخصات و بهای کالاهای مشابه در یک مرجع جامع و متنوع • ایجاد امکان یک خرید مطمئن آنلاین با بهای مناسب • ارائه اطلاعات فنی و کاربردی به خریداران قبل از خرید • سرعت و امنیت در ارسال با امکان ردگیری (Trace) سفارش • ایجاد دسترسی به امتیاز و بازخورد و نظرات دیگران در استفاده از کالا دسترسی به قیمتهای آنلاین کالاهای دیجیتال • برندسازی و تبلیغات هدفمند • امکان دستیابی به طیف بیشتر مشتریان	Customer Relationships  CRM معرفی به دوستان دیجی بن کارت هدیه گارانتی ویژه دیجی کالا پیشنهاد شکفت انگیز سیستم «به من اطلاع بده!»	Customer Segments  • خریداران لوازم دیجیتال دارای توانمندی و دسترسی به اینترنت علاقه مند به مقایسه قبل از خرید فروشندگان خرد کالاهای دیجیتال کسب و کارهای فعال در حوزه اینترنت نیازمند به تبلیغات
Key Resources  • منابع انسانی (خصوصا فنی و گرافیک، بازاریابی و سفارشات، بازرگانی) • برند و دامنه Digikala.com • نقدینگی مالی • نماد اعتبار الکترونیکی انبار کالا	Key Resources  • منابع انسانی (خصوصا فنی و گرافیک، بازاریابی و سفارشات، بازرگانی) • برند و دامنه Digikala.com • نقدینگی مالی • نماد اعتبار الکترونیکی انبار کالا	Value Proposition  • ایجاد امکان بررسی و مقایسه مشخصات و بهای کالاهای مشابه در یک مرجع جامع و متنوع • ایجاد امکان یک خرید مطمئن آنلاین با بهای مناسب • ارائه اطلاعات فنی و کاربردی به خریداران قبل از خرید • سرعت و امنیت در ارسال با امکان ردگیری (Trace) سفارش • ایجاد دسترسی به امتیاز و بازخورد و نظرات دیگران در استفاده از کالا دسترسی به قیمتهای آنلاین کالاهای دیجیتال • برندسازی و تبلیغات هدفمند • امکان دستیابی به طیف بیشتر مشتریان	Customer Relationships  CRM معرفی به دوستان دیجی بن کارت هدیه گارانتی ویژه دیجی کالا پیشنهاد شکفت انگیز سیستم «به من اطلاع بده!»	Customer Segments  • خریداران لوازم دیجیتال دارای توانمندی و دسترسی به اینترنت علاقه مند به مقایسه قبل از خرید فروشندگان خرد کالاهای دیجیتال کسب و کارهای فعال در حوزه اینترنت نیازمند به تبلیغات
Cost Structure  • هزینه های اداری و دفتری و انبارداری • هزینه های ارسال کالا • هزینه های تبلیغات و برندسازی هزینه شبکه های تبلیغات	Key Resources  • منابع انسانی (خصوصا فنی و گرافیک، بازاریابی و سفارشات، بازرگانی) • برند و دامنه Digikala.com • نقدینگی مالی • نماد اعتبار الکترونیکی انبار کالا	Value Proposition  • ایجاد امکان بررسی و مقایسه مشخصات و بهای کالاهای مشابه در یک مرجع جامع و متنوع • ایجاد امکان یک خرید مطمئن آنلاین با بهای مناسب • ارائه اطلاعات فنی و کاربردی به خریداران قبل از خرید • سرعت و امنیت در ارسال با امکان ردگیری (Trace) سفارش • ایجاد دسترسی به امتیاز و بازخورد و نظرات دیگران در استفاده از کالا دسترسی به قیمتهای آنلاین کالاهای دیجیتال • برندسازی و تبلیغات هدفمند • امکان دستیابی به طیف بیشتر مشتریان	Customer Relationships  CRM معرفی به دوستان دیجی بن کارت هدیه گارانتی ویژه دیجی کالا پیشنهاد شکفت انگیز سیستم «به من اطلاع بده!»	Customer Segments  • خریداران لوازم دیجیتال دارای توانمندی و دسترسی به اینترنت علاقه مند به مقایسه قبل از خرید فروشندگان خرد کالاهای دیجیتال کسب و کارهای فعال در حوزه اینترنت نیازمند به تبلیغات
			Revenue Streams  • درصد از فروش کالا • رایگان درآمد از تبلیغات تعاملی	

آیا راه اندازی کسب و کار یعنی خلق یک مدل کاملاً جدید؟

نوآوری

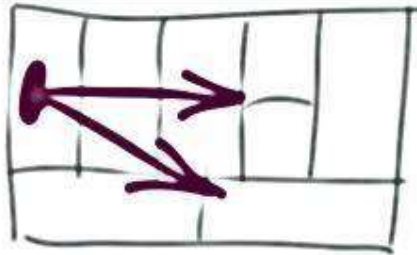
احیاء

تغییر

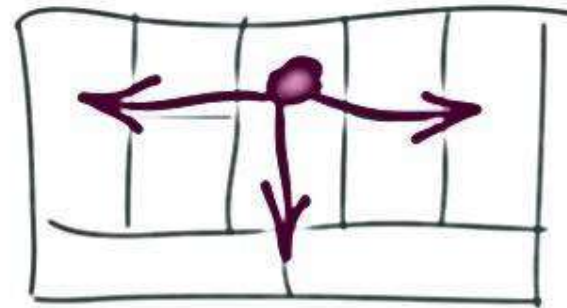
اتخاذ







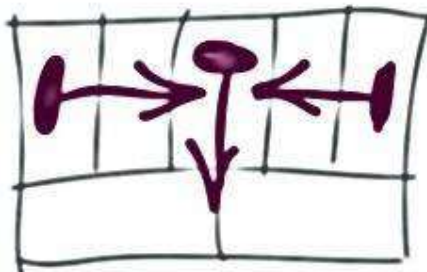
RESOURCE-DRIVEN



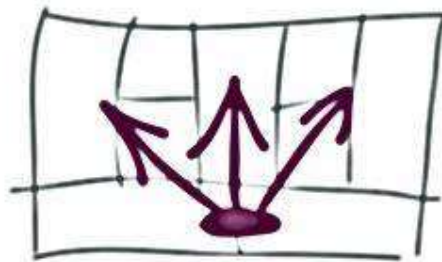
OFFER-DRIVEN

Business model
Innovation

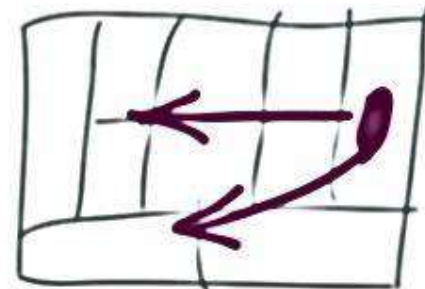
MULTIPLE-EPICENTER
DRIVEN



FINANCE-
DRIVEN



CUSTOMER-DRIVEN



خلق یک «ایده کسب و کار» جدید،

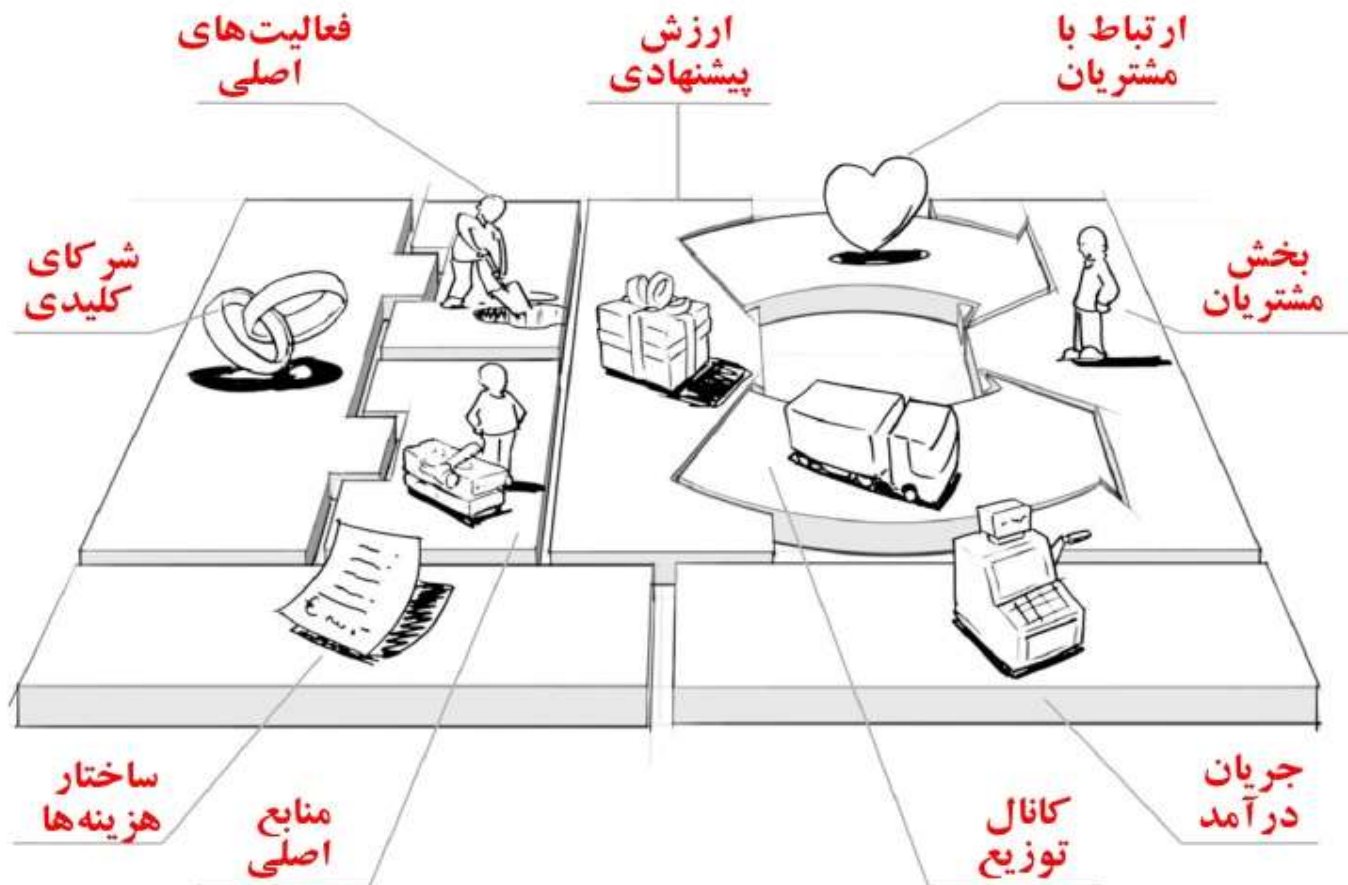
لزوما و همواره به معنای

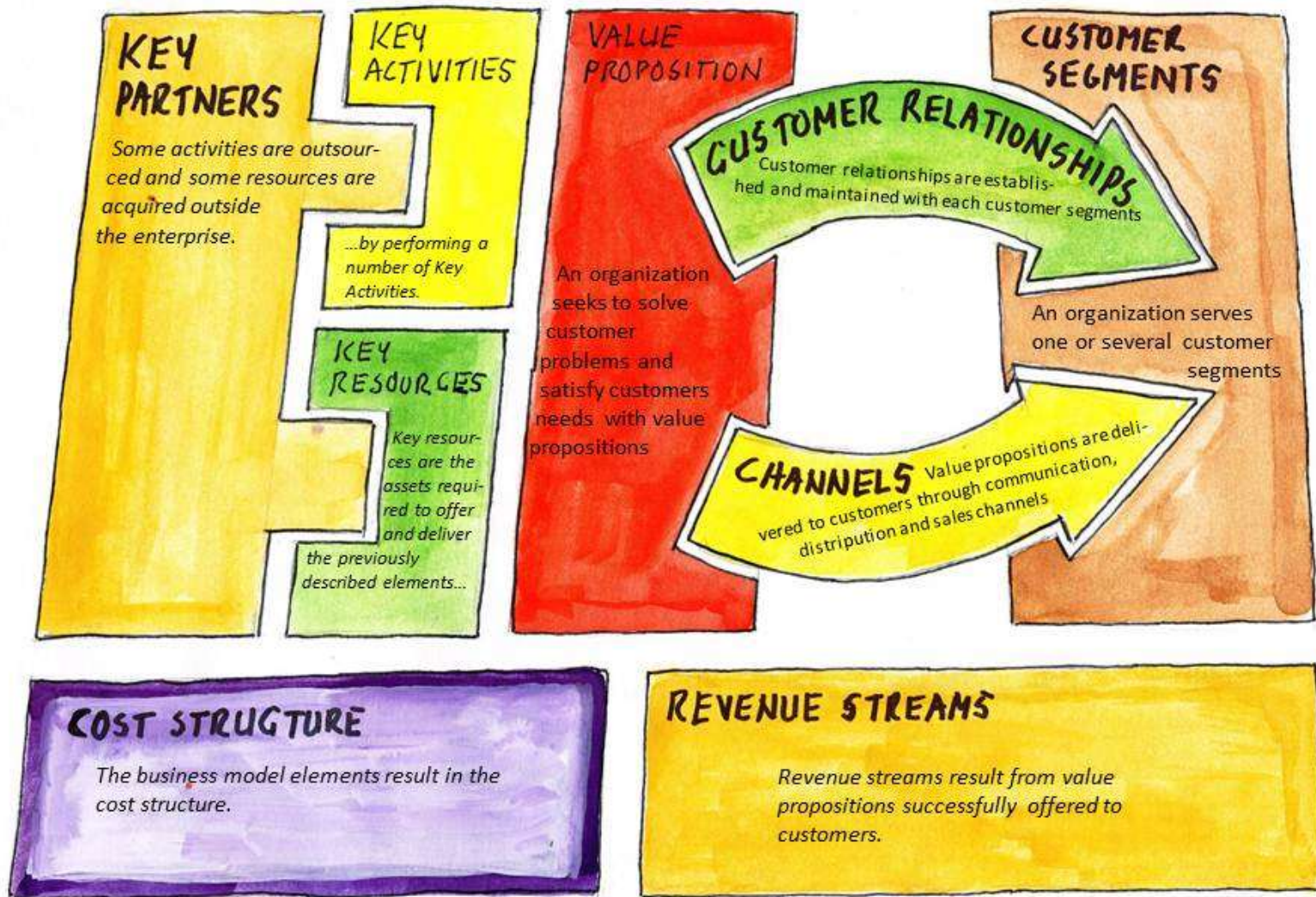
خلق یکباره و ناگهانی مدل کسب و کار خلاقانه‌ای که تا به حال
وجود نداشته نیست!

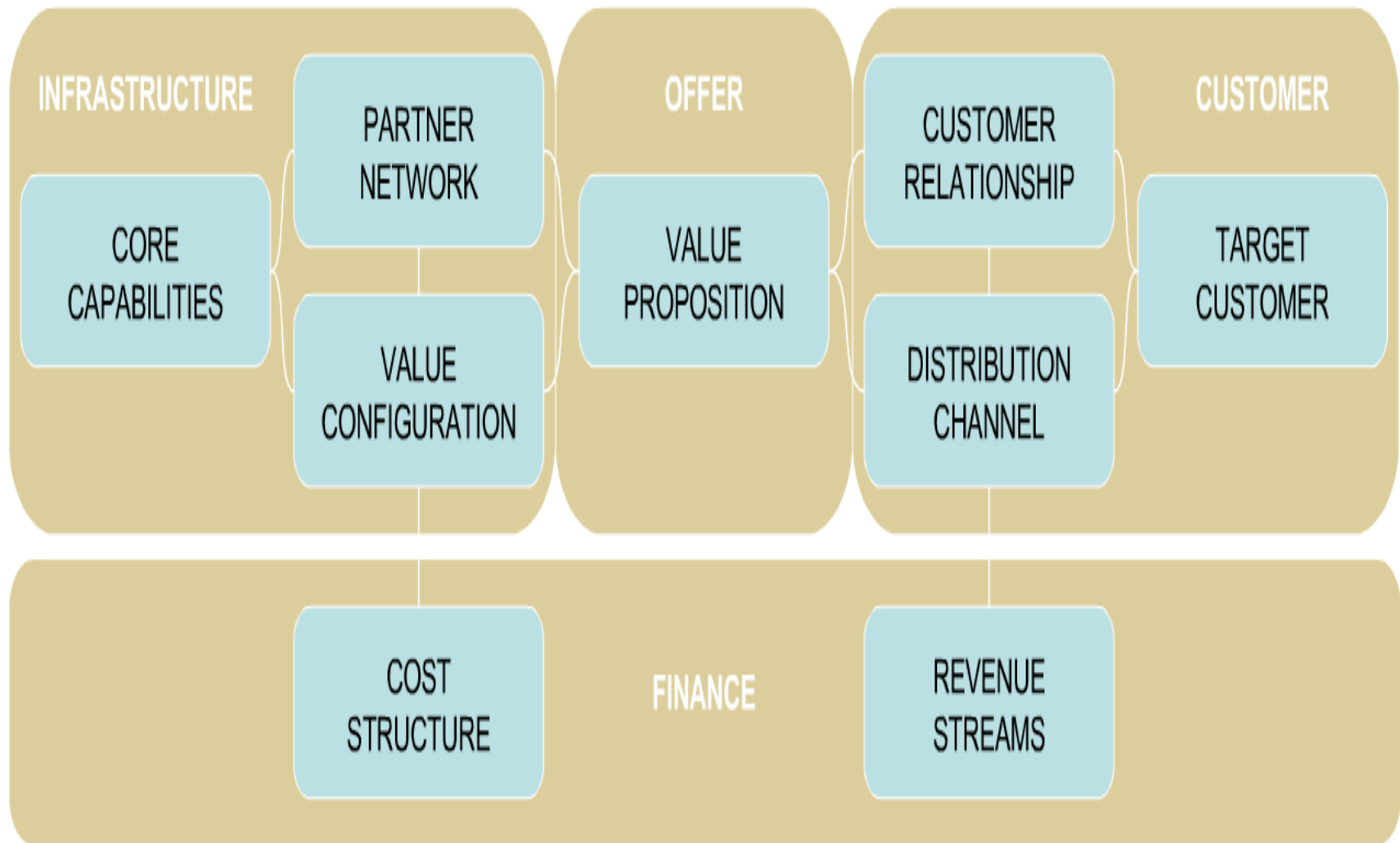
کار شما با تقلید از مدل‌های کسب و کار موجود و سعی در
نوآوری در آنها برای ایجاد مزیت رقابتی با رقبای دیگر بازار باید
شروع شود.

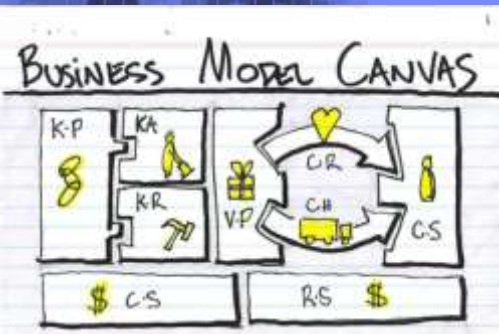
برای این کار بوم مدل کسب و کار ابزار قدرتمندی است که امکان
ایده‌پردازی به ما در چهار کانون مهم یعنی منابع، ارزش، مشتری و منابع
مالی می‌دهد.

ایده پردازی برای خلق کسب و کار جدید از طریق نوآوری در هریک از بخش های بوم









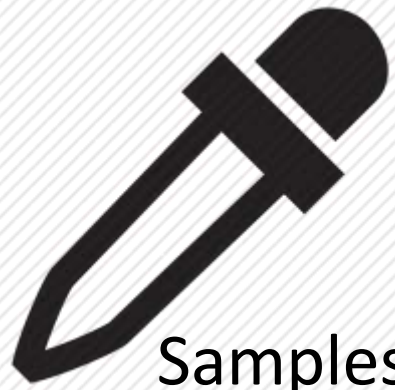
همه چی در یک نگاه و در یک صفحه

فهم نحوه عملکرد کسب و کارها را ساده می نماید.

زبانی تصویری برای ارتباط است

امکان به روز نگاه داشتن را تسهیل می نماید

یک روش فرآیندی با تکنیکهای مختلف است.

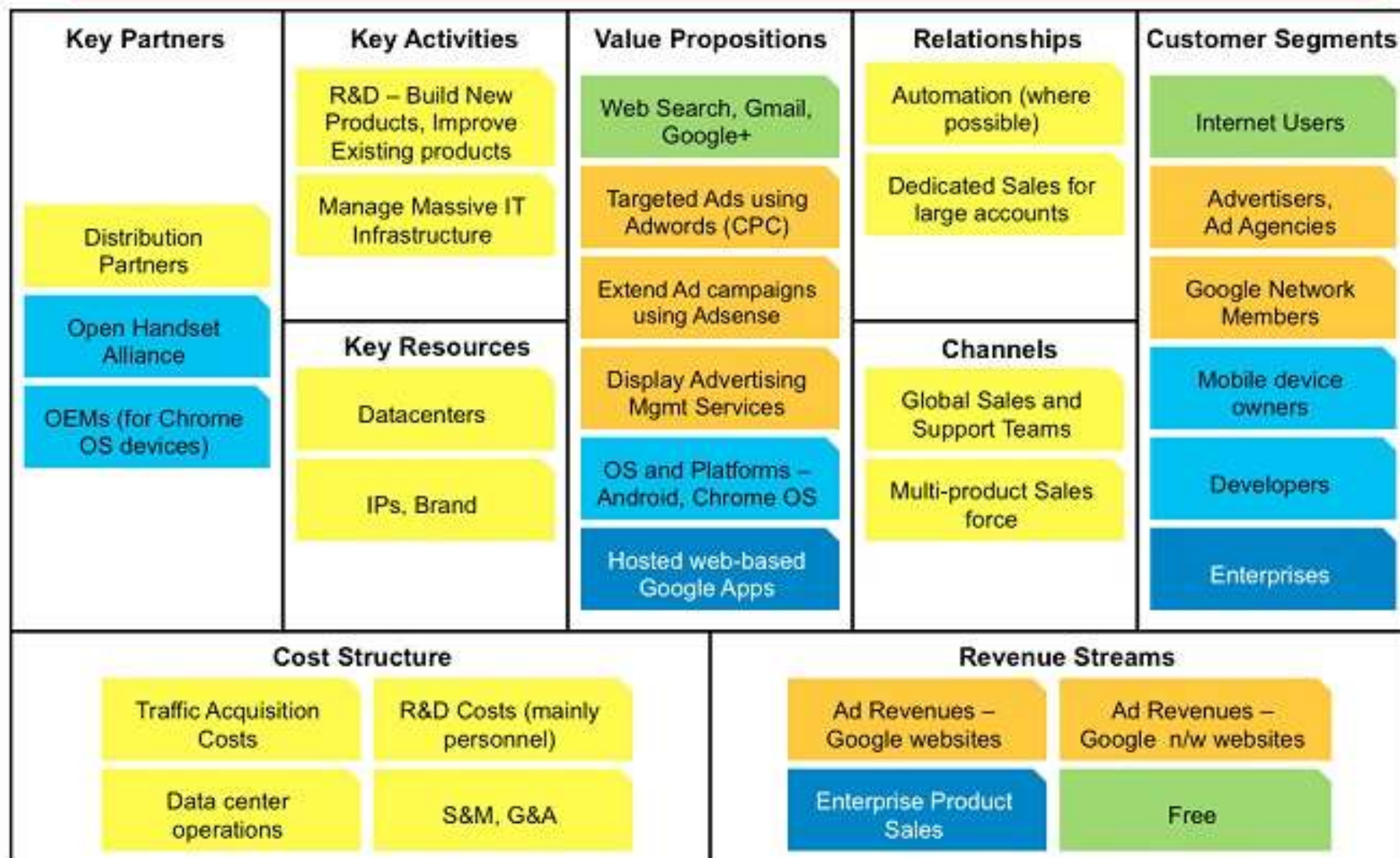


Samples





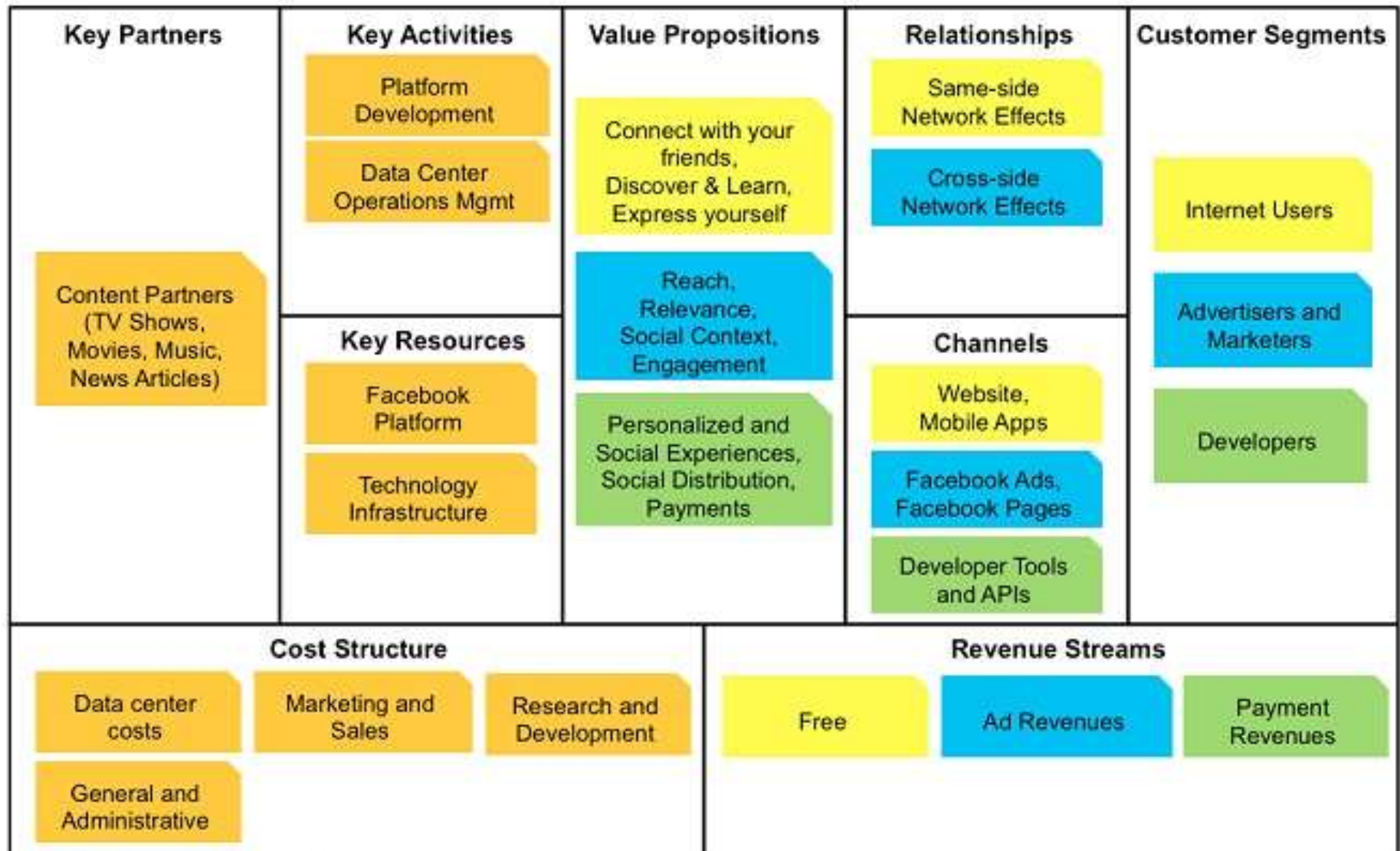
Google Business Model



www.businessmodelgeneration.com

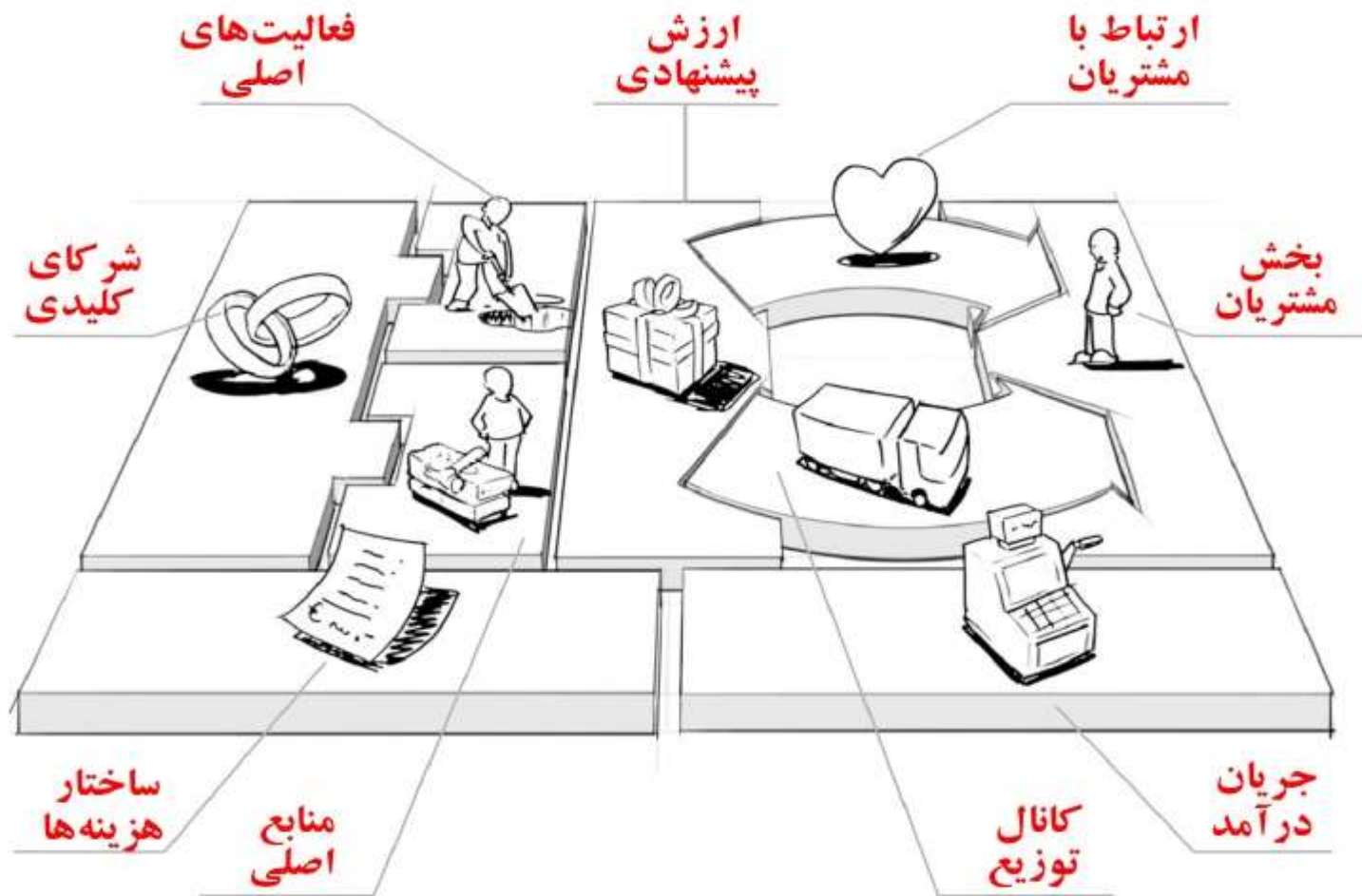


Facebook – World's leading Social Networking Site (SNS)



www.businessmodelgeneration.com

بوم کسب و کار



● Refrence: Businessofsoftware.ir

بوم مدل کسب و کار

 شرکای کلیدی 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؟	 فعالیت های اصلی ارزش پیشنهادی ما چه فعالیت های اصلی نیاز دارد؟ کانال توزیع ما چه ارتباط با مشتریان چه جریان درآمد چگونه؟	 ارزش پیشنهادی به مشتریانمان چه ارزشی ارائه می دهیم؟ به حل کدام یکی از مسایل مشتریانمان کمک می کنیم؟ بسته ی پیشنهادی ما (آمیخته ی محصولات و خدمات) به هر بخش از مشتریان چیست؟ کدام یک از نیازهای مشتریان را ارضا می کنیم؟	 ارتباط با مشتریان هر بخش از مشتریان انتظار برقراری و حفظ چه نوع رابطه ای را از ما دارند؟ کدام یک از این رابطه ها برقرار شده؟ این روابط چگونه با بقیه مدل کسب و کار ما عجین می شوند؟ چقدر هزینه بر هستند؟	 بخش مشتریان برای چه کسانی ارزش آفرینی می کنیم؟ مهمترین مشتریان ما چه کسانی هستند؟
	 منابع اصلی ارزش پیشنهادی ما به چه منابع اصلی نیاز دارد؟ کانال توزیع ما چگونه؟ ارتباط با مشتریان؟ جریان درآمد؟		 کانال توزیع می خواهیم از طریق چه کانال هایی به بخش مشتریان دسترسی پیدا کنیم؟ هم اکنون چگونه به آنها دسترسی داریم؟ کانال های ما چگونه یکپارچه شده اند؟ کدام یک بهتر عمل می کند؟ کدام ها بیشترین هزینه را می برند؟ ما چگونه آنها را با نیازهای مشتریان هماهنگ می کنیم؟	
 ساختار هزینه ها مهم ترین هزینه های اصلی در مدل کسب و کار ما کدام هستند؟ گرانترین منابع اصلی کدامند؟ گرانترین فعالیت های اصلی کدامند؟	 جریان درآمد به چه بهایی مشتریان ما واقعاً پول می دهند؟ آنها هم اکنون چه بهایی می پردازند؟ آنها هم اکنون چگونه بها را می پردازند؟ ترجیح می دهند که چگونه بپردازند؟ هر جریان درآمد چگونه به درآمد کل کمک می رساند؟			

A person wearing a dark suit, light blue shirt, and striped tie is holding a white rectangular sign with both hands. The sign has the text "Time for review" written on it in a large, bold, black sans-serif font. The background is a solid light blue color.

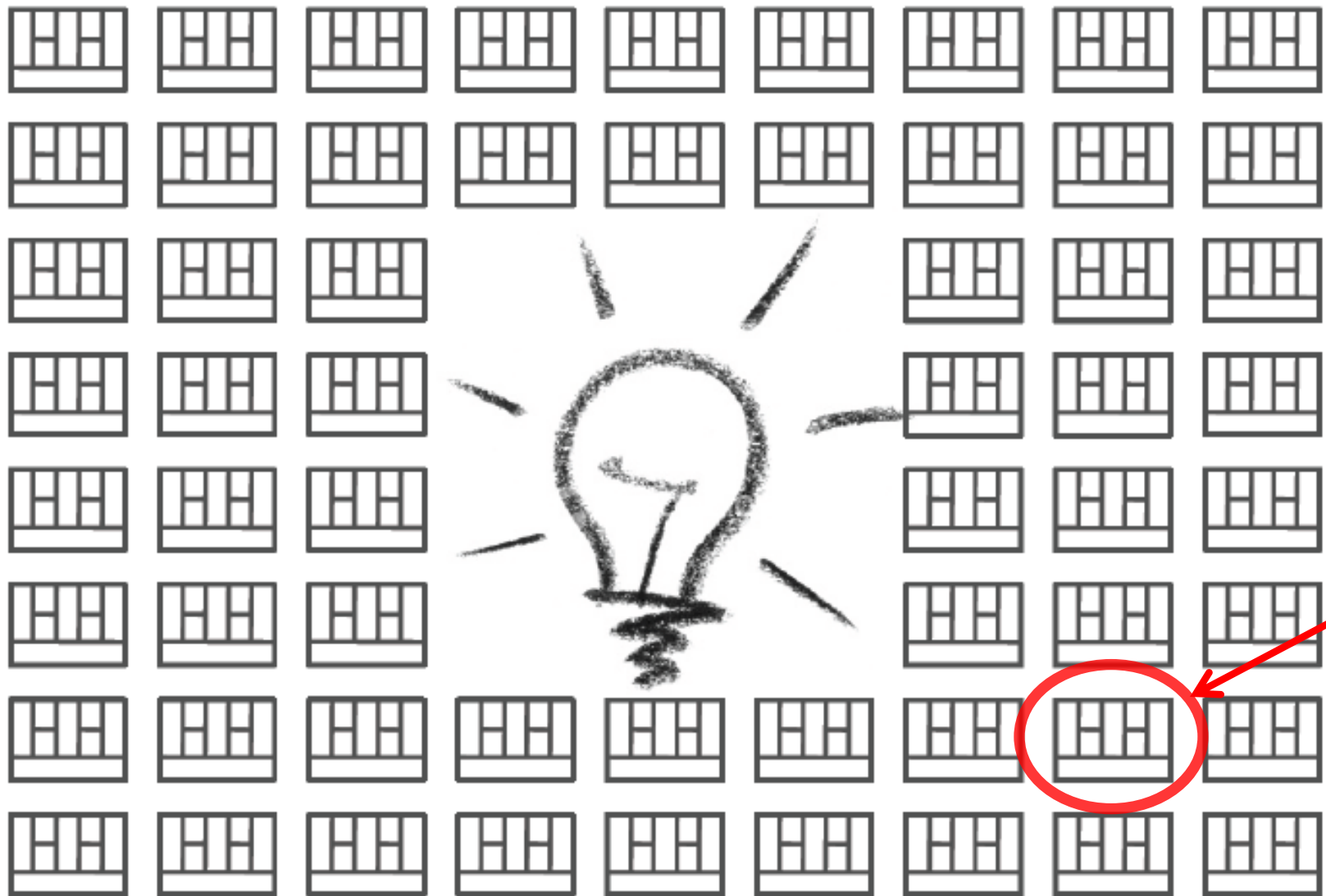
**Time for
review**

بازنگری و اخذ تاییدیه

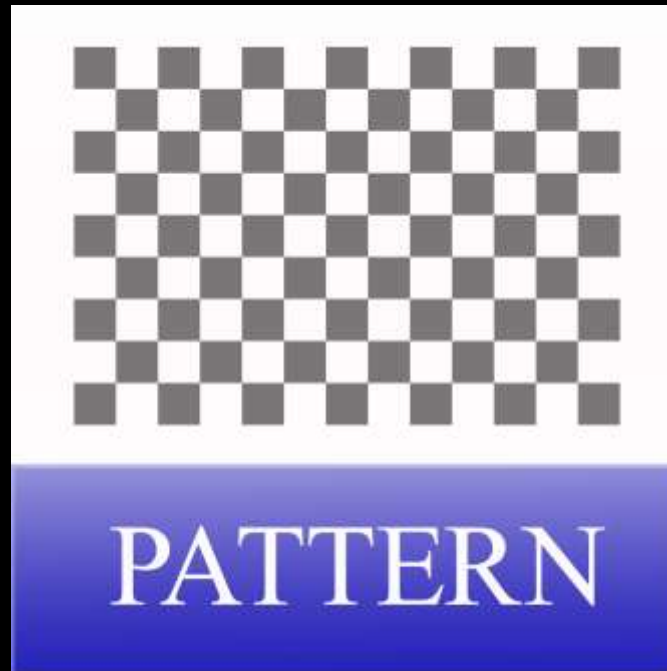
The Art of Pivoting



The Art of Pivoting



The Patterns Of Business Models



Patterns Overview

Unbundling Business Models

The Long Tail

CONTEXT (BEFORE)	An integrated model combines infrastructure management, product innovation, and Customer Relationships under one roof.	The Value Proposition targets only the most profitable clients.
CHALLENGE	Costs are too high. Several conflicting organizational cultures are combined in a single entity, resulting in undesirable trade-offs.	Targeting less profitable segments with specific Value Propositions is too costly.
SOLUTION (AFTER)	The business is unbundled into three separate but complementary models dealing with ▪ Infrastructure management ▪ Product innovation ▪ Customer relationships	The new or additional Value Proposition targets a large number of historically less profitable, niche Customer Segments—which in aggregate are profitable.
RATIONALE	IT and management tool improvements allow separating and coordinating different business models at lower cost, thus eliminating undesirable trade-offs.	IT and operations management improvements allow delivering tailored Value Propositions to a very large number of new customers at low cost.
EXAMPLES	Private Banking Mobile Telco	Publishing Industry (Lulu.com) LEGO

	Multi-Sided Platforms	FREE as a Business Model	Open Business Models
CONTEXT (BEFORE)	One Value Proposition targets one Customer Segment.	A high-value, high-cost Value Proposition is offered to paying customers only.	R&D Resources and Key Activities are concentrated in-house: • Ideas are invented "inside" only • Results are exploited "inside" only
CHALLENGE	Enterprise fails to acquire potential new customers who are interested in gaining access to a company's existing customer base (e.g. game developers who want to reach console users)	The high price dissuades customers.	R&D is costly and/or productivity is falling.
SOLUTION (AFTER)	A Value Proposition "giving access" to a company's existing Customer Segment is added (e.g. a game console manufacturer provides software developers with access to its users)	Several Value Propositions are offered to different Customer Segments with different Revenue Streams, one of them being free-of-charge (or very low cost).	Internal R&D Resources and Activities are leveraged by utilizing outside partners. Internal R&D results are transformed into a Value Proposition and offered to interested Customer Segments.
RATIONALE	An intermediary operating a platform between two or more Customer Segments adds Revenue Streams to the initial model.	Non-paying Customer Segments are subsidized by paying customers in order to attract the maximum number of users.	Acquiring R&D from external sources can be less expensive, resulting in faster time-to-market. Unexploited innovations have the potential to bring in more revenue when sold outside.
EXAMPLES	Google Video game consoles from Nintendo, Sony, Microsoft Apple iPod, iTunes, iPhone	Advertising and newspapers Metro Flickr Open Source Red Hat Skype (versus Telco) Gillette Razor and blades	Procter & Gamble GlaxoSmithKline Innocentive

Multi-sided Platforms

Example: Google's Business Model

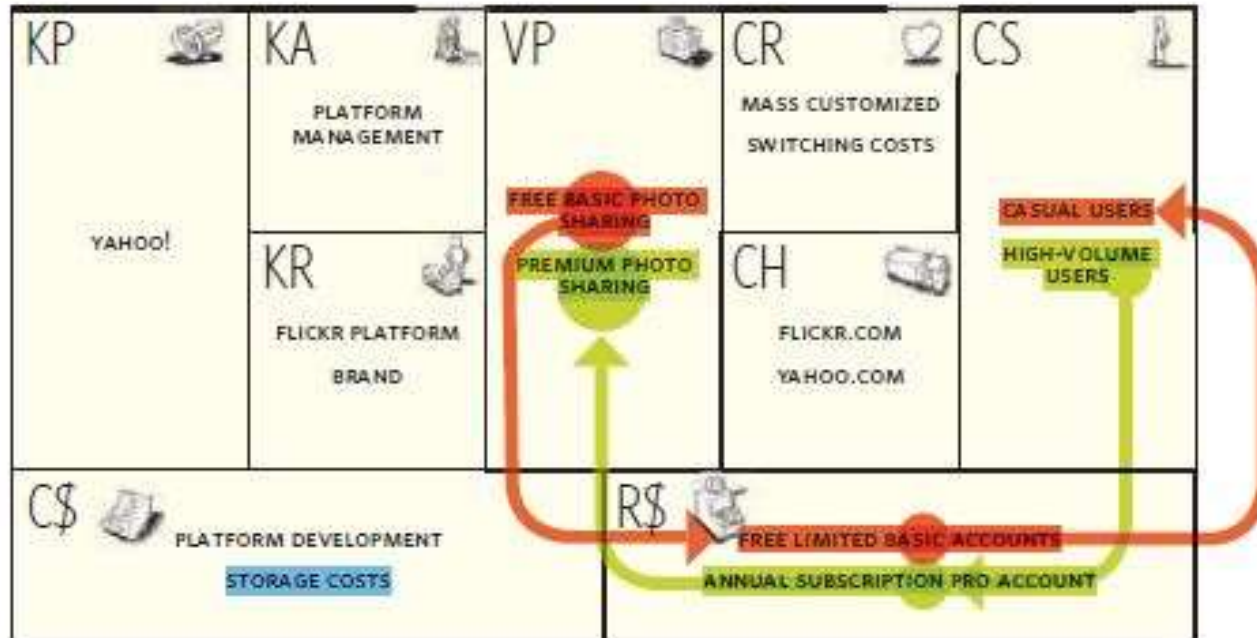
- The heart of Google's business model is its Value Proposition of providing extremely **targeted text advertising** globally over the web.
- The model only works, though, if many people use **Google's search** engine.
- The **more people** Google reaches, the **more ads** it can display and the greater the value created for advertisers.



فریمیوم: خدمات پایه ای رایگان، پرداخت پول برای خدمات بیشتر

Flickr

برای کسب و کارهای تحت وب



can purchase a "pro" account and enjoy unlimited uploads and storage space, plus additional features.

Fixed and sunk costs
related to platform
development

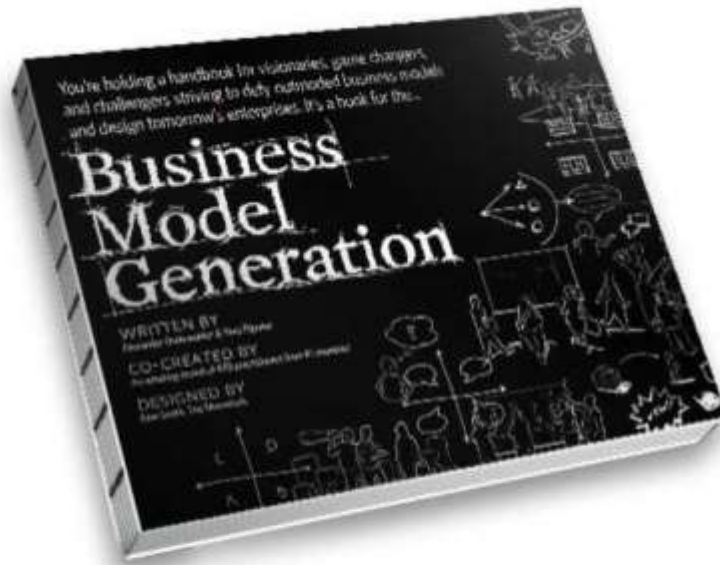
Variable cost
depending on number
of photos stored



Large base of basic
accounts for casual users



Small base of paying
"pro" users



BUSINESSMODELGENERATION.COM

en.wikipedia.org/wiki/Business_model

www.businessofsoftware.ir



BUSINESS MODEL
I N S T I T U T E



Jahedi.a@gmail.com



ir.linkedin.com/in/alijahedi



About.me/jahedi



THANKS!