بوصلة نموذج أعمال

اسم المشروع

بواسطة

اليوم | الشهر | السنة

النسخة رقم:

الشركاء الأساسيون

- من هم شركاءك الأساسيون؟
- من هم موردي المشروع الأساسيين؟
- ما هي المصادر الأساسية التي سنجنيها بالتحالف مع الشركاء؟
- ما هي النشاطات الأساسية التي يقوم بها شركاؤنا؟

الدوافع الرئيسية للشراكات:
الفاعلية وزيادة القوة الاقتصادية - خفض نسبة المخاطرة والمجازفة في المشروع - الاستحواذ على مصادر جديدة بشكل أسرع وبكفاءة عالية.

المهام الأساسية

- ما هي المتطلبات الأساسية التي يتطلبها عملك لتقديم قيمة مضافة؟
- ما هي قنوات التوزيع الأساسية التي لدينا؟
- علاقاتنا بالعملاء؟
- مصادر الدخل؟

الأصناف الأساسية: الإنتاج - حل مشكلة/معضلة - منصات/شبكات.

المصادر الأساسية

- ما هي طبيعة المصادر المطلوبة لتقديم قيمة مضافة في عملنا؟
- قنوات التواصل؟ العلاقات مع العملاء؟ مصادر الإيرادات؟

نوع المصادر:
محسوسة - فكرية: علامة تجارية ، براءة اختراع .. إلخ - موارد بشرية - مادية.

القيمة الأساسية

- ما هي القيمة الأساسية التي نقدمها لعملاءنا؟
- ما هي المشكلة التي نحاول أن نحلها لعملاءنا عبر قيمتنا الأساسية؟
- ما هي الخدمات المتكاملة التي نقدمها لكل فئة من عملاءنا؟
- ما هي الحاجات التي نحاول إشباعها لعملاءنا؟

الخصائص - الحداثة - الفاعلية - التعديل/التخصيص - إنجاز المهام بشكل مريح - التصميم - العلامة التجارية وثقلها - السعر - تقليل التكاليف - تقليل المخاطرة - قابلية الوصول - التيسير/قابلية الاستخدام.

العلاقة مع العملاء

- ما هي طبيعة العلاقة التي ينتظرها منا عملاءنا في كل شريحة؟
- ما هي العلاقات التي بدأنا بها؟
- كيف يمكن تكامل هذه العلاقات في باقي أعمالنا؟
- كم يكلف العميل علينا؟

أمثلة ونماذج - مساعدة شخصية - مساعدة خاصة - الخدمة الذاتية - الخدمات الإلكترونية - المجتمعات.

القنوات

- من خلال أي قناة يفضل عملائنا أن نتعامل معهم؟
- عبر أي قناة نتواصل مع عملائنا الحاليين؟
- كيف تتكامل قنواتك المختلفة؟
- ماهي أفضل القنوات أداءً؟
- ماهي أجدى القنوات اقتصادياً؟

مراحل استخدام القنوات:
١. التعريف: كيف يمكننا استخدام القنوات للتعريف بمنتجاتنا وخدماتنا الأساسية؟
٢. التقييم: كيف يمكننا تمكين عملائنا من تقييم قيمنا المضافة عبر تلك القنوات؟
٣. البيع: كيف يقوم عملائنا بالشراء حالياً؟ وماذا يفضلون؟
٤. التوصيل: كيف نقوم بإيصال قيمتنا المضافة لعملائنا؟
٥. بعد البيع: كيف نقوم بتوفير دعم لمرحلة ما بعد البيع؟

تجزئة الشرائح المستهدفة

- ما هي الشرائح التي نستهدفها ونحاول تقديم قيمة مضافة لها ؟
- من هم عملاؤنا الأكثر أهمية ؟

السوق العام - السوق الموجه - تجزئة السوق - تنويع السوق.

هيكلة التكاليف

- ما هي أهم التكاليف الأساسية في نموذجنا الربحي؟
- ما هي المصادر الأساسية الأعلى تكلفة في المشروع؟
- ما هي النشاطات الأعلى تكلفة في المشروع؟

مصادر الدخل

- ما هي القيمة التي سنقدمها والتي سيدفع عملائنا مقابلها؟
- على ماذا يدفعون حالياً؟
- كيف يدفعون حالياً؟
- كيف يفضلون عملية الدفع أن تكون؟
- ماهي حصة كل مصدر عوائد من مصادر عوائدنا يشكل من إجمالي العوائد الكاملة؟

الأنواع:
١. تسعيرة ديناميكية: التفاوض - عروض آخر لحظة - مطالعة الوضع الراهن للسوق.
٢. تسعيرة ثابتة : قائمة أسعار - التسعير المعتمد على طبيعة الشريحة - التسعير المعتمد على مزايا المنتج - التسعير المعتمد على الكمية.
٣. بيع الأصل: تكلفة استخدام - تكلفة اشتراك - تأجير/إقراض - ترخيص - وساطة - دعاية.

العمل الأصلي بواسطة: www.businessmodelgeneration.com
التحويل إلى العربية: مازن الضراب www.about.me/mdarrab ، أحمد م. أبوزيد www.aabouzaid.com

هذا العمل مرخص برخصة المشاع الابداعي النسبة إلى المؤلف والمشاركة بالمثل الإصدار رقم ٣,٠
عاين نسخة من الترخيص على الرابط التالي:
http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/