

## بوم مدل کسب و کار

با سلام و احترام خدمت شما دوستان گرامی در این آموزش قصد داریم به نه جزء سازنده بوم مدل کسب و کار خواهیم پرداخت. مدل کسب و کار مفهومی است که در موفقیت موسسات اقتصادی تاثیر تعیین کننده‌ای دارد. یکی از نکات مهم، رابطه بین مدل کسب و کار و استراتژی است. مدل کسب و کار جایگزین استراتژی نمی‌شود ولی دو مقوله استراتژی و مدل کسب و کار با هم همپوشانی دارند. استراتژی یک شرکت، متمرکز بر مأموریت، چشم‌انداز، محدوده محصولات و خدمات، حوزه جغرافیایی و مشتریانی است که مشمول فعالیت‌های شرکت می‌شود. همچنین استراتژی بر این نکته تمرکز دارد که شرکت چگونه از سایر رقبا متمایز بشود تا مشتریان رو به سمت خودش جذب کند.

### تعریف مدل کسب و کار (Business Model)

مدل کسب و کار، منطق یک شرکت در چگونگی خلق، ارائه و کسب ارزش رو توصیف می‌کند. اما ما نیاز به مفهومی از مدل کسب و کار داریم که هر کسی بتواند اون رو درک کند و وصف و بحث در رابطه با اون آسون بشود. این مفهوم باید ساده، مناسب و به طور ذاتی قابل فهم بوده و در عین حال نباید پیچیدگی‌های عملکرد شرکت‌ها رو بیش از حد ساده کند. این موضوع مهمترین چالشیه که سر راه ما قرار دارد.



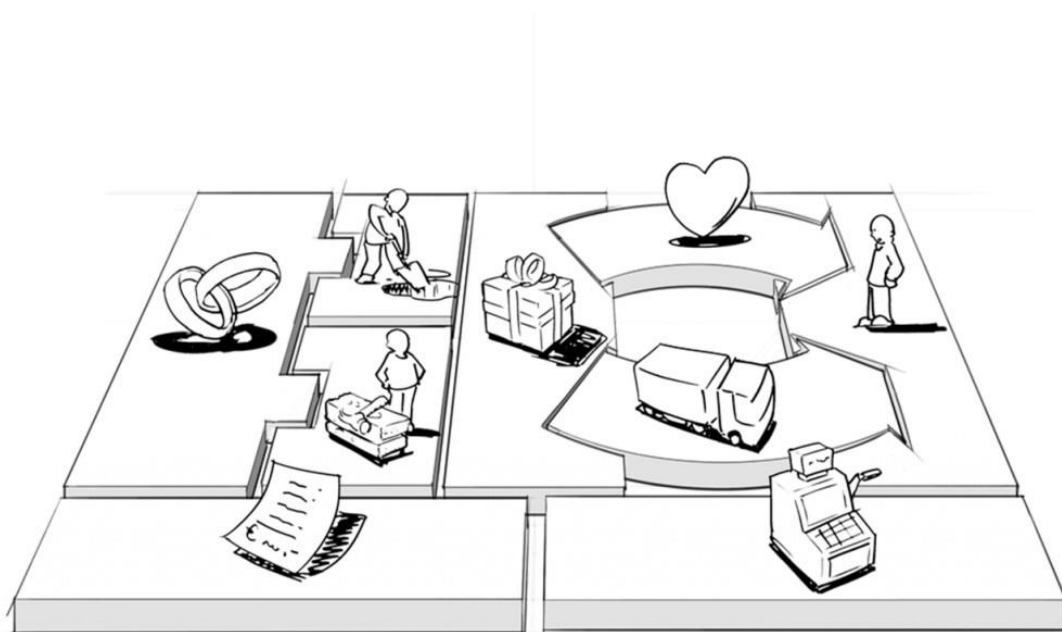
در ادامه مفهومی رو پیشنهاد می‌دیم که شما رو قادر میکنه تا درباره مدل کسب و کارتون، رقبا، یا هر شرکت دیگه‌ای فکر کرده و ویژگی‌های اون رو تشریح کنید. این مفهوم در سرتاسر جهان به کار رفته و در عمل آزموده شده و در حال حاضر در سازمان‌هایی از قبیل IBM، Ericsson، Deloitte، پروژه‌های بخش عمومی و خدمات دولتی کشور کانادا و بسیاری دیگر مورد استفاده قرار می‌گیره.

## بوم مدل کسب و کار (Business Model Canvas)

بوم مدل کسب و کار یا BMC به شما کمک می‌کند تا در قالب یک زبان مشترک برای توصیف، مفاهیم و عناصر یک کسب و کار رو در کنار همدیگر ترسیم کنید و به ایده‌پردازی، فرضیه‌سازی و تغییرات بیشتر با این ابزار بپردازید.

بدون وجود چنین زبان مشترکی به چالش کشیدن مفروضات مدل کسب و کار یک شرکت و دستیابی به نوآوری نظام‌مند با مشکل مواجه می‌شود.

با بوم مدل کسب و کار می‌تونید مدل کسب و کار رو به بهترین شکل ممکن از طریق نه جزء سازنده اساسی تشریح کنید. این نه جزء منطق چگونگی کسب درآمد یک شرکت رو نشون می‌ده. این اجزا چهار حیطه اصلی یک کسب و کار رو پوشش می‌دن: مشتریان، ارزش پیشنهادی، زیرساخت و پایداری مالی.



## اجزای سازنده بوم مدل کسب و کار

نه جزء سازنده بوم مدل کسب و کار شامل اجزای زیره:

- بخش مشتریان
- ارزش پیشنهادی
- کانال‌ها
- ارتباط با مشتری
- جریان‌های درآمدی
- منابع کلیدی
- فعالیت‌های کلیدی
- مشارکت‌های کلیدی
- ساختار هزینه

### ۱- بخش مشتریان (Customer Segment)

در این بخش شما باید گروه‌های مختلفی از افراد یا سازمان‌هایی رو تعریف کنید که کسب و کار شما قصد دستیابی و خدمات به اون‌ها رو داره. هر سازمان به یک یا چند بخش از مشتریان خدمت می‌کنه.



مشتریان، قلب هر مدل کسب و کاری است. بدون مشتریان هیچ شرکتی نمی‌تونه دووم بباره. به منظور برآورده کردن بهتر نیازهای مشتریان، شرکت ممکنه اون‌ها رو در بخش‌های جداگانه‌ای بر حسب نیازهای مشترک، رفتارهای مشترک و سایر ویژگی‌ها گروه‌بندی کنه.

مدل کسب و کار ممکنه یک یا چند بخش بزرگ یا کوچک از مشتریان رو تعریف کنه. شرکت باید هوشیارانه تصمیم بگیره که خواهان ارائه خدمت به چه بخش‌هایی و یا چشم‌پوشی از چه بخش‌هایی است. پس از اخذ این تصمیم می‌تونه مدل کسب و کار رو بر پایه درکی قوی از نیازهای خاص مشتری به دقت طراحی کنه.

## پرسش‌های کلیدی بخش مشتریان

- ما برای چه کسانی ارزش خلق می‌کنیم؟
- مهمترین مشتریان ما چه کسانی هستند؟
- گروه مشتریان چگونه از هم جدا می‌شن؟ چند دسته مشتری داریم؟

## ۲- ارزش پیشنهادی (Value Proposition)

ارزش پیشنهادی دلیل ترجیح یک شرکت نسبت به سایر شرکت‌ها توسط مشتریان. هر ارزش پیشنهادی متشکل از بسته‌ای منتخب از محصولات و یا خدماته که نیازهای یک بخش خاص از مشتریان رو برآورده می‌کنه. بنابراین ارزش پیشنهادی، مجموعه یا بسته‌ای از منافع است که شرکت به مشتریان پیشنهاد می‌ده.

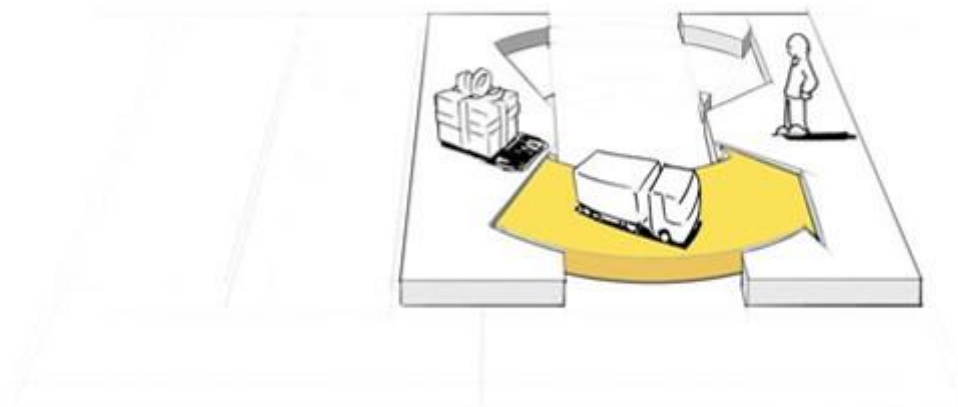


### پرسش‌های کلیدی ارزش پیشنهادی

- چه ارزش‌هایی رو به مشتریان ارائه می‌کنیم؟
- به حل کدام یک از مشکلات مشتریانمون کمک می‌کنیم؟
- چه نیازهایی از مشتری رو برآورده می‌کنیم؟
- چه بسته‌ای از محصولات و خدمات رو به هر بخش مشتری پیشنهاد می‌دیم؟

### ۳- کانال‌ها (Channels)

کانال‌های ارتباطی، توزیع و فروش، واسطی میان یک شرکت یا مشتریان اون هستند. کانال‌ها نقاط تماس با مشتری‌اند و نقش مهمی رو در تجربه مشتری ایفا می‌کنند.



کانال‌ها وظایف

متعددی رو انجام می‌دن، از جمله:

- افزایش آگاهی مشتریان درباره محصولات و خدمات شرکت
- کمک به مشتریان برای ارزیابی ارزش پیشنهادی شرکت
- فراهم آوردن امکان خرید محصولات و خدمات خاص برای مشتریان
- ارائه ارزش پیشنهادی به مشتریان

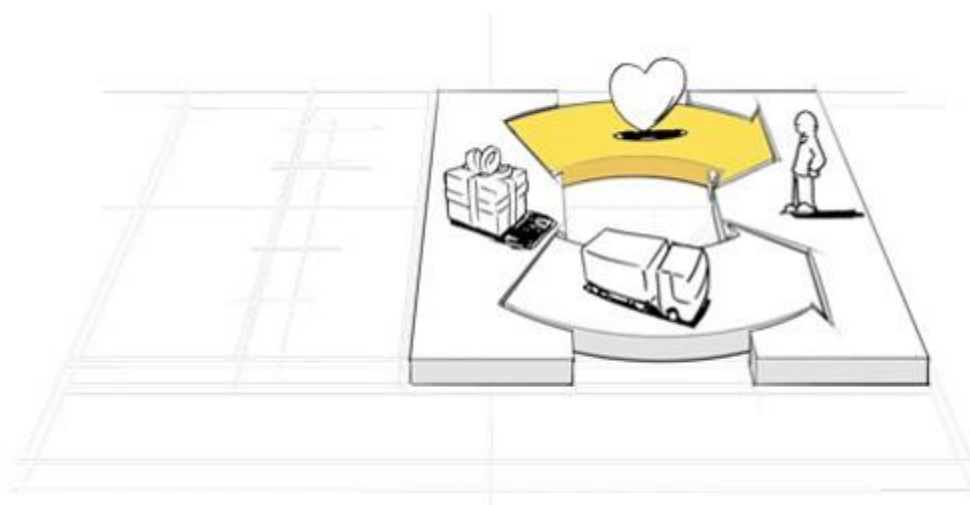
• فراهم نمودن خدمات پس از فروش برای مشتریان

## پرسش‌های کلیدی کانال‌ها

- بخش‌های مختلف مشتریان، چه کانال‌هایی رو برای دسترسی به ما ترجیح می‌دن؟
- در حال حاضر چطوری به کانال‌ها دسترسی داریم؟ کانال‌های ما چطوری یکپارچه شده‌اند؟
- کدام یک از کانال‌ها به بهترین شکل کار می‌کنند؟ کدام یک به صرفه‌تره؟
- ما چطوری کانال‌ها رو با برنامه روزمره زندگی مشتری هماهنگ می‌کنیم؟

## ۴-ارتباط با مشتری (Customer Relationship)

شرکت باید نوع رابطه‌ای رو که می‌خواد با هر بخش از مشتریان ایجاد کنه، برای خودش شفاف کنه. گستره این روابط می‌تونه از ارتباطات حضوری تا خدمات پشتیبانی خودکار باشه.



سه هدف مهم در ارتباط با مشتری عبارتند از:

الف) جذب مشتری

ب) حفظ مشتری

ج) افزایش میزان فروش

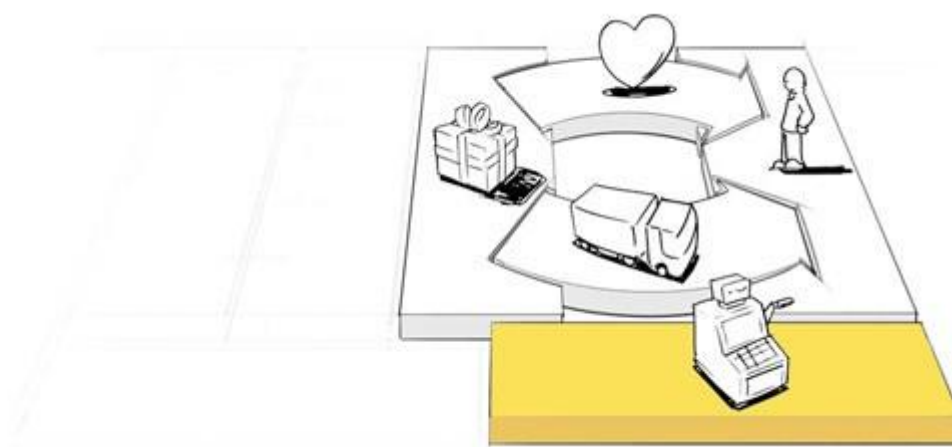
## پرسش‌های کلیدی ارتباط با مشتری

- هر یک از بخش‌های مشتریان ما انتظار برقراری چه نوع ارتباطی رو دارند؟
- کدام یک از این روابط رو ایجاد کردیم؟ هزینه برقراری این روابط چقدره؟
- آیا این ارتباطات با سایر اجزای مدل کسب و کار ما هماهنگ شدند؟

## ۵- جریان‌های درآمدی (Revenue Streams)

اگر مشتریان قلب مدل کسب و کار باشند، جریان‌های درآمدی جریان‌های اون رو تشکیل می‌دن. شرکت باید از خودش بپرسه که هر بخش مشتری واقعاً برای چه ارزشی تمایل به پرداخت پول داره؟ در صورتیکه شرکت به این سوال

پاسخ درستی بده، قادر به ایجاد یک یا جریان درآمدی برای هر بخش از مشتریان هست. به بیان دیگر جریان‌های درآمدی نشان‌دهنده درآمدی هستند که شرکت از هر بخش از مشتریان کسب می‌کند.

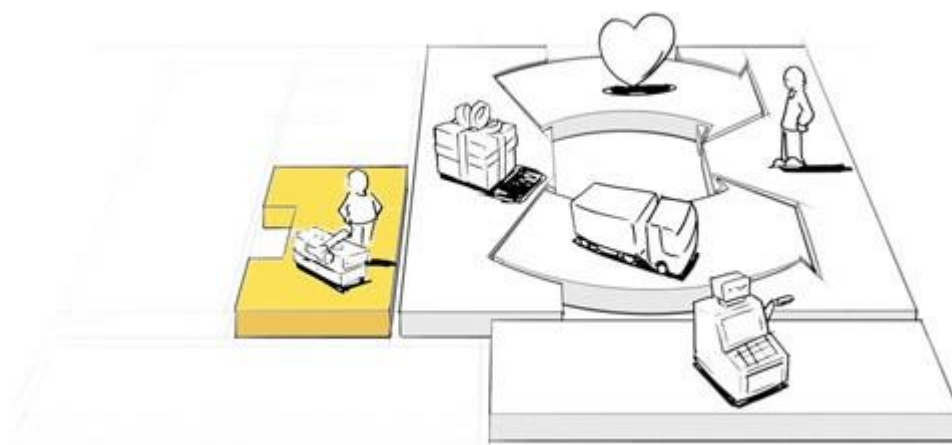


### پرسش‌های کلیدی جریان‌های درآمدی

- مشتریان ما واقعاً برای چه ارزشی تمایل به پرداخت پول دارند؟
- اون‌ها در حال حاضر برای چه چیزی پول می‌پردازند؟ چگونه پول می‌پردازند؟
- ترجیح می‌دن که چگونه بپردازند؟
- هر جریان درآمدی چه سهمی از کل درآمدها رو به خودش اختصاص می‌ده؟

### ۶- منابع کلیدی (Key Resources)

این بخش نشان‌دهنده مهمترین دارایی‌های مورد نیاز برای عملکرد صحیح مدل کسب و کاره. به عبارتی دیگر برای اینکه مدل کسب و کار خوب و درست کار کنه به چه منابع مهم و کلیدی نیاز داریم. این منابع، شرکت رو قادر می‌سازه تا ارزش پیشنهادی خودش رو خلق کنه و کسب درآمد کنه.



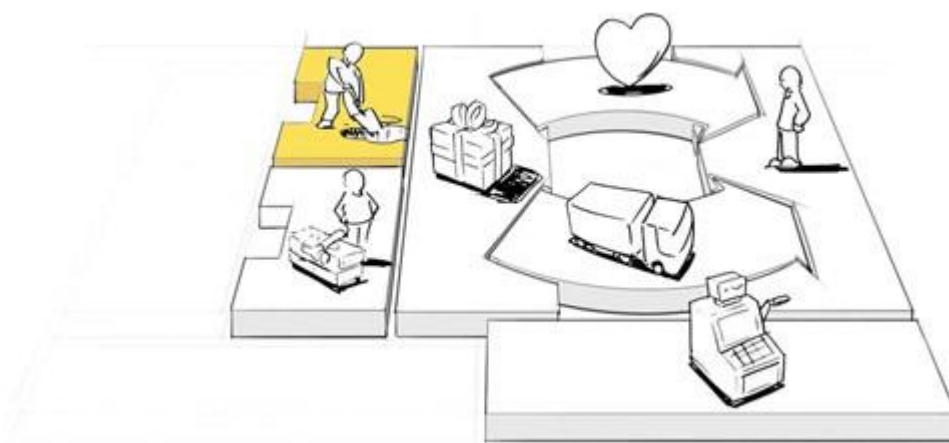
بسته به نوع مدل کسب و کار، منابع کلیدی مختلفی مورد نیازه. منابع کلیدی می‌تونند فیزیکی، مالی، معنوی یا انسانی باشند. این منابع می‌تونند تحت تملک شرکت باشند، توسط شرکت اجاره بشن و یا توسط شرکای کلیدی تأمین بشن.

## پرسش‌های کلیدی منابع کلیدی

- ارزش‌های پیشنهادی ما به چه منابع کلیدی نیاز دارند؟
- کانال‌های توزیع، نیازمند چه منابعی هستند؟
- برای ارتباط با مشتری باید چه منابعی رو در نظر بگیریم؟
- ایجاد جریان‌های درآمدی به چه منابعی احتیاج داره؟

### ۷- فعالیت‌های کلیدی (Key Activities)

هر مدل کسب و کاری نیاز به تعدادی فعالیت کلیدی داره. این فعالیت‌ها مهمترین اقداماتی‌اند که یک شرکت باید انجام بده تا عملکرد موفقی داشته باشه. فعالیت‌های کلیدی نیز برای خلق و ارائه ارزش پیشنهادی، دستیابی به بازارها، حفظ ارتباط با مشتری و کسب درآمد ضروری‌اند.

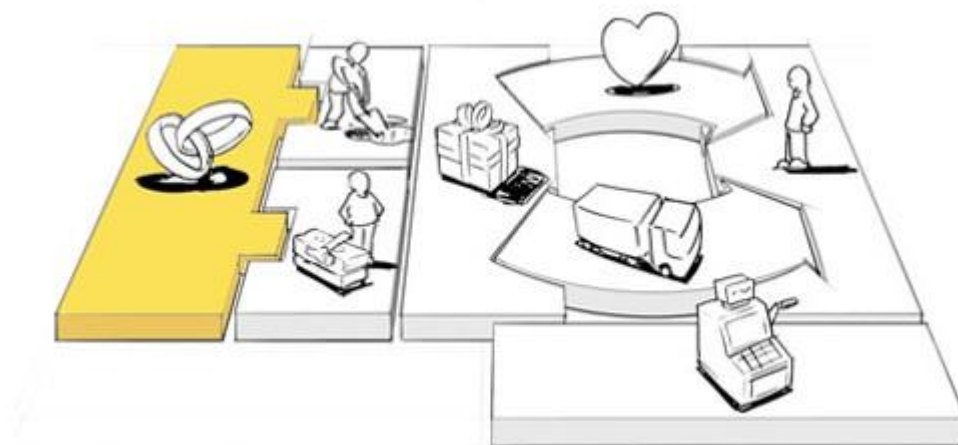


## پرسش‌های کلیدی فعالیت‌های کلیدی

- ارزش‌های پیشنهادی ما به چه فعالیت‌های کلیدی نیاز داره؟
- کانال‌های توزیع نیازمند چه فعالیت کلیدی هستند؟
- برای ارتباط با مشتری باید چه فعالیت‌های کلیدی رو در نظر بگیریم؟
- ایجاد جریان‌های درآمدی به چه فعالیت‌های کلیدی احتیاج داره؟

### ۸- مشارکت‌های کلیدی (Key Partners)

شرکت‌ها به دلایل مختلفی برای خودشان شریک انتخاب می‌کنند و مشارکت‌ها، سنگ بنای بسیاری از مدل‌های کسب و کار می‌گردند. شرکت‌ها به منظور بهینه نمودن مدل‌های کسب و کار خود، کاهش ریسک یا کسب منابع، اقدام به ایجاد ائتلاف‌هایی می‌کنند.

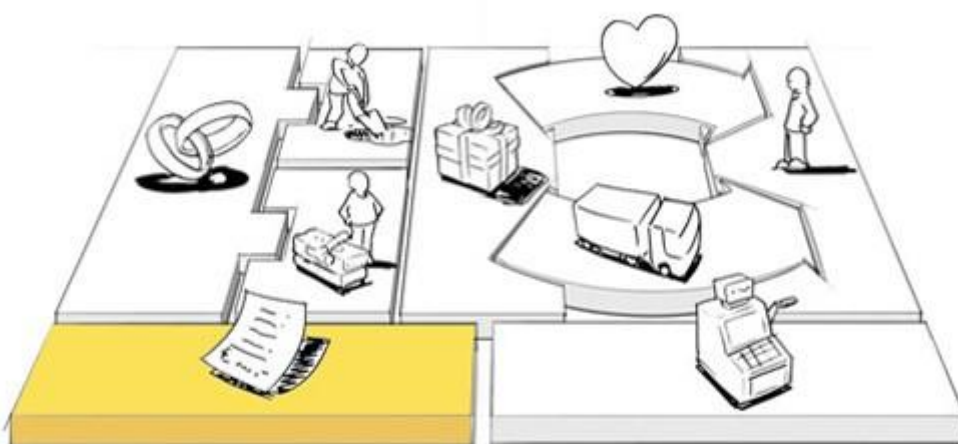


### پرسش‌های کلیدی مشارکت‌های کلیدی

- شرکای کلیدی ما چه کسانی هستند؟
- تامین‌کنندگان کلیدی ما چه کسانی هستند؟
- کدام یک از منابع کلیدی رو از طریق شرکا به دست می‌آوریم؟
- کدام یک از فعالیت‌های کلیدی رو شرکای ما انجام می‌دن؟

### ۹- ساختار هزینه (Cost Structure)

این جزء نشان‌دهنده تمام هزینه‌های است که اجزای مدل کسب و کار خود به همراه دارند. به عبارتی مهمترین هزینه‌هایی رو که در حین اجرای یک مدل کسب و کار خاص ایجاد میشه در این بخش لیست می‌کنیم.












### پرسش‌های کلیدی ساختار هزینه

- مهمترین هزینه‌های مدل کسب و کار ما چیست؟
- گران‌ترین منابع کلیدی کدام‌ها هستند؟



- گران‌ترین فعالیت‌های کلیدی کدام‌ها هستند؟  
در نهایت بوم مدل کسب و کار به شکل زیر در خواهد اومد:

### بوم مدل کسب‌وکار

 شرکای کلیدی	 فعالیت‌های اصلی	 ارزش پیشنهادی	 ارتباط با مشتریان	 بخش مشتریان
	 منابع اصلی		 کانال توزیع	
 ساختار هزینه‌ها	 جریان درآمد			

### سخن آخر

بوم مدل کسب و کار، کاربرد فراوانی در استارت‌آپ‌ها و کسب و کارهای اینترنتی دارد که با پر کردن آن می‌تونید به راحتی استراتژی‌های خودتون رو بر روی اون ترسیم کنید.